

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - UFRJ  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS - CCJE  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS – FACC



CAMILA DA SILVA GONZAGA

**EMPREENDEDORISMO, CARACTERÍSTICAS DE EMPREENDEDORES DE  
SUCESSO E AFROEMPREENDEDORISMO**

RIO DE JANEIRO – RJ  
2017

CAMILA DA SILVA GONZAGA

**EMPREENDEDORISMO, CARACTERÍSTICAS DE EMPREENDEDORES DE  
SUCESSO E AFROEMPREENDEDORISMO**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharel em Administração à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro (FACC/UFRJ).

Orientador: André Baptista Barcaui

RIO DE JANEIRO – RJ  
2017

CAMILA DA SILVA GONZAGA

**EMPREENDEDORISMO, CARACTERÍSTICAS DE EMPREENDEDORES DE  
SUCESSO E AFROEMPREENDEDORISMO**

Monografia apresentada à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro (FACC/UFRJ) como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Administração aprovada pela seguinte banca examinadora:

---

Professor Doutor André Baptista Barcaui

---

Professor

Rio de Janeiro, .....

## RESUMO

O presente trabalho visa proporcionar um panorama geral acerca das características e fatores que exercem influência no planejamento, execução e condução de afro empreendimentos. Uma análise da disparidade étnica presente no empreendedorismo que aumenta o abismo racial histórico no âmbito da administração. Desse modo o objetivo do presente estudo é verificar como se desenvolve o afro empreendedorismo. Para tal foi utilizada uma metodologia de pesquisa de natureza básica, exploratória, com abordagem qualitativa e levantamento de dados de caráter bibliográfico. A partir da análise da bibliografia cotejada para esta pesquisa bibliográfica, foi possível estabelecer uma fundamentação sólida para realizar a análise do contexto atual do Afroempreendedorismo, seus desafios, limitações e possibilidades para o futuro.

**Palavras-chaves:** Afro Empreendedorismo. Empreendedorismo. Globalização.

## ABSTRACT

The present work aims to provide an overview of the characteristics and factors that influence the planning, execution and management of afro ventures. An analysis of the ethnic disparity present in entrepreneurship that widens the historical racial chasm within the administration. Thus, the objective of the present study is to verify how Afro entrepreneurship develops. To this end, a research methodology of a basic, exploratory nature was used, with a qualitative approach and survey of bibliographic data. From the analysis of the bibliography compared to this bibliographic research, it was possible to establish a solid foundation to carry out the analysis of the current context of Afro-Entrepreneurship, its challenges, limitations and possibilities for the future.

**Keywords:** Afro Entrepreneurship. Entrepreneurship. Globalization.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	6
1.1 Considerações Iniciais .....	6
1.2 Problema de Pesquisa .....	8
1.3 Objetivos .....	8
1.4 Delimitação do Estudo .....	8
1.5 Relevância do Estudo .....	8
2. MARCO TEÓRICO .....	10
2.1 Características dos Empreendedores e o Capital Humano e Social .....	10
2.2 O Capital Financeiro dos Empreendedores.....	23
2.3 Planejamento de Negócios e Localização Geográfica da Empresa .....	30
2.4 As Condições do Afro Empreendedorismo.....	34
3. METODOLOGIA.....	49
3.1 Tipo de Pesquisa .....	49
3.2. Universo e Amostra.....	50
3.3. Coleta e Tratamento dos Dados.....	51
3.4. Limitações do Método.....	51
4 . ANÁLISE E DISCUSSÃO .....	52
5. CONCLUSÕES .....	58
5.1 Sugestões para Futuras Pesquisas .....	60
6. REFERÊNCIAS .....	61

# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1 Considerações Iniciais

O Empreendedorismo historicamente tem sido considerado uma fonte poderosa, que cria muitas riquezas e afeta vários outros aspectos de uma economia, como nível de emprego e crescimento econômico. Visto que os afrodescendentes ainda representam uma população minoritária, em relação ao número de empresários bem sucedidos do mundo, é necessário que cada vez mais estes busquem o seu valor no mercado. (ALMEIDA, *et al*; 2014).

Ao se observar empresas empreendedoras que têm como um líder um afrodescendente, estas apresentam o potencial de fornecer apoio significativo à economia global, conquistando assim novos mercados e investimentos inovadores, já que o crescimento econômico e a criação de emprego de um país também dependem de suas empresas e dos empreendedores que as criam. (ALMEIDA, *et al* ;2014).

Sendo estes empresários os pilares da economia não só dão trabalho e criam riqueza, mas com a sua iniciativa e esforço satisfazem de uma forma cada vez melhor as crescentes necessidades de uma sociedade em perpétuo desenvolvimento. (ALMEIDA, *et al* ; 2014). Em contrapartida, estes sempre foram determinantes em se tratando das mudanças no cenário econômico da sociedade e do país, objetivando desenvolver iniciativas empreendedoras, embora isso não seja uma tarefa fácil. (BAGGIO e BAGGIO; 2014).

A iniciativa empreendedora surge com a identificação de uma possível oportunidade e a maneira de explorá-la, ou seja, a ideia de negócios. Ambos são conceitos centrais no processo de empreendedor. Compreender a relação entre oportunidade e ideia de negócio e a diferença entre os dois não se apresenta como uma questão trivial. (ALMEIDA, *et al*; 2014). Sendo muito comum o empreendedor começar com sua ideia de negócio, esquecendo-se completamente que ele deveria ter se preocupado primeiro se a ideia era de fato uma oportunidade de negócio.

A ideia em si não é importante; centenas de ideias de negócios surgem todos os dias. Todavia algumas empresas não se desenvolvem à medida que surgem tais ideias, muito por não corresponderem à oportunidades reais de negócio. (ALMEIDA, *et al*; 2014). Quando, depois de explicar a sua ideia de negócio, o empreendedor se depara com questões relacionadas à oportunidade, tais como a evidência real da necessidade que ele deve satisfazer, o tamanho do mercado, os futuros compradores do produto ou serviço, a concorrência, entre outros, não é incomum que a ideia pare de ser tão atraente quanto se pensava inicialmente. (BAGGIO e BAGGIO; 2014).

Para tal, através do exame de relações interdependentes entre minorias, empresários, suas famílias e suas comunidades, identificou-se uma necessidade para empresas de propriedade e operadas por minorias, que ainda apresentam *déficit* no mercado. (BAGGIO e BAGGIO; 2014).

Da mesma forma, as empresas afrodescendentes demonstram o pior resultado comercial entre todos os outros grupos étnicos e demais empresas. Mesmo com dificuldades, o crescimento das pequenas empresas afrodescendentes atende toda a comunidade através do fortalecimento da economia e redução da taxa de desemprego. (ALMEIDA *et al*; 2014). O valor dos líderes e membros da comunidade, nas empresas afrodescendentes traz consigo as perspectivas de aumento em relação à prosperidade econômica e social, e estabilidade em muitas comunidades carentes. (BAGGIO e BAGGIO; 2014).

Portanto, é importante deixar claro que as ideias de negócios devem se basear em uma oportunidade de negócio. A ideia é necessária para empreender, mas por si só não é suficiente, já que não deixa de ser uma simples conceituação ou visão de um possível negócio por parte do empreendedor; dessa forma a mesma pode não representar uma oportunidade de negócio, sendo este o ponto crítico no processo empreendedor. (BAGGIO e BAGGIO; 2014). Em suma: muitas iniciativas fracassam porque os empresários não trabalharam o suficiente para identificar e avaliar a oportunidade e, conseqüentemente, iniciam empreendimentos em que não há uma oportunidade real de negócios.

## **1.2 Problema de Pesquisa**

Quais os fatores que caracterizam e contribuem para o florescimento e desenvolvimento do afro empreendedorismo?

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo Geral**

Verificar como se desenvolve o afro empreendedorismo.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Analisar quais são as principais características do empreendedorismo;
- Compreender como as empresas afros se relacionam com seus respectivos mercados;
- Verificar os fatores que caracterizam e conduzem empreendedores ao sucesso;
- Discutir acerca dos índices de sucesso e de empreendedores afro descendentes.

## **1.4 Delimitação do Estudo**

O estudo é delimitado no âmbito do empreendedorismo alinhado às relações étnicas raciais da população afrodescendente, em se tratando de contextos, respostas positivas e adversidades próprias das circunstâncias que exerçam influência para o sucesso ou fracasso do respectivo empreendimento.

## **1.5 Relevância do Estudo**

Com o incentivo a essas empresas, os líderes de pequenas empresas podem usar os conhecimentos e as informações obtidas a partir deste estudo para aumentar o conjunto de habilidades empreendedoras, competências gerenciais, e inovação para melhor alcançar o máximo de desempenho nos novos ramos do mercado nacional e até mesmo internacional.



Entendendo assim as barreiras e os fatores que afetam negativamente o empreendedorismo, entre os proprietários de empresas afrodescendentes, posteriormente iniciando novos programas, políticas e procedimentos para mitigar tais barreiras e fatores sociais, que atualmente ainda impedem o sucesso dessas empresas. (BARROS e PEREIRA, 2008).

Os membros da comunidade podem se beneficiar deste estudo pelo potencial aumento dos negócios afrodescendentes inovadores, que podem contribuir para a economia local, dessa forma contratando, educando e empregando os próprios membros dessas comunidades nas quais essas empresas atuam. (ENDEAVOR BRASIL, 2015).

O foco desta abordagem é explorar as estratégias e práticas empresariais dos empresários que alcançaram a sustentabilidade e a inovação dos negócios. Os resultados deste estudo podem contribuir para mudanças sociais positivas, tendo assim uma melhoria na prática de negócios, reduzindo a lacuna que existe em relação à falta de empresas afrodescendentes. As empresas minoritárias que atingiram um nível de sustentabilidade são uma parte importante da economia, uma vez que se tornam uma fonte de criação de emprego e crescimento, servindo as necessidades dos consumidores da comunidade e empregando colegas minoritários. (ENDEAVOR BRASIL, 2015).

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Características dos Empreendedores e o Capital Humano e Social**

As estratégias e comportamentos empreendedores afrodescendentes impactam positivamente o desempenho e a sobrevivência das empresas, e podem reduzir as taxas de insucesso empresarial. (ENDEAVOR BRASIL, 2015). As características pessoais do empreendedor são uma construção chave de teoria do empreendedorismo; existe um tipo especial baseado em um conjunto específico de características e traços de personalidade que, quando combinados, levam ao comportamento empreendedor. (BARROS e PEREIRA; 2008).

Segundo Barros e Pereira (2008) indica-se que certas características e traços de personalidade de determinados indivíduos, os tornam mais direcionados para o empreendedorismo, entre as quais se destacam a percepção de risco, a auto eficiência, a inovação, o lócus de controle interno e a pro atividade que, em conjunto, refletem uma predisposição de orientação empreendedora. Empresários que exibem essas características individuais e traços de personalidade tendem a criar e operar empresas que demonstram orientação empreendedora em um nível empresarial e alcançam o sucesso. (BARROS e PEREIRA; 2008).

A percepção de risco torna um empreendedor capaz de perceber e suportar e arriscar apropriadamente, ou seja, a percepção de risco é definida como avaliação do empreendedor de um risco inerente em uma dada situação como uma oportunidade ou uma ameaça, sendo assim os empresários tomam níveis variados de risco na busca de oportunidades econômicas. (ENDEAVOR BRASIL; 2015).

Uma característica importante do empreendedorismo está na percepção de risco, que demonstra que quanto maior o risco, maior a oportunidade, com avaliação positiva do empreendedorismo, considerando que se o risco é como uma ameaça, uma avaliação negativa do empreendedorismo ocorre. (BARROS e PEREIRA; 2008).

Para os autores (BARROS e PEREIRA; 2008) observa-se que os empreendedores têm maior propensão ao risco e tolerância ao risco do que aqueles empregados em empregos regulares, observando que a propensão ao risco é o

melhor indicador de intenções empreendedoras. (ENDEAVOR BRASIL; 2015). Por outro lado, as empresas criadas por indivíduos mais tolerantes ao risco são menos lucrativas, crescendo menos em relação às demais e têm menor sobrevivência. (BARROS e PEREIRA; 2008). Por conseguinte, a auto eficiência, do ponto de vista dos autores (BARROS e PEREIRA; 2008), é considerada importante em ambos os empreendimentos, já que a criação e a mudança do negócio, da fase de arranque para o estado operacional, reflete assim o julgamento de suas próprias habilidades. Sendo assim um conceito auto reflexivo não relacionado a habilidades, mas com julgamentos do que se pode fazer com qualquer habilidade que alguém possua. (ENDEAVOR BRASIL;2015).

Barros e Pereira (2008) apontam que a auto eficácia empreendedora refere-se à força reconhecida da crença de um indivíduo em sua própria capacidade de executar as funções e tarefas para iniciar um negócio com sucesso. (BARROS e PEREIRA; 2008). Assim, os indivíduos tenderiam a acreditar em sua capacidade pessoal de iniciar um negócio, realizariam as tarefas e, por sua vez, tenderiam a trabalhar muito para ter sucesso e perseverar. A auto eficácia demonstrou ser um fator chave no sucesso do empreendedorismo, que ofereceram *insights* sobre auto eficácia, como uma medida das expectativas empresariais de sucesso. (BARROS e PEREIRA; 2008). Empresários com maior auto eficácia, demonstram os maiores níveis de confiança, apresentam maiores níveis de expectativa para o sucesso, saindo-se melhores sob os desafios e tendo bom desempenho na criação de valor social. (ENDEAVOR BRASIL; 2015).

As normas e práticas culturais tendem a moldar indivíduos empreendedores, as crenças e o comportamento, tais como tentativas de *start-up*, comportamento inovador e perspectiva positiva sobre os resultados desejados do negócio. (BARROS e PEREIRA; 2008). Além disso, a eficácia específica da tarefa e o reconhecimento de oportunidades entre os homens empreendedores afrodescendentes são importantes para o desempenho das empresas. (BRITO e WEVER; 2004) Dessa forma, os autores (BARROS e PEREIRA; 2008) defendem que os afrodescendentes em geral têm maior auto eficácia empresarial e demonstram assim uma percepção mais positiva da criação de risco, apesar de demonstrar baixo desempenho e baixos níveis de sustentabilidade dos negócios.

Historicamente o empreendedor tem sido visto como um inovador e é responsável por produtos e serviços inovadores trazidos para o mercado. A inovação representa criatividade e experimentação de novos produtos e serviços adquiridos no mercado por meio de pesquisa e desenvolvimento e os novos empresários, que são limitados pela falta de recursos, são às vezes capazes de inovar de forma eficaz. (ENDEAVOR BRASIL;2015). Combinando assim os recursos disponíveis para resolver problemas e maximizar as oportunidades de lucro no mercado, verifica-se então que indivíduos que têm confiança na inovação, também adquirem a inovação como um componente importante para uma mentalidade cheia de intenções empreendedoras. (BARROS e PEREIRA; 2008). Com isso fabricantes de várias indústrias analisam que as capacidades empreendedoras facilitam a inovação, o que por sua vez tem um impacto positivo no desempenho da empresa, contribuindo para o sucesso empresarial. (ENDEAVOR BRASIL; 2015).

Em se tratando do exposto, empresários inovadores individuais produzem inovações firmes, que aumentam a probabilidade de sobrevivência das empresas. Por outro lado os empresários afrodescendentes como um todo não estão envolvidos na criação de empresas inovadoras, mas principalmente com foco em serviços em empresas de varejo, devido a barreiras de entrada fundamentadas ainda no racismo e no preconceito. (OLIVA, 2010).

Barros e Pereira (2008) defendem que o locus de controle interno não tem um significativo impacto sobre as intenções empreendedoras. Contudo a proatividade dos empresários que operam com alto nível de iniciativa pessoal, demonstram um forte traço característico proativo. Tais empreendedores tendem a ser auto iniciantes e têm um alto grau de tomar a iniciativa no sentido de aproveitar as oportunidades. (BARROS e PEREIRA; 2008). Para Boava (2016) a proatividade se correlaciona fortemente com a intenção empreendedora. Esses fatores individuais são como atributos pessoais e fatores relacionais, que afetam o desempenho das empresas. Para o autor (BOAVA, 2016) o empresário, tendo de três a cinco desses atributos pessoais, poderia ter um impacto no desempenho da empresa, cuja proatividade foi a mais alta em relação à correlação do desempenho positivo da empresa.

A motivação empreendedora é uma construção chave da teoria do empreendedorismo. É um componente crítico para a criação de novas empresas de sucesso, apontando assim um forte potencial. Barros e Pereira (2008) apontam que as motivações dos empreendedores estão ligadas a recursos, comportamento e desempenho de negócios. A motivação empreendedora reflete o compromisso do empreendedor de criar e sustentar um novo negócio. Existem vários fatores motivacionais a respeito das motivações para iniciar um negócio. (ENDEAVOR BRASIL; 2015). Os fatores preponderantes para o empreendedorismo se personificam em indivíduos que são empurrados ou puxados para a criação de um novo empreendimento ou indivíduos que passaram por programas de treinamento empresarial com sucesso. (BARROS e PEREIRA; 2008).

Do ponto de vista dos autores (BARROS e PEREIRA; 2008) os Indivíduos que são empurrados para o empreendedorismo iniciam um novo empreendimento por necessidade, seja por estarem desempregados ou subempregados. Isso acontece rotineiramente quando falamos em afro empreendedorismo, pois desde a abolição, muitos negros não tiveram oportunidades de emprego, e a saída encontrada por muito deles, foi iniciar um negócio; na maioria dos casos atividades de vendedores de quitutes, sapateiros, engraxates, dentro outros. (MUNANGA, 2000).

Dessa forma, observou-se que dentre os empreendedores que criaram suas empresas por necessidade, 30% criaram seus negócios por necessidade enquanto 6% acreditam que ainda serão pequenos sem outros empregados após 4 anos de operação. (ENDEAVOR BRASIL; 2015). Com base em uma análise empírica da economia, os empresários descobriram que os empreendedores por necessidade utilizam uma estratégia de baixo custo para iniciar seus negócios e são menos propensos a buscar uma estratégia de diferenciação. (BARROS e PEREIRA; 2008).

Barros e Pereira (2008) observam que esses empreendedores são mais aptos a serem pobres em recursos, um fato que dialoga com pesquisas anteriores indicando que os empreendedores de necessidade normalmente têm firmas menores e pouco ou nenhum funcionário ao longo de quatro anos. (ENDEAVOR BRASIL; 2015).

As pesquisas apontam que aproximadamente 75% dos empreendedores, são atraídos para o empreendedorismo para aproveitar uma oportunidade específica. Todavia, as empresas que sobrevivem e alcançam a sustentabilidade nascem da busca da oportunidade e não da necessidade. (ENDEAVOR BRASIL; 2015). A maioria dos empresários concorda que encontrar oportunidades de negócios, precede a formação de negócios, portanto, a oportunidade estimulada internamente é fruto de uma necessidade de mercado. (BOAVA; 2016).

Para Boava (2016) os programas de treinamento empresarial capacitam os indivíduos que participam de programas de educação empreendedora, os tornando mais motivados a se tornarem empreendedores, se comparados com aqueles que não participaram de programas semelhantes. Nesse aspecto, o treinamento empresarial e programas educacionais auxiliam no fortalecimento da intenção e motivação empreendedora, ao mesmo tempo em que servem para mitigar a falta de propriedade prévia de empresas. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Dessa maneira é possível reconhecer uma relação estatisticamente significativa entre o treinamento em educação empreendedora e os resultados empreendedores positivos para aqueles que receberam treinamento empreendedor. (BOAVA; 2016). Os resultados de sucesso dos empresários que participaram dos programas revelaram que a educação empreendedora tem um impacto positivo na motivação e intenção empreendedora entre os mesmos. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006). Almeida (2013) afirma que em pesquisa realizada para examinar as atitudes empreendedoras de estudantes afrodescendentes de negócios, matriculados em faculdades e universidades historicamente negras ou com influência da etnia, conclui-se que tais estudantes estavam mais motivados a se tornarem empreendedores.

Em contrapartida, Barros e Pereira (2008) estabelecem que a alocação e gestão de recursos pelo empreendedor é uma construção chave da teoria do empreendedorismo; a capacidade do empreendedor de adquirir, gerenciar e alocar efetivamente capital humano, capital social e capital financeiro é vital para a criação e sustentabilidade da empresa.

Segundo Almeida (2013) o capital humano representa o conhecimento e as habilidades adquiridas pelos empreendedores por meio da aprendizagem formal e informal, que também inclui o repasse de conhecimentos e comportamentos aprendidos dos laços transgeracionais, também incluindo o sucesso educacional de um empreendedor e a experiência empresarial, muitas vezes refletida no número de anos no negócio. Tais fatores contribuem significativamente para a probabilidade de sobrevivência do empreendimento. (Bernardi; 2006). O autor (ALMEIDA, 2013) afirma que aqueles com mais anos de experiência profissional relacionada ao setor, juntamente com habilidades de resolução de problemas e auto eficácia, têm uma chance maior de sobrevivência se comparados com aqueles para quem iniciar um negócio é simplesmente sua última opção.

Por outro lado, o capital humano específico tem um efeito negativo direto sobre as taxas de insucesso empresarial. (ALMEIDA; 2013). A educação, em particular, desempenha um papel significativo no capital humano; é mais provável que um graduado universitário entre em um campo de alta barreira e altamente qualificado, mas com menor probabilidade de entrar em um campo de baixa barreira, ao passo que um graduado de segundo grau desempregado, tem maior probabilidade de entrar em um campo de baixa barreira como meio de autoestima. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

A falta de educação empresarial sólida e perspicácia é uma questão importante para a sobrevivência dos empreendedores afrodescendentes, visto que o treinamento empresarial e a tutoria de negócios são fatores preponderantes no desempenho da empresa. (ALMEIDA; 2013). Já Albuquerque e Fraga Filho (2006) apontam que os níveis mais altos de realização educacional proporcionam vantagens e aumentam as opções de emprego assalariado existente, servindo para desencorajar o empreendedorismo.

No entanto, a experiência no ensino superior contribui para habilidades analíticas, habilidades de comunicação, conhecimento avançado e habilidades gerais de negócios e compreensão do mercado. (ALMEIDA; 2013). Albuquerque e Fraga Filho (2006) apontam que a educação avançada previu positivamente a entrada de empreendedores em indústrias específicas e previu negativamente a

entrada de empreendedores em outras indústrias, visto que muitas vezes essas indústrias não oferecem oportunidades, planos de carreira aos funcionários, para que assim se sintam motivados, e busquem um avanço profissional.

De acordo com Almeida (2013) a minoria dentre os proprietários de empresas afrodescendentes possuem um grau ensino superior ou um nível mais alto de realização educacional. O nível médio de realização educacional mais baixo alcançado entre empresários afrodescendentes sugere um efeito negativo no sucesso do negócio, embora não significativamente, contribuindo para a composição de aproximadamente 2,5% a 6,5% no que tange ao hiato racial no sucesso das pequenas empresas. (BOAVA; 2016).

O aumento do nível de escolaridade entre os empresários tem sido associado ao aumento da taxa de crescimento e à sobrevivência dos negócios dessa forma, considerar a educação como um investimento em capital humano é fundamental. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Almeida (2013) observa que consistentemente os empreendedores nascentes têm educação média mais alta do que empreendedores não nascentes, embora os graduados em faculdades tenham duas vezes mais chances de serem empreendedores nascentes do que pessoas com diploma do ensino médio ou menos; o ensino de pós-graduação não deu nenhuma contribuição adicional para ser um empreendedor nascente. (ALMEIDA; 2013).

Barros e Pereira (2008) compartilham do pensamento de Albuquerque e Fraga Filho (2006) em se tratando do papel desempenhado pela educação não ser significativo na criação de um negócio ou na identificação de oportunidades de negócios; a educação não é apenas ensino superior e aprendizagem em sala de aula, mas principalmente pode ser alcançada através da aquisição de habilidades e treinamento no próprio ambiente de trabalho.

Apoiar o capital humano através da experiência de trabalho é essencial, pois se observa uma associação positiva com a experiência no setor e o alcance de resultados empresariais, além de superar expectativas de desempenho. (ALMEIDA; 2013). Sustenta-se assim que a experiência de negócios estava correlacionada



positivamente com a prosperidade dos negócios, especificamente para a população afrodescendente. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Por outro lado é indispensável atentar que a experiência de trabalho anterior em um ambiente de empresa familiar, apoia o crescimento do capital humano relacionado à operação de negócios. (ALMEIDA; 2013). Desse ponto de vista observou-se que a educação e os ativos financeiros (herança e receita de juros) têm uma relação positiva com períodos mais longos de trabalho autônomo, assim como aspectos da experiência de trabalho anterior, incluindo trabalho autônomo anterior e experiência anterior no mesmo emprego ou indústrias. Observou-se também que a educação formal e a educação para o empreendedorismo influenciaram positivamente a auto eficácia, a motivação, as intenções empreendedoras e são consideradas um determinante importante para o sucesso empresarial. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Já o capital social envolve os atuais recursos tangíveis e potenciais acessíveis através da rede de relacionamentos de um empreendedor que pode ser gerenciada para gerar boa vontade. (ALMEIDA; 2013). Este desempenha um papel importante no desenvolvimento econômico dos empreendedores de pequenas empresas. A partir de uma perspectiva empreendedora, o capital social disponibiliza redes que expõem os potenciais empreendedores a ideias novas e diversificadas que auxiliam na descoberta de oportunidades ou empreendimentos potenciais, bem como a identificação, coleta e alocação de recursos escassos de um nível micro e macro. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Assim, o capital social cria valor ao dotar indivíduos bem conectados dentro de sua esfera de influência com acesso a recursos intelectuais, financeiros e culturais, via redes financeiras e empresariais. (ALMEIDA; 2013). Para Albuquerque e Fraga Filho (2006) o papel das redes na atividade empreendedora e os resultados continuam sendo um tema que inclui o papel específico do capital social na criação e desenvolvimento de novas empresas, com desempenho de iniciativas estratégicas de inovação entre os domínios.

Segundo Boava (2016) o capital social diz respeito ao empreendedor unir diversos grupos sociais, ao mesmo tempo em que constrói novos laços com a

comunidade em nível local, nacional e internacional por meio de redes. Dessa maneira o capital social e as variáveis de contato na rede são muito fortes e consistentes na decisão individual de iniciar um novo negócio. Albuquerque e Fraga Filho (2006) argumentam que empresas recém-criadas analisaram a interação do capital humano e do capital social sobre os lucros operacionais. Uma das principais descobertas revela que o capital social exibe um efeito positivo estatisticamente significativo no desempenho de novas empresas.

Os autores (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006) destacam que ligação do capital social pode trazer benefícios para as pequenas empresas, de forma que os empreendedores devem construir redes mais coesas que apoiarão o desempenho das mesmas. Já a falta de falhas estruturais nas redes pessoais dos empreendedores serve para aumentar a comunicação e a coordenação, que são importantes para o crescimento de novas empresas. (ALMEIDA; 2013).

Assim permanece a pesquisa contraditória em termos do valor associado a aspectos do capital social, tais como a diversidade em oposição a redes homogêneas; estruturas de rede mais coesas e fracas versus as de laços fortes. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006). Almeida (2013) argumenta que em um estudo meta-analítico, abordaram-se pesquisas conflitantes em relação às redes pessoais de empreendedores e às propriedades específicas que dão suporte ao desempenho de pequenas empresas.

A meta-análise amplia o trabalho de pesquisa com foco nas diferentes dimensões do capital social (estrutural, relacional ou recursos) entre os empreendedores, através de uma comparação minuciosa do impacto relativo sobre o desempenho dentro do contexto das pequenas empresas. (ALMEIDA; 2013). Também se verificou que os novos moderadores entre o crescimento de pequenas empresas e as redes sociais, encontrou uma relação positiva entre capital social e desempenho de pequenas empresas, assim sugerindo que entre as pequenas empresas, os laços fracos, os buracos estruturais e a diversidade da rede, demonstraram relações positivas no que tange ao desempenho. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Apoiando assim o valioso papel da diversidade e da ligação do capital social no contexto da rentabilidade e da sustentabilidade das pequenas empresas. Apesar das vantagens inerentes às redes coesivas, como a facilidade de coordenação, como observado anteriormente, os benefícios da ligação do capital social são mais críticos em um contexto empreendedor. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Almeida (2013) apoia a teoria de contingência do capital social no contexto do crescimento de empresas de pequeno porte, sugerindo mudanças ao longo do tempo na configuração ideal do capital social à medida que a empresa cresce, e configurações diferentes por tipo de empresa, operando em diferentes contextos.

Em apoio à teoria da contingência, Albuquerque e Fraga Filho (2006) constataram que cada dimensão do capital social demonstra diferentes interações entre moderadores, sugerindo vantagens para a pesquisa usando modelos mais integrativos, justificando assim a investigação do valor do capital social para pequenas empresas, apesar do investimento de recursos, com o efeito comparável às variáveis do traço de personalidade e significativamente maior do que variáveis de capital humano na sustentabilidade e desempenho.

Almeida enfatiza o valor da crescente diversidade de redes pessoais de apoio no reconhecimento de falhas estruturais, também apoiando a necessidade de estratégias de rede específicas que variam de acordo com o tempo. Com isso se percebe como esses termos afetam o valor de diferentes estratégias de rede para o desempenho da empresa. A evidência da pesquisa apoiou o valor crítico do capital social como um ativo fundamental para o empreendedor; os empreendedores afrodescendentes enfrentam cada vez mais as barreiras de capital social, demonstrando acesso limitado na participação das redes fortes. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Boava (2016) afirma que a maior incidência de participação no empreendedorismo de baixa barreira e baixa renda entre os empreendedores afro-americanos, é reflexo de uma desvantagem nos recursos sociais. Já Almeida (2013) afirma que a participação nessas indústrias geralmente está associada à baixa administração, educação e anos de experiência no setor, em comparação com os empreendedores mais ricos.

Empresas afrodescendentes de baixa renda têm um nível mais baixo de experiência em gestão e, portanto, podem não ter acesso a recursos sociais para promover maior compreensão e ajuda. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006). Assim uma maneira de os empreendedores minoritários, que não têm experiência em negócios e capital humano e social, poderem superar essas limitações é receber orientação. (ALMEIDA; 2013). A abordagem fenomenológica para explorar as experiências de empresários afrodescendentes em relação às suas percepções contribuiu para a manutenção de seus negócios. (ALMEIDA; 2013).

Albuquerque e Fraga Filho (2006) indicam então que a orientação pode fornecer aos proprietários de empresas afro-americanas, informações e soluções sobre os desafios da propriedade das empresas. Assim os participantes consideraram a orientação como uma fonte contínua de apoio para novos proprietários de negócios, que lhes permite manter empresas sustentáveis e para manter o negócio em crescimento, encontrando a tutoria eficaz apenas quando os mentores têm uma relação de longo prazo com os orientandos. (BACIC; 2020).

Para Almeida (2013) os empreendedores de baixa renda constroem conexões de recursos sociais por meio de redes, e colaboram com proprietários com maior capital humano (nível educacional, anos de experiência e prestígio profissional), em prol de obterem mais acesso a recursos financeiros formais. O autor (ALMEIDA; 2013) argumenta que empresários e empresas afrodescendentes não tendem a se elevar, pois as empresas afrodescendentes tendem a manter conexões com outros indivíduos e firmas que melhor refletem seus próprios recursos.

Albuquerque e Fraga Filho (2006) defendem que os recursos disponíveis para os empreendedores, particularmente os de baixa renda e empreendedores de minorias, são dependentes de construções socioeconômicas e políticas mais amplas. Já Almeida (2013) corrobora tal ideia ao dizer que iniciativas para apoiar empreendedores de minorias de baixa renda, devem considerar as necessidades de capital social desse grupo com o objetivo de mediar uma conexão entre as redes informais existentes e as redes dominantes ricas em conhecimento e recursos.

Para Albuquerque e Fraga Filho (2006) o processo social, a visão do empreendedorismo em termos de processos culturais, e o papel das normas e

tradições sociais é crítica. Os autores (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006) destacam as experiências e influências culturais que exercem influência nesse aspecto, tais como família, religião, mercado, profissão, estado e corporação. Segundo Boava (2016) esses aspectos contribuem como fontes de concorrência de normas, valores, conceituações de legitimidade e justificativas de valor que podem servir para apoiar ou desencorajar o empreendedorismo.

Incorporar socialmente o empreendedorismo e o empreendedor individual único nas estruturas de rede é fundamental. Situar essas estruturas sociais dentro de um contexto cultural é essencial. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Para os autores (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006) o papel do capital social na promoção do empreendedorismo só é evidente quando combinado com o capital cultural de apoio, a ligação entre capital social e cultural parece inerente ao próprio conceito de capital social, pois o capital social depende da confiança e da reciprocidade das relações em rede. Em contrapartida Almeida (2013) defende que o capital social contribui com valor para os empreendedores em termos de ativos de rede baseados na confiança e na norma cultural de reciprocidade, sendo assim o capital social pode ter um efeito negativo sobre o empreendedorismo quando serve para: (ALMEIDA; 2013).

- a) Proteger a mediocridade;
- b) Reduzir a objetividade;
- c) Promover ou impor dentro da conformidade do grupo;
- d) Limitar a dissociação com parceiros falidos.

Essa visão contraditória traz à luz a questão sobre quando o capital social serve para apoiar, limitar ou não afetar a atividade empreendedora, sustentando assim que o capital social não conseguiu reconhecer o papel crítico da cultura na determinação do impacto do capital social. (ALMEIDA; 2013).

As evidências que apoiam a importância de vincular e unir o capital social como um meio de apoiar o empreendedorismo esbarram em determinadas circunstâncias; seu ponto de separação reside em sua inferência de que o capital social falha em apoiar o empreendedorismo quando o apoio ao capital cultural é perdido. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Como tal, os autores alegaram exagero da alegação comum do link de apoio entre capital social e empreendedorismo por negligenciar a relação simbiótica com o capital cultural. Nesse ponto investigou-se a relação entre capital social e capital cultural. A contribuição para essa divisão no empreendedorismo entre empresários que apoiam o comércio interno e outros o comércio externo, são embasadas por Almeida (2013): as condições sociais contrapunham a assimilação cultural e, portanto, a transferência do capital cultural do empreendedorismo e a formação solidária de relações de ponte entre as culturas. A relação histórica com as culturas nativas não apoiava o empreendedorismo comercial dentro do comércio exterior. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Assim a populações nativas, utilizam seu forte capital social para incentivar a participação na caça e na pesca, em vez do empreendedorismo comercial. Desta forma o capital cultural direcionou o capital social para apoiar vocações culturalmente aprovadas. (BOAVA; 2016). Os resultados são fundamentais para distinguir a influência do capital cultural no impacto geral do capital social, concluindo assim que o exagero no papel do capital social em relação empreendedorismo é algo que deve ser criticado. (ALMEIDA; 2013).

Embora tenham sido reconhecidas as vantagens do capital social para os empreendedores, os autores apontam a variação dessa vantagem em termos de identificar os limites do capital cultural, além do qual o capital social carece de influência. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006). Almeida (2013) afirma que dentro do contexto do mundo desenvolvido, o capital social é tipicamente evidente ao lado do capital cultural, tendo como resultado o crédito à promoção do empreendedorismo de forma inadequada ao capital social, ao falhar em reconhecer o papel central do capital cultural no relacionamento, alegando que a vantagem atribuída ao capital social é exagerada.

Essa influência cultural pode não ser o único limite do capital social; a dinâmica social e cultural também pode afetar outras formas de capital, como o capital financeiro. (BOAVA; 2016). De fato, o caminho para o empreendedorismo é afetado pelo contexto histórico em termos de práticas e resultados, culturalmente definidos através de experiências históricas. (ALMEIDA; 2013).

Como tal, incorporar o comportamento de um indivíduo e as oportunidades apresentadas no ambiente é essencial. Em relação às oportunidades de recursos financeiros, Almeida (2013) argumenta que as barreiras empresariais enfrentadas pelo empresário afrodescendentes podem se formar por causa da hierarquia social, caracterizada por desigualdades raciais e econômicas e disparidades, bem como políticas públicas. Em se tratando da relação que, em princípio, é apresentada como linear, primeiro deve haver uma oportunidade de negócio e nela desenvolver uma ideia de negócio (ou várias) com a qual explorá-la. (BOAVA; 2016).

Almeida (2013) aponta que às vezes, a oportunidade de negócio não está no ambiente à espera de ser identificada, mas é criada pela ação inovadora do empreendedor. Há casos em que a introdução de um novo produto ou processo para o mercado gera uma necessidade até então desconhecida pelo consumidor. Um desses exemplos é a introdução do telefone celular, em particular, smartphones e um dos empresários por excelência que tem sido capaz de gerar novas necessidades no consumidor Steve Jobs. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

A atividade inovadora de Steve Jobs permitiu que a *Apple* criasse oportunidades de negócios que outras pessoas não conseguiram identificar porque não respondiam às necessidades existentes no momento, mas estavam latentes. Portanto, as oportunidades de negócios não estão apenas lá, mas podem ser criadas pelo empreendedor por meio da inovação. O que é relevante, em qualquer caso, não deve ser saber o que vem antes, mas deixar claro que uma ideia sem uma oportunidade de negócio não pode ser considerada uma ideia de negócio. (ALMEIDA; 2013).

## **2.2 O Capital Financeiro dos Empreendedores**

Além do capital social e cultural e do capital humano, a entrada e a sustentabilidade de pequenas empresas empreendedoras dependem de capital financeiro adequado, que apoie a probabilidade de sucesso para os empreendedores que possuem o conhecimento adequado (capital humano) para o empreendimento. (BOAVA; 2016).

Boava (2006) afirma que a aquisição de recursos financeiros é um dos principais desafios que os empreendedores enfrentam na fase de startup e fase de crescimento antes de alcançar um nível de sustentabilidade dentro de seus novos empreendimentos. Para o autor (BOAVA; 2016) as barreiras para acessar o capital financeiro vêm de dois fatores: a quantidade de riqueza disponível para iniciar o negócio e o acesso ao capital que apoiará a entrada e o crescimento de negócios. As empresas que têm amplo capital financeiro ou acesso a capital financeiro, podem superar as restrições de liquidez na fase de startups e tendem a se sair melhor no desempenho financeiro e na sustentabilidade dos negócios. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Assim, é importante para o sucesso e a sustentabilidade das empresas recém-formadas que estas tenham um nível de capital a fim de selecionar a estrutura de capital correta e, ao mesmo tempo, administrar efetivamente os recursos financeiros da empresa. (ALMEIDA; 2013). A importância do capital financeiro como um fator-chave no sucesso ou fracasso de um negócio foi veiculada, assim na implementação das empresas do mercado e também no tempo de permanência e de sua sustentabilidade no mesmo. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006).

Albuquerque e Fraga Filho (2006) defendem que existem seis variáveis críticas para o sucesso da empresa:

- A. Capital
- B. Controle financeiro
- C. Experiência no setor
- D. Experiência de gestão
- E. Planejamento
- F. Assessoria profissional.

Os autores (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006) argumentam que a principal razão para o insucesso empresarial das empresas é devido à falta de capital financeiro, enquanto a principal razão para o sucesso comercial das outras empresas é devido ao acesso ao capital financeiro e amplos recursos de capital financeiro.



Da mesma forma, Almeida (2013) documenta a importância do capital financeiro e, em particular, a obtenção de crédito dos bancos no início do empreendimento, que desempenha um papel significativo no crescimento e na sobrevivência das empresas.

Observando as análises do autor (ALMEIDA; 2013), foram realizadas três descobertas:

- I. *Startups* de melhor qualidade têm maior probabilidade de obter capital financeiro externo na empresa; forma de crédito bancário externo;
- II. *Start-ups* que obtêm crédito de um banco em seu primeiro ano de operação crescem mais rapidamente e sobrevivem mais do que suas contrapartes que não obtêm crédito de um banco;
- III. A estrutura inicial de capital é importante porque influencia os resultados futuros de rentabilidade e sustentabilidade.

Apesar de dados recentes sugerirem que as empresas pertencentes a minorias representam o segmento de crescimento mais rápido da economia do país, elas continuam a sair das empresas em um ritmo alarmante. As evidências continuam a sugerir que os empreendedores de minorias tendem a iniciar a entrada de empresas com menos capital financeiro, confiando mais em pequenas fontes internas de capital próprio e enfrentando inúmeros desafios. (ALMEIDA; 2013).

O acesso ao capital externo revela que as empresas iniciantes de propriedade negra enfrentam maior dificuldade em obter capital financeiro do que as empresas não pertencentes a minorias. (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006). Essas barreiras financeiras podem desencorajar os proprietários de empresas de minoria aspirantes a abandonar suas atividades empreendedoras antes que a empresa atinja um nível de sustentabilidade. (ALMEIDA; 2013). As Pesquisas conduzidas sobre empresas minoritárias revelaram que os negócios hispânicos e afrodescendentes mais sustentáveis no mercado, eram aqueles que dependiam de dívidas pessoais e comerciais, e não de capital próprio. (ALMEIDA; 2013). Segundo Albuquerque e Fraga Filho (2006) a principal premissa é que era mais fácil para os proprietários minoritários gerarem caixa para os negócios por meio de obrigações de dívida do que por meio de capital próprio. O negócio de maior sucesso equilibra as

obrigações de dívida com o patrimônio, gerando um lucro no início do ciclo de negócios, ao se considerar que o empreendedorismo é mais viável entre indivíduos com alto patrimônio líquido. Normalmente, empréstimos comerciais e crédito dos bancos exigem garantias pessoais e garantias pessoais do empreendedor com base em seu patrimônio líquido para garantir o financiamento de novos empreendimentos. (ALMEIDA; 2013).

Isso afeta negativamente os potenciais empreendedores afro-americanos que frequentemente representam níveis relativamente baixos de patrimônio pessoal, o que se comporta de forma desfavorável, visto que tais firmas começaram sem nenhum capital financeiro. (ALMEIDA; 2013). A necessidade de capital externo na forma de um empréstimo bancário para se tornar um empreendedor ou continuar a sustentar o seu próprio negócio, gera conseqüentemente, a subcapitalização de muitas empresas afros. (BOAVA; 2016).

Isso faz com que ocorra diminuição da taxa de sobrevivência, tendendo a demonstrar vendas, lucros e empregos mais baixos, em comparação com empresas que recebem capital inicial adequado e maiores níveis de capitalização. (ALMEIDA; 2013). Devido a restrições de capital, níveis mais baixos de patrimônio líquido e menor nível educacional, essas variáveis servem para influenciar a entrada de empreendedores entre as minorias de maneira diferente. (ALMEIDA; 2013). Assim dependendo do tipo de campo de negócios *-barrier* ou negócios de alta barreira; a riqueza (em termos de alto patrimônio líquido) prevê significativamente a entrada em empresas de alta barreira, que é mais intensiva em capital, ao mesmo tempo em que demonstra uma fraca relação com a entrada do empreendedor em negócios de baixa barreira. (BOAVA; 2016). Nesse aspecto Boava (2016) sustenta que a riqueza é um fraco preditor de entrada de empresas em negócios de baixa barreira, contradizendo a premissa de que restrições de capital financeiro limitam significativamente a entrada empreendedora dos afrodescendentes.

Para o autor (BOAVA; 2016), são elas:

1. Serviço pessoal
2. Serviço de reparo
3. Serviço diversificado

4. Construção
5. Transporte
6. Indústrias de varejo

Com isso Boava (2016) demonstra que as indústrias de alta barreira comportam-se como campos nos quais os investimentos de capital financeiro são mais altos e incluem:

- a) Serviços profissionais
- b) Finanças e Seguros
- c) Imóveis
- d) Serviços empresariais
- e) Manufatura

Os requisitos de capital financeiro estão associados a campos de alta barreira. Portanto, indivíduos com menor nível de escolaridade e menor acesso a capital financeiro têm maior probabilidade de ingressar em setores que exigem menor escolaridade do proprietário e riqueza pessoal (baixas barreiras); indivíduos com maior acesso a capital financeiro e com maior nível de escolaridade são mais propensos a entrar nos campos de alta barreira. (BOAVA; 2016). A correlação positiva encontrada entre patrimônio líquido e educação indica que as contribuições significativas de riqueza para apoiar a lacuna de entrada de empreendedores afrodescendentes podem, de fato, incorporar um impacto educacional também. (BOAVA; 2016).

Rosa (2014) argumenta que dessa forma a combinação de menor nível educacional e menor patrimônio líquido contribui significativamente para menores taxas de entrada entre afro-americanos em empresas de alta barreira. (ROSA; 2014). O autor afirma que a hipótese de que aproximadamente 65% do hiato afrodescendente na entrada da indústria de alta barreira, ocorre devido a diferenças no nível de escolaridade e não apenas na riqueza. Portanto as diferenças entre riqueza e recursos financeiros estão fortemente relacionadas à diminuição da presença de empresários afro-americanos em negócios de alta barreira e revelaram diferenças educacionais como uma causa crítica de menor entrada de trabalhadores autônomos observados na população afro-americana. (ROSA; 2014).

Entre as empresas do setor de baixa barreira, em que existe uma proporção maior do empreendedorismo afro-americano, a riqueza e o sucesso educacional não demonstram as mesmas barreiras à entrada e à sustentabilidade. (ROSA; 2014).

Parece evidente que as limitações de capital humano e financeiro aos proprietários de pequenas empresas afro-americanas, normalmente oferecidas como fatores que contribuem para o déficit de entrada e sustentabilidade de pequenas empresas, operam diferentemente entre empresas de alta e baixa barreira; o contexto da indústria de alta versus baixa barreira afeta o grau de impacto do capital humano e financeiro. (BRASÍLIA; 2011). Outro fator que afeta o acesso ao capital financeiro é a discriminação dentro das instituições financeiras de crédito; etnia e gênero são duas barreiras significativas que parecem limitar o financiamento bancário adquirido na fase inicial por minorias. (ROSA; 2014).

No entanto observa-se que, apesar dessa noção dos efeitos negativos das restrições financeiras sobre empreendedores afrodescendentes com capacidade limitada de contratação de empréstimos, a demanda por empréstimos entre clientes afro-americanos permanece baixa. (ROSA; 2014). Os bancos continuam a desempenhar um papel significativo na formação e apoio de novos negócios, fornecendo o capital necessário para o crescimento e a sustentabilidade. (ROSA; 2014). No entanto, os resultados do empréstimo revelaram que as empresas de propriedade afrodescendentes tinham uma probabilidade significativamente menor de ter seus empréstimos aprovados, mesmo depois de controlar os níveis de solvabilidade e riqueza. (ROSA; 2014).

Assim, as empresas detidas pelos negros são significativamente menos propensas a usar o crédito na inicialização, o que reduz ainda mais a probabilidade de sustentabilidade da empresa, já que a obtenção de crédito comercial no início das operações tem uma taxa de sobrevivência de 20% a 23% maior do que uma empresa incapaz de obter em um financiamento. (BRASÍLIA; 2011).

Rosa (2014) defende que como uma alternativa ao financiamento bancário externo, muitos empresários afro-americanos recorrem a técnicas de *bootstrapping* para mobilizar seus limitados recursos financeiros. (ROSA; 2014). As atividades de financiamento do *Bootstrap* são formas criativas de contornar restrições de capital

devido à falta de riqueza ou práticas discriminatórias de empréstimo que o empreendedor pode estar enfrentando. (ROSA; 2014). As atividades de *bootstrapping* podem incluir o empréstimo de dinheiro de familiares e amigos, usando poupança privada, troca de serviços ou bens necessários, bem como a venda de itens pessoais para levantar dinheiro. (ROSA; 2014). O autor (ROSA; 2014) defende que existem três estratégias de financiamento de *bootstrap* para mobilização de recursos em pequenos empreendimentos:

- a) *bootstrappers* de correção rápida para enfatizar o acesso temporário a recursos e preferir atividades orientadas internamente para tais fins;
- b) *bootstrappers* proativos que se concentram em questões de recursos operacionais;
- c) *bootstrappers* eficientes, que preferem empresas focadas externamente e verticalmente na cadeia de criação de valor.

Rosa (2014) apoia a visão de que uma série de rotas de recursos de atividades de financiamento de *bootstrap* torna possível gerenciar e superar as restrições de capital financeiro. (BRASÍLIA; 2011). O financiamento de risco empreendedor depende em grande parte de *bootstrapping* e círculos próximos. O financiamento necessário para atividades de entrada de empreendedores manteve uma média de R\$ 15.000 de poupança pessoal, família e investidores amigos. (ROSA; 2014). Entre a população em geral, aproximadamente 5% dos cidadãos forneceram fundos para empreendedores, principalmente parentes (50%), amigos ou colegas (36%), em um conjunto diversificado de faixas etárias. (BRASÍLIA; 2011).

Os dados indicam (ROSA; 2014) que os empreendedores financiam empreendimentos comerciais principalmente com poupança pessoal (73%), seguidos por financiamento bancário (16%) e contribuições familiares (8%). (BRASÍLIA; 2011). O autor (ROSA; 2014) relata que os recursos financeiros médios, formais e informais, para empresas nascentes foram de R\$ 39.432, enquanto os afro empreendedores obtiveram uma média de R\$ 22.057. Com a baixa riqueza relatada de empreendedores afro-americanos, associada ao acesso limitado ao capital, a auto inicialização em muitos casos continua sendo uma opção viável de último recurso para obter o capital financeiro necessário para financiar um novo

empreendimento ou crescer um negócio existente até que a sustentabilidade seja percebida. (ROSA; 2014).

A gestão estratégica é uma construção da teoria do empreendedorismo, pois as decisões estratégicas empregadas pelo empreendedor podem criar sustentabilidade firme ou produzir o fracasso da empresa. (ROSA; 2014). O gerenciamento estratégico envolve a criação e a moldagem de um futuro com um senso de direção, missão e intenção estratégica dentro de uma estrutura estruturada onde a estratégia é realizada. (BRASÍLIA; 2011). As decisões estratégicas incluem avaliar e determinar como as competências distintas da empresa devem ser exploradas como um modelo de negócios que cria valor e lucro para o empreendimento recém-formado em seu ambiente externo. Assim, pesquisas anteriores sobre o desempenho da empresa e a capacidade de sobrevivência de empreendimentos recém-formados defendem a importância do papel da tomada de decisão estratégica pelo proprietário da empresa no processo de planejamento de negócios e seleção da localização geográfica da empresa. (ROSA; 2014).

### **2.3 Planejamento de Negócios e Localização Geográfica da Empresa**

Os planos de negócios são uma ferramenta estratégica normalmente criada e formalizada na fase de arranque pelo empreendedor para analisar a viabilidade de criar uma entidade empresarial recém-formada, além de estruturar o processo de implementação e execução. (ROSA; 2014). Detalhados e bem escritos os planos de negócios também podem mitigar o risco de responsabilidade de novidade com empresas iniciantes; os empreendedores podem obter informações valiosas sobre seus respectivos produtos ou ofertas de serviços, indústria, concorrentes, partes interessadas, clientes, finanças e projeções, juntamente com as metas atuais de curto e longo prazo. (ROSA; 2014). Sendo que a análise *SWOT*, a ser incluída no plano de negócios, também pode coletar informações adicionais detalhadas sobre sua empresa e as barreiras existentes que viabilizam ou inviabilizam a sua entrada; um componente vital de qualquer plano de negócios que envolve a análise estratégica dos pontos fortes e fracos internos da empresa, versus as oportunidades e ameaças externas à empresa. (ROSA; 2014).

Como tal, observar essas informações pode ajudar o proprietário da empresa a identificar riscos e mitigá-los, tomando decisões estratégicas variando de estratégias de vendas e marketing, estratégias de diferenciação, estratégias de redução de custos e decisões de financiamento de capital. (ROSA; 2014). Os planos de negócios fornecem legitimidade para os emprestadores e empresas de capital de risco, no sentido de ajudar a estender o capital externo às empresas com base no conteúdo do plano de negócios revisado.

Rosa (2014) elenca tais aspectos:

- I. Os fatores que contribuem para o desempenho e o crescimento são: tamanho e idade do empreendimento;
- II. A importância da estratégia de negócios;
- III. As características empreendedoras do proprietário.

Especificamente, ter um plano de negócios foi considerado importante para o crescimento da empresa, e utilizado como um componente importante da estratégia de negócios. (BRASÍLIA; 2011). Da mesma forma, verificou-se que o planejamento e a estratégia de negócios tinham uma relação positiva com o desempenho da empresa e o crescimento de novos empreendimentos. (ROSA; 2014). Por outro lado, as empresas de serviços exploraram a qualidade de um plano de negócios, medida de acordo com a sua viabilidade econômica, financeira e organizacional, constitui um indicador confiável de sobrevivência do negócio. (ROSA; 2014). Rosa (2014) aponta que a formulação de um plano de negócios por si só não garante o sucesso, nem a qualidade de um plano de negócios quando avaliado de acordo com o interesse econômico, financeiro e de viabilidade comercial, nem constitui um bom predito para as chances de sobrevivência de novos empreendimentos.

Assim descobriu-se que um plano de negócios formal por si só não é significativo para o empreendedor quando nenhuma informação dos clientes é coletada. (ROSA; 2014). Nesse aspecto os afro empreendedores aumentam consideravelmente suas chances de sobrevivência nos negócios com um plano de negócios formalizado. A decisão estratégica de um empreendedor nascente afro-americano para formalizar um plano de negócios está positivamente associada à identificação das necessidades do mercado para melhor quantificar as

oportunidades. (ROSA; 2014). Da mesma forma, planos de negócios formalizados de empresas afro-americanas em andamento podem potencialmente reduzir o risco de restrições de capital de giro, enquanto posicionam a empresa para receber financiamento externo de empresas de capital de risco em direção ao crescimento firme, e utilizado como um componente importante da estratégia de negócios que financia empresas afro-americanas dentro de comunidades minoritárias. (BRASÍLIA; 2011).

Diferentes tipos de empresas requerem diferentes fatores locais para serem eficientes; a decisão estratégica de se localizar em uma área específica depende de como as características dessa área podem ajudar o trabalho autônomo e o crescimento da empresa, versus características de outros locais disponíveis que podem não ser propícios para apoiar o auto emprego e crescimento da empresa. (ROSA; 2014). Como resultado, os empreendedores precisam empregar decisões estratégicas baseadas no modelo de negócios da empresa para alinhar competências essenciais com oportunidades recém-apresentadas dentro de seu mercado geográfico escolhido. (BRASÍLIA; 2011).

A localização geográfica específica da empresa, que geralmente ocorre na fase pós-lançamento, desempenha um papel fundamental nas medidas de desempenho em relação ao crescimento e à sustentabilidade da empresa. (BRASÍLIA; 2011). Por estar em proximidade geográfica, próxima aos recursos disponíveis, redes, clientes e alianças da comunidade, a empresa pode compensar a responsabilidade da novidade pela velocidade de comercialização com produtos ou serviços sendo prestados. (ROSA; 2014).

Uma importante descoberta do estudo indicou uma maior incidência de trabalho autônomo positiva e fortemente correlacionada com a criação de negócios e inovação em áreas urbanas, mas não em áreas rurais. (BRASÍLIA; 2011). Os dados empíricos sobre o comportamento estratégico de pequenas empresas rurais em comparação com pequenas empresas urbanas se relacionam a tempos de condições econômicas difíceis (ROSA; 2014). Outra importante descoberta diz respeito à localização geográfica; empresas urbanas demonstraram uma resposta positiva em tempos econômicos difíceis em comparação com as empresas rurais.



Tal fato é devido a novos produtos ou serviços vendidos em novas áreas geográficas, vendidos a mais clientes existentes ou vendidos para novos tipos de clientes. (BRASÍLIA; 2011). Por outro lado, é necessário observar que os negócios nas áreas metropolitanas têm maior probabilidade de fracassar do que nas áreas rurais. De maneira semelhante, os empreendedores urbanos tendem a ser mais criativos devido à maior competição, porém os empreendedores urbanos aumentaram a chance de sobrevivência. (ROSA; 2014).

Nas comunidades afrodescendentes, as minorias predominantemente semelhantes são espacialmente concentradas. Os empreendedores afrodescendentes sugeridos pelos pesquisadores anteriores enfrentam uma combinação de correlações positivas e negativas em relação à ligação entre localizações geográficas urbanas e desempenho da empresa. (BRASÍLIA; 2011). Do ponto de vista positivo, a decisão estratégica de localizar geograficamente a empresa dentro de uma comunidade étnica predominantemente semelhante, pode criar oportunidades únicas de exploração por lucro, com base na oferta e demanda da comunidade étnica, assim a comunidade acaba sendo servida ao contrário de comunidades não étnicas adjacentes localmente, explorando assim tal nicho. (ROSA; 2014).

Além disso, o capital inicial necessário é mínimo para os empreendedores que atendem essas comunidades, devido às barreiras de entrada relativamente baixas em áreas como estética, barbeiros, lavagem de carros, restaurantes, treinadores esportivos e afins. (BRASÍLIA; 2011). No entanto, do ponto de vista negativo, a maioria dos empreendedores afrodescendentes que servem apenas como um fornecedor de nicho étnico permanecem pequenos devido à limitada base de clientes étnicos que atendem em sua comunidade. (ROSA; 2014). Além disso, os empreendimentos geralmente permanecem menos lucrativos devido aos salários mais baixos dos moradores desses bairros étnicos, que limitam o preço dos produtos e serviços vendidos aos consumidores na comunidade. (ROSA; 2014) Por fim, empresas de pequeno porte de propriedade afro-americana estão fortemente concentradas em locais residenciais negros que normalmente têm menor valor de propriedades e menos bens valiosos colaterais, contribuindo assim para o acesso limitado ao crédito bancário.

As análises de (ROSA, 2014) revelam quais estratégias e comportamentos os empreendedores afro-americanos precisam para alcançar a sustentabilidade dos negócios. Localmente essas descobertas podem provocar um aumento na entrada e sustentabilidade de empreendedores afro-americanos que poderiam ajudar ainda mais no crescimento econômico, auxiliando na compreensão dos principais constitutivos para o quadro conceptual sobre teoria do empreendedorismo no que diz respeito a:

- I. Características
- II. Motivações e intenções
- III. Gestão de recursos
- IV. Decisões estratégicas.

#### **2.4 As Condições do Afro Empreendedorismo**

Ao considerar a possibilidade de assessorar a criação de uma empresa, devemos conhecer os aspectos básicos e fundamentais do projeto de negócio, especialmente a ideia de negócio e as características das pessoas que querem começar. O que se deseja fazer ou produzir, e quais ferramentas para ajudar a acessar o mercado competitivo, o empresário (sabendo que o conhecimento do mercado corresponde ao empresário como a vontade de desenvolver a sua atividade) são os efeitos da estimativa antes do *start-up*; a receptividade que a ideia terá quando se tornar realidade. (SILVA; 2016).

Silva (2016) estabelece que definir o projeto para medir conhecimentos, habilidades e competências empresariais que foram anteriormente detectadas, precede a adaptação às possibilidades, seus recursos financeiros e a entrada no mercado de capacidade. A partir desse ponto inicial, inicia-se um processo no qual as pessoas empreendedoras deveriam estudar todo um conjunto de elementos ou fatores. O autor (SILVA, 2016) argumenta que esses fatores podem ser externos (concorrência e demanda) e internos (capital inicial e capacidade pessoal).

O ponto culminante da análise de todos os fatores que podem influenciar positiva ou negativamente a referida ideia é o plano de negócios, embora seja frequentemente apontado em todo projeto de criação de negócios. (SILVA; 2016). A

ideia de negócio é o objeto do negócio e veículo da atividade empreendedora, mas nunca uma razão válida para empreender. Dessa forma essas razões determinam a implementação real do projeto.

Silva (2016) elenca algumas das qualidades básicas dos empreendedores a serem levadas em consideração no nível psicológico:

- I. Confiança em si mesmo,
- II. Análise dos próprios medos
- III. Valor suficiente para correr riscos
- IV. Serenidade para enfrentar momentos difíceis
- V. Ambição e entusiasmo pelo projeto.

Já no que diz respeito às qualidades interativas do empreendedor o autor (SILVA, 2016) elenca:

- a) Capacidade organizacional,
- b) Capacidade de coordenação,
- c) Capacidade de gestão de equipe,
- d) Capacidade de motivar,
- e) Capacidade de tomar decisões,
- f) Capacidade de analisar a realidade, o ambiente e as suas necessidades,
- g) Capacidade de inovação e renovação constantes.

Os traços pessoais podem definir o futuro que um empreendedor pode ter, mas também é necessário não perder de vista o conhecimento do mercado e as ferramentas necessárias para moldar novas ideias. Uma das questões a serem consideradas é a mudança de paradigma que enfrentarão os que vão iniciar um empreendimento, haja vista o habitual é pensar em desenvolver um negócio com o esquema tradicionalmente utilizado para abrir negócios. (SILVA; 2016).

Hoje as condições do mercado mudaram, ao ponto de se abrir um negócio baseado primeiramente nas necessidades do cliente e depois no empreendedor. É por isso que o exercício de colocar-se no lugar da pessoa que se compromete é fundamental para um técnico que aconselhar uma empresa. E é por isso que às

vezes se utilizam tais recursos para colocá-los na dinâmica de desenvolvimento adequado de bons conselhos. (SILVA; 2016).

Ao iniciar a atividade comercial, o promotor do mesmo deve levar em conta ao lançar sua ideia negócios a análise do ambiente onde se desenvolverá. Para isso, eles terão que analisar em profundidade o mercado para o qual está interessado. (SILVA; 2016). Em particular, há uma série de fatores que qualquer novo empreendedor deve analisar e quais são as diretrizes que devem ser seguidas antes do plano de negócios como: (SILVA; 2016).

- a. Volume total do mercado: por outras palavras, o volume de negócios total do mercado em que atividade empresarial. É muito importante saber o tamanho dele e, assim, ser um caminho a dimensão da "peça" que podemos conquistar;
- b. Concorrentes: Número, tamanho, significa que eles têm. Vantagens que eles possuem, o que deve ser superado, anos que foram estabelecidos no mercado, produtos ou serviços que eles oferecem;
- c. Barreiras de mercado: Estabelecidas pelos próprios concorrentes ou pelas características do mesmo, por exemplo: regulamentos legais que impedem de abrir uma creche em qualquer lugar, sem as devidas autorizações e recomendações;
- d. Preços médios de mercado para o mesmo produto ou serviço. Então vamos saber quais preços, podemos oferecer a priori ou qual é o ponto de partida neste fator;
- e. Canais de distribuição e comercialização;
- f. Sistemas de promoção e publicidade utilizados pela concorrência;
- g. Consumidores: número, distribuição e motivos da compra;
- h. Onde a competição falha ou como podemos melhorar sua oferta.

No esquema tradicional herdado da economia de produção, a ideia era diferente e consistia em produzir; faça a oferta e espere que as pessoas comprem. Atualmente os administramos da economia de mercado necessitam identificar primeiramente o que as pessoas querem e depois produzir. (SILVA; 2016).

Sendo assim os empresários genuínos os motores do crescimento económico sustentável e da inovação na economia, as nações sob governança adequada e ambiente encorajador, podem fazer uma contribuição para o desenvolvimento socioeconómico do continente. (SILVA; 2016). No entanto, empresários, particularmente proprietária de Pequenas e Médias Empresas (PME), continuam a confrontar formidáveis desafios; isso se deve à nova realidade marcada pelo aumento das interações internacionais de negócios e interdependência socioeconómica e tecnológica, que afeta todos os países desenvolvidos e em desenvolvimento de economias em todo o mundo. (VILLAVERDE; 2014).

Isto, por sua vez, trouxe enormes complexidades ao conduzir negócios tanto a nível nacional como internacional. O impacto da massiva tecnologia nas descobertas e inovações é agora sentida em todos os lugares, incluindo na África. Infelizmente, os empresários das nações africanas não estão suficientemente conscientes fenómeno. (SILVA; 2016). Muitos deles continuaram a dedicar seu tempo e energia em um local limitado, reproduzindo estilos de negócios estáticos e de domínio que podem não garantir sua sustentabilidade e crescimento. (VILLAVERDE; 2014).

Silva (2016) afirma que as PMEs devem reagir estratégica e taticamente às demandas do ambiente de negócios global. A realidade desenvolvimentista do século XXI é um complexo de saltos socioculturais, económicos, políticos e tecnológicos e desafios intrincados. Durante os últimos 60 anos, foram observadas novidades empresariais extraordinárias e ocorrências frequentes de inovações tecnológicas. (SILVA; 2016).

Nesse interesse generalizado nos mercados emergentes e desenvolvimento global tecnológico rápido é razoável, a espera pela internacionalização vai continuar no aspecto do futuro. (SILVA; 2016). Devido ao florescimento de inovações extraordinárias e do progresso na tecnologia da informação, nosso planeta está se tornando cada vez menor a uma velocidade acelerada, pois em poucos minutos, qualquer evento perceptível pode ser divulgado em todo o mundo. (VILLAVERDE; 2014).

Empresas globalizadas continuam de fato a dominar o mundo e afetam praticamente todas as empresas, tanto em países em desenvolvimento quanto em países desenvolvidos. (VILLAVÉRDE; 2014). De fato, essa época da sociedade baseada no conhecimento e o aumento da integração global das economias nacionais, forçaram empreendimentos comerciais de todos os tamanhos a expandir seu alcance comercial e impacto além de seus domínios domésticos. (SILVA; 2016). O aumento da concorrência e a cooperação internacional não são contraditórios, e em vez disso, são complementares, contribuindo para o processo de criação de riqueza global e alcançando o desenvolvimento socioeconômico sustentável. (VILLAVÉRDE; 2014).

Devido a estes fenômenos de desenvolvimento, a comunidade empresarial mundial já não ignora o que a África pode conceder; os empreendedores africanos devem considerar seriamente expandir seu alcance comercial e seu impacto além de seus domínios domésticos. (SILVA; 2016). Dessa forma devem ser feitas antes que os outros estejam em seu nome e direito em seu quintal. O atual cenário global aumentou a concorrência em áreas como manufatura, finanças comerciais, construção e tecnologia, entre outras atividades empresariais. (SILVA; 2016). Por outro lado, também criou uma atmosfera de cooperação e parceria nos níveis macro e micro em empreendimentos comerciais, indústrias, países e agrupamentos regionais para o crescimento sustentável dos negócios. (VILLAVÉRDE; 2014).

O aumento da concorrência e a cooperação e parcerias entre países não devem ser vistas como cenários contraditórios, pelo contrário, os países africanos devem vê-los como complementos que contribuem para a criação de riqueza e a inovação empresarial. (SILVA; 2016). A nova realidade global é marcada por mudanças setoriais, reformas de políticas, maiores interações globais e maior influência de fatores econômicos e não econômicos. (FRANCO; 2006). Isso aumentou o papel multidimensional das empresas no ambiente de negócios internacionais; os empreendedores africanos precisavam perceber que as interações econômicas agora são preenchidas com maior ímpeto para os tratados interempresariais, bilaterais, regionais e globais, parcerias estratégicas de negócios e grandes mudanças de paradigma que tendem a fazer fundamentação técnico-econômica e sociocultural. (SILVA; 2016).

As empresas precisam se envolver ativamente no ambiente de negócios que está rapidamente se internacionalizando, promovendo parcerias estratégicas e cooperação em termos de subsidiárias, *joint ventures*, terceirização, *links* de importação e exportação; transferência de tecnologia e compartilhamento de negócios, entre outros. (VILLAVERDE; 2014). Segundo Villaverde (2014) estes são pré-requisitos obrigatórios para os empresários africanos, se eles estão determinados a permanecerem competitivos, vibrantes e sustentáveis. Como se sabe, cada vez mais países emergentes, incluindo nações africanas, estão em processo de transformar seu modo de economias baseadas no modo agrário para manufaturadas e dominadas por serviços. (SILVA; 2016).

Trata-se de um processo obrigatório para realizar transformações socioeconômicas fundamentais de acordo com os requisitos obrigatórios do ambiente de negócios e das interações econômicas ao redor do mundo. Por conseguinte, os empresários africanos devem participar ativamente em interações comerciais internacionais, a fim de gerir um negócio viável e sustentável. Como lar de mais de um bilhão de pessoas, o continente africano é o maior e mais dotado continente, com abundantes recursos humanos e naturais, juntamente com um clima conveniente à energia renovável. (SILVA; 2016).

Todos esses fatores competitivos podem ajudar o continente a se elevar a um dos centros econômicos vibrantes do mundo. Para explorar adequadamente o potencial econômico e aumentar a competitividade, os empresários africanos têm um papel fundamental a desempenhar. (VILLAVERDE; 2014). Devem se familiarizar com as dinâmicas de negócios regionais, continentais e globais, a fim de aumentar suas participações no ambiente de negócios internacionais. (SILVA; 2016). Atualmente as empresas são significativamente afetadas por fatores além de suas fronteiras, sendo assim os empresários africanos devem se conectar uns com os outros dentro e fora do continente. Interações econômicas e de negócios globalizadas e regionalizadas são necessárias mais do que nunca entre as partes interessadas africanas e contrapartes internacionais. (SILVA; 2016).

A maioria dos empreendedores africanos ainda dedica seu tempo e energia nos domínios do mercado local. (VILLAVERDE; 2014). Essa perspectiva estreita pode não garantir a sustentabilidade e o crescimento dos negócios, a falta de preparação para enfrentar com ousadia os negócios globais sendo, a realidade socioeconômica uma das causas da queda e morte prematura de muitos empreendimentos empresariais nativos do continente. (SILVA; 2016). Esta situação sombria deve ser radicalmente alterada no futuro por todos os meios, através de cooperação genuína e parceria que leve a resultados positivos para todos os envolvidos.

Espera-se que os empresários africanos contribuam para estes nobres objetivos, onde os setores econômicos modernos e produtivos da África são dominados por pequenas empresas. (SILVA; 2016). A maioria dos empresários africanos são proprietários de PME, e têm a responsabilidade final de alimentar as suas empresas, a fim de continuar a desempenhar um papel principal na promoção de uma tradição generalizada de inovação e empreendedorismo em todo o continente. (VILLAVERDE; 2014).

Outras partes interessadas incluindo os governos também devem contribuir com sua parte, já que as PMEs são potencialmente veículos de prosperidade econômica e competitividade inovadora de países desenvolvidos e em desenvolvimento. (SILVA; 2016). As PME africanas são agora vivamente afetadas pela crescente concorrência global; desafios em praticamente todas as áreas de negócio, incluindo manufatura, comércio, finanças, tecnologia, transporte e comunicação, gestão da informação, empreendedorismo, entre outras. Isto é em grande parte devido à atitude de inatividade dos empreendedores africanos. (SILVA; 2016).

Observa-se que os empresários africanos estão mais focados nos domínios do mercado, o que pode não lhes garantir sustentabilidade e crescimento em longo prazo, dado o atual negócio global que passa por momentos de turbulência. Além disso, eles não são tão desejados quanto ao importante impacto de tecnologia na sustentabilidade do negócio. (VILLAVERDE; 2014).



Os empreendedores africanos têm muitos desafios, pois operam em um ambiente economicamente menos propício ao desenvolvimento empresarial e mais propensos a imperfeições do mercado. (DOLABELA; 2002). Ainda, muitos deles têm consciência insuficiente das oportunidades nos mercados globais. (SILVA; 2016). Mas com suas condições atuais, eles precisam aumentar sua consciência da realidade global, todavia continuam a dedicar seu tempo integral e energia predominantemente em domínios limitados e locais que podem limitar a sustentabilidade e o crescimento de seus negócios. (VILLAVÉRDE; 2014).

Essa falta de visão e conscientização das oportunidades globais pode se tornar a principal causa do desempenho insuficiente em muitas de suas atividades comerciais. (SILVA; 2016). Portanto, os empreendedores africanos precisam se preparar para a busca contínua de oportunidades e inovações em negócios em todos os momentos e em qualquer lugar nesta época de turbulência nos negócios globais e incertezas marcantes. (TRUZZI e SACOMANO; 2007).

É claro que as oportunidades continuam a surgir em todos os aspectos da vida e das esferas socioeconômicas e tecnológicas em praticamente todas as partes da África e do mundo em geral. (SILVA; 2016). Infelizmente, muitos empresários e profissionais de negócios na África não estão conscientes da necessidade de se envolver seriamente no ambiente de negócios global e tomar as medidas e planos de ação necessários para garantir sua prontidão para capitalizar essas oportunidades de curta duração. (SILVA; 2016). Essa prontidão requer que eles se equipem com a tecnologia de conhecimento e as habilidades apropriadas para engajamento ativo no ambiente de negócios global. De fato, eles precisam conhecer a profundidade de suas familiaridades com a infinidade de terminologias relacionadas importantes como comércio global, exportação, diversidade, tendência econômica, regime econômico, cooperação comercial e comercial e mudança. (VILLAVÉRDE; 2014).

Os empresários africanos podem desempenhar um papel significativo no âmbito do comércio internacional, se eles estão determinados a esclarecer a si mesmos e entender claramente os detalhes do seguinte: regimes globais, contextos comerciais regionais e bilaterais de comércio e parcerias econômicas, configurações

socioeconômicas nacionais, industriais e ambiente de produtividade econômica, práticas corporativas de nível empresarial e metas de segmentação e esfera para a dinâmica dos negócios. (SILVA; 2016). Um profundo conhecimento destes pode ajudá-los a negociar os prós e contras de práticas de negócios bem sucedidos nas áreas de negócios potencialmente lucrativos do ponto de vista regional, continental e global. (TRUZZI e SACOMANO; 2007).

Segundo Silva (2016) os empresários devem saber que ser pronto para engajamento ativo em negócios internacionais, exige uma compreensão completa em se tratando de verificar os motivos para uma empresa se engajar ativamente para além de domínios locais, como uma empresa deve se internacionalizar, que atitudes e práticas a adoptar com sucesso, como os empresários devem se envolver em negócios internacionais e como a nova demanda de realidades do mundo em todos os níveis gerenciais se relaciona com o todo.

Silva (2016) identifica quatro graus ou níveis de envolvimento em negócios internacionais. O primeiro nível de envolvimento expresso em termos de participação é passivo nas relações de negócios e transações internacionais. Isso significa que uma empresa lida indiretamente por meio de uma terceira empresa. O segundo nível de envolvimento ocorre quando uma empresa lida com as fronteiras, estabelecendo escritórios de representação ou com a ajuda de agentes de comércio exterior, como os departamentos de importação e exportação com a missão exclusiva de supervisionar a negócios da empresa em questão. Já o terceiro nível de envolvimento em negociações internacionais é alcançado quando as empresas colocam um maior nível de importância para os negócios internacionais estrutura estrutural geral e estratégia de negócios. (SILVA; 2016). O quarto e último nível no processo de envolvimento de negócios internacionais é o chamado engajamento total as empresas nesse nível se consideram multinacionais.

Em outras palavras, as empresas devem ter estruturas organizacionais globais e atitudes gerenciais inclinadas a promover a internacionalização das operações de negócios. (SILVA; 2016). As atitudes dos empreendedores continuam sendo importantes para orientar os esforços e de participação nas operações comerciais internacionais. (SILVA; 2016).

A existência de uma atitude verdadeiramente internacional entre os empreendedores da empresa é importante na formação e determinação do grau de sucesso do empreendimento, na vital busca de oportunidades de negócios internacionais. (VILLAVERDE; 2014). O autor (SILVA; 2016) assim identificou três atitudes primárias entre empreendedores que estavam envolvidos em negócios internacionais em diferentes níveis e em diferentes tamanhos.

Sendo graus mais amplos: Etnocêntrico; Policêntrico, Geocêntrico, os empreendedores que adotam atitudes etnocêntricas veem países estrangeiros, culturas e até mesmo seu povo como inferiores ao seu país de origem. (SILVA; 2016). Acredita-se que as atividades do país de origem empresariais, práticas de gestão, cultura, organização, planejamento, de vestir, a linguagem é a melhor, e tentar impor suas atividades empresariais, vivendo e interagindo estilos, hábitos de trabalho, abordagens gerenciais e códigos de vestimenta no ambiente do país anfitrião. (VILLAVERDE; 2014). Os empresários com atitudes policêntricas são vistos por todos os países como sendo diferentes e difíceis de entender, e consideram a oportunidade de aprender e desenvolver ainda mais a sua perspicácia empresarial e de negócios para conseguir lidar com a realidade no terreno. (SILVA; 2016).

Sendo dispostos a deixar seus escritórios estrangeiros tomar decisões, acreditam firmemente que ao sediar os empresários do país, estes sabem sabe o que é melhor em seu próprio ambiente, em termos de inovação empresarial, língua, práticas governamentais, sistema político e heranças culturais. (SILVA; 2016). A terceira é a atitude geocêntrica e os empresários que têm essa atitude reconhecem sua persistência em tentar desenhar os métodos operacionais empresariais mais eficazes de qualquer lugar e a qualquer momento. (VILLAVERDE; 2014). Também se concentram totalmente em desenhar os mais qualificados para o maior alerta empreendedor e as melhores práticas gerenciais e operacionais para alcançar qualidade, eficiência, eficácia, inovação e vantagem competitiva contínua. (SILVA; 2016). A verificação da realidade revela que os empresários mostram graus variados de cada uma dessas atitudes, no entanto, é bom para as empresas se os empreendedores solapam a atitude etnocêntrica e endossam a atitude geocêntrica. (SILVA; 2016).

Dentro dos aspectos contextuais de melhor empreendedor, globalização, sofisticado e consumismo baseado personalizado, dinâmica de cultura, novas normas e de custo-benefício de desafios e oportunidades. (VILLAVÉRDE; 2014).

O envolvimento bem-sucedido no ambiente de negócios internacionais exige envolvimento ativo na tomada de decisões em cenários de incerteza. Pelo menos, o envolvimento deve cobrir as amplas áreas de recursos e mobilização de investimentos, mesmo em um ambiente de negócios rudimentar, aquisição de habilidades e talentos, transferência de tecnologias e habilidades de gerenciamento de risco. (SILVA; 2016). Os empreendedores africanos precisam saber que tudo isso exige o compromisso de tempo e recursos e os esforços conjuntos de todos os interessados nos níveis mega, macro, mezzo e micro, com semelhanças e com diferenças entre as nações. Como estudos anteriores revelam, existem inúmeros aspectos Positivos e Negativos, geralmente expressos em fatores de influência empresariais.

Assim seguem algumas implicações estabelecidas nesse processo como: tarifas de importação; procedimentos complicados e problemas regulatórios; escassez de recursos das empresas, incluindo perspicácia empreendedora e gerencial exigida e contatos internacionais limitados; falta dos motivos desejados para o crescimento e os motivos relacionados ao conhecimento para a internacionalização. (SILVA; 2016). Os fatores que influenciam a política dizem respeito ao envolvimento dos empresários africanos em negócios internacionais avançados, globalização econômica e comercial em comércio liberal e interações econômicas mundiais sobre as tendências rápidas de expansão da tecnologia da informação a nível global. (VILLAVÉRDE; 2014).

Globalmente a base rígida da expansão em relação à concorrência no mercado e popularização do *E-Commerce*, relaciona-se com a proliferação de empresas virtuais decrescentes no papel das grandes empresas e da síndrome do enxugamento, sempre crescentes em se tratando da diversidade de cultura e estilos de vida. (SILVA; 2016). A proliferação de *killer apps* e métodos novos e inovadores de interdependência de fatores para o envolvimento dos empreendedores africanos

nos Negócios Internacionais, identificou alguns problemas de implementação como: (TRUZZI e SACOMANO; 2007).

- a) A atitude das instituições reguladoras governamentais e públicas;
- b) Práticas administrativas deficientes;
- c) Corrupção e discriminação;
- d) Capacidades institucionais internas fracas;
- e) O sistema legal e judicial que rege as atividades comerciais internacionais.

Os empresários africanos nessa escassa orientação sobre os mecanismos de mobilização sem fronteiras de negócios, também se comportam como outro fator importante. (TRUZZI e SACOMANO; 2007). O grau de implicações diretas e indiretas de esforços de internacionalização exercidas pelos empresários africanos para o crescimento e sustentabilidade de seus empreendimentos de negócios têm criado disparidades significativas na confiança e eficácia das empresas. (VILLAVERDE; 2014). As implicações são situacionais e influenciadas por uma variedade de fatores internos e externos atribuídos às realidades econômicas, sociais, culturais, políticas ou ambientais. (TRUZZI e SACOMANO; 2007).

De acordo com Silva (2016), os empresários africanos precisam saber o fato fundamental de que são os principais responsáveis pela sua sobrevivência, viabilidade e progresso sustentável. Isto significa que a sua visão, competência estratégica e operacional, inovação empresarial, desenvoltura organizacional e de gestão, flexibilidade, uso hábil da tecnologia e performance superior, em grande parte determinam seu nível de envolvimento no negócio internacional. (SILVA; 2016). Também significa que eles devem melhorar seus atuais esforços nominais para ampliar suas atividades comerciais além do domínio local. A concorrência internacional, mesmo no mercado doméstico classicamente monopolizado, é rígida e os empreendedores em geral continuam enfrentando dificuldades para garantir sua participação no mercado de forma persistente. (SILVA; 2016). Decidir as ações necessárias para mudar essa abordagem tradicional é fundamental. Todas as partes interessadas nas capacidades públicas e privadas devem desempenhar um papel de apoio conjunto para melhorar a situação. (TRUZZI e SACOMANO; 2007).

A participação ativa em atividades de negócios exige internacionalmente dedicação e prontidão para enfrentar habilmente os desafios complexos, os empreendedores africanos são os principais responsáveis pela sua capacidade interna de satisfazer a grande quantidade de requisitos. (VILLAVERDE; 2014). Muitos empresários assumem inadequadamente que a realização de negócios internacionalmente envolve apenas atividades de importação e exportação. No entanto, como mencionado anteriormente, eles devem estar cientes de que as atividades comerciais internacionais também envolvem inúmeras outras atividades, a saber: investimento direto; parceria de negócios e joint ventures; consultoria; transferência de tecnologia e habilidade; participação em serviços de exploração e transporte de minérios; potencialmente, a África é provavelmente o continente mais rico da Terra. (VILLAVERDE; 2014).

Os empresários africanos devem estar na vanguarda na exploração do potencial e na construção de capacidades massivas em todos os setores socioeconômicos. As melhorias no desenvolvimento são processos contínuos que são necessários para que os países redobrem seus esforços para melhorar sua eficiência e eficácia para alcançar o desenvolvimento econômico sustentável. (TRUZZI e SACOMANO; 2007). Os empresários estão sempre ansiosos para impulsionar suas atividades de negócios local e internacionalmente, no entanto, o simples desejo não ajuda, é preciso planejamento e um olhar crítico sobre as oportunidades de negócio. (T, Ivan; 2007)

Em vez disso, tomar medidas concretas que eles deveriam manter-se a sua viabilidade e competitividade, rejuvenescendo a sua força, marginalizar sua fraqueza, explorar previsivelmente suas oportunidades e ameaças que possam evitar comer de potenciais rivais nos níveis locais e internacionais. (SILVA; 2016). Isso requer trabalho duro e esforços meticulosos em todos os aspectos. Eles também devem levar em consideração a importância de contratar gerentes e profissionais bem treinados, globalmente expostos e bem informados. (VILLAVERDE; 2014). Essa ação é obrigatória para engajamento ativo em negócios globais. Empreendedores coletivos e instituições acadêmicas podem colaborar na formação de profissionais qualificados que podem desempenhar um papel

catalisador no aprimoramento do envolvimento em atividades de negócios internacionais. (SILVA; 2016).

Isso significa que a comunidade empreendedora e as instituições acadêmicas e de treinamento devem estabelecer parceria e colaboração para produzir os jovens talentos desejados como atores importantes em relação aos esforços para aumentar o engajamento empresarial na internacionalização das atividades empresariais. (TRUZZI e SACOMANO; 2007). Os empresários africanos devem também esforçar-se por aprender e adaptar-se a culturas, formalidades, cortesias e outros valores socioculturais e estilos de vida desconhecidos de diferentes sociedades. (VILLAVÉRDE; 2014). Os empresários africanos devem ter a mente aberta para abraçar esses desafios para benefício mútuo; com o aumento da interação comercial globalizada significa mais desafios e mais oportunidades para os empresários realizarem negócios. (SILVA; 2016).

Uma maior competição internacional significa mais complexidade para as empresas locais, pois elas entram em uma disputa acirrada nos mercados internacionais. (TRUZZI e SACOMANO; 2007). Às vezes, a criação de um negócio pode ser perigosa, principalmente porque não é conhecida com profundidade, nem seus aspectos técnicos ou comerciais. Se assim for, é melhor não começar. (TRUZZI e SACOMANO; 2007). Um dos problemas que ocorrem quando se inicia um negócio é que existem muitas pessoas que são lançadas no *start-up* dessas empresas e podem ser recebidos com sérios aborrecimentos depois de serem feitos grandes investimentos que podem comprometer os próprios ativos ou de sua família. É uma irresponsabilidade séria pensar que o início de um projeto de negócios deve ser simples; a escolha do tipo de negócio a ser iniciado é o ponto de partida de qualquer projeto de negócios. (SILVA; 2016).

Em torno das ideias que os promotores inicialmente propõem uma série de ações que vão liderar, com o passar do tempo, a criação da empresa. A escolha da ideia é um fator importante, embora não seja o único no processo de criação de uma empresa, e deve ser analisado com atenção e cautela. (VILLAVÉRDE; 2014). Ao iniciar um projeto de negócios, a informação é o elemento mais valioso que podemos ter, mais até do que o dinheiro necessário para financiar uma ideia de

negócio. As informações verdadeiras sobre tendências econômicas de um país, um mercado, um produto ou um serviço é equivalente, a saber, antes a concorrência, o que acontecerá no futuro próximo. (T, Ivan; 2007)

Através de uma série de estudos, desenvolvidos no país e na UE na última década, verificou-se grupos de negócios ou atividades econômicas (os chamados locais de emprego) que respondem a necessidades específicas de nossa sociedade, uma sociedade que evoluiu rapidamente nos últimos vinte anos e, nos últimos oito anos sofreu uma grave crise econômica que gerou taxas de desemprego muito altas. (VILLAVERDE; 2014). Assim em termos de empreendedorismo, várias atividades conservam, dentro das dificuldades econômicas gerais, melhores perspectivas de crescimento e outras resistem melhor ao ataque da recessão. (VILLAVERDE; 2014).



### **3. METODOLOGIA**

Levando em consideração o que diz Stake (2011), a metodologia de pesquisa pode ser compreendida com relação a sua natureza, abordagem, objetivos e procedimentos de coleta de dados.

#### **3.1 Tipo de Pesquisa**

Dessa forma, para a realização deste trabalho foi utilizada uma metodologia de pesquisa de natureza básica, exploratória, com uma abordagem qualitativa, com procedimento descritivo e levantamento de dados de caráter bibliográfico e documental. Minayo (1993, p. 21-22) se refere à pesquisa qualitativa da seguinte forma: “Ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores, atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

Como a interpretação dos dados pelo pesquisador é o que determina o resultado da pesquisa qualitativa, é preciso que o pesquisador tenha cuidado ao escolher e adotar um quadro teórico, porém não pode se deixar influenciar exageradamente por ele a ponto de querer a todo custo que os resultados obtidos nele se encaixem, o que acarretaria que processos importantes fossem desconsiderados e a verdade científica obtida dessa forma se tornasse questionável. Encontrar a mediação entre a teoria escolhida e o respectivo estudo é um dos desafios do pesquisador nessa abordagem.

Nesse sentido, será realizado um levantamento bibliográfico com o intuito de promover um aprofundamento teórico, que auxilie na compreensão da temática. Foram utilizados livros, artigos, sites e documentos utilizando as palavras chaves “Empreendedorismo”; “Afro empreendedorismo”; e “Globalização” com os seguintes critérios de inclusão: Fontes bibliográficas completas, em português. Como critério de exclusão, não serão consideradas obras que não abarquem o tema descrito nas palavras chaves, ou que não estejam disponíveis na língua portuguesa ou inglesa.

### 3.2. Universo e Amostra

Desse ponto de vista a população e amostra relacionam-se da seguinte forma:

<b>Autor</b>	<b>Ano</b>	<b>Fonte</b>
BARROS, A. A. PEREIRA, C M. M. RAC.	2008	Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica.
BERNARDI, L. A.	2006	Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas.
ALMEIDA, A. S. M.	2013	Consumo e identidade: a produção para o consumo a partir dos insights dos empresários negros.
BOAVA, D. L. T.	2016	Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo.
SILVA, G. M.	2016	Empreendimentos sociais, negócios culturais: uma etnografia das relações entre economia e política a partir da Feira Preta em São Paulo.
ALBUQUERQUE, W. R.; FRAGA FILHO, W.	2006	Uma história do negro no Brasil.
BRITO, F.; WEVER, L.	2004	Empreendedores Brasileiros II: a experiência e as lições de quem faz acontecer.
OLIVA, A. R.	2010	Reflexos da África: ideias e representações sobre os africanos no imaginário ocidental. Estudos de caso no Brasil e em Portugal.
BACIC, M. J.	2020	Informações sobre o perfil dos empreendedores brasileiros. Empreendedorismo em economias emergentes: criação e desenvolvimento de novas empresas na América Latina e no Leste Asiático:
ROSA, A. R.	2014	Relações raciais e estudos organizacionais

		no Brasil.
VILLAVERDE, A.	2014	Afro empreendedorismo, um projeto revolucionário.
FRANCO, A.	2006	Por que precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável?
BAGGIO, F. A; BAGGIO, D. K.	2014	Empreendedorismo: Conceitos e Definições.
DOLABELA, F.	2002	Empreendedorismo, A viagem do sonho: Como se preparar para ser um empreendedor.
DORNELAS, J. C.	2001	Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.
DRUCKER, P. F.	1987	Inovação e Espírito Empreendedor.
ENDEAVOR BRASIL	2015	. Índice de cidades empreendedoras.
TRUZZI, M. S. O; SACOMANO, M. N.	2007	Economia e empreendedorismo étnico: balanço histórico da experiência paulista.
MUNANGA, K.	2000	Superando o Racismo na Escola.

### 3.3. Coleta e Tratamento dos Dados

A coleta de dados será pautada na revisão bibliográfica e documental e o tratamento dos dados será realizado a partir da análise das fontes bibliográficas selecionadas.

### 3.4. Limitações do Método

As suposições, limitações e delimitações reconhecidas dentro da pesquisa foram fundamentais para a objetividade e credibilidade do estudo, pois as suposições pessoais moldam o estudo realizado e não devem incluir preconceitos com base em suas próprias experiências.

#### **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO**

A partir da análise da bibliografia cotejada para esta pesquisa bibliográfica, foi possível estabelecer uma fundamentação sólida para realizar a análise do contexto atual do Afroempreendedorismo, seus desafios, limitações e possibilidades para o futuro.

Retomando as colocações de Barros e Pereira (2008), analisa-se a situação a partir de fundamentos básicos acerca de empreendedorismo, dos quais o Afroempreendedorismo não se distancia no que tange o aspecto metodológico e essencial. Segundo os autores, destacam-se uma série de requisitos referentes a identificação da predisposição para a orientação empreendedora, a saber, aspectos como uma boa percepção de riscos, inovação (frequentemente paralelo ao primeiro), a proatividade e o controle interno são características que, combinada aos demais aspectos necessários para a formação de uma organização empresarial, fazem-se importantíssimas.

Em concomitância, Bernardi (2006), tal como Almeida (2013) versa acerca dos fatores que representam a sobrevivência de um empreendimento, chamando atenção ao que diz respeito ao capital humano, isto é, funcionários, iniciativa coletiva entre pessoas e o conhecimento adquirido por estes indivíduos seja por meios formais e informais, bem como a própria experiência com o empreendedorismo e o trabalho.

Também destaca Boava (2016), que a proatividade, em sua argumentação, deve ser analisada sob escopo especial no que diz respeito a orientação empreendedora. Fatores pessoais frequentemente se traduzem como fatores relacionais, sendo assim, tendo os aspectos mais afortunados neste campo irão aferir positivamente na trajetória a ser trilhada na criação e, prolongadamente, no desempenho de uma empresa. Ademais, o autor constata que, na medida em que há um maior índice de sucesso e perpetuidade em empreendimentos de oportunidade do que de necessidade, pode-se confluir para a conclusão de que, de fato, a proatividade é um elemento chave a ser destacado dentre estes requisitos já importantes.

Todavia, somente traços de personalidade não se fazem suficientes, além destas noções tidas como “talento nato”, Silva (2016) destaca que no que diz respeito ao preparo necessário para o início de um empreendimento, estabelece-se que um projeto para mensura dos conhecimentos, habilidades e competências empresariais é mister para a futura adaptação do empreendimento as possibilidades que forem apresentadas fora do controle do empreendedor, sobretudo no que diz respeito aos recursos financeiros e condições mercadológicas. Uma vez feito isso, há um procedimento de estudo dos elementos e fatores externos (concorrência, demanda) e internos (capitais e fatores de personalidade).

Diante disso, o fator da experiência de trabalho se promove com veemência como fator de médio e longo prazo, para Almeida (2013) e Albuquerque e Fraga Filho (2006), no que tange os quesitos educação e ativos financeiros, há uma relação substancialmente mais positiva com períodos mais longos de trabalho autônomo, o que pode se traduzir no período de funcionamento de uma empresa. Experiência, não somente no trabalho como em qualquer outro aspecto da vida prática e intelectual, é altamente importante para aperfeiçoar e evoluir uma prática ou atividade.

Em concomitância com essa conceitualização, Albuquerque e Fraga Filho (2006) defendem que o treinamento empresarial e a formação continuada do empreendedor são misteres na solidificação das noções que fundamentam a base da organização, ademais, os autores destacam que, dentre os capitais a interferir na dinâmica entre o preparo e despreparo, ou melhor, sucesso e fracasso, fica evidente que o capital humano. Segundo Almeida (2013) a educação, em particular, desempenha um papel significativo no capital humano; é mais provável que um graduado universitário entre em um campo de alta barreira e altamente qualificado, mas com menor probabilidade de entrar em um campo de baixa barreira. Ademais, o autor citado destaca que, no que tange a formação acadêmica de estudantes afrodescendentes em Administração, os matriculados em faculdades e universidades com tradições negras ou influências etnológicas em seus programas de ensino, comprovou-se que tais estudantes apresentam uma maior motivação, confiança e, portanto, maior orientação para o empreendedorismo. Diante desta dinâmica, apresenta-se um aspecto que ficou evidente na literatura e será resgatado

frequentemente, que é o estabelecimento de uma relação entre contexto cultural e contexto do mercado.

Nisso, Brito e Wever (2004) e Oliva (2010) destacam a importância do reconhecimento da limitação das oportunidades para empreendedores afrodescendentes e que, muitas vezes, o desempenho e eventual fracasso das empresas está ligado ao processo, ainda em andamento, de superação do racismo e dos preconceitos étnicos, que na medida que impõe uma hierarquia social, tal imposição também reverbera na disponibilização de capital, recursos e oportunidades no mercado.

Tal afirmação corrobora com as contribuições de Albuquerque e Fraga Filho (2006) e de Almeida (2013), cujas argumentações apontam que a taxa de proprietários de empresas afrodescendentes que possuem um grau de ensino superior, bem como uma formação acadêmica mais elaborada, é minoritária, de modo que fica escancarado a desigualdade para acesso de formação e preparo. Quando tal informação é posta ao lado de argumentações defendidas pelos autores supracitadas, acerca da importância da educação empresarial no desempenho da empresa, impactando em seu sucesso ou fracasso, podendo intensificar as limitações e dificuldades na trajetória empresarial do empreendedor afrodescendente.

Diante disso, a literatura especializada aborda as noções acerca do Capital Social. A saber, segundo Boava (2016) o termo se refere a união de diversos grupos sociais e nichos a partir das habilidades e recursos dispostos pelo empreendedor, construindo laços, parcerias e relações (networking), podendo a extensão destas operar a nível local, nacional ou até internacional. Ademais, segundo o autor citado, o Capital Social, bem como estas variantes nos contatos e redes de fluxos são altamente importantes e impactam fortemente nas decisões primordiais para o início de um empreendimento, tecer uma boa rede de relações é imprescindível para começar com vantagem no mercado, ou ao menos longe de qualquer desvantagem. De acordo com Almeida (2013) e Albuquerque e Fraga Filho (2006), empresas neófitas alcançam consideráveis benefícios para o desempenho inicial na medida em que promove boas interações entre os capitais humanos e os recursos.

Nesta dinâmica, Boava (2016) afirma que, no que tange o Afroempreendedorismo neste contexto, constata-se uma maior recorrência de um empreendedorismo de baixa barreira e baixa renda, ou seja, estes empreendedores se encontram frequentemente limitados a interação com redes locais, evidenciando uma desvantagem acerca dos aspectos de recursos sociais. Para Almeida (2013) esta limitação pode ser relacionada a quesitos como a formação educacional e acadêmica, bem como uma pobreza em questões de experiências com empreendedorismo, representando uma disparidade ainda maior quando comparado com outros segmentos da sociedade que começam sob condições infinitamente mais favoráveis. Desta forma, empresas afrodescendentes se encontram frequentemente caracterizadas por suas limitações, tendo baixa renda e níveis mais baixos de experiência na gestão de vendas, pessoas e recursos, limitadas a um pequeno mercado regional, bem como acabando por orientar seus negócios para a noção de Necessidade aquém de Oportunidade.

Nisto, o autor supracitado argumenta a respeito das barreiras enfrentadas pelos afroempreendedores, destacando a notável influência de uma hierarquização social cuja essência se fundamenta em questões raciais e disparidades econômicas. Paralelamente, Boava (2016) aponta que neste sentido, há a falta do essencial, não se desenvolvem boas ideias de negócio sem que se constatem boas oportunidades e boas condições (ALBUQUERQUE e FRAGA FILHO; 2006; ALMEIDA; 2013)

Quando posto paralelo as questões acerca do capital social, a orientação empreendedora tem grande valor, permitindo a manutenção de empresas sustentáveis e pautadas no desenvolvimento (BACIC, 2020). Segundo Almeida (2013), no que se pensa acerca da influência cultural no contexto de empreendimentos, a conjuntura de um mundo desenvolvido e globalizado apresenta uma noção de Capital Social como posta ao lado de uma noção de Capital Cultural, deste modo, o papel central do Capital Cultural deve ser reconhecido nesta relação, visto que, como evidenciado na análise, a situação referente ao capital financeiro e humano das empresas afro é inegavelmente impactada por esta relação.

Por consequência, o Capital Financeiro, por ser aspecto chave, está fundamentando, segundo Albuquerque e Fraga Filho (2006), na motivação do

fracasso empresarial. Segundo os autores, as evidências apontam para a noção de que os afro empreendedores estão direcionados para a tendência de iniciar os projetos com menos capital financeiro, recorrendo a fontes alternativas, seja internas (capital próprio) ou externas. Na ocasião de recorrer ao capital externo na forma de empréstimos e financiamentos em vias de aplicar um empreendimento tende a gerar uma subcapitalização destas empresas (BOAVA, 2016). Portanto, fica estabelecido as diferenças entre riquezas e recursos que impactam negativamente no advento do Afroempreendedorismo (ROSA, 2014).

Deste modo, Rosa (2014) afirma que esta realidade influencia diretamente nas menores taxas de entrada de afroempreendimentos de alta barreira. O autor parte da hipótese do papel preponderante das condições financeiras e educacionais no hiato do Afroempreendedorismo. Diante disso, estes empreendedores recorrem a fontes alternativas de financiamento, dentre estas destacam-se as práticas de Boorstrap, consistindo em formas criativas de contornar estas sólidas restrições.

Resumidamente, existem um conjunto de fatores e condições que imperam sobre as chances de sucesso ou fracasso de um empreendimento, muitos estão sob controle do empreendedor, todavia, muitos não estão, ademais, para os afroempreendedores afere-se que as ferramentas necessárias para contornar estas dificuldades e, até certo ponto, as próprias condições de partida adequadas não se encontram plenamente disponíveis. Deste modo, a literatura especializada que foi cotejada nesta análise apresenta um cenário pouquíssimo favorável para estes empreendedores.

Contudo, Silva (2016) e Villaverde (2014) traçam um cenário em que há condições para uma superação destas limitações, segundo os autores, os recentes fenômenos de desenvolvimento, sobretudo no crescimento constante das relações online, fundamentam-se condições para a criação de uma pujante comunidade empresarial mundial que já não vê interesse ou vantagem em ignorar o que a África pode oferecer, diante disso o atual cenário globalizado promove um inédito aumento da concorrência em diversas esferas empresarias e setores de trabalho. Franco (2006) destaca uma tendência de mudanças políticas, de aspectos setoriais, econômicas e, por fim, interacionais.



Além da competitividade, também se constata uma atmosfera evidente de parceria, cooperação e crescimento coletivo como resultado em níveis tanto macro quanto micro. Diante disso, tal como aponta Silva (2016) e Villaverde (2014) a tendência deve se dirigir para a expansão do empreendedorismo afro para além dos mercados locais, pois há o aferimento do surgimento e crescimento de condições para a expansão de suas relações com as redes de fluxos.

## 5. CONCLUSÕES

Ao observar como se desenvolve o afro empreendedorismo, foi possível observar as principais características que uma pessoa empreendedora precisa ter para se tornar um empreendedor, bem como as motivações que podem levá-los para o desenvolvimento de um projeto próprio, como uma alternativa para trabalhar para os outros. Entre os principais requisitos para a constituição de uma empresa estão os recursos de informações econômicas, de mercado e, principalmente, ter uma ideia de negócio válida.

Por outro lado, verificou-se que o empreendedor deve possuir uma série de conhecimentos e habilidades, incluindo a capacidade de liderar, organizar e enfrentar novos projetos. Um empreendedor ou profissional deve reunir conhecimentos técnicos e, acima de tudo, conhecimento comercial de mercado onde irá operar para realizar uma análise técnica sobre a solidez formal da ideia de negócio que o ímpeto, a moral, o impulso e a fé com a qual nos deparamos viabilizem sua ação. Os principais fatores para um profissional ou empreendedor ter sucesso, e que posteriormente devem ser mantidos, residem na sua capacidade de se manter a par das necessidades de seus clientes, adaptar e até mesmo antecipar.

Ao longo do trabalho foi possível identificar as características de novos mercados, que são os que oferecem as maiores possibilidades de desenvolvimento para a atividade empreendedora, podendo ser adaptado a projetos de baixo investimento. Paralelamente foi observado que reconhecer as atividades profissionais ou de negócios mais exigidas atualmente e aquelas que vão ser no futuro imediato, é uma das suas tarefas mais importantes para ajudar com a fundação para um empreendedor.

Por outro lado algumas questões focadas nos empreendedores e o seu envolvimento em ambiente de negócios global, foram delimitadas. As Mudanças e dinâmica de desenvolvimento estão acontecendo todos os dias e todas as horas ao redor do globo. Empresários africanos expressam sua motivação de impulsionar as atividades de negócios local e internacionalmente, porém o simples desejo não é suficiente. É indispensável se preparar mais do que nunca para enfrentar os atuais e

os próximos desafios. Isso requer trabalho duro e esforços colaborativos em todas as frentes e em todos os níveis.

Como visto, o estoque mundial de conhecimento está atualmente dobrando a cada três anos. Os eventos observados remotamente estão inseridos no contexto do ambiente de negócios global. Assim os empresários africanos precisam expandir negócios em toda a África, distanciando-se da noção utópica das impossibilidades. Esta é uma era de tecnologia e informação que todas as partes interessadas precisam para capitalizar para o melhor desempenho socioeconômico. Assim as Instituições acadêmicas e de treinamento têm um papel fundamental para formar os futuros profissionais, que os empresários procuram desesperadamente para contratar em suas empresas, almejando internacionalizar as atividades de negócios.

O futuro continuará a trazer muitas surpresas e avanços em todos os aspectos da vida e em todos os aspectos econômicos e eventos não econômicos e marcas de terra em todo o mundo. Estes empresários precisam se envolver em todas as dimensões das realidades atuais e preparar-se para as realidades futuras, a fim de tornar o continente para um melhor lugar para se viver, com novas oportunidades de emprego e desenvolvimento social. (DORNELAS; 2001).

Acima de tudo, os empreendedores africanos precisam trabalhar juntos e colaborar com outras partes interessadas em todo o continente e além, a fim de impulsionar sua agenda de envolvimento nas rápidas interações empresariais globalizantes. Dessa forma essa pesquisa pode contribuir para uma mudança social positiva ao isolar estratégias e experiências específicas e significativas de empreendedorismo de proprietários de pequenas empresas afro empreendedoras. Essas descobertas podem fornecer orientações valiosas, contribuindo para aumentar a entrada e a longevidade dos empreendedores afrodescendentes, o recrudescimento de negócios afro-americanos estáveis pode contribuir para o aumento do crescimento econômico, redução da taxa de desemprego, oportunidades de orientação e redução do apoio à assistência do governamental.

Portanto, a questão de pesquisa abrangente para este estudo se pautou na análise de quais estratégias os empreendedores afrodescendentes precisam para

permanecer no negócio além de 4 anos, e os fatores que os possibilitaram alcançar a sustentabilidade e o sucesso nos negócios.

### **5.1 Sugestões para Futuras Pesquisas**

Isto posto, faz-se importante que, a partir das análises realizadas acerca da situação destas empresas, algumas possibilidades para o futuro da literatura especializada sejam elaboradas e refletidas, mesmo que em caráter preliminar.

Neste sentido, destaca-se que a elaboração de um estudo comparativo entre diversas realidades regionais nas quais o Afroempreendedorismo vem se desenvolvendo. Assim, sustenta-se a hipótese de que a análise de cada caso específico possa não somente efetuar em um conhecimento mais amplo deste desenvolvimento, como também oferecer noções específicas de cada caso, evidenciando aspectos a serem emulados ou evitados, salvo as características regionais específicas que impactam nos aspectos culturais, sociais e estruturais de determinadas amostras.

Outra temática análoga a fenomenologia do Afroempreendedorismo está relacionada com o crescimento constante das redes sociais e envolve a criação e implementação de grupos em redes sociais, como Twitter, Facebook e Instagram formados com o intuito de promover uma rede de conectividade entre Afroempreendedores, intensificando as trocas e interações entre empresas e, mais importante para a superação das limitações, expandindo estas redes para além das fronteiras do mercado local e da orientação empreendedora das vias de Necessidade para as vias de Oportunidade. Deste modo, analisar estes casos e, a certo ponto, objetivar a comprovação de seu contributo para o desenvolvimento destas empresas apresenta o potencial para uma pesquisa com viés interessante.

## 6. REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, W. R.; FRAGA FILHO, W. **Uma história do negro no Brasil**. Salvador: Centro de Estudos Afro-Orientais; Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2006.

ALMEIDA, A. S. M. **Consumo e identidade: a produção para o consumo a partir dos insights dos empresários negros**. In: NOGUEIRA, J. C. (Org.). Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21. Florianópolis: Atilênde, 2013.

BACIC, M. J. **Informações sobre o perfil dos empreendedores brasileiros. Empreendedorismo em economias emergentes: criação e desenvolvimento de novas empresas na América Latina e no Leste Asiático: resumo**, Banco Interamericano de Desenvolvimento. Disponível em: BID.<http://www.iadb.org/sds/sme>. Acesso em: 05 de julho de 2020.

BAGGIO, F. A; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Rev. De Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 2014.

BARROS, A. A. PEREIRA, C M. M. **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica**. RAC, Curitiba, 2008.

BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos , estratégias e dinâmicas**. São Paulo,Atlas,2003. XIII SIMPEP - Bauru, SP, Brasil, 06 a 08 de novembro de 2006.

BOAVA, D. L. T. **Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Londrina. Londrina: UEL, 2016.

BRASÍLIA. Ministério da Educação. Secretária de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade. **História do negro no Brasil / Sharyse Piroupo do Amaral**. Salvador: Centro de Estudos Afro Orientais. 2011.

BRITO, F.; WEVER, L. **Empreendedores Brasileiros II: a experiência e as lições de quem faz acontecer**. São Paulo: Negócio Editora, 2004.

DOLABELA, F. **Empreendedorismo, A viagem do sonho: Como se preparar para ser um empreendedor**. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2002.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

ENDEAVOR BRASIL. **Índice de cidades empreendedoras**. 2015. Disponível em: <https://endeavor.org.br/ambiente/indice-cidades-empreendedoras-2015/> Acesso em: 06 de julho de 2020.

FRANCO, A. **Por que precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável?** Brasília: Instituto de Política, 2000. XIII SIMPEP - Bauru, SP, Brasil, 06 a 08 de novembro de 2006.

LUDKE, M.; ANDRÉ, E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** São Paulo: EPU, 1996.

MINAYO, M.C. S. **Pesquisa social: teoria, métodos e criatividade.** 21. ed. Petrópolis: Vozes, 1993.

MUNANGA, K. (Org.). **Superando o Racismo na Escola.** Brasília: Ministério da Educação. Secretaria de Ensino Fundamental. 2000.

OLIVA, A. R. **Reflexos da África: idéias e representações sobre os africanos no imaginário ocidental. Estudos de caso no Brasil e em Portugal.** Goiânia: Editora da PUC-GO, 2010.

ROSA, A. R. **Relações raciais e estudos organizacionais no Brasil.** Revista de Administração Contemporânea. Rio de Janeiro, 2014.

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

STAKE, Robert E. **Pesquisa qualitativa: estudando como as coisas funcionam.** Porto Alegre: Penso, 2011.

TRUZZI, M. S. O.; SACOMANO, M. N. **Economia e empreendedorismo étnico: balanço histórico da experiência paulista.** Rev. adm. empresas. São Paulo, Junho, 2007.

VILLAVERDE, A. **Afroempreendedorismo, um projeto revolucionário.** Sul 21, 2014. Disponível em: <https://www.sul21.com.br/colunas/adao-villaverde/2014/04/afroempreendedorismo-um-projeto-revolucionario/>. Acesso em 20 de novembro de 2018.