



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

BIANCA ARIEL XAVIER COSTA

AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO: FATORES
QUE MOTIVAM A INTENÇÃO EMPREENDEDORA NA
GRANDE ARACAJU

São Cristóvão
2026

BIANCA ARIEL XAVIER COSTA

**AFROEMPREENDEDORISMO
FEMININO: FATORES QUE MOTIVAM A
INTENÇÃO EMPREENDEDORA NA
GRANDE ARACAJU**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel em Secretariado Executivo**.

Orientador: Profº Dr. Diego Fiel Santos.

São Cristóvão
2026

BIANCA ARIEL XAVIER COSTA

**AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO:
FATORES QUE MOTIVAM A INTENÇÃO
EMPREENDEDORA NA GRANDE
ARACAJU**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Secretariado Executivo.

São Cristóvão, 06 de fevereiro de 2026.

Banca examinadora

Diego Fiel Santos - Orientador _____
Doutor em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Universidade Federal de Sergipe

Flávia Lopes Pacheco _____
Doutora em em Educação pela Universidade Federal de Sergipe.
Universidade Federal de Sergipe

Augusto Cesar Vieira Dos Santos _____
Mestre em Desenvolvimento E Meio Ambiente pela Universidade Federal de Sergipe.
Universidade Federal de Sergipe

A Deus, à minha família e aos meus amigos,
que sempre me incentivaram, de forma direta
e indireta. Amo vocês!

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço ao poderoso Deus, por estar comigo durante todos os momentos nesta caminhada acadêmica, por dar-me sabedoria, inteligência, forças, estratégias, coragem, por suprir minhas necessidades e por fim me conduzir até a vitória, enfrentando todos os desafios durante o percurso. A minha mãe, um carinho especial, por todo incentivo, pela confiança, suporte ao levar e buscar no ponto de ônibus todos dos dias, de maneira constante e incansável, por me ensinar a enfrentar as dificuldades com muita fé, sorriso no rosto e alegria no coração, por não se acomodar em aceitar o mínimo, sendo que posso fazer o meu máximo e melhor. Ao meu amigo e esposo Diego, o qual me fortaleceu também para que eu pudesse chegar até o final com êxito, por todo apoio, compreensão, suporte e carinho. Aos meus irmãos, que me incentivaram e me inspiraram a começar e terminar com sucesso, essa realização também dedico a vocês, com todo meu coração. Essa vitória é para vocês também, pois somente nós sabemos de todas as dificuldades que enfrentamos diariamente. Ao meu pai (in memoriam), minha gratidão por herdar a expertise, vontade de empreender, a procurar solução e fazer o melhor com o que temos. A minha avó (in memoriam) dedico minha força e resiliência por todas as lutas enfrentadas até hoje, sorrindo e com esperança de viver dias melhores. Gostaria de estender meu agradecimento ao meu orientador, Prof. Dr. Diego Fiel, seu suporte, acolhimento, sabedoria, incentivo e presteza foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho. Agradeço aos demais professores que me acolheram e incentivaram de alguma forma, acreditando no meu potencial, compartilhando seu conhecimento e dedicação. Destarte, gratidão aos meus amigos e colegas, que de alguma forma contribuíram para a conclusão da graduação, tornando-me mais forte e resiliente. Gratidão a Excelência Jr., SerJúnior e MEJ, que me fizeram descobrir mais ainda meu potencial empreendedor, expandindo exponencialmente meu conhecimento, através de diversos desafios, metas, eventos e projetos, ampliou minha visão quanto às oportunidades do mercado de trabalho e sobre uma verdadeira liderança. Por fim, o apoio de cada pessoa foi inestimável ao longo deste trabalho, e resta apenas minha singela gratidão.

É dia de Sol, mas o tempo pode fechar
A chuva só vem quando tem que molhar
Na vida é preciso aprender, se colhe o bem que plantar
É Deus quem aponta a estrela que tem que brilhar
Erga essa cabeça, mete o pé e vai na fé
Manda essa tristeza embora
Basta acreditar que um novo dia vai raiar
Sua hora vai chegar.

(Xande de Pilares)

COSTA, Bianca A. X.. **Afroempreendedorismo Feminino: Fatores que Motivam a Intenção Empreendedora na Grande Aracaju**. Orientador: Diego Fiel. 2026. f. Monografia (Bacharelado em Secretariado Executivo) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2026.

RESUMO

O presente trabalho de Conclusão de Curso buscou verificar, identificar, compreender e analisar se as informações convergem ou divergem, de acordo com as experiências práticas de algumas afroempreendedoras da região Metropolitana de Aracaju, visto que o empreendedorismo feminino vem crescendo, garantindo e fortalecendo as realizações das mulheres como concretização profissional. Dessa forma, a pesquisa foi do tipo qualitativa, de caráter descritivo, por meio de entrevistas semiestruturadas com 10 empreendedoras negras, sendo o instrumento de coleta de dados uma entrevista, aplicada de modo online/presencial para essas afroempreendedoras da Grande Aracaju. Os resultados apontam que enquanto empreendedoras enfrentam dificuldades diversas, dentre elas a conciliação de trabalho produtivo, trabalho reprodutivo, ausência de crédito facilitado para expandir o negócio, além da falta de rede de suporte, gestão financeira e gestão emocional. Contudo, apesar de todos os obstáculos, elas ainda se sentem motivadas a continuarem devido suas necessidades financeiras e realizações de sonhos e objetivos.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino, Afroempreendedorismo Feminino, Negócio, Barreiras e Oportunidades.

COSTA, Bianca A. X.. **Afroempreendedorismo Feminino: Fatores que Motivam a Intenção Empreendedora na Grande Aracaju**. Orientador: Diego Fiel. 2026. f. Monografia (Bacharelado em Secretariado Executivo) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2026.

ABSTRACT

This Undergraduate Thesis sought to verify, identify, understand, and analyze whether information converges or diverges according to the practical experiences of several afro-entrepreneurship in the Aracaju Metropolitan Area, given that female entrepreneurship has been growing, ensuring and strengthening women's achievements as professional fulfillment. Accordingly, the research was qualitative and descriptive, conducted through semi-structured interviews with 10 Black female entrepreneurs. The data collection instrument consisted of interviews conducted both online and in-person with these entrepreneurs in Greater Aracaju. The results indicate that, as entrepreneurs, they face various difficulties, including the reconciliation of productive and reproductive work, a lack of accessible credit to expand their businesses, and a lack of support networks, financial management, and emotional management. However, despite all obstacles, they remain motivated to continue due to financial necessity and the pursuit of their dreams and objectives.

Keywords: Female Entrepreneurship, Female Afro-entrepreneurship, Business, Barriers and Opportunities.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1	Principais tipos de empreendedorismo no Brasil.....	15
Gráfico 1	Evolução das taxas de empreendedorismo total por sexo - Brasil - 2019:2024.....	16
Quadro 2	Taxa de motivação para empreender, por sexo, segundo oportunidade e necessidade.....	17
Quadro 3	Taxa de percentual da população feminina segundo o “sonho”.....	18
Gráfico 2	Evolução do percentual da população que tem o “sonho” de ter o próprio negócio Brasil - 2019:2024.....	19
Quadro 4	Taxa de Percentual de Empreendedoras Segundo a Escolaridade....	20
Quadro 5	Taxa de Percentual dos Empreendedores Segundo o Sexo.....	20
Quadro 6	Taxa de Percentual das Empreendedoras Segundo a Cor/Raça.....	21
Quadro 7	Perfil das entrevistadas.....	26
Quadro 8	Perfil das entrevistadas.....	27
Quadro 9	Perfil do empreendimento.....	29
Quadro 10	Respostas da questão 7.....	30
Quadro 11	Respostas das questões 8, 9 e 10.....	31
Quadro 12	Respostas da questão 11.....	34
Quadro 13	Respostas das questões 12 e 13	35
Quadro 14	Respostas das questões 14 e 15	37
Quadro 15	Respostas da questão 16	38
Quadro 16	Respostas da questão	39
Quadro 17	Respostas das questões 18 e 19	41

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1	EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	12
2.2	AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO.....	21
3	METODOLOGIA	24
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	27
5	CONCLUSÃO	43
	REFERÊNCIAS	43
	APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA	46
	APÊNDICE B - GUIA PARA EMPREENDEDORAS	48

1 INTRODUÇÃO

O afroempreendedorismo feminino desponta como um dos fenômenos mais promissores para a construção de um Brasil mais justo, plural e criativo. Ele rompe com lógicas coloniais, desloca centralidades e propõe novas formas de existência, de economia e de relações humanas.

Entretanto, para que esse movimento alcance estabilidade e expansão, é necessário o enfrentamento das desigualdades estruturais. Isso inclui o reconhecimento oficial do afroempreendedorismo como segmento estratégico dentro das políticas públicas de fomento, a redistribuição de recursos e a valorização da economia dos afetos e da ancestralidade (Jesus, 2023).

Empreender é um ato político para a mulher negra. É construir autonomia em uma sociedade que historicamente tentou silenciá-la. É também um caminho para reescrever o futuro com liberdade, dignidade e potência criativa.

Embora o afroempreendedorismo feminino seja um fenômeno nacional, ele possui características distintas em diferentes regiões. No Norte e Nordeste do Brasil, o elo entre ancestralidade, território e economia é ainda mais evidente. Jesus (2023) aponta que empreendedoras dessas regiões frequentemente atuam com saberes tradicionais de matriz africana e indígena, como benzimentos, fitoterapia, culinária afro-baiana e artesanato ritualístico.

As mídias sociais são, hoje, as principais vitrines e canais de comunicação para afroempreendedoras. Plataformas como Instagram e TikTok permitem que essas mulheres construam suas marcas de forma independente, humanizada e com linguagem própria. Lima (2022) argumenta que as redes sociais democratizaram o acesso ao mercado e tornaram possível a construção de negócios de nicho com alcance nacional e internacional.

As afroempreendedoras brasileiras são agentes de transformação: criam produtos com valor simbólico, reconfiguram o mercado, empoderam suas comunidades e constroem novas narrativas para a mulher negra na sociedade.

Entretanto, para que esse ecossistema floresça de forma plena e sustentável, é imprescindível que o Estado, as universidades e o setor privado reconheçam o valor estratégico e cultural do afroempreendedorismo feminino e criem instrumentos de apoio concretos e reparadores.

Sendo assim, esta pesquisa buscou resposta para a seguinte problemática: Quais os fatores que motivam a intenção do afroempreendedorismo feminino na Região Metropolitana de Aracaju?

Além disso, a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar quais os fatores que motivam as mulheres negras a empreenderem na Grande Aracaju. Sendo assim, os objetivos específicos foram:

- Verificar o contexto do afroempreendedorismo feminino na Grande Aracaju;
- Identificar e compreender os desafios, as oportunidades e estratégias de sobrevivência apontadas por empreendedoras negras da grande Aracaju;
- Elaborar um guia de orientação para auxiliar as empreendedoras negras.

Apesar do crescimento e da visibilidade do afroempreendedorismo feminino, o cenário institucional brasileiro ainda apresenta barreiras estruturais significativas.

Sendo assim, o relatório do Monitor de Empreendedorismo Global (GEM 2024) traz algumas informações sobre as motivações, perfil das empreendedoras, dificuldades e objetivos sobre sua atuação no Estado de Sergipe. Dessa forma, esta pesquisa almeja analisar se as informações convergem ou divergem, de acordo com as experiências práticas de algumas afroempreendedoras da Região Metropolitana de Aracaju.

Além disso, a autora deste estudo é uma afroempreendedora ativa em um pequeno negócio inicial, o que torna um saber prático a esta pesquisa, fornecendo valiosos conhecimentos sobre as oportunidades e desafios enfrentados diariamente na realidade.

Por fim, as dificuldades em realizar seus sonhos, criar seus filhos, adquirir seus bens, através de uma renda simples e básica (salário mínimo ou até menos), a falta de reconhecimento onde trabalha, a falta de oportunidade

de crescimento e a desigualdade salarial também podem ser fatores que influenciam a iniciativa da prática afroempreendedora.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Conceituar pontualmente o termo empreendedorismo torna-se algo complexo, devido sua seus diversos pontos que devem ser considerados, mas de acordo com Dornelas (2007) podemos conceituar como o ato de criar (ou dar seguimento) a um negócio, visando lucro, não se contentando com a mesmice, inserindo inovação, criatividade, estratégias e comprometimento, em busca de resultados positivos e obtenção de um negócio bem sucedido.

Não há somente um tipo de empreendedor, como um exemplo-padrão, pois é uma tarefa difícil rotular, sendo algo que qualquer pessoa pode tornar-se.

Quando paramos para pensar em grandes nomes de referências no empreendedorismo brasileiro, logo vem a lembrança de Luiza Helena Trajano (Magazine Luiza), Abílio Diniz (Grupo Pão de Açúcar), Silvio Santos (SBT), Alexandre Tadeu da Costa (Cacau Show), Zica Assis (Instituto Beleza Natural), porém eles não pertencem a tipo padrão de empreendedor, pois cada um teve seus pontos que o influenciou de alguma forma a empreender. Dessa forma, segundo Dornelas (2007) existem 8 tipos de empreendedores, sendo eles:

Tipo 1 - O Empreendedor Nato (Mitológico) - Os mais renomados e admirados costumam ter trajetórias excepcionais, muitas vezes iniciando sem grandes recursos e construindo verdadeiros impérios. Desde jovens, desenvolvem habilidades de negociação e vendas. São pessoas visionárias e otimistas, sempre à frente de seu tempo, dedicando-se integralmente à realização de seus sonhos. Seus principais valores e inspirações vêm da família e da religião, e, com o tempo, eles próprios se tornam referências para os outros. Quando questionados sobre suas maiores influências, frequentemente mencionam pais, mães ou parentes próximos, embora alguns não tenham um modelo específico a seguir.

Tipo 2 - O Empreendedor que Aprende (Inesperado) - É simplesmente a pessoa que encontrou uma oportunidade de negócio e decidiu mudar de carreira dando seguimento ao próprio negócio, mesmo demorando para encarar a nova carreira quando alguém o convida, ou quando percebe ser a única alternativa. Nunca almejou ser empreendedor, assumir riscos, e se comprometer com grandes metas.

Tipo 3 - O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios) - É aquele que tem paixão pelo ato de empreender, e pelas empresas que idealizou. Não é paciente para aguardar ficando à frente até que seu novo negócio transforme-se em uma grande organização, pois escolhe se envolver na criação de algo novo, com novos desafios e aventuras. Resume-se com a frase “tempo é dinheiro”. Na maioria das vezes tem diversas habilidades como: motivar o time, montar equipes, captação de recursos. Ter várias histórias de fracassos é algo comum, devido seus diversos negócios.

Tipo 4 - O Empreendedor Corporativo - São competentes comunicadores e vendedores de ideias. Trata-se de grandes executivos com muita competência, desenvolvimento gerencial, conhecem muitas ferramentas administrativas, têm foco nos resultados para expandir no mundo corporativo, precisam saber lidar com a autonomia limitada, pois nunca possuem um caminho livre para percorrer, e assim ampliam suas estratégias de negociação. Amam network tanto dentro quanto fora da empresa. Caso criem um negócio próprio inicialmente podem sofrer um impacto devido a limitação de recursos corporativos.

Tipo 5 - O Empreendedor Social - Tem um desejo gigante de construir um mundo melhor para as pessoas, criando oportunidades acessíveis, cercar-se de causas humanitárias com um singular comprometimento. A grande diferença dos demais empreendedores é que sua realização é quando seus resultados são obtidos para os outros e não para si próprio. Tem um papel social muito importante, pois através de seus projetos cumpre papéis que não são priorizados pelo poder público. Não deseja construir patrimônio financeiro, pois opta por partilhar seus bens para criar um mundo mais igualitário.

Tipo 6 - O Empreendedor por Necessidade - Criar seu próprio negócio por ser a única opção que lhe resta, iniciando com negócio informal, executando tarefas simples, fornecendo serviços e obtendo pouco lucro. Apesar de ser uma iniciativa não contribui para o desenvolvimento econômico, pois são vítimas do modelo capitalista atual, devido não ter acesso a recursos, mínimas estruturas para empreender, à educação. As simples iniciativas com pouca inovação não contribuem com tributos fiscais e expandem as estatísticas, sendo assim um problema social.

Tipo 7 - O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar) - O famoso herdeiro que desde jovem já possui a missão de dar seguimento ao império de sua família. Mesmo com desejo de fazer sucessão e mudar as regras do jogo, ou sendo conservador, o herdeiro atualmente se encontra em posição de conselheiro da administração e não de executivo administrador, devido a estrutura de governança corporativa, sendo o seu maior desafio multiplicar seu patrimônio adquirido (algo difícil). Com isso, decidem optar por capacitações, qualificações, novas estratégias e pessoas a altura dos cargos, não utilizando apenas como base a experiência e sucesso dos antecessores.

Tipo 8 - O “Normal” (Planejado) - O que “faz a lição de casa” utilizando o planejamento, recorrendo a riscos menores, buscando sempre seus próximos passos do negócio, sendo visionário, atuando com metas. O empreendedor normal é o mais cobiçado como modelo a ser seguido, mas na prática ainda não é representado pela maioria dos empreendedores.

Sabendo-se que, além dos tipos de empreendedores, também temos os tipos de empreendedorismos, que variam com suas especificidades e segmentos. De acordo com o SEBRAE (2024), o empreendedorismo vem crescendo constantemente no Brasil, e se tratando do termo “empreendedorismo”, é algo muito amplo e que permite diversas possibilidades dentro de um negócio. Sendo assim, o quadro 1 abaixo mostra um pouco da variedade do empreendedorismo, dentre seus diversos tipos.

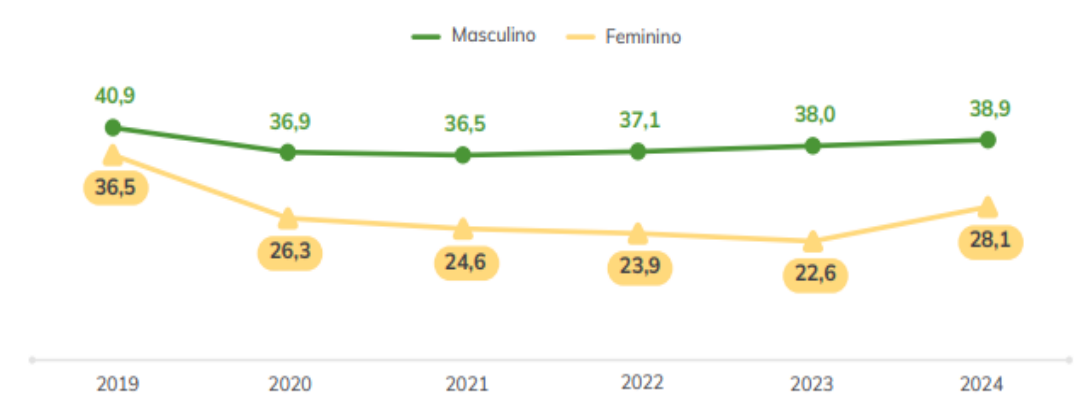
Quadro 1 – Principais tipos de empreendedorismo no Brasil

Tipo De Empreendedorismo	Conceito
Individual	Criação de uma empresa sem a inclusão de um ou mais sócios.
Informal	O negócio não é registrado nos órgãos competentes.
Social	Ações por outras pessoas, sem visar lucro prioritário.
Feminino	Mulheres que criam e/ou gerem seu negócio.
Por Necessidade	Iniciado pela falta de empregos para prover o sustento familiar.
Inclusivo	Visa a equidade de oportunidades para grupos sub-representados.

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2024).

O empreendedorismo feminino vem crescendo cada vez mais (como mostra no gráfico 1 abaixo), e garantindo seu espaço na sociedade, com o objetivo de gerar renda fixa, variável, realização de sonhos, oportunidades de trabalho e fortalecendo as realizações das mulheres como concretização profissional.

Gráfico 1- Evolução das taxas de empreendedorismo total por sexo - Brasil - 2019:2024



Fonte: GEM Brasil (2019 a 2024).

Apesar de que, ainda seja grande a burocracia, os desafios e a tentativa de conciliação das múltiplas tarefas rotineiras, as mulheres têm buscado o autodesenvolvimento através de diversas capacitações, estratégias, eventos de negócios, networks, parcerias, dentre suas diversas habilidades em solucionar problemas.

Segundo Duarte, Fernandes (2019), independentemente do crescimento das empreendedoras, ainda há ausência de oportunidades, preconceitos, abundância em burocracias, desafios que as impossibilitam a evoluir seus negócios, além do mais, é necessário lidar constantemente com o medo de fracassar, de não ser suficiente e isso ultrapassa os aspectos tanto econômicos, quanto culturais, políticos e estratégicos.

De acordo com o quadro 2, do GEM (2024) a taxa feminina de iniciativa para empreender segundo a oportunidade versus a necessidade, é de 48% cada, porém a coleta de dados não separa as empreendedoras branca das negras, e por isso pode haver uma taxa diferencial entre cor/raça. Além disso, mostra que quanto a comparação entre mulheres e homens, os homens apresentam que possuem mais oportunidade para empreender e uma necessidade menor.

Quadro 2 - Taxa de motivação para empreender, por sexo, segundo oportunidade e necessidade

	Feminino	Masculino
Oportunidade	48,0	57,6
Necessidade	48,9	41,1

Fonte: Adaptado de GEM Brasil, 2024.

De acordo com Sousa, et al., (2016) argumentam que não é mais mérito tradicional masculino a competência de produzir e administrar bens e fortunas, devido às mulheres terem uma visão ampla junto aos sentimentos naturais. A mulher tem a capacidade de observar as oportunidades e implantar melhorias, novas ideias, montar negócios para suprir a carência e demanda que está no mercado em diversos segmentos.

De conformidade com Cury (2004) quando as pessoas não têm sonhos, as perdas tornam-se momentos insuportáveis, fazendo com que os pequenos obstáculos na trajetória, transforme-se em gigantes rochas, e por fim os fracassos geram golpes mortais, porém se as pessoas tiverem sonhos, essas tais falhas se transformam em oportunidades, construindo coragem.

Desse mesmo modo, acontece na vida de uma mulher empreendedora, pois requer que hajam sonhos, objetivos, topos para serem alcançados, para que haja vigor, ânimo, estratégia de negócio, inovação, capacitação, para que as novas e antigas habilidades sejam ativadas e evoluídas, a modo de que esteja equivalente à demanda do seu negócio, para levantar-se sempre que houver uma falha, ou quando não conseguir alcançar suas metas que foram estabelecidas.

Sendo assim, o quadro 3 mostra a taxa de percentual e a mudança de prioridades de “sonhos” das empreendedoras, segundo o GEM (2023 e 2024):

Quadro 3 - Taxa de percentual da população feminina segundo o “sonho”

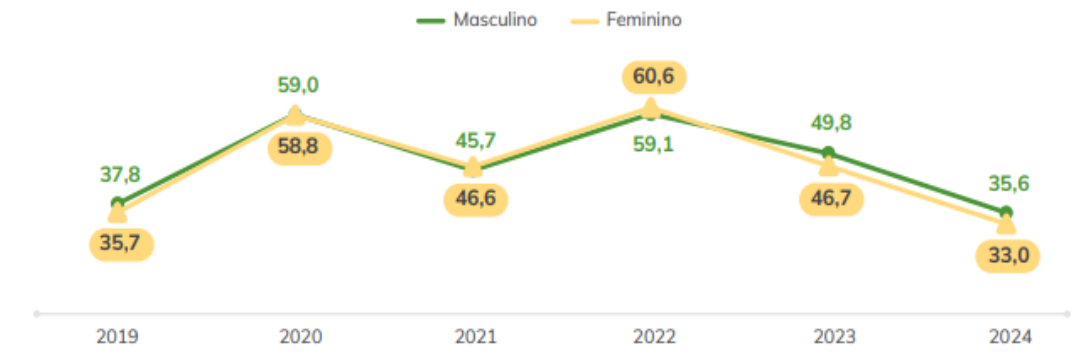
2023			2024		
Ordem	“Sonhos”	%	Ordem	“Sonhos”	%
1º	Viajar pelo Brasil	53,1	1º	Comprar a casa própria	39,7
2º	Comprar a casa própria	51,8	2º	Ter o próprio negócio	33,0
3º	Ter o próprio negócio	46,7	3º	Viajar para o exterior	32,1
4º	Comprar um automóvel	44,1	4º	Viajar pelo Brasil	35,7
5º	Viajar para o exterior	43,3	5º	Comprar um automóvel	29,8
6º	Ter plano de saúde	39,7	6º	Ter um diploma de ensino superior	22,0
7º	Ter um diploma de ensino superior	36,9	7º	Casar ou constituir uma nova família	16,5
8º	Fazer carreira numa empresa	33,0	8º	Fazer carreira no serviço público	25,3
9º	Fazer carreira no serviço público	32,6	9º	Fazer carreira numa empresa	17,5
10º	Comprar um computador/ tablet/smartphone	27,5	10º	Ter plano de saúde	21,5
11º	Casar ou constituir uma nova família	23,9	11º	Comprar um computador/tablet/smartphone	14,3
12º	Nenhum	3,9	12º	Nenhum	5,8
13º	Outro	3,3	13º	Outro	3,2

14°	Não respondeu	0,5		14°	Não respondeu	0,6
-----	---------------	-----	--	-----	---------------	-----

Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2024).

No gráfico 2 observa-se que, mesmo que a prioridade do “sonho” de ter seu próprio negócio tenha conquistado o 2º lugar da lista de “sonhos” da população empreendedora feminina, esse percentual de taxa já foi bem maior em 2022, sendo 60,6%, mas em 2024 reduziu para 33,0%.

Gráfico 2 - Evolução do percentual da população que tem o “sonho” de ter o próprio negócio - Brasil - 2019:2024



Fonte: GEM Brasil (2024).

Contudo, frente a um cenário de um possível fracasso (falta de emprego, desigualdade salarial, educação de filhos, morar em casa de aluguel, morar em locais marginalizados, sem estrutura mínima, sem rede de apoio, decepções amorosas, mãe solo) as mulheres empreendedoras cada dia mais não tem se rendido aos conflitos internos, crises profissionais, perdas financeiras, traumas, inseguranças e sentimentos de culpa, ao contrário, elas têm se levantado, erguem-se e procuram um novo tipo de prospecção de renda, para que supra suas necessidades e que alavanque seus sonhos e objetivos.

De acordo com o quadro 4 do GEM (2024), percebe-se a taxa de percentual de empreendedoras segundo sua escolaridade, ressaltando que grande parte delas, sendo de empreendimentos totais, iniciais e estabelecidos possuem o ensino médio completo.

Quadro 4 - Taxa de Percentual de Empreendedoras Segundo a Escolaridade

Percentual Segundo a Escolaridade				
Taxas	Fundamental Incompleto	Fundamental completo	Ensino Médio	Superior completo ou maior
Taxa de Empreendimento total	9,1%	10,8%	46,7%	33,4%
Taxa de Empreendimento Inicial	7,9%	12,5%	50,5%	29,2%
Taxa de Empreendimento Estabelecido	11,3%	7,5%	40,3%	40,9%

Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2024).

Dessa forma, o GEM Brasil (2024) mostra que as motivações para começar a empreender tem como futuros objetivos a serem alcançados:

Quadro 5 - Taxa de Percentual dos Empreendedores Segundo o Sexo

Percentual Segundo o Sexo		
Taxas	Feminino	Masculino
Para fazer diferença no mundo	76,0	73,4
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	77,2	71,0
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	64,1	74,0
Para continuar uma tradição familiar	30,1	39,9

Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2024).

2.2- AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO

A origem histórica do afroempreendedorismo remonta ao século XIX, quando “escravizados de ganho”, sobretudo mulheres, eram autorizados a

vender produtos ou prestar serviços para pagar parte de seus lucros aos senhores (Maurício & Queiroga, 2024). Essa prática gerou autonomia relativa, abrindo espaço para o início de atividades econômicas negras autônomas.

No período atual, o afroempreendedorismo feminino se consolidou como um movimento social e econômico, com forte base comunitária. De acordo com Matos (2021), a atuação dessas empreendedoras vai além da geração de renda, pois envolve o fortalecimento de identidades culturais, a preservação da ancestralidade africana e a construção de redes colaborativas. Esse processo ganha impulso com o acesso à internet e à formação de coletivos negros.

Conforme o GEM (2024), no quadro a taxa de percentual de empreendedoras negras é maior que a taxa das demais empreendedoras, segundo cor/raça.

Quadro 6 - Taxa de Percentual das Empreendedoras Segundo a Cor/Raça

Percentual Segundo a Cor/Raça			
Taxas	Branca	Preta ou Parda	Amarela ou Indígena
Taxa de Empreendimento total	42,9%	51,7%	5,3%
Taxa de Empreendimento Inicial	38,5%	57,4%	4,1%
Taxa de Empreendimento Estabelecido	50,8%	41,5%	7,7%

Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2024).

As décadas de 1990 e 2000 marcam o surgimento de eventos voltados à economia negra, como feiras afrocentradas, e o fortalecimento de iniciativas como o *movimento black money*, que propõe circular recursos dentro da comunidade negra. Conforme Silva e Moraes (2023), a valorização do consumo entre negros impulsiona negócios criados e liderados por mulheres negras, reforçando a importância de um mercado étnico consciente.

O movimento Black Money, adaptado ao Brasil por influenciadores como Nina Silva, busca resgatar o conceito de autodeterminação econômica negra,

inspirado em experiências afro-americanas. Sua base está no fortalecimento de uma rede de empreendimentos negros que se apoiam mutuamente, gerando riqueza dentro da própria comunidade (Arciprete et al., 2025).

Para Lima (2022), o movimento Black Money influencia diretamente o afroempreendedorismo feminino, pois promove visibilidade, representatividade e redes de apoio entre mulheres negras empreendedoras.

O afroempreendedorismo feminino, enquanto expressão econômica, política e social, emerge como resposta às múltiplas opressões estruturais que atravessam raça e gênero no Brasil. Ao longo da história, mulheres negras vêm utilizando a criatividade e a resiliência como meios de sobrevivência econômica e afirmação identitária. Segundo Costa e Baia (2022), o afroempreendedorismo feminino no Brasil não pode ser compreendido apenas como uma alternativa de renda, mas sim como uma trajetória de resistência frente ao racismo estrutural e ao patriarcado.

No período escravocrata, as mulheres negras escravizadas já realizavam atividades comerciais paralelas, como vendas de quitutes e serviços domésticos pagos, o que pode ser visto como o embrião do afroempreendedorismo no país (Queiroga & Maurício, 2024). Mesmo em condições de submissão, elas construíram redes de solidariedade e saberes que seriam fundamentais para a manutenção de sua cultura e autonomia financeira.

Com o fim da escravidão, as desigualdades raciais persistiram de maneira institucionalizada, e o mercado formal excluía sistematicamente mulheres negras, relegando-as aos trabalhos mais precarizados. Nesse contexto, empreender tornou-se uma necessidade. Conforme Siqueira e Nunes (2018), as afroempreendedoras historicamente ocuparam setores informais da economia, como beleza, alimentação e moda, muitas vezes sem acesso a crédito, apoio técnico ou políticas públicas.

Apesar de seu crescimento, o afroempreendedorismo feminino enfrenta barreiras significativas. A ausência de acesso a crédito, a informalidade predominante, a falta de capacitação técnica e o racismo institucional são alguns dos obstáculos mais recorrentes (Silva et al., 2023). Muitas dessas

empreendedoras atuam em condições de informalidade e baixa renda, o que limita o crescimento dos seus negócios.

A solidão empreendedora também é apontada como desafio, especialmente em territórios periféricos. Muitas afroempreendedoras operam sozinhas, acumulando funções administrativas, operacionais e comerciais, sem rede de apoio (Santos, 2021).

O afroempreendedorismo feminino gera impactos sociais significativos. Em primeiro lugar, ele rompe com ciclos intergeracionais de pobreza e exclusão. Ao gerar renda, as afroempreendedoras conseguem investir em educação, saúde e bem-estar para suas famílias. Ferreira e Oliveira (2023) observam que muitas dessas mulheres também criam redes de apoio locais, empregando outras mulheres negras e formando um ecossistema de resistência comunitária.

Além disso, o afroempreendedorismo feminino contribui para o fortalecimento da autoestima coletiva. Como enfatiza Matos (2021), ao verem outras mulheres negras em posição de liderança e autonomia, jovens negras passam a acreditar em suas potencialidades, criando um ciclo de inspiração e mobilização social.

Mesmo com todos os desafios, diversas experiências bem-sucedidas demonstram a potência transformadora do afroempreendedorismo. Um exemplo notável é a trajetória de Nina Silva, fundadora do Movimento Black Money Brasil, que criou uma plataforma para conectar empreendedores negros com consumidores, investidores e mentores.

No setor de beleza, empresas como Beleza Negra Natural ganham destaque oferecendo cosméticos voltados a peles e cabelos negros, nicho historicamente negligenciado pela indústria. Lima (2022) destaca que salões especializados em cabelos crespos liderados por mulheres negras em Natal/RN, além de impulsionar a autoestima, empregam outras mulheres e promovem formação profissional.

Essas experiências revelam que, quando bem apoiadas, as afroempreendedoras têm potencial para crescer, inovar e impactar positivamente seus territórios.

3 METODOLOGIA

A pesquisa é de natureza qualitativa e caráter descritivo. Segundo Merriam e Tisdell (2016), a ênfase reside na construção de significados e não na quantificação de dados. Foram selecionadas 10 afroempreendedoras da Grande Aracaju como participantes. A coleta ocorreu via entrevista adaptada de Aguiar (2022).

Por sua vez, a entrevista semiestruturada se baseia em um guia temático, com tópicos definidos previamente pelo pesquisador, mas permite a inserção de perguntas adicionais conforme o fluxo da conversa. Isso facilita a obtenção de informações espontâneas e mais detalhadas, respeitando a singularidade de cada participante. Segundo Triviños (2008), esse tipo de entrevista contribui para estabelecer uma relação mais dialógica entre pesquisador e entrevistado, rompendo com o modelo tradicional de perguntas e respostas e abrindo espaço para a construção conjunta do conhecimento.

Além disso, o roteiro semiestruturado permite que o pesquisador aprofunde temas emergentes durante a fala do participante, ampliando a riqueza e a complexidade dos dados coletados. Patton (2015) reforça que esse modelo é ideal para investigações em que se pretende captar percepções, crenças, valores e sentimentos, tornando-o adequado para pesquisas em áreas como educação, psicologia, saúde, ciências sociais e humanas.

A entrevista foi a opção escolhida para a coleta de dados, possibilitando uma extração de dados mais direta e assertiva. Sendo assim, a entrevista foi elaborada com base no instrumento de coleta já validado em uma tese de dissertação de Heraldo Aguiar (2022), o qual tem como título “Mulheres negras empreendedoras no Brasil: suas barreiras e comportamento de superação para empreender”. Contudo, a entrevista foi adaptada para atender as necessidades dos objetivos dessa pesquisa.

Dessa forma, foram selecionadas como público-alvo, algumas afroempreendedoras da Grande Aracaju, contendo 12 participantes das quais 10 responderam a entrevista. As participantes foram selecionadas com

diferenças de idade, escolaridade, endereço e ramo de negócio, visando abranger diversas situações, experiências e atingir os objetivos propostos.

Inicialmente, o instrumento de coleta foi aplicado presencialmente, e posteriormente, aplicou-se online, formulado com 20 questões, sendo algumas de múltiplas escolhas e outras dissertativas. As perguntas descritivas tinham o objetivo de tornar a entrevista mais íntima, com citações de experiências individuais e mais acolhedoras.

A entrevista online foi disponibilizada na plataforma da *Google Forms* por meio do link <https://forms.gle/7TS23X3PkdpNcJnd9>, encaminhado diretamente para o instagram / whatsapp das afroempreendedoras selecionadas. As 10 participantes responderam a entrevista dentro do prazo de 10 dias.

Posterior a fase de coleta de dados, as informações foram tratadas e foi gerado um arquivo formato “cvs” para uma melhor análise dos dados, e em seguida foram montadas as tabelas conforme organização e seção das perguntas e objetivos propostos nesta pesquisa.

Destarte, o presente trabalho assume um caráter propositivo, uma vez que a investigação dos desafios enfrentados pelas empreendedoras forneceu o substrato necessário para a criação de um guia prático de orientação. Assim, a pesquisa não se encerra na descrição da realidade, mas busca intervir nela, fornecendo subsídios para a sobrevivência e expansão dos negócios liderados por mulheres negras na região.

Sendo assim, com a necessidade de alinhar conforme os objetivos da pesquisa com questões apresentadas no formulário, no quadro 7 abaixo alinha as seções das questões formuladas segundo seus objetivos.

Quadro 7 - Perfil das entrevistadas

Objetivos	Questões
<p>Verificar o contexto e saber quais são os fatores que motivam a intenção empreendedora na Grande Aracaju.</p>	<p>3. Qual seu grau de escolaridade (se tiver graduações e afins citar quais)?</p> <p>4. Qual é o ramo do seu negócio e quanto tempo tem?</p> <p>5. Qual o endereço do seu negócio?</p> <p>6. Qual o tipo da sua empresa?</p> <p>7. Qual o nome do seu negócio e como surgiu a ideia de abrir?</p> <p>8. Alguém te influenciou?</p> <p>9. Recebeu apoio de alguém? Quem apoiou? Que tipo de apoio?</p> <p>10. O que (ou quem) te inspira/motiva a continuar empreendendo?</p>
<p>Identificar os desafios e oportunidades apontadas por empreendedoras negras da grande Aracaju.</p>	<p>11. Quais as principais dificuldades, barreiras enfrentadas no dia a dia? (Gênero/racismo/preconceito/conciliação entre casa, negócio, estudo e família)</p> <p>12. Poderia dar algum exemplo de uma situação muito crítica que dificultou sua vida empreendedora?</p> <p>13. Existe alguma dificuldade, barreira que foi ou é mais difícil de superar?</p> <p>14. Quais são os comportamentos que ajudam vocês a enfrentarem essas dificuldades?</p> <p>15. Quais são os sentimentos mais fortes que surgem diante destas dificuldades?</p> <p>16. Como lidam com as emoções, (o cognitivo ou afetivo)?</p> <p>17. Quanto ao seu negócio, qual parte é mais difícil de lidar, o planejamento, a execução ou o controle?</p> <p>18. Você conhece algum programa/projeto gratuito de incentivo para desenvolvimento e capacitação das empreendedoras?</p> <p>19. Quais atitudes/iniciativas/políticas públicas você acredita que podem te auxiliar, facilitar e tornar prático o seu desenvolvimento e crescimento do seu negócio?</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo constitui o núcleo analítico do presente trabalho, sendo dedicado à interpretação aprofundada dos dados empíricos coletados junto às dez empreendedoras negras da Grande Aracaju.

A análise foi estruturada de modo a dialogar diretamente com os objetivos específicos da pesquisa, articulando os achados de campo com o referencial teórico e com dados secundários do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Brasil 2024.

Considerando a natureza qualitativa do estudo, a discussão prioriza a compreensão dos significados atribuídos pelas participantes às suas experiências empreendedoras, sem pretensão de generalização estatística.

As participantes possuem idades entre 21 e 56 anos, evidenciando um protagonismo de mulheres em fase economicamente ativa. O Quadro 8 apresenta o perfil detalhado das entrevistadas.

No que se refere à escolaridade, observa-se diversidade de níveis educacionais, incluindo ensino fundamental incompleto, ensino médio completo, graduação e pós-graduação. Tal achado desconstrói a associação recorrente entre empreendedorismo por necessidade e baixa escolaridade, indicando que, no caso das mulheres negras entrevistadas, o empreendimento surge tanto como alternativa frente às barreiras do mercado formal quanto como estratégia de realização profissional, como podemos observar no quadro 8 abaixo:

Quadro 8 - Perfil das entrevistadas

Entrevistadas	Idade	Escolaridade
Empreendedora A	27	Graduada em estética e cosmética
Empreendedora B	23	Graduada
Empreendedora C	35	Graduada em Pedagoga/psicopedagoga
Empreendedora D	21	Graduada em Letras Vernáculas
Empreendedora E	26	Graduada em Secretariado Executivo

Empreendedora F	38	Fundamental incompleto
Empreendedora G	56	Apiterapeuta
Empreendedora H	39	Graduada em Direito e em Gastronomia
Empreendedora I	30	Gestora de RH especialista em gestão estratégica de pessoas e psicologia organizacional
Empreendedora J	50	Graduada em Gastronomia - Pós em Bares e Restaurantes - Técnica em Nutrição e Dietética

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Quanto aos setores de atuação, predominam negócios voltados para serviços, estética, moda, alimentação e economia criativa, muitos deles com forte identidade afrocentrada.

Esse aspecto reforça o entendimento do afroempreendedorismo como prática econômica articulada à valorização cultural e à construção de narrativas positivas sobre a identidade negra.

De acordo com o tempo de empresa das entrevistadas, 40% dos empreendimentos configuram-se como 'Taxa de empreendedorismo inicial' (TEA - com 3 meses a 3,5 anos de operação), na categoria 'novos', e os demais 60% configuram-se como Taxa de empreendedores estabelecidos (TEE com mais de 3,5 anos de operação).

A localidade dos negócios encontram-se ampliados na Grande Aracaju, entre as cidades de Aracaju, Nossa Senhora do Socorro, São Cristóvão e Barra dos Coqueiros.

O tipo da empresa varia entre Pessoa Física, Pessoa Jurídica (MEI) e Pessoa Jurídica (demais), sendo 60% predominado por Microempreendedora Individual (MEI), 30% por Pessoa Física, e somente 10% como Pessoa Jurídica com um aporte maior que MEI, conforme pode ser visto no quadro 9 sobre o perfil do empreendimento.

Quadro 9 - Perfil do empreendimento

Entrevistadas	Tempo De Empresa	Ramo Da Empresa	Local Do Negócio	Tipo Da Empresa
Empreendedora A	5 anos	Cabeleireira	N. Sra. do Socorro	Pessoa Física
Empreendedora B	5 anos	Tranças	N. Sra. do Socorro	Pessoa Jurídica (MEI)
Empreendedora C	2 anos	Reforço Escolar	Barra dos Coqueiros	Pessoa Jurídica (MEI)
Empreendedora D	3 anos	Artesanato em Crochê e Cerâmica Fria	Aracaju	Pessoa Física
Empreendedora E	11 meses	Agência de Marketing e Comunicação	São Cristóvão	Pessoa Jurídica (MEI)
Empreendedora F	Mais de 6 anos	Cabeleireira	N. Sra. do Socorro	Pessoa Física
Empreendedora G	5 anos	Apicultura	Aracaju	Pessoa Jurídica (MEI)
Empreendedora H	3 anos	Indústria de Geleias Artesanais	Aracaju	Pessoa Jurídica (MEI)
Empreendedora I	5 anos	Consultoria de RH	Aracaju	Pessoa Jurídica (CNPJ)
Empreendedora J	6 anos	Confeitaria Artesanal	Aracaju	Pessoa Jurídica (MEI)

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Referente a ‘como surgiu a ideia de abrir o negócio’, nota-se no quadro 10 que existem diversos fatores que variam entre necessidade financeira,

liberdade de vida, vontade de ter o próprio negócio, trabalhar com algo que gosta, ausência de profissionais para suprir a necessidade do mercado, e mudança de carreira.

Quadro 10 - Respostas da questão 7 - sobre 'Qual o nome do seu negócio e como surgiu a ideia de abrir?'

Entrevistadas	Respostas
Empreendedora A	Brun Cabelos - Vontade de trabalhar para mim mesma e amor pela profissão.
Empreendedora B	Meraki Tranças - Após trabalhar em um estúdio de terceiros.
Empreendedora C	Reforço Tia Tamy - Surgiu a partir das necessidades de ter liberdade de vida e uma saúde mental estabilizada, pois estava cansada de lidar com chefes abusivos.
Empreendedora D	Oásis - Surgiu da vontade de crescer com algo que eu adoro fazer.
Empreendedora E	Onion Brand Lab - Surgiu pela alta busca em profissionais de social media, design, Filmmaker etc.
Empreendedora F	Jacy Santos Studio de beleza - Surgiu pela necessidade de ter meu próprio negócio.
Empreendedora G	Apiário Favo de Mel - Surgiu em meio a pandemia após estudar os benefícios dos produtos das abelhas para aquele momento de muita busca por uma solução para o cenário.
Empreendedora H	DaChef Produtos Artesanais - Atuava na área jurídica desde 2011, com escritório na Bahia, era professora de Direito em faculdades. Em 2021 devido complicações da COVID quase morri, ainda internada no hospital tomei algumas decisões. Ao sair do hospital decidi que não seguiria mais na carreira jurídica. E então para passar o tempo decidi fazer uma nova graduação, Gastronomia. E ainda no primeiro período veio a ideia de fazer geleias, mas sem pensar muito no empreendedorismo. Acabou tomando uma proporção que nunca imaginei.
Empreendedora I	FG consultoria de RH - Surgiu pelo sonho e a necessidade de ter seu próprio negócio.

Empreendedora J	Cozinha da Luzia - Surgiu quando eu trabalhava CLT numa escola de gastronomia e fui demitida, fiquei parada e meu esposo deu a ideia de abrir a confeitaria. Eu resisti um pouco, pois estava ainda abalada emocionalmente.
------------------------	---

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

No quadro 11 percebe-se que, algumas foram influenciadas pelos familiares, amigos, algumas dependeram de si mesma, e outra foi influenciada pela experiência ruim em um trabalho anterior.

O apoio familiar e de amigos fizeram diferença para que elas pudessem dar vida ao seu negócio, porém houve uma delas que não recebeu apoio. Da mesma maneira, o apoio familiar, a rede de empreendedoras do mesmo ramo e o propósito de vida servem como inspiração/motivação dessas afroempreendedoras, fazendo-as dar seguimento ao seu negócio, independente das dificuldades e barreiras encontradas diariamente.

Quadro 11 - Respostas das questões 8, 9 e 10 - sobre 'Alguém te influenciou?' 'Recebeu apoio de alguém? Quem apoiou? Que tipo de apoio?' 'O que (ou quem) te inspira/motiva a continuar empreendendo?'

Entrevistadas	Alguém te Influenciou?	Recebeu Apoio de Alguém? Quem Apoiou? Que Tipo de Apoio?	O Que (Ou Quem) te Inspira/Motiva a Continuar Empreendendo?
Emp. A	Eu mesma	Sim, do meu marido e de minha mãe.	Minha filha, para que eu possa cuidar dela mais de perto, fazer o meu próprio horário, e ter tempo para ela.
Emp. B	Vários fatores influenciaram	Sim, família e amigos	Minha mãe
Emp. C	Meu esposo	Sim. Esposo. Em todos os sentidos	Meus filhos
Emp. D	Não.	Apenas motivação, de alguns amigos.	Todas as mulheres empreendedoras que buscam o mesmo objetivo, crescer. Independente de serem pequenas ou grandes empresas.
Emp. E	A experiência	Sim, meus amigos e	Minha ânsia de ofertar

	ruim que tive como social media em outra agência foi um dos grandes motivos para eu criar a minha	família indiretamente.	algo melhor para mim e minha família, e ter algo que posso chamar de meu, poder ter um negócio que futuramente valorize seus funcionários o que acredito estar em falta hoje em dia. Poder de fato, ajudar negócios grandes, médios ou pequenos a encontrar a sua identidade num universo midiático de tanta exposição, mentiras, e desinformação.
Emp. F	Não	Ninguém	Minhas filhas
Emp. G	Não, a ideia surgiu de mim	Meu esposo, que já era apicultor, ele ficou com a parte operacional	Meu pai foi um empreendedor, em um período onde tinha conhecimento ou era difícil continuar. Me inspiro na vontade de conseguir desenvolver e continuar de pé
Emp. H	Não. Surgiu de vontade própria.	Minha família. Não desmotivar já foi um apoio.	Minha mãe
Emp. I	Algumas pessoas que passaram na minha trajetória de forma direta ou indireta	Sim, mãe e marido, 2 melhores amigas e alguns pessoas que passaram na minha vida - alimentação - ferramentas de trabalho (notebook, livros...) - palavras de afirmação/intercessão - cursos e mentorias	O meu propósito de vida, sonho que Deus nutriu em meu coração e a família que estou construindo.
Emp. J	Sim, meu esposo.	Sim, do meu esposo e meus filhos. Apoiaram dando o suporte contábil, marketing,	Meu esposo, devido continuar apoiando ainda, ajudando com todo suporte.

		financeiro e emocional.	
--	--	-------------------------	--

Fonte:Elaborado pela autora (2025).

O GEM Brasil (2024) destaca o crescimento consistente do empreendedorismo feminino no país, com participação próxima à masculina nas taxas de empreendedorismo inicial. Entretanto, o relatório não realiza recorte racial sistemático, o que limita a análise das especificidades vivenciadas por mulheres negras. Nesse sentido, a presente pesquisa contribui ao aprofundar um segmento invisibilizado nas estatísticas nacionais.

Enquanto o GEM aponta que mulheres empreendem majoritariamente nos setores de serviços ao consumidor, a pesquisa de campo confirma essa tendência, mas acrescenta que, no caso das mulheres negras da Grande Aracaju, há forte vinculação entre atividade econômica e identidade racial.

Ademais, o GEM identifica o medo do fracasso como fator limitante para a intenção empreendedora feminina; nas entrevistas analisadas, esse medo aparece associado não apenas ao risco financeiro, mas também ao racismo estrutural e à ausência de redes institucionais de apoio.

Outro ponto de convergência refere-se à sobrecarga de responsabilidades familiares. O GEM indica que mulheres interrompem seus negócios com maior frequência por motivos pessoais e familiares.

As falas das participantes reforçam esse dado, evidenciando a dificuldade de conciliar trabalho produtivo, trabalho reprodutivo e gestão do negócio, além do preconceito por ser mulher, racismo, e ausência de apoio de familiares/parentes e amigos para comprarem seu produto/serviço e ajudarem com divulgação e indicações, assim como divulgam, indicam e compram de pessoas desconhecidas. Dessa forma, esses pontos são demonstrados nos quadros 12 e 13.

Quadro 12 - Respostas da questão 11- sobre 'Quais as principais dificuldades, barreiras enfrentadas no dia a dia? (Gênero/racismo/preconceito/conciliação entre casa, negócio, estudo e família)'

Entrevistadas	Respostas
Empreendedora A	Negócio
Empreendedora B	Conciliação
Empreendedora C	Conciliar negócio e família
Empreendedora D	Conciliação entre estudos e trabalho; família.
Empreendedora E	Minha principal dificuldade no momento é conciliar trabalhos, com estudo, afazeres da casa, e ter disposição no fim do dia para estar com a família.
Empreendedora F	Negócio
Empreendedora G	gênero/ preconceito e racismo são muito fortes
Empreendedora H	O fato de ser mulher, negra, muitas pessoas perguntam se realmente sou a dona e se eu desenvolvi os produtos.
Empreendedora I	A vida é volátil, uma verdadeira montanha-russa, e empreender por si só já é um grande desafio. Para nós, mulheres, ainda existe uma carga e uma vulnerabilidade historicamente impostas pela sociedade. Desmistificar isso é quebrar tabus que tornam o caminho mais difícil. Mas, com resiliência, constância, respeito e direcionamento, esses obstáculos se tornam mais leves e possíveis de serem superados.
Empreendedora J	Apoio de amigos e familiares para indicar, comprar e divulgar. São mais as pessoas desconhecidas mesmo que apoiam. Retornar ao controle emocional e financeiro quando estou abalada.

Fonte:Elaborado pela autora (2025).

Quadro 13 - Respostas das questões 12 e 13 - sobre 'Poderia dar algum exemplo de uma situação muito crítica que dificultou sua vida empreendedora?' 'Existe alguma dificuldade, barreira que foi ou é mais difícil de superar?'

Entrevistadas	Poderia dar algum exemplo de uma situação muito crítica que dificultou sua vida empreendedora?	Existe alguma dificuldade, barreira que foi ou é mais difícil de superar?
Emp. A	Já pensei em desistir muitas vezes, as pessoas não valorizam o nosso trabalho, estudo e dedicação. Isso me deixa triste, e por várias vezes pensei em desistir.	Sempre existe, no meu caso, como mãe, esposa, dona de casa. Muitas vezes sinto cansada e com vontade de desistir.
Emp. B	Preconceito com o bairro	Iniciativa de empreender
Emp. C	A contratação de profissional	Trabalhar com pessoas
Emp. D	Falta de apoio e visibilidade.	A timidez para divulgação da minha marca, falta de manejo com o marketing, e a desvalorização de empreendedoras de pequeno porte.
Emp. E	Tive uma crise de ansiedade fortíssima em sala de aula, bem no momento que estava ganhando um bom dinheiro, mas estava lotada de afazeres, cheia de preocupações, até hoje não me sinto melhor.	Com certeza ser MEI, e não ter a "certeza" se vai ter contratos no outro mês.
Emp. F	O financeiro q estava ruim	Não
Emp. G	Ser mulher é uma barreira grande nesse ramo que sigo, não vejo muita dificuldade porque meu esposo está a frente de muitas coisas.	a aceitação da mulher na apicultura em meio a uma profissão muito machista
Emp. H	Até então não tive uma situação muito crítica, existem dificuldades.	Não, Na minha visão no empreendedorismo tudo é superável, se não superar, é porque não está dando mais certo.

Emp. I	- concorrência desonesta e ética de alguns profissionais/cliente	Equilíbrio financeiro e de vida entre PF e PJ
Emp. J	épocas do ano que não consegue encomendas suficientes e fica pensando se o problema sou eu ou meu produto, porém se trata de período sazonal mesmo.	A falta de gestão financeira

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

O contexto identificado revela um ambiente marcado por informalidade inicial, ausência de políticas públicas direcionadas e forte dependência de redes pessoais. A literatura aponta que o empreendedorismo feminino negro ocorre em contextos de restrição estrutural, nos quais raça e gênero operam como fatores cumulativos de desigualdade (CRENSHAW, 2002). Assim, o afroempreendedorismo na Grande Aracaju configura-se como estratégia de sobrevivência econômica e de afirmação simbólica.

Segundo os quadros 14 e 15, as principais dificuldades relatadas incluem: falta de capital inicial, acesso restrito a crédito, racismo, sexismo, burocracia, ausência de capacitação gerencial e sobrecarga emocional. Tais desafios corroboram estudos que indicam que mulheres negras enfrentam maiores obstáculos para acessar recursos financeiros formais, mesmo quando apresentam níveis educacionais elevados.

Por outro lado, as oportunidades identificadas concentram-se na existência de nichos de mercado ligados à cultura negra, no uso das redes sociais como canal de divulgação e na formação de redes colaborativas entre mulheres.

As estratégias de enfrentamento incluem resiliência, aprendizado autodidata, apoio familiar, redes de mulheres negras empreendedoras e espiritualidade. Essas estratégias evidenciam a lacuna deixada pelo Estado e pelo sistema financeiro formal, transferindo para as próprias empreendedoras a responsabilidade pela sustentabilidade do negócio.

Quadro 14 - Respostas das questões 14 e 15 - sobre 'Quais são os comportamentos que ajudam vocês a enfrentarem essas dificuldades?' Quais são os sentimentos mais fortes que surgem diante destas dificuldades?'

Entrevistadas	Quais são os comportamentos que ajudam vocês a enfrentarem essas dificuldades?	Quais são os sentimentos mais fortes que surgem diante destas dificuldades?
Emp. A	Fé e confiança	Perseverança
Emp. B	Ter fé que vai dar certo	Medo de não dar certo, de não ter clientes
Emp. C	Dialogar comigo mesma e passar para o papel.	Impotência
Emp. D	Faço o possível para dar conta do necessário, priorizando também a saúde mental além do trabalho e estudo.	Angústia, tristeza, falta de perspectiva.
Emp. E	Tentar não pensar, e ser o mais direta e objetiva possível, quanto os contratos e etc, e mesmo assim pode acontecer do cliente não seguir cláusulas e cancelar do mesmo jeito.	Muito medo, e sentimento de fraude ou fracasso.
Emp. F	Inovar	Frustração
Emp. G	meu posicionamento e a busca em conhecimento, assim me mantenho com um diferencial	De que precisamos fazer algo para que haja uma melhoria nesse aspecto, mais mulheres na apicultura.
Emp. H	Coragem, determinação, foco.	Vontade de crescer
Emp. I	Necessidade de compreender o que pode ser feito naquele momento com urgência e o que pode ser descartado ou tratado depois importante, mas não urgente. - conhecimento nos dar autoridade para entender e lidar com todas as áreas (MKT, financeiro, tributos, políticos....) e tratar a empresa como	Depende muito do impacto que isso gerou ou pode impactar (frustração, medo, receio, raiva, desmotivação) depende do contexto.

	empresa.	
Emp. J	Respirar fundo, levantar a cabeça, e dizer para si mesma que é só uma fase e vai passar, e que o amanhã o Senhor proverá.	Medo, ansiedade, angústia, frustração, vontade de desistir

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Quadro 15 - Respostas da questão 16 - sobre 'Como lidam com as emoções, (o cognitivo ou afetivo)?'

Entrevistadas	Respostas
Empreendedora A	Orando, segundo em frente e perseverando para chegar aonde eu quero. Esquecendo o lado ruim de empreender.
Empreendedora B	Pensamento positivo de que vai dar certo e apoio.
Empreendedora C	Conhecendo as suas limitações e forças ao mesmo tempo. Arriscando todos os dias e acreditando nas pessoas.
Empreendedora D	Fazendo um melhor planejamento, a fim de mudar isso. Busco maneiras mais confortáveis de divulgação, aprendo mais sobre marketing e peço ajuda de quem sabe mais, não dou importância às opiniões que não agregam ao meu objetivo.
Empreendedora E	Tentar não pensar, e ser o mais direta e objetiva possível, quanto aos contratos e etc, e mesmo assim pode acontecer do cliente não seguir cláusulas e cancelar do mesmo jeito.
Empreendedora F	Às vezes mal. Buscando força e foco em Deus.
Empreendedora G	Me mantenho em busca do conhecimento para saber superar barreiras com a cabeça erguida. Procuo absorver o mínimo possível , e não paro de seguir.
Empreendedora H	Tudo deve ser proporcional. Lutando, buscando alternativas.
Empreendedora I	Terapia Cuidados com o ativo mais valioso (corpo, alma e espírito) Estudar incansavelmente Persistência, disciplina e constância Saber ressignificar.
Empreendedora J	Respirando fundo e tirando alguns dias para descansar a mente e o emocional. Conversando muito com o esposo e os filhos e ouvindo as soluções deles. E não deixa transparecer essas questões para seus clientes, pois

Entrevistadas	Respostas
	sempre passa uma imagem que está tudo ok.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

No quadro 16, observa-se que a maior parte das afroempreendedoras entrevistadas admitem terem mais dificuldade na parte do planejamento do negócio, em segundo lugar em ter o controle do negócio, incluindo o controle financeiro, e por último a execução do que foi planejado.

Quadro 16 - Respostas da questão 17 - sobre 'Quanto ao seu negócio, qual parte é mais difícil de lidar, o planejamento, a execução ou o controle?'

Entrevistadas	Respostas
Empreendedora A	O planejamento.
Empreendedora B	Planejamento
Empreendedora C	Controle
Empreendedora D	O planejamento.
Empreendedora E	Controle
Empreendedora F	Era o controle financeiro
Empreendedora G	o planejamento
Empreendedora H	o planejamento
Empreendedora I	Defendo muito e afirmo que um bom planejamento evita surpresas e me ajuda a lidar melhor com imprevistos. Ele me direciona a criar um plano de ação claro, o que facilita uma boa execução e um controle mais eficiente.
Empreendedora J	Planejamento, execução e controle. Saber separar as atividades por nível de urgências.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Conforme o quadro 17 nota-se que, 40% das entrevistadas afirmam não conhecerem algum programa/projeto gratuito de incentivo para o desenvolvimento e capacitação para mulheres empreendedoras. Contudo, 60% das entrevistadas afirmam conhecer e citam o Sebrae, Senac, Grupo mulheres do Brasil, Câmara da mulher empresária da Fecomércio.

Por fim, sobre as atitudes/iniciativas/políticas públicas que elas acreditam que podem auxiliar, facilitar e tornar prático o seu desenvolvimento e crescimento do negócio, elas asseguram que cursos gratuitos específicos sobre empreendedorismo para mulheres, viabilização de profissionais preocupados com os transtornos de aprendizagem da nossa região principalmente no que se trata do processo de alfabetização, programas de apoio financeiro e de visibilidade para pequenos negócios, auxílio financeiro mensal, apoio do governo de forma acessível visto que os existentes ainda são inacessíveis, projeto de apoio psicológico, reconhecimento profissional, linhas de créditos com acesso facilitados, redução de impostos, capacitações práticas, redes de apoio, parcerias, educação e isenção de custo de espaço físico para iniciantes, todas essas são opções de melhorias que podem trazer mais viabilidade, sustentabilidade, estabilidade e expansão dos seus negócios.

Quadro 17 - Respostas das questões 18 e 19 - sobre 'Você conhece algum programa/projeto gratuito de incentivo para desenvolvimento e capacitação das empreendedoras?' 'Quais atitudes/iniciativas/políticas públicas você acredita que podem te auxiliar, facilitar e tornar prático o seu desenvolvimento e crescimento do seu negócio?'

Entrevistadas	Você conhece algum programa/projeto gratuito de incentivo para desenvolvimento e capacitação das empreendedoras?	Quais atitudes/iniciativas/políticas públicas você acredita que podem te auxiliar, facilitar e tornar prático o seu desenvolvimento e crescimento do seu negócio?
Empreendedora A	Sim	Não sei responder agora.
Empreendedora B	Não	Cursos gratuitos específicos sobre empreendedorismo para mulheres
Empreendedora C	Sim	Viabilização de profissionais preocupados com os transtornos de aprendizagem da nossa região principalmente no que se trata do processo de alfabetização.
Empreendedora D	Não.	Acredito que programas de

		<p>apoio financeiro e de visibilidade para pequenos empreendedores individuais podem ser um ótimo incentivo no início do empreendimento, já que geralmente é nesse período que a vontade de desistir é maior pela falta de experiência com a organização e o planejamento.</p>
Empreendedora E	<p>Não conheço nenhum exclusivo para mulheres, mas sei que Sebrae tem muitos projetos.</p>	<p>Acho que um auxílio financeiro mensal, pois cursos de como empreendedor, tem diversos já. E apoio financeiro pelo governo ainda é muito inacessível. Uma verba mensal seria de grande ajuda, para meses em que as coisas não vão bem. Um projeto de apoio psicológico para quem empreende também, acredito que seria um diferencial.</p>
Empreendedora F	<p>Não</p>	<p>Procurar inovar todos os dias</p>
Empreendedora G	<p>Me mantenho sempre junto ao sebrae, faço capacitações sempre que possível, participo de associa de mulheres empreendedoras e outras rede de apoio</p>	<p>Reconhecimento da profissão, incentivos governamentais</p>
Empreendedora H	<p>Sim, o Sebrae, no qual sou Embaixadora Delas</p>	<p>Uma linha de crédito mais favorável para se obter recursos para expansão.</p>
Empreendedora I	<p>Senac Sebrae Grupo mulheres do Brasil Câmara da mulher empresária da Fecomercio</p>	<p>Acredito que políticas públicas voltadas ao incentivo ao empreendedorismo, como acesso facilitado a crédito, redução de impostos, capacitações práticas, mentorias acessíveis e menos burocracia, são fundamentais para apoiar o crescimento do meu negócio e o de outras</p>

		empreendedoras. Além disso, iniciativas que fortaleçam redes de apoio, parcerias e a educação empreendedora tornam o nosso dia a dia mais viável e sustentável.
Empreendedora J	Sim, o sebrae e o grupo de empreendedoras.	Isenção de aluguel de espaço físico para empreendedoras iniciantes. Os incentivos que têm acabam sendo difíceis de acessar devido sermos muitos pequenas em porte e não termos condições suficientes. Redução de impostos também.

Fonte:Elaborado pela autora (2025).

5 CONCLUSÃO

O presente estudo cumpriu seu objetivo primordial de identificar os fatores motivadores da intenção afroempreendedora feminina na Grande Aracaju. A partir da análise qualitativa, constatou-se que o afroempreendedorismo na região não é apenas um fenômeno econômico, mas um ato de resiliência e estratégia de sobrevivência frente às barreiras estruturais do mercado de trabalho formal.

Os resultados evidenciam que as motivações das empreendedoras negras em Aracaju são híbridas. Por um lado, há o empreendedorismo por necessidade, impulsionado pela urgência financeira e pela busca por autonomia. Por outro, observa-se o empreendedorismo por oportunidade, manifestado no desejo de realização pessoal e na identificação de nichos no mercado étnico consciente, corroborando a literatura de Silva e Moraes (2023) sobre a força do consumo entre negros.

As principais barreiras identificadas, a difícil conciliação entre o trabalho produtivo e reprodutivo, a escassez de crédito facilitado e a carência de redes de apoio, demonstram que essas mulheres enfrentam desafios interseccionais de gênero, raça e classe. A ausência de suporte institucional e de gestão financeira sólida foi recorrente nas falas, o que justificou a elaboração do guia

de orientação para empreendedoras proposto por este trabalho como uma ferramenta prática de mitigação dessas dificuldades.

Apesar dos obstáculos, o sentimento de realização e a busca por transformar sonhos em negócios (Dornelas, 2016) mantêm essas mulheres motivadas. O movimento *Black Money* também se mostra como um horizonte de esperança e fortalecimento para a rede local em Sergipe.

Destarte, a análise evidencia que o afroempreendedorismo feminino na Grande Aracaju é atravessado por desigualdades estruturais, mas também por estratégias criativas de resistência. A ausência de políticas públicas específicas aprofunda vulnerabilidades, enquanto a atuação coletiva e identitária emerge como elemento central de sustentabilidade dos negócios.

Conclui-se que, para que o afroempreendedorismo feminino na Grande Aracaju deixe de ser majoritariamente uma estratégia de sobrevivência e passe a ser um motor de desenvolvimento sustentável, são necessárias políticas públicas de microcrédito direcionadas e programas de capacitação que considerem a realidade da jornada dupla dessas mulheres. Como sugestão para estudos futuros, recomenda-se a análise do impacto de políticas de fomento específicas para mulheres negras no estado de Sergipe.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Heraldo Márcio de. **Mulheres negras empreendedoras no Brasil: suas barreiras e comportamento de superação para empreender**. 2022. 94 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2022.

ARCIPRETE, A. P. R. **et al. Afroempreendedorismo no Brasil**. [S. l.: s. n.], 2025.

BARBOSA, Felipe Carvalhal; CARVALHO, Camila Fontes de; SIMÕES, Géssica Maria de Matos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 2, p. 124-141, maio/ago. 2011.

CARVALHAL, Felipe; LEÃO, Ana; TEIXEIRA, Rivanda. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 4, p. 124-143, out./dez. 2012.

COSTA, R. B.; BAIA, L. M. Afroempreendedorismo feminino: uma trajetória entre resistência e precarização. **Diálogo com a Economia Criativa**, [S. l.], v. 7, n. 20, 2022.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 171-188, jan. 2002.

CURY, Augusto Jorge. **Nunca desista dos seus sonhos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DUARTE, Karoeny de Amorim; FERNANDES, Ronaldo Augusto da Silva. Empreendedorismo feminino: análise de perfil de mulheres empreendedoras no Brasil. **Revista Científica Cosmopolita**, [S. l.], v. 10, n. 1, 2022. Disponível em: <https://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view/1030/836>. Acesso em: 18 mar. 2025.

FERREIRA, A. D. S. S.; OLIVEIRA, I. **Interseccionalidade na extensão universitária**. [S. l.: s. n.], 2023.

JESUS, D. B. **Trajetórias de vida e negócios de pessoas negras**. [S. l.: s. n.], 2023.

LIMA, J. O. **Afroempreendedorismo em salões afro e tranças**. [S. l.: s. n.], 2022.

MATOS, Suelen Karini Almeida de. Afroempreendedorismo feminino: reflexões sobre gênero e raça no Brasil. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 12., 2021, Florianópolis. **Anais eletrônicos [...]**. Florianópolis: UFSC, 2021.

MAURÍCIO, Luana; QUEIROGA, Regina Célia. Afroempreendedorismo feminino em Juiz de Fora - MG: reflexões sobre gastronomia, eventos e turismo. **Revista de Hospitalidade**, São Paulo, v. 21, p. 1-24, 2024.

MERRIAM, Sharan B.; TISDELL, Elizabeth J. **Qualitative Research**: A Guide to Design and Implementation. 4. ed. San Francisco: Jossey-Bass, 2016.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica. In: SEMINÁRIO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - PGCS UFES, 3., 2018, Vitória. **Anais [...]**. Vitória: UFES, 2018.

PATTON, Michael Quinn. **Qualitative Research & Evaluation Methods**: Integrating Theory and Practice. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2015.

SANTOS, A. C. M. **Afroempreendedorismo sustentável na internet**. [S. l.: s. n.], 2021.

SEBRAE. **Brasil RE 2024-2025**: relatório executivo. Brasília: SEBRAE, 2025. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2025/03/Brasil-RE-2024-2025-VF.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2025.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino no Brasil 2023-2024**. Brasília: SEBRAE, 2024. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/06/BR-RT-Sexo-2023-2024-v2.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2025.

SEBRAE. **GEM Brasil 2023-2024**: relatório executivo. Brasília: SEBRAE, 2024. Disponível em:

<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/03/Relatorio-Executivo-GEM-BR-2023-2024-Diagramacao-v5-1.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2025.

SEBRAE. **Os 13 tipos de empreendedorismo**. Rio Grande do Sul: SEBRAE, 2025.

Disponível em:

<https://digital.sebraers.com.br/blog/empreendedorismo/os-13-tipos-de-empreendedorismo/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

SEBRAE. **Relatório de empreendedorismo no Brasil**. Brasília: SEBRAE, 2023.

SILVA, Cristiane da **et al.** O Afroempreendedorismo Feminino: uma análise das dificuldades. **Advances in Global Innovation & Technology**, São Paulo, v. 2, n. 1, dez. 2023.

SILVA, Jalberto Dória da; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Aprendizagem empreendedora: um estudo de casos múltiplos com empreendedores sociais de Aracaju – Sergipe. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 16., 2013, São Paulo. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo: FEA-USP, 2013.

SILVA, R.; MORAES, A. Afroempreendedorismo e o poder do consumo étnico. **Revista de Estudos Étnico-Raciais**, [S. l.], v. 4, n. 2, p. 45-62, 2023.

SIQUEIRA, D. P.; NUNES, D. H. Identidade, reconhecimento e personalidade: empreendedorismo da mulher negra. **Revista [Inserir Nome]**, [S. l.], 2018.

SOUSA, A. M. R. **et al.** Empreendedorismo Feminino: análise dos desafios no gerenciamento de pequenos negócios. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 9., 2016, Passo Fundo. **Anais [...]**. Passo Fundo: EGEPE, 2016.

TAVARES, Amanda Cristine Souza; SILVA, Priscila Mendes da; MONARCHA, Hellen Maria A. Cardozo. Afroempreendedorismo e o movimento Black Money: um estudo de caso Espaço Art Ato. **Puçá: Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia**, Belém, v. 4, n. 2, p. 90-115, ago./dez. 2018.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2008.

VAZ, Vitor Hugo da Silva; TEIXEIRA, Rivanda Meira; OLAVE, Maria Elena Leon. Empreendedorismo social feminino e motivações para criar organizações sociais: estudo de casos múltiplos em Sergipe. **REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S. l.], v. 4, n. 3, p. 128-156, 2015.

APÊNDICE A - Questionário da pesquisa

BLOCO 1 - VERIFICAR O CONTEXTO E SABER QUAIS SÃO OS FATORES QUE MOTIVAM A INTENÇÃO EMPREENDEDORA NA GRANDE ARACAJU.

1. Qual seu nome completo?
2. Qual sua idade?
3. Qual seu grau de escolaridade (se tiver graduações e afins citar quais)?
4. Qual é o ramo do seu negócio e quanto tempo tem?
5. Qual o endereço do seu negócio?
6. Qual o tipo da sua empresa?
()Pessoa Física (CPF)
()Pessoa Jurídica (MEI)
()Pessoa Jurídica (CNPJ)
7. Qual o nome do seu negócio e como surgiu a ideia de abrir?
8. Alguém te influenciou?
9. Recebeu apoio de alguém? Quem apoiou? Que tipo de apoio?
10. O que (ou quem) te inspira/motiva a continuar empreendendo?

BLOCO 2- IDENTIFICAR OS DESAFIOS E OPORTUNIDADES APONTADAS POR EMPREENDEDORAS NEGRAS DA GRANDE ARACAJU.

11. Quais as principais dificuldades, barreiras enfrentadas no dia a dia?
(Gênero/racismo/preconceito/conciliação entre casa, negócio, estudo e família)
12. Poderia dar algum exemplo de uma situação muito crítica que dificultou sua vida empreendedora?
13. Existe alguma dificuldade, barreira que foi ou é mais difícil de superar?
14. Quais são os comportamentos que ajudam vocês a enfrentarem essas dificuldades?
15. Quais são os sentimentos mais fortes que surgem diante destas dificuldades?
16. Como lidam com as emoções, (o cognitivo ou afetivo)?

17. Quanto ao seu negócio, qual parte é mais difícil de lidar, o planejamento, a execução ou o controle?

18. Você conhece algum programa/projeto gratuito de incentivo para desenvolvimento e capacitação das empreendedoras?

19. Quais atitudes/iniciativas/políticas públicas você acredita que podem te auxiliar, facilitar e tornar prático o seu desenvolvimento e crescimento do seu negócio?

20. Você tem alguma pergunta/dúvida/sugestão/comentário que gostaria de mencionar?

APÊNDICE B - Guia para empreendedoras



Guia para Empreendedoras

"Seja a primeira a acreditar em você. O mercado vai tentar te colocar em caixas, mas sua competência é o que rompe as barreiras."
Rachel Maia (Executiva e Empreendedora).



DISCENTE: BIANCA COSTA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ONDE ME CAPACITAR GRATUITAMENTE? ♥

SEBRAE & SEBRAE Delas: 

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/>

ALIANÇA EMPREENDEDORA 

tamojunto.org.br

ACADEMIA ASSAÍ 

<https://www.academiaassai.com.br>

MOVIMENTO BLACK MONEY 

<https://www.google.com/search?q=movimentoblackmoney.com.br>

GRUPO MULHERES DO BRASIL 

grupomulheresdobrasil.org.br

CÂMARA DA MULHER EMPRESÁRIA (Fecomércio-SE) 

<https://www.google.com/search?q=fecomercio-se.com.br>

GRUPO BOTICÁRIO 

<https://empreendedorasdabeleza.grupoboticario.com.br>

SENAC PSG 

<https://psg.se.senac.br/cursos>

SENAI 

<https://www.se.senai.br>

FUNDAÇÃO BRADESCO 

<https://www.ev.org.br/areas-de-interesse>



GESTÃO FINANCEIRA 

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/gestao-financeira.e059d743ad3a8910VgnVCM1000001b00320aRCRD>

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL 

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/inteligencia-emocional.b13defadd8608810VgnVCM1000001b00320aRCRD>

MARKETING E REDES SOCIAIS 

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/marketing-digital-e-redes-sociais.813163edc63c8910VgnVCM1000001b00320aRCRD>

PLANILHAS DE PRECIFICAÇÃO 

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/se/sebraeaz/planilhas-financeiras-gratuitas-sebrae.f61e32a9dd577810VgnVCM1000001b00320aRCRD>

PLANEJAMENTO 

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/planejamento-estrategico-para-empresarios.5580b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>

MODELO DE NEGÓCIO 

<https://canvas-apps.pr.sebrae.com.br/>

CRIAÇÃO DE ARTES 

<https://www.canva.com/>

AUTOIMAGEM E AUTOCONFIANÇA 

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/mulheres-em-foco.4ea220d0b7bcd810VgnVCM100001b00320aRCRD>

CRÉDITO PARA INVESTIR 

BANESE
BANCO DO NORDESTE
PRONAMPE (CAIXA/BANCOS PÚBLICOS)





POR QUE ESTE GUIA?

Cara empreendedora,

Este manual não nasceu de teorias distantes, mas das vozes, das dores e dos sonhos de mulheres negras que, assim como você, movem a economia da Grande Aracaju. Ele é o resultado de uma pesquisa acadêmica dedicada a entender o que motiva e o que dificulta a jornada do afroempreendedorismo feminino em nossa região. Durante nossas conversas com 10 empreendedoras locais, percebemos que a vontade de crescer é gigante, mas os obstáculos também são. Identificamos que a conciliação entre a vida familiar e o negócio, a dificuldade de acesso ao crédito e os desafios na gestão financeira são barreiras reais, muitas vezes intensificadas pelas desigualdades de gênero e raça.

Este guia foi criado para ser sua ferramenta de resistência e estratégia.

Nosso objetivo não é apenas oferecer fórmulas de administração, mas apresentar orientações práticas que respeitem a sua realidade. Aqui, você encontrará caminhos para fortalecer sua gestão emocional, organizar suas finanças e entender que o seu negócio é parte de um movimento maior de emancipação e fortalecimento da nossa comunidade — o Black Money.

Este material é um convite para que você continue transformando ideias em negócios, sabendo que não está sozinha. Que estas dicas sirvam de suporte para que sua jornada seja mais leve, organizada e, acima de tudo, próspera.

Sucesso em sua caminhada!

