

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS**  
**ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIO**  
**GRADUAÇÃO EM ADMNISTRAÇÃO**

**EMPREENDEDORES AFRICANOS NO ESTADO DE GOIÁS**

***AFRICAN ENTREPRENEURS IN THE STATE OF GOIÁS***

**Esmeralda J. da F. Valentino Saliulo**

**Discente – PUC/GO**

esmeraldavalentino2012@hotmail.com

**Prof. Dr. Eugênio de Britto Jardim**

**Orientador do TCC II: PUC/GO –**

eu.ja@pucgoias.edu.br

Artigo apresentado pela acadêmica Esmeralda Julieta Valentino Saliulo, sob orientação da Prof. Dr. Eugênio de Britto Jardim, como parte da Avaliação na Disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso de Administração, da Escola de Gestão e Negócios, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO).

**Linha de pesquisa:** Empreendedorismo e Inovação E Desenvolvimento Regional

## RESUMO

Este trabalho procurou identificar nos empreendedores africanos no Estado de Goiás: suas competências, estratégias e oportunidades utilizando técnicas de inovação permitindo a execução dos conhecimentos obtidos no meio acadêmico. Os métodos utilizados para a obtenção de informações do presente trabalho foram a pesquisa bibliográfica, pesquisa qualitativa e quantitativa utilizando o método de questionário no *Microsoft Forms* como ferramenta para adquirir os dados com empreendedores. De forma positiva a pesquisa gerou resultados plausíveis que corresponderam ao tema proposto da pesquisa, dando mais ênfase a importância e execução do trabalho. Predominantemente, os respondentes da pesquisa têm entre 30 e 39 anos de idades, estão no mercado acima de 5 anos e o ramo mais comum é prestação de serviços e comércio, o link com o questionário foi enviado a 85 Africanos, no entanto, obteve-se um retorno de apenas 22 deles, uma taxa estimada em 18,7 %, dadas as circunstâncias da pandemia por COVID-19.

**Palavras-Chaves:** Empreendedor. Competência. Oportunidade. Inovação. Africanos.

## ABSTRACT

This work aimed to identify in the African entrepreneurs of the State of Goiás: their competences, strategies and opportunities using innovation techniques allowing the execution of the knowledge obtained in the academic environment. The methods used to obtain information for this work were bibliographic research, qualitative and quantitative research using the questionnaire method in Microsoft Forms as a tool to acquire data with entrepreneurs. In a positive way, the research generated plausible results that corresponded to the proposed theme of the research, giving more emphasis to the importance and execution of the work. Predominantly, the survey respondents are between 30 and 39 years of age, have been in trade for over 5 years, and the most common business is provision of services and commerce. The link with the questionnaire was sent to 85 Africans; however, only 22 of them returned, an estimated rate of 18.7%, due to the circumstances of the pandemic of COVID-19.

**Key-Words:** Entrepreneur. Competence. Opportunity. Innovation. Africans

## INTRODUÇÃO

O presente estudo tem por objetivo compreender de que maneira o empreendedorismo tem ajudado no alcance da independência financeira e do crescimento econômico dos africanos residentes no Estado de Goiás e identificar como seus métodos de serviços e tipos de produtos contribuem no crescimento econômico do Brasil. A pesquisa busca ainda entender as principais dificuldades enfrentadas no mercado.

É visível o esforço da nação brasileira, nas últimas décadas, na construção de um modelo de desenvolvimento econômico acompanhado pela redução de disparidades sociais históricas. O empreendedorismo tem sido estratégico para estimular o processo de inclusão e de ascensão social, mais do que isso, tem se tornado um meio eficaz para ascensão e autonomia econômica do País. Precisamente nesse contexto, os micro e pequenos empreendedores ocupam um papel de grande relevância e se tornam uma alternativa cada vez mais atraente e democrática de crescimento profissional e econômico. Democrática não pelo viés estritamente ideológico-político, mas, democrática porque abre oportunidades para pessoas por vezes discriminadas no mercado de trabalho, como os negros, os estrangeiros e as mulheres.

No empreendedorismo, como no mercado em geral, questões de raça, nacionalidade e de gênero não se constituem critério de diferenciação de renda e de oportunidades, e sim um conjunto de competências, incluindo capacitação contínua para ter maiores chances de se sobressair em meio a um mercado de concorrência acirrada. No âmbito do presente trabalho buscou-se analisar as qualificações e perspectiva de negócio dos empreendedores bem como o conjunto de habilidades e conhecimentos que possuem a fim de se tornarem cada vez mais capazes no empreendedorismo e no mercado, visando o público que se deseja atingir e planejar bem o negócio.

Para atuar da maneira mais eficaz possível, é crucial, não somente o interesse bem compreendido pelo empreendedorismo, mas também um arcabouço teórico sobre o que é o empreendedorismo e o que ele *não* é. Não se trata apenas do ato de iniciar um negócio ou empresas ao mesmo tempo em que a constrói e dimensiona para gerar lucro, mas é também transformar o mundo resolvendo seus grandes problemas, como promover mudanças sociais ou criar um produto inovador que desafie o estado das coisas de como vivemos nossas vidas diariamente, bem como amenizar a pobreza e a extrema desigualdade.

O empreendedorismo é um tema bastante moderno e pertinente, que, está interligado ao desenvolvimento econômico da sociedade e, com a competitividade cada vez maior. Assim, a necessidade de entrar no mercado e se manter nele, está intrinsecamente ligada ao ato de empreender, pois, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, aquele que é dotado de sensibilidades para negócios, possui a perspicácia financeira e capacidade de identificar oportunidades, por ter como ponto principal a criatividade e um alto nível de energia. Um empreendedor é alguém que inicia um movimento lateral que pode eventualmente criar um negócio sustentável em tempo integral (ou uma empresa com os funcionários). O empreendedor demonstra imaginação, perseverança e inovação associado ao crescimento. No entanto “a inovação é orientada pela habilidade de fazer relações e de visualizar oportunidades e de tirar proveito das mesmas” (BESSANT 2019, p. 7).

No ambiente da educação superior especialmente nas áreas de negócios identifica-se a importante necessidade de capacitar jovens ao ato de empreender e assim, propiciar condições para que se tenha o próprio negócio, sejam geradores de emprego e possibilitem o crescimento profissional de outras pessoas além de criação de riquezas. Assim sendo, o empreendedor, é ainda aquele que realiza o empreendedorismo, pode ser definido como aquele que inicia algo e corre riscos, é criativo e proativo, tem visão da realidade e do futuro e é uma pessoa que inova, segundo a perspectiva de Chiavenato (2007).

Schumpeter definiu em 1949 o empreendedorismo como sendo o ato de se alterar uma realidade econômica predominante por meio da inserção de novos métodos, processos, produtos ou serviços e ainda a criação de empresas com novos conceitos organizacionais. Como um campo de frequente metamorfose, alguns estudiosos, diferente de Schumpeter, entendem o empreendedorismo como o ato de fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor (DORNELAS, 2016). Ainda de acordo com Chiavenato (2005), empreendedorismo é o espaço de negócios, onde as pessoas buscam compreender como surgem as oportunidades para criar algo novo podendo ser novos produtos ou serviços, novos mercados, processos de produção e maneiras de organizar técnicas já existentes.

O empreendedorismo busca a visualização de oportunidades de negócios, onde existe uma busca incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado. O número de imigrantes no Brasil vem crescendo consideravelmente, sobretudo pela população africana, esse fato está estreitamente ligado aos grandes antecedentes históricos que o continente tem para com a nação brasileira, não obstante, a área econômica e negócio possui uma certa, senão boa parte, das razões da permanência de muitos africanos no Brasil.

Por tudo isso, o estudo faz-se necessário para estruturar o trabalho de conclusão de curso na temática *Empreendedores Africanos no Estado de Goiás*. Assim, como problemática para o grande propósito desta pesquisa que orienta o estudo, levantamos as seguintes questões: Quais as características dos empreendedores africanos no Estado de Goiás, do ponto de vista epistêmico, habilidades, inovação, dificuldades, estratégias e atitudes? Qual o perfil do empreendedor?

Com o estudo e pesquisa pretende-se responder a problematização proposta. Levou-se em consideração que o empreendedorismo possui forte influência na economia que busca agregar a todo instante, valor a sua personalidade além disso introduzir mudanças e inovação, concentrando todas as suas forças no intuito de manter-se no ápice (HISRICH, 2006), apesar do empreendedorismo ser um tema reconhecido a mais de dez séculos, apenas nas últimas décadas. No Brasil, como ver-se-á mais adiante, começou a se desenvolver na década de 90 e não parou de crescer mais. Desta forma, destaca-se a importância da ação empreendedora desde a criação de uma oportunidade até a concretização da mesma.

Evidencia-se então que o empreendedor é um indivíduo que, por meio do seu comportamento, desestabiliza e reconfigura o mercado apontando novos rumos para a economia de um país. Infere-se que do encontro entre necessidade econômica e perfil de comportamento nascem os empreendedores, que são capazes de dar propulsão na atividade econômica de uma nação. Para Hisrich e Peter (2014) o papel do empreendedorismo é servir como mecanismo para o desenvolvimento econômico englobando mais do que somente o

aumento de produção e renda per capita, este papel deve ir mais além envolvendo e dando início a constituição e transformação nas estruturas do negócio e da sociedade. Dornelas relata que:

O que é diferente é que o avanço tecnológico tem sido de tal ordem, que requer um número muito maior de empreendedores. A economia e os meios de produção e serviços também se sofisticaram, de forma que hoje existe a necessidade de se formalizarem conhecimentos, que eram apenas obtidos empiricamente no passado. Portanto, a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não apenas como mais um modismo (DORNELAS, 2014, p. 02).

As competências empreendedoras existentes nos seres humanos, é essencial, levando em consideração que o ato de empreender seja considerado o ponto inicial de criação ou recriação de todas as coisas, obviamente o “empreendedorismo leva a inovação para criar valor tanto social quanto comercial durante todo ciclo de vida” (BESSANT 2019, p.11).

Frente a todo o exposto, julgou-se ser de grande relevância a contribuição que a pesquisa pode trazer a produção de conhecimento, com vista um melhor entendimento em relação a temática. No decorrer da pesquisa haverá a necessidade de demonstrar que a investigação sobre o tema proposto, procura pelo meio da interdisciplinaridade gerar um diálogo e conhecimento entre empreendedores Africanos na região metropolitana.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEORICA**

Neste tópico abordou-se sobre a breve história do empreendedorismo no Brasil e sobre a linha de pesquisa do curso, Empreendedorismo e Inovação e Desenvolvimento Regional. Fez-se uma análise sobre conhecimentos, habilidades e competências em relação ao empreendedorismo; identificou-se as características empreendedoras a partir do perfil econômico e comportamental do empreendedor; investigou-se as principais dificuldades encontradas no ato da implementação do negócio:

### **Breve História do empreendedorismo no Brasil e a diversidade**

De acordo com os dados do SEBRAE (2007), uma análise minuciosa e histórica da teoria do empreendedorismo, é possível verificar que a palavra empreendedora (*entrepreneur*) tem origem francesa e refere-se àquele que assume riscos para começar algo novo. E no Brasil o empreendedorismo começou a ganhar vida nos anos 90, se destacando com força pelo surgimento de entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Softex (Sociedade Brasileira para a Exportação de Software). Foi a partir de programas criados no decorrer do processo de implementação da Softex em todo território brasileiro que, junto as incubadoras de empresas, universidades e faculdades, o tema empreendedorismo passou a despertar dentro da sociedade brasileira, resultando no conhecimento de palavras como plano de negócios (*business plan*) pelos pequenos empresários (DORNELAS, 2007). Dado esse momento, surgiu como uma revolução para o povo no que tange ao fator econômico, o que pode ser entendido como consequência da percepção de que

fornecedores estrangeiros começaram a controlar os preços, sendo de extrema importância para a contribuição no crescimento e desenvolvimento da nação.

O GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) é a principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo. Participam dela mais de 100 países, sob a coordenação de um consórcio de instituições internacionais, chamado *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA), liderado pela *London Business School* e pela *Babson College*. Ainda de acordo com a GEM (2017), em termos históricos o primeiro ciclo da pesquisa, ainda em caráter piloto, foi conduzido no ano de 1999, a partir de uma iniciativa liderada por essas mesmas instituições internacionais mais renomadas na temática do empreendedorismo, a *Babson College*, nos Estados Unidos (Boston), e a *London Business School*, na Inglaterra (Londres). Na ocasião apenas 10 países participaram do projeto. Ao longo de todos esses anos mais de 100 países já participaram da pesquisa. Em 2017, 54 países tomaram lugar no projeto, sendo que o conjunto desses países representa mais de 70% da população e do PIB global. Por si esses números retratam a relevância e a magnitude da pesquisa e do esforço, por que não dizer, empreendedor que é realizá-la anualmente.

O Brasil inicia sua participação no GEM, já em seguida, no ano 2000, e desde então está presente em todas as edições da pesquisa, sempre com a coordenação do projeto sob a responsabilidade do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e com o suporte técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, o SEBRAE. No Brasil, a pesquisa é realizada anualmente pelo IBQP, com o apoio do SEBRAE.

No mesmo ano de 2000, a *Global Entrepreneurship Monitor* publicou um relatório executivo apresentando o Brasil como o país que possui a melhor relação entre número de habitantes adultos, que iniciam um novo negócio e o total desta população: 1 em cada 8 adultos (GEM, 2015). É crescente o nível de empreendedorismo no Brasil, pesquisa realizada em 2017 pela GEM demonstrou que em cada 10 brasileiros adultos, cinco a seis já possuem uma empresa ou estão ligados à criação de uma empresa. A pesquisa apresentou também uma percentagem considerável referente à taxa de empreendedorismo no país tendo em conta que, a maior taxa até o momento da pesquisa era de 20,9% resultado da pesquisa de 2002.

Segundo a GEM 2017, em 2017, no Brasil, a taxa total de empreendedorismo (TTE) foi de 36,4%, o que significa que de cada 100 brasileiros e brasileiras adultos (18 – 64 anos), 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora, quer seja na criação ou aperfeiçoamento de um novo negócio, ou na manutenção de um negócio já estabelecido. Em números absolutos isso representa dizer que é de quase 50 milhões o contingente de brasileiros que já empreendem e/ou realizaram, em 2017, alguma ação visando a criação de um empreendimento em um futuro próximo (GEM, 2017).

Já em 2019, a taxa de empreendedorismo total (TTE) foi de 38,7%, representando, aproximadamente, 53 milhões de brasileiros adultos que realizavam alguma atividade empreendedora, como o envolvimento na criação ou na consolidação de um novo negócio ou na manutenção de um empreendimento já estabelecido (GEM, 2019). A revista Pequenas Empresas Grandes Negócios apresentou um ranking feito pelos pesquisadores da *Approved Index* em 2015, na qual o Brasil se classificou em terceiro lugar como o país mais empreendedor do mundo, com uma taxa de 13,80% (PEGN, 2015, *apud* GEM, 2019). No Brasil, há um contraste interessante entre o empreendedorismo por oportunidade e por necessidade.

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

Segundo GEM, em 2017, se observou um pequeno aumento na relação entre empreendedores por oportunidade e por necessidade. Em 2016, para cada empreendedor inicial por necessidade, havia 1,4 empreendedores por oportunidade, em 2017 essa relação foi 1,5. Dito de outra forma, 59,4% dos empreendedores iniciais empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade. Ou seja, o Brasil mostrou uma mudança sutil no que diz respeito ao percentual quanto ao tipo de empreendedorismo quando comparado entre oportunidade e necessidade, apresentando assim uma taxa de 12,1% superior ao empreendedorismo por necessidade que apresentou uma taxa de 8,1%. Conforme o Quadro 1:

Quadro 1 – Motivação dos empreendedores iniciais.

Motivação	Taxas	Percentual da TEA	Estimativas
Oportunidade	12,1	59,4	16.313.253
Necessidade	8,1	39,9	10.965.755
Razão Oportunidade/Necessidade		1,5	

Fonte: Elaborado por GEM (2017).

Ao que tudo indica, essa ligeira diminuição na proporção de empreendedores por necessidade se alinha aos sinais de recuperação, mesmo que vagarosa, do mercado formal de trabalho no Brasil. O patamar de empreendedorismo por necessidade ainda está significativamente acima da proporção registrada em 2014 (29%), ano anterior à agudização da crise econômica brasileira.

Quanto a intensidade empreendedora segundo o gênero, até 2019, o Brasil apresentou um equilíbrio significativo entre homens e mulheres no estágio de empreendedorismo inicial. Por sua vez, no estágio estabelecido, os homens foram mais ativos do que as mulheres – a taxa dos empreendedores estabelecidos do gênero masculino foi de 18,4%, enquanto a do feminino foi de 13,9%, com uma diferença de 4,5 pontos percentuais. Em termos concretos, estima-se a existência de quase três milhões de homens a mais do que mulheres no empreendedorismo estabelecido.

Embora a permanência feminina na atividade empreendedora seja inferior, vale ressaltar que, segundo o estudo desenvolvido pelo Núcleo de Pesquisa em Gênero e Economia da Universidade Federal Fluminense, a média do nível de escolaridade das mulheres na população é de um ano superior à média dos homens (BRASIL, 2019). No entanto, na média, não são déficits de conhecimento formal que explicam essa defasagem. Apesar disso, cabe destacar também que, mesmo com taxas de empreendedorismo total menores que as dos homens, a estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de 25,8 milhões, muito próxima dos 28,7 milhões de homens.

## **Empreendedorismo e inovação e desenvolvimento regional**

Segundo Schumpeter (1985) o desenvolvimento econômico é considerado como um fenômeno, fazendo menção a importância do empreendedorismo. O autor vê o desenvolvimento como uma transformação instintiva, suspensa por meio de fluxo, insistência equilibrada gerando uma mudança significativa ao meio que envolve o empreendedor. Nessa época, em meados do século XX, o empreendedor passou a ser associado ao termo inovador:

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo geral, um método tecnológico não experimentado para produzir um novo bem ou um bem antigo de maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor. (SCHUMPETER, 1952, p.72.).

Assim, Schumpeter, economista e cientista político que foi Ministro das finanças da Áustria em 1919, foi o responsável por iniciar a reflexão sobre inovação. Além do mais foi professor na universidade de Harvard onde permaneceu até o final de sua carreira. Schumpeter defendia o papel da inovação e do empreendedor no desenvolvimento econômico e no fortalecimento das empresas e suas ideias influenciaram decisivamente as 4 Grandes Eras da História da Inovação. O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico publicado Schumpeter faz uso da categoria empreendedor, para criticar a teoria econômica neoclássica e mostrar que este modelo não é capaz de incorporar a análise da dinâmica e do desenvolvimento econômico. Desde então, a inovação é uma das principais vertentes quando pensamos em empreendedorismo.

A inovação envolve um conjunto de ações, é característico da inovação ter uma projeção panorâmica com diferentes possibilidades futuras, embora seja incerto o cenário do processo inovador é desafio a ser enfrentado por todos, sejam elas empresas estáveis ou não. A inovação é um ingrediente valioso para as *empresas nos dias atuais* e conforme estabelece o Manual de Oslo, inovação é:

[...] a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um novo processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. (OCDE; FINEP, 2018)

### **Empreendedorismo: conhecimentos, habilidades e competências**

Com base no modelo apresentado por McMullen-Shepherd, os motores da ação empreendedora são o conhecimento e a motivação (cf. HISRICH, *et al*, 2014). Pessoas com maior conhecimento do meio ambiente, por exemplo, (o mundo físico, incluindo a terra, a biodiversidade e os ecossistemas) têm maior probabilidade de perceber mudanças no ambiente que formam crenças sobre oportunidades do que aqueles com menos conhecimento. Assim é no mundo dos negócios.

As competências de um empreendedor estão relacionadas a prática, que é a força para dar vida, significa ter a capacidade de obter respostas do mercado sejam elas positivas ou negativas e se adaptar ao meio e buscando a inovação constante. A perseverança é uma competência com bastante relevância principalmente para empreendedores em fase inicial o empreendedor é aquele que busca alcançar os objetivos desejados.



[...] A importância do posicionamento competitivo: as empresas inovam ou para defender suas posições competitivas ou em busca de vantagem competitiva. Uma empresa pode ter uma abordagem reativa e inovar para evitar perder participação de mercado para um concorrente inovador. Pode, também, ter uma abordagem preventiva e buscar uma posição estratégica no mercado em relação a seus competidores desenvolvendo e tentando impor, por exemplo, padrões técnicos mais altos para os produtos que produz. OCDE; FINEP (2018, p. 33)

Evidencia-se então que o empreendedor é um indivíduo que, através do seu comportamento, desestabiliza e reconfigura o mercado apontando novos rumos para a economia de um país. Infere-se que do encontro entre necessidade econômica e perfil de comportamento nascem os empreendedores, que são capazes de dar propulsão na atividade econômica de uma nação. Dornelas relata que:

O que é diferente é que o avanço tecnológico tem sido de tal ordem, que requer um número muito maior de empreendedores. A economia e os meios de produção e serviços também se sofisticaram, de forma que hoje existe a necessidade de se formalizarem conhecimentos, que eram apenas obtidos empiricamente no passado. Portanto, a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não apenas como mais um modismo (DORNELAS, 2014, p. 02).

As competências empreendedoras existentes nos seres humanos, é essencial, levando em consideração que o ato de empreender seja considerado o ponto inicial de criação ou recriação de todas as coisas, obviamente o “empreendedorismo leva a inovação para criar valor tanto social quanto comercial durante todo ciclo de vida” (BESSANT, 2019, p.11). O empreendedorismo é um tema com mais de mil publicações por ano e sua definição é discutida, como: criação de valor, riscos, recompensas, envolvimento de pessoas para criar oportunidades, criação de riquezas e transformações sociais e econômicas, para se analisar a proposta em questão, apresentamos alguns autores que contribuirão com a pesquisa (HIRISCH 2014; SHEPHERD, 2009; DORNELAS, 2008) e o empreendedor, aquele que realiza o empreendedorismo, pode ser definido como aquele que inicia algo e corre riscos, é criativo e proativo, tem visão real e futuro e é uma pessoa que inova (CHIAVENATO, 2007).

### **Características empreendedoras a partir do perfil econômico**

Empreender exige esforço e persistência. Estabelecer um negócio segundo Steven Rogers, requer “coragem, paciência e resistência. Necessita um nível de compromisso que poucas pessoas são capazes de ter. Dentre os quais, em cujo compromisso, como citado em “*4th Annual Creativity, Innovation and Entrepreneurship Conference*” (Trad. Por Winslow e Solomon [1989]) podem ser encontradas algumas características como veremos mais adiante. “A afiliação ao ‘clube de empreendedor’, embora não seja restrita parece atrair determinados tipos de indivíduos” (ROGERS, 2011, p. 47).

A prática do empreendedorismo não depende simplesmente de uma formação ou mesmo de experiências, podemos afirmar, sem faltar a verdade, que existem atributos comuns para vida de empreendedor e esses atributos não são aleatórios, mas confluentes, estão ligados a postura do empreendedor de mentalidade sadia e que podem ser desenvolvidas pelas práticas diárias disciplinadas.

Contudo, há necessidade de reunir informações, planejar de acordo com a realidade, buscar uma avaliação de mercado para não correr riscos desnecessário. E com o surgimento de contínuas inovações, o mercado torna-se cada vez mais exigente, devido a estas constantes mudanças, o profissional sente cada vez mais a necessidade de acompanhar tais avanços, ou seja, de buscar capacitação, especialização e reciclagem de seus conhecimentos constantemente, seguindo as tendências para acompanhar a velocidade no avanço tecnológico do mercado.

A mentalidade empreendedora carrega certas atitudes tais como: direcionamento, firmeza e obstinação; mentalidade otimista; presunção e rapidez no julgamento; preferência por soluções simples; autonomia e independência; disposição para correr riscos; oportunismo; disposição para se sacrificar; ser visionário; tranquilidade em relação à incerteza; facilidade em encontrar soluções para os problemas (cf. ROGERS, 2011). E são essas qualidades que buscaremos compreender nos empreendedores africanos em seu tempo de mercado.

### **Principais dificuldades na implementação do negócio**

Já foi mencionado anteriormente que começar um negócio não é uma tarefa simples, para um estrangeiro acrescenta o grau dessa dificuldade e iniciar em um local. Assuntos como obter financiamento para o seu negócio é uma das principais questões que todo empreendedor estrangeiro enfrenta e tem de enfrentar para sobreviver em outros países que não seja da sua origem. Embora o empreendedor possa economizar dinheiro inicial para abrir um negócio, ele não sobrevive por muito tempo por falta de capital de giro, por isso não pode simplesmente contar com a chegada do próximo cheque de vendas para pagar as suas contas e ainda cuidar da próxima etapa do negócio.

É necessário que haja oportunidades e incentivos para se empreender. Em *Empreendedorismo* os autores afirmam que “o empreendedor segue o que acredita ser uma oportunidade” (HISRICH, *et al*, 2014, p. 6).

Por outro lado, somando a este grande dragão de dificuldades está a dúvida incessante. Todo empreendedor, principalmente aquele que está começando, duvida de si mesmo e, muitas vezes, questiona se seu negócio vai dar certo, ser lucrativo e sobreviver com o tempo, ou até mesmo se seu produto está funcionando e se os clientes os aceitarão, temos que admitir que o ambiente chamado mercado é exigente e complexo e as dificuldades sempre aparecerão, mas é importante supera-las, buscar caminhos, informação e o máximo de eficiência sem abrir mão da qualidade. Não há como escapar dessas indagações e nenhuma delas tem uma resposta sólida e confiável até que se esteja em posição de empreendedor.

Existem muitos fatores desconhecidos e muitos dos planos a longo prazo muitas vezes terão seu fluxo impactados por novos interferes de novas conjunturas locais e da globalização em que vivemos. “Mas, ser um empreendedor significa agir diante de uma oportunidade que vale apenas se trabalhada” (HISRICH, *et al*, 2014, p. 7). Hoje os empreendedores já não são vistos apenas como provedores de mercadorias desinteressantes e que são movidos unicamente por lucro a curto prazo, ao contrário, são energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento e produtiva. São eles os geradores de empregos, que introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Assim, a presente pesquisa tem como um de

seus objetivos a investigação das principais dificuldades encontradas por empreendedores africanos no Estado de Goiás.

## **METODOLOGIA**

Os métodos são os meios utilizados para a extração de dados que resultaram na execução do presente trabalho, reunindo toda a teoria para a obtenção de informações. Os métodos utilizados foram os seguintes: Pesquisa bibliográfica, pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa.

O primeiro momento, houve a entrevista com duas empresárias africanas relatando suas experiências de negócios. As entrevistadas não participaram da pesquisa de questionário, dado no primeiro momento. A seleção das duas entrevistadas baseou-se em suas experiências de negócio e por prestação de serviços que têm sua origem no continente africano. No segundo momento, pesquisou-se 22 Empreendedores africanos, foi aplicado um questionário final por meio do *Microsoft Forms*, no mês de março e abril de 2021. Os empreendedores são pessoas indicadas pelo círculo de amigos.

### **Instrumento: questionário no *Microsoft Forms***

A internet foi o mediador que facilitou para a obtenção das informações, por conta da pandemia por COVID-19 e funcionou como um veículo para a pesquisa científica explorada, captando dados através de formulário on-line, portanto foi aplicado o questionário aos empreendedores cuja a finalidade foi explorar como surgiu a ideia de empreender, quais principais dificuldades na implementação de seus empreendimentos. Como bem sustenta Andrade,

Instrumentos de pesquisa são os meios através dos quais se aplicam as técnicas selecionadas. Se uma pesquisa vai fundamentar a coleta de dados nas entrevistas, torna-se necessário pesquisar o assunto, para depois elaborar o roteiro ou formulário. Evidentemente, os instrumentos de uma pesquisa são exclusivos dela, pois atendem às necessidades daquele caso particular. A cada pesquisa que se pretende realizar procede-se à construção dos instrumentos adequados. (ANDRADE, 2009, p. 132-133).

De acordo com o pensamento de Andrade (2009) as perguntas deverão ser claras e objetivas, a linguagem utilizada deve ser a mais clara possível, com vocabulário adequado ao nível de escolaridade dos informantes, as perguntas não poderão sugerir ou induzir as respostas, as perguntas devem manter uma sequência lógica.

*Microsoft Forms* é um aplicativo simples e leve que faz parte do pacote *Office 365* e permite criar facilmente pesquisas e testes. Em instituições educacionais, ele pode ser usado para criar provas acadêmicas, coletar comentários de professores e/ou pais ou planejar atividades de classe e em equipe. Em organizações empresariais, pode ser usado para coletar comentários dos clientes, medir a satisfação dos funcionários, melhorar o produto ou a empresa e ainda organizar os eventos da organização.

## **Pesquisa bibliográfica**

A pesquisa bibliográfica do tema em questão, facilita para a compreensão dos principais conceitos envolvidos por ser atual e moderno. Posteriormente, contato com os empreendedores Africanos aqui no Brasil, se faz necessário um apoio bibliográfico específico.

Segundo Severino (2007) pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza:

[...] a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utilizam-se dados de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir de contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos. (SEVERINO, 2007, p.122).

A pesquisa bibliográfica possibilitou aprofundar o conhecimento sobre o tema em abordagem, permitindo formulação mais precisa da solução de problemas resolvidos através do empreendedorismo, além do mais, possibilitou também a realização de pesquisas mais estruturadas.

## **Pesquisa Qualitativa**

Fez-se uso da pesquisa qualitativa para alcançar informações mais específicas, no entanto claras, foi usada também para traçar melhor um perfil comportamental e até possíveis ações, pois esses dados qualitativos coletaram informações que não buscaram apenas medir o tema, mas descrevê-lo, usando de impressões e opiniões do ponto de vista do respondente, neste caso, os empreendedores Africanos. Reunindo os dados coletados de forma qualitativa. De acordo com (CRESWELL, 2007). O objetivo deste método qualitativo é entender melhor o problema de pesquisa com a coleta de dados.

A pesquisa, de acordo com Gil, é:

(...) procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa desenvolve-se por um processo constituído de várias fases, desde a formulação do problema até a apresentação e discussão dos resultados (GIL, 2007, p. 17).

## **Pesquisa Quantitativa**

Este trabalho utilizou também de registros disponíveis nos arquivos internos do entrevistado em questão para o melhor levantamento de dados e informações e formalização do estudo de caso.

Neste artigo a pesquisa quantitativa deu-se através do questionário aplicado à 22 empreendedores. Para Severino (2007) a pesquisa quantitativa visa coletar dados exatos, ou sejam, números. Dados quantitativos são estruturados, analisados e demonstrados estatisticamente com eles se formam a base para tirar conclusões gerais da pesquisa em questão.

Modalidade de pesquisa na qual variáveis predeterminadas são mensuradas e expressas numericamente. Os resultados também são analisados com o uso preponderante de métodos quantitativos (ex.: estatística); II. Modalidade de pesquisa que investiga fatos [...] (APPOLINÁRIO, 2004, p. 155)

Segundo Knechtel (2014), a pesquisa quantitativa é uma modalidade de pesquisa que operante em um problema humano ou social, se baseia no teste de uma teoria e é composta por variáveis quantificadas em números, que são analisadas de modo estatístico através de gráficos com o objetivo de determinar se as previsões da teoria se sustentam ou não. O método quantitativo tem como foco trazer clareza do objetivo, reunindo os dados coletados de forma no mesmo projeto (CRESWELL, 2007) trazendo um entendimento melhor do problema com a coleta de dados.

## **APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **Entrevistas com os empreendedores**

Nessa primeira etapa da pesquisa, feita em março de 2021, procurou-se fazer entrevista com duas empreendedoras através do Aplicativo de WhatsApp via ligação.

Buscou-se entender os seguintes questionamentos: como surgiu a ideia de implementar o negócio no Brasil? Como é avaliado o mercado brasileiro em termos de oportunidades? Quais são as principais dificuldades encontradas no ato de implementação do negócio? Como africano (a) o que causou a mudança de pensamento na formação empreendedora? Como se reinventaram na pandemia?

A primeira entrevistada é dona da marca NK (Nina Koxta). Saturnina da Costa de 32 anos de idade, oriunda de Guiné Bissau, possui o seu atelier onde são confeccionados diversos modelos de roupas e acessórios africanos. A jovem empreendedora Africana afirma em suas respostas que a ideia da implementação do negócio surgiu com o pedido de uma amiga para ajudar a encapar seus sapatos com tecidos africanos, e a UFG-Universidade Federal de Goiás foi um grande impulso para dar vida a sua marca por meio de um evento chamado Semana de África organizado pela UFG. Ela aponta para o mercado brasileiro como um lugar cheio de oportunidades, mas é necessário mostrar trabalho árduo e firmeza pois ao mesmo tempo que existem oportunidades também há inúmeros obstáculos, dentre os quais ela menciona o racismo e a xenofobia por ser negra e africana.

Outras dificuldades encontradas para implementar o seu negócio foram: falta de incentivo, a desvalorização de produtos africanos em relação ao preço, para muitos, o fato do produto ser oriundo de África deve ser comercializado em um preço extremamente baixo. Por fim, ela aponta a exploração como grande parte da dificuldade enfrentada, gente agindo de má fé, por causa do processo histórico da colonização e escravidão atrelada ao povo africano.

Saturnina Costa sempre procurou em se engajar em projetos e atividades de serviços sociais. Não perde nenhum desses eventos quando ocorrem na universidade na qual faz parte (UFG) como graduanda. A exemplo disso, durante a pandemia evidenciou boa parte de seu

tempo, recurso e talento de cortes e costuras para confeccionar máscaras para universidade. Como alternativa de comércio durante a pandemia, Saturnina, produziu kits de máscaras para vender com diversos tecidos e cores de representações culturais africanas, suas ações como voluntária a maximizam como um exemplo. No entanto NK está tentando se reinventar nesta pandemia com a criação de seu site de vendas sendo que maioritariamente suas vendas dependiam de eventos, exposições e feiras.

A outra entrevistada é a angolana, Graciete Julia da Silva Soares Xirimbimbi de 31 anos de idade, dona de um Salão de Beleza. A entrevistada afirma que a ideia de negócio surgiu despretensiosamente, a partir de um curso profissionalizante oferecido pelo L'Oréal. Ao finalizar o curso ela decidiu implementar o seu próprio negócio para ser mais presente na vida da sua filha. A Empreendedora vê o mercado brasileiro apinhado de oportunidades e reconhece que conhecimento específico para determinada área é um diferencial altamente fundamental. Não obstante, ela identifica inúmeras dificuldades para iniciar o negócio, desde a aquisição de documentação regular e legal até a concessão de crédito bancário. Dificuldades que ela vem enfrentando até os dias de seu depoimento na presente entrevista.

A Empreendedora tem tido retornos positivos de suas clientes por meio do atendimento personalizado, o seu Salão tem como valores fundamentais propiciar autoestima, beleza e segurança a cada mulher que frequenta o lugar. O Salão de Beleza está tentando se reinventar nessa pandemia de acordo com o perfil de cada cliente e oferece alguns serviços sociais demonstrando preocupação com o bem-estar de suas clientes.

O valor é um diferencial para se destacar no mercado e dar continuidade no serviço. Os valores são recursos que o empreendedor se utiliza para criação, desenvolvimento e conservação da imagem, elevando a autoestima (TAMAYO; BORGES, 2001). Sendo assim, valores denunciam a expressão íntima de nossa identidade e de nossa singularidade. Os valores representam tudo aquilo que nos define, e que por isso, ao serem estabelecidos, requerem todo o cuidado possível. Alguns autores definem valores como “princípios ou crenças, organizados hierarquicamente, relativo a comportamentos desejáveis para orientar a empresa e estão a serviço de interesses individuais, coletivo ou misto” (TAMAYO; GONDIM, 1996, p. 63).

Não obstante, na prática, não é tão simples encontrá-los e tomar a decisão responsável de engajá-los na vida diária dos negócios. O estabelecimento dos valores costuma ser a última etapa da formação de uma identidade corporativa. Vem depois do estabelecimento da missão – que sintetiza o propósito de sua empresa existir, sua razão de ser – e da visão – que expressa a situação em que a empresa deseja chegar em um período determinado de tempo, no entanto, devem caminhar juntos, dando pouco espaço ao imprevisto (WELCH, 2005). Ou seja, depois de afirmar o que se pretende empreender e onde se quer chegar, uma nova e importante necessidade surge, a de comunicar a lei íntima que servirá de guia, os princípios que se quer carregar como marca do ser.

Os valores representam os ideais de atitude, comportamento e resultados que devem estar presentes no empreendedor e nas relações com clientes, fornecedores e parceiros (TAMAYO, 2005). Durante a entrevista, foi perceptível como um recurso que mais causa preocupação nos empreendedores africanos.

Outra via de pesquisa, a qual podemos designar de segunda etapa, optou-se a entrevistar aos empreendedores africanos no Estado de Goiás, a fim de avaliar a percepção de negócio,

produto oferecido, serviço prestado e as principais dificuldades enfrentadas no mercado bem como suas posturas para inovação e foi realizada através do aplicativo *Microsoft forms*. A abordagem do questionário foi divulgada, como dissemos, por meio do WhatsApp e contatos para acesso ao questionário. A seguir, são apresentados todos os resultados da pesquisa. Os empreendedores foram selecionados de acordo com: país de origem, residente no estado de Goiás, atuação como empreendedor e tipo serviço.

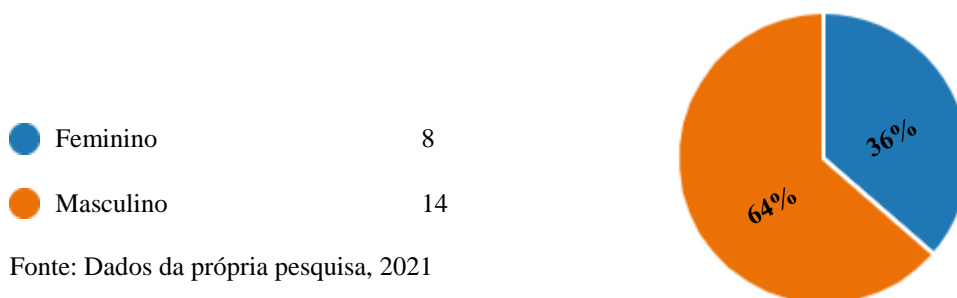
## Pesquisa para Empreendedores Africanos do Estado de Goiás

Após a elaboração do questionário no *microsoft forms*, havendo uma revisão e pequenos ajustes junto ao orientador chegando a um consenso final totalizando 16 questões, o qual foi enviado através de link via *WhatsApp* e outros meios de contato para cerca de 85 africanos.

Plataforma da organização da pesquisa: *Microsoft Forms*, 2020.

Gráfico 2 – Sexo.

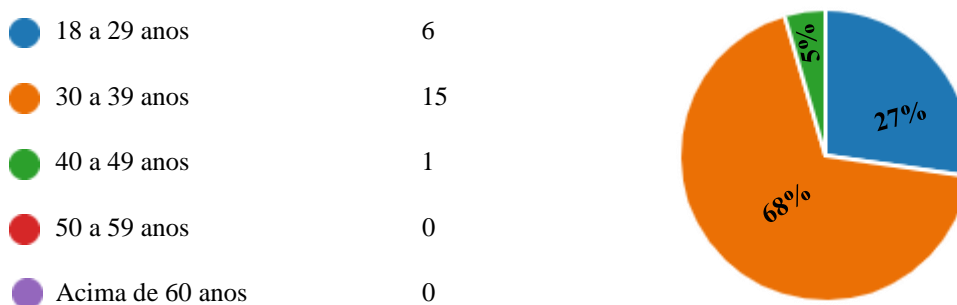
### 1. Sexo.



De acordo com o gráfico 2. A maioria dos respondentes foram do sexo masculino com 64% dos empreendedores, seguido do sexo feminino com 36%. Essa questão teve a Intenção de identificar o perfil público-alvo respondente.

Gráfico 3 – Faixa etária.

### 2. Faixa etária.



Visualizando o gráfico 3, percebe-se que em sua maioria, os respondentes da pesquisa são jovens, sendo 27% com idades entre 18 e 29 anos, seguido de jovens da meia idade entre 30 e 39 anos sendo estes 68%, sendo 5% com idade entre 40 e 49 dos respondentes. É importante ainda frisar que o empreendedorismo traz consigo uma ideologia da criatividade e inovação por parte dos jovens.

Gráfico 4 – País de origem.

3. Qual o país de origem? (Resposta descritiva)

21

**Respostas Mais Recentes**

Respostas

"Moçambique", "Angola" "Cabo Verde "

Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021

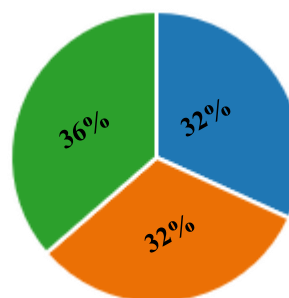
Por se tratar de uma aplicação online por meio de um link para o questionário no *Microsoft Forms*, houve a possibilidade de captar respostas de vários Africanos em Goiás com o maior índice de respondentes Angolanos. Não obstante, contou-se também com a participação de empreendedores de países de origem como Cabo Verde, Guiné Bissau, Moçambique e Congo Democrático. Convidados a responder o questionário através do WhatsApp.

Gráfico 5 – Tempo como empreendedor.

4. Há quanto tempo atua como empreendedor?

● 6 meses - 2 anos	7
● 2 anos - 4 anos	7
● Há mais de 5 anos	8

Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021



Como consta no gráfico 5, 32% dos empreendedores responderam que estão atuando no mercado em um período de 6 meses a 2 anos, seguido de 32% que estão entre 2 e 4 anos, e a maioria dos respondentes, representando 36%, estão há mais de 5 anos no mercado.

Ser empreendedor não é uma tarefa muito fácil, principalmente no início do negócio. Logo, o tempo é um fator crucial para ser analisado, é importante ressaltar que não há um tempo limite para empreender, mas estima-se melhores resultados e crescimento com o passar dos anos.

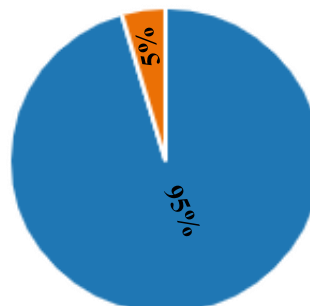


Gráfico 6 – Atuação presente.

5. Atualmente você está empreendendo?

● Sim	21
● Não	1

Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021



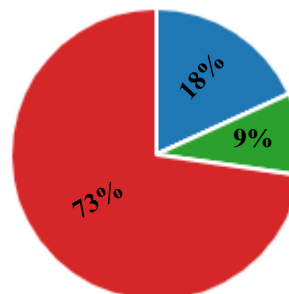
No gráfico 6, 95% dos respondentes estão empreendendo, e 5% não estão, é comum que ao começar um negócio surgem várias ideias e com isso, a necessidade de usar ferramentas adequadas ao negócio através da inovação, buscando oportunidades e adequação ao mercado.

Gráfico 7 – Área de forma acadêmica.

6. Qual a sua área de formação?

● Administração	4
● Ciências Contábeis	0
● Ciências Econômicas	2
● Outros	16

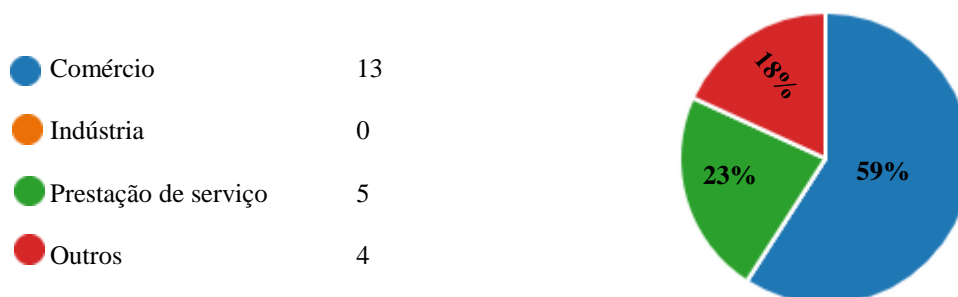
Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021



Segundo a pesquisa, como apresentada no gráfico 7, os empreendedores respondentes são de diversas áreas e conforme demonstra o gráfico acima 73% responderam para outras áreas além das áreas de Administração 18%, Ciências Econômicas 9% e Ciências Contábeis 0%. Existem problemas a serem resolvidos em diversas áreas e por isso tamanha diversidade nas áreas de formações dos respondentes, atualmente existem empreendedores dos mais diversos segmentos, desde a área jurídica até a área de medicina.

Gráfico 8 – Área de atuação.

7. Qual é a área de atuação do seu segmento?



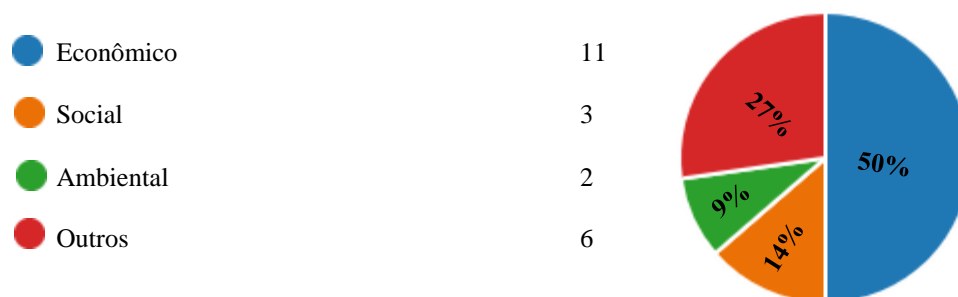
Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021

A partir do gráfico 8, pode ser observado a diversidade de áreas de atuação dos respondentes, assim o quadro acima mostra que 59% responderam comércio além de as alternativas disponíveis sendo estas 23% para prestação de serviços e 18% para outras áreas.

A diversidade empreendedora resolve muitos problemas existentes na sociedade, principalmente ao de empregabilidade. Utilizam estratégias para manter a qualidade dos serviços e produtos oferecidos.

Gráfico 9 – Foco de negócio.

8. Qual é o foco do seu negócio?



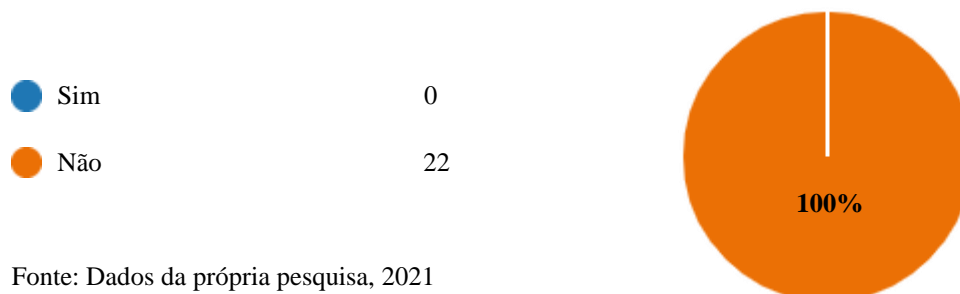
Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021

Na pesquisa realizada 50% responderam que o foco do negócio é econômico, 14% social, 9% ambiental e 27% responderam outro foco.

Os pilares principais da sociedade são: social, econômico e ambiental, que dão ênfase no desenvolvimento de forma sustentável, as empresas atuam de forma que os pilares coexistam e interajam entre si plenamente e de maneira harmoniosa no setor financeiro e assim gerar mais impactos econômicos.

Gráfico 10 – Existência de produtos semelhantes.

9. O produto e/ou serviço que oferece é único no mercado?



O gráfico 10 apontou que 100% dos respondentes não possuem um produto e/ou serviço único no mercado, e entende-se que nem sempre um empreendedor irá criar um produto ou serviço, mas neste processo poderá trazer inovação, melhoria e aperfeiçoamento em algo existente.

Gráfico 11 – Tipo de serviço prestado.

10. Qual produto e/ou serviço que você oferece? (Resposta descritiva)

20	Respostas Mais Recentes
Respostas	<i>"Venda de roupas e calçados"</i> <i>Manutenção de refrigeradores e técnica de reciclagem</i> <i>"Diversos. Cervejas, refrigerantes..."</i>

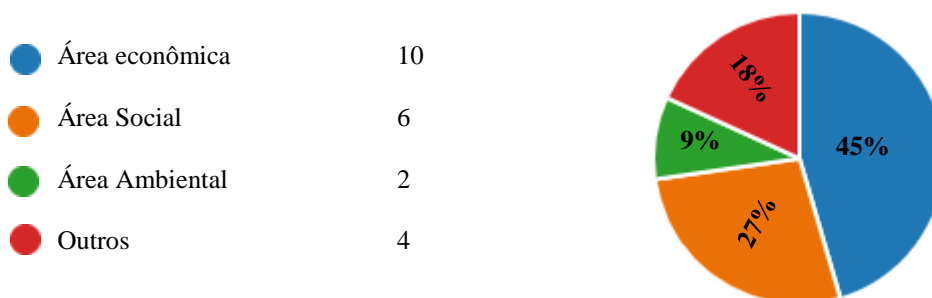
Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021

Serviços citados: Venda de roupas e calçados; Manutenção de refrigeradores e técnica de reciclagem; Diversos. Cervejas, refrigerantes; Equipamentos de informática; Atacado e Varejista de Bebidas; Venda de Roupas; Cursos, consultoria e mentoria; Estilista; Vendemos livros e bíblias; Fação de roupas e acessórios africanas; Bebidas; ROUPAS; Vendas de materiais acadêmicos; Gerenciamento de Redes Sociais; Cabeleireiro; Instalação e manutenção de ar condicionado; Vestuários e calçados, moda masculina e feminina até mesmo infantil; Tranças; Tranças; Venda de Livros.

Os produtos e/ou serviços foram criados para atender uma demanda no mercado e se tornar um negócio estável. Os empreendedores utilizam a técnicas para mapear estratégias específicas para os segmentos existentes que podem ou não ser bem-sucedidos pelo momento de total incerteza causada pela Pandemia.

Gráfico 12 – Contribuição com o serviço prestado.

11. Qual é a contribuição que o seu produto e/ou serviço oferece para o mercado?

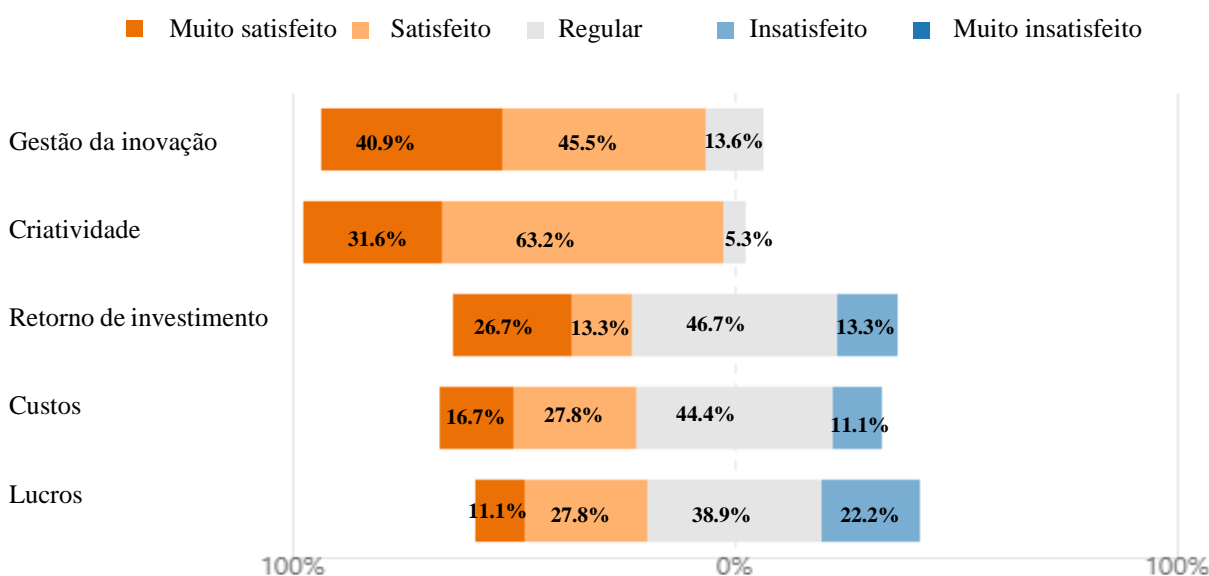


Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021

No gráfico 12, observa-se que 45% dos respondentes disseram que resolvem problemas majoritariamente econômico, 27% social, 9% ambiental e 18% em outras áreas. Grandes empreendedores têm a capacidade de mudar a forma como vivemos e trabalhamos, em bases locais e nacionais. Se forem bem-sucedidas, suas inovações podem melhorar os padrões de vida e, além de criar riqueza com empreendimentos empresariais, também criam empregos e contribuem para uma economia em crescimento. A importância do empreendedorismo não deve ser subestimada. Os empreendedores ajudam a impulsionar a mudança com inovação, onde produtos novos e aprimorados permitem o desenvolvimento de novos mercados.

Gráfico 13 – Satisfação com o serviço prestado.

12. Em geral qual o seu nível de satisfação com o produto e/ou serviço que você oferece?

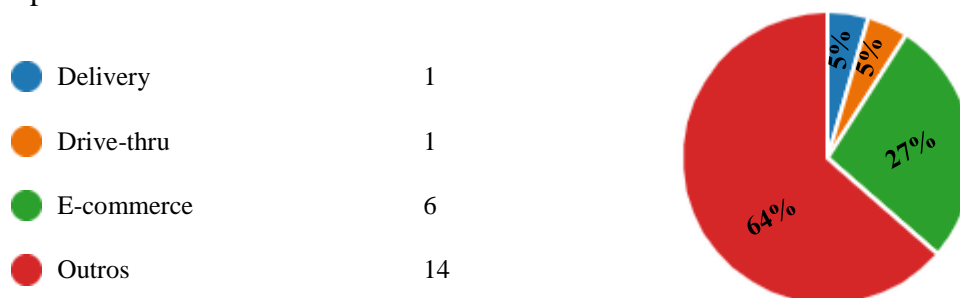


Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021

O gráfico 13 mostrou que a maioria dos respondentes estão muito satisfeitos ou satisfeitos com o desenvolvido de seus negócios no que tange a Criatividade, Gestão da inovação, Retorno sobre investimentos, custo, mas podemos constatar insatisfação elevada nos lucros. Não obstante, os empreendedores se mostram mais empolgados em prestar seus serviços à comunidade do que correr, de forma desenfreada, atrás de lucro.

Gráfico 14 – Estratégia de inovação.

13. Qual a ferramenta de inovação tecnológica você está usando no contexto da pandemia?



Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021

De acordo com o gráfico 14, a maioria dos empreendedores utilizam ferramentas da gestão estratégica da inovação dadas como multiplicas escolhas, sendo *Delivery* 5%, *drive thru* 5%, *e-commerce* 27% seguido de outras ferramentas com 64%. Entende-se que existem muitas ferramentas para fazer chegar os produtos aos clientes, e o e-commerce está em destaque que são as vendas pela internet.

Gráfico 15 – Dificuldades enfrentadas.

14. Quais são as principais dificuldades encontradas no ato da implementação do seu negócio? (Resposta descritiva)

**21**

Respostas

**Respostas Mais Recentes**

*"Fornecedor de Confiança"*  
*"Falta de apoio e incentivo"*  
*"Constituição da empresa"*  
*"Falta de espaço acessível"*

Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021.

Nesta questão procurou-se saber quais as principais dificuldades encontradas para a implementação do negócio, e como pode ser constatado são várias as dificuldades encontradas, algumas simples e outras mais complexas, acredita-se que o melhor meio é traçar estratégias para a implementação de melhorias.

Gráfico 16 – Empreendedorismo como estratégia.

15. Concorda que a prática do empreendedorismo de maneira estratégica com ênfase em inovação poderá ajudar muitas pessoas a se recuperarem da crise causada pela pandemia da Covid-19? Em uma escala de 1 a 5 (sendo 1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente) assinale

**19**

Respostas

**4.37**

Número Médio

Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021.

Como demonstrado no gráfico 16, foi achado uma média das respostas em torno de 4.37 que corresponde a 96,14% dos empreendedores. Os respondentes concordam que a gestão estratégica com ênfase em inovação poderá ajudar muitas pessoas a se recuperarem da crise econômica causada pela Pandemia da COVID-19, podendo assim seguir auxiliando aos empreendedores a se reinventarem em meio a um momento tão adverso quanto o atual cenário.

Gráfico 17 – Análise empreendedora.

16. Em sua opinião, qual problema existente na sociedade poderia ser resolvido através do empreendedorismo?

**20**

Respostas

**Respostas Mais Recentes**

*"Melhorar a Condição Financeira"*  
*"Desigualdade social e dependência financeira"*  
*"Desemprego"*

Fonte: Dados da própria pesquisa, 2021.

De um modo geral os respondentes descreveram para esta pergunta problemas visíveis na sociedade que precisam ser solucionados, principalmente o alcance da independência financeiro, a radicalização do desemprego, a inclusão no mercado etc. O empreendedorismo e a inovação auxilia nesse processo de decisão utilizando de ferramentas lógicas, para trazer à tona a melhor forma de colocar em prática uma ideia inovadora que solucionará algum problema existente.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Frente a todo o exposto, o empreendedorismo dá a capacidade de idealizar projetos ou serviços de negócios, trazendo mudanças significativas na forma de vermos o mundo dos negócios, por tanto é importante que as escolas que visam em capacitar os empreendedores, se mantenha atualizada quanto a empregabilidade da gestão da inovação no ramo dos *negócios* no contexto atual. Com esse estudo tanto acadêmicos, empreendedores quanto empresas poderão conhecer melhor sobre a performance ativa da gestão da inovação, podendo aplicá-la como um método eficaz de inovação em qualquer área das organizações.

A comunidade será positivamente impactada, pois diariamente empresas do mundo inteiro investem muito em inovação com o objetivo de criar respostas para as necessidades presentes na sociedade. As novas tecnologias fazem parte desse processo, que este trabalho deixou claro e informativo, mostrando como essas empresas de inovação agem, proporcionando assim um verdadeiro leque de informações para a comunidade. O intuito principal deste artigo foi evidenciar que forma sobrevivem a um cenário de imprecisão utilizando as técnicas da gestão da inovação.

Durante a captação de dados, houve grandes dificuldades em obter efetivamente as respostas necessárias para o estudo, apesar de ser um questionário online e muito rápido com tempo médio de 4 minutos, foi enviado a 82 Africanos residentes em Goiás tivemos o retorno de apenas 22 delas, um retorno de 18,7% o link foi acompanhado de uma breve introdução como: apresentação, motivo do questionário e tempo médio para as respostas. Estas limitações foram enfrentadas por decorrência da Pandemia por COVID-19, porém, não influenciou negativamente na captação de respostas que se deram através das redes sociais, tais como: WhatsApp.

Majoritariamente, os respondentes têm entre 30 e 39 anos de idades, estão no mercado a mais de cinco anos, o ramo mais comum dos respondentes é o comércio. E sendo este um tema muito importante, é necessário frisar a amplitude de informações trazidas à tona juntas a eles, informações plausíveis permitindo ao meio acadêmico, à academia e à sociedade maiores estudos e informações acerca do assunto abordado.

Esta pesquisa permitiu além de maior esclarecimento acerca do tema, também a obtenção de respostas para as questões da problemática, tais como: as características, conhecimento, habilidades, estratégias e meio de inovação dos empreendedores africanos no estado de Goiás; o perfil do empreendedor. Bem como permitiu a reflexão em questionamentos do tipo: o que *o empreendedorismo* tem a nos ensinar em um cenário indeterminável? Que tipo de serviço e/ou produto é útil para causar um crescimento acelerado? Qual a funcionalidade do modelo de gestão da inovação no cenário global atual?

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da Ciência: Filosofia e prática da pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2004.

BESSANT, John. **Inovação e empreendedorismo**. 3.ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2019.

BRASIL, Cristina Indio do. **Mulheres aumentam escolaridade em relação aos homens, mostra pesquisa**. Rio de Janeiro: Agência Brasil, 17 jun. 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ed. Revista e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

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

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. 30.ed.rev. e atual. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdade do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio**. 6.ed. São Paulo: Empreende/Altas, 2016.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 2015. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)>. Acesso em: 20 abril 2021.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 2017. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf). Acesso em: 20 abril 2021.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 20 abril 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.



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

\_\_\_\_\_. *O indivíduo empreendedor.* In: **Empreendedorismo: Teoria e Prática.** 5ª ed. São Paulo: Bookman, 2006.

HISRICH, Roberto D., *et al.* **Empreendedorismo.** 9.ed. São Paulo: AMGH, 2014.

KNECHTEL, Maria do Rosário. *Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada.* Curitiba: Inter saberes, 2014.

OCDE. *Manual de Oslo: Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica.* Publicado pela FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), 4º Edição, 2018.

ROGERS, Steven. **Finanças e Estratégias de Negócios para Empreendedores.** Porto Alegre, RS: Bookman, 2011.

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

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo.** São Paulo: Manual do aluno, 2007.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SCHUMPETER, Joseph. **Can capitalism survive?** Martino Fine Books, 1952.

SCHUMPETER, Joseph. **O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico.** In: *A Teoria do Desenvolvimento Econômico* Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

TAMAYO, A. *Impacto dos valores pessoais e organizacionais sobre o comprometimento organizacional.* In: TAMAYO, A; PORTO, J. **Valores Comportamentais nas Organizações.** Petrópolis: Vozes, 2005, p. 160-186.

TAMAYO, A.; GONDIM, M. G. C. **Escala de valores organizacionais.** Revista de Administração da universidade de São Paulo. São Paulo, v. 31, n. 2, p. 62-72, 1996.

TAMAYO, A.; BORGES, L. O. **Estrutura cognitiva do significado do trabalho.** Revista Psicologia: organizações e trabalho, Florianópolis, v.1, n.2, p. 11-44, jul./dez., 2001.

WELCH, J. **Paixão por vencer.** Rio de Janeiro: Elsevier, 7ª ed., 2005.