




Mulheres Quilombolas e o Empreendedorismo: barreiras, desafios e conquistas

Geisimara Santos Cardoso¹, Edilene Rocha Carmo¹, Fabio Vinicius de Macedo Bergamo¹²

¹ Departamento de Ciências Sociais Aplicadas – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – Vitória da Conquista – Bahia – Brasil

² Departamento de Educação à Distância – Centro Universitário Adventista de São Paulo – Eng. Coelho – São Paulo – Brasil

Resumo: O estudo objetiva examinar a atuação de mulheres quilombolas, com foco nas barreiras enfrentadas, motivações e estereótipos específicos do contexto. A pesquisa adota o modelo de análise de conteúdo proposto por Bardin (1977) e a coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, conduzidas virtualmente via *Google Meet*. Os resultados destacam como principais barreiras o acesso limitado a recursos, discriminação e as desigualdades de gênero, além das motivações para empreender e estereótipos enfrentados pelas empreendedoras quilombolas. Por fim, verifica-se que, apesar dos desafios, essas mulheres têm alcançado avanços que fortalecem a economia local, preservam as tradições culturais e promovem inclusão e equidade em suas comunidades.

Palavras-chave: Barreiras. Conquistas. Desafios. Empreendedorismo. Mulheres quilombolas.

Abstract: The study aims to examine the actions of quilombola women, focusing on the barriers faced, motivations and context-specific stereotypes. The research adopts the content analysis model proposed by Bardin (1977) and data collection was carried out through semi-structured interviews, conducted virtually via *Google Meet*. The results highlight limited access to resources, discrimination and gender inequalities as the main barriers, in addition to the motivations to undertake and stereotypes faced by quilombola entrepreneurs. Finally, it appears that, despite the challenges, these women have achieved advances that strengthen the local economy, preserve cultural traditions and promote inclusion and equity in their communities.

Keywords: Barriers. Achievements. Challenges. Entrepreneurship. Quilombola women.

Citação deste Artigo (ABNT)

CARDOSO, Geisimara S.; CARMO, Edilene Rocha; BERGAMO, Fábio Vinicius de Macedo. Mulheres Quilombolas e o Empreendedorismo: barreiras, desafios e conquistas. *Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas*, v.22, n. 2, p.76-91, 2025.

Recebido em: 07/07/2025.

Aprovado em: 21/07/2025

Autora para Correspondência

Geisimara Santos Cardoso
geisy.cardoso.1999@gmail.com



Copyright: © 2025 Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.

INTRODUÇÃO

A Constituição de 1988 reconhece o direito à titulação dos quilombos no Brasil, garantindo visibilidade às etnias e às culturas da sociedade (Brasil, 1988). Quilombos eram comunidades formadas por escravos fugitivos durante o período colonial, sendo o Quilombo dos Palmares um dos maiores exemplos de resistência (Leite, 2008). Hoje, os "remanescentes de quilombo" são comunidades reconhecidas pelo Estado, com direitos específicos para a preservação cultural (Brasil, 1988).

O Decreto nº 4.887 de 2003 define quilombolas como grupos com trajetória histórica própria e laços territoriais específicos. Essas comunidades transformam a ausência de direitos em cidadania, bem como promovem sua identidade e cultura (Leite, 2000). Segundo o IBGE (2022), há 1.327.802 quilombolas no Brasil, concentrados principalmente na Bahia. Entretanto, apenas 4,3% dessa população reside em territórios oficialmente delimitados.

A economia quilombola se baseia na agricultura e no comércio, destacando-se as quitandeiras, mulheres que comercializavam alimentos e garantiam a subsistência das comunidades (Abreu, 2009). No entanto, o racismo institucional dificulta o acesso dessas comunidades a direitos básicos, como saúde e educação (Sinimbu, 2023). Nesse sentido, as mulheres quilombolas enfrentam desafios adicionais, pois muitas lideram os quilombos devido à migração masculina para centros urbanos, enfrentando violência e conflitos territoriais (Pereira, 2022).

O empreendedorismo tem papel fundamental no avanço econômico e social, sendo que 48% das empreendedoras brasileiras são negras (SEBRAE, 2023). O crescimento do mercado para mulheres negras reflete uma maior participação no setor de serviços e comércio. Contudo, persistem desigualdades de gênero e raça no acesso a oportunidades. A cultura empreendedora das mulheres negras tem raízes na história e desempenha papel essencial no desenvolvimento econômico, especialmente na Bahia e no Recôncavo Baiano. Diante disso, surge a questão: como as mulheres quilombolas se relacionam com o empreendedorismo? Com

referido intento, o estudo assenta-se também em alguns aspectos fundamentais, como as questões de gênero e desigualdades, o afroempreendedorismo, o movimento *Black Money*, bem como a participação de grupos marginalizados e minorias étnicas no âmbito empreendedor.

REVISÃO DE LITERATURA

Empreendedorismo: Conceitos e Definições

O conceito de empreendedorismo tem raízes históricas e foi sendo aprimorado ao longo do tempo. Cantillon (século XVIII) destacou o papel dos empresários na tomada de decisões em meio à incerteza, enquanto Say (1767-1832) os definiu como coordenadores da produção e distribuição. Drucker (1987, p. 36) afirma que “o empreendedor é aquele que busca mudanças, responde a elas e explora oportunidades”.

Diversos fatores influenciam o empreendedorismo, incluindo motivação pessoal, contexto social, ambiente de mercado e estrutura organizacional (Dornelas, 2021). Esses elementos desempenham um papel fundamental no surgimento e desenvolvimento de uma empresa.

Gênero e suas Desigualdades no Empreendedorismo

O conceito de gênero foi desenvolvido para questionar a ideia de diferenças sexuais fixas, destacando que tais distinções são construções sociais (Haraway, 2004). Scott (2005) argumenta que gênero é a organização social das percepções sobre a diferença sexual. No Brasil, mulheres e minorias raciais enfrentam barreiras significativas no empreendedorismo devido a fatores históricos e estruturais. Segundo Araújo (2005), a desigualdade de gênero no empreendedorismo não é apenas um problema social, mas também uma limitação para a inovação e o crescimento empresarial.

O racismo e o machismo reforçam a exclusão econômica, limitando oportunidades para mulheres negras e outras minorias (Ferreira; Camargo, 2011). Sendo assim, o reconhecimento da interseccionalidade – ou seja, a sobreposição de

desigualdades de gênero, raça e classe – é essencial para a formulação de políticas eficazes (Carneiro, 2003).

Nessa perspectiva, Pessoa (2019) salienta que promover a diversidade e a inclusão no empreendedorismo não é apenas uma questão de justiça social, mas uma estratégia para tornar a economia mais inovadora e resiliente. Portanto, torna-se essencial a efetivação de políticas inclusivas que fomentem a equidade no campo empresarial, especialmente para mulheres negras empreendedoras e outros grupos historicamente marginalizados.

Afroempreendedorismo: conceitos e resgate histórico

O afroempreendedorismo tem suas raízes históricas na luta da população negra por autonomia econômica, desde os escravos de ganho, que buscavam sua liberdade por meio do comércio, até os dias atuais. Menezes (2009) observa que, mesmo após a abolição, muitos negros continuaram vivendo em condições precárias, sem acesso a oportunidades de ascensão social. Nesse contexto, o empreendedorismo tornou-se uma alternativa essencial para geração de renda. Conforme Ribeiro (2013), devido ao racismo institucional, muitos negros recorrem ao empreendedorismo como forma de sobrevivência e inclusão econômica.

O afroempreendedorismo pode ser entendido de duas formas: no sentido amplo (*lato sensu*), como qualquer empreendimento liderado por negros, e no sentido estrito (*stricto sensu*), quando há um compromisso com a valorização da identidade racial e a adoção de práticas antirracistas (Santos, 2019 apud Zanella; Magalhães, 2023, p. 64).

A distinção entre afroempreendedorismo e empreendedorismo negro também é relevante. Segundo Nascimento (2018), o afroempreendedor é aquele que não apenas se autodeclara negro, mas também desenvolve negócios que promovem a identidade afro-brasileira, enquanto o empreendedor negro pode atuar sem necessariamente abordar questões raciais.

Black Money: O Dinheiro do Negro, Para o Negro

O conceito de *Black Money* é originado nos Estados Unidos e refere-se ao fortalecimento econômico da comunidade negra, com a circulação de dinheiro dentro do próprio grupo. No Brasil, este movimento visa fomentar o consumo de produtos e serviços de empreendedores negros.

Santos (2019) enfatiza a necessidade de reformular as dinâmicas empresariais para reconhecer o poder do consumidor negro e promover inclusão. Além disso, o *Black Money* fortalece redes de comércio sustentável, impulsionando o desenvolvimento econômico e reafirmando a identidade cultural da população negra. Nesse contexto, as mulheres quilombolas exercem um papel crucial no afroempreendedorismo, sendo essenciais para a economia de suas comunidades, ao demonstrarem resiliência e liderança na busca pela inclusão e desenvolvimento econômico.

As Mulheres Quilombolas Empreendedoras

As mulheres quilombolas enfrentam a sobreposição das desigualdades de raça e gênero, o que as torna invisibilizadas na sociedade. A falta de acesso a recursos e oportunidades educacionais limita suas possibilidades no mercado de trabalho, como apontam Scabin e Lima (2003). Mesmo com avanços, persistem as disparidades salariais e dificuldades de inclusão, o que afeta de maneira mais acentuada esse grupo social.

Apesar disso, essas mulheres desempenham papéis primordiais em suas comunidades, garantindo a preservação cultural e liderando movimentos por direitos territoriais e políticos (Dealdina, 2020). Dandara de Palmares é um exemplo histórico da força feminina na luta quilombola, sendo um ícone de resistência. Segundo Soares e Gomes (2011, p. 6):

“O Brasil representa uma mistura cultural num contexto socioeconômico. A resistência dos negros escravizados que lutaram por liberdade contra os senhores de engenho, e pelas fugas para territórios chamados de quilombos, deu início a todo processo histórico da inserção da mulher negra em atividades empreendedoras, a

exemplo das quitandeiras, mulheres que dão expressividade ao fortalecimento de comércios regionais (Soares; Gomes, 2011, p. 6).”

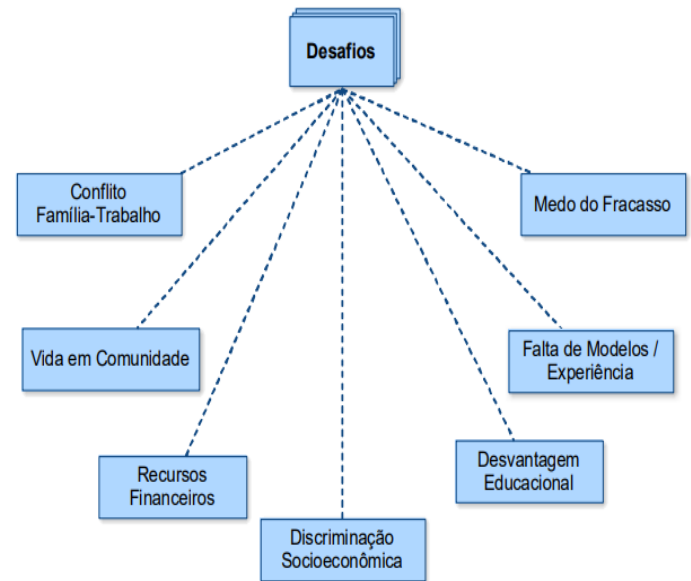
O empreendedorismo das mulheres quilombolas é uma estratégia para resistir às desigualdades econômicas, assim como para fortalecer as comunidades e preservar suas tradições culturais. Coelho (2022) destaca que, após a abolição, muitas mulheres negras lutaram para conquistar a autonomia, inclusive comprando suas próprias cartas de alforria. A interseccionalidade entre raça, gênero e classe é um elemento central na compreensão da realidade dessas mulheres. Para Monteiro (2013), elas são protagonistas no processo de reconhecimento quilombola, demonstrando sua liderança e articulação política.

Empreendedorismo de Minorias

O empreendedorismo tem se mostrado uma alternativa para grupos marginalizados e minorias étnicas que enfrentam barreiras no mercado de trabalho e na mobilidade social, servindo como uma forma de subsistência e ascensão econômica (Volery, 2007). Há diferentes visões sobre a relação entre empreendedorismo e posição social. Enquanto alguns autores defendem que os empreendedores surgem majoritariamente de grupos centrais na sociedade (Martinelli, 2009), outros destacam como o autoemprego é uma resposta às restrições impostas pelas desigualdades sociais (Berdejó, 2021).

Conforme Aguiar, Nassif e Garçon (2023), atualmente são delineadas sete categorias que abordam os desafios enfrentados por essas empreendedoras, como demonstrado na figura 1:

Figura 1 – Categorias dos desafios enfrentados pelas empreendedoras negras



Fonte: Aguiar, Nassif e Garçon, (2023, p.11).

Considerando os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras negras, a interseccionalidade de fatores como responsabilidades familiares, acesso limitado a crédito, medo do fracasso e discriminação socioeconômica dificultam seu crescimento no mercado (Smith; Tolbert, 2018; Cacciotti; Hayton, 2015). Redes de apoio racial e solidariedade comunitária oferecem suporte inicial, mas são insuficientes para garantir expansão sustentável dos negócios (Jackson, 2020).

Estudos sobre o comportamento de superação das mulheres quilombolas empreendedoras ainda são escassos, o que se torna fundamental compreender suas estratégias para enfrentar os desafios diários e promover um ambiente mais inclusivo e equitativo (Aguiar, 2022).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento deste estudo, utilizou-se o tipo de pesquisa exploratória, mediante o uso da abordagem qualitativa, com a adoção da pesquisa de campo como procedimento metodológico. Ademais, foi empregado o método de entrevistas em profundidade, que consiste em conversas abertas e não estruturadas com

participantes selecionados dentro do público-alvo, objetivando identificar as principais motivações, crenças e atitudes das empreendedoras em relação ao tema em estudo.

O universo de pesquisa consiste em mulheres quilombolas, num total de seis mulheres entrevistadas de diversos setores, incluindo confeitaria, artesanato, beleza, estética e empreendedorismo social, residentes do Brasil e que atuam como empreendedoras.

O instrumento de coleta de dados utilizado neste estudo foi um roteiro estruturado em etapas, para abordar os aspectos do empreendedorismo com os seguintes temas: Desigualdade de Gênero, Afroempreendedorismo e Mulheres Quilombolas. Esse método permitiu uma interação mais natural durante a entrevista.

Para assegurar a relevância e a qualidade dos dados coletados, foram estabelecidos critérios específicos para a seleção das participantes, quais sejam: mulheres maiores de 18 anos, integrantes de comunidades quilombolas e envolvidas com atividades empreendedoras. Estes critérios não apenas asseguraram a representatividade e a diversidade das participantes, mas também possibilitaram a coleta de dados significativos para a compreensão aprofundada das barreiras, desafios e conquistas enfrentadas pelas empreendedoras quilombolas.

As participantes da pesquisa foram localizadas por meio de indicações e redes de contato estabelecidas pelos pesquisadores com integrantes de comunidades quilombolas. Após essa identificação inicial, o contato com as empreendedoras foi feito por intermédio do *WhatsApp*, em que foi combinado que as entrevistas seriam realizadas de forma virtual (online), pelo *Google Meet*, devido a maioria das participantes residir fora do município em que os pesquisadores estão estabelecidos. As entrevistas tiveram uma média de duração de aproximadamente 40 minutos e foram gravadas para posterior análise dos dados.

A metodologia adotada para analisar os dados foi a análise de conteúdo proposta por Bardin (1977). As transcrições foram realizadas no *Microsoft Word*, onde foram ouvidos todos os áudios e transcritos manualmente e pelo *goodtape.io*. Em seguida, na etapa de codificação, foram atribuídos códigos a essas unidades de

registro, representando temas como Desafios Empreendedores, Interseccionalidade de Gênero e Raça Apoio e Recursos, Impacto Comunitário e Preservação Cultural.

Após a codificação, os códigos foram agrupados em categorias maiores e mais abrangentes na etapa de categorização, garantindo que cada segmento de texto pertencesse a apenas uma categoria. Esse processo permitiu uma análise rica e detalhada do conteúdo, identificando padrões, temas e tendências significativas, proporcionando insights valiosos sobre o fenômeno estudado.

ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Características das entrevistadas

Mulheres empreendedoras de origem quilombola, que vivem ou viveram em comunidades quilombolas, localizadas na Bahia e no Amazonas, foram participantes deste estudo. Para preservar a identidade das empreendedoras, elas foram designadas por siglas sequenciais, iniciando-se com Quilombola 01 (Q01) e assim por diante.

O quadro 1 apresenta o perfil sociodemográfico das entrevistadas.

Empreendedoras quilombolas e a preservação da tradição

As empreendedoras quilombolas trazem em suas falas a importância das tradições e costumes do quilombo, além de demonstrar a necessidade de se reconhecer como negro e quilombola. Um dos pontos fundamentais é a cultura.

Furtado, Pedroza e Alves (2014) indicam que a cultura é o que nos faz e nos torna o que somos ao crescermos em um determinado ambiente. Dessa forma, a cultura é um fator fundamental que contribui para identidade, comportamento, percepção da realidade e interação social, assim como retrata as falas das empreendedoras Q03 e Q01:

Q03: “A cultura quilombola é um tesouro vivo que merece ser preservado e valorizado, pois representa a essência e a força de um povo que luta pela manutenção de suas tradições e pela afirmação de sua identidade ancestral.”

Q01: “[...] nunca esquecer as raízes e de incorporar esses elementos em seu trabalho, seja na culinária, artesanato ou em outras atividades. [...] transmitir esses aspectos para as futuras gerações, garantindo que a essência e a história não se percam.”

Esse fortalecimento da cultura tradicional quilombola, evidenciado nos relatos de todas as participantes entrevistadas nesta pesquisa, é uma resposta direta às barreiras impostas pela desigualdade racial e de gênero, criando um ambiente onde a identidade cultural é preservada e valorizada enquanto se constrói um futuro mais justo e igualitário.

Quadro 1 – Caracterização das Respondentes

ID	Idade	Escolaridade	Quilombo	Áreas de atuação	Modelo de negócio	Registro	Cidade onde empreende	Tempo de atividade
Q 01	41	Superior completo Artes	Baixa Seca Bahia	Artesanato	Híbrido	Informal	Salvador	9 anos
Q 02	30	Superior completo Gastronomia	Lagoa Torta dos Pretos Bahia	Confeitaria	Híbrido	Informal	Salvador	5 anos
Q 03	25	Superior completo Gestão pública	Nova Vista do Itaqui Pará	Empreendedorismo Social / Consultoria	Virtual	MEI registrado	Em todo país	4 anos
Q 04	21	Superior incompleto Gastronomia	Barra do Brumado Bahia	Confeitaria	Híbrido	Informal	São Paulo	5 anos
Q 05	31	Superior incompleto Dança	São Brás Bahia	Trancista	Física	Informal	Salvador	7 anos
Q 06	35	Superior completo Estética e Cosmética	Lagoa Torta dos Pretos Bahia	Estética e beleza	Física	MEI registrado	São Paulo	2 anos
Q 07	24	Ensino Médio	São Brás Bahia	Cabeleireira	Física	MEI registrado	Santo Amaro	8 anos

Fonte: Dados da Pesquisa

Barreiras socioeconômicas e as desigualdades étnico-racial e de gênero

Entre os principais desafios no empreendedorismo apontados pelas participantes, evidenciam-se o acesso limitado a recursos financeiros, discriminação étnico-racial e desigualdade de gênero, fatores que afetam de forma significativa as mulheres empreendedoras afrodescendentes.

Em relação ao acesso limitado a recursos financeiros, que é uma das dificuldades mais impactantes, é agravado pela ausência de garantias e pela discriminação institucional, que se traduz na escassez de oportunidades, burocracias excludentes e preconceitos estruturais, como demonstram as entrevistadas Q05 e Q02:

Q05: "Eu acho que é uma dificuldade, né de a gente ter uma oportunidade porque é às vezes a gente quer investir na área não e não tem oportunidade de investir devido à parte financeira, né e ao preconceito mesmo e o racismo."

Q02 "Eu acho que uma das maiores questões é a questão financeira, de não ter um investimento. Acho que pesa muito, muito, muito. A partir do momento que você quer criar do zero, porque ao mesmo tempo que você tem 50 reais para investir, você está tirando 50 reais daquela comida, do seu ganha-pão, da mesa, de casa."

Em suas falas, as empreendedoras destacam a complexidade e a profundidade dos desafios financeiros e institucionais enfrentados. Estereótipos e preconceitos persistentes minam a credibilidade e as oportunidades das mulheres afrodescendentes. Elas são frequentemente julgadas de maneira injusta, enfrentando desconfiança e discriminação que afetam suas carreiras e iniciativas empresariais.

No que tange à discriminação étnico-racial, vê-se que não apenas dificulta a obtenção de apoio financeiro, mas também restringe o acesso a redes de contatos e oportunidades de *networking*, essenciais para o sucesso empresarial. As empreendedoras Q06 e Q02 ressaltam essa questão:

Q06: "Barreira é a primeira barreira do preconceito, se não ter preconceito, gera uma coisa boa, tendo preconceito, aí vai generalizar tudo depois, o desemprego, a falta de oportunidade, né essas coisas todas, que afetam."

Q02: "Então, eu sinto isso, porque, às vezes, estou aqui com o meu produto, por exemplo, um bolo no pote, que é 10 reais na minha loja, por exemplo, e na loja de outra pessoa, também, o mesmo produto é 12 reais, as pessoas preferem comprar na loja da outra pessoa à minha. Então, sinto essa diferença. Eu sinto essa discriminação."

Mesmo com todas as medidas legais, a discriminação e o preconceito ainda acontecem com muita frequência; nesse sentido, as falas das entrevistadas Q06 e Q02 trazem a presença da desigualdade racial, denotando que as mulheres são consideradas inferiores apenas por sua aparência física, pela cor da pele, além de outras barreiras enfrentadas por elas.

A desigualdade de gênero também tem um impacto psicológico significativo, a exemplo da desmotivação e da falta de reconhecimento, consequências diretas dos obstáculos impostos pela sociedade. A participante Q04 enfatiza essa problemática:

Q04: "Então, acho que sim, não só na comunidade, como, como acho que não só na comunidade, como na sociedade. A desigualdade de gênero é uma coisa que acho que está presente, querendo ou não, não acabou. Não acabou."

Essas barreiras de gênero e de raça são refletidas nas experiências das empreendedoras, que relatam dificuldades em serem reconhecidas e valorizadas, tanto em suas comunidades, quanto na sociedade como um todo. É essencial reconhecer como essas desigualdades estruturais moldam e influenciam suas jornadas empreendedoras, determinando as estratégias e as resistências que adotam para alcançar o sucesso e a valorização de seu trabalho.

Importância do apoio familiar na hora de empreender

Nas comunidades quilombolas, a família não apenas oferece um suporte prático e emocional,

mas também exerce um papel importante na preservação das tradições culturais e na transmissão de conhecimentos ancestrais. Os familiares e os amigos são, muitas vezes, as primeiras fontes de incentivo para empreender, proporcionando um ambiente de acolhimento em que o empreendedor se sente valorizado e motivado a seguir em frente, mesmo diante das adversidades da vida, como salienta a empreendedora Q02:

Q02: “Minha família. Primeiro foi minha família, eu acho que... um pontapé inicial assim foi minha família, segundo meus amigos, que sempre esteve ali incentivando, comprando, compartilhando, comentando, encomendando, fazendo indicação para outras pessoas próximas a eles.”

Sendo assim, a confiança e o encorajamento da família e dos amigos são fundamentais para manter a motivação das empreendedoras quilombolas e para impulsioná-las, conforme exemplificado pelas experiências das participantes.

Visão do *Black Money* para as mulheres quilombolas

A visão do *Black Money* para as mulheres quilombolas é uma concepção que valoriza e promove a independência econômica e o empoderamento dessas mulheres, para o fortalecimento de suas realizações empreendedoras. Esse movimento busca não simplesmente alavancar o crescimento econômico, mas, semelhantemente, preservar e valorizar as tradições culturais e históricas das comunidades quilombolas. Nesse particular, acentuam as empreendedoras Q02 e Q03 em suas pronúncias:

Q02: "porque assim, ah, se você observar, antigamente os negros trabalhavam, eles não recebiam, quem pegou toda a parte do dinheiro era o... seus senhores. o pessoal da casa branca então, a partir do momento em que o negro está tendo dinheiro, para ter uma circulação de dinheiro entre negros, é porque eles estão em uma condição muito melhor do que há alguns anos atrás.[...] e se eles estão com dinheiro é porque eles estão empreendendo e o dinheiro está vindo de fato para o bolso deles, não está indo para o bolso de outras pessoas. o meu ponto de vista é que é isso."

Q03: “É uma questão eu vejo, que fortalecimento, na área de, a comunidade negra, sabe, a gente compra, algum produto, o que foi feito, para a gente, o que foi feito, pelos nossos, é o, digamos, fortalecimento, da comunidade negra.”

De acordo com o exposto pelas participantes, a circulação de recursos financeiros dentro das comunidades negras é vista como uma forma de compensação histórica e como um meio de promover a prosperidade econômica e a autonomia dessas comunidades.

Características Empreendedoras

As mulheres quilombolas que se aventuram no empreendedorismo apresentam características fundamentais para enfrentar os desafios do contexto em que estão inseridas, como a persistência e a resiliência diante das adversidades, fatores evidenciados nas colocações das entrevistadas Q04 e Q07:

Q04: “olha é ter persistência eu acho que é ter persistência é não desistir ter persistência ter garra porque é porque críticas vão surgir de todo lado todo lado vai surgir crítica vai ser uma pessoa dizendo que aquilo não vai dar certo é você ser persistente e consistente resistente e ter força de vontade porque não é fácil não é fácil.”

Q07: “Ah, minha filha, determinação, coragem, é isso aí, Determinação e coragem. Então, assim, no início é a força de vontade. Se você tiver vontade, já é uma coisa boa.”

As falas das empreendedoras quilombolas explicita que a persistência, a determinação, a coragem, e a força de vontade são elementos centrais em suas trajetórias, funcionando como mecanismos de enfrentamento aos obstáculos estruturais, sociais e econômicos. Essas qualidades são indispensáveis para enfrentar as críticas e os desafios inerentes ao caminho do empreendedorismo.

Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade

O empreendedorismo, por necessidade, é impulsionado pelas dificuldades socioeconômicas, levando essas mulheres a criar pequenos negócios

para sustentar suas famílias e comunidades. No entanto, o empreendedorismo por oportunidade evidencia-se, especialmente à medida que em as mulheres quilombolas identificam nichos específicos onde podem valorizar e comercializar suas tradições culturais, como artesanato, culinária e beleza. As motivações para o empreendedorismo entre as mulheres quilombolas oscilam entre a necessidade e a oportunidade, conforme demonstrado pela participante Q04:

Q04: “Olha, eu posso dizer que foram os dois, porque assim, como eu comecei durante a pandemia, vinha aquela coisa, porque assim, meu pai já não trabalhava mais fora, meu pai estava trabalhando em casa. Minha mãe, quando começou a pandemia, os patrões logo já tirou ela, já pediram para ela ficar em casa, porque estava muito horrível, ela pegava transporte.”

Em concordância com a empreendedora Q04, mas trazendo outra perspectiva, a participante Q03 ressalta que o empreendedorismo também se relaciona com a busca por melhorias nas comunidades:

Q03: “É algo que eu acredito que os motiva é um fator de motivação é um fator importante, assim. Porque é isso, no caso das mulheres quilombolas, não é só dinheiro. É muito esse olhar do futuro, do que a comunidade pode adquirir no futuro depois com isso. Porque todas as ações que elas fazem, construir na comunidade, os projetos, ou negócios, é pensar justamente no coletivo.”

A percepção de lacunas no mercado e a valorização crescente dos produtos culturais autênticos estimulam essas mulheres a criarem negócios que celebram e preservam sua herança. Neste sentido, o empreendedorismo entre as mulheres quilombolas podem ser compreendido como uma manifestação de resistência cultural e empoderamento econômico.

Conquista das empreendedoras quilombolas

O empoderamento social e econômico com viés no empreendedorismo, especialmente para as mulheres quilombolas, gerou transformações significativas. A seguir, as empreendedoras Q07 e Q03 mostram suas principais conquistas ao longo da jornada.

Q07: “Minha maior conquista como mulher empreendedora é assim, eu acho que é ser reconhecida como uma boa profissional, porque eu acho que isso é muito bacana, por onde eu passei, eu sempre deixei a minha marca, né, de ser uma boa esteticista, de ser uma boa mulher que faz uma boa drenagem, uma boa massagem, de ser elogiada.”

Q03: “Foi uma grande conquista ter feito esse trabalho viajado para Cuba por ter feito um acervo através da universidade, também conectado com a comunidade negra lá, empreendedores negros também lá e trazer esse olhar assim, de um outro sistema econômico, mas que pensa o coletivo também lá.”

À luz das falas das entrevistadas, percebe-se que a autonomia financeira é um dos principais impactos do empreendedorismo para as mulheres quilombolas. A capacidade de gerar e controlar seus próprios rendimentos permite que elas sejam independentes, diminuindo a dependência de outras pessoas, como contribuições ou familiares. Este empoderamento econômico transforma suas vidas ao possibilitar uma maior liberdade de decisão e uma participação ativa na economia da comunidade.

As empreendedoras quilombolas frequentemente priorizam o bem-estar coletivo em suas iniciativas, desenvolvendo projetos que beneficiam toda a comunidade. Esta abordagem de desenvolvimento sustentável promove não apenas o crescimento econômico, mas também a coesão social e a melhoria da qualidade de vida para todos os membros da comunidade. A exploração de talentos e habilidades, aliada à força de vontade, é fundamental para o sucesso dessas iniciativas, demonstrando resiliência e criatividade das mulheres quilombolas.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A pesquisa evidenciou que as mulheres quilombolas empreendedoras demonstram capacidade de criar e gerenciar negócios, uma habilidade que pode ser atribuída a vários fatores importantes. Enfrentando desigualdades estruturais, socioeconômicas e culturais, elas conseguem não apenas iniciar, mas também

alavancar seus empreendimentos, o que é um testemunho de suas tenacidades e habilidades.

Outro aspecto significativo é a forte conexão que mantêm com sua comunidade e cultura, porquanto mesmo quando estão em outras localidades, elas têm um contato ativo. A preservação da cultura emerge como uma base central em suas atividades, atuando como um elo entre suas iniciativas econômicas e o monitoramento das suas tradições.

As entrevistas revelam um quadro complexo e inspirador das mulheres quilombolas empreendedoras, destacando tanto as barreiras, quanto os mecanismos de superação que elas utilizam. Suas motivações incluem persistência, determinação, coragem, força de vontade e conexão com suas tradições e território. A autonomia financeira, o impacto positivo na comunidade e a valorização de suas raízes foram identificados como conquistas significativas.

As empreendedoras quilombolas enfrentam uma dificuldade maior na busca de acesso aos recursos financeiros, demonstrando ser o desafio mais preocupante para elas, pois pode definir o sucesso ou fracasso de seus empreendimentos. Smith e Tolbert (2018) evidenciam essa realidade ao destacar as altas taxas de juros e os entraves na obtenção de crédito, o que afeta a rentabilidade e a capacitação dessas empreendedoras para o crescimento de seus negócios.

Os relatos das empreendedoras ressaltam que a rede de suporte, na maioria das vezes, se configura como uma base sobre a qual constroem suas trajetórias de sucesso. Elas enfatizam que um dos apoios mais significativos é o familiar, especialmente de seus pais. O auxílio familiar e social exerce uma função indispensável, provendo suporte emocional e prático. Como mencionado por Dornelas (2021), ter uma rede de apoio emocional e estratégico é essencial para enfrentar os desafios do empreendedorismo, principalmente no contexto sociológico onde há uma fragilidade socioeconômica.

O estudo sobre as mulheres quilombolas empreendedoras no Brasil revela um panorama complexo e inspirador de resiliência, coragem e determinação. Estas mulheres demonstram notável capacidade de criar e gerenciar negócios, motivadas pela busca de autonomia financeira, preservação de suas tradições e fortalecimento de

suas comunidades. Apesar das significativas barreiras financeiras, sociais e institucionais que enfrentam, elas persistem apoiadas por suas redes familiares e sociais.

Contudo, o resultado da pesquisa enfatizou a resiliência e a capacidade de superação dessas mulheres, bem como suas implicações assertivas nas comunidades, demonstrando que a preservação da cultura quilombola, a geração de renda, o empoderamento feminino e a inspiração para outras mulheres são aspectos fundamentais no contexto do empreendedorismo quilombola.

O empreendedorismo emerge como uma forma de resistência cultural e empoderamento social, refletindo não apenas conquistas econômicas, mas também o reconhecimento de suas habilidades e a valorização de suas raízes culturais. Assim, as mulheres quilombolas se afirmam como agentes de mudança, promovendo o desenvolvimento sustentável e contribuindo para um futuro mais inclusivo, evidenciando a relevância de suas iniciativas para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. O quadro 2 sintetiza os principais resultados obtidos no presente estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como finalidade compreender como as mulheres quilombolas no Brasil se relacionam com o empreendedorismo, considerando seu contexto histórico e cultural. Para atingir esse objetivo, foi adotada uma análise qualitativa, com a realização de entrevistas com mulheres quilombolas empreendedoras, seguida de uma verificação de conteúdo para distinguir os padrões e temas recorrentes em suas experiências. À luz do referencial teórico, o estudo discorre temas centrais, como empreendedorismo e desigualdade de gênero, afroempreendedorismo e o conceito de *Black Money*.

Os resultados destacaram a resiliência e capacidade empreendedora das mulheres quilombolas, revelando sua persistência, determinação e conexão com suas tradições. A conservação da cultura quilombola foi identificada como um elemento central em suas atividades econômicas. Por meio da análise de conteúdo das entrevistas, foi possível identificar generalizações

específicas, que permitem entender as vivências e os desafios enfrentados por esse grupo no ambiente empreendedor.

Quadro 2 - Quadro-Resumo dos Achados da Pesquisa.

TEMAS	PRINCIPAIS RESULTADOS
Preservação e tradição	As mulheres quilombolas empreendedoras integram elementos culturais tradicionais em seus negócios, demonstrando respeito e valorização de suas raízes.
Barreiras socioeconômicas e a desigualdades étnico-racial e de gênero	As mulheres quilombolas enfrentam diversas barreiras, incluindo acesso limitado a recursos financeiros, discriminação étnico-racial, e desigualdade de gênero.
	Altas taxas de juros e dificuldade em obter empréstimos afetam a rentabilidade e capacidade de crescimento dos negócios das mulheres quilombolas.
	As empreendedoras enfrentam preconceito e estereótipos que dificultam o acesso a oportunidades e redes de contato.
	Desigualdade salarial e desvalorização de produtos e serviços são desafios significativos para as empreendedoras quilombolas.
Motivações e Conquistas das Mulheres Quilombolas	O apoio familiar e social é fundamental, fornecendo suporte emocional e prático essencial para enfrentar os desafios do empreendedorismo.
	O <i>Black Money</i> é visto como um motor de crescimento econômico sustentável, promovendo a autossuficiência e a prosperidade da comunidade.
	As empreendedoras são motivadas pela busca de autonomia financeira, preservação das tradições e fortalecimento das comunidades.
	Persistência, determinação, coragem e força de vontade são destacadas como qualidades fundamentais das empreendedoras quilombolas
	A dualidade entre necessidade e oportunidade é evidente, com muitas mulheres iniciando negócios para gerar renda e percebendo lacunas no mercado.
	Suas conquistas refletem sucesso econômico, reconhecimento pessoal, conexão com raízes culturais, e contribuição para o bem-estar coletivo.

Fonte: Elaborado pelos autores.

O trabalho apresenta implicações acadêmicas relevantes para as teorias do empreendedorismo, desigualdade de gênero, afroempreendedorismo e empreendedorismo de mulheres quilombolas e minorias. Os resultados obtidos contribuem para o avanço do conhecimento nessas áreas de estudo, em especial ao fornecer uma compreensão mais aprofundada das experiências e dos desafios enfrentados pelas empreendedoras pertencentes a grupos minoritários, como mulheres quilombolas, ressaltando a importância de considerar a interseccionalidade de gênero e etnia no empreendedorismo.

Em relação às implicações gerenciais, este estudo oferece percepções e orientações valiosas para a promoção da diversidade e equidade na gestão de negócios. As experiências de mulheres quilombolas empreendedoras podem servir de base para destacar o impacto positivo que suas iniciativas geram na comunidade, fortalecendo a identidade cultural, além de promover uma perspectiva mais inclusiva e diversificada das dinâmicas empresariais.

Apesar das contribuições significativas, a pesquisa apresenta limitações. Incluem a falta de uma análise longitudinal, que impede a observação das mudanças e evoluções ao longo do tempo nas práticas empreendedoras dessas mulheres. Outra limitação é a possível ausência de uma comparação com outros grupos étnicos, como por exemplo, empreendedoras brancas, o que poderia enriquecer a compreensão das especificidades e desafios enfrentados pelas mulheres quilombolas em um contexto mais amplo.

Para investigações futuras, recomenda-se explorar um estudo sobre a relação entre o acesso a recursos financeiros e o sucesso dos empreendimentos das mulheres quilombolas. A pesquisa pode ser realizada de forma quantitativa, visando identificar padrões, correlações significativas, além de quantificar as principais dificuldades enfrentadas por essas empreendedoras, tais como o acesso limitado a crédito, a discriminação no ambiente empresarial e as restrições geográficas que podem afetar suas atividades comerciais.

REFERÊNCIAS

ABREU, Nelsio Rodrigues de; BALDANZA, Renata Francisco; GONDIM, Sônia M. Guedes. Os grupos focais on-line: das reflexões conceituais à aplicação em ambiente virtual. **Journal of Information Systems and Technology Management**, v. 6, p. 5-24, 2009.

AGUIAR, Heraldo Márcio de. Mulheres negras empreendedoras no Brasil: suas barreiras e comportamento de superação para empreender. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Administração) - **Universidade Nove de Julho**, São Paulo, 2022. Disponível em: <<https://bibliotecatede.uninove.br/bitstream/tede/2903/2/Heraldo%20Aguiar%20.pdf>>. Acesso em: 05 de ago. 2024.

_____; NASSIF, Vânia Maria Jorge; GARÇON, Márcia Maria. Os desafios da empreendedora negra na gestão de seus negócios. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 15, n. 1, p. e0648-e0648, 2023.

ARAÚJO, Maria de Fátima. Diferença e igualdade nas relações de gênero: revisitando o debate. **Psicologia Clínica**, v. 17, n. 2, p. 41-52, 2005.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luiz Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 1977.

BERDEJO, Carlos. Financing Minority Entrepreneurship. **Wis. L. Rev.**, 2021.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília, DF, 05 de outubro de 1988. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 21 de mai. 2024.

CACCIOTTI, Gabriella; HAYTON, James C. Fear and Entrepreneurship: a review and research agenda. **International Journal Of Management Reviews**, v. 17, n. 2, p. 165-190, 2015.

CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento. **Estudos avançados**, v. 17, p. 117-133, 2003.

COELHO, Mariana Amado Alvarez. Raízes histórico-culturais do empreendedorismo da mulher negra no

recôncavo baiano. IN: CONTEXTOS. Centro Universitário de Ciências e Empreendedorismo. Santo Antônio de Jesus, BA: **UNIFACEMP**, V.1, n.1, 2022.

DEALDINA, Selma dos Santos. Mulheres quilombolas: defendendo o território, combatendo o racismo e despatriarcalizando a política. In: DEALDINA, Selma dos Santos (org.). **Mulheres quilombolas: territórios de existências negras femininas**. São Paulo: Jandaíra, 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo transformando ideias em negócios. 8. ed. Rio de Janeiro: **Elsevier Brasil**, 2021.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

FERREIRA, Ricardo Franklin; CAMARGO, Amilton Carlos. As relações cotidianas e a construção da identidade negra. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 31, p. 374-389, 2011.

FURTADO, Marcella Brasil; PEDROZA, Regina Lúcia Sucupira; ALVES, Cândida Beatriz. Cultura, identidade e subjetividade quilombola: uma leitura a partir da psicologia cultural. **Psicologia & Sociedade**, [S.L.], v. 26, n. 1, p. 106-115, 2014.

HARAWAY, Donna. "Gênero" para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. **Cadernos pagu**, p. 201-246, 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Brasil tem 1,3 milhão de quilombolas em 1.696 municípios, **Censo 2022**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37464-brasil-tem-1-3-milhao-de-quilombolas-em-1-696-municipios>. Acesso em: 01 de outubro de 2023.

JACKSON, Taylor M.. We have to leverage those relationships: how black women business owners respond to limited social capital. **Sociological Spectrum**, v. 41, n. 2, p. 137-153, 2020.

LEITE, Ilka Boaventura. Os quilombos no Brasil: questões conceituais e normativas. Etnográfica. **Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia**, v. 4, n. 2, p. 333-354, 2000.

_____. O projeto político quilombola: desafios, conquistas e impasses atuais. **Revista Estudos Feministas**, v. 16, p. 965-977, 2008.

MARTINELLI, Alberto. O contexto do empreendedorismo. In: MARTES, A. C. B. (Org.). **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: Edufscar, 2009.

MENEZES, Jaci Maria Ferraz de. Abolição no Brasil: a construção da liberdade. **Revista HISTEDBR Online**, v. 9, n. 36, p. 83-104, 2009.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Decreto nº 4.887, de 20 de nov. de 2003**. Regulamenta o procedimento para identificação, reconhecimento, delimitação, demarcação e titulação das terras ocupadas por remanescentes das comunidades dos quilombos. Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília: DF, 2003. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4887.htm. Acesso em: 23 de mai. 2024.

MONTEIRO, Karoline dos Santos. AS MULHERES QUILOMBOLAS NA PARAIBA: terra, trabalho e território. 2013. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, **Universidade Federal da Paraíba**, João Pessoa, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/5834>. Acesso em: 25 de nov. 2024.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica. **Anais do Seminário de Ciências Sociais**, v. 3, 2018.

PEREIRA, Amanda dos Santos; ALLEGRETTI, Maitê; MAGALHÃES, Lilian. “Nós, mulheres quilombolas, sabemos a dor uma da outra”: uma investigação sobre sororidade e ocupação. **Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional**, v. 30, p. e3318, 2022.

PESSOA, Marina. Inovação e Empreendedorismo: A Contribuição da Diversidade. Brasília: **Editora ABC**, 2019.

RIBEIRO, Matilde. Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). São Paulo. Editora: **Atilénde**. 2013.

SANTOS, Maria Angélica dos. O lado negro do empreendedorismo: afroempreendedorismo e movimento black money. Belo Horizonte: **Letramento**. 2019.

SCABIN, Nara Lya Cabral; LIMA, Bárbara Maria Santos de. Gênero e suas interseccionalidades na produção audiovisual do coletivo Nós, Mulheres da Periferia. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 21, n. 41, p. 99-111, 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **A presença da mulher preta empreendedora no mercado atual**. 2023. Disponível em: <https://SEBRAE.com.br/sites/PortalSEBRAE/ufs/p/e/artigos/a-presenca-da-mulher-preta-empreedadora-no-mercado-atual,af43bbe567826810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 12 de outubro de 2024.

SINIMBÚ, Fabíola. Fundação Cultural Palmares reconhece mais 16 comunidades quilombolas. Brasília: **Agência Brasil**, 18 ago. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2023-08/fundacao-cultural-palmares-reconhece-mais-16-comunidades-quilombolas>. Acesso em: 13 de dez. 2024.

SCOTT, Joan W. O enigma da igualdade. **Revista estudos feministas**, v. 13, n. 01, p. 11-30, 2005.

SMITH, Bethany; TOLBERT, Charles. M. Financial motivations and small business longevity: the effects of gender and race. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v. 23, n. 04, p. 1850024, 2018.

SOARES, Carlos Eugênio Líbano; GOMES, Flávio dos Santos. “Dizem as Quitandeiras...”: Ocupações urbanas e identidades étnicas em uma cidade escravista: Rio de Janeiro, século XIX. **Acervo**, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 3–16, 2011.

VOLERY, Thierry. Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework. Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship. **Edward Elgar Publishing**, v.1, p. 30-41, 2007.

ZANELLA, Nathalia; MAGALHÃES, Yana. Empreendedorismo negro e black money. **Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação**, 2023.

Sobre os Autores

Geisimara Santos Cardoso

Graduada em Administração pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia.

ORCID: 0009-0008-7915-6214

geisy.cardoso.1999@gmail.com

Edilene Rocha Carmo

Graduada em Administração pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia.

ORCID: 0009-0006-5204-8112

edilenerocha.adm@gmail.com

Fabio Vinicius de Macedo Bergamo

Doutor (UFBA) e mestre (UNIMEP-SP) em administração. Professor de disciplinas na área de comunicação e pesquisa científica no Departamento de Ciências Sociais Aplicadas na UESB. Coordenador do Observatório de Marketing da UESB, laboratório onde desenvolve pesquisas sobre Marketing e Decolonização. Professor dos cursos da área de gestão do Centro Universitário Adventista de São Paulo, onde também coordena o Grupo de Pesquisa em Tecnologias Emergentes para Administração e Responsabilidade Corporativa (GESTAR). É um dos editores-chefes dos Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas.

ORCID: 0000-0002-5228-2519.

fabio.bergamo@uesb.edu.br.