



# *Economia Colaborativa e Afroempreendedorismo: Uma Análise Sobre Articulação Desses dois Conceitos no UJAMAA Coworking*

## *Collaborative Economy and AfroEntrepreneurship: An Analysis of the These two Concepts in UJAMAA Coworking*

Ana Karoline dos Santos Lima<sup>a</sup>  
Tânia Moura Benevides<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Graduada em Administração na Universidade do Estado da Bahia – UNEB,  
Departamento de Ciências Humanas.  
l.karoline22@outlook.com

<sup>b</sup>Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia.  
Bacharel em Administração pela FRB e  
Mestre em Administração pela UNIFACS.  
Professora Adjunta da UFBA e UNEB.  
taniamoura2511@gmail.com

Recebido em 02.2018  
Aceito em 06.2018

ARTIGO - DOSSIÊ

### **RESUMO**

Este artigo tem por objetivo compreender o desenvolvimento do empreendedorismo no território soteropolitano a partir da articulação da economia colaborativa e afroempreendedorismo no Ujamaa Coworking. Em relação ao percurso metodológico partiu-se, inicialmente, da pesquisa bibliográfica e documental a fim de conhecer os conceitos e elencar categorias de análise. A seguir foi realizada a pesquisa de campo, utilizando-se, como instrumento de coleta de dados a entrevista e o questionário. Os dados coletados foram analisados através da técnica da triangulação com dois outros aspectos - resultados das entrevistas e observação não participante. O principal resultado desse estudo aponta para a importância da articulação entre a economia colaborativa e o afroempreendedorismo, levando-se em consideração às questões históricas e o posicionamento social da população negra na sociedade brasileira e soteropolitana, pois Salvador é a cidade

com maior quantitativo de negros fora da África. Assim, projetos e ações que promovam, de maneira sustentável, o fortalecimento da economia local, são extremamente importantes, criando espaços propícios à geração de conhecimento e renda, auxiliando ainda a mudança de fatores sociais de marginalização e concentração de capital, uma vez que, apresenta-se como um novo modelo de fomento ao progresso e a geração de emprego e renda.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Afroempreendedorismo; Economia Colaborativa; Coworking.

## ABSTRACT

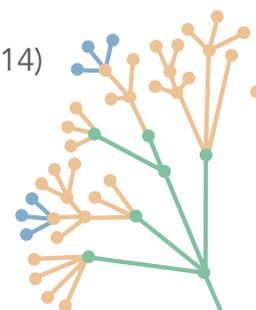
*This article aims to understand the development of entrepreneurship in Soteropolitan territory from the articulation of the collaborative economy and afroentrepreneurship in Ujamaa Coworking. Regarding the methodological course, we started with bibliographical and documentary research in order to know the concepts and to list categories of analysis. Next, the field research was carried out, using as an instrument of data collection the interview and the questionnaire. The data collected was analyzed through the triangulation technique with two other aspects - interview results and non - participant observation. The main result of this study points to the importance of the articulation between the collaborative economy and the afroentrepreneurship, taking into account the historical issues and the social positioning of the black population in Brazilian and Soteropolitan society, once Salvador is the city with the highest number of blacks outside Africa. Thus, projects and actions that promote, in a sustainable way, the strengthening of the local economy, are extremely important, creating spaces conducive to the generation of knowledge and income, helping also the change of social factors of marginalization and concentration of capital, presents itself as a new model for fostering progress and generating employment and income.*

**Keywords:** Entrepreneurship; Afroentrepreneurship; Collaborative Economy; Coworking.

## 1 INTRODUÇÃO

A ONU instituiu a Década Internacional dos Afrodescendentes [2015 - 2024], sendo este um importante marco para reduzir o preconceito, a desigualdade de renda e a baixa representação do negro no Brasil e no Mundo. Apesar de diferentes ações a emancipação da população negra continua sem números expressivos. No Brasil o impacto do racismo estrutural limita a visão da sociedade em relação ao afrodescendente, sendo, portanto, necessário combater ações discriminatórias. Uma das vias para reduzir as distorções é o empoderamento econômico dessa população.

A Bahia, segundo dados de do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014)



é um estado com 79,3% de população negra autodeclarada. Conforme assinalado por Davies (2009, p. 78) “subsistem condições segregadoras de participação dos grupos raciais e de gênero em nossa estrutura produtiva. Essas condições se cristalizam com surpreendente durabilidade na história do país”.

Nessa caracterização, para além dos problemas sociais desencadeados pela segregação social, há uma real oportunidade de negócios – o Afroempreendedorismo.

O Afroempreendedorismo se refere a prática da população declarada negra de empreender, ação que para Barreto 1998 (apud BAGGIO e BAGGIO, 2014, p. 27) significa “habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou quase nada”.

Esse estudo busca o entendimento e a articulação de dois conceitos – Afroempreendedorismo e Economia Colaborativa – a partir de um caso real instalado no território soteropolitano.

Entende-se como economia colaborativa, segundo Kaufman (apud VIANA 2015, p. 22), “[...] forma de conectar pessoas, de diversos setores de atividade permitindo que os indivíduos se agrupem e produzam alguma coisa compartilhada”.

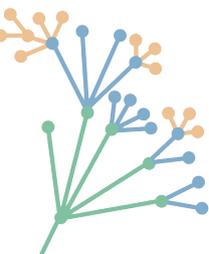
A economia colaborativa, assim entendida, pode viabilizar diferentes empreendimentos em seguimentos distintos, por exemplo: o Lab Fashion Coworking de moda em São Paulo e o Centre for Social Innovation, em Nova Iorque. Ambos trabalham com a economia colaborativa e cada um deles focam em interesses específicos. O primeiro disponibiliza espaço para diferentes profissionais desenvolverem seus produtos no campo da criação de moda e o segundo disponibiliza espaço para o desenvolvimento da capacidade e recursos apenas de organizações com cunho social.

Esse segmento é uma nova modalidade para a criação, incubação e apoio para viabilizar novos empreendimentos em diferentes segmentos. Dessa forma a economia colaborativa vem se constituindo em um importante apoio para os empreendedores na geração de novos modelos de negócios. Sendo assim, esse projeto busca desenvolver um estudo de caso sobre o Ujamaa Coworking.

O Ujamaa Coworking é um escritório colaborativo localizado na cidade de Salvador- BA, que teve início no ano de 2015 através de uma ação do Instituto de Mídia Étnica (IME) com o intuito de conectar empreendedores negros e da periferia em um espaço compartilhado com objetivo de reforçar as iniciativas e criar um ambiente propício ao desenvolvimento de startups e empreendimentos sociais.

Essa pesquisa busca responder ao seguinte questionamento: Qual relevância da articulação da economia colaborativa e o afroempreendedorismo para o desenvolvimento do afroempreendedorismo no território soteropolitano?

Este estudo traz como pressuposto a seguinte afirmação: relevância da articulação entre economia colaborativa e afroempreendedorismo, na Ujamaa Coworking,



está no desenvolvimento de ações e programas de investimentos para apoiar a população negra empreendedora do município de Salvador, pois a economia colaborativa atua de forma a fomentar, de modo colaborativo e inclusivo, à superação de marginalização das questões sociais e raciais do empreendedorismo, gerando ações mais efetivas de apoio ao desenvolvimento dos empreendedores negros e fortalecendo a sensação de pertencimento dos afro consumidores.

A fim de responder a esse questionamento, essa pesquisa tem por objetivo geral compreender o desenvolvimento do empreendedorismo no território soteropolitano a partir da articulação da economia colaborativa e afroempreendedorismo no Ujamaa. Como objetivos específicos buscou-se: caracterizar o Ujamaa como um espaço de coworking; levantar o perfil dos empreendedores vinculados ao projeto; identificar os aspectos que caracterizam os empreendimentos incubados no Ujamaa como afroempreendimentos; e identificar os aspectos que caracterizem o Ujamaa como um grupo de economia colaborativa, destacando as articulações estabelecidas.

A cidade de Salvador ocupa o 24º lugar no ranking de cidades empreendedoras do Brasil da pesquisa realizada pela Endeavor Brasil (2015). Focando na região nordeste a cidade assume a quarta posição, no entanto, a característica que mais chama atenção é o déficit no quesito cultura empreendedora da cidade, que se demonstrou em menor posição de todas as cidades analisadas na região. Nesse contexto entende-se como cultura, segundo a Endeavor (2015, p. 61) “conjunto de comportamentos e atitudes de uma sociedade específica em relação ao empreendedorismo”. De todas as cidades analisadas na região Salvador está em menor posição.

Outro índice que chama atenção pela posição de baixo desempenho, é o capital humano. Nesse caso a cidade está como a terceira pior posição da região Nordeste. Nesse critério foi levado em consideração o quantitativo de mão de obra básica (com boas notas na escola) e mão de obra qualificada (com formação de alto nível nas universidades). Para a Endeavor (2015, p. 61) “é a abundância ou a ausência de capital humano que vai determinar o desempenho das 32 cidades neste pilar.”

Diante da situação precária do empreendedorismo na cidade de Salvador, faz-se necessário, a existência de atividades de pesquisa e apoio, bem como, programas e ações voltadas para desenvolvimento do empreendedorismo, entendido aqui como atividade importante para o desenvolvimento econômico, geração de emprego e renda no espaço no qual esteja inserido.

Outro forte indicador para a relevância do presente trabalho é a dificuldade de acesso a materiais de estudo para alicerçar conceitualmente a pesquisa, visto que, a economia criativa e o afroempreendedorismo são assuntos ainda escassos em relação à publicação, sendo assim uma lacuna teórica a ser preenchida.

Este estudo está dividido em sete seções. A primeira aqui apresentada e deno-



minada introdução, traz os elementos delineadores da pesquisa. Na segunda, terceira e quarta seções apresenta-se o referencial teórico, que contempla as discussões teóricas sobre empreendedorismo, afoempreendedorismo, economia colaborativa e coworking. A quinta seção apresenta o percurso metodológico e a sexta a análise dos resultados. Por fim, a sétima seção traz as considerações finais.

## 2. EMPREENDEDORISMO

Embora o empreendedorismo seja um assunto tão debatido, o mesmo parece nunca se esgotar, pois continua sendo atual e trazendo novas roupagens, por ser identificado e considerado como exercício de grande importância para o desenvolvimento da economia, além de caracterizar-se como atividade peremptória para formação e evolução das políticas econômicas e sociais devolvidas do longo do tempo.

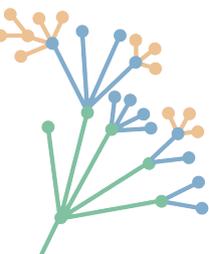
Através da idealização do economista Joseph Schumpeter [1883-1950]. Em 1949, o termo empreendedorismo ganhou sentido como atividade criativa e inovadora, em função do alcance de resultados pré-definidos. Baseado nessa observação inicial, em 1950, Peter Drucker (1909-2005), observou ainda, o fator de vulnerabilidade, uma vez que, o fator de risco no sucesso do negócio é característica indissociável na natureza do ato de empreender (OLIVEIRA, 2014).

Sendo assim, os intentos produzidos através da observação do empreendedorismo como objeto de estudo, partem de tais premissas, para produção de todo conhecimento gerado até hoje através de recortes, análises e comparações com outros indicadores. No entanto, busca-se encontrar tais afirmações iniciais como conceitos basilares para formação da esfera epistemológica acerca da temática, conforme concluem Baggio e Baggio (2014):

Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: 1) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar (BAGGIO e BAGGIO, 2014, p. 27).

É diante da observação do desenvolvimento do empreendedorismo e o impacto dessa atividade para a articulação e contribuição da desenvoltura econômica dos países que há o reconhecimento da importância da realização e progresso da economia. Segundo Porter (1992, apud BARROS e PEREIRA, 2008, p. 997), "A inovação de produtos e de processos de produção está no coração da competitividade de um país", destacando como principais aspectos positivos para a economia, a inovação e a concorrência promovida pela atividade empreendedora.

Para Sarfati (2011), as diferenças entre a representatividade das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) no produto interno bruto (PIB) e força de trabalho entre



países desenvolvidos e emergentes comprovam a importância do empreendedorismo na economia dos países. Nos países desenvolvidos as MPMEs são responsáveis por 50% do PIB e 60% dos empregos, enquanto nos países desenvolvidos representam 10% e 30%, respectivamente.

Analisando o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, observa-se um déficit em relação evolução do empreendedorismo, sobretudo, por fatores históricos e culturais como o grande período de fechamento de mercado e o protecionismo político. Esses fatores impactaram no baixo potencial de inovação dos elementos da cadeia de produção, posicionamento concentrado no mercado interno e pouca vantagem competitiva frente aos entrantes internacionais (OLIVEIRA, 2014). Outra característica dos empreendimentos iniciados no território brasileiro, refere-se ao baixo tempo de vida, conforme aponta Oliveira (2014):

No Brasil, a quase totalidade dos empreendimentos são baseados em micro, pequeno ou, no máximo, médio porte; sendo que uma grande quantidade de empreendimentos nem completa um ano de vida e alguns poucos passam dos cinco anos de vida (OLIVEIRA, 2014, p. 7).

Essa análise é ratificada ainda segundo Oliveira (2014) sobre pesquisas que demonstram ao fato do quantitativo de abertura de novos empreendimentos decair quando a economia brasileira não estar em decréscimo e os salários estarem relativamente altos.

Nesse sentido, observa-se que culturalmente os empreendimentos brasileiros são iniciados por necessidade, conforme explicitado no relatório executivo da Global Entrepreneurship Monitor – GEM – (2005 apud CIMADOM, 2008, p. 14), “Empreendedores por necessidades: são motivados pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda”.

Entretanto, através da análise de dados mais atualizados do relatório de empreendedorismo no Brasil – GEM (2014, p. 9), demonstra-se uma evolução na criação de novas empresas, uma vez que, segundo dados do relatório “Em 2014, a proporção de empreendedores por oportunidade em relação à TEA, no Brasil foi de 70,6%. Ou seja, do total de empreendedores brasileiros em 2014, 70,6% o foram por oportunidade.” Para o GEM – (2005 apud CIMADOM, 2008, p. 14) “Empreendedores por oportunidade: são motivados pela percepção de um nicho de mercado em potencial. ”

Como fatores decisivos na evolução do comportamento do empreendedor brasileiro, destaca o GEM (2014):

O aumento de referências à “educação e capacitação” como fator favorável deve-se, na opinião dos especialistas, à inserção de conteúdo empreendedor nas Instituições de Ensino Superior (“IES”) do Brasil e programas de órgãos como Sebrae ou Senai que têm contribuído de maneira significativa para o desenvolvimento de conhecimento voltado às oportunidades e aos desafios da atividade empreendedora. O aumento geral do acesso à educação superior



(através do FIES e PROUNI) e técnica (através do Pronatec) também contribuiu para o aumento da percepção positiva do fator “educação e capacitação” como condição favorável (GEM, 2014, p. 16).

Dessa forma, fica explícito a importância da base educacional, capacitação e estímulos que garantam o acesso a informação para o desenvolvimento de bases sólidas para o desenvolvimento e prosperidade de negócios, garantindo inovação e criatividade dos empreendimentos no Brasil.

### 3. AFROEMPREENDEDORISMO

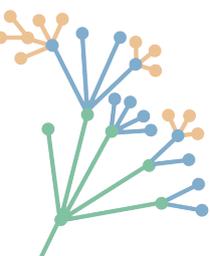
As estratégias de garantia da redução da desigualdade social através de incentivos de políticas educacionais e sociais, nos últimos anos, no Brasil, demonstrou avanços com relação a democratização dos espaços sociais e acesso a informação, viabilizando a inclusão social e a mobilidade entre as classes sociais. Nesse sentido, Barretto (2014) destaca o papel das empresas como espaços de apoio à propiciação dessa democratização, segundo o autor, as micro e pequenas empresas são uma opção democrática “[...] por que abre oportunidades para grupos por vezes discriminados no mercado de trabalho, como negros e mulheres. ”

Historicamente a população afro-brasileira esteve marginalizada devido ausência de programas de inclusão social desde o período pós-escravocrata, sem que houvesse planejamento para que essa população fosse inserida às atividades básicas de garantia à subsistência e dignidade do cidadão. De acordo com Menezes (2009):

[...] o pós-abolição não correspondeu às expectativas dos abolicionistas. [...] A sociedade brasileira reverteu para as regras que haviam sido ameaçadas pela experiência abolicionista e milhões de brasileiros, descendentes dos escravos continuaram vivendo de forma semelhante àquela em que viviam sob a escravatura, dado à indigência a que foram lançados. A abolição da escravatura não criou as condições para que os antigos escravos pudessem alcançar a igualdade, a cidadania plena (MENEZES, 2009, p. 100).

Dessa maneira, pode-se dizer que, desde a libertação dos escravos, a população negra residente do Brasil, não foi contemplada com o tratamento social igualitário, de modo que permitisse a sua autoafirmação como cidadãos e garantisse os direitos que deveriam lhes ser assistidos, cabendo a eles opções adversas de sobrevivência. Apesar do período pós-escravista, os resquícios do passado acompanharam os seus descendentes, que ocupam parcelas menos assistidas da sociedade até hoje.

No entanto, após reformas estruturais nas políticas governamentais a partir dos anos 90, baseadas principalmente no aumento do salário mínimo, incentivo ao crédito e financiamentos, propiciaram mobilidade social, principalmente nas classes C e D, democratizando os espaços de acesso no geral, desde os âmbitos



educacionais de ensino superior ao poder de decisão de compra. Segundo a Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República – SAE (2012):

Nos últimos 10 anos, comparando com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2011, os negros brasileiros passaram a responder por 51% da classe média do País, com renda per capita que vai de R\$ 291,00 a R\$ 1019,00 (SAE, 2012).

É nessa conjuntura, mais favorável às descentralizações de acúmulo de capital financeiro e intelectual, que se concretiza o aumento da busca pelo próprio negócio, a partir do crescimento da oferta de escolaridade e facilidade do ambiente regulatório. Segundo Barretto (2014), através do estudo baseado nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD):

[...] revelou que a quantidade de empreendedores negros cresceu entre 29% entre 2001 e 2011. Entre os que se declaram brancos o crescimento foi de 1% no mesmo período. A participação da raça negra aumentou de 43% para 49% no seguimento de micro e pequenas empresas (BARRETTO, 2014, p.8).

Diante do crescimento significativo da população negra na pratica do empreendedorismo e da conhecida necessidade de investimento e capacitação, esses empreendedores começaram a ter devida atenção, conforme afirma o presidente do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE –, Barretto (2014) “no empreendedorismo [...] questões de raça e de gênero não devem ser critérios de diferenciação de renda e de oportunidades, e sim um conjunto de competências, incluindo capacitação contínua. ”

Portanto, é diante desse cuidado e respeitando, entendendo a trajetória histórica das dificuldades de inserção dessa parcela da população nas variadas esferas da sociedade, entende-se por afroempreendedor(a), o empresário(a) que autodeclara-se negro(a) e realiza as atividades pertinentes a prática do empreendedorismo.

Ainda segundo pesquisas realizadas pelo SEBRAE (2013), no intuito de identificar o perfil do empreendedor brasileiro, nota-se que mais da metade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas são assumidas por empreendedores negros. A representação das micro e pequenas empresas representam cerca de 99% dos CNPJs no Brasil, ou seja, cruzando esses dados observa-se que há um quantitativo massivo de empreendimentos geridos pela população afro-brasileira, que tem papel fundamental, visto que nesse segmento são garantidos a maioria de empregos formais e aproximadamente 25% do PIB (BARRETTO, 2014, p. 10).

Porém, há um fator de superação importante na atuação desse empreendedor, conforme apontado pela pesquisa do Instituto Ethos, Perfil Social, Racial e Suas Ações Afirmativas (2010, apud ALMEIDA e SOBRINHO, 2014, p. 15) na qual verificou-se que:

[...] 86% dos donos de negócios trabalham por conta própria e 14% são empregadores. No grupo dos donos de negócios pretos e pardos, a proporção de conta própria sobe para 92%, mostrando que nessa categoria os negócios



tendem a ter uma estrutura mais simples e/ou com menor densidade de capital. Apenas 8% dos donos de negócios pretos e pardos são empregadores. Entre os donos de negócios brancos, a proporção de conta própria é de 81% e a de empregadores é de 19% (ALMEIDA E SOBRINHO, 2014, p. 16).

A partir do conhecimento desses indicadores, que norteiam sobre os pontos a serem melhorados para o crescimento e prosperidade do empreendedorismo nessa área, os estudos empregados na análise do desenvolvimento dos movimentos afro-empresários, após identificação da sua importância, chamam atenção para a importância de programas e ações que garantam acesso à informação e capacitação como fomento principal para o avanço da economia como impacto das atividades empresárias. Monteiro (2011), pioneiro nas pesquisas relacionadas a essa temática, assinala em seu livro “O empresário negro” a importância da formação de uma estrutura sólida que auxilie e promova a evolução do processo empreendedor étnico-afro:

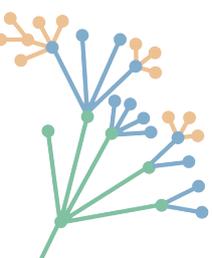
Às associações de empresários negros está reservada a grande função estratégica, operacional e técnica de incentivar o desenvolvimento de potenciais empreendedores e das empresas já existentes de empresários negros, através de um projeto nacional de desenvolvimento e comprometimento de empresários, governos municipais estaduais e federal. Está aí um belo desafio a todos os interessados no progresso e desenvolvimento econômico dos negros deste país, como forma de luta contra o racismo e a discriminação (MONTEIRO, 2001, apud MARTINS E SANTOS, 2014, p.22).

Barretto (2014, p. 8) informa que o SEBRAE “vem investindo em capacitação e desenvolvimento de atitudes empresárias na população negra”. Um dos programas idealizados com esse intuito é o projeto Brasil Afroempreendedor, desenvolvido em agosto de 2013, em parceria com o Instituto Adolpho Bauer e o coletivo de Empresários e Empreendedores Negros.

Outra iniciativa de incentivo ao desenvolvimento do afroempreendedorismo é o Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiro – CEABRA –, criada com objetivo de proporcionar condições para que o empresário negro pudesse progredir gerar renda e oportunidade, além de, assegurar que essa atividade fosse componente de integração social (MARTINS e SANTOS, 2014).

Para, além disso, outro projeto de grande importância para o desenvolvimento do empreendedorismo de abordagem étnica é a Incubadora Afro Brasileira, iniciada com a função de desenvolver a situação econômica da população negra através da realização de planos de negócios. Criada em 2004, a primeira incubadora com esse recorte oferece serviços gratuitos de consultorias e ainda programas desenvolvidos com outros países como África, Europa e Estados Unidos, de cunho educacional.

Portanto, observamos que os movimentos sociais de apoio e garantia do fortalecimento das atividades afroempreendedoras surgem e se disseminam, uma vez que, tem o propósito de atuar como agente multiplicador de conhecimento, garantin-



do bases sólidas para propiciar a evolução dessas ações ao longo das gerações.

#### 4. ECONOMIA COLABORATIVA

Como alternativa de sobrevivência de uma sociedade capitalista, as interações sociais que visam a diminuição do impacto ambiental e democratização dos recursos crescem como uma forte tendência de vida moderna, através da consciência da escassez dos recursos em relação ao quantitativo populacional. Para Rifkin (apud CABRAL, 2014, p. 44) “a era do capitalismo industrial, que vem alimentando crises em três grandes eixos da civilização – o financeiro, o social e o ambiental –, já está em seu último ato”.

É diante desse cenário, de riscos e conflitos, que a economia vem enfrentando, somado a uma sociedade com mais facilidade de se conectar, possibilitado principalmente pela internet, que novos modelos que socialização ganham destaque, com objetivo de redução das etapas de cadeias produtivas, e conseqüentemente, diminuição da adição do lucro em cada etapa de processamentos dos produtos, a falta de necessidade de tais intermediações, corroborariam para uma economia mais híbrida. Conforme definido por Abromovay (apud CABRAL, 2014, p. 44) a economia híbrida é baseada na interação entre colaboração social e a economia privada.

Para Alegria (apud CABRAL, 2014, p. 47) a competitividade foi uma criação difundida para favorecer o sistema econômico, e concorda com a mesma linha teórica que Rifkin, baseados no livro “A Civilização Empática — A corrida para a consciência global em um mundo em crise”, que defende a natureza empática do ser humano, realizando-se nas ações de compaixão, solidariedade e pertencimento.

Vários autores concordam que a fase atual é de transição do modelo econômico. Para Rifkin (apud CABRAL, 2014, p. 44) “o capitalismo industrial continuará preponderante por mais uns 50 anos. E quem viver até a segunda metade deste século verá a economia colaborativa se tornar dominante. ”

Segundo a revista do centro de estudos em sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas – EAESP FGV (2014), a economia colaborativa:

[...] dinamizada de forma inédita pelo advento da internet, trabalha com a fatura, e esta não é única premissa do capitalismo industrial que vem derrubar. Essa sociedade emergente, que muitos chamam de pós-capitalista, suplanta a posse de bens e também a ideia de que o homem não passa de um ser competitivo”. (PÁGINA 22, 2014, p.4)

Tais relações interpessoais, que mais parecem ser um resgate histórico das sociedades mais cooperativas desde o escambo, são possibilitadas através principalmente da conectividade que a internet permite advento que aumentou significativamente das mais variadas maneiras as relações pessoais diante do enorme



contingente populacional e demográfico do mundo. Baseado na possibilidade da união do conceito de economia colaborativa e a facilidade que as novas tecnologias permitem através do modelo peer-to-peer, ou seja, “relação direta entre membros de uma rede, sem passar por uma instância central” (VIANA, 2014, p. 24), muitas empresas têm sido criadas e dispostas para promoção do consumo colaborativo, que segundo definição de Viana (2014, p. 24) parte da consciência na qual “o acesso aos serviços é mais importante que as posses dos bens”.

Essas empresas baseiam-se principalmente nos sistemas de crowdsourcing e crowdfunding, definidas por Viana (2014, p. 24) como “Multidões digitais e anônimas viraram fonte de conteúdo e financiamento. Sites como a Wikipédia são crowd-sourced: recebem conteúdo da multidão.

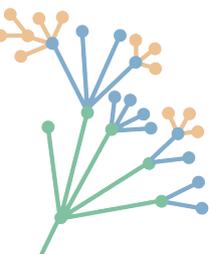
A falta de marco regulatório ainda é um ponto a ser desenvolvido para maior segurança desse tipo de negócio, que se baseia, principalmente na confiança entre os envolvidos. Entretanto, apesar dessa carência, que é algo que rapidamente pode-se resolver, o crescimento da economia e consumo colaborativo tem crescido através da consciência da interação entre pessoas e meio ambiente. Apostar no seu desenvolvimento mediante exemplos de grandes empresas já estabelecidas no mercado só tende a servir como base para o desenvolvimento de muitos negócios e mercados ainda fechados.

## 4.1 COWORKING

Inserido do contexto da economia colaborativa que une comportamentos baseados na natureza de interação humana, construídos entre pessoas com objetivo de compartilhamento e socialização, que os espaços de coworking são criados. Entende-se por coworking novos modelos de ambiente de trabalho, nos quais o espaço é dividido entre vários profissionais, que objetivam redução de custo com aluguel e outras despesas, além disso, promove aproximação entre essas pessoas, colaborando para aumento da rede de network, parcerias e facilitação de contatos.

Desse modo, se imaginarmos uma sala com ambiente propício para desenvolvimento do trabalho de profissionais como, por exemplo, das áreas jurídica, publicidade e também empreendedores e artistas percebemos que além de desenvolverem suas atividades eles também ganham por estar num ambiente que promove diversidade e podem usufruir dos contatos ali pré-estabelecidos, visto que muitas atividades e serviços são necessários ou complementares para o outro profissional.

Os espaços de coworking estão ligados a um movimento de empreendedorismo e inovação trazido por uma nova classe de profissionais criativos, dentro da economia colaborativa e criativa, e de um novo ecossistema social e econômico, construído a partir do desenvolvimento de laços afetivos e da inteligência coletiva. Com isso, como este trabalho procura mostrar, esses am-



bientes têm um grande potencial para contribuir com o reaquecimento da economia e, além disso, para ressignificá-la, trazendo não apenas crescimento econômico, mas também social às cidades e regiões onde estão sediados (MESQUITA, 2016, p. 14).

Nesse sentido, esses espaços de socialização impactam positivamente na produtividade e agregam valor ao profissional que partilha desse ambiente, uma vez que, baseiam-se em premissas da interação humana como criatividade, cocriação, colaboração e envolvimento, por exemplo. Dessa maneira, segundo Coworking Brasil (2015):

O coworking é um movimento que está redefinindo a forma como nós trabalhamos e vivemos. Inspirados pela cultura participativa do movimento open source e da natureza transformadora das áreas de tecnologia, nós estamos construindo um futuro mais sustentável através de um novo equilíbrio entre vida e trabalho (COWORKING BRASIL, 2015 apud MESQUITA, 2016, p. 15).

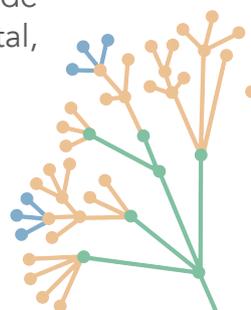
Essa inovação na maneira de socialização de espaços em função de inovação e geração de renda, ganha significado positivo de grande importância, uma vez que, age como base para construção de comunidades sustentáveis, gerando valor, sem que exista necessariamente premissas para participação, ou seja, caracteriza-se como espaço democrático de socialização de informações e interações de trabalhos com impacto direto no crescimento pessoal dos envolvidos.

A importância de espaços como esse em comunidades marginalizadas, denota um movimento de fomento e auxílio ao desenvolvimento pessoal e de projetos, elevando a capacidade de crescimentos dos participantes. Analisando a realidade do Brasil que é formado em sua maioria por micro e pequenos empreendedores, projetos e ações afirmativas que apoiem esses profissionais são muito importantes para o desenvolvimento do país em geral, principalmente pelo fato de descentralizar a iniciativa da ação, podendo ser realizada em qualquer lugar, difundindo conhecimento e integrando as relações interpessoais com foco para o desenvolvimento comunitário.

Dessa maneira, denota-se a importância dos movimentos e ações colaborativas e de democratização de educação, informação e crescimento populacional, num país emergente com características má distribuição de renda e forte desigualdade social, como fator impulsionador para mudança desse quadro através do apoio a geração de renda a partir das atividades empreendedoras.

## 5. METODOLOGIA DE PESQUISA

Em relação ao percurso metodológico para atingir o objetivo da pesquisa, partiu-se de uma natureza básica, pois, houve o interesse em contribuir na geração de conhecimentos acerca de um assunto ainda pouco explorado, utilizando para tal, como método científico, a análise hipotético-dedutiva. Esse método parte de



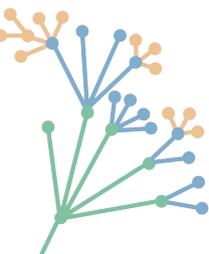
hipóteses para atestar as informações questionadas no problema. Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 128), analisa o ambiente natural como fonte direta para colhimento de dados, interpretação de fenômenos e concessão de significados. Sendo assim, a natureza da pesquisa assume caráter qualitativo, que “se preocupa com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (FONSECA, 2002, p. 20).

A análise do objeto de estudo foi realizada de maneira descritiva, para Gil (1999, apud OLIVEIRA, 2011, p. 21), “as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Atentando para a finalidade da pesquisa descritiva, Aaker, Kumar & Day (2004 apud OLIVEIRA, 2011, p. 22), apontam que esse tipo de método, “normalmente, usa dados dos levantamentos e caracteriza-se por hipóteses especulativas que não especificam relações de causalidade”. Nesse sentido, foram levantados materiais em busca do colhimento de dados, para comprovar a hipótese de que a existência de programas e ações de fomento ao empreendedorismo são relevantes para determinado grupo/ população/ sociedade.

No intuito de extrair as informações e dados necessários para avaliação dos resultados, foram utilizados procedimentos técnicos variados, quais sejam: Inicialmente partiu-se da pesquisa bibliográfica, que segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 128) se dá através da observação de materiais já publicados, ou seja, de domínio público. Dessa maneira, foram levantados aparatos textuais relacionados ao assunto, com a finalidade de produzir bases conceituais para justificar a importância do tema estudado.

Segue abaixo tabela compilatória, cuja finalidade é explicitar os resultados obtidos através de pesquisas em três diferentes sites nos últimos 10 anos, considerados como fontes seguras de pesquisas acadêmicas, dos assuntos abordados no presente trabalho, a fim de explicitar a real ausência de materiais relacionados com as temáticas aqui abordadas, no intuito de reunir acervo conceitual considerável no âmbito epistemológico à presente pesquisa.



Quadro 1 – Pesquisa em indexadores

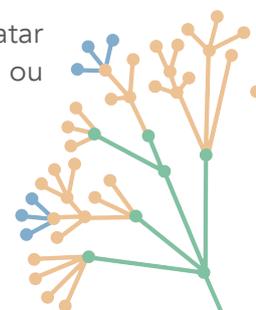
Assunto/ Fonte	Google Acadêmico	Fundação Ge- túlio Vargas	Scielo
Afroempreendedorismo	Empreendedorismo, cultura e diversidade: a participação dos empreendedores negros nas atividades empreendedoras no Brasil no período de 1990 a 2008;	X	x
	Identidades de sucesso: breve reflexão sobre os empresários negros brasileiro.		
Economia colaborativa	x	Revista Página 22. Economia colaborativa.  Número 96, FGV EAESP, São Paulo – SP, junho de 2015	Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding aplicação do método L.E.Sanning em empresa social da economia peer-to-peer (P2P).

Fonte: Elaboração própria (2016)

Como se pode perceber a quantidade de material bibliográfico encontrado para realização da pesquisa é bastante restrito, logo, o presente trabalho demonstra-se altamente relevante devido a lacuna teórica existente no meio acadêmica sobre os temas pesquisados aqui.

Também foi realizada uma pesquisa documental. Essa tipologia, segundo Fonseca (2002, p. 32) caracteriza-se por recorrer a “fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico”, ou seja, materiais produzidos por outros e de domínio privado. Para tratamento dos dados colhidos na pesquisa documental foi realizado um discurso de sujeito comum, metodologia de análise, produzida através da análise de questionário aberto aplicado pela coordenação do escritório no momento de início das atividades para os empreendedores incubados no projeto. Para Lefevre e Lefevre (2014):

O Discurso do Sujeito Coletivo é uma forma de metodologicamente resgatar e apresentar as RSs obtidas de pesquisas empíricas. Nessas, as opiniões ou



expressões individuais que apresentam sentidos semelhantes são agrupadas em categorias semânticas gerais, como normalmente se faz quando se trata de perguntas ou questões abertas. (LEFEVRE e LEFEVRE, 2014, p. 503).

Pode-se caracterizar esse estudo como um estudo de caso. Prodanov e Freitas (2013, p. 128) postulam que um estudo de caso se caracteriza “quando colocamos questões de “como” e “por que”, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real”. O caso estudado e, portanto, descrito é o da Ujamaa Coworking.

Para o levantamento de dados primários foi realizada uma pesquisa de campo. Nesse caso, foram utilizadas distintas técnicas de levantamento de dados. Inicialmente realizou-se uma entrevista com o gestor e idealizador desse empreendimento de economia colaborativa, em consonância com a literatura, das categorias de análise. Posteriormente foram aplicados questionários com os participantes da Ujamaa Coworking de forma a caracterizá-los e obter deles um posicionamento entre a articulação, numa experiência real, desses dois conceitos – afroempreendedorismo e economia colaborativa.

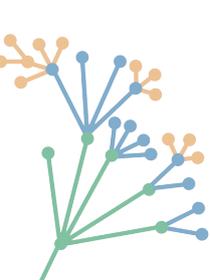
Após a coleta de dados, para geração de informações, os dados foram organizados e tabulados de modo que puderam ser analisados com a técnica de análise idealizada por Bardin – a Análise de Conteúdo. Para Bardin (2009), a análise de conteúdo, enquanto método torna-se um conjunto de técnicas que utiliza procedimentos sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens. A análise de conteúdo organiza-se em etapas, a saber: pré-análise; exploração do material; e tratamento dos resultados com a inferência e a interpretação.

Dessa forma, denota-se a disposição da lógica metodológica escolhida para coleta, tratamento e análise das informações, prezando pela clareza, com objetivo de elucidar os assuntos problematizados no trabalho.

## 6. ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo destina-se a análise dos resultados da pesquisa de campo. Essa etapa foi elaborada em três etapas: uma entrevista com o gestor da UJAMAA, três entrevistas com participantes do coworking e a aplicação dos questionários.

Dos nove empreendedores incubados no escritório, sete participaram da pesquisa respondendo um questionário, com perguntas objetivas e opções de resposta estruturadas. O intuito dessa coleta foi obter informações relacionadas ao perfil e a perspectiva dos participantes quanto ao exercício do empreendedorismo e como usuários do espaço colaborativo.



## 6.1 CARACTERIZAÇÃO DO UJAMAA

O Ujamaa Coworking é um projeto criado a partir do entendimento da condição de baixo desempenho do empreendedorismo em Salvador e importância de projetos que apoiem os empreendedores negros, maioria dos empreendedores da capital, assumindo assim uma postura política e consciente através do incentivo à conexão de pessoas e geração de conhecimento e renda. Segundo o fundador e diretor executivo Paulo Rogério Nunes, foram concebidas, através de processo seletivo, nove empresas que, por sua vez, precisam contribuir com a taxa mensal de R\$ 100,00 para cobrir os custos das instalações. O espaço funciona há seis meses e está localizado na Avenida Dois de julho, centro de Salvador.

A construção do espaço de coworking baseia-se no desenvolvimento de laços afetivos e inteligência coletiva, conforme Mesquita (2016, p.14). Essa ideia corrobora com a afirmação de Paulo Rogério, quando declara acreditar que criando uma rede colaborativa pode conectar pessoas marginalizadas e desenvolver projetos em conjunto, criando um ecossistema de informação, geração de valor e renda. Aliado a essa premissa está ainda o cunho social e inovador que o projeto se propõe, pois, para o fundador a promoção de ações voltadas para os empreendedores autodeclarados negros tem a proposta de fortalecer as relações sócio raciais, fortalecendo a economia local. Esse posicionamento pode ser evidenciado no DSC 1, fruto da pesquisa documental realizada no coworking estudado.

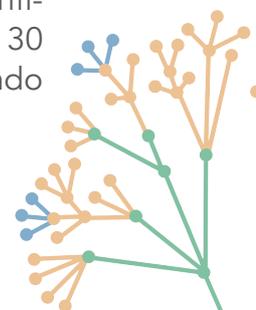
Quanto ao esperado posso dizer que o escritório atendeu às minhas expectativas e de uma forma bem positiva. É um espaço amplo de trabalho, compartilhado com outras empresas para troca de informações e experiências. Um ambiente de colaboração [DSC 1].

Portanto, o espaço colaborativo para empreendedores negros converge os princípios básicos para caracterizar-se como coworking, uma vez que os participantes identificam que há troca de colaboração, inovação e cocriação, tanto do ponto de vista participante x organização, como participante x participante.

## 6.2 UJAMA: O CASO EM ESTUDO

O afroempreendedorismo caracteriza-se pelo protagonismo do negro nas atividades empreendedoras. Dentro desse contexto, e entendendo a questão histórica de inserção e permanência da população negra no Brasil, foi estabelecido um bloco de perguntas a fim de definir como se dão as relações do negro enquanto empreendedor, através da perspectiva dos afroempreendedores incubados no Ujamaa coworking.

Ao buscar avaliar o perfil dos empreendedores vinculados ao coworking, verificou-se que a maioria é do sexo masculino [71%], estão com idade entre 21 a 30 anos [43%] e 31 a 40 anos [57%], solteiros [100%], com alta escolaridade, sendo



superior incompleto [71%] e superior [29%]. A maior parte dos empreendedores declararam ter renda familiar de até 2 salários mínimos [71%], a renda dos demais ficou compreendida entre 2 a 4 salários mínimos [14%] e 4 a 10 salários mínimos [14%], a maioria divide igualmente as responsabilidades da economia familiar com outra pessoa [43%], 29% declararam-se únicos responsáveis e 29% principais responsáveis contando com auxílio de outra pessoa.

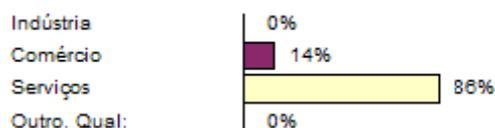
Quadro 2 – Perfil dos Respondentes

<b>Perfil</b>	<b>Categoria 1</b>	<b>Categoria 2</b>	<b>Outras categorias</b>
Sexo	Masculino 71%	Feminino 29%	Não se aplica
Idade	21 a 30 anos 43%	31 a 40 anos 57%	Outros 0%
Estado Civil	Casado 0%	Solteiro 100%	Não se aplica
Escolaridade	Superior Incompleto 71%	Superior 29%	Outros 0%
Renda Familiar	Até 2 SM 71%	De 2 a 4SM/ 4 a 10SM 14%	Outros 0%
Grau de responsabilidade na economia familiar	Divide igualmente as responsabilidades com outra pessoa 43%	Único/ Principal responsável 29%	Outros 0%

Fonte: Elaboração própria (2016)

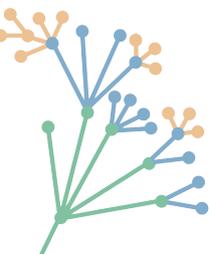
Ao buscar compreender as atividades empreendedoras vinculadas ao coworking verificou-se que 86% são do segmento de serviço e 14% do segmento de comércio, conforme gráfico 1.

Gráfico 1 – Setor de atuação do empreendimento



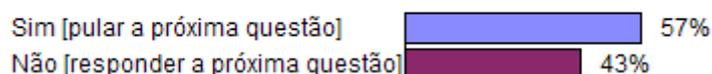
Fonte: Elaboração própria (2016)

Em relação à composição societária dos empreendimentos 57% são os únicos



empreendedores, enquanto 43% contam com divisão de outras pessoas na sociedade. Os 43% dos participantes que contam com outros sócios referem-se a 3 empreendimentos, cada um com 1, 2 e 4 sócios respectivamente.

Gráfico 2 – Composição societária



Fonte: Elaboração própria (2016)

Todos os participantes da pesquisa responderam que seus empreendimentos não são caracterizados como principal fonte de renda, sendo utilizados como fonte complementar de renda.

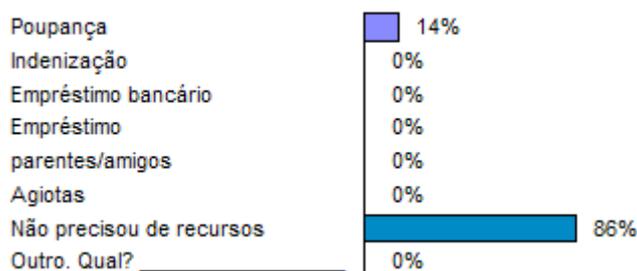
Gráfico 3 – Classificação do empreendedorismo em relação à renda



Fonte: Elaboração própria (2016)

Entendendo a importância do investimento inicial como fator facilitador no momento da concepção da empresa, foi questionado qual origem dos recursos para iniciação das atividades e a maioria composta por 86% dos respondentes declararam que não precisaram de recursos, enquanto 14% recorreram a poupança pessoal como fonte de investimento.

Gráfico 4 – Origem dos recursos



Fonte: Elaboração própria (2016)

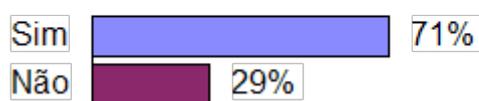
Todos os empreendedores [100%] classificam-se como microempreendedor individual, que em relação quantidade de funcionários tem permissão legal de empregar no máximo um funcionário, além disso, os respondentes declararam que todas as empresas incubadas são formalizadas de acordo as medidas legais. Esses dados corroboram com as informações de Almeida e Sobrinho (2014) acerca do



perfil dos empreendedores negros, uma vez que, assumem maior concentração na gestão de negócios com uma estrutura mais simples (MEI e microempresas) e traz à tona dados que comprovam que a parcela de empreendedores negros são empregadores é ínfima, apenas 8% deles.

A partir da verificação sobre os motivos que propiciaram a criação das empresas, [71%] dos empreendedores declararam ter concebido seus empreendimentos através de oportunidade de negócio, enquanto [29%] iniciaram suas atividades atendendo a uma necessidade de empreender, segundo gráfico 7.

Gráfico 7 – Concepção do empreendimento como oportunidade de negócio

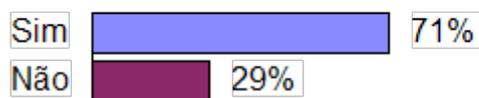


Fonte: Elaboração própria (2016)

O fato do perfil dos empreendedores vinculados ao projetos ser totalmente de pessoas inseridas no ensino superior e conceberem seus empreendimentos a partir de oportunidade de negócio, é ratificado pelos dados apresentado pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República – SAE – (2012), através de pesquisa do PNAD (2011) que demonstra o crescimento da renda per capita da classe média, fato que propiciou maior descentralização econômica e de conhecimento, possibilitando a população negra mais oportunidade para capacitar-se.

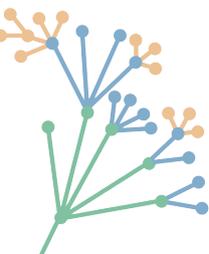
Ainda em relação aos motivos para abertura do negócio a maioria dos empreendedores [71%] afirmam que a concepção do empreendimento foi propiciada por resultado de experiências anteriores, enquanto [29%] não identificaram esse fator com relevância para o início das atividades, conforme aponta gráfico 8.

Gráfico 8 – Concepção do empreendimento como resultado de experiência anterior



Fonte: Elaboração própria (2016)

A fim de saber quais principais problemas enfrentados no gerenciamento da empresa, os respondentes pontuaram graus de importância para alguns fatores que podem impactar na gestão do empreendimento. Em relação à falta de habilidade gerencial 43% dos empreendedores entendem que esse problema é pouco importante para as atividades comerciais, enquanto 29% consideraram que é um fator



importante para possíveis problemas na gestão nos negócios. Quanto à experiência no setor ser um fator importante para a gestão do empreendimento a maioria dos empreendedores ficaram divididos para as opiniões de importante [43%] ou pouco importante [43%]. A maior parte dos empreendedores [43%] acreditam que o baixo nível de escolaridade é pouco importante enquanto fator problemático na gerencia do empreendimento, já 29% deles acreditam que esse critério não tenha nenhuma importância.

A perspectiva dos empreendedores incubados no projeto acerca dos principais problemas enfrentados pela empresa no ambiente interno, demonstra-se através de alguns pontos levantados, sendo assim, a maioria dos respondentes [43%] acreditam que a falta de planejamento estratégico é um fator pouco importante, esse fator é dividido no mesmo percentual [43%] de respondentes que classificam a ausência de planejamento estratégico como um problema importante.

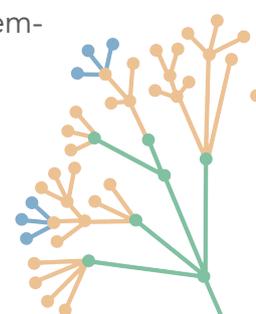
Em relação a falta de estrutura legal da empresa, 43% dos participantes consideram como um fator importante em relação a problemas do ambiente interno, entretanto, 29% acredita que esse critério não tenha importância. A falta de gestão da informação foi considerada pela maioria dos empreendedores [43%] como pouco importante, em contrapartida, 29% dos respondentes classificam importante o gerenciamento da informação como um problema interno.

Em relação ao problema de falta de inovação de produtos e serviços os respondentes ficaram divididos classificando esse fator como pouco importante [29%], importante [29%] e muito importante [29%], já em relação a mão de obra qualificada 43% dos empreendedores acreditam que esse fator é pouco importante para problemas de ambiente interno, porém, 29% acreditam que esse elemento é muito importante. A maioria dos entrevistados [43%] declaram importante o problema da falta de acesso ao crédito para a empresa, os demais ficaram empatados [29%] entre as opiniões de pouco importante e muito importante.

Quanto à falta de recursos das áreas funcionais, a maior parte [43%] considerou como fator pouco relevante em relação a problemas enfrentados pelas empresas, já 29% deles acredita que esse fator é muito importante.

A maior parte dos respondentes [43%] concordam absolutamente que por serem negros as condições para empreender são mais difíceis, os demais ficaram empatados e acham que depende [29%] ou talvez a afirmação se aplique [29%]. Em relação à caracterização do negócio 43% dos respondentes classificam absolutamente seus negócios como afroempreendedorismo, já outros 43% acham que talvez sim.

A grande parte dos entrevistados [86%] considera importante ser empreendedor e afirmar-se como negro, os outros [14%] consideraram a afirmação pouco importante, além disso, todos os empreendedores vinculados ao projeto declararam ter escolhido o escritório de coworking por ele se considerar um caso de afroempreendedorismo.



Ao buscar entender a concepção dos respondentes quanto a atuação no escritório, podemos verificar que a maioria dos participantes [43%] concordam absolutamente que o escritório é um ambiente colaborativo de compartilhamento e socialização, os demais acham que talvez sim [29%] ou que depende [29%]. Em relação à prática da economia colaborativa e criativa no espaço e potencial para contribuir com o crescimento da economia, 71% dos respondentes acreditam que talvez aconteça, os demais acreditam absolutamente [14%] e outros acham que depende [14%], já em relação ao ambiente propiciar o desenvolvimento de laços afetivos e inteligência coletiva, boa parte dos entrevistados acreditam que absolutamente sim [43%] e talvez sim [29%].

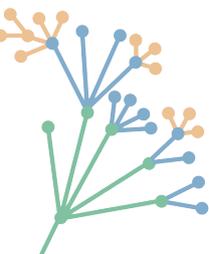
Tais dados demonstram que os empreendedores consideram o espaço como um ecossistema econômico e social, que se dá através da construção de interações afetivas e consciência coletiva, opinião que converge com as premissas de Mesquita (2016, p. 14) sobre os escritórios compartilhados.

Para Mesquita (2016, p.14) os espaços colaborativos trazem não apenas crescimento econômico, mas também social, nesse sentido a opinião dos empreendedores converge com esses princípios, pois a maior parte dos participantes do coworking [57%] acham que talvez o espaço promova potencial para o crescimento social, já os demais [43%] concordam absolutamente com a afirmação, já em relação ao potencial para crescimento cultural 86% dos respondentes acreditam absolutamente nesse ponto, enquanto que 14% responderam que talvez sim.

Dos entrevistados 71% acham que talvez o trabalho desenvolvido impacta na produtividade e agrega valor profissional aos que partilham desse ambiente, já 14% acreditam absolutamente nesse impacto e os outros 14% acham que depende. Em relação ao impacto do escritório no desenvolvimento individual, a maioria dos empreendedores [71%] concordam absolutamente, os demais dividem-se nas opiniões de que depende [14%] ou não tem resposta [14%].

Dos respondentes 57% concordam absolutamente que o trabalho desenvolvido no escritório se baseia nas premissas da interação humana [criatividade, cocriação, colaboração e envolvimento], entretanto, 29% deles acham que depende. A maior parte dos respondentes [43%] acham que talvez a filosofia de que o escritório trabalha e vive pela cultura participativa se aplique, já 29% deles concordam absolutamente com essa afirmação. Em relação a identificação dos empreendedores com a filosofia de que o coworking trabalha para construir um futuro mais sustentável através de um novo equilíbrio entre vida e trabalho, a maioria [43%] concorda completamente, já 29% talvez não. A maior parte dos entrevistados ficaram divididos entre concordar absolutamente [43%] e parcialmente [43%] com a filosofia de socialização do espaço, inovação e geração de renda por parte do escritório.

Outros aspectos foram observados na pesquisa documental, que se apresentam nos DSCs 2 e 3. Em ambos se aborda a demanda por melhorias em relação à estrutura física, nesse caso o sujeito coletivo revela a necessidade de melhor divisão dos espaços internos.



Em relação às melhorias de estrutura física, espera-se uma melhor divisão dos espaços: espaços individuais; espaço para guardar material; e espaço com equipamentos para trabalho. As melhorias virão com o tempo e o uso dos participantes. [DSC 2].

Quanto as expectativas em relação às melhorias esperadas nos aspectos gerais, verifica-se que há uma necessidade de determinação do número de participantes por mesa, ampliação do espaço para eventos e modificação nos horários de funcionamento.

De início definir quantos participantes ocuparão as mesas, para que os colaboradores possam ter uma área de trabalho confortável, considerando as possibilidades do escritório. Outro aspecto é a necessidade de ter mais espaço para palestras e para festividades. O acesso nos finais de semana também poderia ser pensado. A localização é boa. Poderia ser permitido uso do endereço para correspondência. [DSC 3].

Sendo assim, podemos verificar o perfil do afroempreendedor incubado no escritório colaborativo estudado, e como ele dialoga com esse espaço, suas perspectivas e posicionamentos a partir da experiência de participar de um projeto com conceito inovador, que visa a promoção do avanço do empreendedorismo na cidade de Salvador, considerando fatores sociais como preponderantes na baixa escala de desempenho do empreendedorismo enquanto cultura da cidade e partindo do pressuposto que esses fatores devam ser priorizados e trabalhados para melhoria do cenário do empreendedorismo na cidade.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao buscar caracterizar o Ujamaa como um espaço de coworking verificou-se que esse projeto foi criado através da identificação do pouco engajamento do empreendedorismo em Salvador e importância de projetos que fomentem as atividades dos empreendedores negros, maior parte de empreendedores da capital, desenvolvendo dessa maneira uma postura de ativismo político frente a mudança desse cenário através de princípios como colaboração, sustentabilidade e cocriação, por exemplo, existindo de maneira a propiciar a conexão entre pessoas, atividades e prestação de estrutura física para que as atividades das empresas incubadas ocorram.

Em relação ao o perfil dos empreendedores vinculados ao projeto ficou explícito que são formados pela maior parte de empreendedores masculinos, solteiros e em idade entre 21 a 40 anos. Para além, todos eles estão inseridos no nível acadêmico de ensino superior e são os principais responsáveis pela subsistência econômica da família, com renda familiar de até 2 salários mínimos. Analisando esses dados quanto ao perfil dos empreendedores em contraponto com os relatos sobre as dificuldades que os empreendedores afirmaram enfrentar quando se consideram e se declaram negros, deixa nítido que independentemente do nível de instrução



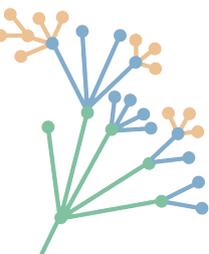
ser alto ainda existem barreiras sistêmicas com relação ao preconceito de raça que impactam diretamente no seu desenvolvimento profissional.

Quanto aos aspectos que caracterizam os empreendimentos incubados no Ujamaa como afroempreendimentos, destacam-se as características definidas pelos empreendedores incubados no espaço, visto que, a maioria dos empreendedores classificam seus negócios como afroempreendimentos, declararam ainda a dificuldade de empreender afirmando-se como negro, mesmo assim, acham importante realizar essa atividade declarando sua etnia e escolheram participar do Ujamaa devido a considera-lo um espaço para de afroempreendedorismo. Conforme declarado pelo diretor executivo do projeto, Paulo Rogério Nunes, foi realizado processo seletivo para acolher justamente empresas que se caracterizassem como casos de afroempreendedorismo.

Os aspectos que caracterizem o Ujamaa como um grupo de economia colaborativa, são justamente a promoção de um espaço compartilhado, tendo em vista, a importância da sustentabilidade, visando não apenas o fomento a geração de renda, mas também as demandas sociais. Os empreendedores incubados declararam concordar com as filosofias de trabalho na qual o escritório se baseia, assumindo como premissa interação humana [cocriação, criatividade, colaboração e envolvimento], cultura participativa, construção de um futuro mais sustentável através de um novo equilíbrio entre vida e trabalho e socialização do espaço, inovação e geração de renda por parte do escritório. Esses critérios corroboram com as ideias de Mesquita (2016, p.14) a qual caracteriza os espaços de coworking como inovação a ponto de promover a ressignificação da economia, agregando o olhar social e coletivo.

Assim, ao buscar entender a relevância da articulação da economia colaborativa e o afroempreendedorismo para o desenvolvimento do afroempreendedorismo no território soteropolitano, verificou-se que este é de extrema relevância, pois propicia a conectividade entre pessoas e empreendimentos, colaborando para a coexistência de espaços criativos e de troca de informações, aumentando a facilidade em realizar network, promovendo geração de valor, renda, informação e conhecimento, pois a economia colaborativa busca atuar de modo compartilhado e inclusivo, logo, é interessante para abranger a população periférica e marginalizada da cidade de Salvador, promovendo espaços de crescimento e fortalecendo questões de pertencimento e desenvolvimento das atividades empreendedoras da população negra, no intuito de contribuir para a evolução sócio econômica que a maior parte da população negra se encontra.

Como sugestão para futuras publicações ainda existem questão que podem ser verificadas afundo e que não conseguiram se esgotar no presente artigo como, por exemplo, explorar os fatores subjetivos que motivam os jovens negros a optarem por empreender, bem como, a análise da interseccionalidade, visto que no campo do empreendedorismo mulheres negras estão em maioria, seria interessante verificar os aspectos sociológicos e de perfil dessas empreendedoras em contraponto ao retorno do desenvolvimento das suas atividades.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Alex Sandro Macedo e outros. **Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileiro**. Florianópolis - SC. Ed. Atilénde, 2014.

BAGGIO, Francisco Adelar; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Rev. De Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 2014.

BARROS, Aluizio Antonio. PEREIRA, Cláudia M. M. de Araújo. **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica**. RAC, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, Out./Dez. 2008.

CABRAL, Magali. **Fase de maturação**. Revista Página 22. FGV - EAESP, pp. 42.47, junho 2015.

CIMADOM, Eduardo José. **Empreendedorismo na gestão de empresas criadas por necessidade**. Santa Maria - RS.

DAVIES, Frank Andrews; **Identidades de sucesso: breve reflexão sobre os empresários negros**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP. São Paulo – SP, v. 16, n. 2, pp. 75.94, 2009.

ENDEAVOR BRASIL. **Índice de cidades empreendedoras**. 2015.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abril/junho, 1999.

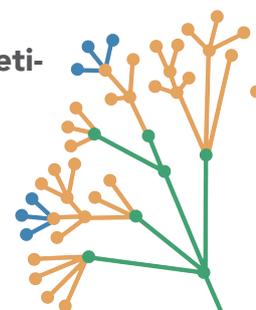
FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Ceará, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório executivo**. 2014.

MENESES, Jaci Maria Ferraz de. **Abolição no Brasil: A construção da liberdade**. Campinas, n. 36, p. 83-104, dez. 2009.

MESQUITA, Luiza Affonso Ferreira. **As práticas que sustentam o trabalho colaborativo em espaços de coworking e o papel das Tecnologias de Informação e Comunicação: Estudo de caso da Goma**. São Paulo – SP, 2016.

LEFEVRE, Fernando; Cavalcanti Lefevre, Ana Maria. **Discurso do Sujeito Coletivo**



**vo: Representações sociais e intervenções comunicativas.** Texto & Contexto Enfermagem, vol. 23, núm. 2, abril-junho, 2014, pp. 502-507 Universidade Federal de Santa Catarina Santa Catarina, Brasil.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Empreendedorismo: Vocação, Capacitação e Atuação.** São Paulo – SP, Ed. Atlas S.A, 2014.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. **Metodologia Científica: um manual para a realização de pesquisas em administração.** Catalão – GO, 2011.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** Editora Feevale. 2. ed. Novo Hamburgo – RS, 2013.

REVISTA PÁGINA 22. **Economia colaborativa.** Número 96, FGV EAESP, São Paulo - SP, junho de 2015.

ROSSI, Marina. **Mais brasileiros se declaram negros e pardos e reduzem números de brancos.** São Paulo - SP, 16 de novembro de 2015.

SARFATI, Gilberto. **Empreendedorismo e Desenvolvimento Econômico.** 2011. Disponível em: <<http://gvpesquisa.fgv.br/publicacoes/gvp/empreendedorismo-e-desenvolvimento-economico>> Acesso em: 17 mai. 2016.

SEE. Secretaria de assuntos estratégicos. **População negra é a maior parcela da classe média brasileira.** Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/imprensa/noticia/materias/populacao-negra-e-a-maior-parcela-da-classe-media-brasileira/>> Acesso em: 17 mai 2016.

VIANA, Diego. **O furo do capitalismo.** Revista Página 22. FGV - EAESP, pp. 20.25, junho 2015.

