

RAÇA E MERCADO

2020

ENCONTRO Empreendedorismo pós COVID-19

18 de setembro de 2020

Realização



DIASPORA ● BLACK

F E R A
P R E T A

 **FGV EAESP**
CENTRO DE
EMPREENDEDORISMO
E NOVOS NEGÓCIOS

 **FGV EAESP**
COORDENADORIA DE
DIVERSIDADE

Impacto do Racismo no Mercado



Marta Celestino

Ebony English



Carlos Alberto Silva

WEuse



Thiago Rosário

Implicantes Cervejaria

O encontro do Raça e Mercado do dia 18 de setembro de 2020

realizado conjuntamente pela Afrobusiness, Diaspora Black, Feira Preta e FGV EAESP, trouxe a discussão sobre como empreendedoras negras e empreendedores negros estão se reinventando em um contexto pós COVID-19.

O fórum desse dia teve como convidados Marta Celestino, CEO da Ebony English; Thiago Rosário, sócio da Implicantes Cervejaria, a primeira fábrica cervejeira negra do Brasil, e Carlos Alberto Silva, CEO e fundador na Weuse, startup com conceito inovador Fashion as a Service - FaaS. O encontro foi moderado por Carlos Humberto da Diáspora Black.

Apresentando a trajetória da **Ebony English**, **Marta Celestino** reforçou a missão do negócio em ensinar idiomas focando na cultura e na identidade negra, prezando sempre pela alta qualidade e enfrentando todos os desafios inerentes à jornada do afro-empendedorismo. No contexto da pandemia os dois grandes desafios enfrentados pela empresa foram a paralisação total das vendas que geralmente ocorrem no começo do ano e a necessidade de migrar todas as atividades da escola para o ambiente online. Nesse processo, a Ebony aprendeu a desenvolver competências e capacidades internas necessárias para se reinventar.

As características e iminência dos efeitos da pandemia colocaram a empresa em uma posição de “aprender fazendo”. Os novos desafios foram internalizados e planos foram traçados para lidar com os obstáculos, impulsionando a reinvenção do modelo de negócio da empresa. Assim, algumas lições foram apreendidas: a maturidade do negócio é determinante para a reinvenção, porém não é limitante; é necessário ter cuidado com preciosismo exagerado; focar no MVP (mínimo produto viável) e seguir em frente com o melhor possível dadas as condições é uma decisão importante que pode determinar a sobrevivência do negócio, especialmente em momentos de crise. Existe um estigma que negócios de pretos não podem falhar, mas é preciso olhar para além dessa representação e seguir em frente.

A agilidade da gestão e de boa parte da operação da Ebony ajudou na mudança do modelo de negócio. Assim como conhecer bem o negócio foi essencial nesse processo.

Durante a retomada, os principais stakeholders da empresa, principalmente seus clientes, apoiaram a expansão do negócio através do boca-a-boca. Uma outra estratégia implementada pela empresa foram as parcerias com *influencers*.

Não muito distante das experiências da Ebony, **Carlos Alberto** da **WeUse** ↗ – um modelo consciente e sustentável de locação de roupas – relata que um dos primeiros desafios da empresa foi alcançar a credibilidade de fazer com que um negócio complexo e digital prosperasse mesmo com todas as limitações que empreendimentos vindos da periferia e administrados por pessoas negras enfrentam. Após muito esforço, diversas rodadas de *pitch* e uma longa jornada, o negócio estava em ascensão até o momento de chegada da pandemia. A WeUse, que tem um modelo de negócio baseado no compartilhamento e prezava até mesmo pelo reuso de embalagens, viu seu modelo de negócio entrar em choque direto com os novos hábitos exigidos pelo COVID-19.

A empresa teve que repensar toda a sua operação e adotar medidas de segurança para funcionários e clientes. Após uma paralisação de dois meses, o retorno veio com um grande impacto negativo – perda de 50% da base de clientes. O plano adotado pela empresa foi rever os custos, preservar o caixa e focar no crescimento. Com um novo plano de marketing e captação de clientes a empresa conseguiu retomar e ir além do patamar de crescimento observado no contexto pré-pandemia.

Para a WeUse o apoio da rede foi essencial. Organizações como a **Artemisia** ↗ e fundos de empréstimo para periferia, como o **Fundo Volta por Cima** ↗, ajudaram a empresa no processo de retomada. É importante ter em mente que apesar das dificuldades, existem diversas organizações oferecendo apoio para os mais diferentes tipos de negócios. O desafio nessa questão é ser capaz de mapear esses apoios, enfrentar as barreiras de comunicação e atender aos pré-requisitos. Esses limitantes afetam sobretudo os afro-empREENhedores que são julgados por uma régua mais alta. Um dos caminhos seguidos pela WeUse para transpor essas barreiras foi participar em diversos eventos para startups, mapear e se preparar para as oportunidades disponíveis.

Outro caso de retomada e reinvenção foi relatado por **Thiago Rosário**, representando a **Implicantes Cervejaria** ↗, primeira fábrica de cervejas fundada por negros. Além da paixão pela arte cervejeira outro motivador para a criação foi a vontade de incluir a população negra no mundo cervejeiro, ramo ainda dominado pela elite branca. O modelo do negócio foca na valorização da cultura e identidade negra, reconhecendo personalidades negras esquecidas pela história e corrigindo a prática comum das marcas de cerveja de reforçar estereótipos deturpados.

Nesse momento de crise causada pela pandemia, Thiago apontou os desafios enfrentados pelo negócio agravados pelo fato de ser um negócio pequeno e gerido por pessoas negras. Com parte das suas receitas focada na venda para bares e eventos, a pandemia afetou a empresa em cheio. O desafio de manter a operação foi grande. Buscando apoio financeiro em bancos a empresa encontrou as mesmas barreiras de acesso ao crédito comum aos afro-empREENhedores. Lidando com a possível falência recorreram ao financiamento coletivo (*crowdfunding*), alcançando o valor necessário para manter a operação da empresa – e continuar um negócio de certa forma ativista, enfrentando não somente os desafios de empreender, mas também o racismo ainda presente na sociedade e característico da indústria cervejeira.

No caminho de se reinventar Thiago reforçou a importância de focar em soluções que ajudem a criar caixa; rever as possibilidades que o negócio pode gerar e como gerar valor aos clientes, qualificar o atendimento, reduzir custos e preços e, por fim, entender quais oportunidades podem ser exploradas a partir da flexibilização do modelo de negócio da empresa e da reorganização de suas capacidades.

Apesar de estarem localizados em uma região (Porto Alegre, RS) onde o ecossistema de empreendedores negros é fraco, a Implicantes costurou diversas parcerias com outras empresas para divulgar o negócio e impulsionar as vendas.

Considerações Finais

As experiências individuais e conjuntas desses negócios demonstram como diferentes modelos de negócios que mesmo com os mais diversos desafios impostos pela pandemia e agravados pela questão racial conseguiram se reinventar. Nesse processo é essencial conhecer muito bem seu negócio, entender o propósito e estar aberto para redesenhar o modelo. Seguir em frente e se preparar durante o processo de reinvenção é essencial.

As questões raciais ainda configuram um grande desafio para afro-empREENhedores, desafios esses agravados em momentos de crise. Por exemplo, o acesso ao crédito, seja de banco ou investidores, é um grande limitador para o crescimento dos negócios geridos por pessoas negras.

Para enfrentar esse desafio é necessário fortalecer a rede de empreendedores negros e expandir a discussão para pessoas brancas que ocupam espaços de poder e de tomada de decisão. É necessário ampliar o entendimento dos investidores tradicionais para as potências pretas e periféricas – e que esse entendimento vá além do modismo.

A intencionalidade é essencial nesse processo de mudança. Já há algum tempo existe o interesse e o esforço de endereçar o empreendedorismo negro e “escurecer” os lugares. É fato que o acesso aos investimentos não é igualitário. A régua é sempre alta para os empreendedores negros que precisam estar com o modelo de negócio já funcionando e faturando para que possam ser vistos. Nesse contexto é importante parcerias onde não só pretos apresentem a causa, mas também que pessoas brancas questionem essas lógicas em espaços ainda brancos.

É preciso desconstruir o ideal social, entender como um pode ajudar o outro, como se dá a comunicação, o posicionamento dos negócios e acesso a investimentos. O apoio entre empresas é essencial para garantir a sustentabilidade e perenidade dos negócios.

Para conectar todas essas ações o ecossistema pode ser a forma mais organizada de conferir legitimidade, força e apoio para as mudanças necessárias. É também um meio para que afro-empREENDEDORES se mantenham informados e possam aproveitar as oportunidades que fomenta o crescimento. Alguns caminhos para fortalecer e formalizar uma rede seria através de uma câmara de comércio que guie esses processos, ou uma associação, que ajude a capacitar os negócios e os empreendedores.





RAÇA & MERCADO

RELATÓRIO RAÇA E MERCADO

18 DE SETEMBRO DE 2020

:: PABLO LEÃO

:: EDGARD BARKI

:: MÁRCIO MACEDO

FGVcenn - CENTRO DE EMPREENDEDORISMO
E NOVOS NEGÓCIOS

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS / EAESP