

RAÇA E MERCADO

2019

ECOSSISTEMA DO AFRO- EMPREENDEDORISMO

14 de novembro de 2019

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

No encontro do Raça e Mercado do dia 14 de novembro de 2019 a Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, juntamente com Feira Preta, Diáspora Black e AfroBusiness, recebeu o IV Encontro Raça e Mercado. O objetivo desse encontro foi discutir a fundo o significado de afro-empresendedorismo, quais são as barreiras e dificuldades que esses empreendedores enfrentam nas mais diversas etapas do processo de empreender, quais atores estão envolvidos nesse processo e qual é o papel de cada um.

Nessa edição tivemos a apresentação de uma pesquisa realizada pelo Plano CDE com apoio do JP Morgan que retrata um mapeamento inédito do perfil do empreendedor negro no Brasil. A pesquisa entrevistou 1.220 pessoas em todo o Brasil, sendo 918 empreendedores negros e 302 brancos.

Segundo a análise do Plano CDE, “O empreendedorismo negro no Brasil não é homogêneo, mas se pode afirmar que o cenário é positivo: a maioria dos empreendedores deseja continuar e crescer seu negócio. Inclusive, a renda dessa maioria cresceu desde que começaram a empreender. Mesmo assim, há desafios: a maioria tem dificuldades em acessar crédito, muitos contando apenas com a própria poupança ou de seus familiares para investirem. Os empreendedores valorizam a ancestralidade no papel de seus familiares, mas um dado importante é que, fora aqueles já em contato com o ecossistema de apoio ao empreendedorismo negro, há pouco conhecimento dos termos ‘afro-empresendedor’ ou ‘empresendedor negro”.

Foi também constatado que uma parcela dos entrevistados não tem conhecimento nem do significado de simplesmente “empreender”, não se reconhecendo como empreendedor. A pesquisa agrupou os empreendedores em três grandes grupos: aqueles que empreendem por Necessidade, Vocação e os Engajados. Esses grupos foram determinados a partir de diversos critérios pelos quais os empreendedores são caracterizados. A pesquisa também identificou que 9% da amostra tem um perfil misto.

Os empreendedores por necessidade representam 34% da amostra analisada. Esses empreendedores têm dificuldade de acesso ao mercado de trabalho, sendo que desses, 46% empreenderam por falta de emprego. A decisão de iniciar o negócio passa pelo incentivo de familiares e amigos, que muitas vezes são parceiros de trabalho, e a principal barreira consiste na falta de auto percepção como empreendedor.

Os empreendedores por vocação têm uma representatividade similar aos de necessidade (35%). Praticamente metade desses empreendedores (51%) sempre quiseram empreender. São motivados a empreender por familiaridade com a atividade e desejo de ser autônomo, às vezes somados a dificuldades em se adequar no mercado de trabalho.

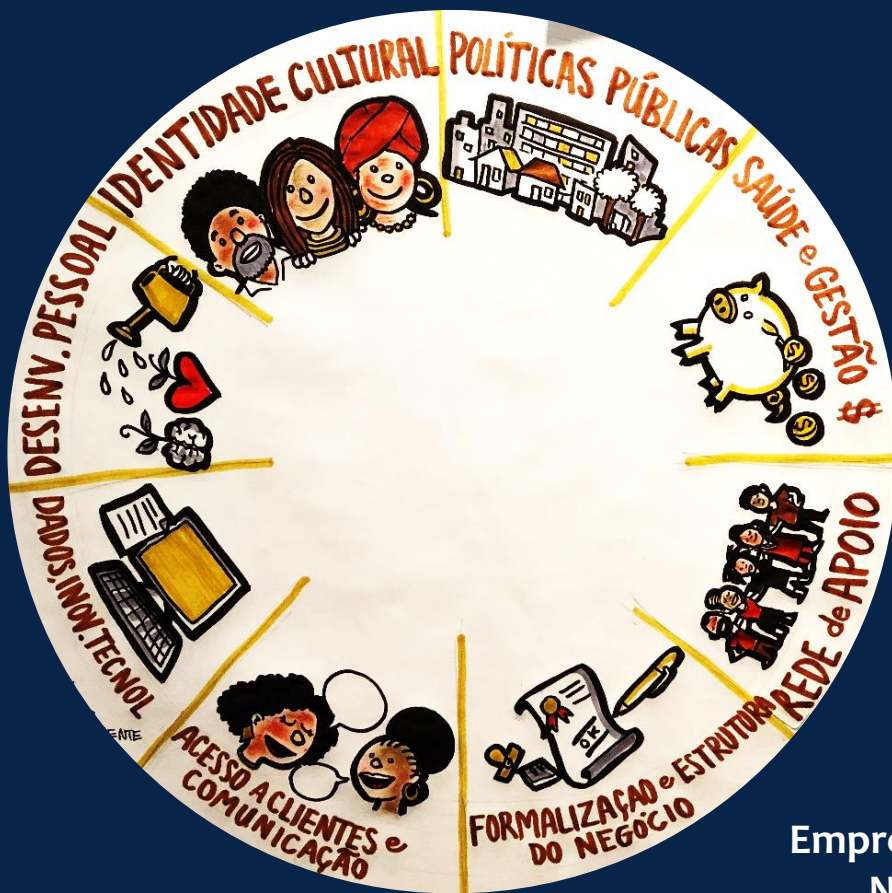
Esses empreendedores têm a necessidade de mostrar valor independente da raça, dissociando o próprio trabalho como empreendedor da luta contra o racismo e 95% quer evoluir o seu negócio e ampliar a empresa em um ano.

Já os empreendedores engajados representam 22% da amostra. Esse perfil tem o desejo de empreender, muitas vezes somado à vontade de exercer atividade auto afirmativa, voltada para o público afro. O Afroempreendedorismo é processo de cura da discriminação e oportunidade de trabalho. Se destacam pela autodenominação como afros empreendedores. 31% acreditam que sua maior qualidade é a articulação de sua cultura e seus produtos e 29% trabalham em rede com parceiros e priorizam outros negros.

A partir dos resultados da pesquisa, outras questões foram levantadas e discutidas gerando insights muito interessantes e relevantes. Construindo em cima do fato de que ainda existem poucos empreendedores negros engajados foi identificado a necessidade de realizar ações que possam repercutir além da “bolha” de quem é engajado, sem deixar de lado ações que possam informar e engajar ainda mais os empreendedores que fazem parte de ecossistemas. É importante que o engajamento seja realizado por meio de uma comunicação eficaz. Abrir um diálogo brando com as pessoas não racializadas é essencial para que essas sejam impactadas.

O engajamento é parte do processo, mas quando engajado o empreendedor precisa encontrar um ecossistema estruturado. É importante que esse seja um ECOssistema colaborativo, organizado, multidisciplinar. Ecossistemas podem se transformar em EGOsistemas, onde atores com poder se colocam no centro das discussões e ações. Para que isso não ocorra é necessário garantir a horizontalidade na formação do ecossistema, de modo que todos os atores tenham espaço de voz e ação.





Afluentes e Influentes do Empreendedorismo Negro no Brasil

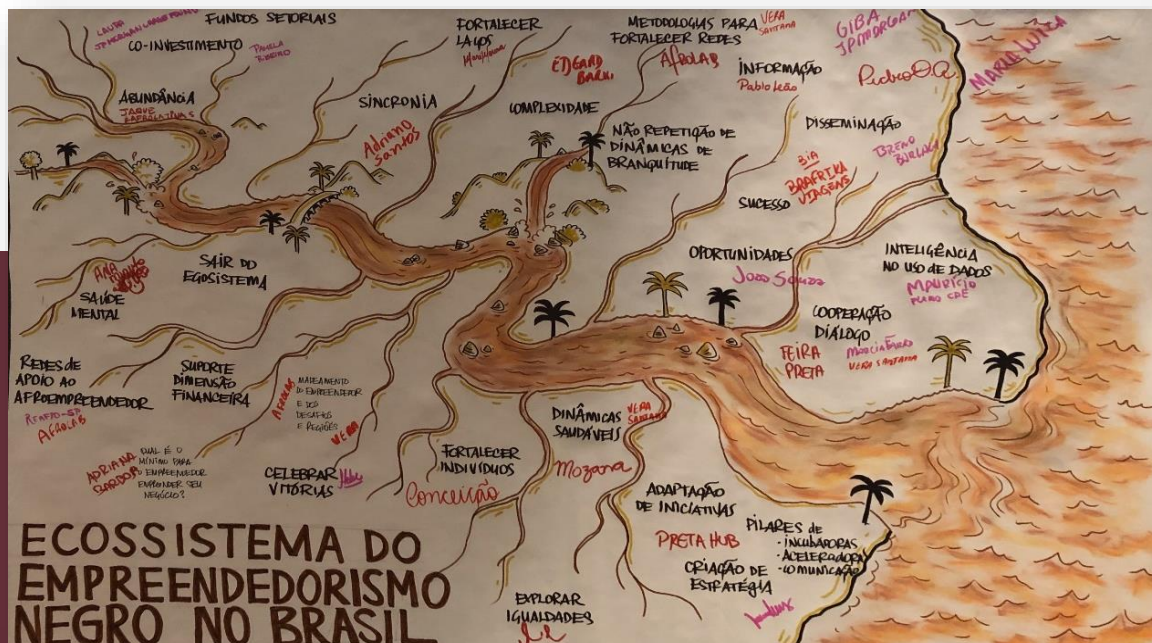
Quando falamos de ecossistemas é preciso comunicar quais são os papéis e as competências de cada ator envolvido. Esse mapeamento deve ser feito de forma que possa ser visto onde os talentos se complementam e como podemos capturar mais valor e potencializar as ações desse ecossistema.

É importante que o ecossistema não seja o fim em si, ou seja, desenvolver estratégias para o fomento da colaboração e do diálogo com outros ecossistemas é essencial para o desenvolvimento de seus atores. Esse transbordamento para a sociedade potencializa o desenvolvimento da discussão, fortalece a legitimidade da causa e pode fornecer resultados mais amplos e duradouros.

Duas prováveis causas para a dificuldade em engajar novos atores foram identificadas – a identidade e a educação. Quando falamos de identidade como uma barreira ao desenvolvimento do afro-empendedorismo estamos nos referindo à dificuldade do empreendedor negro em se reconhecer, não somente como afro-empendedor, mas sim, separadamente enquanto negro empreendedor.

O reconhecimento enquanto negro está calcada em questões mais profundas e impacta não somente na forma como o indivíduo se vê, mas também afeta a sua capacidade de valorizar produtos/serviços de um empreendedor negro. Esse não reconhecimento ocorre também quando o empreendedor resiste em se posicionar como afro-empendedor. Um dos motivos é o receio de que tal posicionamento passará uma imagem de segmentação, e que seu produto/serviço será visto como exclusivo para o público afro. O desafio aqui é encontrar o equilíbrio na comunicação, é vender o produto sem gerar desconforto ao cliente e sem esvaziar o propósito do afro-empendedorismo.

Já o reconhecimento enquanto empreendedor está atrelada às lacunas educacionais. A educação no país é um grande gargalo, e quando olhamos para a parcela negra da população, os números são mais preocupantes. Apesar de recentemente os negros terem alcançado a maioria de alunos em universidades federais, ainda é preciso analisar essas estatísticas com mais cautela. Existe uma grande disparidade na ocupação das carreiras dentro das universidades – alunos negros historicamente ocupam cursos que irão oferecer uma menor remuneração, e consequentemente são menos valorizados pela sociedade. Indo além da formação superior, foram identificadas questões mais profundas que devem ser endereçadas, como a evasão escolar, que afeta todos os níveis educacionais.



A educação é elemento chave no desenvolvimento do empreendedor, seja elementos mais básicos como se identificar como empreendedor, saber o que é ser empreendedor, até questões mais avançadas como a utilização das ferramentas necessárias para administrar seu negócio. Essa imagem gradativa de um conhecimento básico até o mais avançado é um reflexo do que observamos nos perfis empreendedores encontrados na pesquisa do Plano CDE. Existem necessidades diferentes para cada grupo, e se o objetivo é obter resultados efetivos precisamos ser sensíveis às necessidades do público que queremos engajar.

A questão educacional é ampla, e afeta inclusive a prospecção de mão de obra qualificada. A dificuldade em selecionar profissionais negros para funções especialistas, como por exemplo, para a área de inovação e tecnologia é um reflexo da lacuna educacional existente no país. O efeito é perverso, pois quando falamos em empreender estamos inerentemente falando em capital, competição e mercado, nesse contexto, os profissionais negros ficam em ainda maior desvantagem quando comparados aos empreendedores brancos.

Durante os encontros do Fórum Raça e Mercado diversos desafios foram apresentados e nos tornamos mais conscientes dos problemas que temos para resolver. Contudo, é também importante salientar que avanços foram feitos e um deles é justamente o fortalecimento de um ecossistema, onde conhecimento possa ser produzido e compartilhado. Para que empreendedores e diversos outros atores sejam conscientizados e engajados. É um processo de constante aprendizagem, conjunta e colaborativa.





RAÇA & MERCADO

RELATÓRIO RAÇA E MERCADO

14 DE NOVEMBRO DE 2019

:: PABLO LEÃO
:: EDGARD BARKI
:: MÁRCIO MACEDO

FGVcenn - CENTRO DE EMPREENDEDORISMO
E NOVOS NEGÓCIOS

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS / EAESP