



Fortalecer os negócios dos afroempreendedores para mudar o País

Esta revista sintetiza os resultados mais importantes do Projeto Brasil Afroempreendedor (PBAE), que entre 2013 e 2016 ajudou a fortalecer mais de 1600 negócios liderados por negros no Brasil. Tão importante quanto esse apoio foi o trabalho de conhecer melhor as particularidades dos empreendimentos, que refletem tanto as marcas da presença histórica dos afrodescendentes no país quanto as transformações recentes na sociedade brasileira, assegurando oportunidades para a ascensão social e o empoderamento de negras e negros.

A distribuição dos afroempreendedores no território nacional corresponde à sua concentração no conjunto da população: eles são mais numerosos em São Paulo, Minas Gerais, Bahia e no Maranhão, por exemplo. Assim, onde se encontram empresários negros, há geralmente produtos ou serviços cuja história remonta à contribuição civilizadora de africanos e seus descendentes: moda, culinária,

artesanato, produção cultural, às vezes em empreendimentos com décadas de existência.

Além desses, há também negócios recentes, respostas a demandas derivadas dos processos de mobilidade social que afastaram da pobreza 32 milhões de negros na década passada e permitiram o surgimento, pela primeira vez no país, de uma numerosa classe média negra. Há hoje em todo o país, por exemplo, salões de beleza especializados que fortalecem uma estética afro, linhas de produção de cosméticos que valorizam os tons de pele e as texturas dos cabelos de negras e negros.

Empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento e inclusão social

Do mesmo modo, a presença de negócios iniciados por jovens negros no campo das novas tecnologias.

Por fim, o acesso ao ensino superior incluiu negros e negras entre profissionais liberais e prestadores de serviços das áreas mais avançadas do capitalismo financeiro, como variadas modalidades de consultoria. Empreendimentos como esses indicam que a população negra está experimentando um processo de fortalecimento de sua identidade étnica, com efeitos econômicos e políticos ainda por descobrir. Gradualmente, o afroempreendedor ganha visibilidade. Como a ação dessas lideranças no mundo dos negócios enfrenta cotidianamente o racismo e o preconceito, esses negócios demandam políticas de apoio específicas. A competitividade não é nada igualitária no Brasil. A pesquisa nacional sobre o perfil do afroempreendedor realizada pelo PBAE confirma o já denunciado racismo estrutural e institucional nas relações de mercados e negócios.

O Projeto Brasil Afroempreendedor, que levou a todas essas descobertas, é um triunfo da cooperação entre organizações da sociedade civil articulada pelo Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (CEABRA) e Instituto Adolpho Bauer (IAB) em convênio com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). A iniciativa permitiu que o Brasil conhecesse um pouco melhor as características, as contribuições e as necessidades dos afroempreendedores. O projeto piloto alcançou pleno êxito, cumpriu plenamente as suas metas, mas, sobretudo, deixa um legado: a organização e estruturação da Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro), que dará o suporte para a continuidade e federalização da política.



A Revista Brasil Afroempreendedor apresenta os resultados do Projeto Brasil Afroempreendedor, desenvolvido entre os anos de 2013 e 2016, e antecipa algumas ações que serão implementadas pela Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro), uma das principais conquistas dos empreendedores negros e negras do Brasil.

Projeto Brasil Afroempreendedor

Coordenação política

Francisco Rodrigues da Silva Sobrinho (IAB) João Carlos Martins (CEABRA) Luiz Antonio de Almeida (IAB)

SEBRAE Nacional

Antonio Carlos Thobias Jr. Bruno Quick (Gerente da UPP) Maria Ângela Machado

Comitê gestor

Adilton José de Paula
Adriana Barbosa (Instituto Feira Preta)
Antonio Carlos Thobias Jr. (Sebrae Nacional)
Cristiane Sobras (FCP)
Francisco Rodrigues da Silva Sobrinho (IAB)
João Bosco Borba (ANCEABRA)
João Carlos Martins (CEABRA/SP)
João Carlos Nogueira – Consultor Técnico/Coordenador Executivo
Luiz Antonio de Almeida (IAB)
Maria Ângela Machado (Sebrae Nacional)
Maria das Graças (ANAMAB)
Reverendo Sergio Melo

Equipe do Projeto

Adilton José de Paula – Coordenador Institucional Andréa Rosendo - Consultora de Comunicação João Carlos Nogueira – Consultor Técnico/Coordenador Executivo Julia Mello – Tesoureira do Convênio Laercio Castro – Consultor IAB – Desenvolvimento Gráfico Maria Alice da Silva – Consultora Nacional

Consultores de Mobilização

Carlos Roberto Soares Ferreira (RS)
Lisiane Bueno da Rosa (Lisa) (SC)
Marcia Faro (SP)
Ruth Pinheiro (RJ)
Tânia Cristina Silva de Oliveira (Makota Kisandembu) (MG)
Luiz Carlos Ribeiro da Costa (GO)
José Cristiano Cruz Lima (BA)
Luciana Carneiro de Albuquerque Silva (PE)
José de Arimatéia Rodrigues França (PB)
Maria Domingas Lima Gomes (MA)
Maria Neusa dos Santos (AP)

Consultores de Planos de Negócios

Volnei Borba (RS)
Alexandre João da Silveira (SC)
Adriano Albertin (SP)
Daise Rosas da Natividade (RJ)
Denise Ranieri Araujo (MG)
Celismarques Antonio de Oliveira (GO)
Dilton Machado dos Santos (BA)
José Américo Germano da Silva (PE)
Tarcisio Valério da Costa (PB)
Andréa dos Santos Silva (MA)
Ana Delia de Andrade Ferreira Pinto (AP)

Consultores de Rede

Leandro Dias Andrea Droquett Jamett

Consultor EAD

Marcos Antonio Cardoso

Consultor de Tecnologia da Informação

S América Studio - Sergio Figueroa

Produção editorial: Quorum Comunicação Coordenação de projeto: Gastão Cassel Edição, reportagem e revisão: Amilcar Oliveira

Edição de arte: Rosana Pozzobon Fotos de capa: Rony Costa



6	Para combinar desenvolvimento e igualdade racial no Brasil	
	Afroempreendedores criam rede para alavancar negócios e apoiar cooperação	14
17	O gargalo da formação	
	Discriminação racial ainda é obstáculo para afroempreendedores	18
23	Planejar, financiar, crescer: 500 planos de negócio para impulsionar afroempreendimentos	
	Apoio ao afroempreendedor começa pelo combate ao racismo	27
32	Entrevista IAB Salto de qualidade para negócios afro-brasileiros	
	Entrevista SEBRAE Casos de sucesso superam preconceito	34
36	Entrevista CEABRA "Hoje temos uma dimensão nacional"	
	Desafios para o empreendedorismo negro	38



Para combinar desenvolvimento e igualdade racial no Brasil

Projeto realizado entre 2013 e 2016 em 11 estados do Brasil capacitou 1600 empreendedores negros e negras, que desenvolveram 500 planos de negócios e criaram a Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro)

dentificar, capacitar e empoderar mais de 1.600 empreendedores negros em 11 estados brasileiros. Criar uma rede de cooperação entre eles. Ajudar mais de 500 deles a desenvolver planos de negócios. Selecionar os planos mais promissores para se candidatarem a receber apoio de instituições de fomento nacionais ou internacionais. Identificar o perfil dos afro-brasileiros que atuam no mundo dos negócios e

conhecer as dificuldades específicas que enfrentam no país. Propor a agentes públicos e privados políticas para fortalecer as iniciativas empresariais dos negros no Brasil.

Esse conjunto de ações resume os principais resultados do projeto Brasil Afroempreendedor (PBAE), realizado entre maio de 2013 e fevereiro de 2016 pelo Instituto Adolpho Bauer (IAB) e pelo Coletivo

de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (CEABRA), em convênio com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Nesse período, em quatro estados do Nordeste, três do Sudeste, dois do Sul, um do Norte e um do Centro-Oeste (veja o quadro na p. 8), uma equipe de 22 consultores de mobilização e de plano de negócios, liderados por dois consultores nacionais, trabalhou para identificar, motivar e envolver empreendedores negros nessa ampla ação pelo desenvolvimento socioeconômico com igualdade racial no Brasil.

O projeto foi uma iniciativa da sociedade civil para dar maior visibilidade aos empreendedores negros, muito presentes no Brasil do século 21. O estudo "Os donos de negócio no Brasil", organizado em 2015 pelo SEBRAE, com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2013, revelou que, dos 23,5 milhões de donos de negócio no país, a maior parte (52%) é composta por negros: são 11,8 milhões de pequenos empresários pretos e pardos, 2,3 milhões a mais do que em 2003. Como se sabe, 99% dos empreendimentos brasileiros são de micro e pequeno porte, responsáveis por 27% do Produto Interno Bruto (PIB). Incluem-se aí tanto empreendedo-

res por conta própria, 85% do total, quanto os 15% de empregadores. Entre os negros, contudo, a parcela de empregadores é de apenas 9%, enquanto 91% são conta própria. Somente 30% dos pequenos ou microempresários empregadores são negros.

Boa parte das atividades lideradas por afroempreendedores fazia parte da economia informal e foi formalizada recentemente, graças aos estímulos relacionados à categoria de Microempreendedor Indi-





7

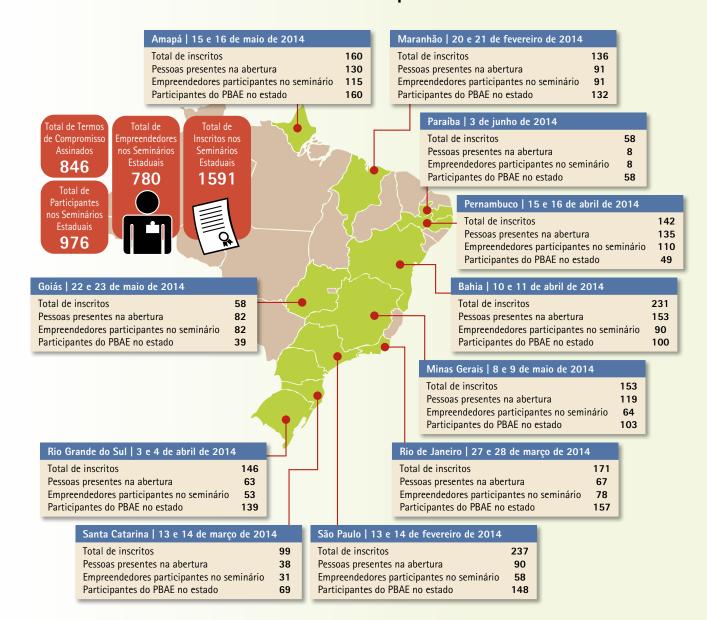
AFROEMPREENDEDORISMO NO BRASIL







Seminários estaduais reuniram 1600 empreendedores







vidual (MEI), implementada a partir de 2008. Quanto à distribuição dos afroempreendedores por ramo de atividade, 26% estão no setor de serviços, 24% estão no comércio, 20% estão no setor agrícola, 20% são da construção e 10% são da indústria. Na comparação com brancos, há mais negros empreendedores na agricultura e na construção civil. "No grupo dos pretos e pardos, há uma proporção elevada de indivíduos que atuam em atividades mais simples, de menor valor agregado e/ou maior precariedade. São exemplos: a pesca, o comércio de ambulantes e de alimentos, a construção, os serviços de cabeleireiro e de bares e lanchonetes", afirma o SEBRAE em "Os donos do negócio no Brasil".

Diante desses dados, o IAB e o CEABRA acolheram propostas provenientes de lideranças do movimento negro e realizaram um projeto destinado a fortalecer os afroempreendedores brasileiros. Durante 24 meses, os consultores locais identificaram e envolveram no PBAE, em média, 110 empreendedores negros por estado, na maior parte dos casos concentrados nas regiões metropolitanas de cada território (ver quadro "O alcance do PBAE").

Ao longo do período, os empreendedores participaram de um seminário estadual e, depois, de atividades de capacitação individual ou em pequenos grupos. Eles foram convidados a responder questionários e outros instrumentos de pesquisa (veja textos nas páginas 12 e 13), destinados a conhecer melhor as características desses agentes sociais e seus empreendimentos. Por fim, receberam apoio para a concepção de planos de negócio e foram convidados a integrar a Rede Brasil Afroempreendedor, criada em 13 de dezembro de 2015 (veja textos nas páginas 14 e 15).

O alcance do PBAE

Comparando-se o perfil dos 1277 participantes do PBAE com o dos afroempreendedores brasileiros apontado pelo IBGE, constata-se que a presença de mulheres no projeto é duas vezes superior à do conjunto dos empreendedores; o volume de empreendedores com formação superior é nove vezes superior à média; e a taxa de novos empreendimentos é quase duas vezes maior que no total do afroempreendedorismo. As faixas etárias e a taxa de empregadores no projeto são semelhantes à dos empreendedores negros, mas a renda familiar média dos participantes do projeto é mais alta. As diferenças refletem tanto a localização predominante dos participantes do PBAE nas regiões metropolitanas quanto as estratégias de envolvimento e mobilização de empreendedores adotadas pelos consultores estaduais.

	Perfil dos afroempreendedores brasileiros	Perfil dos participantes do PBAE
Gênero	71% homens, 29% mulheres	42,1% homens, 57,9% mulheres
Escolaridade	7% com ensino superior completo ou incompleto 54% com ensino fundamental incompleto ou sem instrução	44,3% com curso superior completo ou incompleto, 20,2% de pós-graduados, perfazendo 64,5% com nível superior
ldade	28% até 34 anos, 26% de 35 a 44 anos, 24% de 45 a 54 anos, 22% acima de 55 anos	19,1% até 30 anos, 34,7% entre 31 e 40 anos, 24,1% entre 41 e 50 anos, 22,1% acima de 51 anos
Renda mensal média	R\$ 1.246,00	Concentrada na faixa entre dois e cinco mínimos, com 64,7% dos respondentes (renda familiar)
Empregadores	91% conta própria, 9% empregadores	98% conta própria, 2% empregadores
Tempo no trabalho atual	22% até 2 anos, 18% de 3 a 5 anos, 60% mais de 5 anos	36,3% até 2 anos, 22,7% de 3 a 5 anos, 41% mais de 5 anos

Fontes: "Os donos do negócio no Brasil" (Sebrae, 2015), sistema de cadastro dos participantes do PBAE e pesquisa de perfil dos participantes do PBAE (amostra = 397 respondentes).



O começo ainda está por vir

Segunda fase será deflagrada já em 2016, com avanço das ações para 15 estados e o Distrito Federal. Objetivo é atingir um milhão de empreendedores negros e negras nos primeiros três anos de implantação da Rede Brasil Afroempreendedor

No dia 5 de agosto de 2013, o auditório lotado da Câmara Municipal de São Paulo presenciava a concretização de esforços de gerações de negros e negras brasileiros. O lançamento do Projeto Brasil Afroempreendedor, com a presença de militantes do movimento negro, empresários e empreendedores negros e negras, representantes de governos municipais, estaduais e federal, foi a consequência de uma preparação cuidadosa e muito debate sobre os caminhos para o forta-

lecimento de iniciativas empresariais afro-brasileiras. A presença do então ministro Afif Domingos, das Pequenas e Micro Empresas, sinalizou o prestígio do projeto e a capacidade de mobilização e de articulação de seus organizadores. O universo envolvido, segundo pesquisas do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), é de 12 milhões de empresários e empreendedores afro-brasileiros, mas pode chegar a muito mais, se considerados os números da inclusão na última

década: 40 milhões de pessoas, sendo mais de 80% negros.

A estratégia de formulação do projeto e de articulação dos parceiros e participantes começou a tomar forma ao longo de 2012, com a realização de uma série de encontros preparatórios que resultaram no I Seminário Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileiro (I SENEAB), promovido pelo Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros de São Paulo (CEABRA/SP), com patrocínio do SEBRAE e

apoio do Instituto Adolpho Bauer (IAB). Estiveram presentes lideranças empresariais afro-brasileiras, representantes do Governo Federal, entre os quais Fundação Cultural Palmares, ministérios da Cultura, da Ciência e Tecnologia, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, parlamentares, entre outros participantes. O projeto Brasil Afroempreendedor foi lancado durante o seminário. A partir daí, começou o planejamento das atividades, com a realização de várias reuniões entre os parceiros para discutir as ações e os recursos necessários para o cumprimento das metas. As articulações dos parceiros municipais, estaduais e nacionais foram intensificadas. O resultado foi a mobilização de um conjunto de empreendedores negros e negras - em escala jamais vista no País -, com ações de formação e capacitação e a produção de informações até então inéditas sobre o universo empresarial afro-brasileiro.

A Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro) dará continuidade às ações de capacitação e formação dos empreendedores negros e negras em escala ainda maior, estendendo o projeto para todos os estados brasileiros e atendendo a milhões de afroempreendedores.

A conclusão do projeto, em dezembro de 2015, com a realização do Seminário Nacional e a eleição dos integrantes da Rede Brasil Afroempreendedor, culmina um trabalho de pelo menos quatro anos. O balanço é positivo, com um horizonte animador pela frente.

O projeto em números

Publicações, realização de seminários e pesquisa foram priorizados nesta primeira fase do projeto

As ações e metas do Brasil Afroempreendedor foram cuidadosamente pensadas, em reuniões que envolveram os organizadores do projeto e os parceiros. Nem sempre foi fácil definir o que era prioridade, mas, ao final, estabeleceu-se o conjunto de recursos humanos e materiais que deveriam dar forma a essa ambiciosa iniciativa, com gastos em contratações de consultoria, publicações, pesquisas e a realização dos seminários estaduais com a participação do público alvo e dos parceiros. No total, foram gastos R\$ 4.012.097,00, dos quais R\$1.546.737,00 foram investidos pelo IAB (38,55%) e o restante, pelo Sebrae (R\$ 2.466.210,00, equivalente a 61,46% dos custos do projeto).

Os recursos humanos foram priorizados, bem como os materiais informativos. Isso porque um dos objetivos principais do Brasil



Afroempreendedor era formar quadros e produzir conhecimento a respeito de um universo praticamente desconhecido, mesmo do público especializado. Assim, o livro Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileiro - Perspectivas para o Século XXI, organizado pelo coordenador executivo do PBAE, João Carlos Noqueira, mobilizou especialistas no assunto, que se debruçaram sobre variadas questões ligadas ao afroempreendedorismo e ao desenvolvimento econômico do País. O resultado foi um documento precioso para as análises presentes e futuras sobre o tema.



O perfil dos empreendedores em seis técnicas de pesquisa

Equipe da UFSC liderou trabalho que coletou informações e analisou impacto do projeto sobre empreendimentos



A unidade de pesquisa do projeto foi formada por uma equipe de docentes e pesquisadores da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), liderada pelo professor Erni Seibel, do departamento de Sociologia e Ciência Política. O trabalho foi realizado em quatro frentes articuladas: concepção de uma matriz de indicadores de avaliação de impacto, processo e resultados do projeto; coleta de dados, por meio de variados

instrumentos desenvolvidos para esse fim; sistematização e análise dos dados; e retroalimentação do PBAE com essas informações.

A matriz de indicadores selecionados para atender aos objetivos da pesquisa organizou as informações em cinco dimensões: os perfis dos empreendedores e dos empreendimentos, os impactos econômico e extraeconômico do projeto e as características dos planos de negócio elaborados pelos participantes.



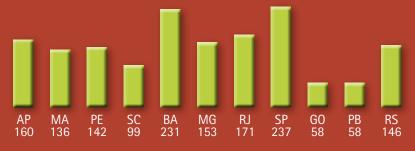




Perfil dos afroempreendedores participantes do PBAE

- São majoritariamente mulheres | 59%
- São casados | 46,3% (incluindo união estável e com companheiro/a)
- ◆ Têm filhos | **61,5**%
- ♦ Vivem em casa própria | **62,3**%
- Participam de associações, partidos ou organizações sociais | 55,2%
- Utilizam redes sociais | 96%
- Têm mais de uma fonte de renda por família | 77,6%
- Conduzem os negócios sem outros sócios | 62,2%

Distribuição dos participantes do PBAE por estado



Nota: Uma das metas do PBAE não foi inteiramente alcançada. O objetivo de subsidiar a formação e capacitação sobre empreendedorismo em 12 comunidades negras remanescentes de quilombo, identificadas pela Fundação Cultural Palmares, foi atingido apenas parcialmente, em estados como Amapá e Goiás. As dificuldades de acesso às áreas quilombolas, em geral distantes das regiões metropolitanas em que o PBAE se concentrou, exigiríam recursos superiores aos que o projeto dispunha. Seis técnicas de pesquisa foram utilizadas, articuladas à revisão da bibliografia:

- a. coleta de dados documentais no sistema de gestão do PBAE, relativos aos perfis de todos os 1.277 participantes e empreendimentos vinculados ao projeto;
- **b.** questionário autopreenchido pelo respondente ou pelos consultores via internet (online survey), com perfil sociodemográfico e econômico dos empreendedores e empreendimentos; foram obtidos dados de 397 empreendedores (31,8% do total);
- **c.** entrevistas em profundidade com 45 participantes do projeto em sete estados; todos os entrevistados autorizaram por escrito ou verbalmente a menção a seus nomes no relatório de pesquisa;
- d. entrevistas em profundidade com sete consultores estaduais do projeto, dos quais quatro participaram das duas fases do PBAE (entre fevereiro de 2013 e julho de 2014 e entre julho e dezembro de 2015), e três participaram apenas da última fase;
- e. coleta de dados documentais nos planos de negócio escritos pelos empreendedores, com respeito à caracterização dos empreendimentos, a sua localização e instalação, à existência de concorrentes e ao perfil e montante dos investimentos projetados; e
- **f.** enquete de avaliação do projeto respondida por 150 participantes do seminário nacional do projeto, em dezembro de 2015.

O relatório final da pesquisa está disponível na página do PBAE na internet: www.institutoiab.org.br.

🔯 tabuleiro – Culinária Afro-Brasileira

ROSILENE RODRIGUES DOS SANTOS, PE

"As pessoas não conhecem a identidade étnica dos alimentos."



A alimentação como elemento educativo

Rosilene Rodrigues dos Santos, a Rosi, mostra orgulhosa o design caprichado do cartão de visitas, conquista recente de um empreendimento que começou há mais de 15 anos. O design traduz o espírito da Tabuleiro – Culinária Afro-Brasileira, empresa que fornece refeições típicas para eventos de todos os tipos.

O espírito é de pesquisar e valorizar o legado africano na culinária brasileira. Rosi, que começou o negócio com seus próprios recursos, tem hoje capacidade para servir 150 refeições, sem precisar terceirizar nenhum par de talheres.

A Tabuleiro foi formalizada em 2010, como Microempresa Individual, e hoje já fatura mais de R\$ 150 mil por ano. Rosi acredita que, com investimentos como uma expansão na cozinha, que atualmente fica nos fundos da casa em que mora, pode mais que dobrar o faturamento. "Moro dentro da Tabuleiro", diz ela, brincando com o fato de que a casa não comporta mais o tamanho do negócio.

Formada em Economia Doméstica, ativista de direitos humanos e igualdade racial, ex-diretora da Diretoria da Igualdade Racial da Prefeitura de Recife e ex-professora substituta da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Rosi conhece muito bem o que está fazendo. "Usamos a alimentação como um elemento educativo. As pessoas não conhecem a identidade étnica dos alimentos", afirma a empreendedora.

Nos eventos servidos pela Tabuleiro, até os garçons vestem roupas típicas, que dizem algo sobre as raízes africanas. No cardápio, feijoada, mugunzá, comida de terreiro, carne de bode... todo um Brasil que redescobre suas origens do outro lado do Atlântico.

Afroempreendedores criam rede para alavancar negócios e apoiar cooperação

Reafro terá sede em São Paulo e centralizará informações sobre empreendedores negros no Brasil, estimulando trocas e cooperação entre cadeias produtivas

s empreendimentos liderados por negras e negros no Brasil irão prosperar melhor e mais rapidamente se estabelecerem, entre si, redes de cooperação e empoderamento mútuo. Com esse objetivo, 150 empresários representando milhares de afroempreendedores de 12 estados brasileiros criaram, durante assembleia em São Paulo, em 13 de dezembro de 2015, a Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro). Ao aprovar o estatuto e eleger a primeira diretoria da Reafro, os empresários negros deram mais um importante passo na história de sua organização, que remonta ao final dos anos 1980.

A metade negra dos pequenos e microempresários

brasileiros não compete em condições de igualdade com a metade branca: o racismo, séculos de discriminação social, escassez de oportunidades de acesso à educação, a crédito e à capacitação, entre outros fatores, impõem uma pista interminável de obstáculos aos afro-brasileiros que decidem criar ou continuar negócios. Juntar-se para enfrentar as adversidades e tentar construir relações sociais de outro tipo – solidárias, respeitosas ao meio ambiente e às raízes étnicas – tem sido o objetivo de dezenas de organizações de afroempreendedores no último quarto de século.

Ruth Pinheiro, eleita na assembleia de dezembro a primeira presidenta da Reafro, participou como



conselheira de uma dessas organizações pioneiras, o Círculo Olympio Marques - Centro de Empresários Afro-Brasileiros (Colymar), do Rio de Janeiro. Ela lembrou o passado no discurso de posse. "Tudo começa com um sonho", disse Ruth, ao tratar de precursores da organização dos afroempreendedores, como João Carlos Martins, do CEABRA. Ruth vê a rede como um elemento promotor de oportunidades para toda uma geração de empreendedores: "Nós, afro-brasileiros, já somos a maioria dos empreendedores do país. Temos que ter orgulho disso, mas lembrar que não podemos nada sozinhos. Nossa força está na união e no coletivo".

Ação e financiamento

A rede atuará para estimular a cooperação tanto entre negócios quanto na interligação de fornecedores de uma mesma cadeia produtiva. Os ramos mais frequentes entre os participantes do PBAE são os de serviços; moda, confecção e design; comércio, artesanato e alimentação. Mas os negócios liderados por negros se distribuem em toda a estrutura produtiva, da agricultura à construção, da indústria pesada à tecnologia da informação. A articulação em cada setor e entre eles será uma operação muito complexa.

A Reafro, que terá sede em São Paulo, deve atuar tanto como uma base de dados, centralizando informações cadastrais de afroempreendedores de todo o país, quanto como promotora de sinergia e cooperação entre os negócios. A meta, conforme um dos coordenadores do PBAE, Adilton de Paula, é alcançar um milhão de associados nos próximos três anos. Lideranças para multiplicar o alcance da rede existem: além de 17 diretores, a Reafro tem um conselho deliberativo composto por 60 representantes provenientes de 12 estados.

A Reafro perseguirá variadas fontes de financiamento, além das contribuições mensais dos associados. Entre as possibilidades de obtenção de recursos estão a participação nos resultados dos negócios fomentados pela rede e a promoção de feiras, eventos ou exposições, além de parcerias com investidores e apoiadores institucionais no Brasil e no exterior.

Conheça os dirigentes da Reafro | 2015-2018



1ª Tesoureiro: João Carlos Martins (SP)

2ª Tesoureiro: Everaldo Silva Alves (SP)

2º Vice Presidente: Adriana Barbosa (SP) Diretoria de Cultura e Eventos: João Jorge (Olodum) (BA)

Diretoria de Planejamento: Paulo Guilherme Francisco Carvalho

(Paulo Axé) (Instituto Rede Amazônia Negra) (AP)

Diretoria de Organização e Mobilização: Rita dos Santos (BA) Diretoria de Relações Internacionais e Institucionais: Gilberto Leal (BA), Niger Okan (BA) e José Eduardo (GO)

Diretoria de Juventude: Mariana Ferreira Santos (RS) e Akanimakinde

e Maria José de Melo (MA) | Suplentes: Priscila Dias (PB), Joaquim

Coordenador Geral: João Carlos Nogueira (SC)

de Lima, Jussara Jesus de Santana, Samuel Azevedo dos Santos | Goi-ás: Claudia Costa, Luiz Carlos Ribeiro da Costa, Vagner Costa, Valquiria Barros Jardins, Venerando Pereira Dias | Maranhão: Eliane Cristina dos Santos, Wesley Charles dos Santos Lima | Minas Gerais: Kelma Zenaide da Silva, Lorena dos Santos, Lourdes Isabel Miranda, Maria Conceição Santos, Roberta Barbosa Gonzaga, Roberto Ferreira Pernambuco: Altamiza Melo Silva, José Américo Germano da Silva, Rosana Silva Freire, Rosilene Rodrigues dos Santos, Silvana Carla S. Nascimento | Rio de Janeiro: Aline Lourena, Cássia Marinho, Maria da de Souza Santos da Silva, Maria Cristina Santos, Maria Fernanda Martins, Mariana Ferreira dos Santos | Santa Catarina: Alvaro da Luz, Aparecida da Silva, Helga Lima, Juçara Romão, Queila Nunes | São ceição Amaral, Rubia Mara da Silva Oliveira, Tatiane de Lourdes Alves | Paraná: Adilton de Paula, Adegmar José da Silva (Candiero), Carla Patrícia Torres, Juares Alves de Mira, Maria de Lourdes de Souza

REDE BRASIL AFROEMPREENDEDOR

Objetivos da Reafro

- Promover o desenvolvimento social e econômico dos afroempreendedores;
- Promover a comercialização, compra, venda e distribuição de produtos e serviços de afroempreendedores;
- Promover, entre os associados, o desenvolvimento de oportunidades de negócios, o convívio e a fraternidade, o sentido e a ação comunitária, a participação solidária e a integração social e econômica;
- Articular parcerias de programas de crédito e microcrédito, assim como sistemas de fomento e financiamento da produção, comércio e prestação de serviços, para apoiar, beneficiar e



Ruth Pinheiro (ao microfone) é a primeira presidente da Reafro

- corroborar o desenvolvimento e fortalecimento do afroempreendedorismo brasileiro;
- Desenvolver projetos e parcerias de fomento, empréstimos e operações financeiras de crédito para o atendimento direto e indireto aos afroempreendedores brasileiros.
- Veja mais: www.brasilafroempreendedor.com.br.

SALÃO DE BELEZA IPORINCHÉ | CÁSSIA MARINHO, RJ



Lançamento de produtos com marca própria está em fase adiantada

Cássia Marinho sempre pensou em ser maquiadora. Demitida em 1999, entrou para o ramo da estética, especializando-se em cabelo. Com apoio da família, começou seu próprio negócio. Tem formação como tecnóloga em beleza estética e pós-graduação em cosmetologia aplicada. Em 2013, foi a Atlanta

Lugar de fazer a cabeça

(EUA) participar de um evento sobre tratamento de cabelos crespos. A preocupação com as raízes culturais originou o nome de seu salão no Rio de Janeiro: Iporinché, junção de três expressões africanas (ipo: lugar; ori: cabeça; n´se: fazer) que significam, literalmente, "lugar de fazer a cabeça". "Não colocaria 'coiffeur' no nome do meu salão", brinca a empreendedora, que também promove reuniões de clientes no local (Encontro de Divas e Negros Gatos) para discutir, além de assuntos sobre estética, questões raciais.

Cássia fez inúmeros cursos de especialização, até que se deu conta de que precisava ter, também, um curso de gestão. Mas os custos eram muito altos. Apesar do sucesso com a clientela, ela pensa que, se tivesse desde o início co-

nhecimento de técnicas de gestão, poderia estar em uma etapa mais avançada. Nos últimos anos cresceu muito a demanda pelo cuidado com a beleza negra, tanto por parte das mulheres quanto dos homens, e isto revelou as limitações deste mercado, principalmente dos tipos de tratamento convencionais e, no caso específico de cabelos crespos, que se limitavam ao alisamento.

Cássia percebeu que não existe a formação de cabeleireiros profissionais especializados em cabelos crespos, e pretende investir na criação de uma escola de formação com essa finalidade. Outro de seus planos é o lançamento de um produto para tratamento de cabelos crespos com a sua marca, projeto já em fase avançada, apenas à espera de financiamento.

CAPACITAÇÃO

O gargalo da formação

Apesar da melhora dos últimos anos, índices de escolaridade da população negra empreendedora continuam abaixo dos de outros segmentos



Thobias: método inovador para a formulação de políticas públicas

singularidade do Projeto Brasil Afroempreendedor (PBAE) é propor soluções para problemas que são próprios de um grupo específico: negras e negros no ambiente de negócios. As exigências para um desempenho satisfatório no ambiente dos negócios não são as mesmas dos mundos da saúde, da educação, da cultura. Mas um dos limitadores da atuação desses empreendedores é comum a muitas outras áreas e, por isso, tem de ser objeto de políticas específicas: o acesso à formação e capacitação.

"Precisamos de projetos como o Brasil Afroempreendedor, que conseguem atuar de forma pontual em cada território, identificando as dificuldades e singularidades dos afroempreendedores locais e trazendo para o processo de qualificação do empreendedor ferramentas complementares, como cursos rápidos de acesso à internet, interpretação de textos, matemática básica, entre outros", afirma Antônio Carlos Thobias Júnior, consultor do SEBRAE para o projeto. Com o desenvolvimento do Brasil Afroempreendedor, e a parceria firmada entre SEBRAE, IAB e CEABRA, pesquisas específicas sobre empreendedores negros e negras foram elaboradas com essa finalidade. Inclusive uma do próprio projeto.

A pesquisa do SEBRAE "Os donos de negócios no Brasil: análise por raça/cor", com dados referentes ao período de 2003 e 2013, mostra, por exemplo, que a parcela dos negros (pretos e pardos) que têm no máximo o ensino fundamental incompleto é muito maior (54%) do que nos demais grupos: 35% entre brancos e 33% para outros (amarelos, principalmente). Já a parcela dos que têm ensino superior é de apenas 5% entre negros e negras, contra 19% entre brancos e 24% para outros. O ingresso prematuro no mercado de trabalho é apontado como causa da menor escolaridade entre negros e negras, de acordo com a pesquisa do SEBRAE.

Os dados da pesquisa do projeto Brasil Afroempreendedor junto aos participantes mostram que 64% dos respondentes têm curso superior, bem acima das características médias dos afroempreendedores brasileiros. Várias informações da pesquisa do projeto ajudam a entender isso, como o dado segundo o qual 55% dos respondentes participam de associações, partidos ou organizações sociais. Nesse caso, também são números bem acima da média dos empreendedores brasileiros. "Esta abordagem proposta pelo PBAE, de trabalhar a questão racial não apenas pelo viés social, mas também econômico, já representa por si só uma inovação no que diz respeito à formulação de políticas públicas voltadas para os negros e negras brasileiros", afirma Thobias.



Discriminação racial ainda é obstáculo para afroempreendedores

Metade dos participantes do projeto afirmou já ter sofrido preconceito como empreendedores, na maior parte das vezes cometido por clientes, segundo pesquisa

racismo perturba o ambiente de negócios no Brasil. Um a cada dois participantes do Brasil Afroempreendedor afirmaram já ter sofrido preconceito como empreendedores, na maior parte dos casos em ofensas cometidas por clientes. A discriminação racial no mundo dos negócios se estende à estrutura de propriedade: apenas 5,5% têm sócios brancos. Os dados provêm da pesquisa de perfil dos participantes do PBAE, contando respostas de 397 empreendedores.

Clientes, funcionários ou gerentes de banco e concorrentes são os principais agentes de pre-

conceito identificados pelos respondentes, embora a categoria "outro tipo de pessoa" seja a mais mencionada. As agressões de clientes atingiram quase metade dos respondentes vítimas de racismo (44,5%). Em escala inferior, são mapeadas também atitudes preconceituosas cometidas por concorrentes e por funcionários ou gerentes de bancos (em cada caso agentes em 28% das situações reportadas). Em seguida, aparecem atos de fornecedores, funcionários de repartição pública ou similar e fiscais de órgãos públicos. Menos de 8% dos respondentes mencionaram agressões por

parte de subordinados ou policiais. A taxa de reconhecimento do racismo sobe para mais de 60% entre os homens.

O apartheid social velado do Brasil estende seus efeitos à estrutura de propriedade dos pequenos negócios liderados por negros, na qual praticamente não há miscigenação racial. Os negócios dos participantes do PBAE são empreendimentos sobretudo individuais: 62,2% não têm sócios (entre as mulheres, a taxa é maior). Dos que têm sócios, a proporção de parceiros diminui à medida que a quantidade cres-

ce: a maioria tem um sócio apenas (27,9% dos participantes), e as taxas decrescem significativamente para dois, três ou quatro ou mais. Quando há sócios, a maioria é de negros.

A constatação de segregação no ambiente de negócios é reforçada pelo fato de que os empreendimentos não são majoritariamente familiares. Apenas 42,8% dos respondentes têm parentes no negócio. Entre os parentes, os mais frequentes são o cônjuge e filhos, seguidos de irmãos. Mães e pais aparecem com menor frequência.

A voz das vítimas

Relatos fornecidos espontaneamente por afroempreendedores na fase inicial da pesquisa, em 2014*.

"Eu estava transportando três computadores em um carro da empresa do próprio cliente (eu e o motorista, que era branco). Fomos parados em Ipanema [um bairro de Porto Alegre, RS] por dois policiais que queriam os documentos do carro, segundo eles por ser de empresa. Com tudo conferido, eles olharam no banco de trás do carro e viram os três micros. Assim que isso aconteceu, o policial me mandou sair do carro (só eu), me revistou inteiro e pediu para eu explicar de quem eram os computadores. Respondi que eram da empresa, mostrei o crachá que tenho de lá para a entrada, e disse que, se quisessem, era só ligar ou ir até lá. Detalhe: a empresa era na outra esquina. Tive que ir para a delegacia para "explicar" por que um negro estava andando em um carro com três computadores sem nota fiscal (os micros eram usados e estavam indo para manutenção). O motorista, que era branco, não precisou sair do carro e nem para delegacia foi. Minha sorte é que o dono da empresa, quando soube do ocorrido pelo motorista que foi liberado, ficou indignado e foi até a delegacia me tirar de lá. Se não, estaria lá até hoje."

"Uma cliente estava em meu escritório com sua filha e seu neto. Por um instante, brinquei com a criança, que não tinha um ano, e a filha comentou com a mãe que a criança havia gostado de mim. Imediatamente, a mãe, rindo, falou:

- Deve estar pensando que é a Maria! Na hora eu rebati, brincando com a criança, num tom de voz infantil:

– Pois é, vovó, os negros até se parecem, mas nem todos trabalham na cozinha da gente!

"A campanha [publicitária] de um supermercado estava sendo veiculada em todas as mídias da cidade. Ao tentar colocá-la em nosso portal, tive a seguinte resposta:

 - Meu público não é negro.
 Detalhe: era uma rede grande que atende principalmente à classe C, que hoje é em sua maioria de negros. Mostrei na hora para ele quantos negros estavam naquela hora [no supermercado]. A maioria era de negros."

"Percebi o preconceito pelo fato de ser mulher, mas não afirmo que também não existiu preconceito quanto a minha etnia. Por atuar em uma área onde o sexo masculino domina, sinto que alguns homens não se sentem à vontade para ter um treinamento com uma mulher."

"Um fornecedor de equipamentos de segurança entrou no meu estabelecimento e perguntou que horas o responsável estaria presente para que ele pudesse apresentar o estaria presente para que ele pudesse apresentar e catálogo com os produtos dele. Eu respondi para el apresentar e ficar à vontade. Mesmo assim ele insistiu em apresentar e ficar à vontade. Mesmo assim ele insistiu em dizer que, como era questão de segurança, precisava falar com o dono. Humildemente me apresentei e falei para com o dono. Humildemente me aproprietário. O rapaz ele me apresentar, porque eu era o proprietário. O rapaz ele me apresentou, mas obviamente não fechamos negócio."

*A ortografia, quando necessário, foi corrigida.

Luta contra a discriminação: desafio diário para empreendedores negros

Adversidades relatadas por consultores do projeto Brasil Afroempreendedor não impedem que cada vez mais iniciativas sejam lideradas por empresários negros e negras no Brasil

Um projeto como o Brasil Afroempreendedor surge no cenário brasileiro com uma tarefa básica: o fortalecimento de empreendimentos e instituições empresariais de negros e negras. Para dar conta desta tarefa, deve-se enfrentar um obstáculo gigantesco, traduzido nesta declaração da consultora de mobilização do projeto, Lisiane da Rosa, e do consultor de plano de negócio, Alexandre João da Silveira, ambos de Santa Catarina: "A fala dos empresários e empreendedores negros e negras é carregada de experiências e luta diária contra o racismo". Basta dirigir um olhar um pouco mais atento para este mundo e os relatos aparecem. Afinal, se já não é fácil obter um lugar no mundo da educação ou do trabalho, muito pior é quando a própria dinâmica produtiva da sociedade entra em disputa. Mesmo que seja no plano dos micro e pequenos, é importante lembrar, segundo o SEBRAE, que esses respondem por 99% dos empreendimentos no Brasil.

Santa Catarina tem o maior percentual de população branca do País (83,97%), segundo o Censo do IBGE de 2010, e apenas 1% dos empreendedores autodeclaram-se negros - o total de população negra do estado é de 15,35%. Mas essa não é uma condição que apenas os empreendedores ao Sul do País enfrentam. No extremo Norte, a consultora de mobilização Maria Neusa dos Santos toca em um ponto fundamental. "Considerando que foi incorporado às relações empresariais a tal 'boa aparência'



como indicador de sucesso, e que essa 'boa aparência' foi construída e vem sendo justificada por uma visão estética da raça branca, os empreendedores negros e negras encontram dificuldades". Ela continua: "Essa 'boa aparência" está associada a uma cor e que é bem conhecida no ambiente empresarial estabelecido. O que precisamos é que haja uma mudança de paradigmas".

É a quebra de paradigmas que o Brasil Afroempreendedor busca. Mas são necessárias as ferramentas para dar conta do trabalho. Os consultores apontam algumas, fruto das demoradas conversas com os empreendedores negros e negras nos 11 estados em que o projeto é realizado. Entre elas, a criação de outros ambientes de negócios, que levem em conta a baixa escolaridade e dificuldades básicas como a da escrita. Num mundo com as demandas atuais, Maria Neusa toca em outro ponto decisivo para os empreendedores: "Os afroempreendedores convivem com a cultura da exclusão. Muitos estão excluídos do mundo da tecnologia e seguer têm ou já tiveram acesso à internet".

Um caminho para superar essas dificuldades, segundo Tânia Cristina Silva de Oliveira (Makota Kisandembu), consultora de mobilização em Minas Gerais, é desenvolver material informativo adequado às necessidades dos afroempreendedores. "Cada afroempreendedor tem uma visão de mundo, vivencia e sente o racismo de forma pessoal."

Além disso, ela considera importante pensar em outras iniciativas: "Um plano estadual de atendimento ao afroempreendedor é primordial, assim como programas de capacitação específicos dentro das diversas áreas de empreendimentos. Também é importante a capacitação em Economia Criativa, com foco em cultura afro-brasileira. Deve-se pensar também no apoio a intercâmbios com a África e em linhas de crédito específicas que atendam à necessidade de positivar o nome".



Neusa (acima), Lisiane e Alexandre (abaixo) relatam dificuldades de afroempreendedores no ambiente de negócios



Sabores da África no coração de São Paulo



Melanito Biyouha é camaronesa e chegou ao Brasil em 2003. Acostumada a ouvir que o Brasil era um país de favelas e violência, ficou surpresa em descobrir que também era uma nação de muitas possibilidades. Logo percebeu que havia restaurantes de várias culturas, porem não genuinamente africanos, apesar de grande parte da população ser afrodescendente. Com pouco dinheiro, mas muita coragem e determinação, Melanito alugou um espaço na região do Arouche, no centro de São Paulo, e inaugurou lá, em 2008, o restaurante Biyou'Z.

Logo problemas começaram a aparecer: ao buscar legalizar o negócio, Melanito descobriu que o espaço que havia alugado era parte de um prédio ocupado. Foram anos de muitas dificuldades – corte de água, luz e até ameaças físicas por parte de pessoas

que haviam ocupado o prédio –, até que a Justiça reconheceu seus direitos.

Em nenhum momento Melanito desanimou, mas outro problema rondava seu negócio. Por ser africana, seu estabelecimento virou um ponto de happy hour de africanos que vivem na região. Não era bem essa a ideia que Melanito tinha para o negócio: um ponto de encontro, sim, mas um restaurante que representasse a cultura africana também para não africanos. Com muito custo, Melanito consequiu reverter esta tendência.

Os deuses africanos também a acompanharam. Certo dia, almoçou no restaurante de Melanito um jornalista que publicou uma matéria positiva sobre o Biyou'Z numa importante revista mensal e postou boas referências em seu blog. Melanito só se deu conta do efeito da visita quando brancos

começaram a frequentar o restaurante, o que lhe deu mais ânimo ainda e o desejo de torná-lo um espaço de identidade e cultura africana.

Hoje, tem sete funcionários. O cardápio oferece comida de vários países da África. Ela quer trabalhar para criar outra imagem do continente. Os planos são muito concretos: abrir uma filial. Melanito está procurando outro lugar, mas surgem novamente dificuldades. Desta vez, é o preconceito: "Para que mesmo você quer alugar?". "Para restaurante". "Ah, restaurante? Sim, mas que tipo de restaurante?".

Melanito já fez vários cursos de cozinha, e se prepara para aprender mais sobre gestão de negócios, uma vez que seus planos de expansão vão exigir dela muita perspicácia. Coragem, ela já provou que tem de sobra.

Planejar, financiar, crescer: afroempreendedores criam planos de negócio

Concepção desses instrumentos é considerada a principal contribuição do Brasil Afroempreendedor para os participantes que foram acompanhados pela equipe do projeto

imagem típica do empresário brasileiro é a do homem branco de meia-idade. A recriação do patriarca ou do senhor de engenho em terno e gravata se repete na maior parte das imagens dos donos de negócio nas capas de revistas e jornais ou nas reportagens de TV. De uns anos para cá, mulheres brancas e jovens brancos passaram a disputar essa representação. Ainda hoje, contudo, as imagens públicas de empresárias e empresários negros são ra-

ríssimas, mesmo sendo eles proprietários de mais da metade das pequenas e microempresas brasileiras.

Para dar mais visibilidade aos afroempreendedores, o PBAE estimulou a concepção de planos de negócio, destinados a impulsionar os negócios e criar empresas de referência lideradas por negros em todos os estados de atuação do projeto. A iniciativa somou-se a um programa de capacitação do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). A obtenção de fontes de financia-



PLANOS DE NEGÓCIO

mento e de apoio técnico à implantação desses projetos será uma das atribuições da Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro) a partir de 2016.

A elaboração dos planos de negócio, em resposta a formulário adotado pelo SEBRAE, estimulou os empreendedores a repensarem os objetivos de seus negócios, assim como as necessidades de financiamento e capacitação. Em enquete respondida por 153 dos 275 participantes do Seminário Nacional do Projeto Brasil Afroempreendedor, realizado em São Paulo, em 14 de dezembro de 2015, 60% consideraram que o apoio à criação do plano de negócios foi a principal contribuição que receberam do PBAE.

No mapeamento das dificuldades principais encontradas pelos empreendedores, na pesquisa de perfil dos participantes do PBAE, destacam-se as relativas à divulgação do negócio (ser encontrado pelos clientes, com 23%) e à baixa renda da clientela. Falta de crédito e de divulgação são os principais problemas identificados pelos empreendedores



Parte dos negócios valoriza símbolos da cultura africana

quanto às dificuldade de expansão dos negócios. Ambos os fatores se refletem nos planos de negócio, cujas ações previstas se concentram em capacitação, divulgação e crédito.

Planejamento aliado à experiência

Depoimentos extraídos dos planos de negócios comprovam acerto no investimento em capacitação técnica

"As criações de arte e moda afro-brasileiras vêm ganhando cada vez mais espaço e reconhecimento no mercado atual. Surge uma crescente demanda por produtos com essa temática, como forma de resgate e valorização da identidade negra. Nesse mesmo contexto, pessoas adeptas de religiões de matriz africana vêm reafirmando e assumindo cada vez mais sua identidade, como forma de luta contra a intolerância religiosa. A maior oportunidade identifica-se então com o crescimento de um público que consome constantemente artigos de moda, arte e acessórios religiosos, seja para dar conta de suas necessidades estéticas, seja para corresponder a sua trajetória religiosa. A Òrun Àiyé Acessórios busca contribuir para a valorização da cultura afro-brasileira, seja através da moda, da arte ou da religiosidade. Entendendo a importância desses três elementos, visa criar produtos que contribuam para a resistência cultural e para a luta contra o preconceito. Os produtos possuem preços compatíveis com a complexidade da produção. A Orun Aiyé valoriza a construção de parcerias e atuações em conjunto com outros tipos de artistas e empreendedores." (Do plano de negócios de Monique Britto Eleotério, do Rio de Janeiro).

"A beleza negra é uma oportunidade de negócio. A Feedback visa se posicionar no mercado como uma empresa ética, consciente, responsável socialmente e ambientalmente. A marca visa estabelecer um compromisso social, sociocultural e ambiental: através de parcerias com arte-educadores, designers de moda, escolas, centros culturais, empresas e comunidades. Serão realizadas, também, oficinas de moda com jovens e crianças, levando-as a pensar sobre o ato de vestir, em que as crianças irão customizar peças de roupas, com acessórios divertidos e criativos, que irão propiciar noções básicas de design, moda, estilo e combinação de cores. A ideia é divulgar a moda para jovens e crianças, fazendo-as perceber que a moda é uma forma de expressão, que ela comunica e estabelece a identidade social do indivíduo para si e para os outros, trazendo também o conhecimento do consumo consciente: os resíduos das coleções serão reaproveitados na confecção de ecoacessórios e reutilizados como materiais para oficinas de moda educativa." (Do plano de negócios de Adelíris Alves

BID financia capacitação de afroempreendedores do PBAE

Dezoito empreendimentos participantes do Projeto Brasil Afroempreendedor foram contemplados, em dezembro de 2015, pelo Programa de Apoio a Empreendedores Afro-brasileiros, promovido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e pela Endeavor Brasil. Dos 30 projetos de afroempreendedores brasileiros aprovados, aproximadamente 60% eram de participantes do PBAE.

Durante 12 meses, o programa vai realizar capacitação de alto impacto – online e presencial – para os empreendedores aprovados na seleção. O programa prevê ainda a participação dos contemplados em workshops e treinamentos na cidade de São Paulo.



Participantes do PBAE contemplados pela Endeavor Brasil

Nome	Empresa
Álvaro Dezidério da Luz, SC	AlvoEduca - Geração de Conhecimento
Aline Pinto Lourena Melo, RJ	The Lírios Produções Audiovisuais, Artísticas e Culturais LTDA ME
Alyne Garcia Jobim, RS	Integrare - Consultoria em inclusão e acessibilidade
Anderson Gonçalves, MG	Valinor Conteúdo
Claudio Fernando André, SP	Educommatica: Educação, Comunicação e Informática S/S Ltda ME
Daniel de Lira, BA	Aqua Cyclum
Diego Alves Barbosa, MA	SLZ7
Fabio Roberto da Silva, SP	Manacá Ambiental
Kelma Zenaide da Silva, MG	Kitutu – Gourmet
Leandro de Souza Santos, SP	Equalipro Consultoria
Luciane dos Reis Conceição, BA	MercAfro
Maria José Melo, MA	Maria J. Melo
Mariana Ferreira dos Santos, RS	Fersan Assessoria Financeira LTDA
Nélis Evangelista Luiz, SP	Nelis Evangelista Luiz – ME
Patricia Regina Santos de Jesus, SP	Empregueafro – Serviços em Recursos Humanos e Eventos LTDA ME
Sheila Silva de Oliveira, SP	Makeda Cosméticos
Tania Cristina Silva de Oliveira, MG	TC Arte Produções & Comunicação
Vagner Machado Cortes, GO	M&V Learning Center

Renda familiar e faturamento são baixos, especialmente para mulheres

Pesquisa do projeto foi feita com 397 empreendedores negros e negras distribuídos em 11 estados do país



A renda familiar dos empreendedores do PBAE se concentra na faixa entre dois e cinco salários mínimos, que reúne 51,5% dos respondentes. Até dois mínimos são 30,2%, de cinco a dez, 13,5% e acima de dez, apenas 4,8% dos pesquisados. Entre homens, a presença percentual de renda acima de cinco mínimos cresce continuamente até a faixa acima de dez mínimos. As mulheres predominam nas faixas até três mínimos. Quanto à renda, portanto, a maior

parte dos respondentes pertence à chamada Classe C.

Boa parte dos negócios é recente: 22,3% foram formalizados em 2015, 24,9% foram formalizados em 2015, 24,9% foram formalizados entre 2013 e 2014. Apenas 7,4% foram formalizados antes de 1994. Por outro lado, 45,4% dos empreendimentos apoiados pelo PBAE têm entre três e 20 anos de existência, o que indica certa longevidade de parcela significativa dos negócios. Os dados são da pesquisa de perfil dos empreendedores apoiados pelo PBAE, com 397 respondentes de 11 estados.

INTEGRARE | ALYNE GARCIA JOBIM E RODRIGO SOUZA PAIVA, RS

Inclusão e acessibilidade também dão negócio

Integrare é uma das empresas selecionadas para o programa de capacitação do BID



Alyne Garcia Jobim e Rodrigo Souza Paiva têm uma empresa de consultoria em acessibilidade em Porto Alegre (RS): realizam o processo de recrutamento e seleção de pessoas com deficiências para inclusão no mercado de trabalho. A Integrare - Consultoria em inclusão e acessibilidade foi um dos empreendimentos selecionados para receber capacitação pelo Programa de Apoio a Empreendedores Afro-brasileiros, promovido

pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e pela Endeavor Brasil.

Alyne é administradora, Rodrigo é publicitário, e formalizaram a empresa, juntos, em outubro de 2014. Participaram de cursos do SEBRAE, entre outros, mas sentem falta de um voltado especificamente à formação de consultores. Querem ampliar o negócio para o mundo virtual, com planos de atuar em outras cidades e estados via internet.



Apoio ao afroempreendedor começa pelo combate ao racismo

Competitividade é prejudicada por mistura combinada de exclusão em oportunidades de trabalho, formação escolar precária, preconceito e discriminação

nfrentar o racismo no mundo dos negócios é a condição básica para a promoção de igualdade de de oportunidades entre os empreendedores (brancos e negros) no país. Partindo dessa premissa, a coordenação, os consultores e a equipe de pesquisa do Projeto Brasil Afroempreendedor conceberam ampla lista de sugestões de políticas de apoio ao desenvolvimento do setor. A maior parte delas dependerá das iniciativas dos próprios empreendedores, sobretudo no âmbito da Reafro, mas há também propostas

de políticas públicas a serem abraçadas nos diversos níveis de governo.

A competitividade dos afroempreendedores é estruturalmente afetada por dois fatores combinados: as manifestações cotidianas de racismo e a longa história de exclusão dos negros em relação a oportunidades de trabalho e formação escolar. Tais fatores, no entendimento dos pesquisadores e da coordenação do PBAE, conformaram o comportamento típico dos afroempreendedores, de ambições limitadas pelo

POLÍTICAS PÚBLICAS

modo como percebem suas próprias possibilidades ou potencialidades. A transformação desse comportamento demandará ações combinadas, por longo tempo, em vários níveis, nos setores público e privado.

A resposta dos afroempreendedores às adversidades próprias a sua atuação no mundo dos negócios reside numa resiliência extraordinária: 60% dos empreendimentos que conduzem têm mais de cinco anos de existência. Além dessa força para superar adversidades, os negócios liderados por negros têm forte potencial para distribuir riqueza nas comunidades mais pobres do país, onde predominantemente se situam. Por fim, a maior parte desses empreendimentos é liderada por mulheres. Estudos internacionais indicam que negócios femininos, quando crescem, tendem a produzir resultados mais rápidos na melhoria da qualidade de vida no domicílio, em saúde e educação da família. Por todas essas razões, o fortalecimento do afroempreendedorismo é fator-chave para a promoção do desenvolvimento e da igualdade de oportunidades, assim como para o combate às desigualdades racial e de classe, num Brasil mais justo.

Desigualmente inseridos numa economia capitalista fortemente excludente (em especial, por vetores de raça, classe e gênero, todos eles com incidência expressiva sobre a população negra), os afroempreendedores terão suas atividades e iniciativas fortalecidas se operarem em redes solidárias, alimentadas pela disposição de constituir vivências alternativas nas três frentes em que o capitalismo produz seus efeitos mais perversos: o individualismo, o consumismo e a deterioração ambiental. As propostas de políticas concebidas pela equipe do PBAE têm em comum a ambição de estimularem a cooperação e a sustentabilidade.

Coerentemente com isso, o movimento de afroempreendedores deve tomar a iniciativa em relação ao Estado. Um projeto dessa natureza e com essas especificidades históricas, sociais e econômicas deve ter seu foco principal de gestão e de fomento no âmbito da esfera pública não governamental que são as redes sociais. As políticas públicas governamentais, apesar de sua importância no fomento do afroempreendedorismo, têm um papel paralelo, porém não de protagonista.



Governos podem adotar programas de apoio

Uma das ações estratégicas da Reafro será estimular câmaras de vereadores e assembleias legislativas a adotarem programas municipais ou estaduais de apoio ao afroempreendedorismo.

O exemplo vem da Câmara de Vereadores de São Paulo, que aprovou no final de 2015 um projeto de lei para criar o Programa Municipal São Paulo Afroempreendedor, com o objetivo de estimular o afroempreendedorismo no município, promovendo ações para o fortalecimento dos empresários negros, a troca de experiências e o acesso ao crédito. O projeto 505/2013, de autoria do vereador Alfredinho, foi sancionado em

31 de dezembro de 2015 pelo prefeito Fernando Haddad (PT).

Uma das principais ações do programa é criar a Rede Municipal de Micro e Pequenos Afroempreendedores, para facilitar a troca de experiências, o intercâmbio e o desenvolvimento de negócios solidários para fortalecer o segmento.

Políticas de caráter público lideradas pela Rede Brasil Afroemprendedor

- Desenvolver, tornar disponível e analisar periodicamente o cadastro completo de afroempreendedores no Brasil;
- Produzir agendas periódicas sobre os principais eventos de interesse direto ou indireto aos afroempreendedores;
- Desenvolver um sistema de informações e consultas para o fomento do empreendedor sobre oportunidades de mercado (feiras de negócios); formação e aprimoramento profissional e setorial;
- Desenvolver ações de articulação de redes locais, regionais, nacional e internacionais;
- Desenvolver um programa de formação específico às necessidades de afroempreendedores;
- Articular com empresas ações afirmativas voltadas ao fomento de

- afroempreendedores, particularmente quanto à capacitação;
- Desenvolver articulação com instituições acadêmicas para o desenvolvimento de pesquisas sobre afroempreendedores;
- Produzir surveys periódicos sobre as atividades afroempreendedoras (paineis);
- Estimular, na rede, formas de associação de empreendedores por setor de atividades ou cadeias produtivas (microrredes – câmaras – cooperativas virtuais) com encontros regulares:
- Estimular a integração dos afroempreendimentos a iniciativas de economia criativa:
- Articular-se com outras redes de cooperação, como aquelas da economia solidária, por exemplo;

- Criação de moeda social para estimular as trocas entre os afroempreendedores;
- Estimular que a mídia e outros produtores simbólicos contemplem narrativas e imagens de afroempreendedores entre suas fontes e seus conteúdos;
- Combater sistematicamente, como princípio, a discriminação de mulheres entre os afroempreendimentos; estimular a organização de coletivos de mulheres afroempreendedoras, para articulá-las, discutir e propor ações de combate à discriminação de gênero no segmento;
- Estimular a adoção de práticas social e ecologicamente sustentáveis pelos afroempreendedores;
- Valorizar a identidade étnica tanto dos afroempreendedores, quanto de seus produtos.

Políticas públicas governamentais

- Articulação com os órgãos afins para a oferta de linhas de crédito especificamente para afroempreendedores;
- Estado-consumidor: propor editais específicos para afroempreendedores enquanto fornecedores de produtos para o setor público;
- Condicionar a contratação de fornecedores afroempreendedores (ou valorizar, no processo de contratação), assim como na oferta de serviços do Estado, aqueles que adotem práticas social e ecologicamente sustentáveis;
- Integrar os afroempreendedores nas iniciativas do Estado para o fomento à Economia Criativa;
- Desenvolver, em conjunto com outras

- políticas de promoção da igualdade racial, ações de combate à discriminação no mundo dos negócios;
- Ampliar a oferta de capacitação e consultoria aos afroempreendedores, desenvolvendo técnicas e metodologias adequadas às características de cada segmento;
- Estimular a contratação, por grandes empresas privadas, de insumos, serviços e matérias-primas produzidos por afroempreendedores;
- Direcionar as políticas de combate à desigualdade entre os gêneros para produzirem efeitos especialmente sobre os afroempreendimentos;
- Contemplar o afroempreendedorismo nas

- iniciativas de desenvolvimento regional focadas em cadeias produtivas, valorizando em especial as atividades lideradas por empresários negros (em Arranjos Produtivos Locais – APLs, por exemplo);
- No âmbito dos legislativos estaduais e municipais, discutir e aprovar Planos de Apoio ao Afroempreendedorismo, a exemplo do instrumento sancionado em 2015 pela Prefeitura Municipal de São Paulo:
- No âmbito do legislativo federal, estimular a aprovação de um Fundo Nacional de Apoio ao Afroempreendedorismo, destinado a formação e capacitação, acompanhamento técnico, integração em rede e crédito para os empreendimentos.

POLÍTICAS PÚBLICAS

Aumentar a escolaridade não resolve a desigualdade



Consultores do PBAE tiveram contato direto com empreendedores

Mesmo com curso superior, empreendedores negros têm renda mais baixa que os brancos



Um fator-chave para promover a competitividade dos empreendimentos liderados por negros é o incremento da escolaridade dos donos – o que é tremendamente difícil, considerando as jornadas de trabalho de, em média, 39 horas semanais.

As desigualdades estruturais no acesso à educação ajudam a explicar as diferenças enormes de renda entre empreendedores negros e brancos. A renda média dos empresários negros é inferior à metade da dos brancos, mesmo tendo crescido 71% entre 2003 e 2013, período em que a evolução na renda dos brancos foi de 43%.

Mas o racismo é um obstáculo resistente. Apesar de os participantes do PBAE terem, em sua maioria, formação superior, o faturamento mensal médio dos negócios é baixo: 38,5% faturam até R\$ 1 mil, 33,5% de R\$ 1 mil a R\$ 5 mil, 11,6% de R\$ 5 mil a R\$ 10 mil e apenas 12,6% acima de R\$ 10 mil.

MÔNICA ANJOS | MÔNICA SILVA DOS ANJOS, BA

Estilo aliado à busca de identidade

Número expressivo de clientes atesta a força do empreendimento

Mônica Silva dos Anjos é soteropolitana, nascida no Rio Vermelho, bairro onde tem a loja Mônica Anjos, um espaço sofisticado onde a estilista cria diferentes coleções para o público feminino. As clientes são mulheres que, segundo Mônica, buscam identidade própria, independentes das tendências impostas pelo mercado.

A empreendedora trabalhou por mais de 20 anos como figurinista, desenvolvendo coleções para lojistas brasileiros e do exterior. Tem formação incompleta em Moda, e sonha em cursar faculdade de História. As peças con-

templam modelos amplos, esvoaçantes, floridos, que transitam do clássico ao casual. Modelos que, segundo Mônica, valorizam todas as formas: "Faço moda para todas as mulheres, aquelas que buscam sua identidade, independente de serem negras ou não. É uma moda universal". Atualmente, a empresária tem uma cartela de aproximadamente dois mil clientes.





Ruth Pinheiro, presidenta da Reafro, Francisco Sobrinho (D), presidente do IAB, e Luiz Antonio, diretor técnico do IAB, durante Seminário Nacional do projeto

O Instituto Adolpho Bauer (IAB) acredita que o projeto Brasil Afroempreendedor será um grande passo para a superação das dificuldades ainda existentes quando se fala em negócios de empreendedores e empresários negros e negras. Durante o período de desenvolvimento do projeto, o IAB entrou em contato com afroempreendedores de vários estados do Brasil, conhecendo realidades distintas, dificuldades variadas e, principalmente, uma gama de soluções criativas para a continuidade de negócios em um mercado cada vez mais competitivo. A experiência mostrou que "é possível dar um salto de qualidade nestes empreendimentos e apontar para uma perspectiva de expansão para os

mais de 11,8 milhões de afroempreendedores/as brasileiros/as". No futuro, o instituto pretende continuar a parceria, dessa vez com a Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro), um dos principais resultados do projeto, que reunirá empresários e empreendedores afro-brasileiros de todo o país. Na entrevista a seguir, o presidente do IAB, Francisco Rodrigues da Silva Sobrinho, o diretor técnico, Luiz Antonio de Almeida, e o coordenador institucional, Adilton José de Paula, falam, coletivamente, um pouco mais sobre a experiência.

Como o Instituto Adolpho Bauer (IAB) analisa os resultados obtidos pelo PBAE?

O Instituto Adolpho Bauer avalia como extremamente positivo o desenvolvimento do projeto Brasil Afroempreendedor. **Entendemos** que com este projeto contribuímos para o fortalecimento da pequena e micro empresa brasileira, e com isto para o fortalecimento da democracia racial e da economia como um todo. Embora sendo um projeto piloto, tivemos um amplo contato com um grande grupo de pequenos e micro empreendedores afro-brasileiros e com isto pudemos ter uma ideia clara da força e potencialidade deste segmento econômico, bem como, um breve diagnóstico de suas fragilidades e carências. O projeto mobilizou afroempreendedores, entes governamentais, movimentos sociais e sociedade civil de uma forma geral e deixou nítido que, com pouco investimento (capacitação e qualificação de gestão, assessorias e consultorias localizadas, apoio técnico e uma política efetiva de crédito para pequenas e micro empresas), é possível dar um salto de qualidade nestes empreendimentos e apontar para uma perspectiva de expansão para os mais de 11 milhões de afroempreendedores/as brasileiros/as.

O IAB pretende adotar no futuro novas ações para apoiar os afroemprendedores? Quais?

Entendemos que nosso papel principal é de "provocar" os agentes públicos a formular políticas e ações permanentes de fortalecimento das micros e pequenas empresas, com ênfase em um atendimento direcionado para as empresas de propriedade de pessoas afrodescendentes (negros e negras). O Instituto seguirá apoiando e trabalhando em parceria com a Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro), e desenvolveremos outros projetos e ações sociais de formação de empreendedores, e de geração de trabalho e renda, como já estamos fazendo no projeto Juventude Conectada, e com o a parceria Wiboo/IAB e Reafro. Entendemos que apoiar e acreditar no afroempreendedorismo é uma forma concreta de contribuir para o fortalecimento da democracia racial e do fortalecimento da economia brasileira.

Qual a importância da superação do racismo para fortalecer os empreendedores afro-brasileiros?

No trabalho e nas pesquisas que fizemos fica claro como o racismo ainda é a principal trava que impede o crescimento e fortalecimento deste importante segmento social da economia brasileira. Entendemos que a questão dos afroempreendedores vai muito além da questão técnica e de gestão. É evidente que estas empresas e empresários precisam melhorar em muito sua capacitação e competência técnica e tecnológica, precisam melhorar o nível cultural e a formação sociocultural e precisam essencialmente de crédito e fomento, mas nada disto adiantará se não reduzirmos os índices de preconceito, discriminação e ódio e descrença racial. Sem dúvida alguma, combater o racismo é o principal destravamento que precisamos fazer para contribuir com o avanço desses milhões de empresários e empreendedores brasileiros.

De que maneiras os governos locais, estaduais e nacional podem apoiar o fortalecimento do afroempreendedorismo?

Entender e assumir que o racismo existe é o primeiro passo para podermos desmascará-lo e combatê-lo efetivamente. Em nossa opinião, os governos e agentes governamentais em todos os níveis e instâncias têm o dever e a obrigação de combater o racismo e as violências decorrentes de sua existência. Apresentar projetos e criar políticas de ações afirmativas que fortaleçam as iniciativas empreendedoras dos sujeitos afro-brasileiros é um grande passo. Realizar feiras e eventos econômicos e culturais que apontem a força e a riqueza deste segmento também ajuda muito a tirar estes grupos do

ocultamento e da invisibilidade social. Também é importante desenvolver projetos educacionais que apontem elementos da presença cotidiana da violência racial em nossa sociedade, bem como, apontar ações solidárias e fraternas que demonstrem a força e a importância da igualdade de oportunidades e do desenvolvimento de uma efetiva democracia racial.

Apoiar o afroempreendedorismo fortalece a democracia racial e a economia brasileira

De que maneira o projeto afetou o IAB, uma vez que um dos objetivos era justamente fortalecer as instituições proponentes e as que viessem a se integrar à iniciativa?

O Instituto Adolpho Bauer não é uma organização negra e não tinha um conhecimento tão profundo e pleno como temos hoje da presença e da marca do racismo e de suas violências nas pessoas e na sociedade brasileira. Acreditamos que um projeto como este mexe com todos e todas e que não saímos ilesos, porque o projeto nos obriga a ver o efeito do racismo em nossas próprias entranhas e a buscar trabalhar para superar nossas próprias fragilidades e intolerâncias.



Casos de sucesso dos empreendedores negros e negras servem para superar visões preconceituosas, na opinião do executivo do SEBRAE

O gerente de Políticas Públicas do SEBRAE Nacional, Bruno Quick, destaca na entrevista a seguir a importância do projeto Brasil Afroempreendedor para os empresários e empreendedores negros e negras. Enfatiza também a criação da Rede Brasil Afroempreendedor, oficialmente lançada em dezembro, em São Paulo, durante a realização do seminário nacional do projeto. E lembra a desconfiança inicial com relação ao projeto, superada com as ações de formação e qualificação do público alvo desenvolvidas durante a execução do projeto.

Os resultados do projeto alcançados até agora foram satisfatórios, considerando o ineditismo do programa?

O projeto Brasil Afroempreendedor tem conseguido sensibilizar o seu público-alvo para a necessidade de qualificação e do associativismo. Esse é o caminho para que os afroempreendedores melhorem o desempenho de suas empresas, tornando-as mais competitivas. Outra contribuição importante do projeto é a construção da Rede Brasil Afroempreendedor, que irá oferecer aos participantes um conjunto de benefícios, entre os quais, promoção de conhecimento e técnicas de gestão, acesso a novos mercados e ao microcrédito produtivo, entre outras vantagens.

Quais as principais dificuldades e as vantagens de se trabalhar com um público que nem sempre é destinatário dessas políticas?

Nas primeiras reuniões, havia uma resistência muito grande em acreditar que o projeto fosse para valer e que algumas demandas antigas dos empreendedores poderiam ser atendidas, apesar de o SEBRAE estar desde a sua fundação aberto a atender todos os empreendedores, sem distinção. O desafio foi reforçar essa disponibilidade do SEBRAE e contribuir para que esses empreendedores usem mais os serviços oferecidos, aproximando as entidades locais das unidades estaduais do SEBRAE. Definimos com clareza os objetivos do projeto e quais demandas dos empreendedores poderiam ser atendidas, evitando assim uma frustração futura das expectativas dos participantes.

Quais os principais desafios para a superação das dificuldades observadas ao longo do projeto?

Talvez o grande desafio, como sempre acontece com ações que também contam com o apoio do SEBRAE, seja quebrar a cultura do imediatismo e do individualismo de boa parte dos empreendedores brasileiros, os quais não têm o hábito de planejar a sua empresa, se qualificar nem trabalhar de forma associativa. Trazê-lo para participar de um projeto com duração de dois anos e que lhe oferece uma qualificação de longo prazo não é uma tarefa fácil.

O racismo é apontado como um dos principais fatores que impedem o fortalecimento dos empreendimentos de negros e negras no Brasil. Como ajudar a superálo, usando as ferramentas disponibilizadas por um projeto como o Brasil Afroempreendedor?

O SEBRAE está seguro de que os inúmeros casos de sucesso de empreendedores afrodescendentes são suficientes para superar possíveis visões preconceituosas. Trazer esses casos à tona é uma forma de mos-

trar a força do afroempreendedorismo e superar qualquer preconceito. Para isso, o Projeto Brasil Afroempreendedor utilizou a estratégia de trabalhar com dois consultores em cada um dos 11 estados atendidos: um para o Plano de Negócio, com foco nas orientações de gestão; e outro responsável pela mobilização dos empreendedores, o qual tem, entre as suas características profissionais, o conhecimento dos desafios enfrentados pela população negra no Brasil nas últimas décadas (racismo e falta de acesso a políticas públicas, como educação, saúde e saneamento básico). Esse consultor também tem acesso às entidades locais de defesa dos direitos da população negra, o que tornou o trabalho desse profissional fundamental para a mobilização dos empreendedores negros nos estados e a superação de possíveis barreiras relacionadas ao racismo.

O SEBRAE pretende adotar novas ações para apoiar os afroempreendedores? Quais?

O SEBRAE tem desenvolvido um conjunto de ações em parceria com a Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR) - atual Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos; com a Fundação Cultural Palmares, e tem também apoiado eventos de acesso ao mercado, além de realizar, periodicamente, a pesquisa Os Donos do Negócio no Brasil: Análise por Raça/Cor. A publicação desse estudo contribui para a disseminação de informações sobre o afroempreendedorismo na mídia, levando o tema à pauta dos estados, municípios e demais entidades que atuam com o fomento ao empreendedorismo.

> Quebrar a cultura do imediatismo e do individualismo é o grande desafio, e não é tarefa fácil

Como inicialmente o projeto foi recebido pelo SEBRAE e de que maneira afeta uma entidade com tanta tradição na promoção do empreendedorismo?

O Projeto Brasil Afroempreendedor está afinado com a missão do SEBRAE, afinal, o empreendedorismo tem sido um caminho para a inclusão econômica e social de milhões de brasileiros, oferecendo-lhes oportunidades e dignidade. Podemos destacar o crescimento da quantidade de microempreendedores individuais, que já são 5,5 milhões em pouco mais de cinco anos de existência da categoria, sendo mais de 50% deles autodeclarados negros e pardos. Ainda que ao longo de toda a sua história o SEBRAE venha buscando atender todos os empreendedores brasileiros, promover ações que incentivem os afroempreendedores a procurar seus serviços é fundamental, no sentido de oferecer a esse público todas as soluções de que o SEBRAE dispõe - seja informação, orientação, capacitação, consultoria ou ações de mercado.



Experiência de 20 anos do CEABRA com empreendedores negros e negras será importante para impulsionar a Rede Brasil Afroempreendedor

Na entrevista a seguir, o presidente do Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros (CEABRA), João Carlos Martins, descreve a importância do aprendizado e as mudanças de foco decorrentes da participação da entidade no projeto Brasil Afroempreendedor. Martins é enfático ao defender a superação do racismo como elemento fundamental para o desenvolvimento dos empreendimentos de negros e negras no Brasil e aposta na formação da Rede Brasil Afroempreendedor como uma estratégia decisiva nesse sentido.

Qual o balanço que o CEA-BRA faz dos resultados do projeto Brasil Afroempreendedor?

O CEABRA trabalha já há quase 20 anos com o público dos pequenos e microempreendedores afrobrasileiros. Assim, o projeto não foi propriamente uma novidade, mas uma continuidade daquilo que já vinha sendo feito pela instituição. Também participamos fortemente das atividades que foram promovidas no início do projeto, tanto das oficinas nacionais promovidas pelo SEBRAE, que envolveram os 12

estados do projeto, quanto como realizador do I Seminário Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro--Brasileiro (I SENEAB), que aconteceu em 2012, em Brasília. Desde então, nos preocupamos mais com a articulação do projeto nos estados, na medida em que tínhamos alguns CEABRAs estruturados no País: em Minas Gerais, Goiás, São Paulo, Bahia e algumas comissões em outros locais. Segundo, a estruturação da rede nacional. O CEABRA é sem dúvida uma referência nessa discussão do afroempreendedorismo e, na construção dos seminários estaduais e da rede nacional, talvez esteja sua principal contribuição. Na reta final do projeto, estamos em um momento de profunda mudança na visão e na concepção do que é o afroempreendedorismo no Brasil, entendendo que a base das iniciativas empreendedoras negras está nos micro e nos pequenos empresários e nos empresários individuais. Articular mais de mil empreendedores com CNPJ, com planos de negócios, com definições estratégicas do ponto de vista de mercados era feito muito localmente. Hoje temos uma dimensão nacional.

Um dos principais objetivos do projeto é criar a Rede de Empreendedores Afro-brasileiros. De que forma o CEABRA pode continuar contribuindo com a formação da rede, uma vez que isso também é uma característica sua?

O CEABRA, ainda que com suas limitações, sempre funcionou como rede. Acreditamos que o fato de o CEABRA ter essa experiência de rede nos estados vai ajudar, e muito, a melhorar essa proposta de rede nacional. São 11 estados com pelo menos cinco empresários e empreendedores participando da rede, que é o que forma o que estamos chamando de colegiado, e este colegiado, com a rede estruturada em São Paulo, inicialmente na sede do CEABRA, é um passo importantíssimo, não só para fortalecer a experiência do CEABRA, mas também expandir isso com os demais parceiros, como o IAB, o SEBRAE e todos os demais que serão agregados.

Como o CEABRA encara a questão do racismo como obstáculo ao desenvolvimento dos

empreendimentos de negros e negras?

A razão de termos o CEABRA

e o projeto Brasil Afroempreendedor por si só já demonstra que há uma desigualdade de oportunidades para os empresários e empreendedores afro-brasileiros no acesso às políticas e principalmente às políticas de crédito e de oportunidades de negócios. O racismo é o inimigo a ser vencido, porque é ele, do ponto de vista das oportunidades de acesso à formação, ao crédito, que tem impedido, e as pesquisas têm demonstrado, as melhores condições para o desenvolvimento dos negócios dos empreendedores afro-brasileiros. Notamos, nas pesquisas de perfil do projeto, e nas pesquisas do SEBRAE, realizadas desde 2013, um dado muito parecido com aquele que identificamos no mercado de trabalho e na educação, por exemplo. Mesmo com escolaridade maior, um empresário negro tem dificuldades mais acentuadas, sobretudo quando se trata de acessar o crédito. Há um dado objetivo segundo o qual, quanto maior a escolaridade, mais consistente é o negócio. Se os negros têm escolaridade, têm consistência nos negócios, e não consequem desenvolver seu empreendimento no mesmo nível de um empreendimento comparativamente igual de um branco, significa que encontramos a barreira do racismo.

O CEABRA pretende adotar novas ações de apoio aos empreendedores no futuro?

Mesmo com
escolaridade maior,
um empresário negro
tem dificuldades
mais acentuadas de
acesso a crédito

O CEABRA tem como vocação e objetivo estratégico o fortalecimento dos empresários e dos empreendedores negros. Nessa perspectiva, avaliamos que a rede não substitui as organizações. Acreditamos que o fortalecimento do CEABRA estará dentro de uma estratégia que estamos montando, para que possa participar da rede em âmbito nacional, mas também fortalecendo a organização de feiras nos estados; fortalecendo as iniciativas produtivas que elegemos nos estados, com empreendimentos fundamentais no projeto com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) - em São Paulo, cinco empreendimentos foram eleitos, e o CEABRA vai acompanhá-los, como acompanhará a rede. Além disso, a cidade São Paulo começa uma política pública fundamental, a partir do projeto do vereador Alfredinho, que criou o Programa de Fortalecimento do Empreendedorismo Negro. Este programa vai estruturar iniciativas, como as feiras, vai propor a ampliação de recursos, e o CEABRA terá um papel importante no seu fortalecimento, como instituição, no município, no estado e com os demais parceiros.

FUTURO

Desafios para o empreendedorismo negro

Consolidação da Rede Brasil Afroempreendedor e extensão para todo o País são as principais metas para a continuidade do projeto



Intenção é atingir marca de um milhão de empreendedores nos três primeiros anos da Rede

omo projeto piloto, uma das primeiras tarefas da equipe do Projeto Brasil Afroempreendedor foi conhecer o universo sobre o qual seriam desenvolvidas as ações. "Por isso, realizamos os seminários, envolvemos parceiros e mais de 1.500 participantes, e publicamos o livro Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileiro – Perspectivas para o Século XXI, uma provocação à reflexão, para apresentar de forma mais objetiva os desafios e o necessário enfrentamento teórico-metodológico das dificuldades que o País e a sociedade brasileira têm de compreender o racismo na esteira do desenvolvimento nacional", lembra o coordenador executivo do projeto, João Carlos Noqueira.

A proposta de constituir a Rede Brasil Afroempreendedor está na origem do projeto piloto, como resposta ao processo organizativo. Paralelamente à transposição dos primeiros obstáculos, houve uma articulação intensa não só dos parceiros institucionais, mas também dos que foram agregados nessa primeira fase nos estados, na realização da oficina nacional, na instituição do Comitê Gestor, nas articulações com os governos locais, estaduais e nacional. Esse movimento deu densidade às ações do projeto. "Hoje é possível falar em empreendedorismo afro-brasileiro, numa perspectiva de enfrentamento do racismo no desenvolvimento nacional", afirma o coordenador institucional do PBAE, Adilton de Paula.

Metas

A Rede Brasil Afroempreendedor deverá abranger os 26 estados e o Distrito Federal, estruturando-se para ser um projeto nacional em rede. "Passamos a meta dos 1.200 afroempreendedores previstos. É a primeira experiência no Brasil com esse formato, acompanhando 500 planos de negócios de forma permanente, articulada e cotidiana." Segundo o coordenador executivo, a partir de fevereiro de 2016 o Brasil Afroempreendedor, estruturado na Rede Brasil Afroampreendedor, terá como principal estratégia a ação de estabelecer um diálogo de execução não mais de um projeto, mas de uma política que atenda a todos os estados, com formação, capacitação e articulação dos afroempreendedores nos estados, e a consolidação da Rede.

A estrutura nacional da rede foi aprovada em Assembleia Geral no dia 13 de dezembro de 2015, quando elegeu a sua primeira Diretoria, o Conselho Diretivo e aprovou o Estatuto, que prevê uma Estrutura de Funcionamento, com Coordenação Geral e uma equipe técnica (ver estrutura na página 15). A Rede pretende abrigar os milhares de afroempreendedores que a ela aderirem, como outras redes de negócios, redes empresariais, sociais e todo tipo de iniciativas afro-brasileiras. Segundo Adilton, a meta é atingir um milhão de associados nos primeiros anos. Meta arrojada? De acordo com ele, não, levando em consideração um universo que pode chegar a mais de 12 milhões de empreendedores negros e negras.











