

PESQUISA

Propósito dos Afroempreendedores Baianos - 2ª edição



O AFRO É NEGÓCIO!





“Se o negócio tá preto, faz a diferença”

(slogan da Campanha Sebrae #negociotapreto, 2023)

O empreendedorismo praticado pela população negra é conceituado de afroempreendedorismo. Segundo Santos (2019), o afroempreendedorismo é um fenômeno ou estratégia de caráter econômico, político e social que impele o negro ou negra a desenvolver uma atividade empresária, criativa e inovadora, com ou sem auxílio de colaboradores. Destaca-se que o movimento afroempreendedor não se restringe a atuação no mercado afro, mas sim a todo e qualquer negro que decida empreender.

Atrelado ao afroempreendedorismo há também o Black Money que diz respeito ao potencial consumerista do capital negro, do alto e real valor que o dinheiro negro possui na economia. O movimento Black Money está pautado pela valorização do sujeito negro e da demonstração de sua relevância socioeconômica e cultural (SANTOS, 2019).

De forma mais didática, Black Money significa fazer o “dinheiro girar” entre as pessoas negras, fortalecendo os empreendimentos afrodescendentes, fazendo com que o dinheiro circule nas comunidades onde os negócios estão inseridos, nas comunidades onde a população reside e assim fomentar a economia local.

Na 2ª edição da pesquisa “Propósito dos Afroempreendedores Baianos”, os empreendedores destacaram a necessidade de apoio do Sebrae em diversas áreas para o aprimoramento de seus negócios, incluindo marketing, finanças, vendas, inovação e redes de relacionamento.

Com a perspectiva de expansão do atendimento aos afroempreendedores, especialmente às mulheres, por meio do Programa SEBRAE PLURAL, os dados revelados pela pesquisa servirão como subsídio para a atuação do Sebrae/BA e de entidades parceiras, visando o fortalecimento do afroempreendedorismo na Bahia.

O empreendedorismo baiano é negro!

Boa leitura.

METODOLOGIA

ITEM	DESCRIÇÃO
TIPO DE PESQUISA	QUANTITATIVA
OBJETIVO	ANALISAR O PERFIL DOS AFROEMPREENDEDORES BAIANOS
APLICAÇÃO	QUESTIONÁRIO ON-LINE (FERRAMENTA SURVEY MONKEY)
PERÍODO DE REALIZAÇÃO	31/07 a 23/08/2024
PÚBLICO	AFROEMPREENDEDORES (PRETOS E PARDOS) ATENDIDOS PELO SEBRAE BAHIA
UNIVERSO: 19.821	AMOSTRA REALIZADA: 338
GRAU DE CONFIANÇA	95%
MARGEM DE ERRO	5%

PRINCIPAIS RESULTADOS

- **55%** dos afroempreendedores atendidos pelo Sebrae/BA possuem nível superior completo;
- **51%** dos afroempreendedores possuem seus negócios há mais de 5 anos;
- **57%** dos afroempreendedores não possuem funcionários em suas empresas;
- **84%** dos negócios estão inseridos no setor de Comércio e Serviços;
- **40%** dos afroempreendedores possuem renda mensal de até **2.824,00** (até 2 salários-mínimos);
- Autonomia e independência (**65%**), Desenvolvimento pessoal e profissional (**43%**) e Identificação de oportunidades de mercado (**36%**) foram os três principais motivos que levaram os afroempreendedores a empreender;
- **90%** dos afroempreendedores são favoráveis ao fortalecimento econômico da comunidade negra por meio do “black Money”;
- O WhatsApp é o principal canal de venda para **34%** dos afroempreendedores;
- O Pix é o meio de pagamento mais utilizado por **48%** dos afroempreendedores.

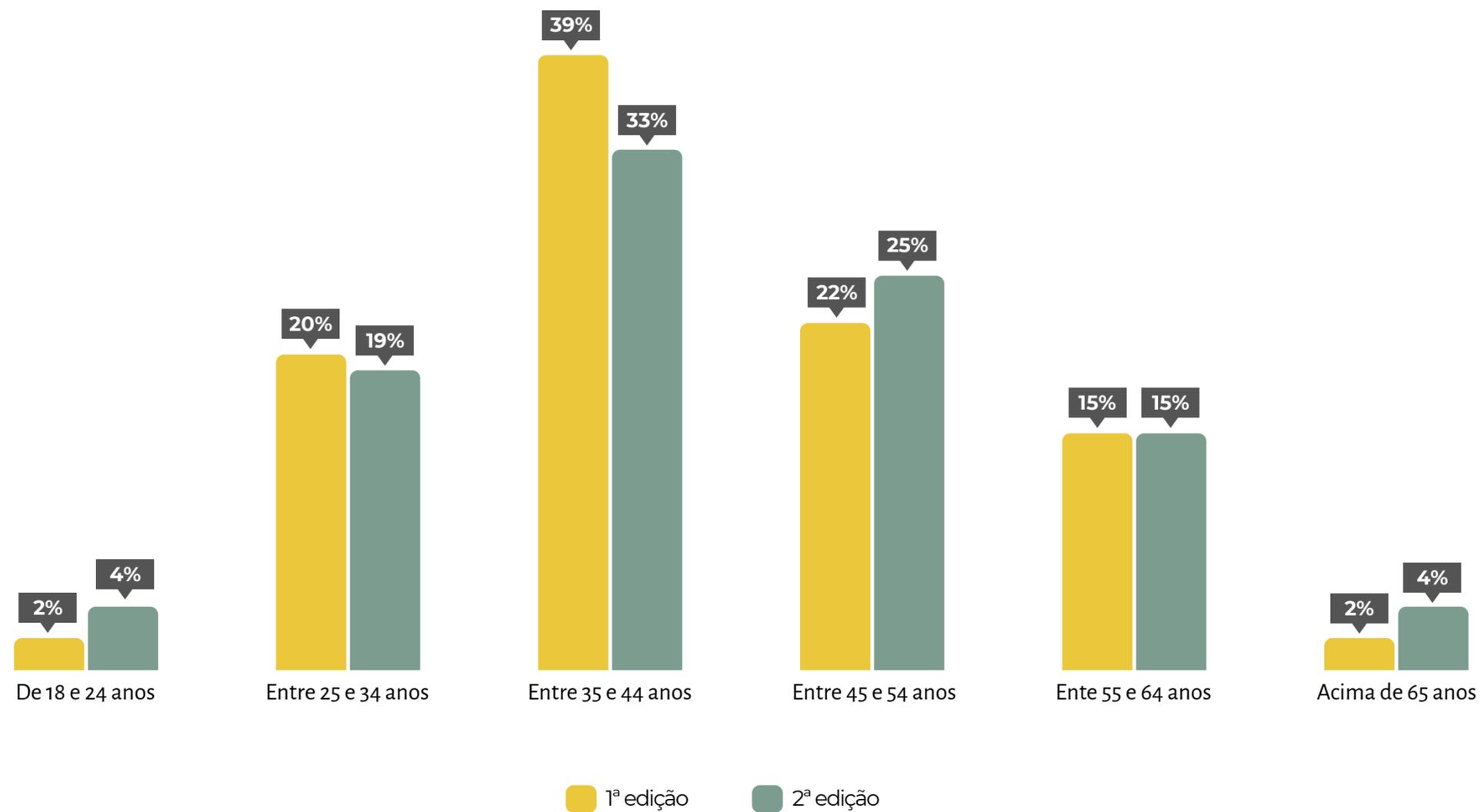
QUADRO COMPARATIVO - PRINCIPAIS RESULTADOS

1ª edição	2ª edição	Temática
50%	51%	Tempo de existência do negócio no mercado.
40%	49%	Pessoas físicas e empresas constituem o público-alvo dos afronegócios.
71%	65%	Possuem renda mensal de até 4 salários-mínimos.
62%	65%	Autonomia e independência foi destacado como o principal motivo para empreender.
56%	57%	Acreditam na constituição de rede de mentores negros poderia impulsionar o crescimento de pequenos negócios na Bahia.
36%	34%	O WhatsApp é a principal canal de vendas dos negócios.
37%	48%	O PIX é o principal meio de pagamento utilizado no negócio.

RESULTADOS GERAIS



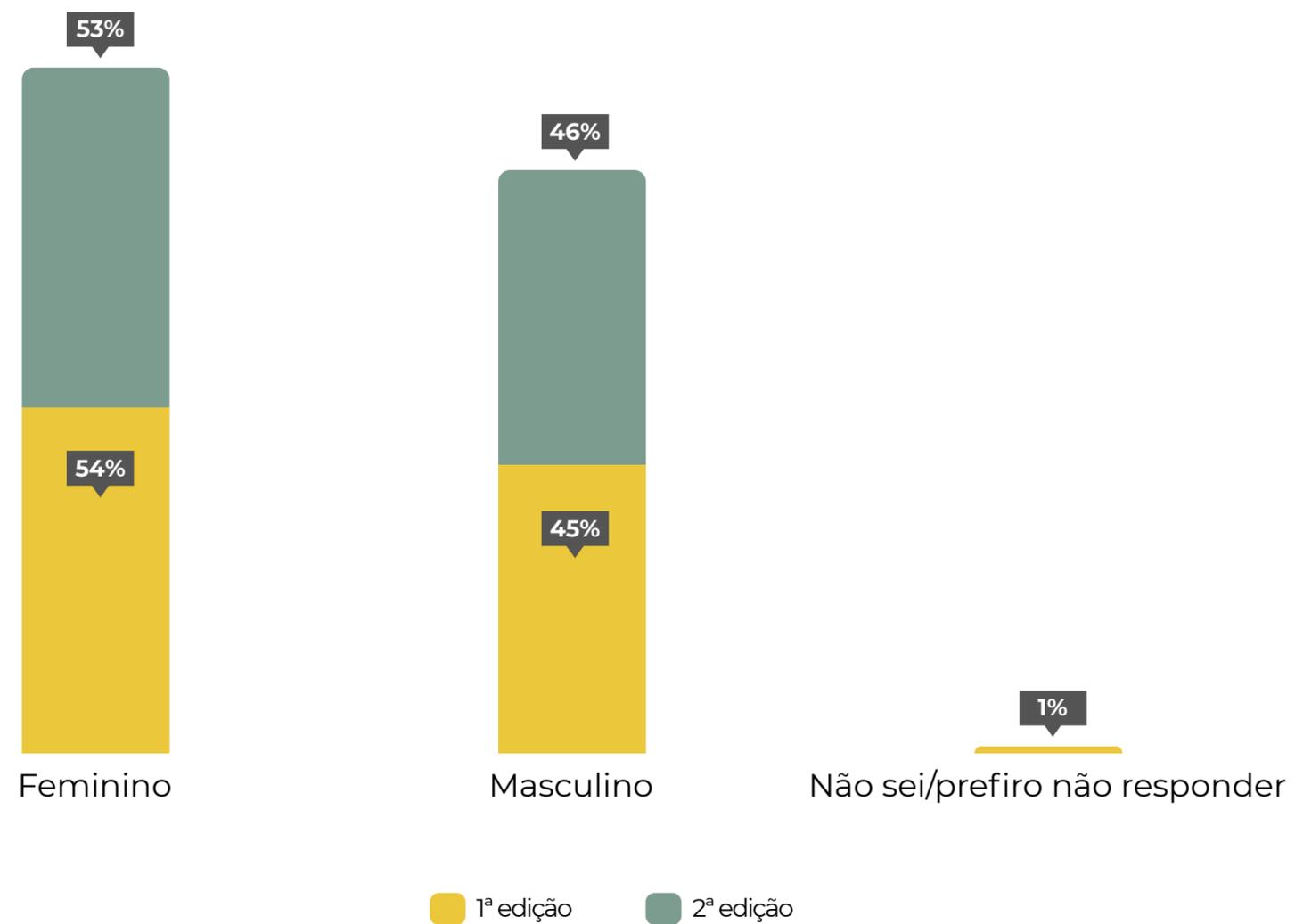
1 | Qual é a sua faixa etária?



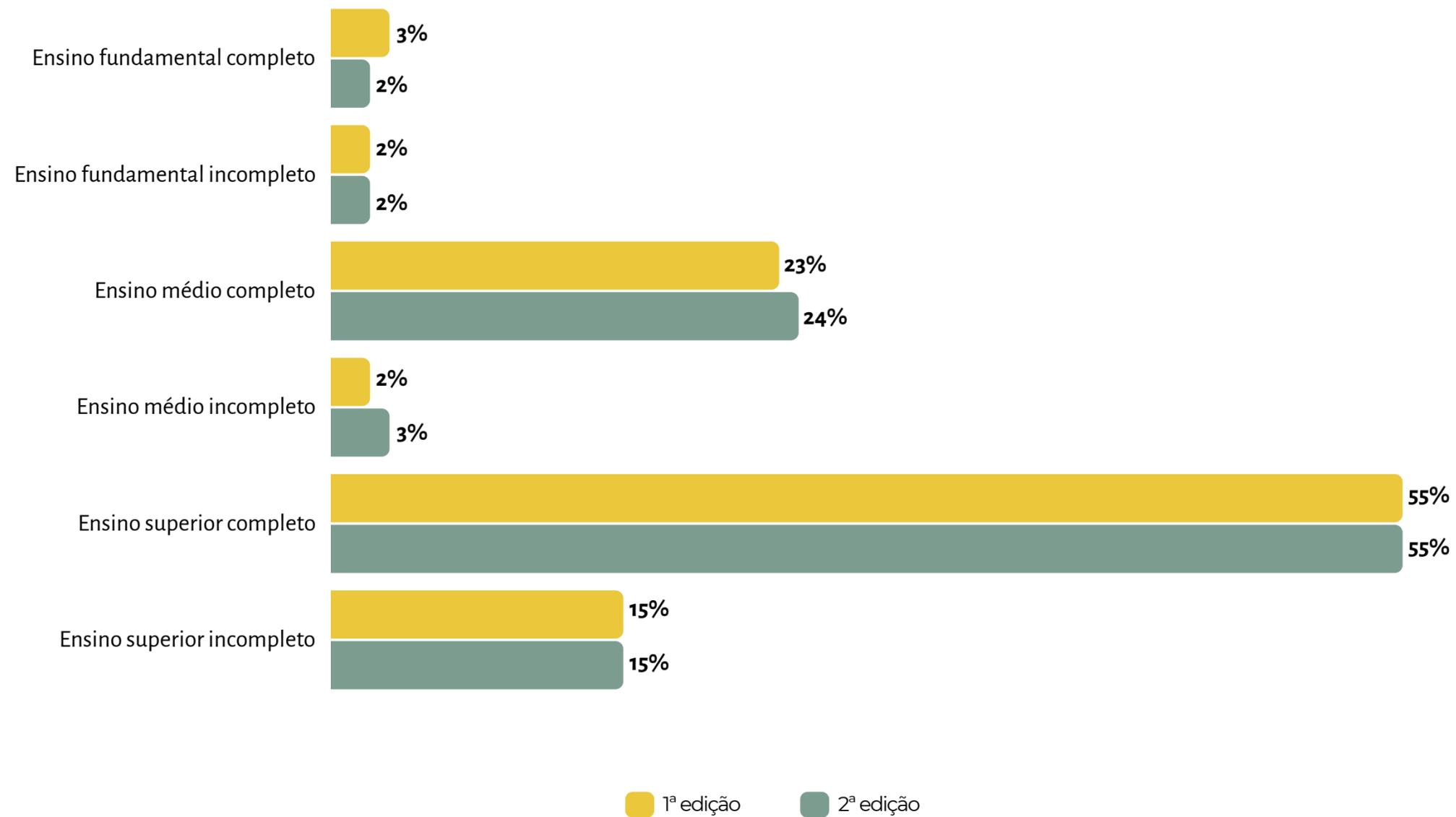
Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

2 | Com qual gênero você se identifica?



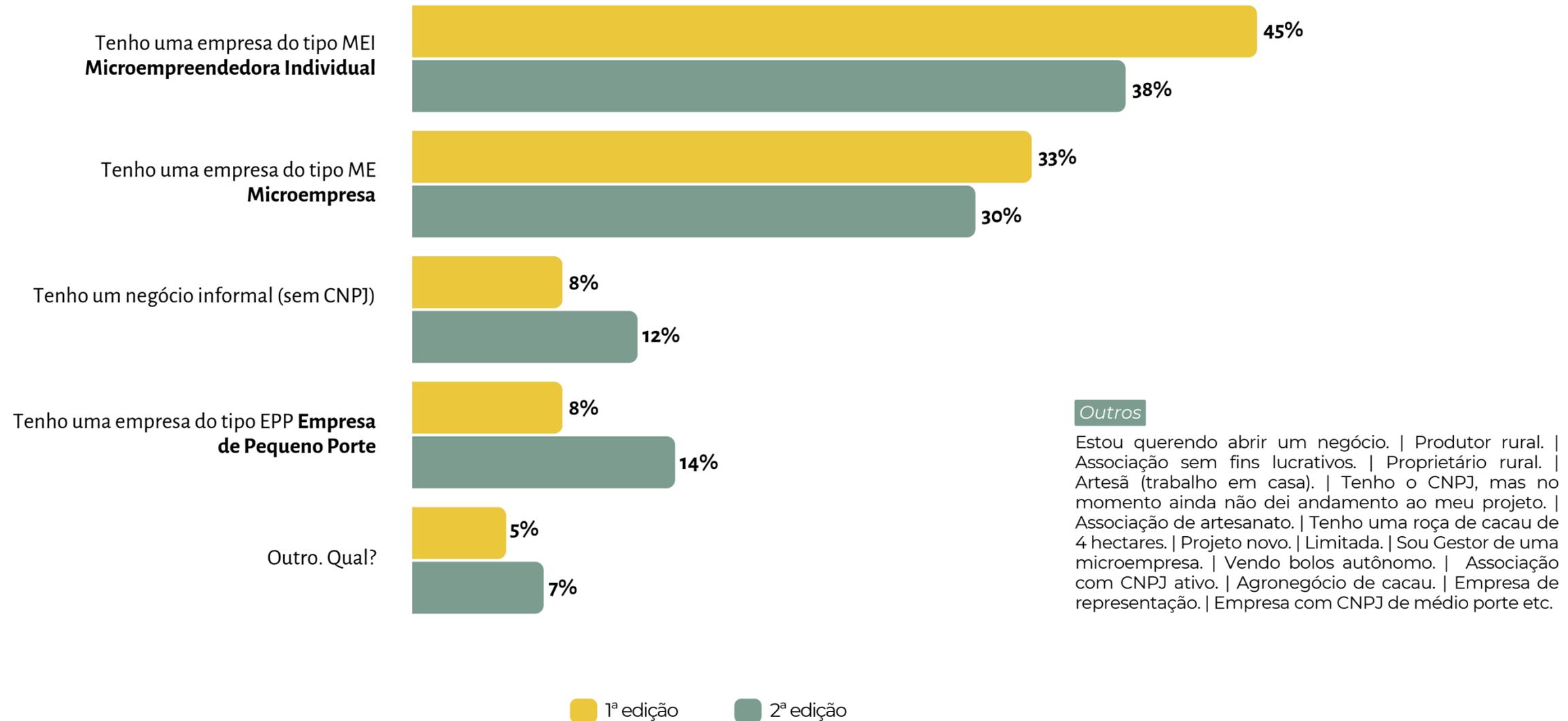
3 | Qual é a sua escolaridade?



Quantidade de respondentes 1ª edição: **332**

Quantidade de respondentes 2ª edição: **338**

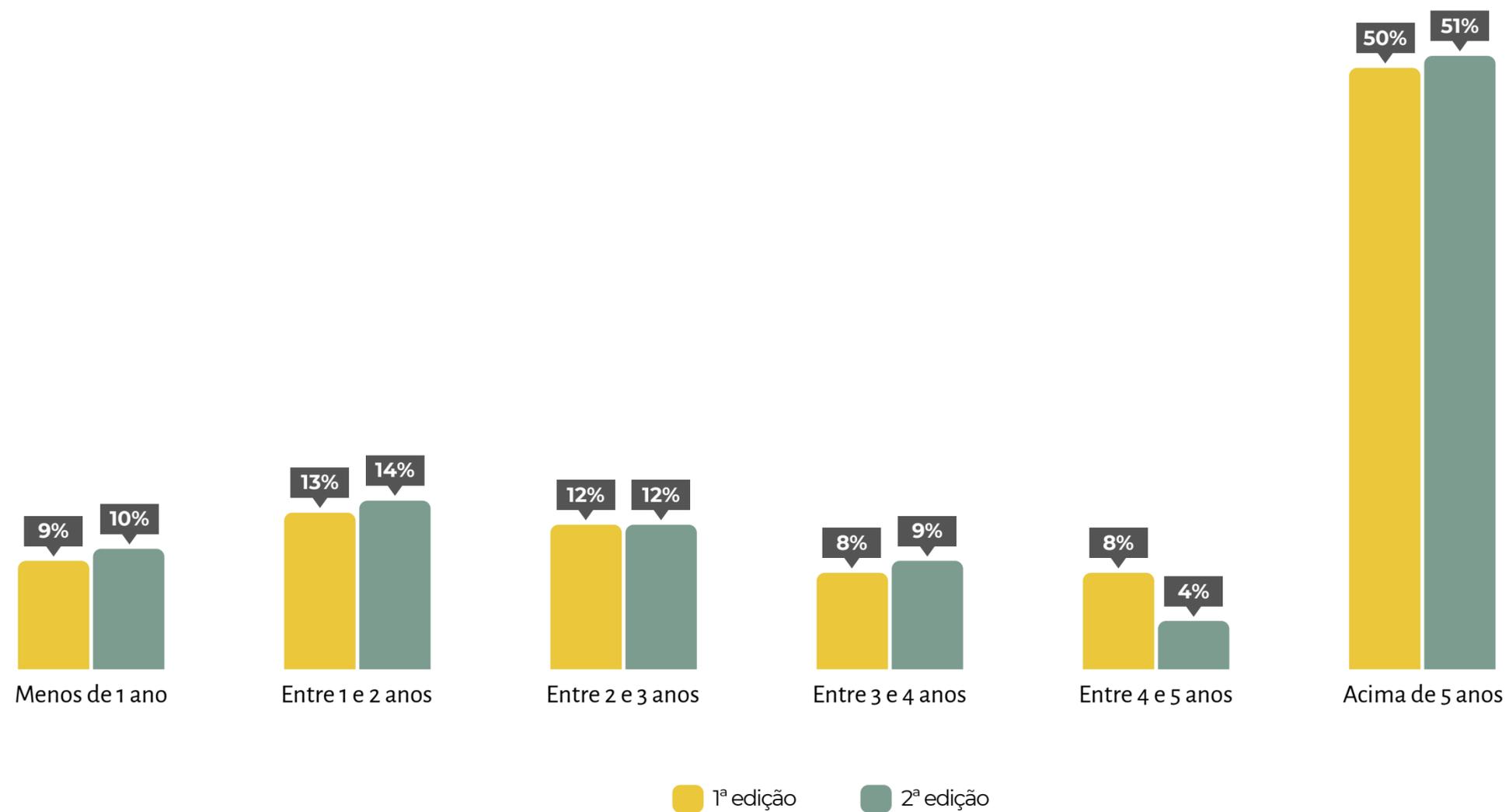
4 | Em qual situação se encaixa atualmente?



Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

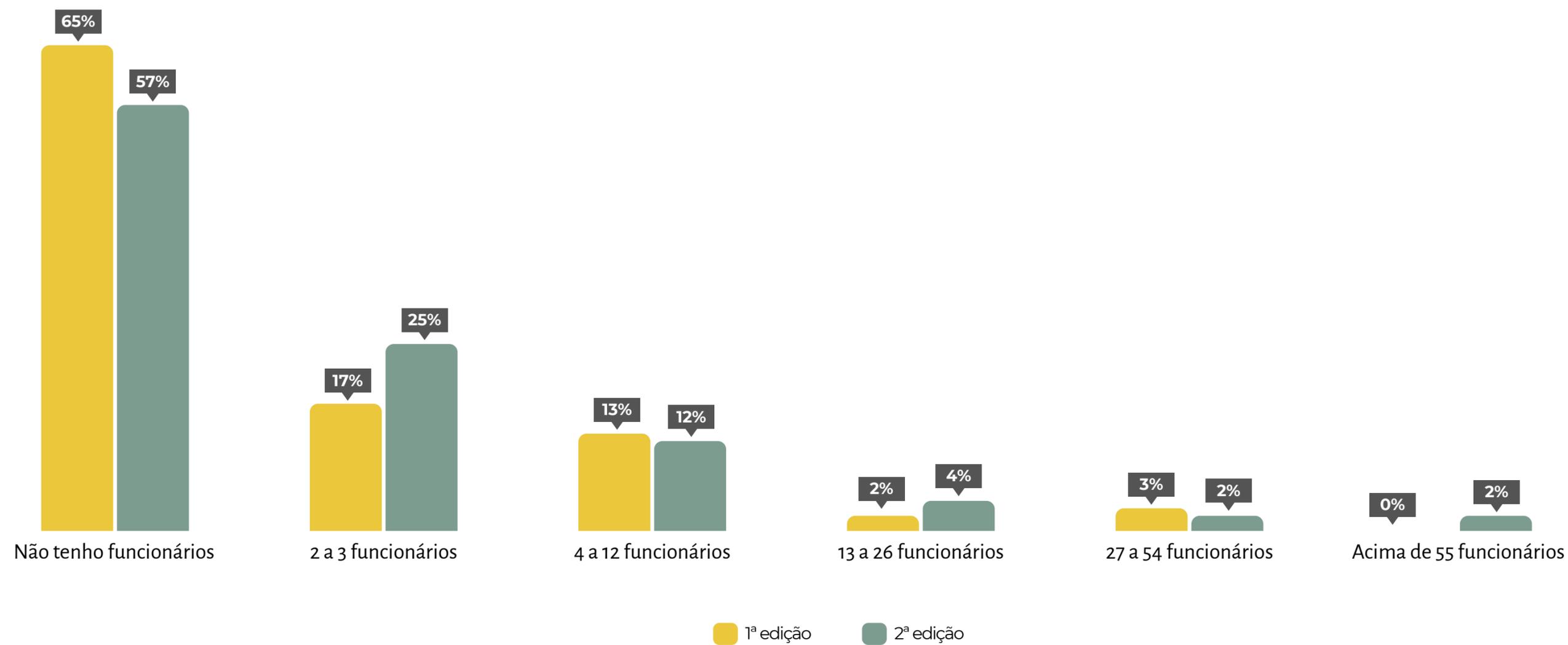
5 | Quanto tempo de existência seu negócio tem no mercado?



Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

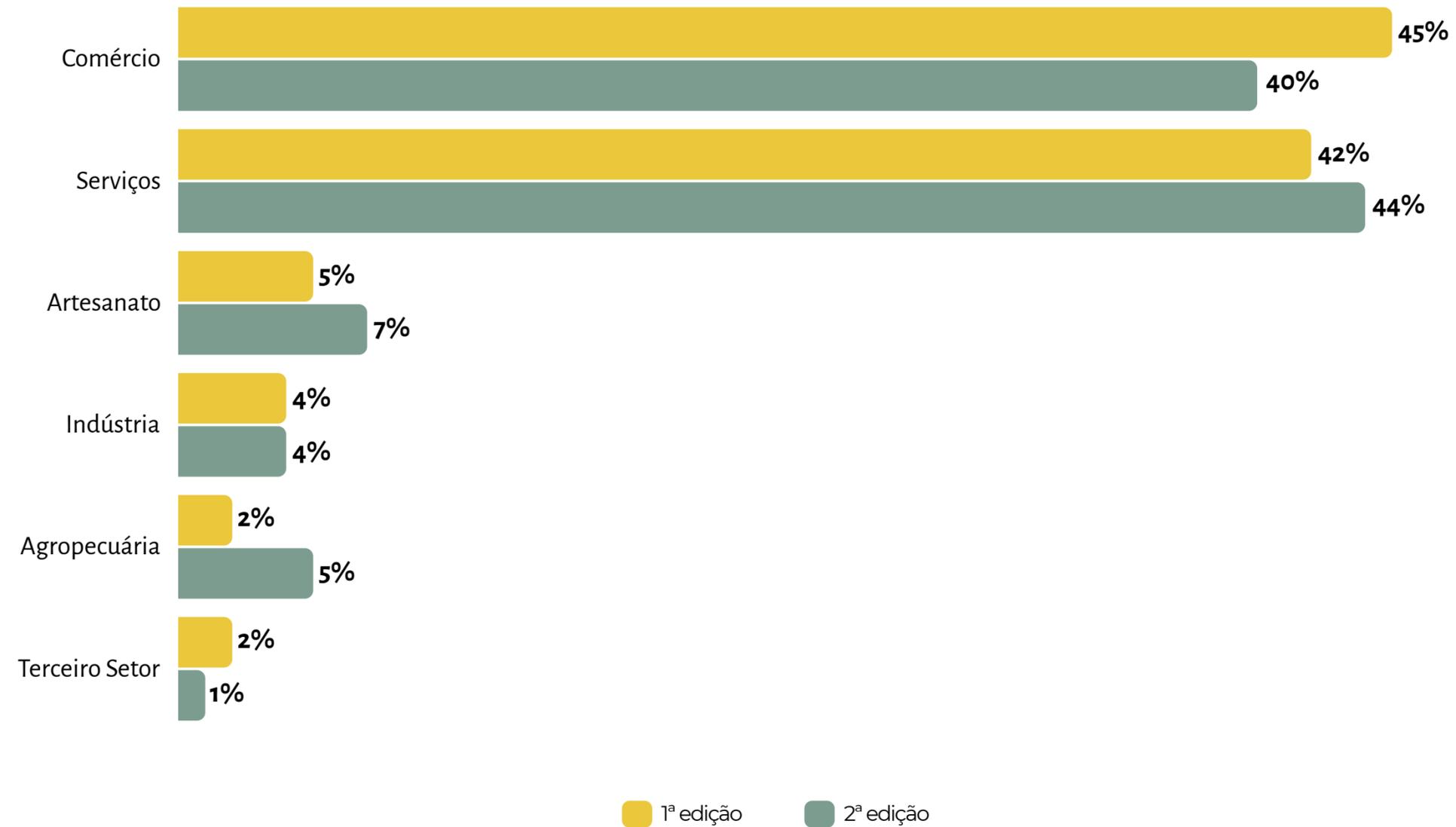
6 | Quantos funcionários há na sua empresa?



Quantidade de respondentes 1ª edição: **332**

Quantidade de respondentes 2ª edição: **338**

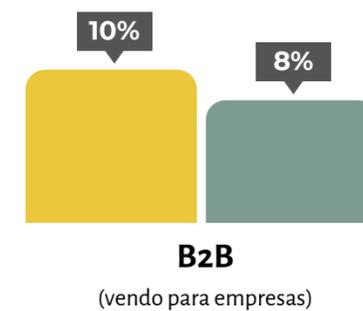
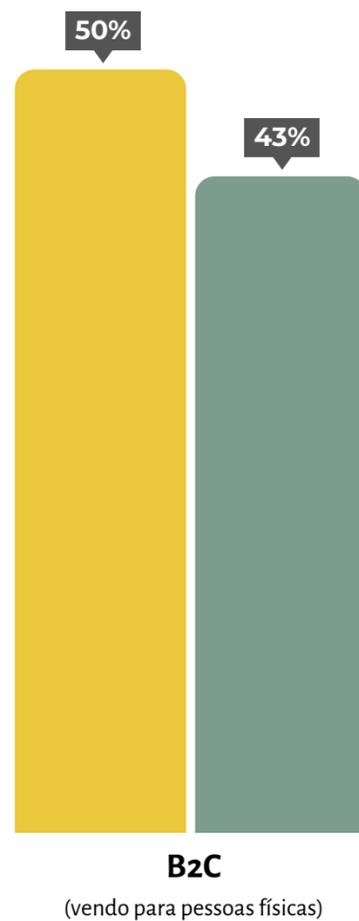
7 | Qual o setor de atividade do seu negócio?



Quantidade de respondentes 1ª edição: **332**

Quantidade de respondentes 2ª edição: **338**

8 | Qual o público-alvo das vendas do seu negócio?

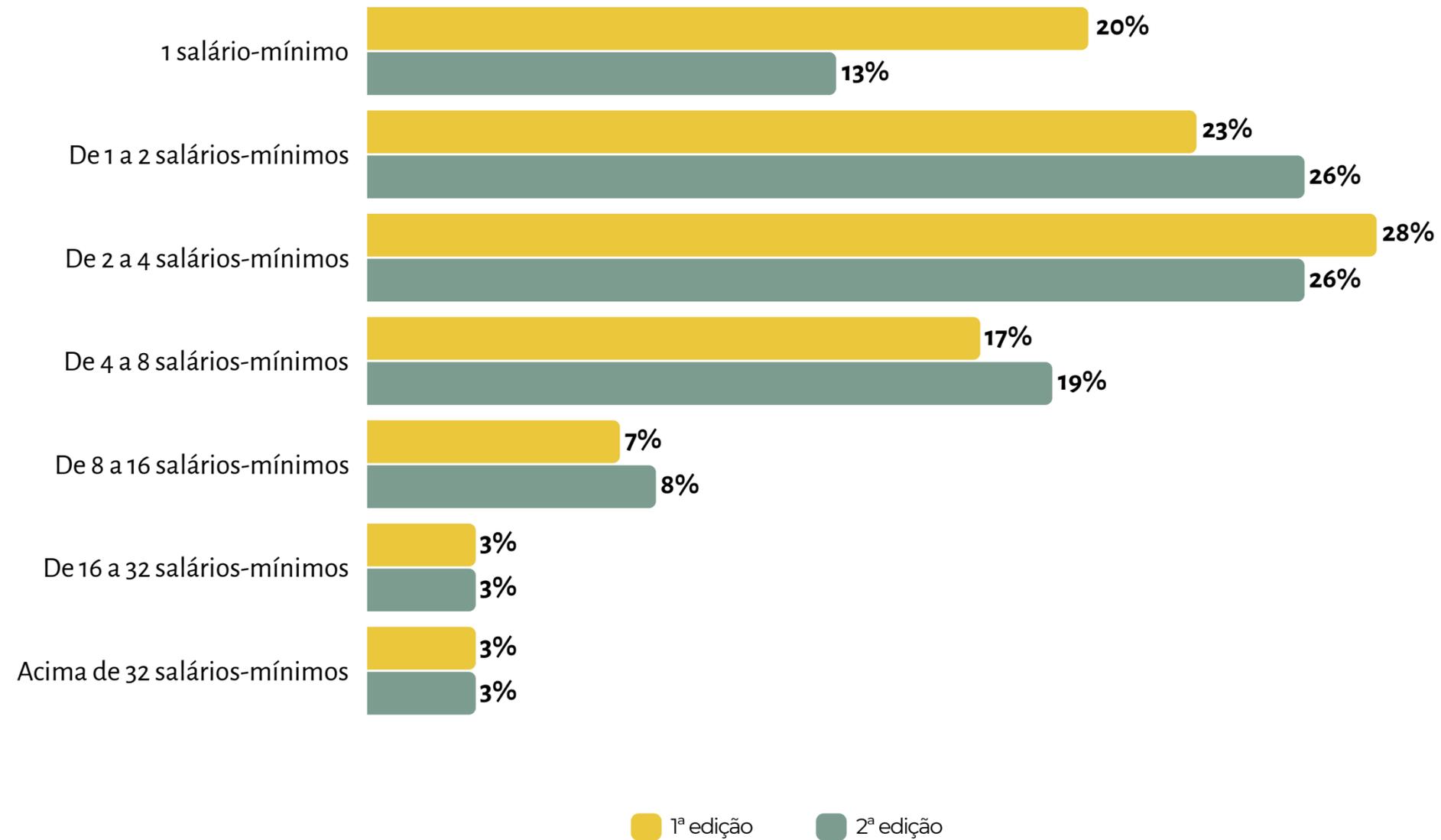


■ 1ª edição ■ 2ª edição

Quantidade de respondentes 1ª edição: **332**

Quantidade de respondentes 2ª edição: **338**

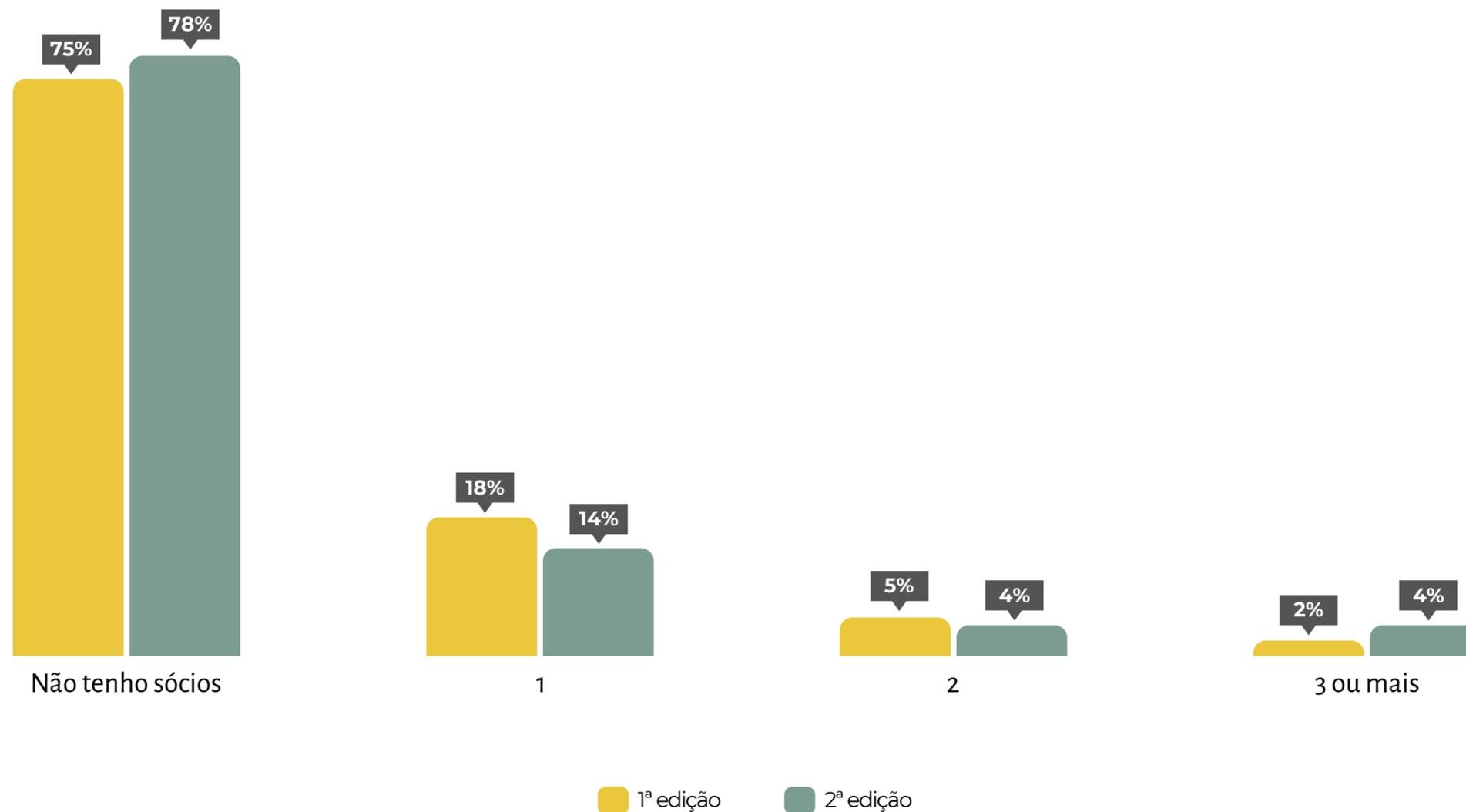
9 | Qual sua renda mensal?



Quantidade de respondentes 1ª edição: **332**

Quantidade de respondentes 2ª edição: **338**

10 | Qual a quantidade de sócios(as) no seu negócio, além de você?



Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

11 | Quais os três principais motivos que lhe levaram a empreender (ter um negócio próprio)?

Motivos	1ª edição	2ª edição
Autonomia e independência	62%	65%
Desenvolvimento pessoal e profissional	43%	43%
Identificação de oportunidades de mercado	36%	36%
Realização de um propósito pessoal	38%	35%
Alternativa para sobrevivência	39%	33%
Empoderamento econômico	16%	19%
Inspiração e referência para outras pessoas	14%	14%
Geração de riqueza para as futuras gerações	10%	14%
Fortalecimento do empreendedorismo feminino	12%	12%
Flexibilidade e Conciliação	10%	11%
Impacto social	6%	6%
Superar barreiras e estereótipos	4%	3%
Preservação cultural	0%	3%
Romper com a hierarquia corporativa	3%	1%
Cultivo de talentos locais	1%	1%
Promoção da diversidade e inclusão	2%	1%
Outro. Qual?	4%	4%

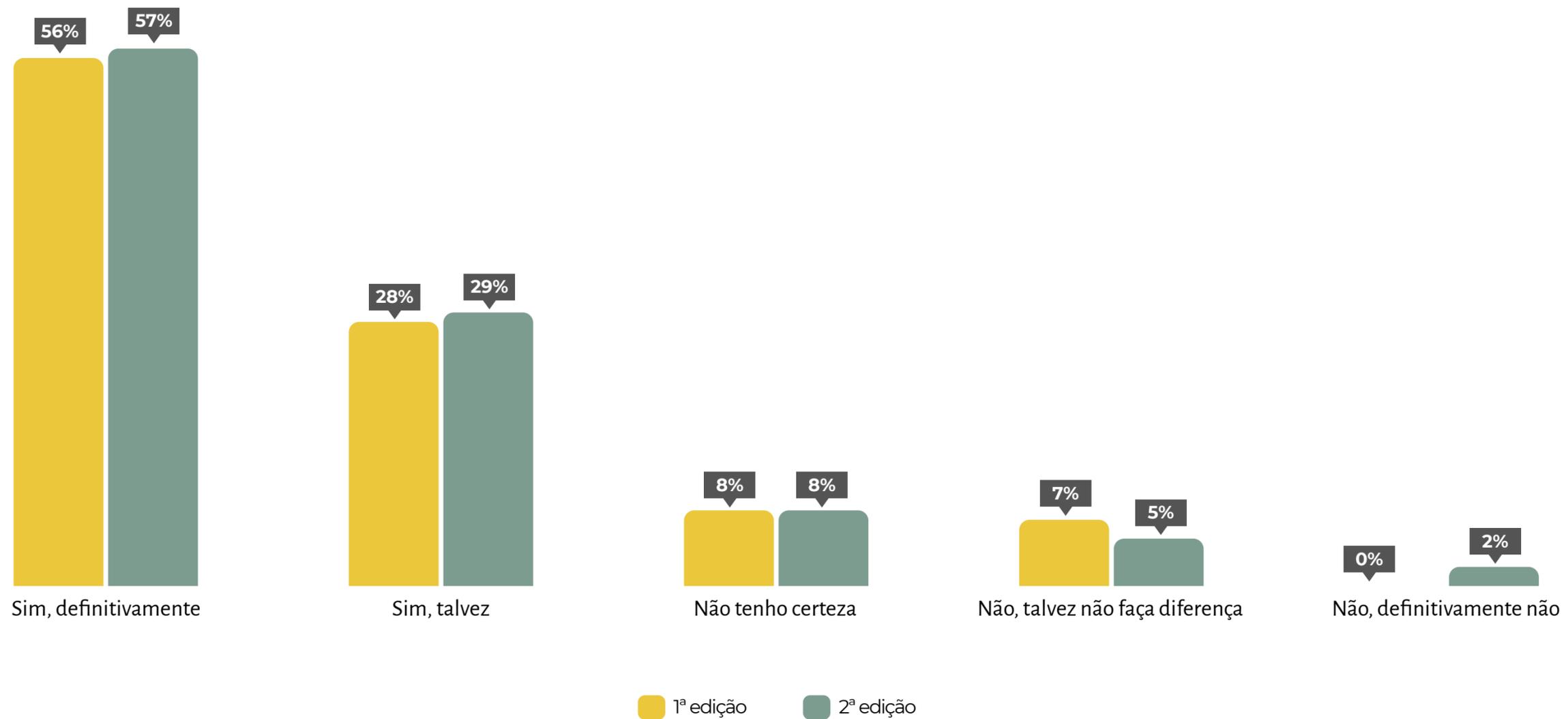
Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Outros

Negócio familiar fundado por meu pai. | O desejo de empreender. | Desenvolvimento sustentável. | Tenho fibromialgia e não consigo trabalhar como CLT, tem semana que passo vários dias de cama. | Fui demitida com idade acima de 47 anos e o mercado não me absorveu mais. Não tive alternativa. | Sonho de ser uma empresária de sucesso, bem-sucedida. | Aposentada, não queria ficar em casa. | Havia perdido o emprego, resolvi abrir um delivery de comida japonesa. | Estimular as próximas gerações a empreender e ter educação financeira, inspiração e referência para outras pessoas. | Visando agregar valor à matéria-prima que produzo, podendo assim obter um retorno maior com a produção. | Lanche. | Falta de emprego, idade acima de 50 anos. | Dar seguimento a um negócio de família. | Minha gravidez gemelar.

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

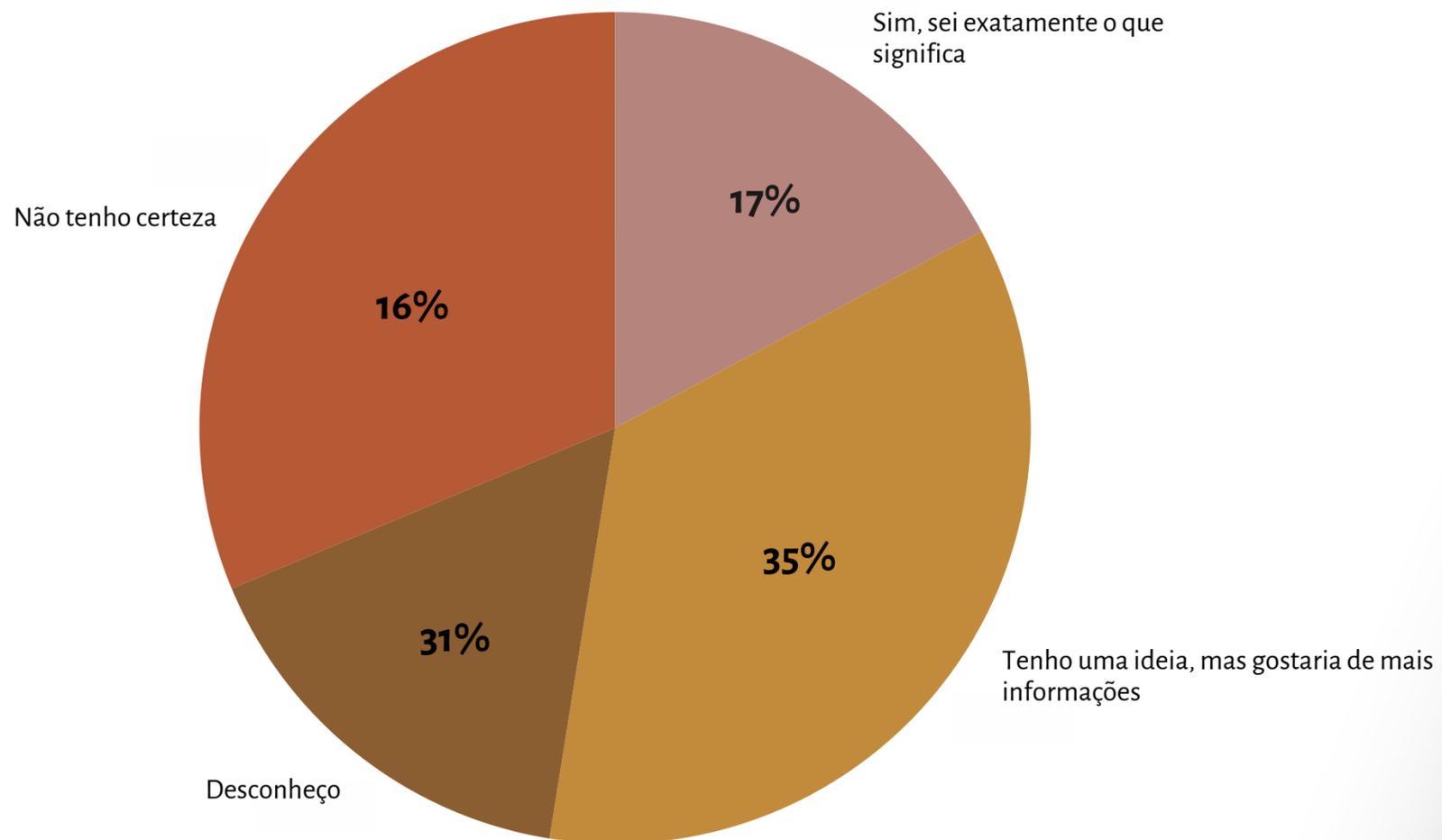
12 | Você acredita que a criação de uma rede de mentores composta por empreendedores/as negros/as bem-sucedidos poderia impulsionar o crescimento dos pequenos negócios na Bahia?



Quantidade de respondentes 1ª edição: 311

Quantidade de respondentes 2ª edição: 328

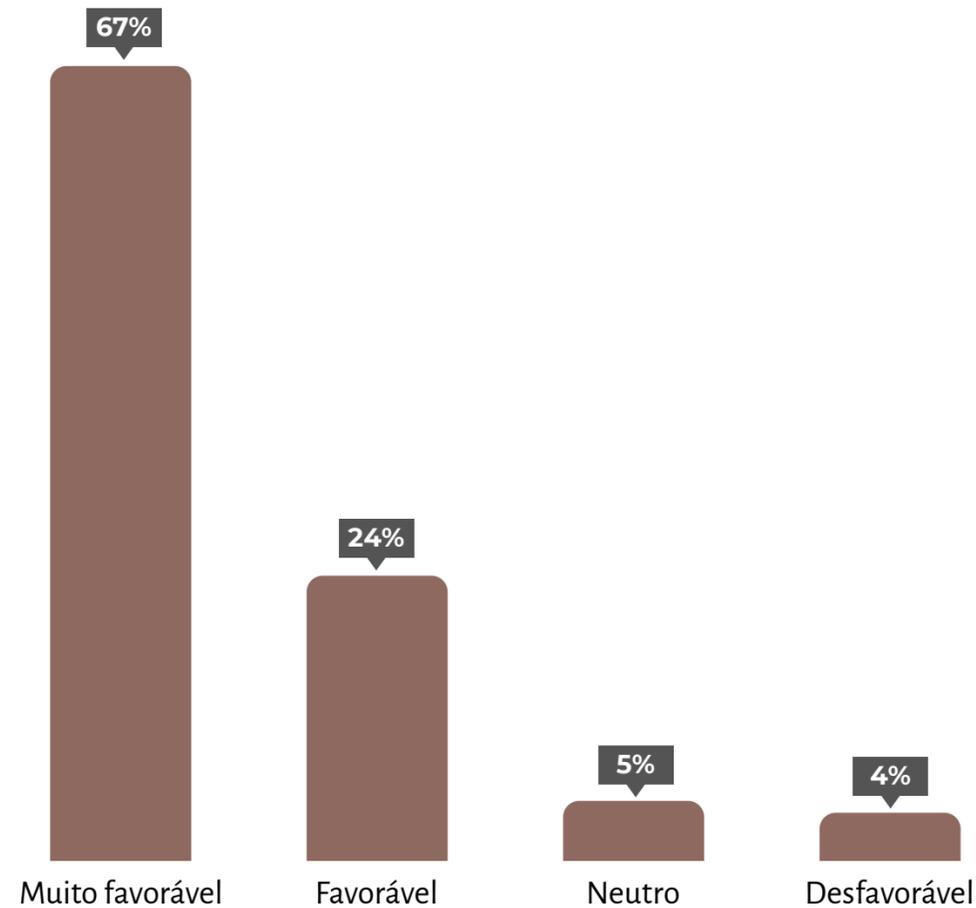
13 | Você sabe o que significa “black money” ou dinheiro circulando entre empreendedores negros? (questão ADAPTADA da 1ª edição)



Quantidade de respondentes 2ª edição: 328



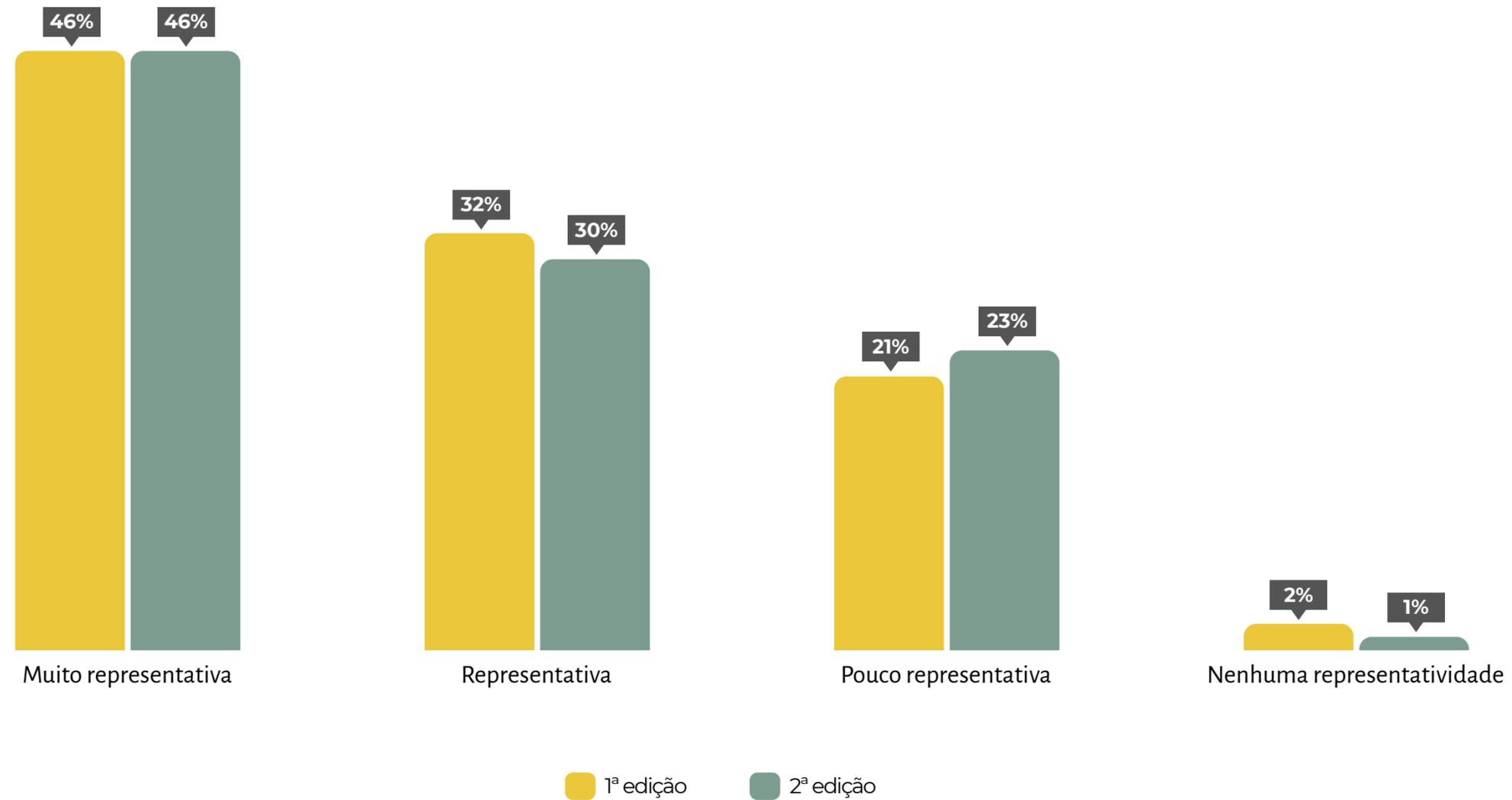
14 | Qual é a sua opinião sobre o fortalecimento econômico da comunidade negra por meio do “black money”? (questão INÉDITA)



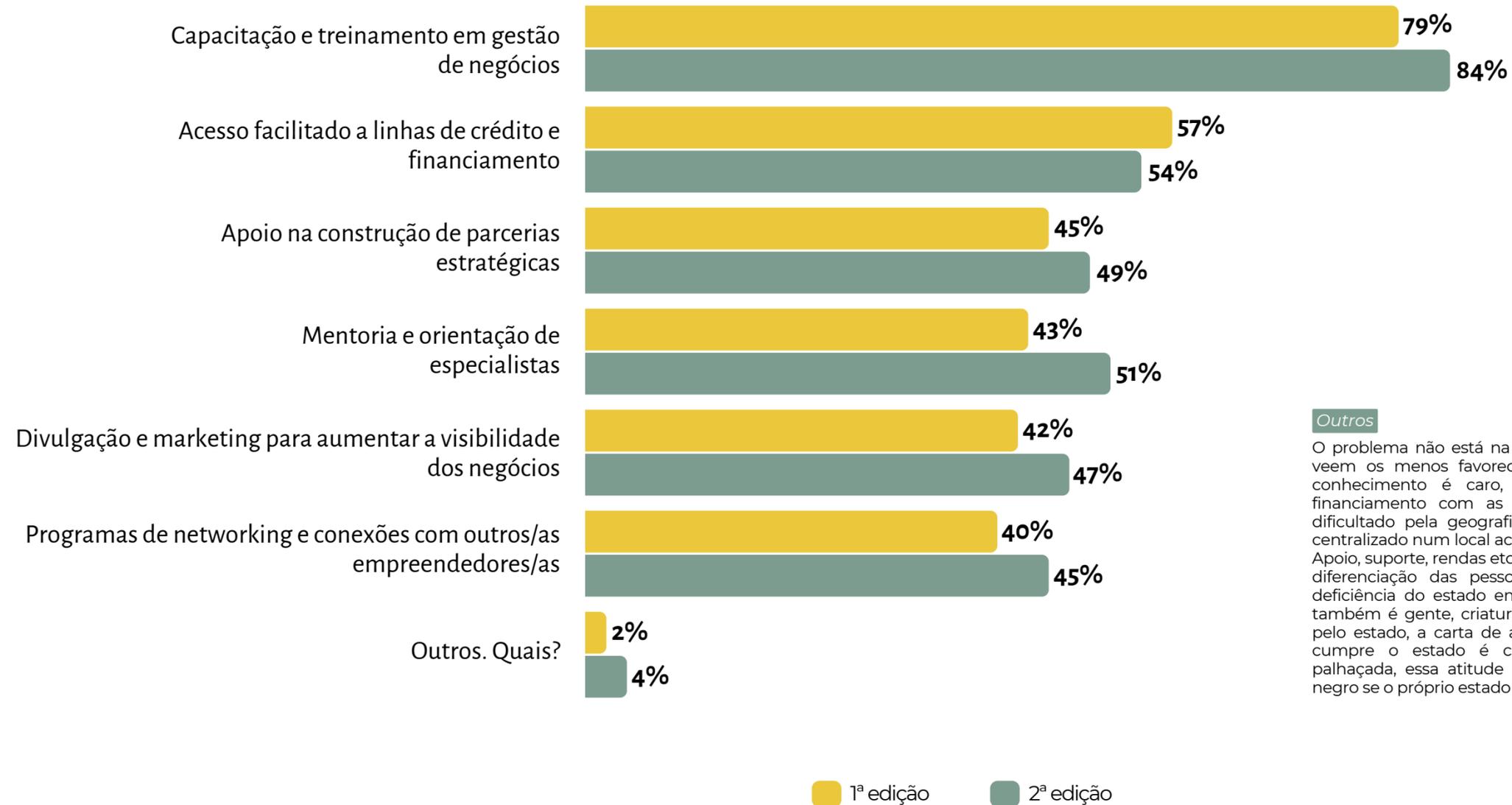
Para quem respondeu: “Sim, sei exatamente o que significa” na questão 13.



15 | Como você avalia a presença de empreendedores negros em eventos e feiras de negócios na Bahia?



16 | Quais serviços ou recursos específicos você considera mais importantes para promover o crescimento e o sucesso dos/as empreendedores/as negros/as da Bahia? (Aceita mais de uma resposta)



Quantidade de respondentes 1ª edição: 311

Quantidade de respondentes 2ª edição: 310

Outros

O problema não está na cor da pele, está em como as pessoas veem os menos favorecidos, as oportunidades são desiguais, conhecimento é caro, nunca está disponível de verdade, financiamento com as piores taxas, apoio quando existe é dificultado pela geografia, sempre em locais distantes, nunca centralizado num local acessível. | Relevante. | Apoio psicossocial. | Apoio, suporte, rendas etc. | Precisamos parar com essa lacração e diferenciação das pessoas pela cor da pele, isso mostra a deficiência do estado em querer diferenciar as pessoas, negro também é gente, criatura de Deus, não precisa ser beneficiado pelo estado, a carta de alforria foi liberada em 1884, se não se cumpre o estado é culpado, precisamos parar com essa palhaçada, essa atitude distancia as pessoas e jamais ajuda o negro se o próprio estado os trata de forma diferente etc.

17 | Quais as três principais dificuldades que você enfrentou para abrir o seu negócio?

Motivos	1ª edição	2ª edição
Acesso a recursos financeiros	40%	36%
Pouca oferta de investimentos	39%	34%
Não sabia como tornar o negócio rentável	38%	33%
Cargas tributárias	27%	30%
Ausência de mentoria e apoios adequados	20%	27%
Networking (rede de contatos) limitado	20%	23%
Acesso limitado a mercados e clientes	22%	23%
Burocracia	19%	18%
Pouco acesso à educação empreendedora	10%	15%
Desconhecimento de estratégias digitais	13%	13%
Capacitação e conhecimento específico	8%	13%
Falta de autoconfiança de que daria certo	11%	9%
Falta de apoio das pessoas ao meu redor	10%	9%
Estereótipos e preconceitos	8%	7%
Desigualdade na distribuição dos recursos públicos	10%	6%
Exclusão de programas de aceleração e incubação	4%	3%
Outro. Qual?	1%	1%

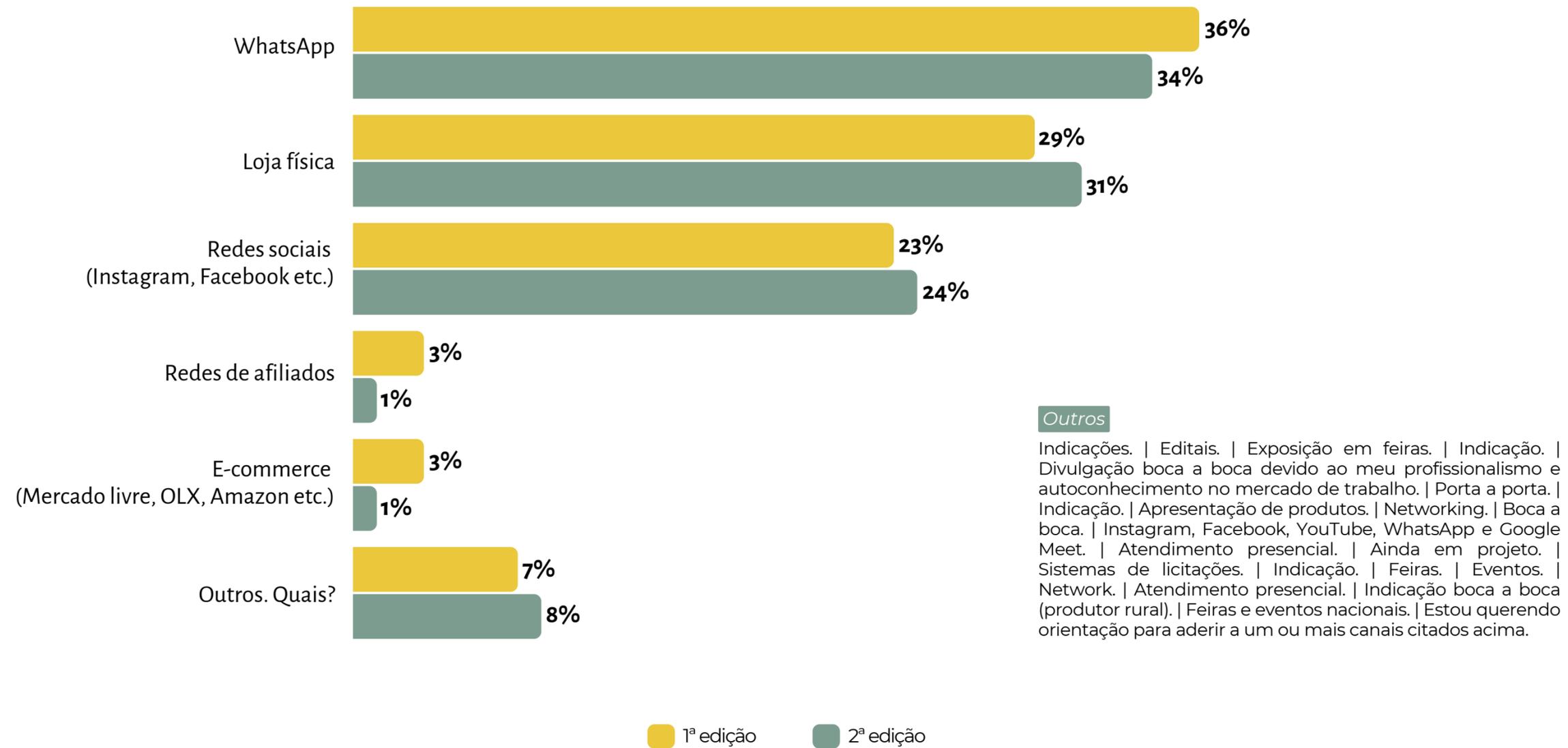
Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Outros

Dificuldade na gestão do tempo (família, estudo, negócio, lazer...) | Espaço de comercialização - eventos para artesanato | Não tive dificuldade, estou dando prosseguimento a um negócio já existente | Mão de obra capacitada.

Quantidade de respondentes 2ª edição: 274

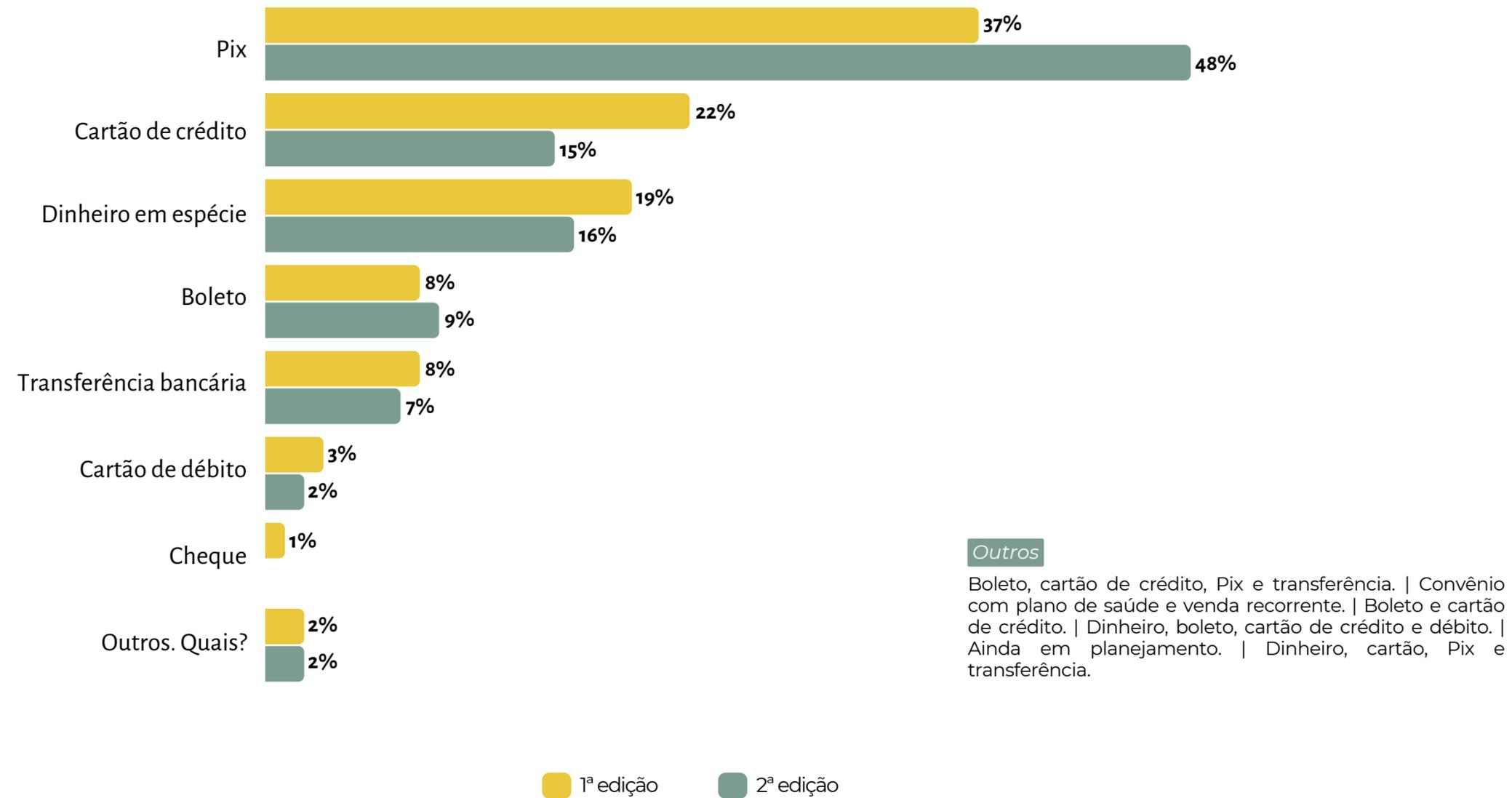
18 | Qual o principal canal de vendas do seu negócio?



Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 274

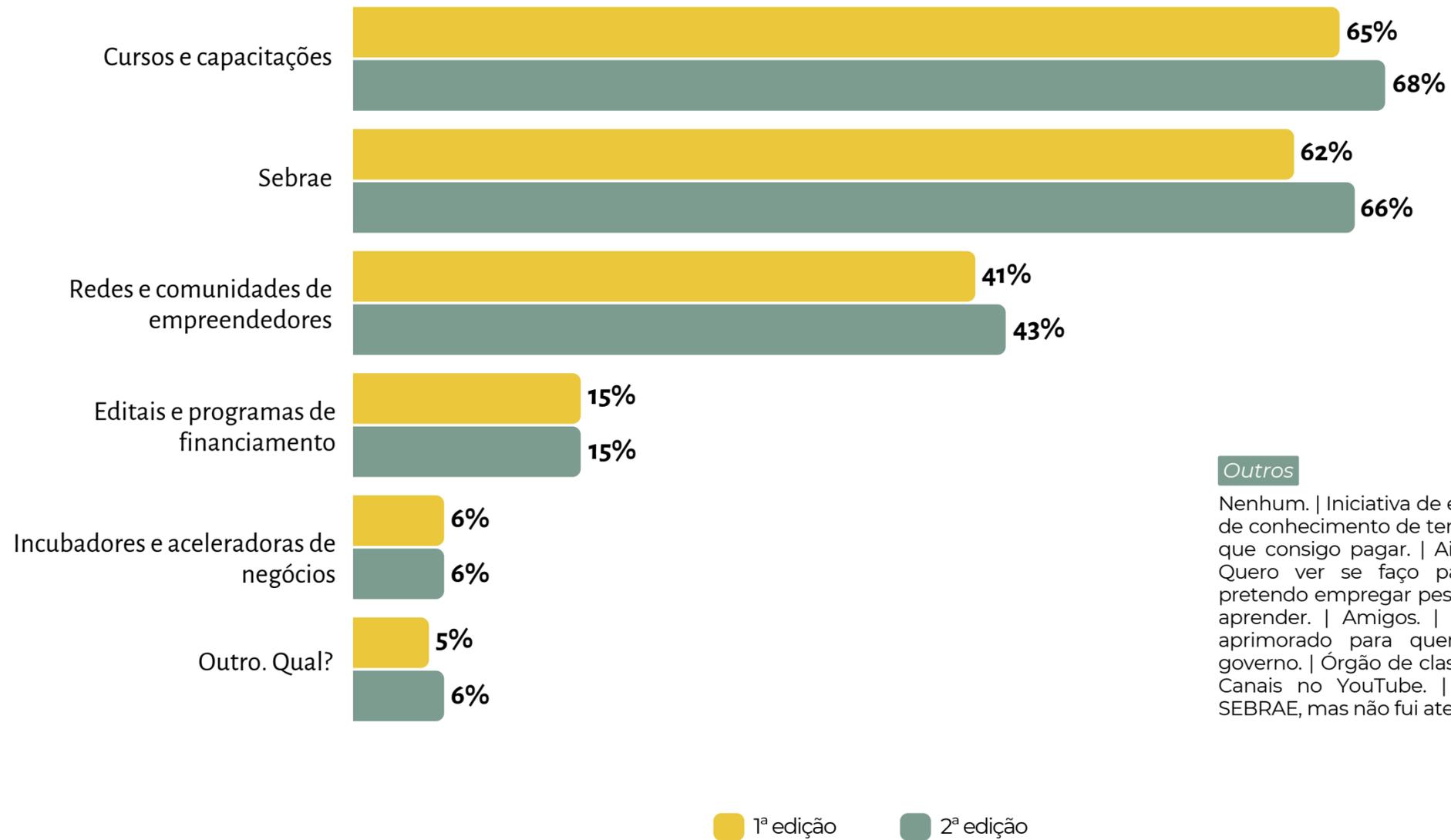
19 | Qual o meio de pagamento mais utilizado no seu negócio?



Quantidade de respondentes 1ª edição: **262**

Quantidade de respondentes 2ª edição: **274**

20 | Que iniciativas/instituições você já buscou para aprimorar o seu negócio? (Aceita mais de uma resposta)



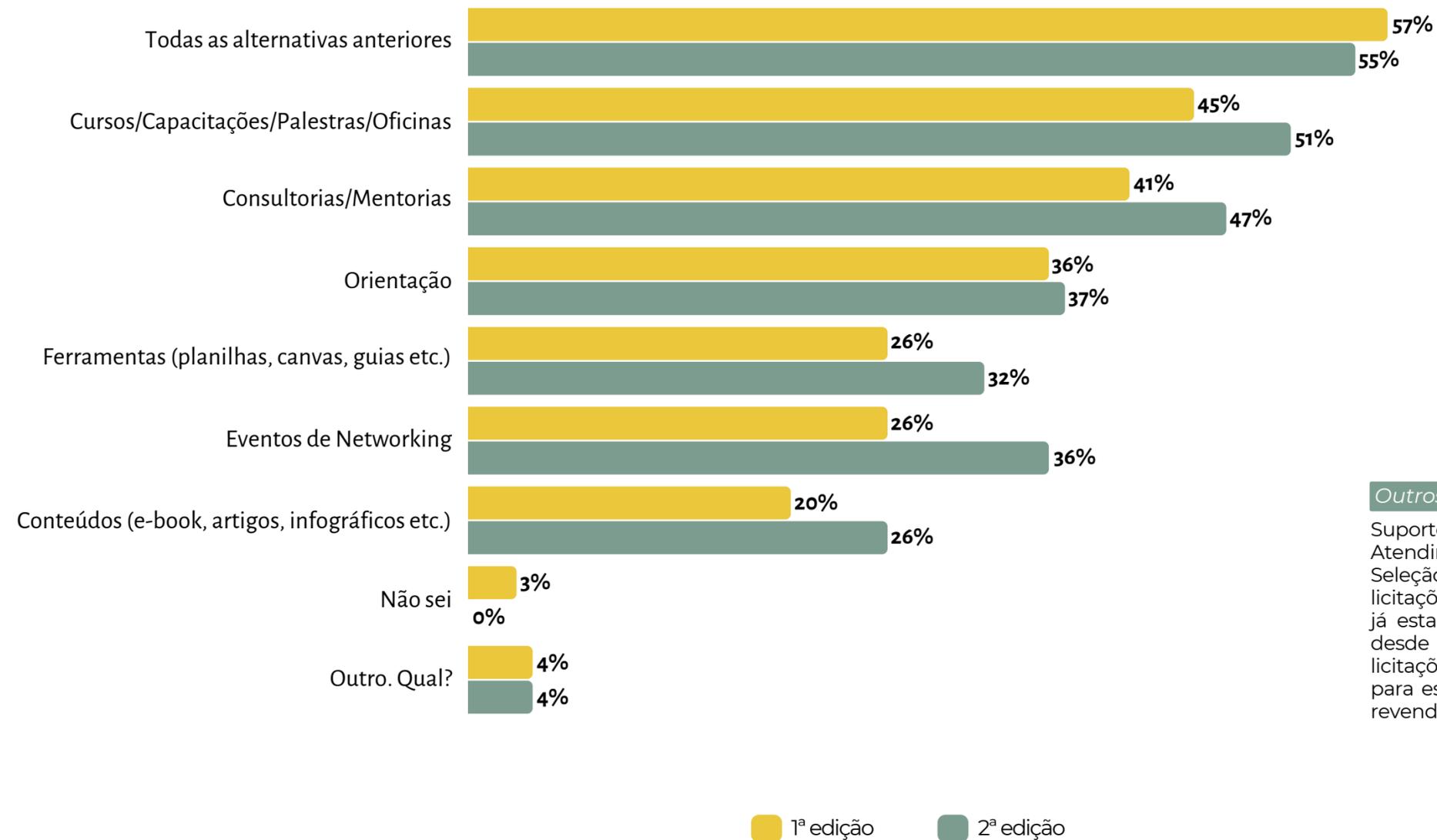
Outros

Nenhum. | Iniciativa de empreender mesmo. | Eu corro atrás de conhecimento de terça, por meio de lives ou cursos livres que consigo pagar. | Ainda não. | Cesol, CFA. | Nenhum. | Quero ver se faço parceria com a prefeitura, porque pretendo empregar pessoas da comunidade. | Quero muito aprender. | Amigos. | Pessoas. | Falta de conhecimento aprimorado para quem vende exclusivamente para o governo. | Órgão de classe. | Várias formações acadêmicas. | Canais no YouTube. | Certificação cacau. | Busquei ao SEBRAE, mas não fui atendido.

Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 274

21 | Que tipo de apoio gostaria de receber do Sebrae Bahia para apoiar a gestão e/ou planejamento da sua empresa/negócio? (Aceita mais de uma resposta)



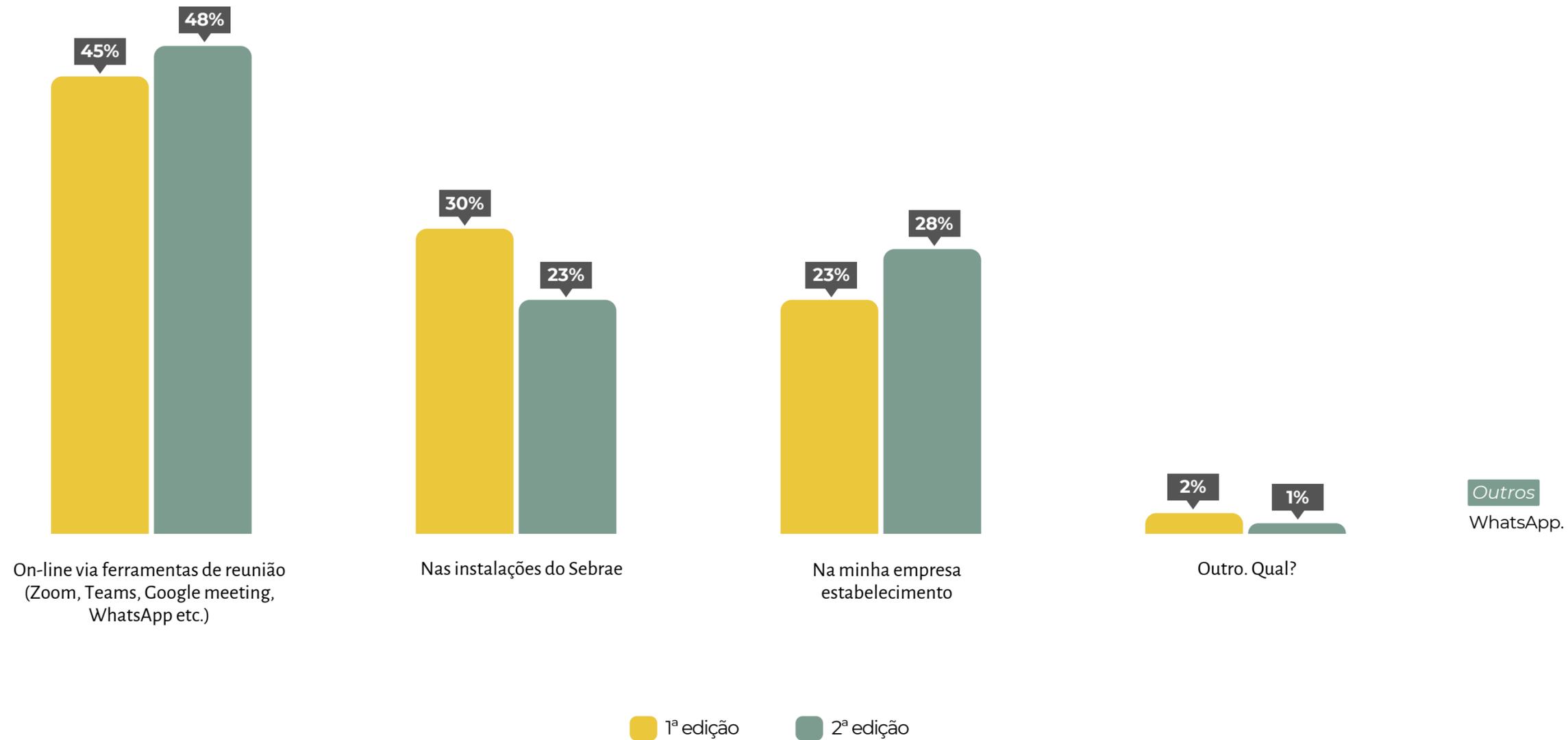
Outros

Suporte para eventos (feiras) de vendas. | Atendimento psicológico voltado à saúde mental. | Seleção feita pelo Sebrae para participar de licitações para MEI. | Legal. | Financeiro. | Apesar de já estar no grupo de empreendedores do Sebrae desde 2019. | Entender melhor o segmento de licitações e suas dificuldades para créditos. | Feiras para escoar meus produtos. | Eventos e feiras para revenda de produtos. | Todas as alternativas.

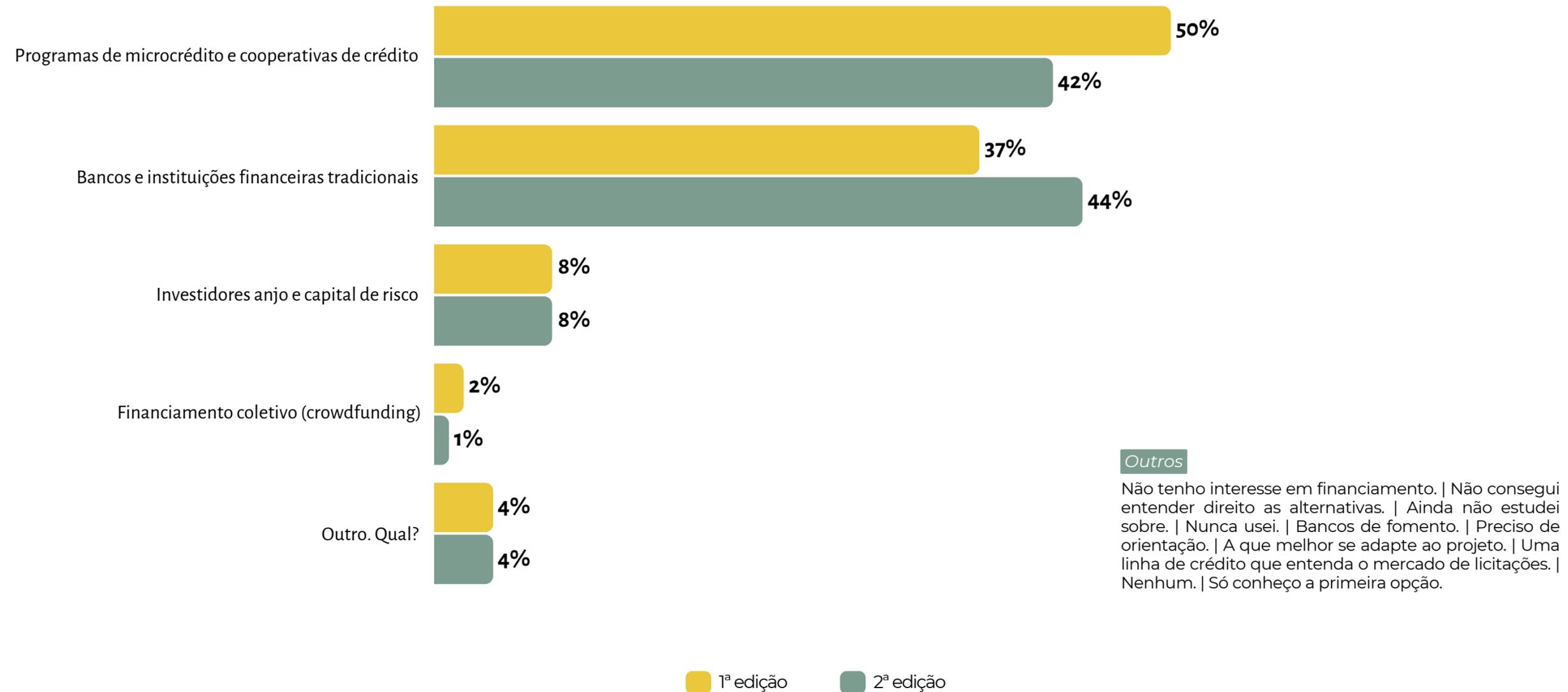
Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 274

22 | De que maneira você gostaria de ser atendido pelo Sebrae?



23 | Que tipo de apoio gostaria de receber do Sebrae Bahia para apoiar a gestão e/ou planejamento da sua empresa/negócio? (Aceita mais de uma resposta)



Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 273

24 | Na sua opinião, o que falta para o fortalecimento do afroempreendedorismo/empreendedorismo negro na Bahia?

Acesso ao Crédito e Financiamentos, educação e capacitação, rede de contatos e parcerias, valorização da cultura, apoio institucional e políticas públicas, combate ao racismo estrutural, visibilidade e representatividade.

Precisam acreditar que os afroempreendedores são pessoas capazes de empreender.

Rede de apoio, capacitação e também visibilidade e reconhecimento. Visibilidade, Networking e Acesso a Crédito.

Acreditar que os afroempreendedores são capazes.

Acreditar sempre no potencial das pessoas independente de cor.

Coragem de enfrentamento, recursos para investimentos e busca de conhecimento.

Cultura de conscientização para os próprios empreendedores.

Inclusão e apoio financeiro. Falta visibilidade e cursos técnicos.

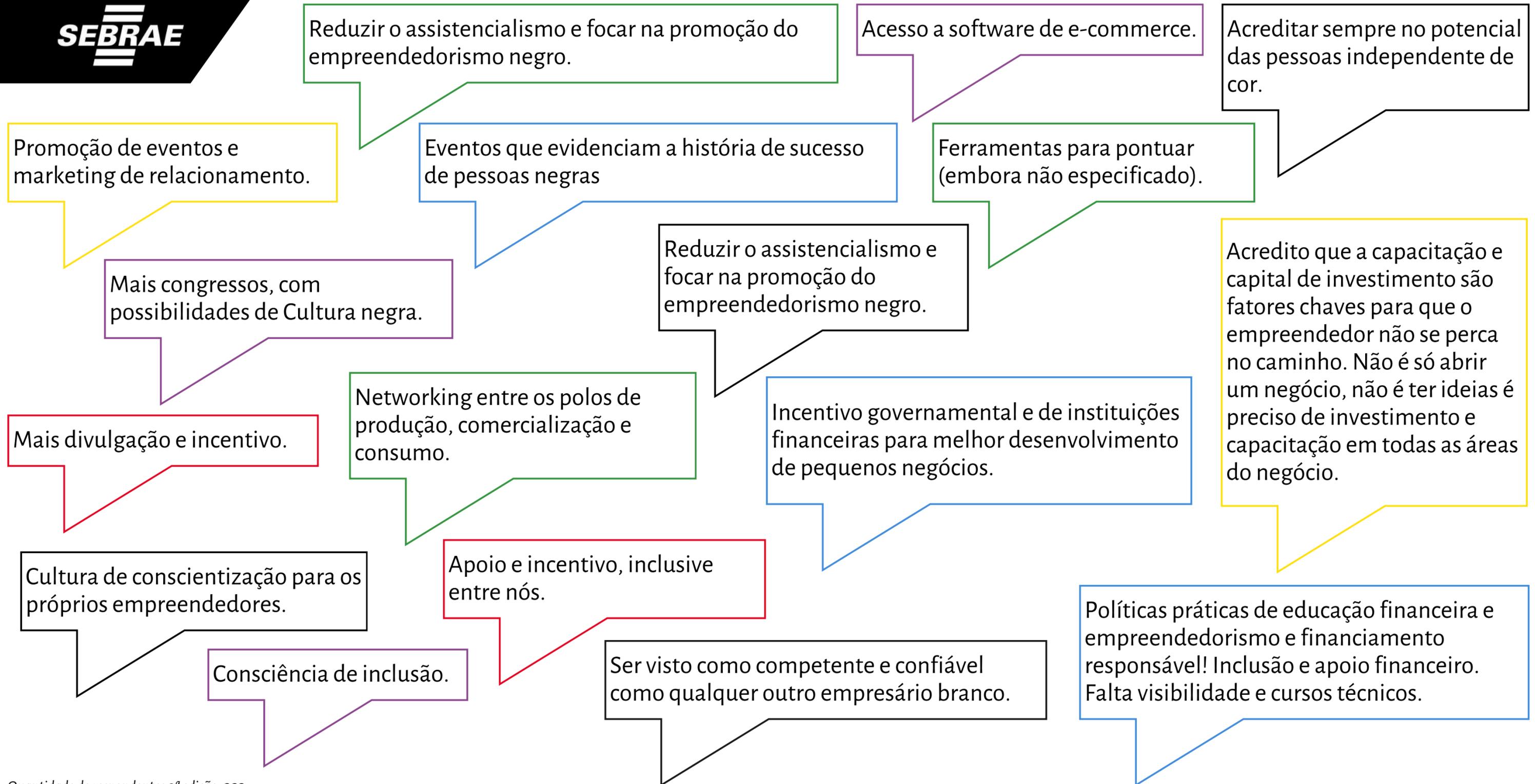
Menos burocracia em relação aos investimentos, microcrédito.

Orientação e preparo para gerir o negócio.

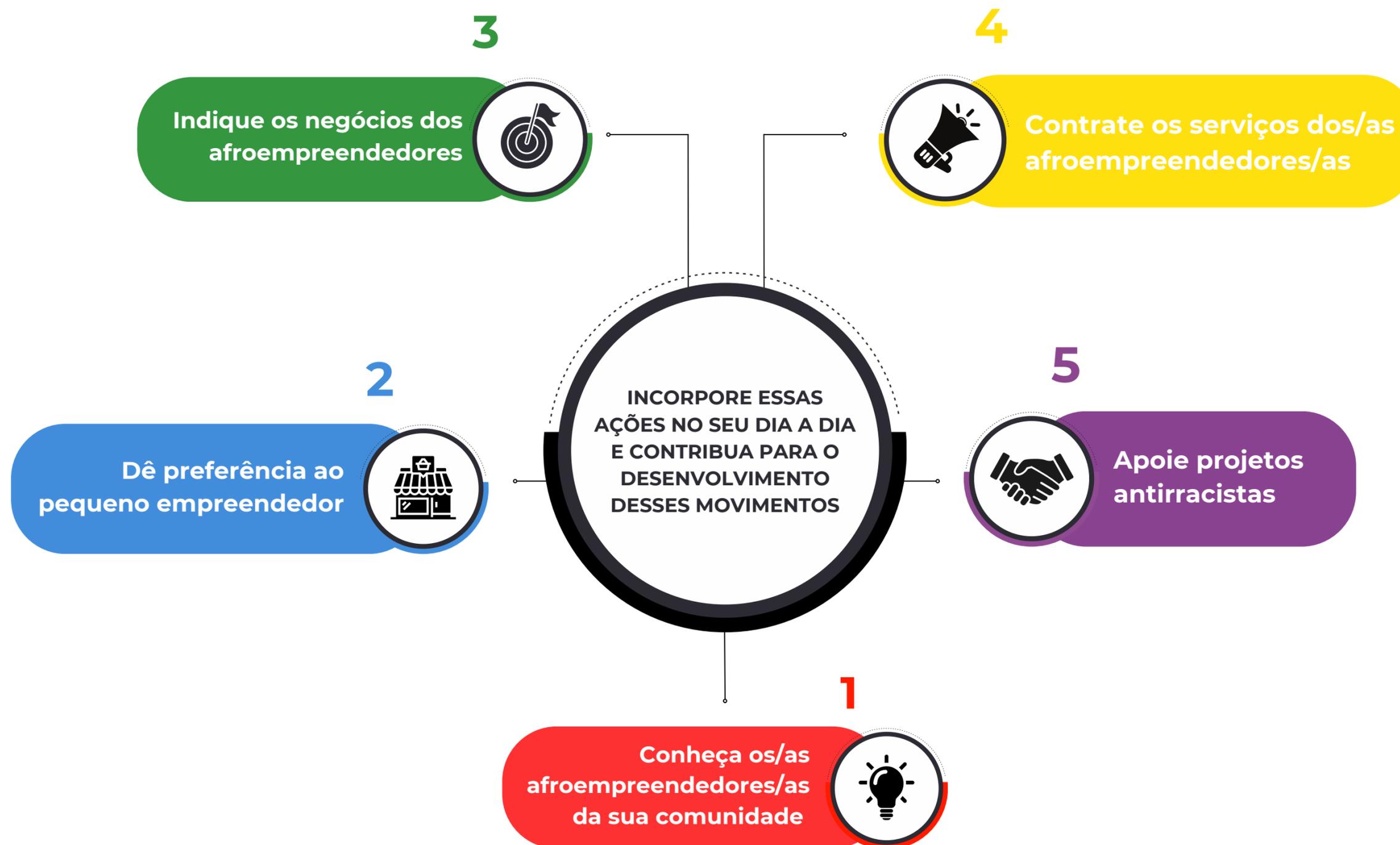
Cultura de conscientização para os próprios empreendedores

Investimento financeiro adequado.





Ações para fortalecimento do afroempreendedorismo:



CLIQUE AQUI



E confira a 1ª edição da
pesquisa **Propósito dos
Afroempreendedores
Baianos.**



TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A REPRODUÇÃO NÃO AUTORIZADA DESTA PUBLICAÇÃO, NO TODO OU EM PARTE, CONSTITUI VIOLAÇÃO DOS DIREITOS AUTORAIS (LEI Nº 9.610).

INFORMAÇÕES E CONTATOS

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE
UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA - ESTUDOS E PESQUISAS
RUA ARTHUR DE AZEVEDO MACHADO, Nº 1225, EDIFÍCIO CIVIL TOWERS,
TORRE CIRRUS, 22º ANDAR, COSTA AZUL, SALVADOR - BA, 41770-790
TELEFONE (71) 3320-4471
E-MAIL: UGE.SEBRAE@BA.SEBRAE.COM.BR

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL

HUMBERTO MIRANDA OLIVEIRA

DIRETORIA DA SUPERINTENDÊNCIA

JORGE KHOURY

DIRETORIA TÉCNICA

FRANKLIN SANTOS

DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

VITOR LOPES

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA

FRUTOS GONZALEZ DIAS NETO | GERENTE
ISABEL DE CÁSSIA SANTOS RIBEIRO | GERENTE ADJUNTA
ANDERSON DOS SANTOS TEIXEIRA | ANALISTA
FERNANDO EDMAR DE OLIVEIRA SILVA | ANALISTA
ALICE DOS SANTOS DE SANTANA | APOIO

RESPONSÁVEL PELA PESQUISA

ANDERSON DOS SANTOS TEIXEIRA

DIAGRAMAÇÃO

ALICE DOS SANTOS DE SANTANA