

1er Estudio

AFROEMPREENDEDURISMO EN ARGENTINA, BRASIL, COLOMBIA, PANAMÁ Y PERÚ

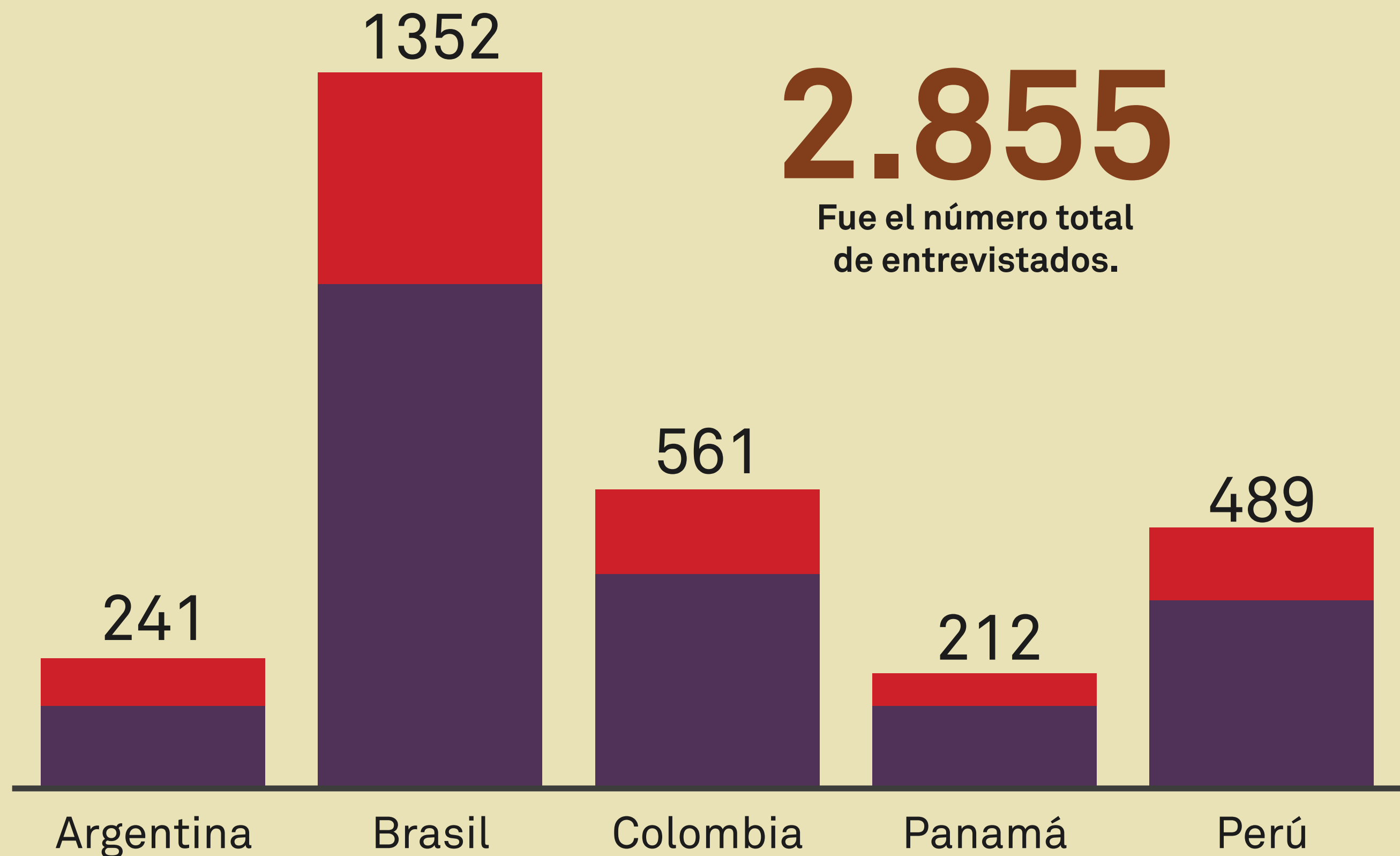
El objetivo del estudio fue explorar el perfil de empresas lideradas por personas negras en América Latina y sus principales desafíos, como la operación del negocio, el acceso al crédito y la discriminación. Se entrevistaron a 2,855 emprendedores negros en Brasil, Argentina, Colombia, Panamá y Perú para entender las particularidades de tener empresas en cada país.

Los 5 países encuestados traen contextos diferentes a la población afrodescendiente



EL ESTUDIO

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA CON DOS PERFILES





2.855
Fue el número total
de entrevistados.

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA



Además, realizamos 25 entrevistas
en profundidad a emprendedores,
5 por país.

-  **Emprendedores negros:** perfil general de la población de los países, basado en la autoidentificación, incluidas las categorías mestizas.
-  **Ecosistema:** emprendedores de la red de apoyo vinculada a Feira Preta

ARGENTINA

46 millones de personas

De los cuales, 303 mil personas se reconocen como afrodescendientes (0.7% de la población).

POTENCIAL DE CONSUMO



\$ 742 millones

PERFIL

La identidad nacional argentina está centrada en la blanquitud, pero las recientes de inmigración y cambios en el debate público están tensionando esta visión. Esta construcción como una nación blanca invisibilizó a los afroargentinos.

ECONOMÍA

Argentina es la 3^a mayor economía de América Latina e incentiva el emprendimiento en el país apoyando principalmente a pequeñas y medianas empresas.

Los afrodescendientes son la mayor población activa (73.3%) y también representan la mayor ocupación en el mercado de trabajo (73% vs 63.6% de la población).

NO ENCONTRAMOS INFORMACIÓN QUE APOYE EL EMPRENDIMIENTO NEGRO – Y ESE ES EL PRINCIPAL DESAFÍO: RECONOCERLOS Y APOYARLOS DENTRO DE ESTE MERCADO.



BRASIL

203 millones de personas

De estas, 112.7 millones (55%) son afro Brasileiras, 80% viven en ciudades y las 10 mayores capitales suman casi 40 millones de personas.

POTENCIAL DE CONSUMO



\$ 340 mil millones

PERFIL

Los afro brasileños ocupan los estratos más bajos de la sociedad y tienen peor infraestructuras y calidad de vida, menos acceso a internet y disparidades en la educación, pero políticas recientes de inclusión racial buscan cambiar este escenario.

ECONOMÍA

Brasil es la mayor economía de América Latina

El emprendimiento brasileño es **afro diaspórico**, con 15.2 millones de emprendedores.

El acceso a crédito productivo es una de las principales barreras para el desarrollo de los negocios afro.

BA, AM Y PA SON LOS ESTADOS CON MAYORES PROPORCIONES DE AFRO BRASILEÑOS, PRÓXIMAS AL 80%. SÃO PAULO Y RÍO DE JANEIRO SON LAS CIUDADES MÁS IMPORTANTES (EN NÚMEROS ABSOLUTOS) Y SALVADOR EN PROPORCIÓN.



COLOMBIA

50.8 millones de personas

4.6 millones (9%) son afrodescendientes y 1.9 millones (4%) son indígenas

POTENCIAL DE CONSUMO



\$ 47 mil millones

PERFIL

El censo colombiano (DANE) considera cuatro posibilidades de autoidentificación (población Palenquera, comunidades negras, población Raizal y población afrocolombiana) y ha trabajado para mejorar la producción de estadísticas y dirigir políticas públicas para estos grupos, donde 4,671,160 personas se reconocen como parte.

ECONOMÍA

24.5% de la población aún es afectada por la pobreza multidimensional, siendo las poblaciones afrodescendientes y afrocolombianas el segundo grupo más afectado.

La gran mayoría de los emprendedores son jóvenes entre 25 y 34 años. Los hombres tienen más posibilidades de emprender (30%) que las mujeres (26%) y, en las empresas ya consolidadas, la mayoría de los dueños también son hombres.

EL FESTIVAL PETRONIO ÁLVAREZ ES UN EJEMPLO QUE HA CONSOLIDADO Y AMPLIADO LA EXPERIENCIA DEL EMPRENDIMIENTO AFRODESCENDIENTE.



PANAMÁ

Aproximadamente 4 millones de personas

De estas, 1.2 millones (32%) son afrodescendientes. La ciudad de Panamá, la capital, concentra, sola, **1.5 millones de personas**.

POTENCIAL DE CONSUMO



\$ 11.5 mil millones

PERFIL

El racismo aún es constante en la sociedad panameña y común para afrodescendientes y pueblos indígenas, considerando la discriminación en oportunidades de trabajo, marginalización económica y falta de representación política.

ECONOMÍA

El país tiene la **segunda mayor zona comercial** del mundo, la **Zona Libre de Colón**, lo que lo convierte en un hub internacional de comercio, transporte y logística.

El emprendimiento panameño ha aumentado cada año, donde el 55% son jóvenes entre 25 y 44 años.

AFRODESCENDIENTES EXPERIMENTAN MÁS DESEMPLEO Y SALARIOS MENORES – ESPECIALMENTE LAS MUJERES.
47.4% DE LOS PANAMEÑOS TRABAJA INFORMALMENTE, Y MUCHOS SE ADHIEREN AL EMPRENDIMIENTO POR LA DIFICULTAD DE CONSEGUIR UN EMPLEO FORMAL.



PERÚ

POTENCIAL
DE CONSUMO



\$ 33.8 mil
millones



33.3 millones de personas

El 85% viven en áreas urbanas y el **28% (~9.6 millones)** de la población vive alrededor de Lima.

PERFIL

La pobreza es significativamente mayor entre afros e indígenas, con impacto directo en sus oportunidades. La informalidad y el trabajo precario impactan más a estos grupos y, en 2014, el 30% de la población afro recibía menos de un salario mínimo por mes.

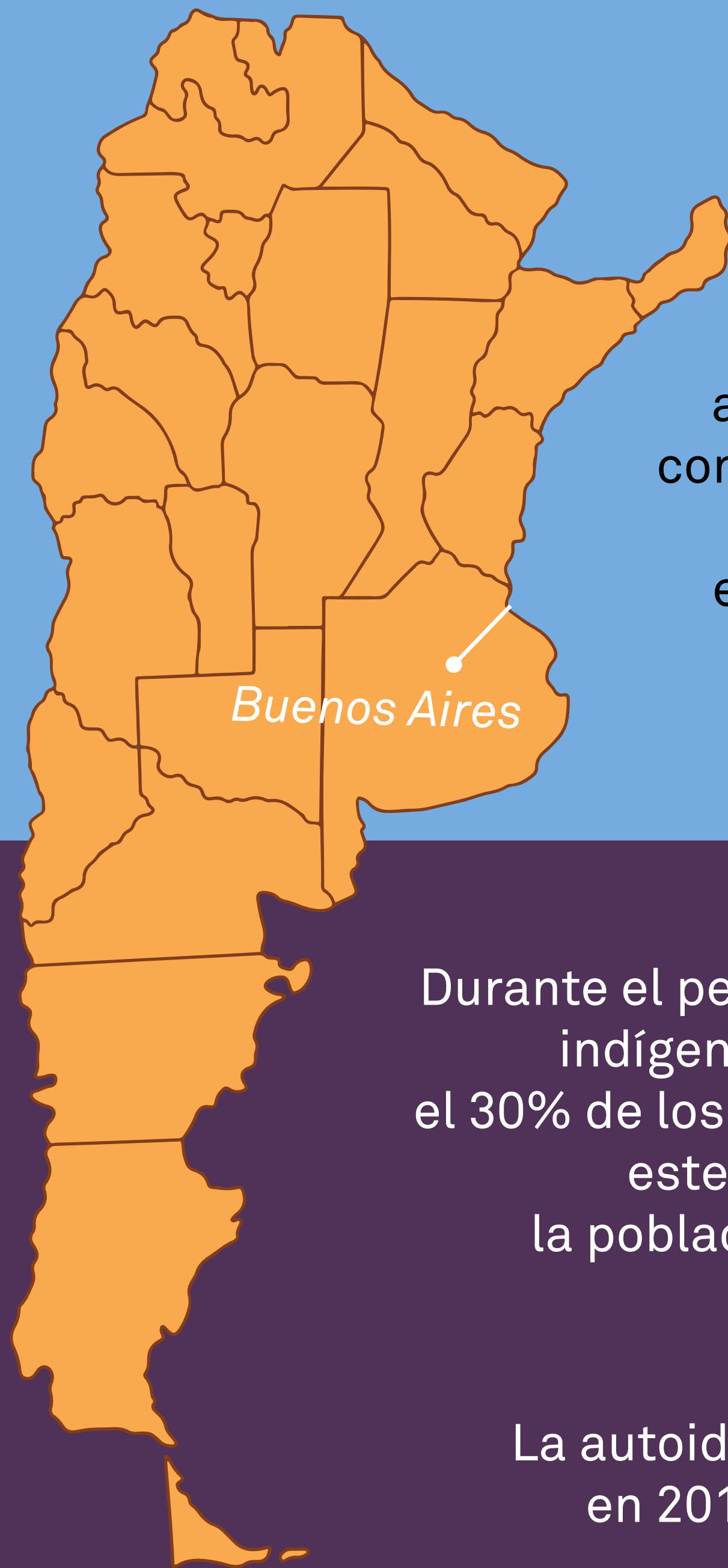
ECONOMÍA

En el emprendimiento afroperuano, el **50%** de las mujeres son emprendedoras y la mayoría de los emprendedores son jóvenes entre 25 y 44 años. El grupo entre 25 a 34 años está comenzando a emprender y entre 35 a 44 años ya están más establecidos.

Mestizos y afroperuanos son mayoría en el mercado de trabajo, juntos suman el 60% de la población económica activa.

EL POTENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO AFROPERUANO ES RECONOCIDO: LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS SON LA MAYORÍA, SIENDO UNO DE LOS PAÍSES MÁS EMPRENDEDORES DE AMÉRICA LATINA.

**LOS
RESULTADOS EN
ARGENTINA
2024**



56% de los afroargentinos se concentra en la región metropolitana y en la provincia de Buenos Aires.

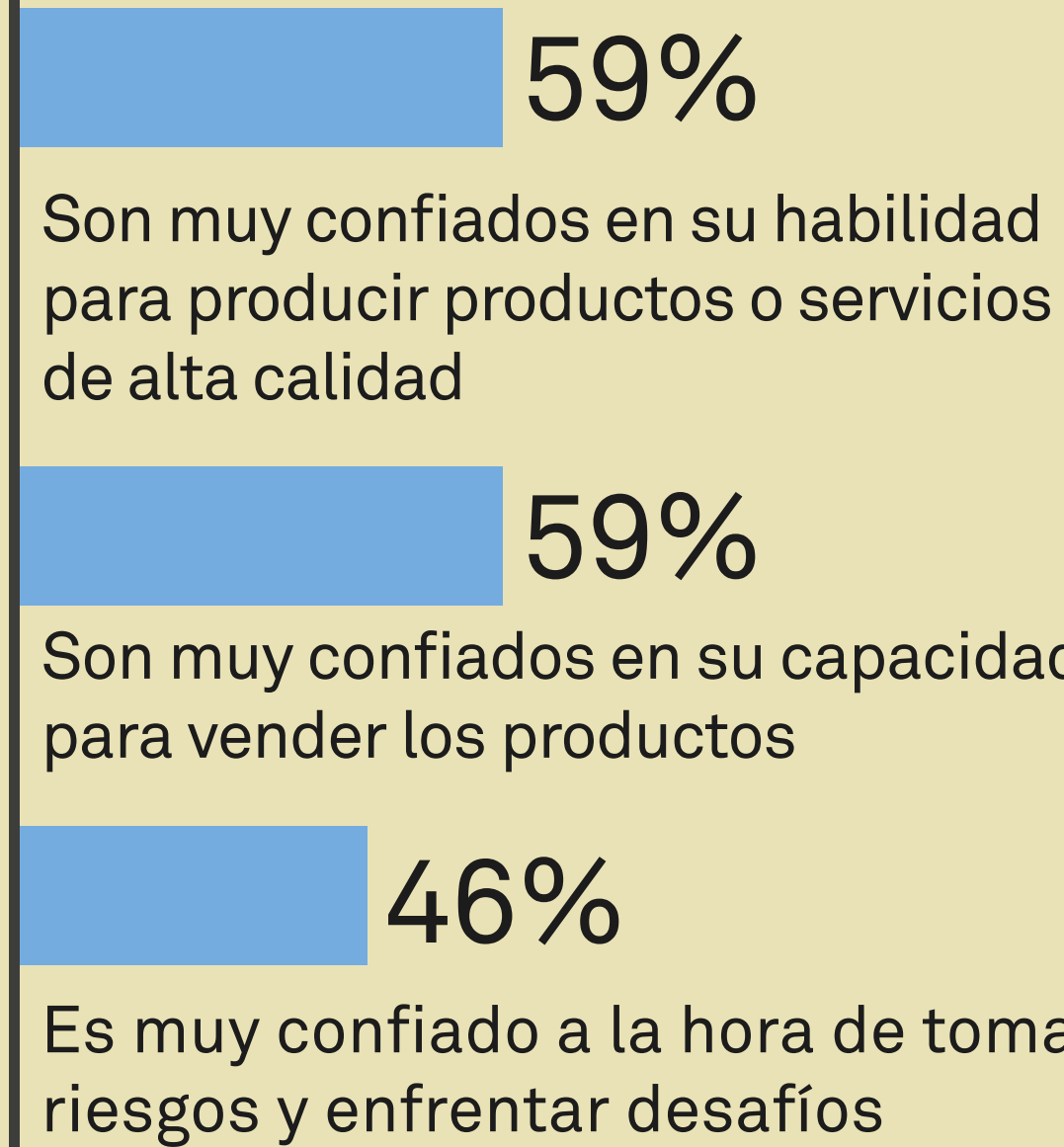
El discurso y la práctica de **blanqueamiento de la población** argentina han marginado a los afroargentinos, reduciendo su presencia en el país.

A pesar de las dificultades, los afroargentinos presentan algunos **indicadores básicos mejores** que los de la población en general.

Durante el período colonial, la invasión española trajo alrededor de 20 mil esclavizados al país. Los indígenas fueron diezmados por enfermedades y guerras contra los europeos. En 1778, el 30% de los habitantes de Buenos Aires eran negros; en otras regiones, como Tucumán y Córdoba, este número llegaba al 64%. Con la independencia, hubo un intento de blanquear la población, pero en el siglo XX la inmigración de cabo-verdianos y senegaleses aumentó el número de afrodescendientes en el país.

La autoidentificación como afrodescendiente se comenzó a considerar en el Censo apenas en 2010, y el INADI recibe, en promedio, 2,5 mil denuncias de discriminación por año.

PERFIL



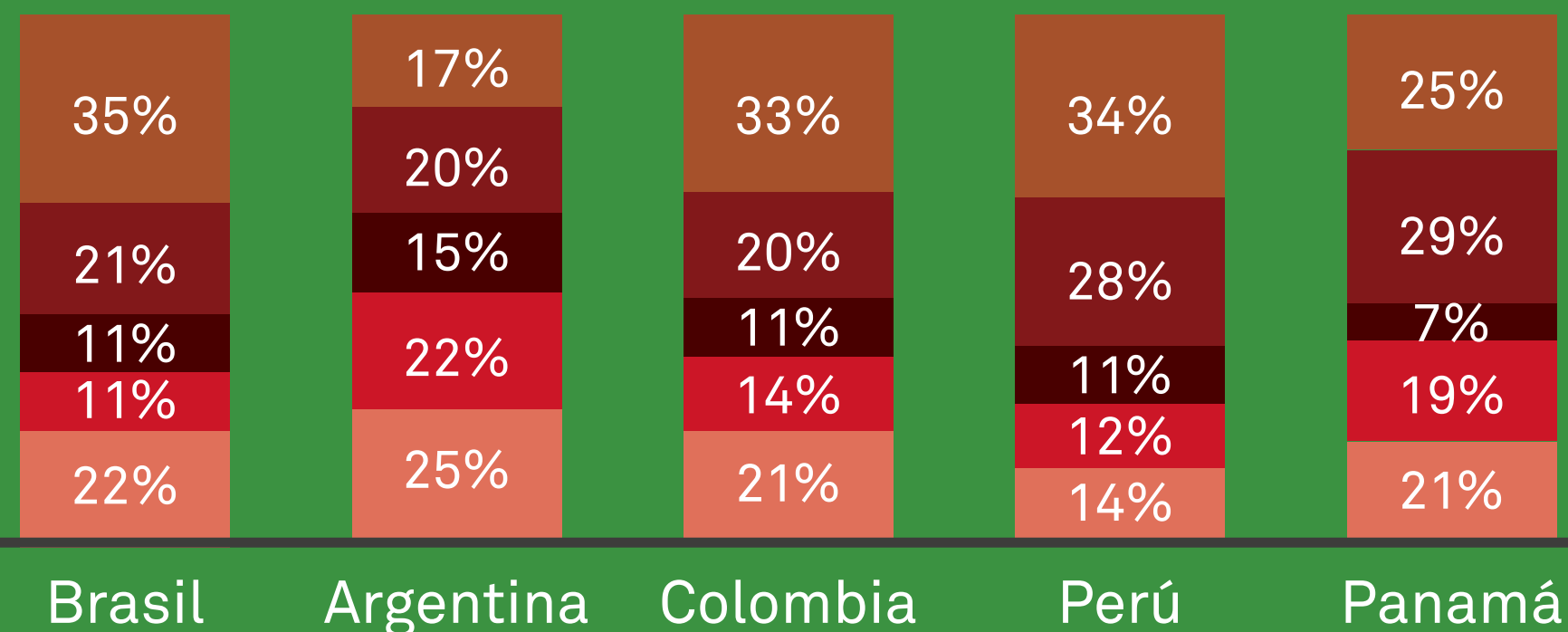
En Argentina, la asociación entre negocios e identidad racial es **menos** común

Los argentinos y panameños son los que más se identifican como "emprendedores"

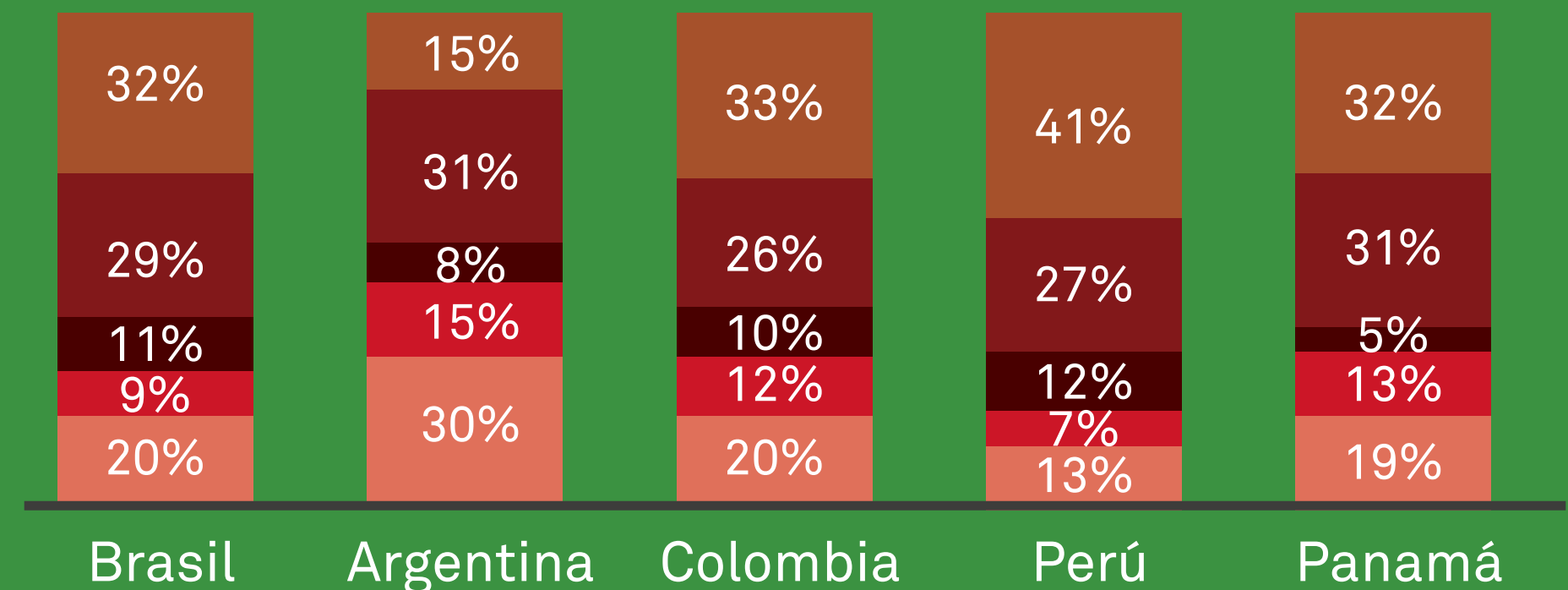


-RESULTADOS GENERALES-

MI IDENTIDAD CULTURAL O RACIAL DIALOGA CON MIS PRODUCTOS Y SERVICIOS



LOS CONOCIMIENTOS QUE APRENDÍ DE MI FAMILIA Y MI CULTURA/RAZA/ETNIA SE REFLEJA EN MI NEGOCIO



- Totalmente en acuerdo
- Parcialmente en acuerdo
- Parcialmente en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo
- No aplica

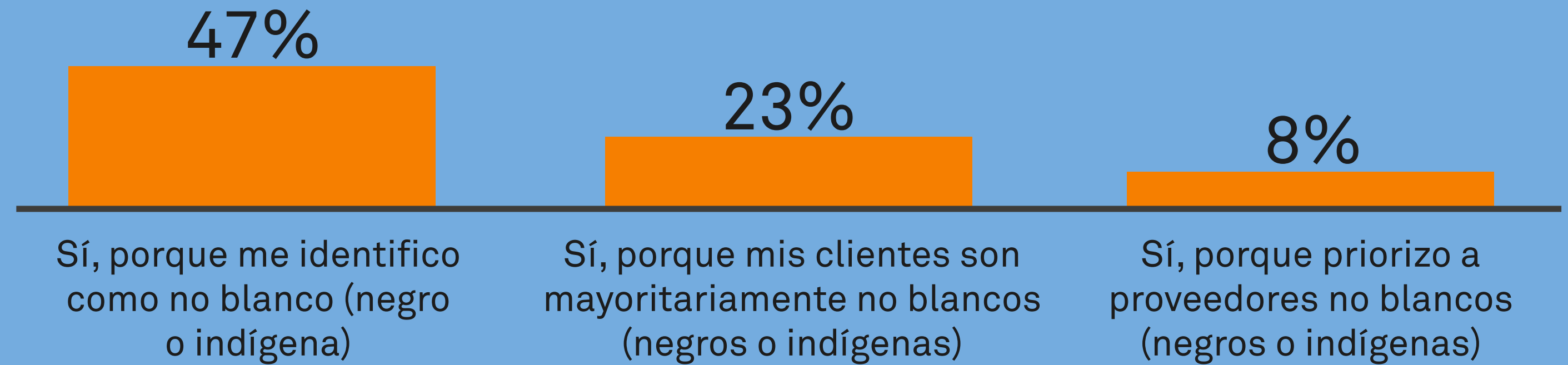
AUTOESTIMA E IDENTIFICACIÓN

62%

Creer que los negocios los negocios deben preocuparse por las cuestiones raciales

La mayoría de los emprendedores consideran que sus emprendimientos están relacionados con estos temas.

¿CONSIDERAS TU NEGOCIO ES “ANTIRRACISTA”?



-RESULTADOS GENERALES-

¿CONSIDERAS TU NEGOCIO ES “ANTIRRACISTA”?



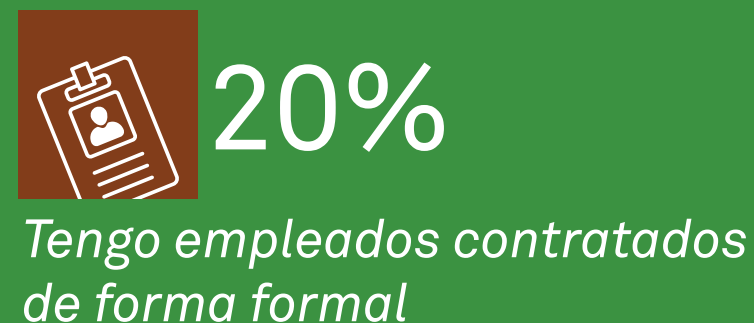
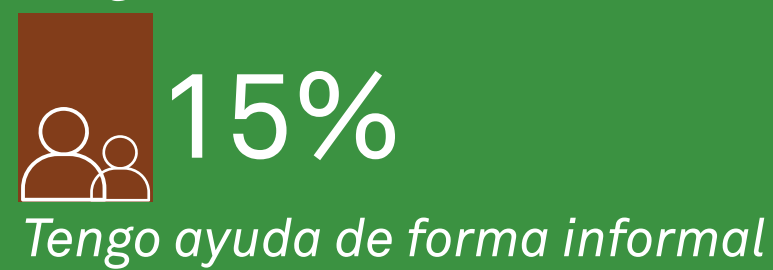
TRAYECTORIA DE LOS NEGOCIOS

30%

Comenzó el negocio para aumentar los ingresos

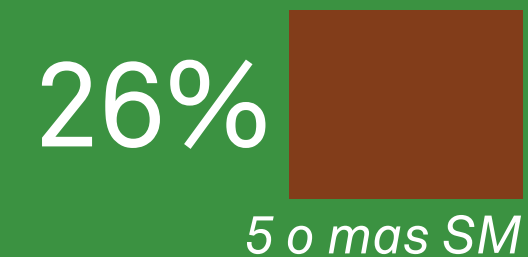
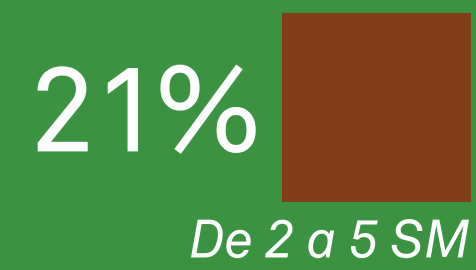
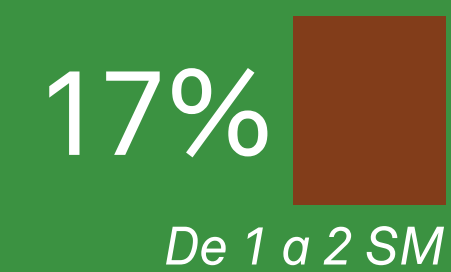
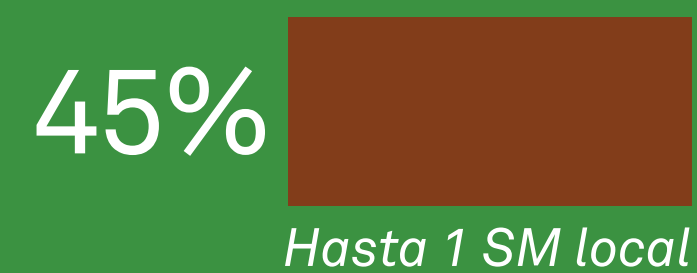
En el 59% de los casos, los ingresos del emprendimiento son la única o principal fuente de ingresos del hogar
**muestra total*

¿QUIÉN TRABAJA CONTIGO?



La pandemia afectó fuertemente la economía del país, que experimentó una caída del PIB de **-9,9%** y sigue debilitada.

FACTURACIÓN MENSUAL



LOS INGRESOS DE LOS NEGOCIOS SON AÚN MÁS CENTRALES PARA LAS MUJERES EMPRENDEDORAS



Los negocios liderados por mujeres tienden a ser más importantes como la principal fuente de ingresos del hogar.



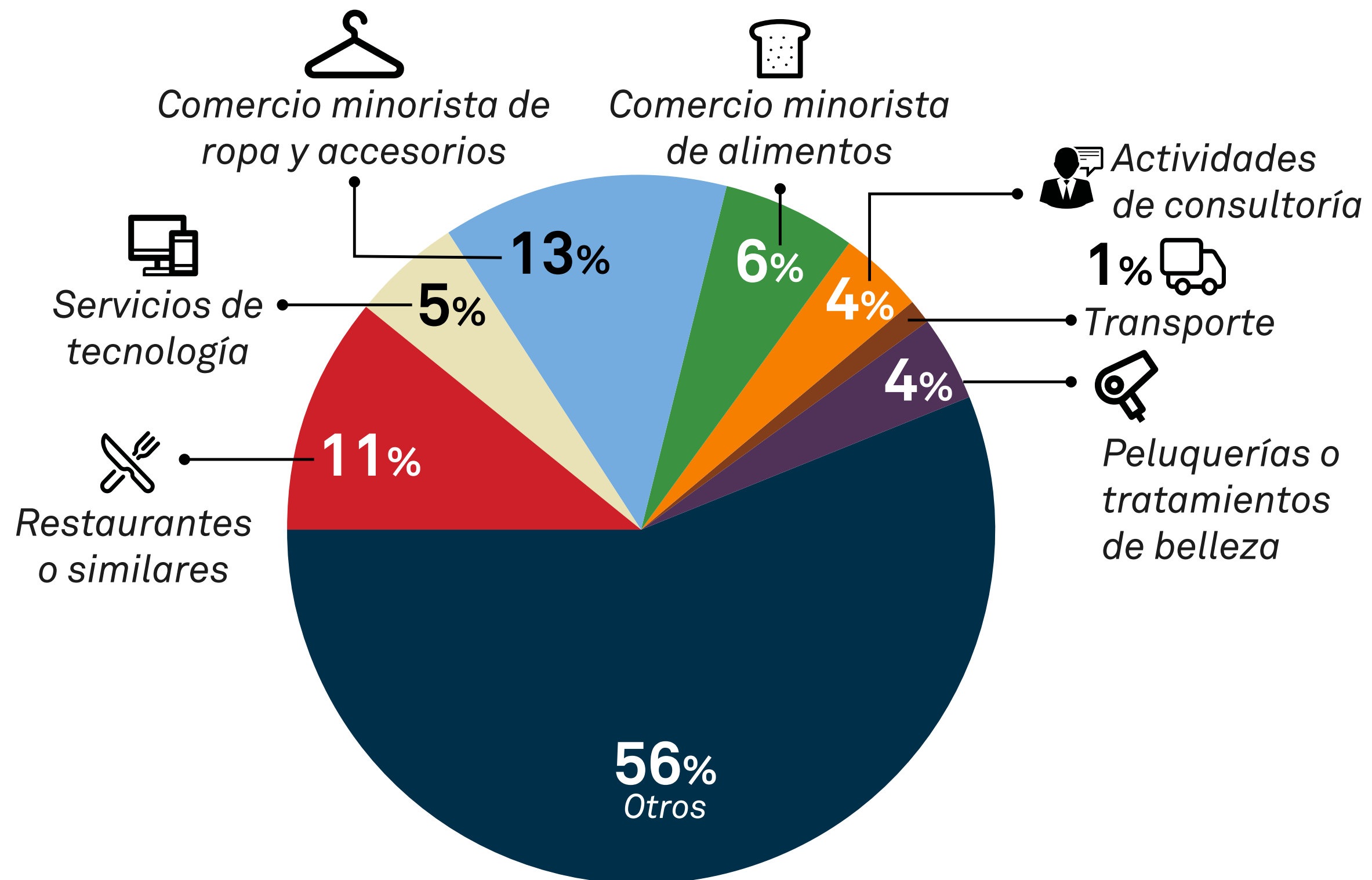
La preocupación por tener un impacto positivo en sus negocios — prefiriendo garantizar el salario de los demás colaboradores antes que el propio— es más común en los negocios liderados por mujeres.



48% de los emprendimientos liderados por mujeres facturan hasta 1 salario mínimo, mientras que solo el 36% de los emprendimientos liderados por hombres.

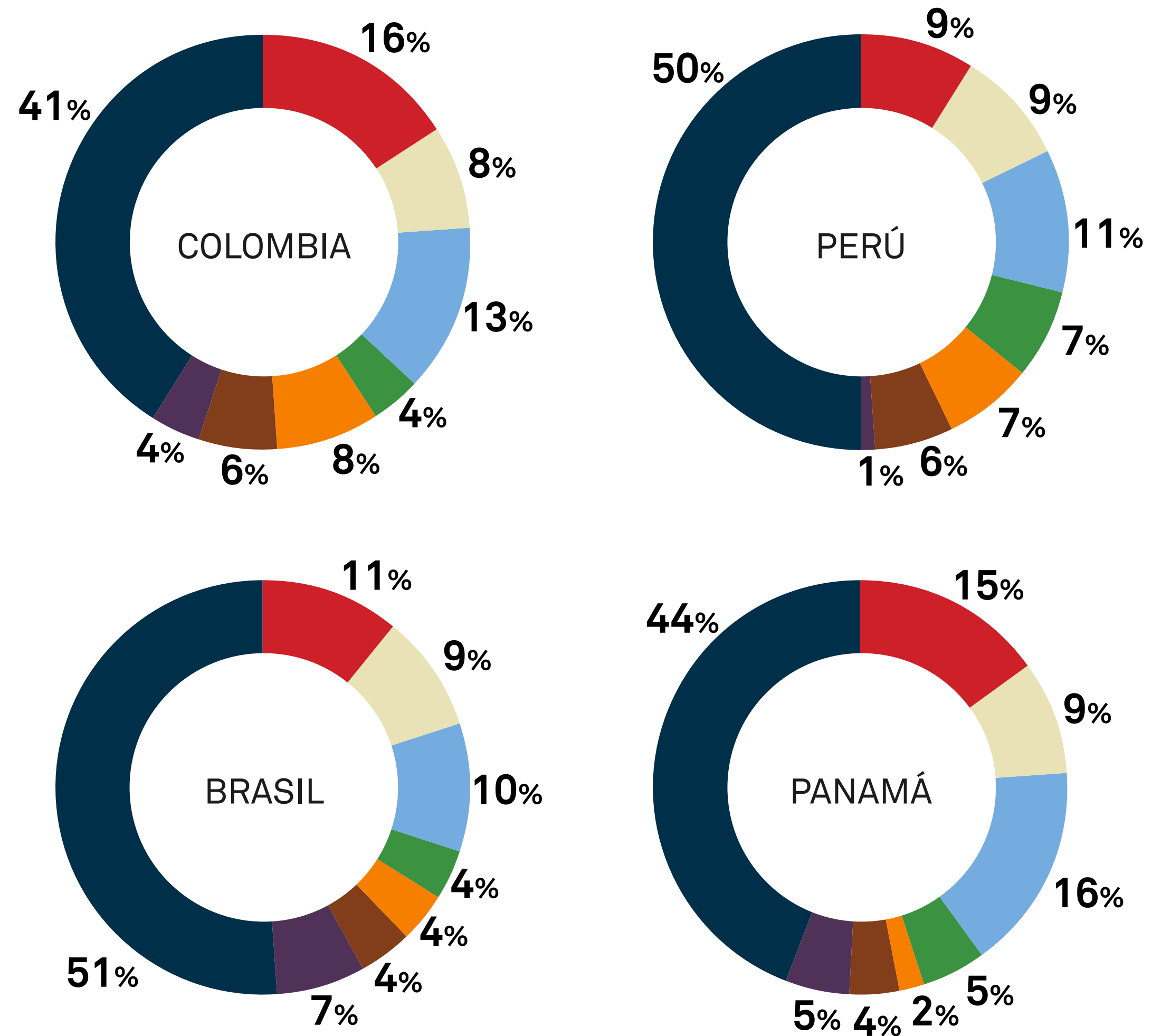
ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

ACTIVIDADES REALIZADAS



Argentina tiene una economía diversificada, con productos agrícolas (soja, trigo, maíz, carne) y un parque industrial sólido, destacándose en manufacturas, metales y petróleo.

-RESULTADOS GENERALES-



ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

45% DE LAS EMPRESAS ARGENTINAS
ESTAN FORMALIZADAS

RAZONES PARA FORMALIZAR

43%

*Para vender a
clientes más grandes*

41%

*No quise quedar
en la informalidad*

EN ARGENTINA, EL
COSTO ALEJA A 4 DE
CADA 10 EMPRESARIOS
DE LA FORMALIZACIÓN



VENTAS

85%

*Venden a
personas físicas*

67% 

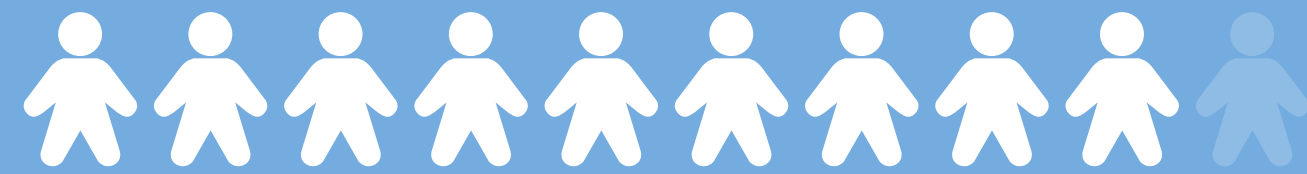
*Consideran las
aplicaciones
de mensajería
esenciales*

63%  

*Consideran las redes
sociales esenciales*

ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

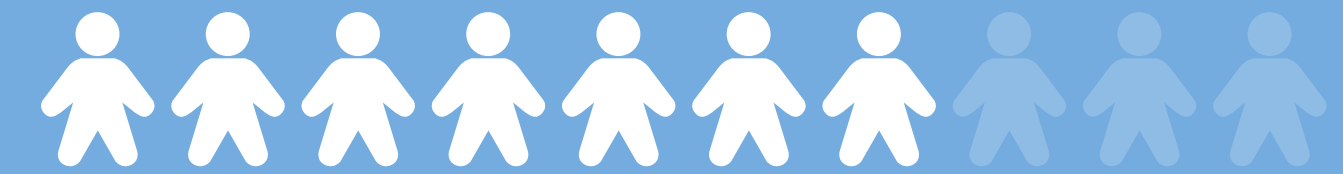
ESTRATEGIAS Y PRÉSTAMOS



9 de cada 10 emprendedores
tienen cuentas bancarias
**muestra total*

41%

Emprendedores
argentinos implementan
prácticas ESG



7 de cada 10 emprendedores ya
han solicitado algún tipo de
préstamo para utilizar en el negocio

PRINCIPALES DESAFÍOS DEL NEGOCIO

58%

Ampliar mi
número de
clientes

47%

Tener una
estabilidad
de ingresos

27%

Ingresar en
mercados
nuevos

27%

Vender a
grandes
empresas

18%

Obtener crédito
para ampliar mi
negocio

36%

Sufrió discriminación racial
por parte de los clientes

APRENDIZADOS

A PESAR DE LAS DIFERENCIAS CULTURALES, LOS PAÍSES TIENEN PATRONES SIMILARES ENTRE LAS EMPRESAS DE PERSONAS NEGRAS.



La mayoría de los negocios son pequeños, con ingresos de hasta 1 salario mínimo y sin empleados



Los negocios están digitalizados en su comunicación y en el uso de instrumentos financieros

Los negocios en general se abren para generar mayores ingresos, pero hay muchos que tienen como objetivos generar ganancias para sus comunidades

Los emprendedores negros en América Latina muestran altos niveles de confianza en sus negocios

50%

de los negocios se formalizan, generalmente con el objetivo de vender a empresas más grandes

85%

de las empresas venden a personas físicas

74%

ya ha solicitado un préstamo, pero la mayoría en modalidades no dirigidas a emprendedores

50%

dice haber sufrido algún tipo de discriminación, la mayoría de ellas por parte de los clientes

50%

aporta elementos de su ancestralidad y cultura al negocio

89%

considera que su negocio es una empresa antirracista, porque son dirigidos y venden a personas negras.

APRENDIZADOS

EXISTEN PERFILES DE EMPRENDEDORES, DE ACUERDO CON LA MADUREZ DEL NEGOCIO Y EL COMPROMISO CON LAS AGENDAS RACIALES:

	COMPROMETIDO	POR VOCACIÓN	EN CRECIMIENTO	ECOSISTEMA AFRO LATINO
AUTOESTIMA E IDENTIFICACIÓN	<i>Los negocios vistos como una actividad antirracista y la confianza en la propia capacidad</i>	<i>Confianza en sí mismo en la propia capacidad, pero poca participación en la idea de negocio antirracista</i>	<i>No ven los negocios como algo ligado a la identificación racial. Y se enfrentan a más desafíos de autoestima.</i>	<i>Muestran una gran confianza en su negocio. Hay una mezcla en la percepción de las empresas como antirracistas.</i>
ESTRUCTURA DEL NEGOCIO	<i>Tiene mayores ingresos y suele tener empleados</i>	<i>Tiene mayores ingresos y suele tener empleados</i>	<i>Tienen los ingresos más bajos y trabajan solos</i>	<i>Tienen menores ingresos, pero son los que más abrieron el negocio pensando en generar un impacto positivo</i>

**¡ESCANEA EL CÓDIGO QR
Y DESCARGA LA INVESTIGACIÓN!**



Realización

