



PESQUISA

PROPÓSITO DOS AFROEMPREENDEDORES BAIANOS

3ª EDIÇÃO

 Afro é negócio



“

O PROPÓSITO DOS
AFROEMPREENDEDORES BAIANOS É
SONHAR, ACREDITAR E REALIZAR.

CONTEXTUALIZAÇÃO

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, assim todo e qualquer negro que decida empreender.

Arelado 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)¹.

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.

¹SANTOS, MARIA ANGÉLICA DOS. O LADO NEGRO DO EMPREENDEDORISMO: AFROEMPREENDEDORISMO E BLACKMONEY. BELOHORIZONTE: LETRAMENTO, 2019.





Na 3ª edição da pesquisa “Propósito dos Afroempreendedores Baianos”, tal qual nas edições anteriores, 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 finalidade de reduzir as mazelas sociais, no âmbito do empreendedorismo, o Sebrae criou o Programa Nacional Plural que tem como propósito impulsionar a equidade de gênero, a diversidade e a inclusão nos negócios brasileiros, promovendo ações estratégicas e transversais que ampliem o acesso de públicos historicamente sub-representados (mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência, 60+, povos indígenas e quilombolas e comunidade LGBTQIAPN+) ao universo do empreendedorismo.

Nesse cenário, 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!

METODOLOGIA

ITEM	DESCRIÇÃO
TIPO DE PESQUISA	QUANTITATIVA
OBJETIVO	ANALISAR O PERFIL DOS AFROEMPREENDEDORES BAIANOS
APLICAÇÃO	QUESTIONÁRIO ON-LINE (FERRAMENTA SURVEY MONKEY)
PERÍODO DE REALIZAÇÃO	29/07 A 29/08/2025
PÚBLICO	AFROEMPREENDEDORES ATENDIDOS PELO SEBRAE/BA
UNIVERSO	15.773
AMOSTRA	354
GRAU DE CNFIANÇA	95%
MARGEM DE ERRO	5%

PRINCIPAIS RESULTADOS

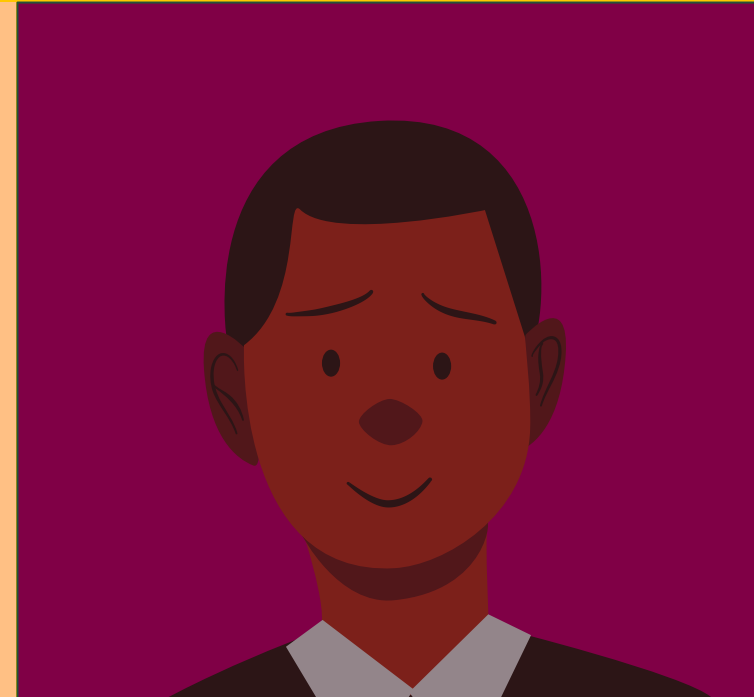
- ▶ **40%** dos respondentes estão na faixa etária entre 35 e 44 anos;
- ▶ **66%** dos respondentes são do sexo feminino;
- ▶ **43%** dos respondentes tem uma empresa do tipo MEI – Microempreendedor Individual;
- ▶ **47%** dos negócios estão no setor de serviços;
- ▶ **28%** dos afroempreendedores possuem renda mensal de 1 a 2 salários-mínimos;
- ▶ Autonomia e independência (**69%**), Desenvolvimento pessoal e profissional (**42%**) e Alternativa para sobrevivência (**38%**) foram os três principais motivos que os levaram ao empreendedorismo;
- ▶ **33%** dos afroempreendedores desconhecem o significado do termo “black Money”;
- ▶ Não sabia como tornar o negócio rentável (**38%**), Acesso a recursos financeiros (**37%**) e Pouca oferta de investimentos (**28%**) foram as três principais dificuldades enfrentadas para abrir o negócio.

QUADRO COMPARATIVO – PRINCIPAIS DESTAQUES DAS EDIÇÕES DA PESQUISA

1ª edição	2ª edição	3ª edição	Temática
50%	51%	43%	Tempo de existência no mercado.
65%	57%	62%	Não tem funcionários.
50%	43%	53%	Vendem para pessoas físicas.
43%	40%	48%	Possuem renda mensal de até 2 salários-mínimos.
62%	65%	69%	Autonomia e independência é o principal motivo para empreender.
79%	84%	76%	Capacitação e treinamento em gestão de negócios são os serviços mais importantes para promover o crescimento e sucessos dos negócios.
36%	34%	43%	O WhatsApp é o principal canal de venda do negócio.

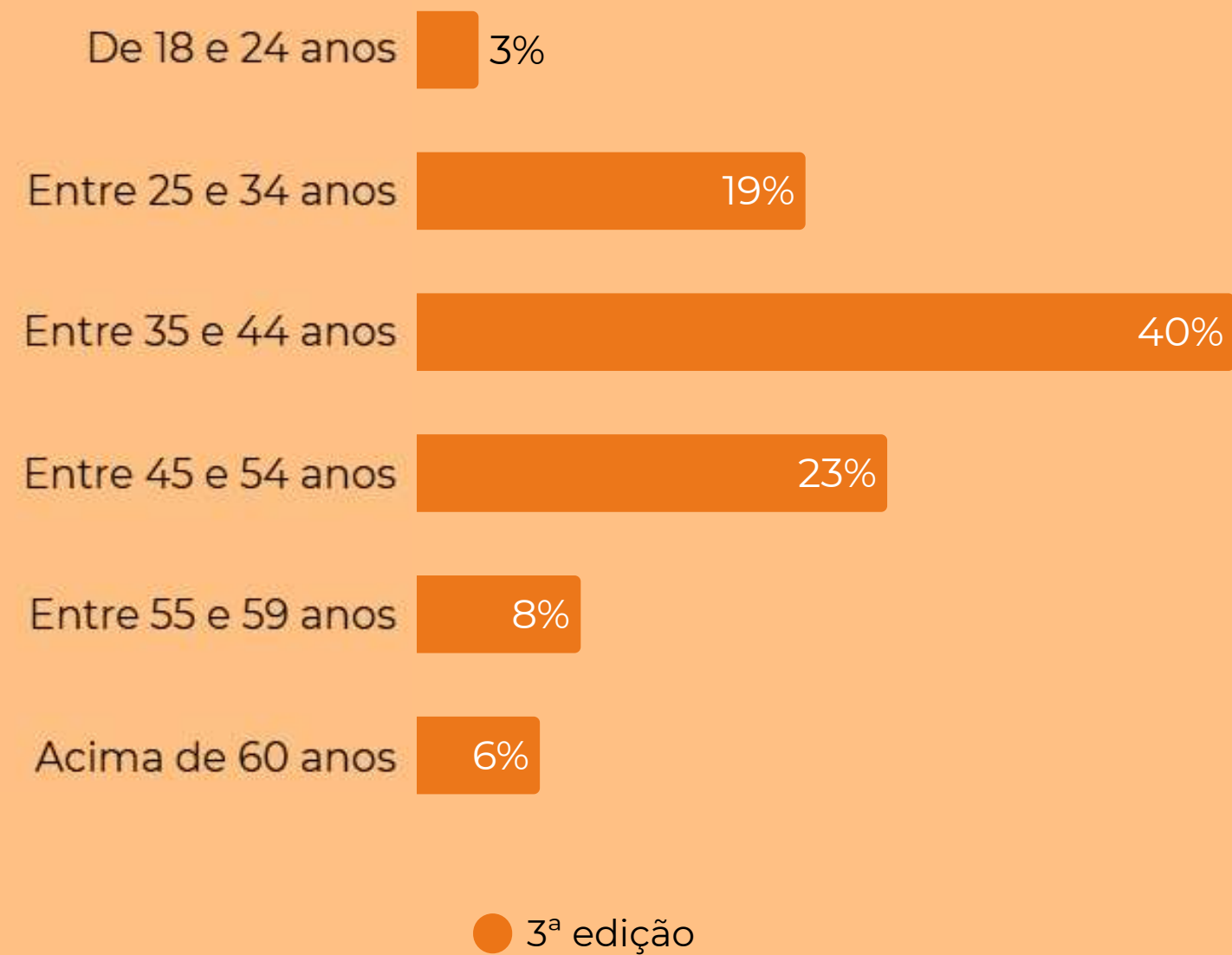


RESULTADOS GERAIS



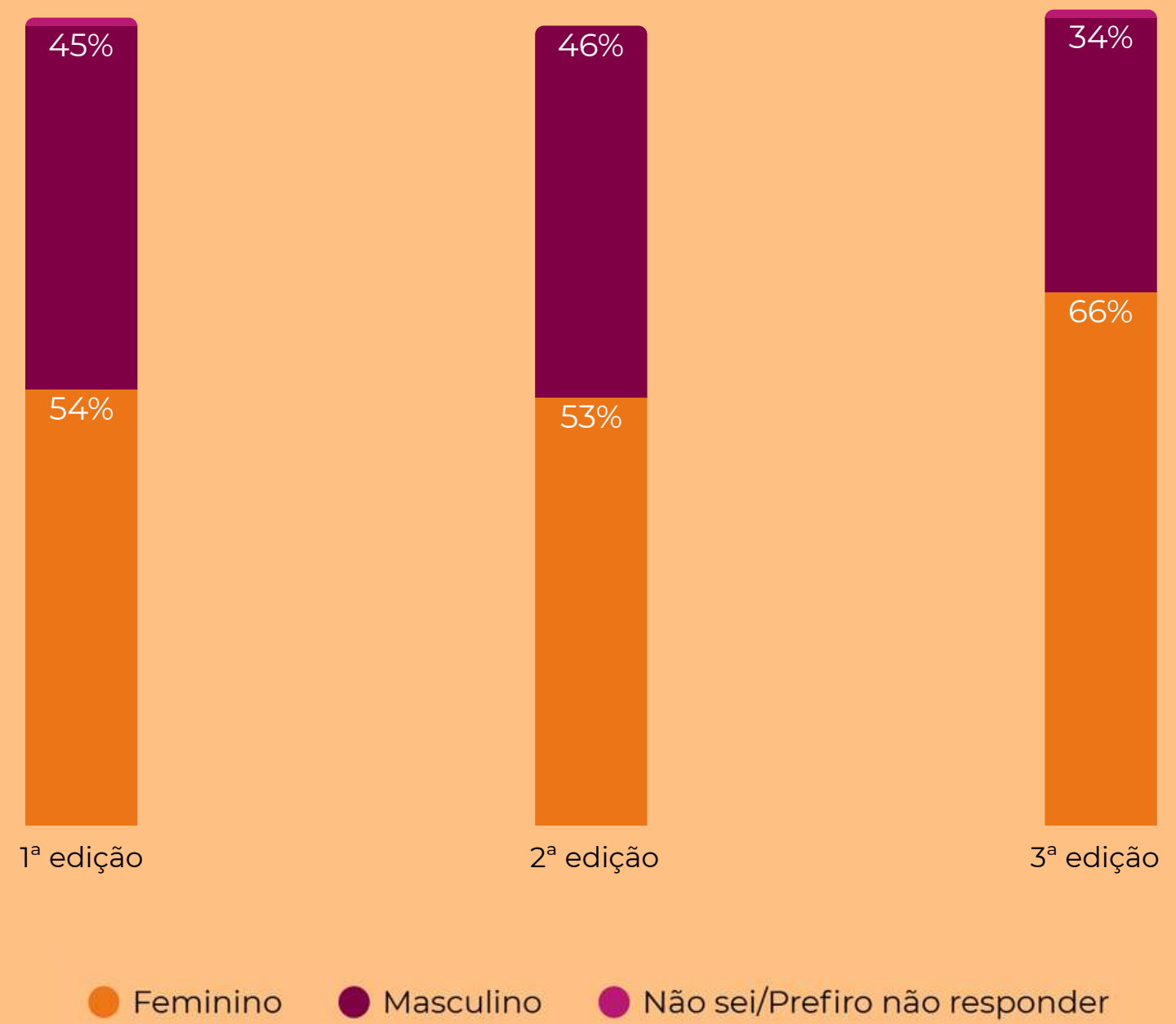
01. QUAL A SUA FAIXA ETÁRIA?

Questão atualizada das edições anteriores.



Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

02. COM QUAL GÊNERO VOCÊ SE IDENTIFICA?

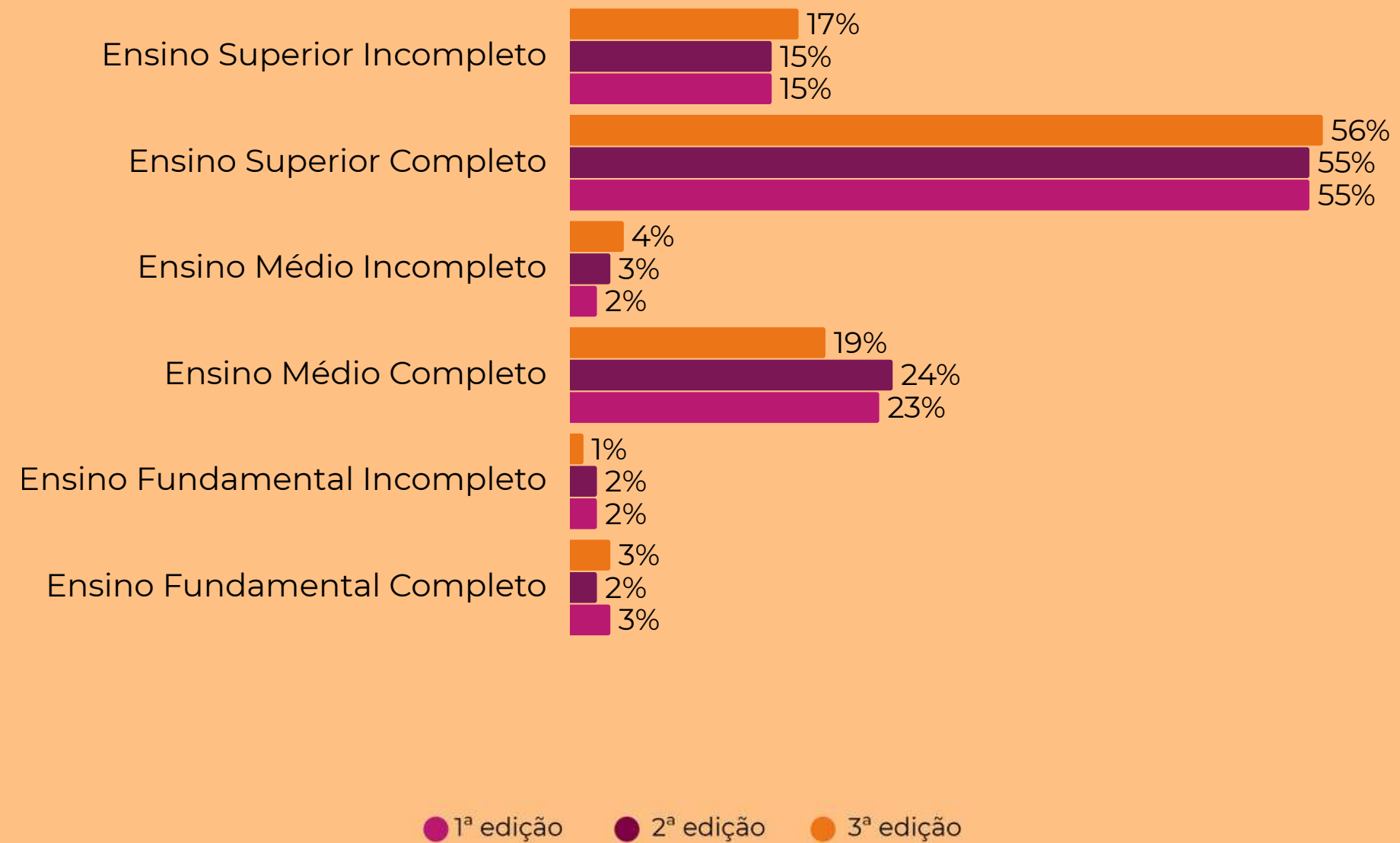


Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

03. QUAL A SUA ESCOLARIDADE?

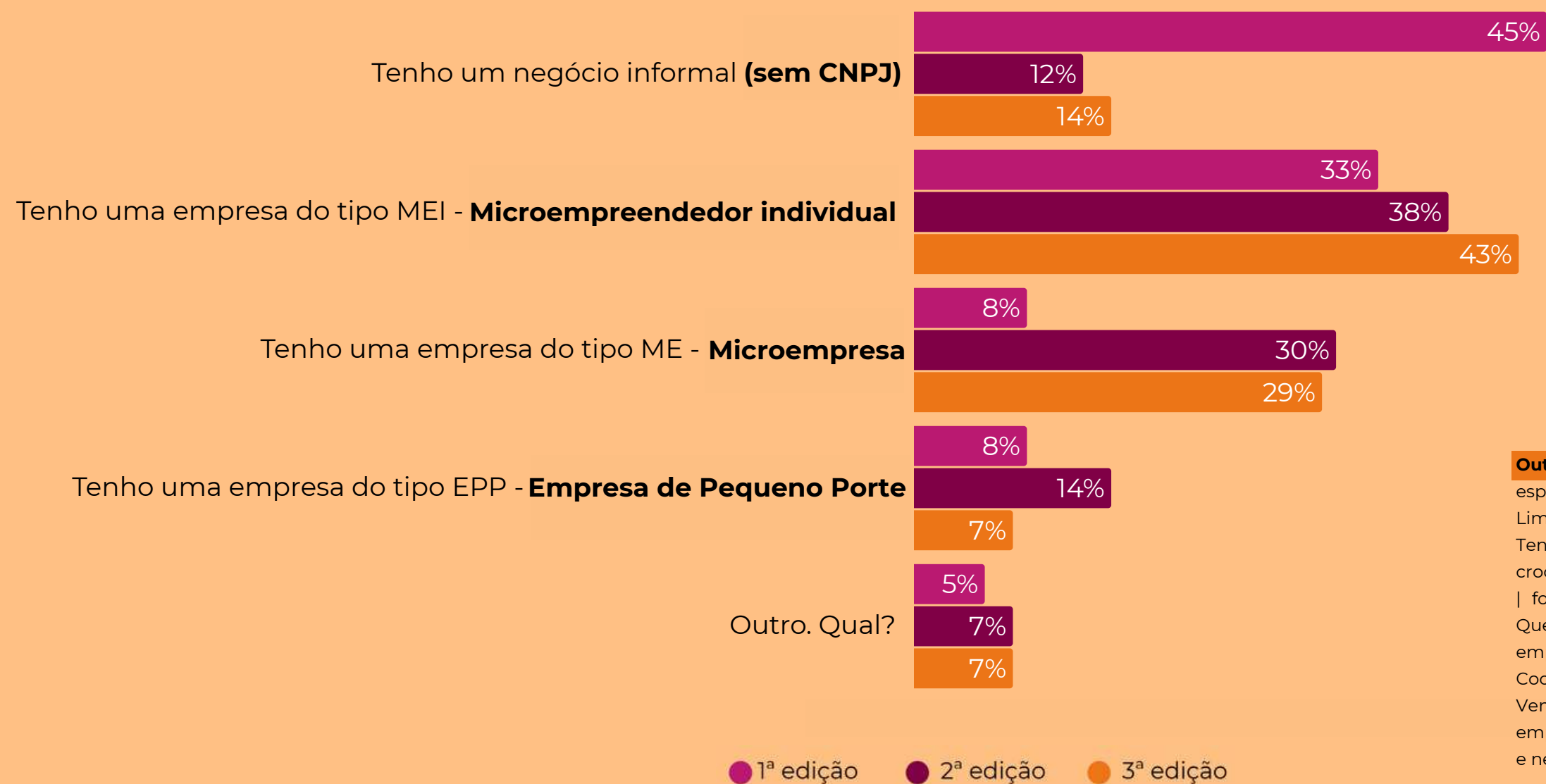


Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

04. EM QUAL SITUAÇÃO VOCÊ SE ENQUADRA ATUALMENTE?



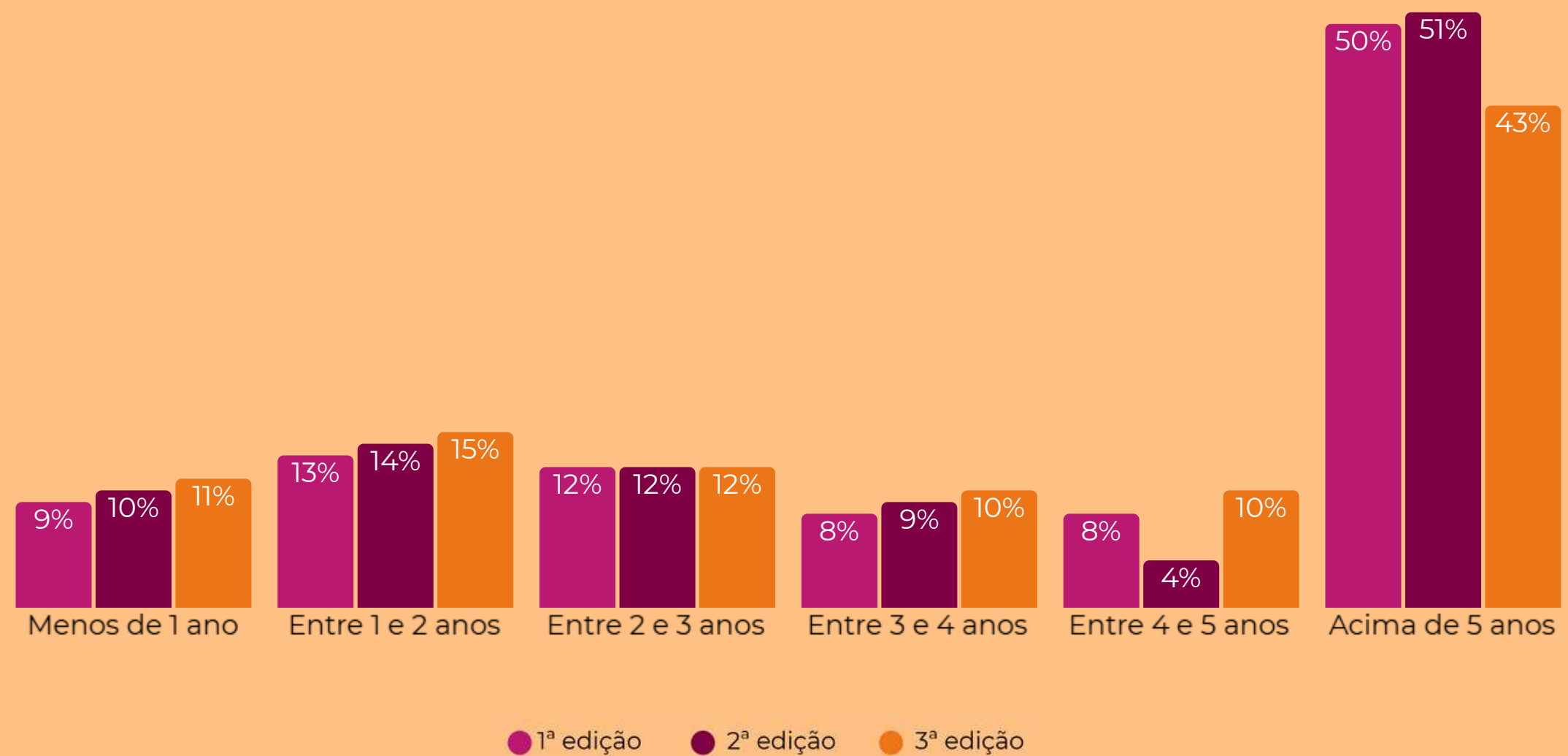
Outro. Qual? tenho uma empresa Ltda | Tenho um espaço, mas não é no CNPJ | Sociedade Empresária Limitada | CLT | Empresa com cnpj | Empresa incubada | Tenho um negócio informal trabalhos artesanais em croche sou mestra artesã | coordenadora | Forneço a lojas | formada em assistente social | Adm. empresa ME | Quero iniciar um negocio | Funcionária pública e deseja empreender no comércio | Quero empreender | Gerente | Coordenação dos negócios no município | Autônomo | Vendedor | Associação | Informal | Gerente de uma empresa | Associação Rural | LTDA | EMPRESA LTDA | CLT e negócio informal sem recolher CNPJ.

Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

05. QUANTO TEMPO DE EXISTÊNCIA SEU NEGÓCIO TEM NO MERCADO?

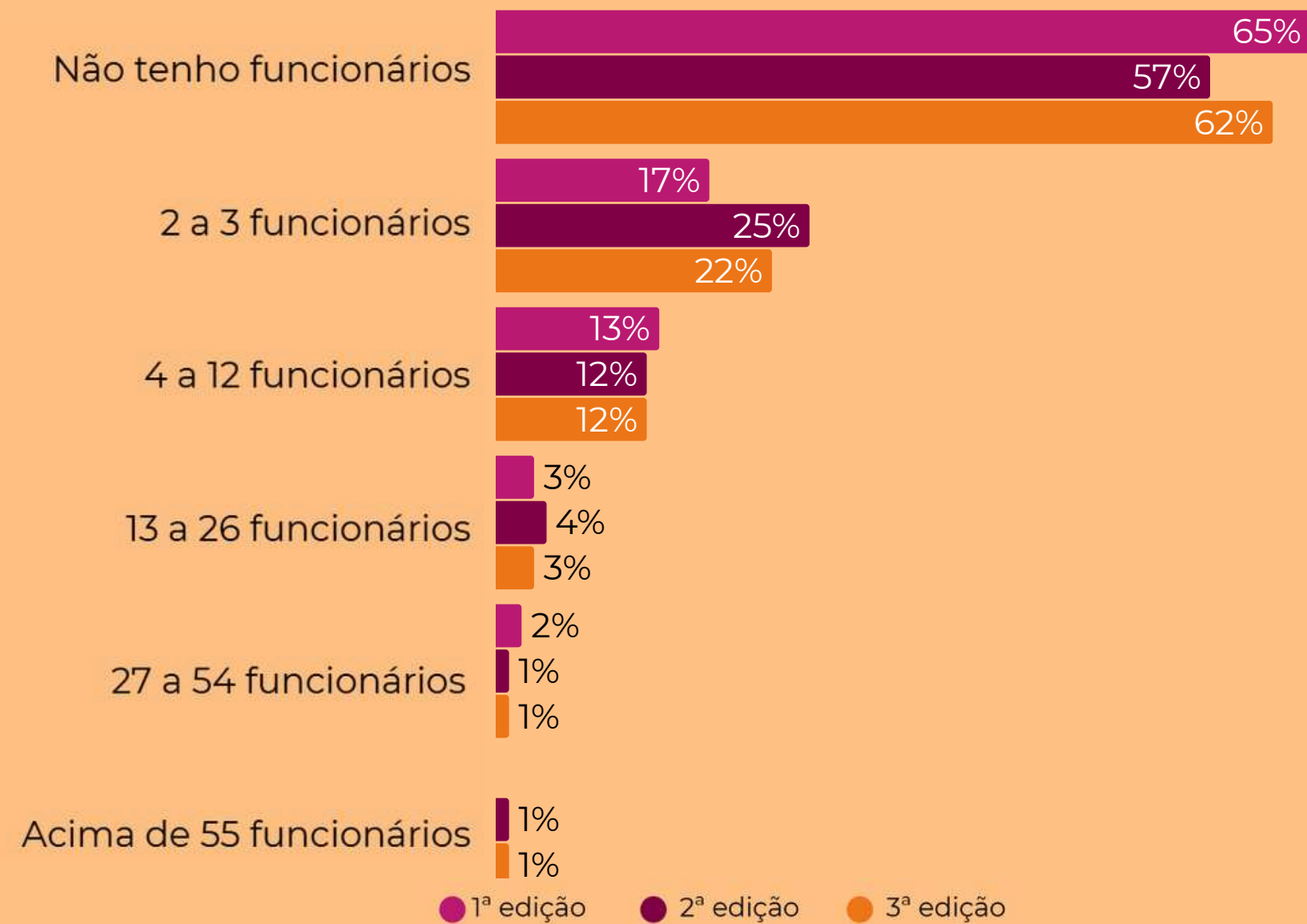


Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

06. QUANTOS FUNCIONÁRIOS HÁ NA SUA EMPRESA?

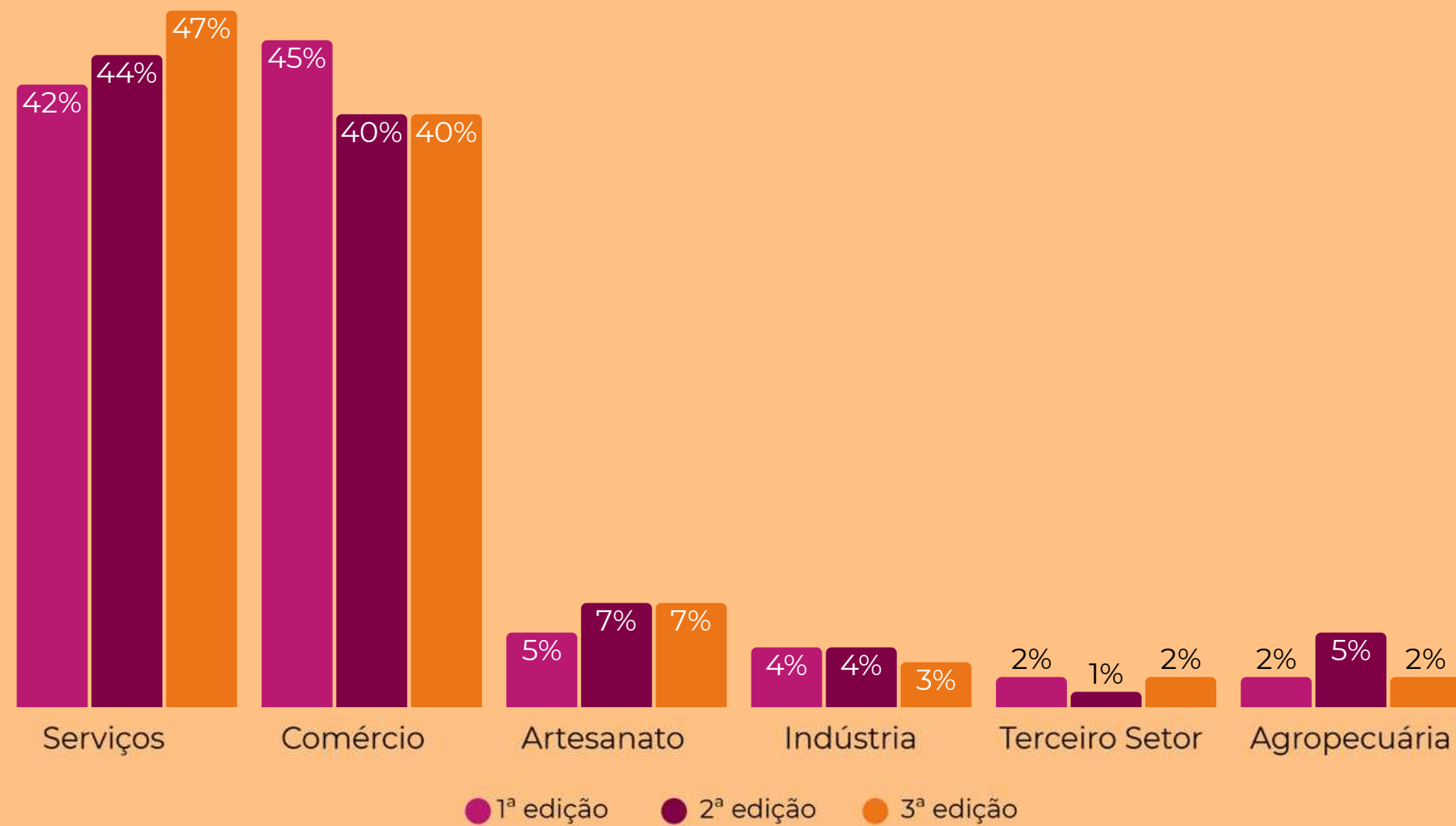


Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

07. QUAL O SETOR DE ATIVIDADE DO SEU NEGÓCIO?

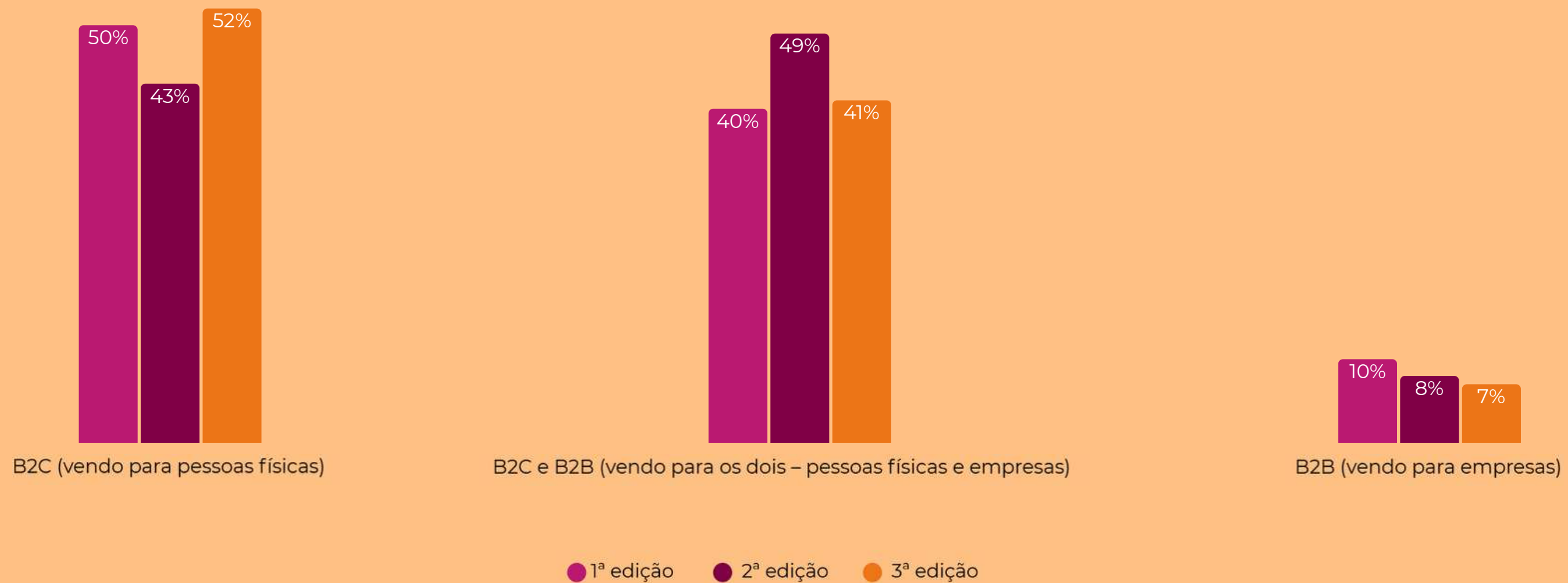


Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

08. QUAL O PÚBLICO-ALVO DAS VENDAS DO SEU NEGÓCIO?

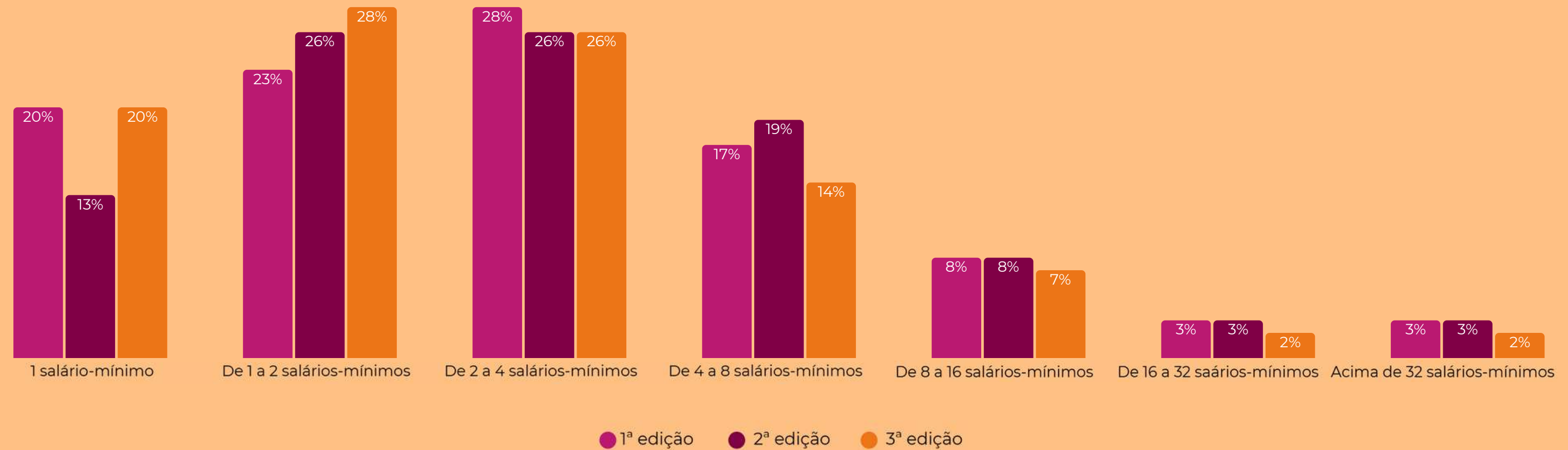


Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

09. QUAL A SUA RENDA MENSAL?

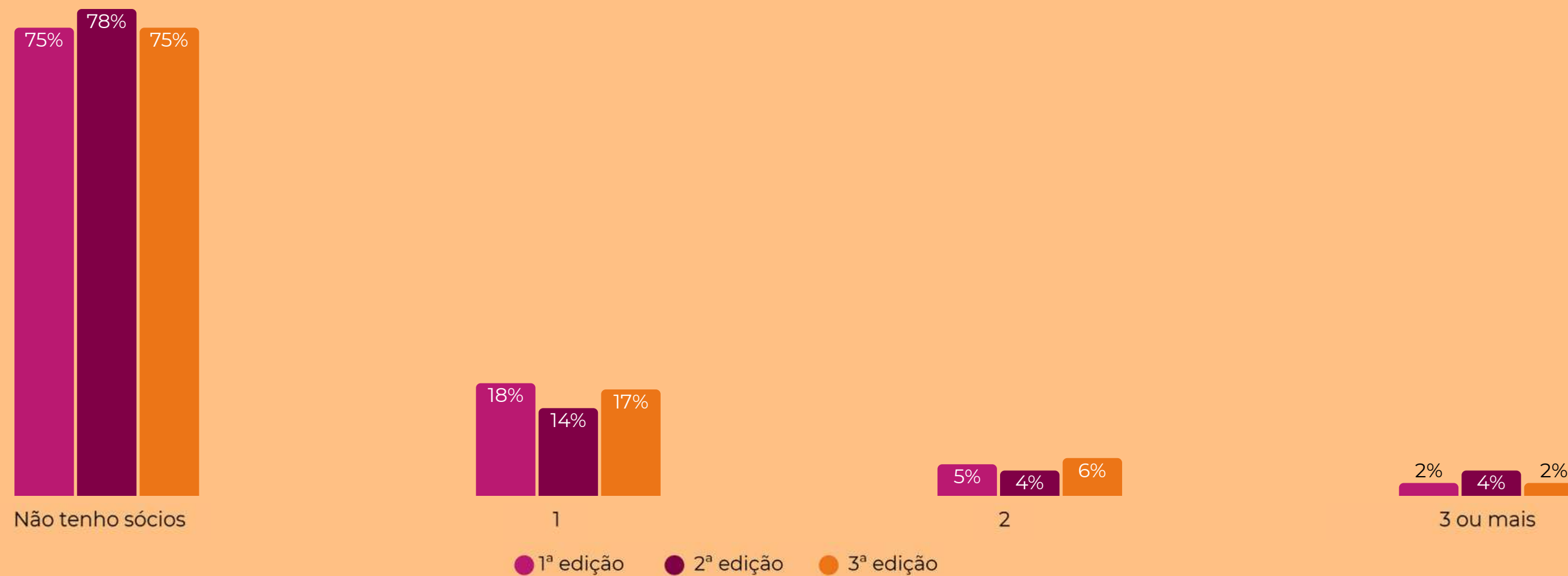


Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

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

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

11. QUAIS OS TRÊS PRINCIPAIS MOTIVOS QUE LHE LEVARAM A EMPREENDER (TER UM NEGÓCIO PRÓPRIO)?

A alternativa "Complementar a minha aposentadoria" foi inserida na 3ª edição da pesquisa.

Dificuldades	1ª edição	2ª edição	3ª edição
Autonomia e independência	62%	65%	69%
Desenvolvimento pessoal e profissional	43%	43%	40%
Alternativa para sobrevivência	39%	33%	38%
Identificação de oportunidades de mercado	36%	36%	32%
Realização de um propósito pessoal	38%	35%	27%
Empoderamento econômico	16%	19%	17%
Flexibilidade e Conciliação	10%	11%	17%
Inspiração e referência para outras pessoas	14%	14%	13%
Fortalecimento do empreendedorismo feminino	12%	12%	12%
Geração de riqueza para as futuras gerações	10%	14%	10%
Impacto social	6%	6%	7%
Superar barreiras e estereótipos	4%	3%	5%
Complementar a minha aposentadoria	-	-	5%
Preservação cultural	0%	3%	3%
Cultivo de talentos locais	1%	1%	1%
Promoção da diversidade e inclusão	2%	1%	1%
Romper com a hierarquia corporativa	3%	1%	0%
Outro. Qual?	4%	4%	3%

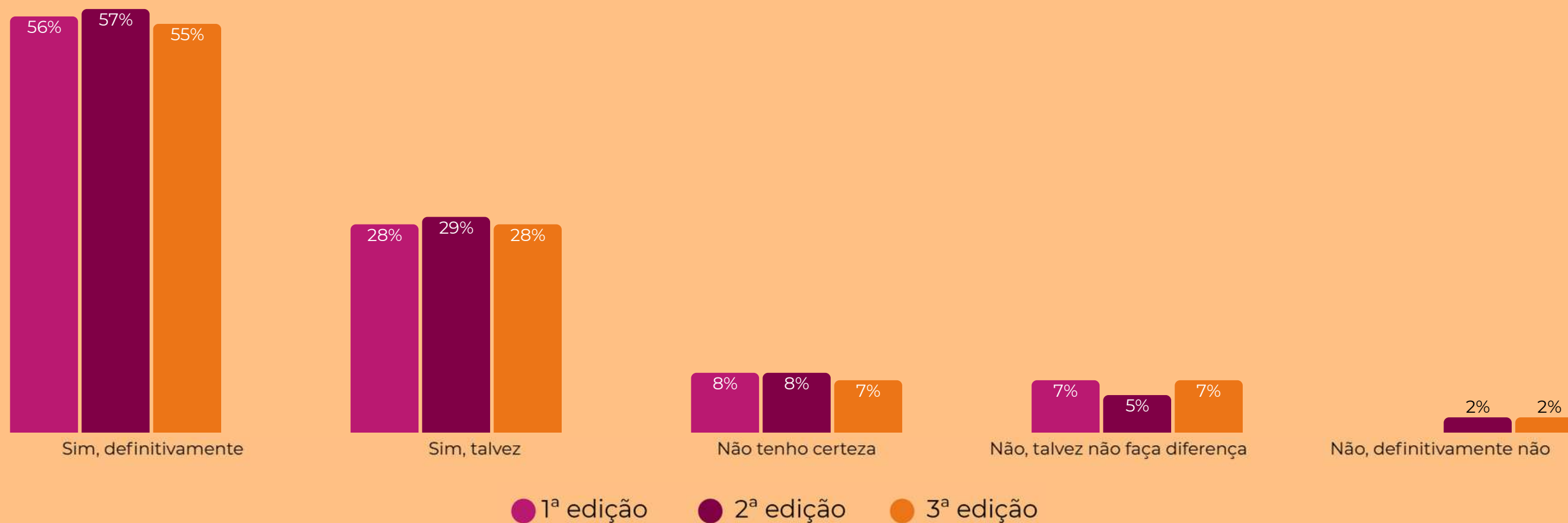
Outro. Qual? conciliar com a minha maternidade | Tem pouco profissional na minha área | Me profissionalizar e poder ajudar outras mulheres como eu não fui ajudada | Sobrevivência | Não sou empreendedor ainda | Impacto socioambiental positivo | Gosto de ver pessoas felizes | Conciliar com a maternidade atípica | complementar renda | Sustentar os meus filhos e acompanhar eles de perto sem perder a infância deles | Liberdade maior de horário para ter mais tempo com filhos, família, casa | Fuga do assédio moral que sofri em todas as empresas que trabalhei.

Quantidade de respondentes 1ª edição: 332

Quantidade de respondentes 2ª edição: 338

Quantidade de respondentes 3ª edição: 354

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?

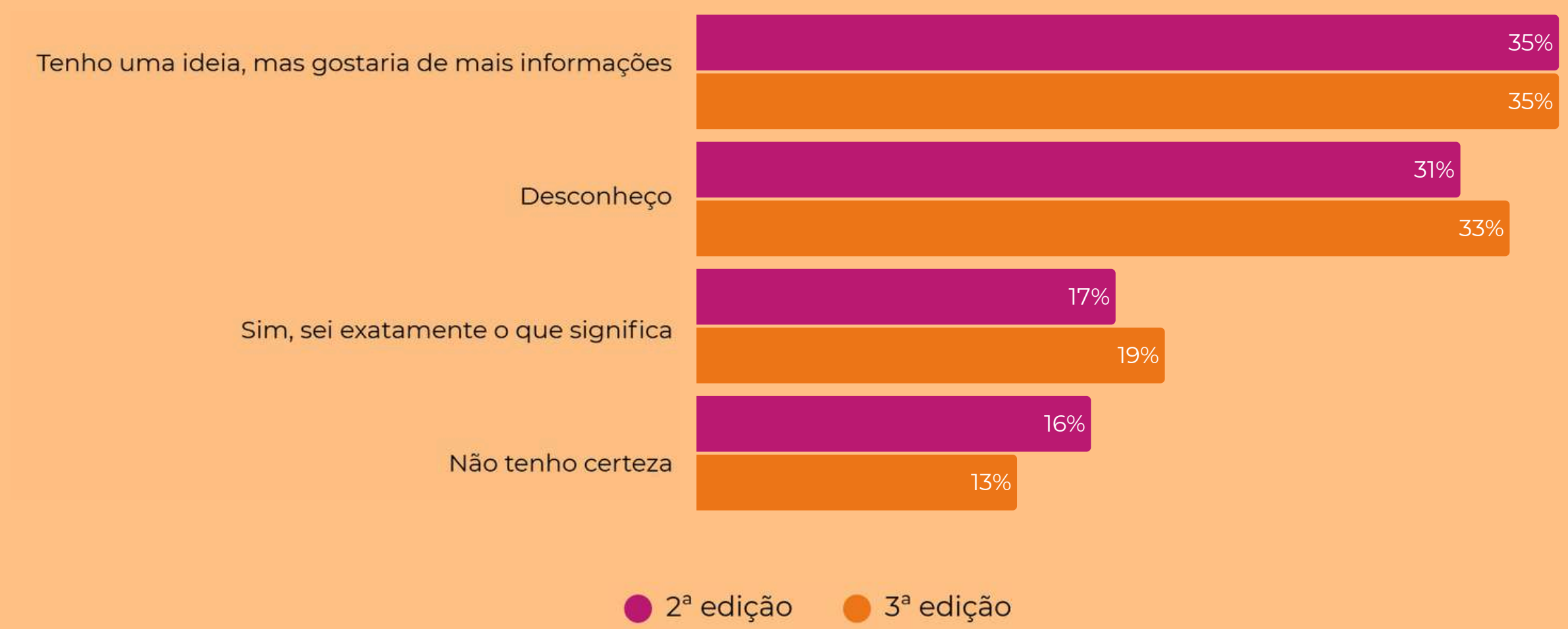


Quantidade de respondentes 1ª edição: 311

Quantidade de respondentes 2ª edição: 328

Quantidade de respondentes 3ª edição: 341

13. VOCÊ SABE O QUE SIGNIFICA "BLACK MONEY" OU DINHEIRO CIRCULANDO ENTRE EMPREENDEDORES NEGROS?



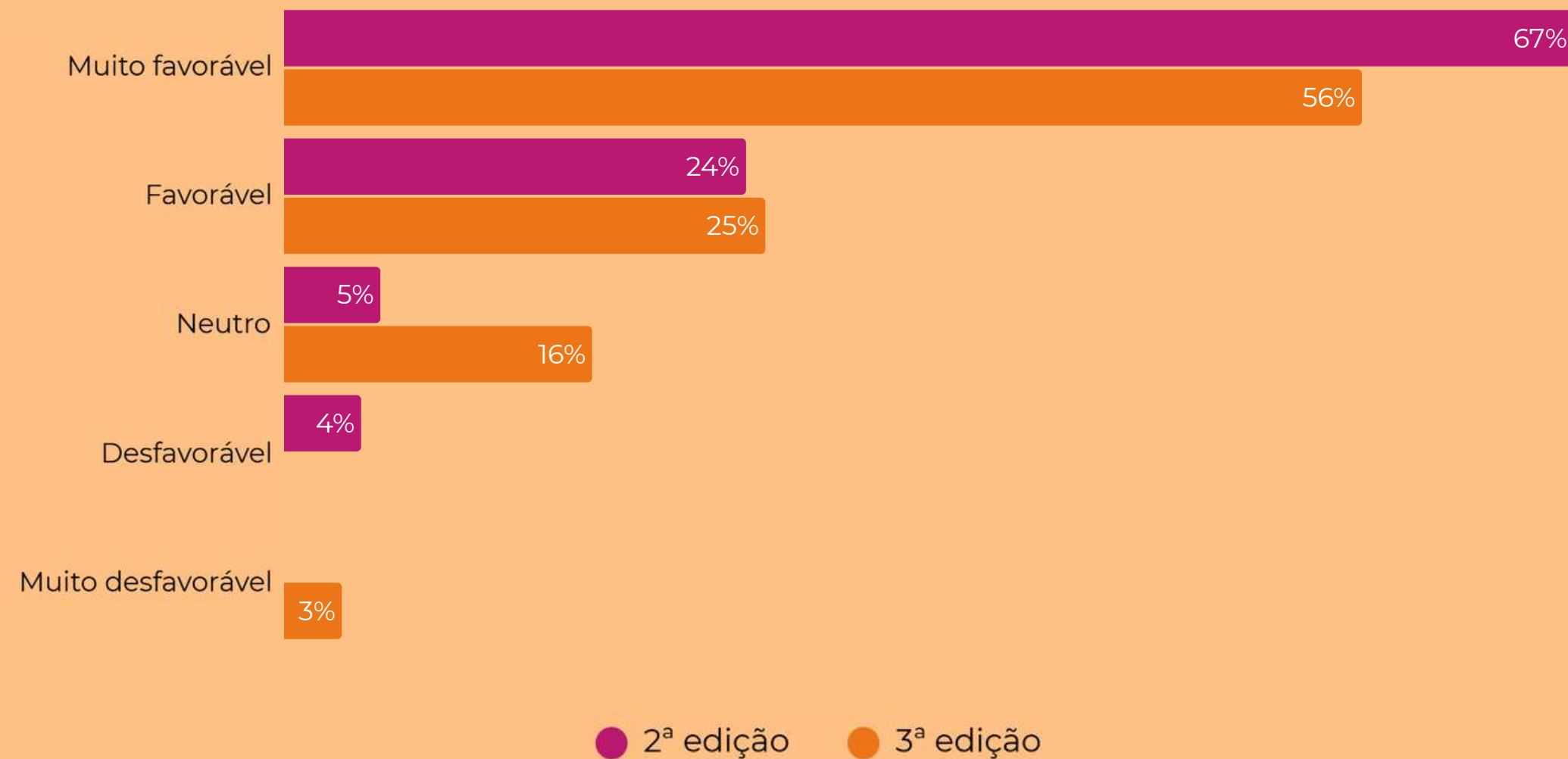
*comparação com edição 2 e edição 3

Quantidade de respondentes 2ª edição: 328

Quantidade de respondentes 3ª edição: 341

14. QUAL É A SUA OPINIÃO SOBRE O FORTALECIMENTO ECONÔMICO DA COMUNIDADE NEGRA POR MEIO DO "BLACK MONEY"?

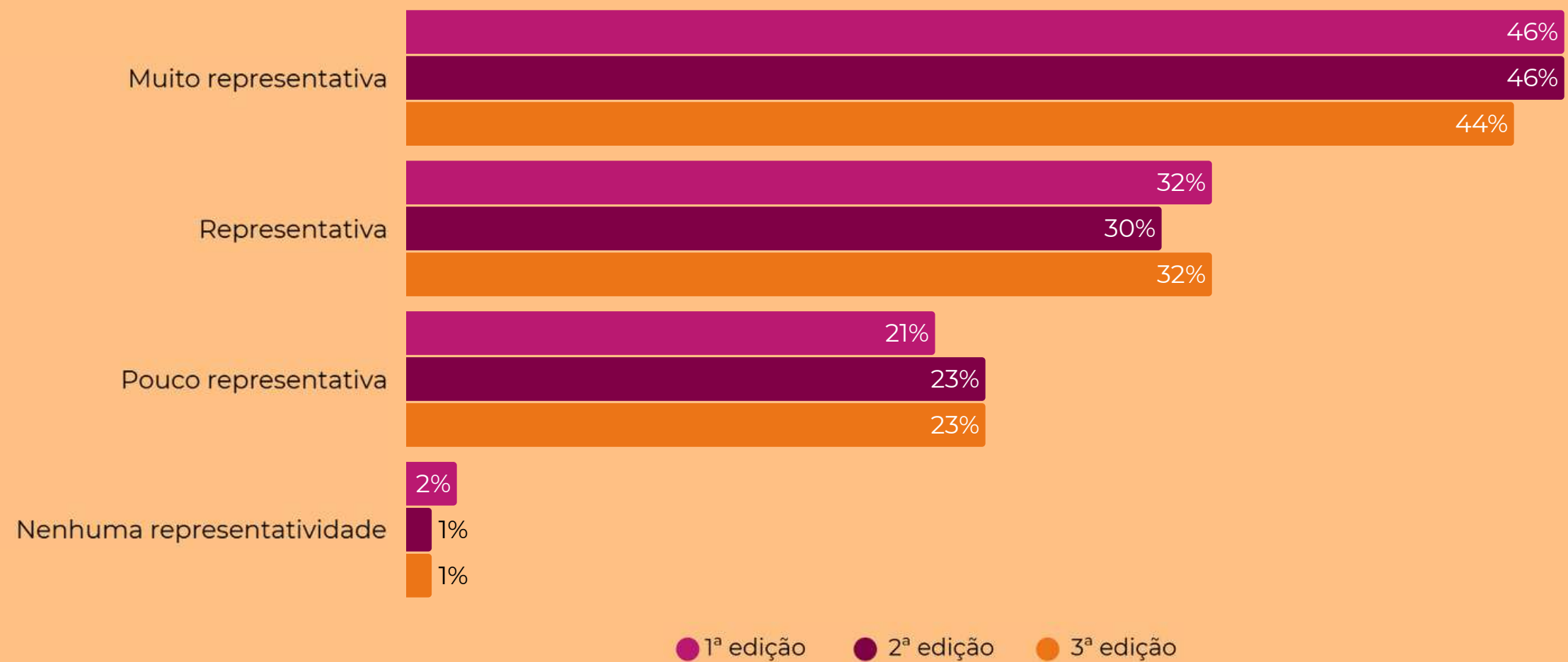
Para quem marcou "Sim, sei exatamente o que significa" na questão 13.



Quantidade de respondentes 2ª edição: 55

Quantidade de respondentes 3ª edição: 63

15. COMO VOCÊ AVALIA A PRESENÇA DE EMPREENDEDORES NEGROS EM EVENTOS E FEIRAS DE NEGÓCIOS NA BAHIA?

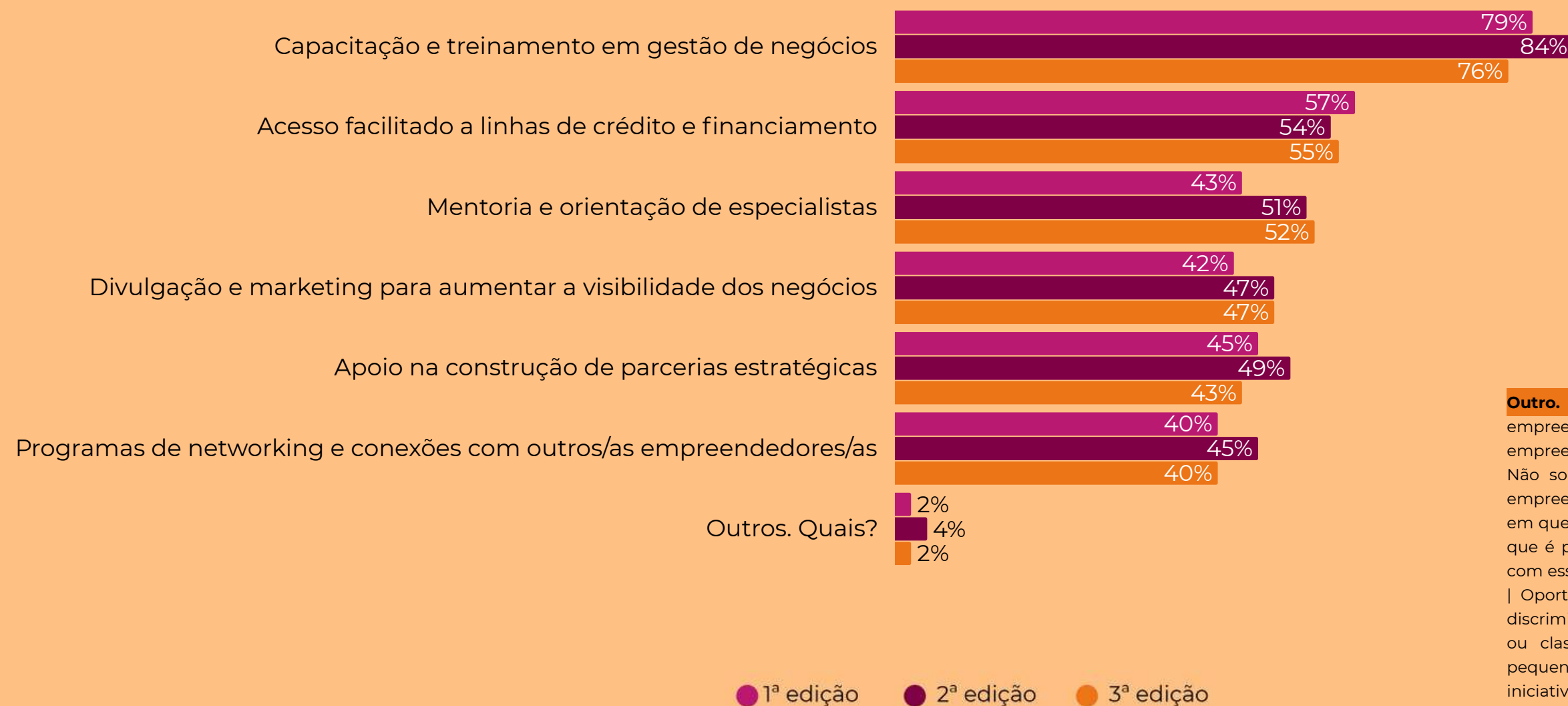


Quantidade de respondentes 1ª edição: 311

Quantidade de respondentes 2ª edição: 310

Quantidade de respondentes 3ª edição: 308

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?



Outro. Qual? Oferecer mais oportunidades aos empreendedores(as) negro(a)s | Dar oportunidades a pequenos empreendedoras palestrar no Sebrae | Todos nos somos iguais! Não sou a favor de qq tipo de discriminação | Acredito no empreendedorismo | Independente de raça ou cor. Não acredito em que beneficiem especificamente o negro | Acredito que tudo que é promovido é válido para qualquer pessoa | Não concordo com esse negócio de separação por raça (cor), todos somos iguais | Oportunidades são para todos. Isso para mim é conservar a discriminação | Acredito que todos, independentemente de cor ou classe social, devem caminhar juntos para fortalecer os pequenos negócios | Respeito e entendo a importância de iniciativas como o Black Money, mas acredito que a verdadeira transformação vem da união, da colaboração entre todos os empreendedores, sem distinção.

Quantidade de respondentes 1ª edição: 311

Quantidade de respondentes 2ª edição: 310

Quantidade de respondentes 3ª edição: 308

17. QUAIS AS TRÊS PRINCIPAIS DIFICULDADES QUE VOCÊ ENFRENTOU PARA ABRIR O SEU NEGÓCIO?

Temática	1ª edição	2ª edição	3ª edição
Não sabia como tornar o negócio rentável	38%	33%	38%
Acesso a recursos financeiros	40%	36%	37%
Pouca oferta de investimentos	39%	34%	28%
Cargas tributárias	27%	30%	26%
Acesso limitado a mercados e clientes	22%	23%	22%
Ausência de mentoria e apoios adequados	20%	27%	22%
Networking (rede de contatos) limitado	20%	23%	22%
Burocracia	19%	18%	17%
Falta de autoconfiança de que daria certo	11%	9%	15%
Desconhecimento de estratégias digitais	13%	13%	15%
Capacitação e conhecimento específico	8%	13%	13%
Pouco acesso à educação empreendedora	10%	15%	13%
Falta de apoio das pessoas ao meu redor	10%	9%	11%
Estereótipos e preconceitos	8%	7%	8%
Desigualdade na distribuição dos recursos públicos	10%	6%	7%
Exclusão de programas de aceleração e incubação	4%	3%	5%
Outro. Qual?	1%	1%	1%

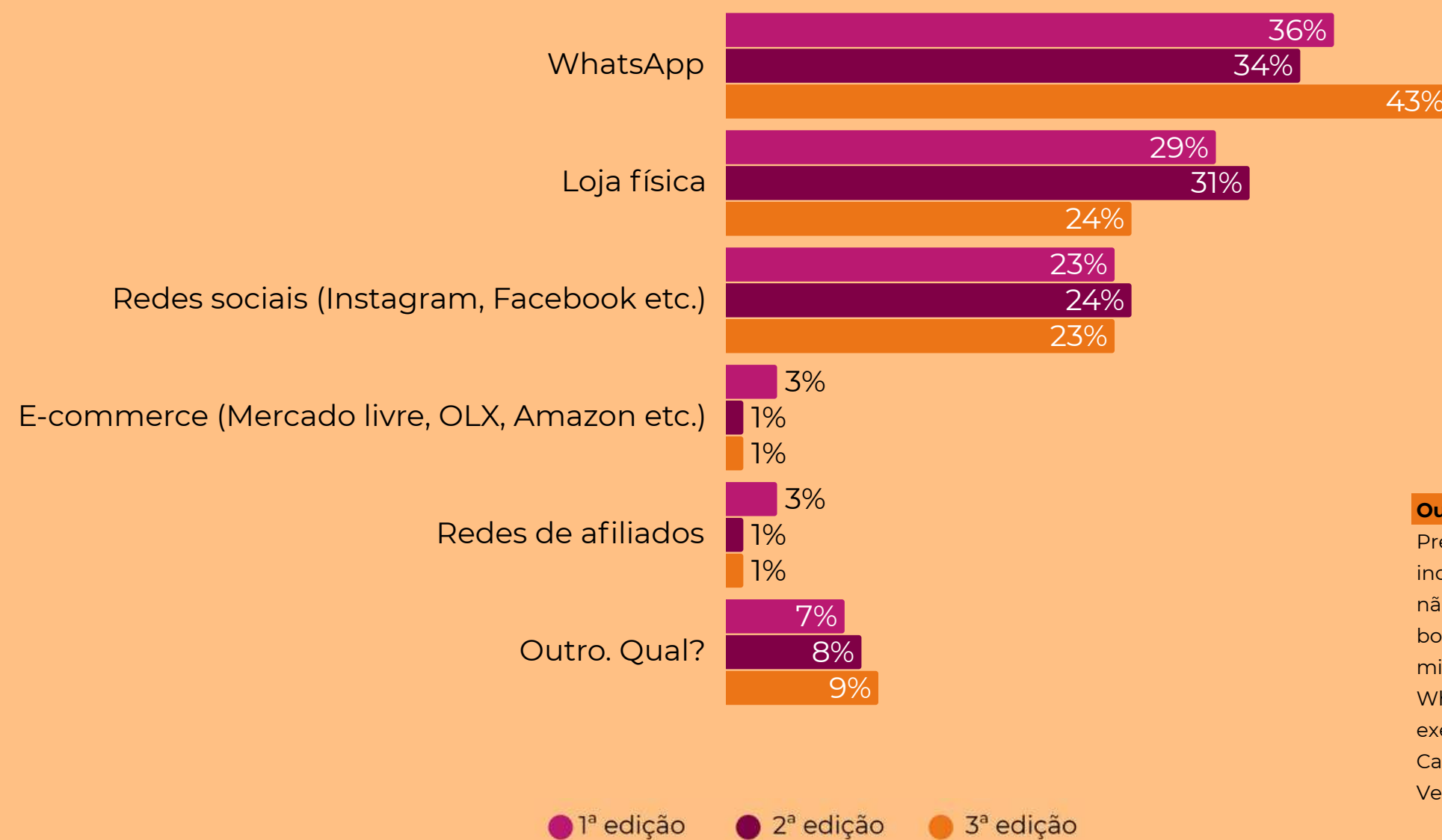
Outro. Qual? A
bosta da pandemia
| Somente

Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 274

Quantidade de respondentes 3ª edição: 254

18. QUAL O PRINCIPAL CANAL DE VENDAS DO SEU NEGÓCIO?



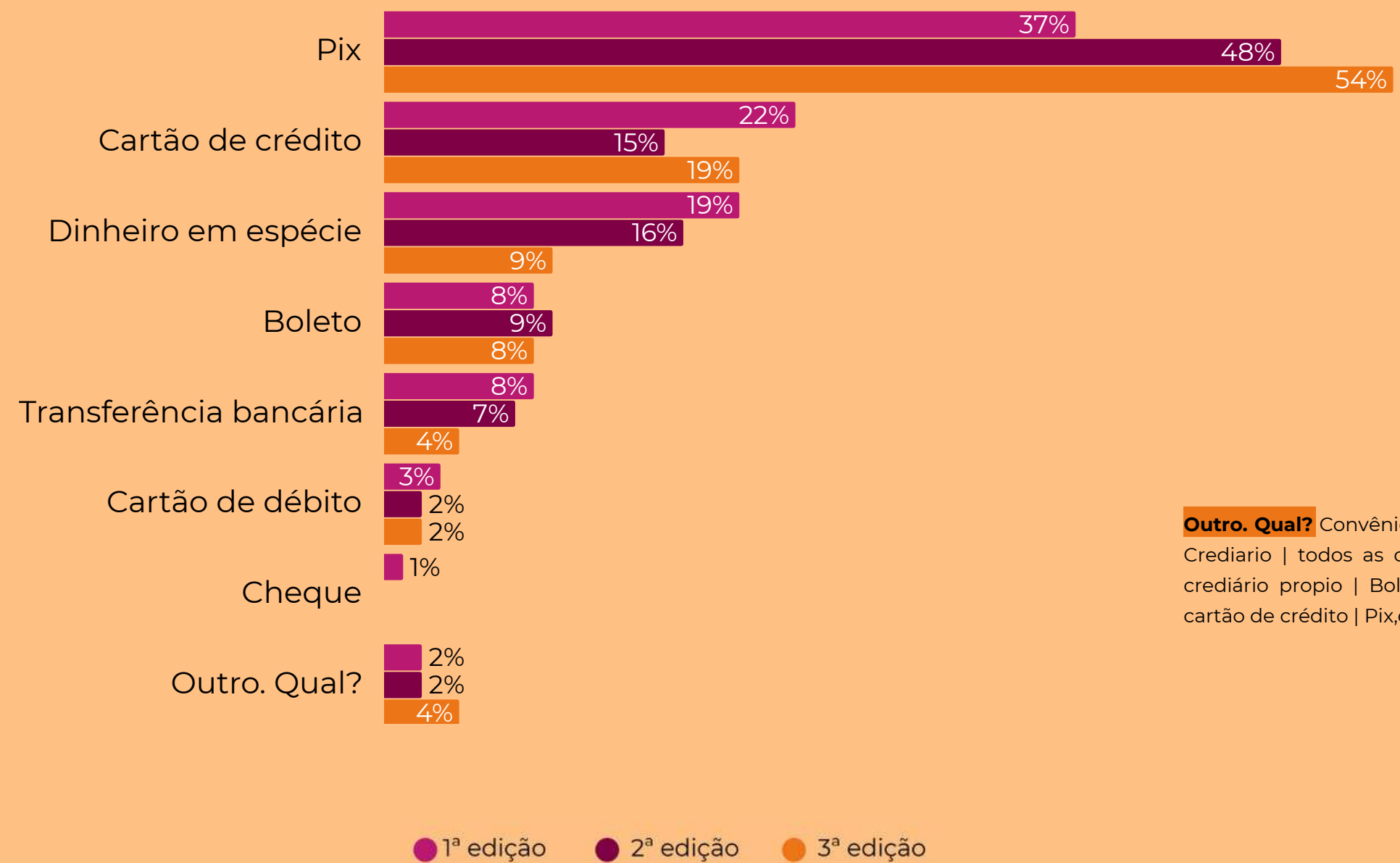
Outro. Qual? Feiras | E-mails, feiras, eventos | Presencial Tete a tete | família | Website próprio | indicação | Não tenho | Delivery | Networking | Ainda não funciona | Boca a boca | Feiras | tradicional boca a boca | Sempre vendo presencial em ótimas onde ministro | Feiras de artesanato | Boca a boca | B2b | Whatsapp, redes sociais e contato direto | Boca a boca e exemplos, indicações | Parceiros credenciados (BB, BB, Caixa, Sebrae, Senar, etc.) | Atendimento presencial | Vendas nas ruas

Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 274

Quantidade de respondentes 3ª edição: 254

19. QUAL O MEIO DE PAGAMENTO MAIS UTILIZADO NO SEU NEGÓCIO?



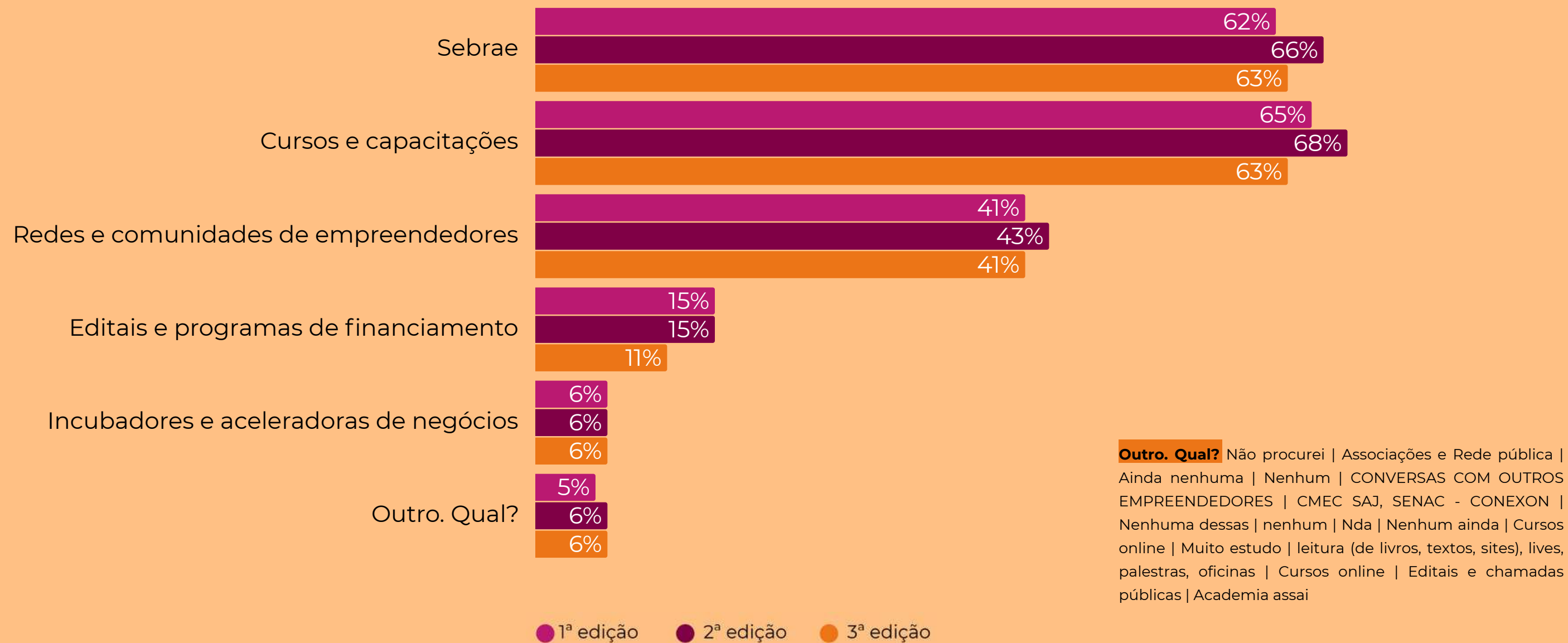
Outro. Qual? Convênios | trabalho com serviços | Notinha | Crediario | todos as opções acima | Ainda não funciona; crediário propio | Boleto, pix e cartão de crédito | Pix é cartão de crédito | Pix,débito,crédito e dinheiro

Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 274

Quantidade de respondentes 3ª edição: 254

20. QUE INICIATIVAS/INSTITUIÇÕES VOCÊ JÁ BUSCOU PARA APRIMORAR O SEU NEGÓCIO?



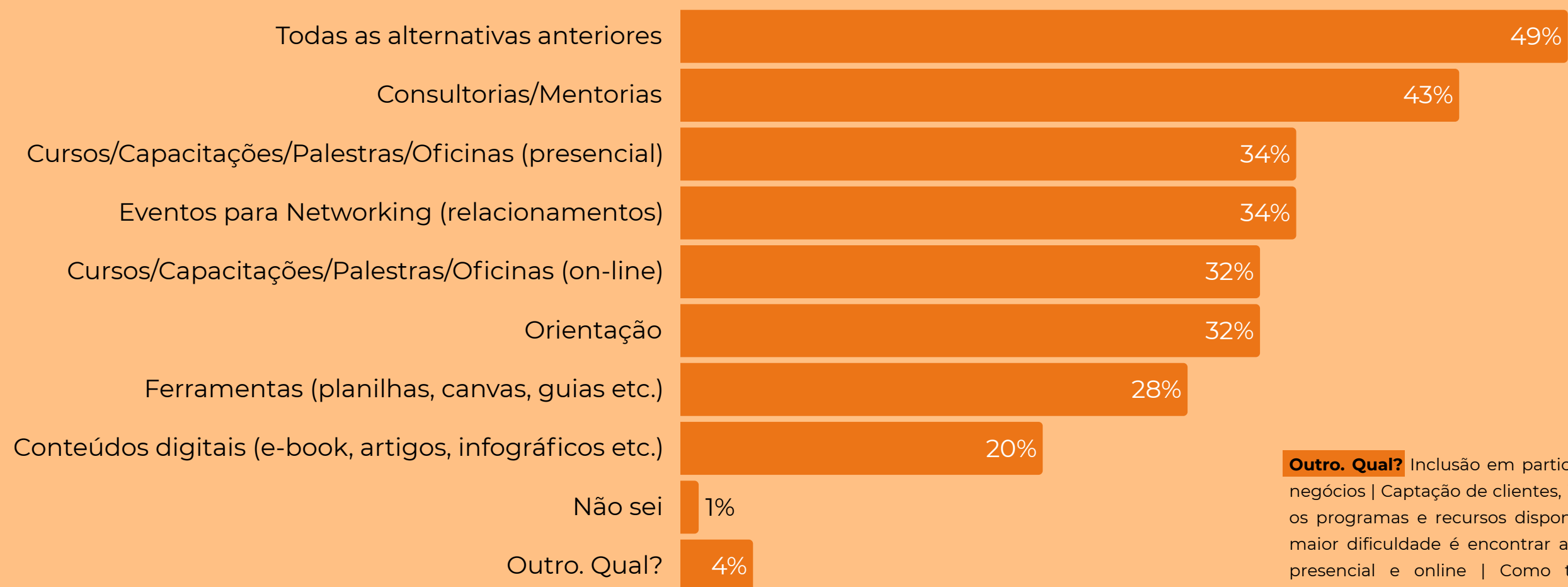
Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 274

Quantidade de respondentes 3ª edição: 254

21. QUE TIPO DE APOIO GOSTARIA DE RECEBER DO SEBRAE BAHIA PARA APOIAR A GESTÃO E/OU PLANEJAMENTO DA SUA EMPRESA/NEGÓCIO?

Questão atualizada das edições anteriores.

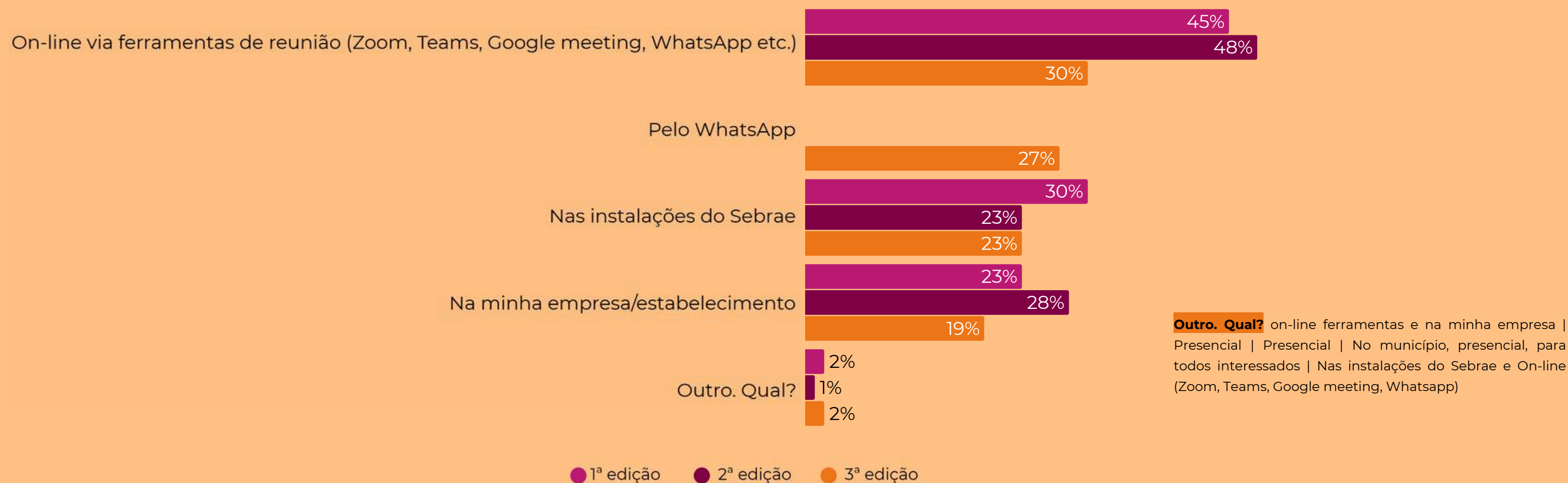


Outro. Qual? Inclusão em participação de Feiras e rodadas de negócios | Captação de clientes, intermediação | Acesso a todos os programas e recursos disponíveis no sebrae que estiver; A maior dificuldade é encontrar alguém qualificado para venda presencial e online | Como ter financiamento e ter um empreendimento sendo funcionária pública | Oportunidade de promover nossos negócios | Mais feiras e eventos em rede hoteleira de minha cidade | Visita ao estabelecimento

● 3ª edição

22. DE QUE MANEIRA VOCÊ GOSTARIA DE SER ATENDIDO PELO SEBRAE?

A alternativa "Pelo WhatsApp" foi inserida na 3ª edição da pesquisa.

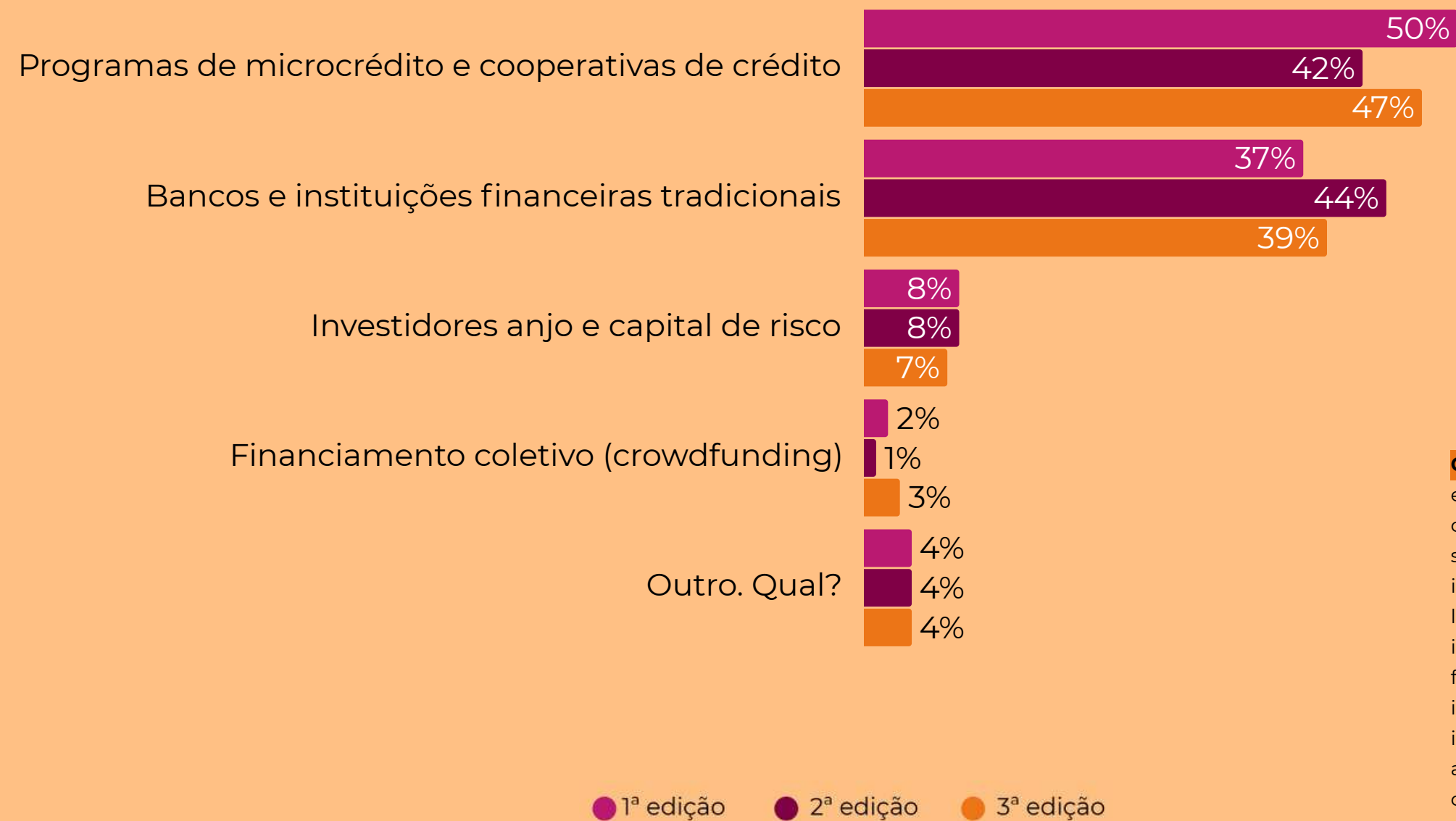


Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 274

Quantidade de respondentes 3ª edição: 254

23. EM RELAÇÃO AO ACESSO A FINANCIAMENTO, QUAL FONTE VOCÊ CONSIDERA MAIS RELEVANTE PARA O SEU NEGÓCIO?



Outro. Qual? Melhores oportunidades para quem tem nome em restrição, pois quando iniciamos um negócio não temos capital e com isso faz com que o nome caia em restrição | Não sei | Não sei dá essa resposta ainda estou aprendendo sobre isso e realmente não conheço os prós e contra das opções listada por isso não sei responder isso agora | não tenho interesse ainda acho arriscado | Não acho viável os financiamentos | Já fiz, mas não faria novamente | Não faço ideia | Recurso próprio | Estou iniciando o meu negócio do início | com muito estudo, construção do plano de negócio, abertura do CNPJ, contratação agora do escritório de contabilidade, entrada no INPI | Ainda não cheguei na fase de solicitar financiamento, mas sei que essa hora está se aproximando.

Quantidade de respondentes 1ª edição: 262

Quantidade de respondentes 2ª edição: 273

Quantidade de respondentes 3ª edição: 247

24. NA SUA OPINIÃO, O QUE FALTA PARA O FORTALECIMENTO DO AFROEMPREENDEDORISMO/EMPREENDEDORISMO NEGRO NA BAHIA?

Essa questão obteve 188 respostas. Diante do elevado volume de dados qualitativos coletados, foi utilizada a técnica de pesquisa “Análise Temática” com base na metodologia de Braun & Clarke (2006) para analisar, categorizar, definir e interpretar os temas que emergiram das informações qualitativas coletadas.



TEMÁTICAS PARA FORTALECIMENTO DO AFROEMPREENDEDORISMO BAIANO



TEMA 1 - ACESSO A CRÉDITO E FINANCIAMENTO JUSTO

O acesso ao crédito aparece como a principal barreira, acompanhado de críticas à burocracia e à falta de condições justas.

Exemplos:

- ▶ “Melhores condições de crédito, quando iniciamos um negócio apenas sobrevivemos com o pouco que temos (...)”
- ▶ “Mais acesso a crédito com condições justas, capacitação profissional, fortalecimento de redes de apoio e maior visibilidade...”
- ▶ “Falta de crédito para obter mercadorias.”
- ▶ “Oportunidade de microcrédito mesmo tendo inadimplência no nome, que muitas vezes foi questão de necessidade.”
- ▶ “Diminuir burocracia para acesso a crédito.”



TEMA 2 – CAPACITAÇÃO, EDUCAÇÃO FINANCEIRA E ORIENTAÇÃO

Muitos empreendedores reconhecem que precisam de mais preparo técnico, orientação contínua e educação financeira.

Exemplos:

- ▶ “Capacitação profissional, empoderamento.”
- ▶ “Educação financeira este sim será o primeiro passo.”
- ▶ “Capacitação de como empreender.”
- ▶ “Facilitando com cursos, mentoria, conferências, palestras para pessoas que sonham em ser empreendedores.”
- ▶ “Capacitação de gestão de negócio.”



TEMA 3 – APOIO INSTITUCIONAL E POLÍTICAS PÚBLICAS

Demandas por maior presença do Estado e de instituições de apoio aparecem com frequência.

Exemplos:

- ▶ “Falta apoio das instituições.”
- ▶ “Políticas públicas voltadas para esse público.”
- ▶ “Apoio governamentais.”
- ▶ “Colaboração do governo para impulsionar o crescimento do empreendedorismo.”
- ▶ “O Estado deve fomentar o incentivo por meio de políticas públicas, financiamento e capacitação do empreendedorismo.”



TEMA 4 – VISIBILIDADE, REPRESENTATIVIDADE E VALORIZAÇÃO CULTURAL

A visibilidade é entendida como fator estratégico, associada à valorização da identidade afro-brasileira.

Exemplos:

- ▶ “Mais destaque do negro nos canais de comunicação.”
- ▶ “Não deixar morrer as tradições afros.”
- ▶ “A Sebrae dar mais valor ao empreendedor negro, pois nos maiores eventos convida-se gente branca e de outros estados.”
- ▶ “Realizações de eventos, ofertas de crédito, valorização da cultura afro, empreendimentos voltados para a nossa cultura.”
- ▶ “Mais eventos nos municípios de menor tamanho para fortalecer o empoderamento e os negócios locais.”

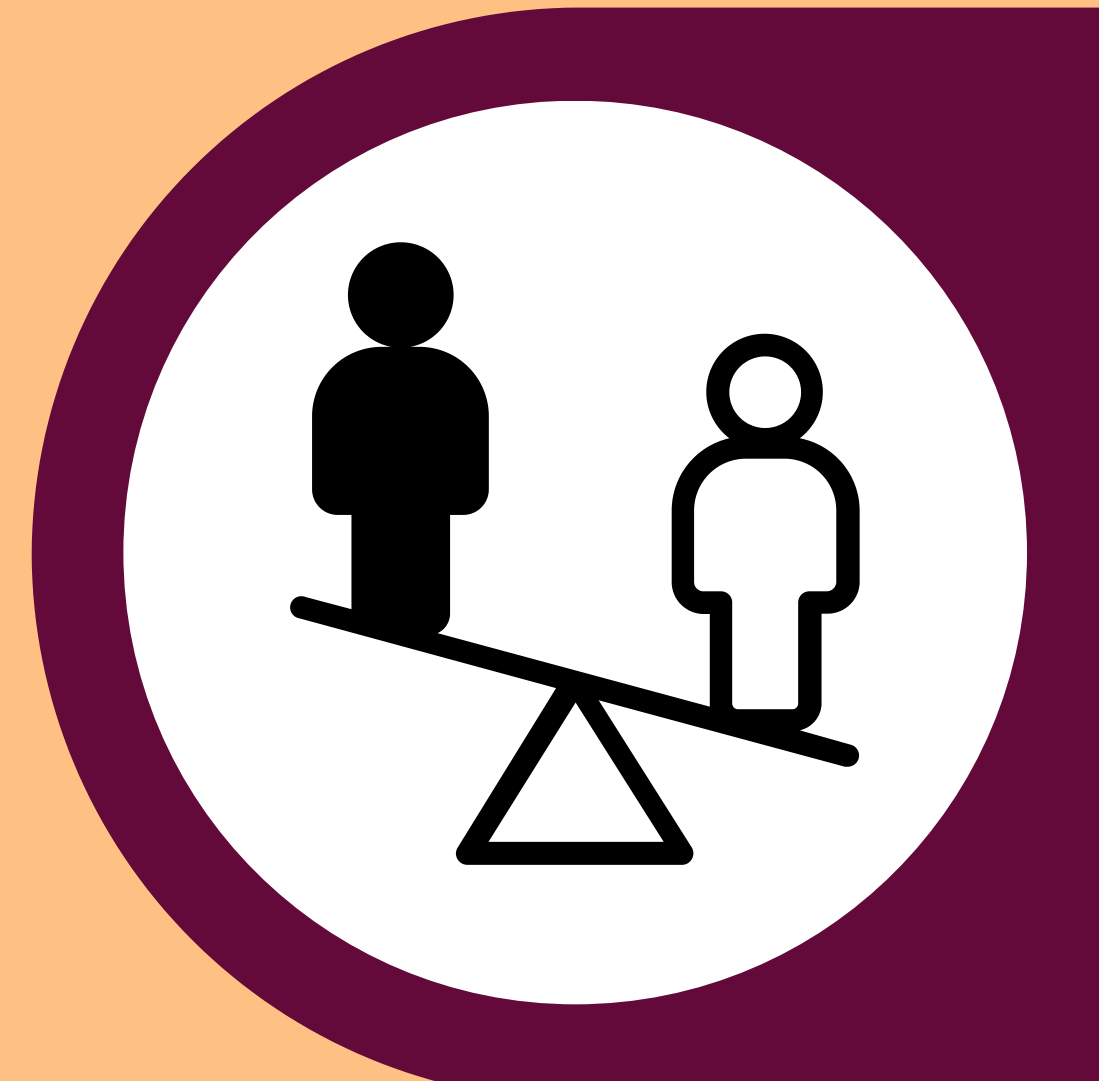


TEMA 5 – DESIGUALDADES ESTRUTURAIS E RACISMO

Diversas falas evidenciam a percepção de racismo estrutural e histórico como barreira real ao empreendedorismo negro.

Exemplos:

- ▶ “A criação de uma conscientização de que vivemos em uma sociedade racista que foi estabelecida através de desigualdade social.”
- ▶ “As pessoas pararem de olhar para o negro com preconceito!”
- ▶ “Romper com um preconceito estrutural não é fácil e nem com curto prazo.”
- ▶ “Acredito que ainda exista o preconceito e poderia melhorar o acesso a investimentos e linhas de crédito.”
- ▶ “Intensificar métodos para reduzir o preconceito racial na sociedade como um todo.”



TEMA 6 – PERSPECTIVAS DE IGUALDADE UNIVERSALISTA

Alguns participantes rejeitam políticas específicas, defendendo igualdade irrestrita de oportunidades.

Exemplos:

- ▶ “Pra mim todos são iguais, não é necessário essa diferença entre todos.”
- ▶ “Não faz sentido determinar fortalecer uma raça. Isso é preconceituoso!”
- ▶ “Eu não vejo diferença entre etnias raciais. Sei que muitos discordam.”
- ▶ “O mesmo que falta para empreendedores brancos, não há diferença.”
- ▶ “Nada, igualdade de condições para todos. Esse atendimento por cor (raça) é uma forma de incentivar a discriminação racial.”



TEMA 7 – REDES, PARCERIAS E UNIÃO

Há forte valorização da coletividade como caminho para o fortalecimento.

Exemplos:

- ▶ “Falta união e parceria entre os empreendedores.”
- ▶ “A compreensão de que somos um coletivo e podemos nos ajudar.”
- ▶ “Criar uma rede de conexão onde mutuamente os membros se ajudem e criem uma irmandade de proteção.”
- ▶ “Parcerias e mentorias especializadas.”
- ▶ “Depende de nos apoiarmos e trabalharmos no mesmo propósito, determinação e união.”

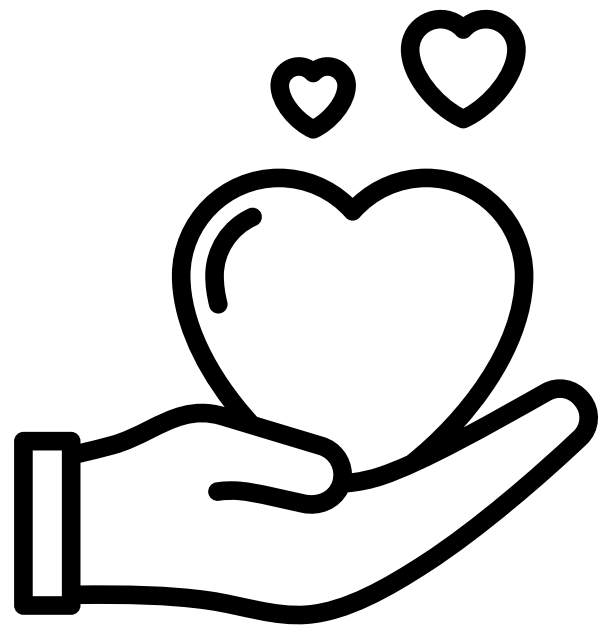


TEMA 8 – ASPECTOS SUBJETIVOS E EMOCIONAIS

O discurso também revela aspectos relacionados à motivação, inspiração e saúde mental.

Exemplos:

- ▶ “Coragem, educação financeira, conhecimento de mercado.”
- ▶ “A sobrecarga impacta fortemente a saúde mental de muitos afroempreendedores.”
- ▶ “Maior união e autoconfiança.”
- ▶ “Precisamos de pessoas que inspiram. Mostrar que seja branco ou negro, todos possuem oportunidade se trabalhar duro.”
- ▶ “Olá, tudo bem, o que falta são nego tomar atitude, aceitar todas as barreiras, os riscos, os preconceitos e acreditar em Deus.”



AÇÕES PARA FORTALECIMENTO DO AFROEMPREENDEDORISMO



“SE O NEGÓCIO TÁ PRETO,

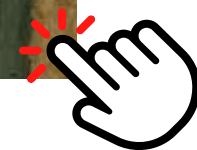


FAZ A DIFERENÇA”

(slogan da Campanha Sebrae #NegócioTáPreto, 2023)

CONSULTE A 2ª VERSÃO DA PESQUISA

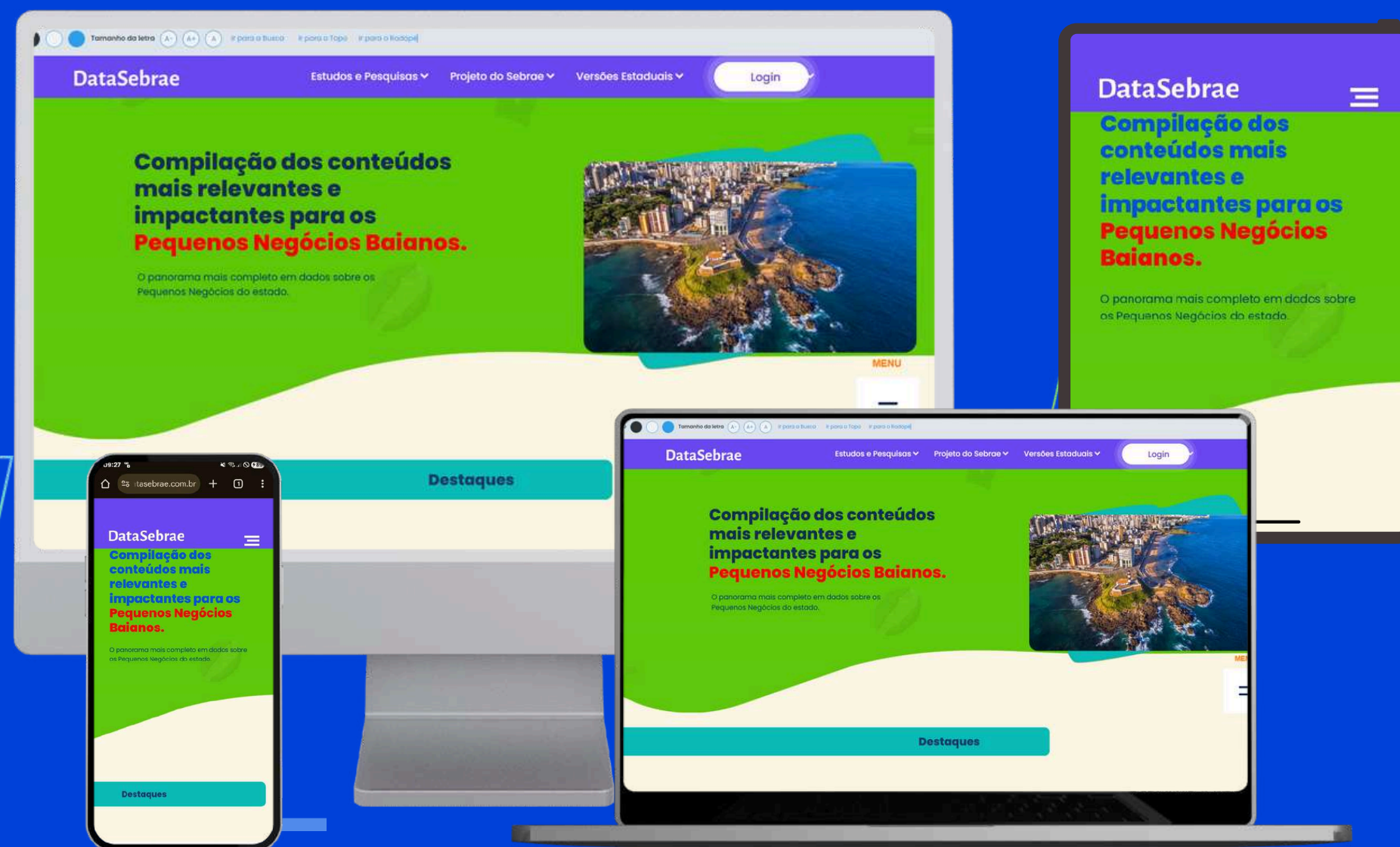
Propósito dos Afroempreendedores
baianos



Conheça o novo Site do DataSebrae!

<https://datasebrae.com.br/ba/>

E acompanhe o panorama mais completo em dados sobre os Pequenos Negócios do Estado.



DataSebrae 

© 2025. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE

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 DASUPERINTENDÊNCIA

JORGE KHOURY

DIRETORIA TÉCNICA

FRANKLIN SANTOS

DIRETORIA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA

VITOR LOPES

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA

ISABEL DE CÁSSIA SANTOS RIBEIRO | GERENTE
LUCIANA MANDELLI | ADJUNTA
ANDERSON DOS SANTOS TEIXEIRA | ANALISTA
FERNANDO EDMAR DE OLIVEIRA SILVA | ANALISTA
TAMIRES FARIAS CRUZ | ANALISTA
ALANA SOUZA LIMA | ANALISTA
RAQUEL CANA BRASIL B. DOS SANTOS | APOIO

RESPONSÁVEL PELA PESQUISA

ANDERSON DOS SANTOS TEIXEIRA

DIAGRAMAÇÃO

RAQUEL CANA BRASIL B. DOS SANTOS