

gazetaweb.com

(<http://www.gazetaweb.com>)



PRECONCEITO NÃO IMPEDE CRESCIMENTO

29/03/2019

Por Larissa Bastos / Thiago Gomes



FELIPE VIROU ESPECIALISTA EM REDES SOCIAIS E PRESTA CONSULTORIA A EMPRESAS

Formado em Marketing, especialista em redes sociais, consultor e palestrante. Quem vê o currículo de Felipe dos Santos Silva, de 37 anos e dono de uma empresa em Maceió, capital de Alagoas, com filial em Aracaju, Sergipe, não imagina o quão difícil foi o começo. Negro, periférico e de família humilde, o alagoano precisou, como ele mesmo diz, lutar muito para chegar onde está. Uma batalha que faria dele um empreendedor.

“Venho de uma família humilde, que batalhou muito para que eu pudesse estudar. Não gostava muito e acredito que isso tenha me atrapalhado. Na época, o preconceito era bastante a florado, como

também é hoje, mas nunca me abati porque sei das minhas raízes e não tenho como fugir delas. Com todo o esforço do mundo finalizei o Ensino Médio”, relembra.

Emendar com uma graduação nem passava pela cabeça do jovem, que, além do pouco interesse, também não dispunha do dinheiro para tal. *“Se fosse faculdade teria que ser federal, então fui trabalhar com meu pai(meu espelho), o mesmo sempre me incentivou desde cedo que ter uma profissão seria importante! Depois eu decidi sair e me aventurar em empresas privadas para trabalhar como atendente, secretário. Preconceito vai, preconceito vem, senti a necessidade de fazer uma faculdade”.*

Como já trabalhava com clientes e na parte de negociação, escolheu o Marketing. Na época, as redes sociais ainda despontavam, mas já começavam a dar os primeiros sinais do que viriam a se tornar alguns anos depois. Estar no Ensino Superior era novidade não só para ele, mas ainda para outros colegas de classe, todos receosos com a falta de mercado no Estado – a turma seria a primeira a se formar no curso em Alagoas.

Formado, viraria empresário. “Comecei a empreender pela necessidade. As redes sociais estavam começando e já existiam alguns gurus. Pensei: ‘Quero ser igual a esses caras’. Mesmo com o preconceito, nunca permiti que ele fosse maior que o meu querer. Sempre encarei”, sentencia Felipe, que precisou se mudar para Aracaju junto com a esposa por um tempo e lá montou a filial de sua empresa, hoje tocada por uma sócia.

Mais uma vez não foi fácil. Endividado, viu algumas portas fecharem bem diante de si. “Tentei uma linha de crédito, mas não foi à frente”, aponta. “Quando tentei, não tive essa ajuda. Era assim: ‘Você está endividado? Então, tchau’. Não tinha uma solução, uma ajuda para sair desse endividamento. Na primeira oportunidade desisti e o investimento teve que sair do meu próprio trabalho”.

O que poderia ser o fim virou estímulo para Felipe. Com meus próprios clientes foi entrando dinheiro, fui separando para investir sem depender do banco, porque, além do preconceito que realmente existe, do gerente olhar no seu olho e não querer resolver o seu problema, existe também essa questão do endividamento, que atinge muita gente”, diz ele, que acredita na necessidade de linhas de crédito específicas para empreendedores negros.

“Precisam existir não só linhas de crédito, mas também uma consultoria. É o que faz a rede Cenafro, uma rede de afroempreendedorismo criativo, indo atrás de um posicionamento e um mercado para o seu negócio. É difícil alguém dar crédito para quem está endividado e boa parte da população está. Acho que deve existir acesso à linha de crédito, mas também um auxílio para sair do endividamento”, opina.

**ALAGOANO TAMBÉM É
CONTRATADO PARA DAR
PALESTRAS SOBRE
NEGÓCIOS**

FOTO: ARQUIVO PESSOAL

CREDAMIGO E AGROAMIGO, DUAS OPORTUNIDADES.



Há 14 anos trabalhando na área de crédito do Banco do Nordeste do Brasil em Alagoas, Diogo Vilela atualmente ocupa o cargo de gerente de Microfinanças do BNB e opina que raças consideradas excluídas e minoritárias pela sociedade, como é o caso de

afrodescendentes e índios, não precisam e nem querem ter privilégios em detrimento de outras. O que elas buscam é nada mais que igualdade de oportunidades.

“Querem políticas de compensação, ou seja, que sejam beneficiados com ações públicas sérias, como é o caso dos programas do Banco do Nordeste (Crediamigo e Agroamigo). Penso que esta parte da população mereça ser recompensada e se torne equiparada às demais partes pelo esquecimento do qual foi vítima desde a abolição da escravatura”, avalia.

Na opinião do gerente, o BNB tem contribuído, por meio das linhas de créditos disponíveis, para que se efetive a igualdade de oportunidades entre negros e outras raças. “Em resumo, entendo que toda política pública se propõe a isso, a mudar uma situação, a tentar diminuir essa lacuna e, a partir daí, fazer uma revisão que traga melhorias, ou até mesmo realizar a sua extinção, se for o caso”.

E ele completa: “Eu diria até que nada é para sempre e eu espero que não seja, pois nestes 14 anos de BNB, presenciei clientes saírem do nada e hoje estarem gerando emprego na sua região, trazendo desenvolvimento para o local onde moram. Como otimista e nordestino que sou, acredito que chegaremos ao ponto de termos um país mais justo e que não precise de políticas que interfiram em um determinado processo”.

Atualmente, o BNB atua nos estados do Nordeste e em alguns do Sudeste. Mesmo assim, pode ser solicitado de todas as partes do País, se algum dos seus clientes tiver esta necessidade. No

segmento de microfinanças, oferece o CrediAmigo e o AgroAmigo, respectivamente para o meio urbano e rural. São programas que liberam empréstimos, contribuindo com as atividades produtivas de microempreendedores informais e formais.

Estas linhas, conforme está proposto, têm ações integradas ao Plano Brasil Sem Miséria, do Governo Federal, que tem como objetivo elevar a renda e as condições de bem-estar da população. Na prática, esta finalidade tem se refletido nos números apresentados pelos programas até agora.



DIOGO VILELA DIZ QUE PROGRAMAS DO BNB AJUDAM A ACABAR COM A DESIGUALDADE DE RAÇAS

Como revela Diogo Vilela, a maioria da clientela do CrediAmigo, cerca de 84,63%, concentra-se no setor comercial. Um dado relevante é que 60% dos que procuraram este programa têm

menos de 8 anos de escolaridade. Além disso, 58% têm renda familiar menor que R\$ 1.000 e 68,45% são mulheres.

Dentro deste perfil, o BNB acaba ajudando clientes de diversas etnias e raças. Pensando em fortalecer alguns grupos minoritários, o banco lançou o CrediAmigo Comunidade, que tem taxa de juros de apenas 1,08% ao mês caso a linha de crédito tenha que ser liberada para um nicho superior a 11 pessoas. Já para quem mora na zona rural do Semiárido, o AgroAmigo detém vantagens específicas, como é caso do bônus de 40% para os pagamentos feitos em dia.

Mesmo sem ter uma estatística de pessoas negras que procuram a instituição para linhas de créditos em comparação com outras raças, o gerente do BNB não teme em dizer que é cada vez maior a procura de futuros investidores no próprio negócio em todo o Brasil. "Para ser cliente do Banco, em especial pelo programa CrediAmigo, basta querer empreender, seja por necessidade ou por oportunidade, ou já dispor de uma atividade, seja para modernizar, expandir, adquirir produtos etc.", detalha Diogo Vilela.

PROGRAMA CREDIAMIGO DO BNB

- Para adesão, basta ser maior de idade;
- Em caso de crédito em grupo, precisa reunir os amigos empreendedores, que morem ou trabalhem próximos e que confiem uns nos outros. Esta união possibilita o "aval solidário", que é a garantia conjunta para o pagamento das prestações;

- Para crédito individual tem que ter a garantia de coobrigado. O faturamento da atividade deve ser de até R\$ 200 mil ao ano. Ter ou querer iniciar uma atividade comercial.

VANTAGENS DO PROGRAMA

- Abertura de conta corrente;
- Créditos escalonados e crescentes;
- Juros baixos;
- O empréstimo é liberado de uma só vez até sete dias úteis após a solicitação, tudo com atendimento personalizado no local de trabalho do cliente, orientação empresarial;
- Os valores dos créditos variam de R\$ 100 a R\$ 15 mil, de acordo com o produto, a necessidade e o porte do negócio;
- Os empréstimos podem ser renovados e evoluir até R\$ 15 mil, dependendo do produto, da capacidade de pagamento e da estrutura do negócio, permanecendo esse valor como endividamento máximo do cliente.

DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA ADESÃO

- CPF;
- Documento de Identificação com foto;
- Comprovante de residência atual.

AÇÕES DRIBLAM RACISMO E ESTIMULAM AFRONEGÓCIOS



Aos poucos e de maneira destemida, iniciativas têm se destacado no País como agentes incentivadores do afroempreendedorismo. Em Alagoas, por exemplo, surgiu em 2016 a Rede Cenafro de Afroempreendedorismo Criativo. Com pouco mais de dois anos de atuação, os frutos de um trabalho sério e dinâmico já estão sendo colhidos.

Coordenador e um dos fundadores da Rede Cenafro (Cena Afro), negro Jonathan Silva (ele faz questão de ser identificado assim) explica que o grupo tem o objetivo de compreender a diversidade empreendedora e promover o crescimento e desenvolvimento social e econômico dos afronegócios, gerando oportunidades para os afroempreendedores inseridos na economia criativa.

“Queremos promover a cultura afro-brasileira, valorizar o potencial mercado afro e estimular a inovação e a criatividade, possibilitando uma maior visibilidade das iniciativas afrocriativas existentes no Estado de Alagoas”, diz o idealizador, destacando o trabalho, considerado por ele fundamental, de Diego Bernardes

Ayraiberu, outro fundador da rede e que lidera a Companhia de Teatro e Dança Afro Aiê Orum, prestes a completar 10 anos de existência.





Oswaldo Bahia
Fotografia



Oswaldo Bahia
Fotografia





O grupo tem uma trajetória bonita. Trabalha a cultura e a história afro-brasileira com jovens de comunidades periféricas, além de contribuir, segundo Jonathan Silva, no resgate e na valorização da cultura negra alagoana, por meio de teatro, música e dança. A Afro Aiê Orum é apenas um dos braços da Rede Cenafro. Além dela, outras ações práticas e atividades são desenvolvidas com o mesmo propósito: enaltecer o afroempreendedorismo.

“Temos a Semana AfroCriativa, que busca, na diversidade empreendedora que temos, contemplar vários aspectos da negritude alagoana, através de palestras, debates e mostras realizadas em instituições de ensino públicas e privadas. Além disso, acreditamos que a reflexão sobre temas que nos tocam diretamente, estimulam o viés empreendedor, e com esse intuito o evento conta com ações de empoderamento que visam desenvolver habilidades específicas e as relações de troca de experiências, todas com possibilidades de inserção no mercado”, salienta o coordenador.

A rede também promove o concurso Garoto e Garota Cenefro, que busca dar visibilidade a jovens negros da periferia, e já realizou, em parceria com o Sebrae/AL, três edições de seu mais importante evento, o Cenefro, com seminários sobre afroempreendedorismo e estética negra. Há ainda a feira Afrocriativa, com negócios tocados por empreendedores negros.

Outros trabalhos, envolvendo turismo e cultura, também estão no calendário da rede, inclusive com experiências marcantes na Serra da Barriga, berço de Zumbi dos Palmares.

Por estas e outras iniciativas, o Ministério da Cultura honrou a Cia de Teatro e Dança Afro Aiê Orum com o Prêmio de Culturas Populares no ano de 2017. O resultado deste trabalho direcionado também está rendendo parcerias com empresas de outros estados e com afroempreendedores conhecidos nacionalmente, a exemplo de Adriana Barbosa, lembrada pela já tradicional Feira Preta.

O Sebrae em Alagoas informou que não tem uma atuação estruturada para o segmento de afroempreendedorismo. Não há um núcleo específico para isso. O atendimento da instituição é direcionado a empreendedores, de maneira mais ampla, sem segmentação. A Rede Cenefro, porém, tem tido o apoio que necessita, por meio de ações direcionadas à Economia Criativa, já que, como revela o Sebrae, esse é um mercado bastante expressivo em Alagoas, sendo oportunas as parcerias com expertise para atuação.

MERCADO É PROMISSOR



Só em 2017, o público negro brasileiro consumiu mais de R\$ 1,5 trilhões, de acordo com o Instituto Locomotiva. O coordenador da Rede Cenafro diz que, antes de 2016, ninguém, em Alagoas, abordava a temática do afroempreendedorismo. Portanto, ele considera a criação do grupo um marco referencial no Estado.



COORDENADOR DA CENAFRO, JONATHAN SILVA É UM DOS GRANDES INCENTIVADORES DO AFROEMPREENDEDORISMO

“Logo após o nosso primeiro evento, percebemos uma grande necessidade de levar para as instituições e empresários a importância da representatividade negra no campo da gestão, principalmente quando falamos de negros inseridos na Economia Criativa, pois estes, infelizmente, são invisibilizados”, argumenta.

Segundo ele, o mercado para os afroempreendedores alagoanos é oportuno, diante da perspectiva atual de produtos e serviços voltados para atender o público negro. Porém, pontua Jonathan Silva, há certa resistência por parte dos próprios empresários em buscar a melhoria da gestão e entender que a cultura negra é o grande elo de inspiração do afroempreendedorismo.

“Ainda não colhemos os frutos desta realidade positiva, pois temos que enfrentar os desafios impostos pelo racismo”, avalia.

“Acreditamos que o grande objetivo da Rede Cenafró é tornar-se uma referência nacional, cuja principal meta é potencializar afroempreendedores criativos. E, para o alcance deste feito, buscamos trabalhar com compromisso e visando o fortalecimento da cultura negra”, completa.

Na opinião dele, a questão social é o primeiro impasse para negros empreenderem no Brasil. “Não somos vistos como empreendedores de sucesso. Além disso, falta interesse dos afroempreendedores em se capacitarem para melhoria do negócio e entendimento do mercado. Vivemos ainda no empreendedorismo por necessidade. Outra problemática é a questão do acesso às linhas de crédito, pois infelizmente os empreendedores negros possuem três vezes mais chances de não

ter o financiamento disponibilizado pelas instituições bancárias, de acordo com dados do BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento de 2017”, avalia.

Em Alagoas, o desafio é fugir da problemática das posturas imediatistas na gestão dos afronegócios por parte dos afroempreendedores. “Eles não estão buscando capacitações que apresentem ferramentas de gestão que contribuam para uma administração mais profissionalizada. E tem mais: muitos pensam localmente. Boa parte dos negros se limita e não visa alcançar outros mercados. Há uma crença limitante que preto e dinheiro não se conversam”.

DO HOSPITAL PARA O SALÃO COM MUITO EMPODERAMENTO



Assim como o especialista em redes sociais Felipe dos Santos Silva, Dayse Maria Lins também faz parte da Rede Cenafro. Hoje aos 46 anos, ela jamais imaginaria que uma demissão meia década atrás seria capaz de mudar radicalmente a vida dela. Antes funcionária

administrativa em dois hospitais de Maceió, a alagoana não descobriu seu verdadeiro talento como também abriu novas portas. Virou empreendedora.



FOTO: ARQUIVO PESSOAL

DAYSE DEIXOU CARREIRA NA ÁREA DE SAÚDE DE LADO PARA EMPREENDER

“Eu era da área da saúde, onde trabalhei 16 anos. Fui contratada pelo Hospital Universitário e iniciei na higienização; depois fui solicitada para trabalhar na área burocrática, passei a ser secretária e durante 8 anos gerenciei clínica renal. Só que recebi a notícia de que todos os funcionários terceirizados iam pra rua e eu estava nessa lista. Pensei: ‘E agora? O que vou fazer?’ Na época eu já tinha 40 anos”, conta.

A situação não estava nada fácil: além da demissão iminente, a outra unidade hospitalar onde Dayse trabalhava passava por uma crise e há meses ela não via a cor do próprio salário. “Eu precisava correr contra o tempo para poder trabalhar e me manter”, relembra. “Precisava ter uma ideia”, acrescenta ela, que colocou a cabeça para funcionar até encontrar um negócio com o qual pudesse fazer dinheiro.

Foi quando surgiu o estalo de se dedicar a algo voltado para a própria raça, nicho até então pouco explorado em Maceió. “Pensei em fazer um curso de tranças e megahair para fazer extensões de cabelo. Acreditava que seria ‘trancista’. Tirei férias, fui para o Rio de Janeiro e fiz um curso de tranças africanas, megahair e químicas para cabelos afro. Me encantei e vi que era isso que eu queria”.

ALAGOAS EMPREENDEDOR 13 03 2018



De volta à capital alagoana, se inscreveu no Senac. Foram mais seis meses de curso de cabeleireira. Lá, viu que tinha o dom para lidar com as madeixas – mas não quaisquer umas. “Vi que tinha o dom e que não era com cabelo liso. A cada dia que ia passando eu via que era com o cabelo afro, o cabelo do negro, que eu tinha afinidade”, diz ela, que conseguiu acompanhar as aulas enquanto ainda trabalhava nos dois hospitais.

A demissão não tardaria a vir, mas, quando chegou, Dayse já estava formada. Começou a fazer serviços de cabeleireira gratuitamente em casa, divulgando pouco a pouco seu trabalho. O boca a boca foi se espalhando e tudo foi ganhando proporção. Depois de seis meses e já afiada na atividade de cabeleireira, começou a cobrar pelo trabalho – e continuou atraindo mais e mais clientes.

“Cobrava um valor médio, que as pessoas pudessem pagar. Com o dinheiro da minha indenização, comprei todos os móveis do salão. Tudo muito simples, mas era o que eu podia. Aluguei um espaço e com um ano já tinha fidelizado uma boa parte dos clientes”, aponta ela, que atende desde crianças – com produtos especiais para a idade – até idosos, sejam eles homens ou mulheres.

E foi no meio de toda essa trajetória que os caminhos dela se cruzaram com o da Cenafró, atualmente uma de suas grandes parceiras. “Conheci o Jonathan e começamos a trabalhar juntos, eu

fazendo oficinas e eles divulgando meu trabalho. A rede foi um dos pontos positivos do meu trabalho com o “Negra Beleza”, diz Dayse, que, mais que cabelos, hoje trabalha com conscientização.

Empoderamento, destaca ela, é fundamental. “No meu estúdio todo mundo é igual, não existe diferença. Um dos pontos chave é o preço acessível, mas outro é a consciência. Quando você conscientiza a mulher negra de que ela precisa assumir seu cabelo, suas raízes, ela passa a se amar, se aceitar. Você pode escolher alisar seu cabelo, mas com consciência, sabendo que você é negra e tem um cabelo afro que também é lindo. Ele faz parte da nossa história, precisamos preservar”.

A cabeleireira comemora os resultados do que vem colhendo e, mesmo sem ter necessitado de linhas de crédito, faz campanha para a existência delas. “É importantíssimo que existam essas linhas para empreendedores negros. Eu tive uma indenização que me ajudou a iniciar, mas e quem não tem? Que os negros possam ser vistos como cidadãos que têm muito a oferecer e empreender. Com o meu trabalho, me reconheci como mulher, negra e empresária”, expõe.

AFROEMPREENDEDORES TÊM POTENCIAL, MAS BOA PARTE NÃO SABE



Seguindo a média nacional, Alagoas conta com um forte contingente de mulheres negras, com idade entre 25 e 60 anos, que administram seus afronegócios, localizados em áreas periféricas. A minoria possui nível superior ou está cursando, enquanto as demais possuem Ensino Médio ou Fundamental incompleto.

Conforme Jonathan Silva, a oferta de produtos e serviços se baseia nos anseios das comunidades nas quais estes afroempreendedores estão inseridos, como, por exemplo, a demanda por serviços estéticos especializados para cabelo afro e pele negra. “Entretanto, percebemos também um forte número de afroempreendedores que estão inseridos na Economia Criativa, que empreendem em diversas áreas, como a cultural, gastronômica e moda”, destaca.

Potenciais empreendedores, os jovens negros estão inertes, segundo o coordenador da Cenafro. Esta faixa etária (pelo menos boa parte dela) desconhece o afroempreendedorismo e o sistema educacional em vigor no País não estaria estimulando os negócios nas escolas.

“Enquanto Rede Cenafro, buscamos mudar esta realidade com ações e capacitações voltadas para estímulo do afroempreendedorismo e a geração de negócios de impacto social

no ambiente escolar. Uma ação prática realizada pela rede é a Semana Afrocriativa, que visa proporcionar uma experiência na prática para jovens estudantes de escolas públicas”, ressalta.

Ele anuncia que, este ano, acontecerá a quinta edição do evento na Escola Estadual Geraldo Melo dos Santos, no conjunto Graciliano Ramos, periferia de Maceió, com alunos do curso técnico em Marketing.

No contexto do Nordeste, a grande aposta é a Bahia. O estado é uma referência. “E este fato se legitima, pois os baianos entenderam que a cultura diaspórica, africana e afro-brasileira, é importante para agregação de valor nos afronegócios”, acredita Jonathan Silva.

E qual seria a receita para sucesso nestes empreendimentos? Será que há uma fórmula para driblar os obstáculos e ter êxito nos negócios? Para o líder da Cenaafro, seguir este caminho é um grande desafio. “Afroempreender é perceber as necessidades de um público-alvo que, por muito tempo, não era visto como potencial consumidor. Além disso, o afroempreendedor deve encarar a cultura negra como algo positivo e que agrega valor e cria diferenciação no mercado”, entende.

ASSOCIAÇÃO CRIA CONTA BLACK E FACILITA A INCLUSÃO



Com o propósito de promover a capacitação e integração entre empreendedores e profissionais liberais, bem como a promoção de seminários, palestras e estudos relacionados à inserção social e econômica da população negra no Brasil, a Afrobusiness Brasil tem se destacado em ações voltadas ao afroempreendedorismo. Uma das novidades é a Conta Black, que alcançou todas as regiões do Brasil, inclusive o Nordeste, tendo na Bahia o maior contingente. Alagoas também está inserido neste contexto.

A iniciativa foi lançada em outubro de 2017 com a intenção de promover a inclusão. Ela se propõe a resolver o desafio da desbancarização e, conseqüentemente, a exclusão financeira, também responsáveis pela desigualdade social e estagnação econômica dos mais pobres.

Fernanda Ribeiro é fundadora da Associação Afrobusiness Brasil e co-fundadora da Conta Black. Ela conta que o maior propósito da ideia é alcançar todos os espaços pretos do Brasil e surgiu com base em uma demanda recorrente entre os associados da entidade, que era o acesso ao crédito e ferramentas de educação financeira.

“Logo, podemos afirmar que a Conta Black está cumprindo com as metas planejadas. Em 2019, lançamos a versão 2.0 com atualizações baseadas nas demandas recebidas por parte de nossos clientes, que estão utilizando o serviço desde o lançamento. Também conseguiremos dar vazão à lista de espera”, informa.

Os próximos passos também já estão definidos. “A partir do segundo semestre vamos partir para ‘o campo’, com ações presenciais de educação financeira, e queremos muito levar a nossa mensagem à comunidade quilombola”, revelou a executiva da Afrobusiness Brasil.

Ela diz que, de acordo com dados do Banco Mundial, 2,5 bilhões de pessoas não possui conta em banco. No Brasil, esse número avança diariamente e, segundo o IBGE, está em 60 milhões, representando quase a metade da população economicamente ativa.

“Sabemos, também, que a solução não está em somente incluir essas pessoas no sistema financeiro atual. É necessário promover a educação financeira, para uso consciente desses recursos. Se consideramos a pesquisa realizada pelo SPC Serasa, em parceria com o CNDL [Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas], 45% dos brasileiros não controlam as próprias finanças”, ressalta.

Segundo ela, coincidentemente, a maioria destas pessoas está alocada nas classes C/D/E, que é o principal grupo, o qual a Conta Black se destina. “Propomos a inversão da lógica financeira atual e

o relacionamento com o dinheiro, por meio do que chamamos de comunidade financeira”, explica.

Mais importante do que contribuir com a inclusão, a direção da Afrobusiness revela o orgulho em ter em seus quadros empreendedores negros no protagonismo da gestão. “É necessário ocupar esse espaço. A cada dia, plantamos a semente do Black Money. A circulação de dinheiro entre os empreendedores é um fator importante para movimentarmos a economia. Prover serviços financeiros, de qualidade e com um olhar voltado para os desafios enfrentados por esses empreendedores, é algo extremamente relevante para nós”, conclui Fernanda Ribeiro.

gazetaweb.com

Copyright © Gazetaweb.com | O portal de notícias mais completo de Alagoas



([https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?](https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fgazetaweb.globo.com%2Fportal%2Fespeciais%2Fempreendedores-e-empoderados%2F)

[u=https%3A%2F%2Fgazetaweb.globo.com%2Fportal%2Fespeciais%2Fempreendedores-e-empoderados%2F](https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fgazetaweb.globo.com%2Fportal%2Fespeciais%2Fempreendedores-e-empoderados%2F))



([https://twitter.com/home?](https://twitter.com/home?status=https%3A%2F%2Fgazetaweb.globo.com%2Fportal%2Fespeciais%2Fempreendedores-e-empoderados/)

[status=https%3A%2F%2Fgazetaweb.globo.com%2Fportal%2Fespeciais%2Fempreendedores-e-empoderados/](https://twitter.com/home?status=https%3A%2F%2Fgazetaweb.globo.com%2Fportal%2Fespeciais%2Fempreendedores-e-empoderados/))

EMPREENDEDORES & EMPODERADOS

Editor chefe: **Thiago Gomes**

Reportagem e texto: **Larissa Bastos / Thiago Gomes**

Ações direcionadas ou em larga escala
Desenvolvimento:
contribuem para o crescimento dos afronegócios
T Gazetaweb.com