



VIRGÍNIA ASSUNÇÃO
Empreender
na cultura



STEPHANE LOUREIRO
A mulher
advogada



EUNICE GUIMARÃES
O Sarau de
Mulheres

EMPREENDEDORISMO



ANO **5** EDIÇÃO **29** MARÇO **2024**

ISSN 2595-9395



2595-9395

EDIÇÃO ESPECIAL

MULHER EMPREENDEDORA



ATITUDES PROFISSIONAIS PARA 2024

Ano 5 • Edição 29

MARÇO 2024

ISSN 2595-9395



2595-9395

Editor responsável
JOSELITO MIRANDA
DRT/SP 014509

Administrativo
ROSEILDE REIS

Os artigos e anúncios aqui publicados são de inteira responsabilidade de seus autores e não expressam necessariamente o pensamento do editor.

**Esta revista é uma publicação
de propriedade**



Contatos
(79) 99131-7653

<http://artner.com.br/>

e-mail
editoraartner@gmail.com

Instagram
[https://www.instagram.com/
editora_artner](https://www.instagram.com/editora_artner)

Facebook
[artnercomunicacao](https://www.facebook.com/artnercomunicacao)

Palmas para as mulheres!

Que a mulher tem uma enorme força e capacidade superação, ninguém duvida, não é mesmo? E, neste mês, quando é comemorado o Dia Internacional da Mulher, nós, da *Revista Empreendedorismo* não poderíamos ficar de fora desse tema.

Pensando nisso, preparamos uma edição especial com alguns artigos escritos por mulheres que tem o que dizer.

Nesta edição destacamos artigos de reflexão sobre a atuação feminina na sociedade e na cultura; o exemplo de uma mulher nas atividades do empreendedorismo. Além disso, apresentamos, também, dicas de atuação no trabalho.

Deguste e vamos em frente!

Querendo emitir a sua opinião ou uma contribuição, envie sua mensagem para o e-mail: editoraartner@gmail.com

Abraço e boa leitura.



**JOSELITO MIRANDA
DE SOUZA**
Empreendedor da
Editora ArtNer

Sete dicas para **empreender** com sucesso

A pesquisa é fundamental para alcançar êxito em qualquer empreendimento.

Apresento, a seguir, algumas dicas coletadas em um site que me pareceram bem oportunas:

1 **Compartilhe a sua ideia**

Manter segredo é importante, por outro lado conversar a respeito pode trazer economia de tempo e capacidade de inovar.

2 **Conheça e analise empresas do segmento**

É mais que necessário estar por dentro do que pretende trabalhar. Uma ampla pesquisa deve ocupar o seu tempo.

3 **Valide o seu modelo de negócios**

Para evitar tropeços o pla-



nejamento é fundamental. Identificar os pontos fracos e traçar planos positivos.

4 **Um empreendedor iniciante organiza a sua vida financeira**

Não tenha medo de planilhas ou projetos financeiros. Sem

esse conhecimento o empreendimento não vai para frente.

5 **Estude o mercado de atuação**

Conheça onde você vai pôr os pés. Vale aqui pesquisar a concorrência, por exemplo.

6 **Precifique de maneira correta**

Defina a margem de lucro ou fixe os valores dos produtos ou serviços.

7 **Crie valor aos seus produtos**

Apresente soluções inovadoras para sair do lugar comum. Associe sua marca à valores positivos.

Enfim, use a tecnologia a seu favor. Mantenha a cabeça erguida e mãos à obra!



JOSELITO MIRANDA DE SOUZA

Empreendedor editorial e diretor da Editora ArtNer.
Membro do Movimento Cultural Antônio Garcia Filho - MAC
da Academia Sergipana de Letras - ASL

Empreendedorismo feminino

Desde pequena, a sergipana Rafaela Viana trocava qualquer brincadeira por atividades relacionadas à manutenção da casa modesta, em que vivia com a família, em Maruim (SE). Ela cresceu entre reparos, trocas de lâmpadas e construção de móveis de alvenaria. O passatempo se tornou profissão e, mais tarde, deu origem à empresa Mulheres de Obra, criada em 2018, com o propósito de ampliar e fortalecer a presença feminina na construção civil.

Em menos de quatro anos, os números do negócio já impressionam. Rafaela conta que seu primeiro contrato teve uma remuneração de R\$ 300, para mais de 10 dias de trabalho. “Eu e minha irmã comíamos pão de manhã e no almoço, porque o dinheiro não dava pra marmitta. Eu não sabia colocar preço, não tinha segurança”, conta. Hoje, a empresa tem 12 colaboradoras registradas e contabiliza, como clientes já atendidos, 576 imóveis e 8 obras de médio e grande porte, a exemplo de um novo terminal rodoviário, no centro de Aracaju.



Rafaela Viana (à frente), com funcionárias da Mulheres de Obras: serviços de acabamento e pintura em mais de 570 imóveis e obras de grande porte (Foto/ crédito - Jouis Fotografia)

A Mulheres de Obra é especializada em serviços de acabamento, principalmente pintura. Para a empresária, o negócio quebra padrões em um setor predominantemente masculino. “Quando eu trabalhava em construtora, era a única mulher em obras com mais de 140 homens. Tinha muita vontade de mudar essa realidade e esse foi um dos motivos que me levaram a criar a empresa.

Muitas vezes, a gente é desacreditada e sofre preconceitos por sermos mulheres pintoras. Pra romper a barreira do machismo, a gente oferece um serviço de excelência, que agrega valor pra quem nos contrata. É assim que conquistamos cada vez mais espaço no mercado”, afirma ela, que, para aprimorar sua atuação, está cursando o oitavo período de Engenharia Civil.

DE SERVENTE A EMPRESÁRIA

Rafaela começou a trabalhar em uma construtora aos 19 anos, fazendo o rejunte e a limpeza das obras. Percebeu que, para crescer, precisava se capacitar. Fez cursos profissionalizantes de pintura, mestre de obras e pedreira. Depois de fazer o curso de edificações, trabalhou como técnica em outra construtora por cinco anos. Até que, depois da participação em um evento, tudo começou a mudar.

“Fui a uma palestra sobre finanças, e a ideia de criar um negócio começou a ganhar força. Foi aí que o Sebrae se transformou na minha segunda casa, todos os dias eu ia lá, pra aprender e me preparar, antes de empreender. Participei de muitos eventos, recebi orientações sobre marketing, formalização. A participação no Sebrae Delas foi fundamental pra mim e pro meu negócio”, lembrou.

Quando a empreendedora se sentiu preparada para iniciar o negócio, ela decidiu sair da construtora e investir o dinheiro da rescisão na abertura da Mulheres



de Obra. Com a dificuldade de encontrar mão de obra especializada, Rafaela decidiu capacitar as profissionais e, aos poucos, foi formando sua própria equipe.

Em 2020, a empresa fechou um grande contrato, mas sofreu um revés, por conta de questões administrativas e ações trabalhistas. A empreendedora ficou tão desanimada, que resolveu demitir toda a equipe e encerrar as atividades. No ano passado, porém, surgiu o convite para trabalhar em uma grande obra e ela decidiu retomar seu sonho, de empreender entre mulheres e em família. Além de Rafaela, as irmãs Grazi e Daniela e sua mãe Alaíde também trabalham na Mulheres a Obra.

“Eu durmo e acordo pensando em como melhorar. Para o futuro, eu quero expandir meu negócio e sonho em ver uma franquia da Mulheres de Obra em cada estado do Brasil”, finaliza Rafaela Viana.

NÚMEROS DA MULHERES DE OBRA

- 12 colaboradoras registradas
- 576 imóveis
- 8 obras de médio e grande porte

Na cova dos leões

É sempre pertinente, especialmente em tempos de ácida contestação social a respeito dos padrões contemporâneos de valorização do trabalho feminino, ponderarmos o relevante papel da mulher advogada. Apesar do peculiar contexto brasileiro de grande protagonismo de todos os atores que compõem a triangulação judicial, impõe-se refletir as razões que tornam o labor exercido pela mulher no contexto da advocacia, tão cheio de entraves e mazelas e que, cotidianamente, assumem os sutis contornos da combatida misoginia institucional.

Pensar que muitas vezes a mulher advogada encontra dificuldades maiores na execução das mínimas atividades do cotidiano laboral, tais como solicitar - no estrito exercício do mister profissional - mero andamento processual ou mesmo ao enfrentar o destempero rotineiro de alguns que assim não se portariam se, talvez, fosse a figura masculina sentada no lado oposto da mesa. Pensar que o simples pedido de adiamento de sessão judicial não possa ser atendido mesmo diante da circunstância especialíssima de uma profissional que não pôde comparecer à audiência porque estava em trabalho de parto, são fatos que nos autorizam a constatar que a questão não esteja sendo observada eficazmente pelas cabeças pensantes desta beligerante seara laboral.

Pequenas e vagarosas conquistas vêm sendo obtidas. Avanços normativos estão sendo alcan-



çados à conta-gotas. No entanto, o peso esmagador da profissão sobre os ombros da mulher, esses abismais pequenos percalços cotidianos, fazem com que a advocacia se torne a cada dia menos atrativa justamente para o segmento que dela mais necessita para se fazer ouvir e representar.

Há poucos dias, lamentavelmente, presenciamos o assassinato brutal, no exercício da profissão, da jovem advogada Brenda Oliveira. Não há qualquer vínculo entre o crime amplamente noticiado na mídia e os desafios femininos majorados no dia a dia da atividade. No entanto, se estamos todos expostos, homens e mulheres, aos mesmos riscos e intempéries da profissão; se compartilhamos muitas vezes das mesmas violações de prerrogativas ou amargamos os já sabidos dissabores decorrentes da natural falibilidade humana, por que impor em desfavor da mulher

dificuldades ainda maiores em um contexto profissional que, por si só, já é bastante atribulado? Por que nos impingir o pesado fardo da misoginia, especialmente, quando rememoramos o luminoso legado de baluartes inesquecíveis, tais como a brava Esperança Garcia, reconhecida postumamente como a primeira advogada brasileira, mulher preta e escravizada?

E, se pudermos atravessar o Atlântico afastando-nos momentaneamente da realidade local para estreitarmos os olhos sobre figuras como Lidia Poët que lutou para exercer a advocacia na Itália e, diante dos rígidos padrões machistas da época, foi expulsa da Ordem dos Advogados apenas três meses após ser admitida, para somente aos 65 anos - em sua madureza - pudesse voltar a exercer a profissão, constatamos de forma cristalina como a luz solar que mesmo em nações que hoje são tidas como democráticas, o papel exercido pela mulher que se lança à advocacia - desde o início - foi permeado de grandes entraves.

Relevantes movimentos históricos sobrevieram, como o sufrágio feminino que no Brasil viera somente em 1932, os bons agouros do Movimento Feminista, as libertadoras pílulas anticoncepcionais, as Diretas Já e outras tantas mudanças alvissareiras despontaram no horizonte para, no entanto, ainda nos embaraçarmos até pouco tempo atrás, com a necessidade da autorização do marido para a realização de laqueadura de trompas pela mulher casada que assim o desejasse.

Enquanto nos embaraçarmos com discussões acaloradas sobre a distribuição gratuita de absor-



ventes e mitigação da pobreza menstrual na rede pública de ensino, por outro lado nos escusamos de participar ativamente de debates que realmente impactarão na vida de homens e mulheres das próximas gerações, tais como a obrigatoriedade de inclusão na grade curricular de adolescentes e jovens, de matérias que versem de forma sistemática e séria, sobre educação sexual e planejamento familiar.

Todavia, para que nem tudo seja somente espinhos, é preciso perseverar. Lançar-se, sem medo, na cova dos leões - dia após dia - desvestindo-nos da pecha atroz de sexo frágil que equivocadamente nos impuseram alhures, buscando cada vez mais ampliar espaços e conquistas meritórias. Somente tornando-nos referências em todas as searas, por nosso próprio esforço e luta diária quase sobre-humana, mostraremos que a advocacia não será, para sempre, um espaço dominado por colarinhos e gravatas.



STEPHANE LOUREIRO

Advogada militante, Mestre em Direito (UFS) e Coordenadora Geral da Comissão de Defesa das Prerrogativas da OAB/SE

Lei Estadual fortalece empreendedorismo feminino

Ultrapassa a casa de 10,5 milhões, o índice de brasileiras acessando o mercado empreendedor no país. O mais recente levantamento estatístico desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), revelou que o empreendedorismo feminino no Brasil tem atingido recordes gradativos dentro da série histórica iniciada no terceiro trimestre de 2016. Esse impulso positivo para milhões de famílias – bem como para o aquecimento da economia nacional –, está cada vez mais palpável após os dois anos ininterruptos da pandemia mundial provocada pela Covid-19. O levantamento apresentado ao Sebrae utiliza microdados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No estado de Sergipe este cenário não é diferente da média nacional.

Após se aprovado por unanimidade no decorrer da 19ª Legislatura, foi sancionado no dia 09 de dezembro de 2019 – pelo ex-governador Belivaldo Chagas Silva –, a Lei de nº 8.629, a qual instituiu a Política Estadual de Estímulo ao Empreendedorismo Feminino no estado de Sergipe. Presente já no capítulo 1, o texto apresenta como prin-

cípios básicos as seguintes deliberações: capacitação e a formação das mulheres a fim de torná-las empreendedoras; desenvolvimento do Empreendedorismo em relação às Mulheres e suas especificidades; respeito às diversidades regionais e locais; e cooperação entre as diferentes esferas do poder público, o setor empresarial e demais segmentos da sociedade, com o fim específico de estimar as iniciativas das mulheres que empreendem ou buscam empreender.

O conteúdo consta ainda: promoção do acesso das mulheres empreendedoras ao crédito; promoção da inclusão social e econômica das mulheres; e, por fim, transversalidade com as demais políticas de assistência técnica. A Lei Estadual compreende que agindo desta forma será possível multiplicar o fluxo de mulheres líderes e empreendedoras, com alto grau de sensibilidade para identificar oportunidades de desenvolvimento profissional, familiar e do território onde estão inseridas. No cenário sergipano, o próprio levantamento do IBGE mostra que as mulheres comandam 34% dos negócios em Sergipe. O percentual coloca o estado como o décimo no ranking nacional e o quinto no Nordeste, em termos percentuais, de empreendedorismo feminino.



A pesquisa destaca ainda que 53% delas atuam no setor de serviços, enquanto 27% trabalham no comércio, 13% na indústria e outros 7% na agropecuária. Segundo o estudo, as atividades com maior participação feminina são as de cabelereiros e tratamento de beleza. Comércio de vestuário, serviços de bufê e comida preparada, comércio de produtos farmacêuticos, comércios e perfumes e o comércio de confecções. O levantamento mostra que 58% das empreendedoras sergipanas desempenham a posição de “chefe de domicílio”. O percentual é bem superior à média nacional, que é de 51%, e coloca o estado como o primeiro do Nordeste no ranking.

Esse percentual inclui a empresária Lílian Andrade, proprietária de uma loja voltada para o universo do vestuário infanto-juvenil. Criada em maio de 2020, a loja – diante das limitações pandêmicas –, funcionava em plataformas digitais, e, a partir do segundo semestre de 2021, passou a atender clientes na modalidade presencial. Ao observar a expansão dos negócios, Lílian passou a gerar dois empregos diretos e um terceiro indireto. “Nem sempre criar uma empresa é difícil. O problema está no diferencial que precisamos proporcionar para seguir empreenden-

do. Começamos com a loja virtual, enquanto a física era preparada, e foi dando certo ao ponto de contratar uma funcionária; quando inauguramos a loja física, percebemos que muitos clientes estavam cansados das compras online; foi aí que contratamos mais uma colaboradora”, declarou a empresária.

Na Lei aprovada pela Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe (Alese), existem dois pontos que merecem destaque. Primeiro, na Sessão III, indica que é preciso proporcionar capacitação técnica, a qual pode ser dada, pelo Estado, proporcionando às mulheres conhecimento prático, de caráter não formal, necessário para a adequada condução da produção, da comercialização e da gestão econômico-financeira do empreendimento, priorizando os seguintes conteúdos: I – conhecimentos técnicos relacionados à atividade-fim do empreendimento; II – noções de funcionamento do mercado no qual o empreendimento está inserido, com foco em custos, agregação de valor à produção; e, III – noções de economia com foco na compreensão do funcionamento das variáveis micro e macroeconômicas determinantes para a viabilidade do empreendimento.

O segundo tópico trata do acesso ao crédito. A Lei determina que o Estado pode incentivar a viabilização de novos empreendimentos e a manutenção e a expansão de empreendimentos já existentes por meio do estímulo de linhas de crédito específicas para as mulheres. O Art. 8º oficializa ainda que o estado pode regulamentar as bases e condições de financiamento, bem como os percentuais que deverão ser arcados pelos beneficiários; o prazo de carência; bem como o prazo de amortização, em parcelas anuais iguais e sucessivas. Presente em formato PDF no portal da transparência da Alese,

O empreendedorismo feminino na cultura



O empreendedorismo feminino na ampla cultura, especialmente na literária, está talhando, por assim dizer, um cenário editorial hodierno, de maneira muito significativa. As mulheres estão usufruindo seus espaços, experiências e perspectivas únicas produzindo obras desafiadoras, inspiradoras, alcançando dessa forma, públicos variados e interessados nas suas produções.

O que marca fortemente a presença da mulher dentro do empreendedorismo cultural é o extenso leque de temas abordados. Por sua natureza essencialmente sensível, as mulheres escrutinam, desde as artes, a feminilidade, as questões sociais, políticas, ambientais, religiosa e a busca pela igualdade de gêneros, onde homens e mulheres de mãos dadas, contribuam para o amplo desenvolvimento não competitivo da cultura, em especial a literária

e que, ambos, gozem da mesmas oportunidades e direitos. Sem dúvida, elas tratam de suas experiências que refletem na de outras mulheres, dando-nos uma visão mais intimista e verdadeira dos conflitos e dificuldades da vida feminina. Além disso, elas estão quebrando paradigmas e desafiando as regras convencionais do mundo cultural, ao usufruírem habilidosamente as plataformas digitais para suas publicações e para um trabalho independente, desviando os empecilhos muitas vezes impostos pelos meios tradicionais.

As empreendedoras estão estruturando suas próprias fronteiras, plantando suas sementes e atraindo por meio desses canais, leitores constantes, aumentando seus seguidores e, encontrando o tão sonhado sucesso. Outra característica importante a ser lembrada dentro do empreendedorismo cultural

feminino é o apoio mútuo entre as mulheres que estão se unindo cada vez mais em grupos de escrita e leitura, coletivos literários, saraus poéticos, academias de letras, para compartilharem recursos, conhecimentos e oportunidades que alcancem a todas, dessa maneira, favorecendo e promovendo umas às outras, trazendo, em outros termos, mais representatividade e inclusão da mulher dentro da cultura geral.

No entanto, embora já tenhamos avançado significativamente, o empreendedorismo feminino cultural e em outros eixos, ainda enfrenta hostilidades, críticas e obstáculos para equilibrar sua militância na cultura, compromissos pessoais e profissionais. Contudo, apesar de tantos desafios, as mulheres florescem cada vez mais, através dos seus talentos, paixão pela cultura e muita determinação para alcançar os seus objetivos, impactando de forma concreta e redirecionando o significado de uma mulher empreendedora, inspirando e encorajando gerações com suas atuações a perseguirem seus sonhos, sem pensar em desistir. Aqui em Sergipe, os movimentos culturais vêm se destacando substancialmente na identidade e na promoção de capacidades das mulheres do nosso estado.

São autoras fecundantes; muitas delas envolvidas em iniciativas que visam promover a literatura, nos mais variados gêneros literários; desde a crônica, prosa, poesia, romance,



literatura infantil, cordel, através da abertura das academias literárias, dos coletivos e das incansáveis pessoas que estão à frente, trabalhando em prol desse movimento. Por meio de suas inspirações, essas empreendedoras, estão cada vez mais escrevendo, lançando livros, desafiando estereótipos e edificando fortes vínculos para um futuro holístico e igualitário, dentro da literatura.

É primordial a valorização e o apoio ao empreendedorismo literário feminino em Sergipe, bem como, em outros Estados, através dos meios que favoreçam o franco crescimento dentro do mercado editorial, que, aliás, tem tido um aumento na publicação de livros com tema bem específicos no que tange as mulheres, como saúde, relacionamentos, filhos, entre outros. Escritoras têm ganhado destaque, reconhecimento, e muitas editoras buscam esses talentos femininos para diversificar suas publicações. Ao fazê-lo, não apenas enaltecemos a grandeza dos talentos e vozes que temos, mas também promovemos a igualdade de oportunidades e o enriquecimento das mulheres como executoras de mudanças na cultura, dentro da nossa sociedade



VIRGÍNIA ASSUNÇÃO

Membro do Movimento Cultural da Academia Serigpana de Letras e presidente da Academia Feminina de Letras e Artes de Sergipe.

O Sarau Sergipano de Mulheres

No transcorrer da história, a mulher empreendedora, além de ter que conciliar a vida pessoal com a vida profissional/artística/literária (muitas vezes, por causa da falta de suporte familiar), ela foi vítima de preconceitos e de desvalorização de suas ideias e ações, afetando assim, a credibilidade e capacidade de agir, no campo dos negócios e na produção de bens ou de produtos culturais. Temos como exemplo, mulheres escritoras que, por serem consideradas inferiores aos homens, tiveram que usar um pseudônimo masculino, para assegurarem que seus livros seriam publicados, vendidos e lidos.

Atualmente, o empreendedorismo ainda é um campo bem desafiador para as mulheres, seja dentro da produção de um bem, ou na produção de serviço ou na produção de uma carreira. E no universo dos produtos culturais onde estão incluídos os mais diversos setores, desde músicas, teatro, literatura, cinema, fotografia, artesanato, turismo e tudo que gira em torno da cultura, como eventos, saraus, festivais, shows, publicações, isso não é diferente. Em pleno século XXI, ainda estão presentes, o preconceito e a desvalorização,



quando se trata de ações e de produtos gerados por mulheres. É uma luta constante e difícil! Mas, felizmente, apesar de todas as barreiras, pesquisas comprovam que nas últimas décadas, aconteceu um crescimento do empreendedorismo feminino no mundo. Isso aconteceu porque, ao longo da história, não permitimos que ninguém diminuísse a nossa voz. Nós mulheres temos um potencial transformador. Esse é o nosso segredo e diferencial!

O Sarau Sergipano de Mulheres- SSM é um coletivo literário que foi criado há quase nove anos, com a finalidade de que a mulher pudesse “resgatar a poesia dentro de si, declamando, poetizando e encantando”, nos últimos dois anos, sob a presidência da escritora Eunice Guimarães, transformou-se em um espaço de reflexão, estudo e construção de experiências a partir das ações e das falas de mulheres emponderadas e empreendedoras, tendo a poesia nas suas mais variadas formas, como essência do coletivo. Ainda enfatizamos que, não existe competição entre as integrantes. Nos tratamos com carinho e igualdade, nos ajudamos mutuamente, oferecendo apoio, sempre que for necessário.

Assim, existe empatia, solidariedade, acolhimento e respeito às diferenças, pois, valorizamos a representatividade social e religiosa que cada membra defende.

Temos escritoras presentes em diversas áreas de atuação! São mulheres de puro talento e empreendedoras natas! Eu cito algumas: a escritora, artista plástica e esculptora Ailezz Silva, que só adentrou para o mundo da cultura a partir dos seus 70 anos de idade. Ela se destaca como uma das mais conhecidas e especialistas em vendas de livros de Sergipe! Seguindo esse caminho temos a escritora Cenira Soy, a qual vende seus livros e participa sempre de projetos sociais. E a nossa querida Ilda Rezende? Esta é a poetisa que abriu caminho para as novas gerações, fazendo parte dos movimentos literários na época dourada, década de 70, nos quais ela segue atuando. Temos: Chris Ramalho, uma potência em pesquisas nas áreas da Cultura e da Educação, bem como, a Educadora e escritora Aglacy Mary e a ativista cultural e educadora Cris Souza, fundadora do nosso coletivo SSM. Várias outras importantes educadoras, responsáveis pela criação e desenvolvimento de projetos educacionais e culturais: Anabi Jesus, Maria Rita, Ana Cláudia, Marleide, Carla Cristina, Edivânia Silva, Elenilde Silva, Paula Tauana, Olga Mota, Virgínia Assunção, Cátia Justo, Lilian Farias, Flora Lima, Vera Lúcia, Adriana Ribeiro, Fabiana e a Rainha Edilma Silva (uma des-

bravadora no mundo da Educação, Literatura e Artes). Trago outras mulheres de igual potência: As poetisas cordelistas, palestrantes e oficineiras: Alaíde Souza, Salete Nascimento, Josefa Apolônio e Ana Reis. Temos mulheres que se destacam como escritoras e contadoras de histórias infantis: Izabel Melo, Telma Costa, Adilma Pinto, Jeane Caldas e Eliana. Em outras áreas importantes, temos: A advogada Stepane Loureiro, a economista Dora Mafra, a psicóloga Eliana Maria, as dentistas Daniela Coelho e Cassiana Borges, as biblioteconomistas: Jane Guimarães, Tácia e Mércia Regina, a assistente Social, enfermeira e cantora, Joseane Soares, a técnica em turismo Advanusia Santos, a veterinária Cristiane Otto, a jornalista Leunira, a historiadora, técnica em enfermagem e blogueira, Vânia Sobrinho, a fisioterapeuta e instrutora de Yoga: Danielle Louise, várias criativas artesãs, das quais cito: Mariza Marques e Missandra Almeida, a ecologista: Vera Passos, a nutricionista: Karol Rodrigues, a administradora Adenilda Nascimento. Por fim, nesse belo contexto, eu, Eunice Guimarães, após atuar por muitos anos na gestão de pessoas, entro como escritora e fotógrafa, registrando tudo o que possui relação com esse dileto coletivo de mulheres, inteligentes, talentosas e empreendedoras. Sem contar tantas outras mulheres empreendedoras que fazem parte do coletivo Sarau Sergipano de Mulheres.



EUNICE GUIMARÃES

Membro do Movimento Cultural da Academia Sergipana de Letras e presidente do coletivo literário Sarau Sergipano de Mulheres.

Mulheres comandam mais de 105 mil empresas em Sergipe

Apesar de mais escolarizadas, elas continuam tendo rendimento inferior aos homens

Estudo feito pelo Sebrae, a partir de dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) do IBGE, mostra que as mulheres comandam 34% dos negócios em Sergipe. O percentual coloca o estado como o décimo no ranking nacional e o quinto no Nordeste, em termos percentuais, de empreendedorismo feminino.

Os números, que levam em conta o terceiro trimestre de 2022, revelam que são pouco mais de 105.5 mil mulheres a frente de uma empresa. O dado inclui aquelas que trabalham por conta própria e as que contam com empregados em seu negócio.

53% delas atuam no setor de serviços, enquanto 27% trabalham no comércio, 13% na indústria e outros 7% na agropecuária. Segundo o estudo, as atividades com maior participação feminina são as de cabeleireiros e tratamento de beleza.



Comércio de vestuário, serviços de bufê e comida preparada, comércio de produtos farmacêuticos, comércios e perfumes e o comércio de confecções.

O levantamento mostra que 58% das empreendedoras sergipanas desempenham a posição de “chefe de domicílio”.

O percentual é bem superior à média nacional, que é de 51%, e coloca o estado como o primeiro do Nordeste no ranking.

Essa responsabilidade de ter dupla jornada contribui para que elas possam se dedicar menos ao negócio. Trinta e cinco por cento das empreendedoras trabalham de 14 a 40 horas no seu empreendimento.

MAIS ESCOLARIZADAS

No mundo do empreendedorismo, as mulheres são mais escolarizadas que os homens. Dezenove por cento delas possui nível superior (17% entre os homens). Apesar disso, os empreendedores homens obtinham um rendimento mensal 14.4% acima das mulheres (R\$ 1.973 contra R\$ 1.725 recebido pelas mulheres).

Para a superintendente do Sebrae, Priscila Felizola, a pesquisa reforça a necessidade do estado desenvolver políticas públicas que estimulem o ingresso de mulheres na atividade empreendedora e que assegurem melhor remuneração para as donas de negócios.

“Apesar da evolução do nível de ensino das mulheres, a disparidade da remuneração em comparação com os homens persiste. Essa mudança passa pela ampliação da presença das mulheres nos segmentos mais qualificados e com melhor nível de faturamento. Mesmo com a proporção de mulheres com formação superior seja maior que a dos homens, elas continuam com um rendimento inferior ao deles”.



A pesquisa também revelou que homens são mais velhos e estão há mais tempo na atividade atual, comparados às donas de negócio. Na faixa etária entre 35 anos e 54 anos, a proporção de homens e mulheres é a mesma (48%). Mas elas são maioria na faixa mais jovem – até 34 anos – onde representam 32% contra 28% dos homens. Já os donos de negócios dominam na faixa etária de 55 anos ou mais. Entre os mais velhos, os homens são 24% e as mulheres 19% do universo.

A maioria das donas de negócios (89%) continua atuando sozinha em seus empreendimentos, ou seja, de cada dez empresas, nove funcionam com apenas a mulher no comando.

O estudo do Sebrae revela ainda que, quando possuem empregados, as mulheres têm empreendimentos menores, gerando menos postos de trabalho do que os homens. Enquanto as donas de negócios lideram entre as empresas com 1 a 5 empregados, os homens estão à frente entre os negócios com 51 funcionários ou mais.

Tendências para empreendedorismo feminino em 2024

Conjuntos de práticas que levam pessoas e mercados a seguirem determinado caminho, as tendências funcionam como termômetros no universo do empreendedorismo. São elas que balizam as mudanças relevantes de comportamento da sociedade e mostram para as marcas as adaptações necessárias para que os negócios sigam se encaixando nos desejos e percepções dos consumidores.

Segundo a Mintel, principal agência de inteligência de mercado do mundo, 2024 será um ano de profundas transformações de comportamento. Os efeitos ainda duradouros da pandemia de Covid-19, a instabilidade econômica, a crescente agitação política e o avanço da inteligência artificial fazem com que muitos consumidores se sintam sobrecarregados e distraídos, o que resulta em relevantes mudanças sociais.

COMO AS TENDÊNCIAS AFETAM O EMPREENDEDORISMO FEMININO

Em 2024, o Sebrae Delas Mulher de Negócios de Santa Catarina completa seu quinto aniversário. São cinco anos atuando para desenvolver a cultura empreendedora entre mulheres. O programa está atento às mudanças de comportamento e as tendências de consumo.

Na missão realizada pelo Sebrae Delas ao Web Summit Lisboa, em novembro de 2023, muitos novos caminhos e atitudes foram observadas. “Mesmo inteligência artificial sendo o tema mais

falado durante o Web Summit Lisboa 2023, da sua aplicação aos desafios, também se falou muito sobre sustentabilidade e privacidade. O elo comum entre todos esses temas é sempre o olhar para as pessoas e suas skills. E quando falamos de mulheres empreendedoras, essa combinação faz mais sentido do que nunca”, afirma Marina Barbieri, coordenadora do Sebrae Delas em Santa Catarina.

Alguns dos direcionamentos de mercado e consumo observados pelas pesquisas de tendências tem tudo a ver com os comportamentos empreendedores das mulheres. Vamos ver o porquê!

1 A RELEVÂNCIA DO HUMANO EM MEIO À INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Em um mundo cada vez mais dominado por algoritmos, serão necessárias habilidades e emoções humanas para aproveitar ao máximo a revolução tecnológica, essa é a aposta da Mintel.

Uma pesquisa conduzida pelo Korn Ferry Hay Group, consultoria global de gestão de negócios, usou dados de mais de 55 mil profissionais espalhados por cerca de 90 diferentes países. A principal conclusão foi que em 11 das 12 competências de inteligência emocional, as mulheres superaram os homens. Isso significa que negócios geridos por mulheres podem ser ainda mais assertivos quando o assunto é habilidade e emoção humana, seja na gestão ou na implementação do conceito de valor emocional e conectivo em serviços e produtos.



Em um mundo cada vez mais dominado pela inteligência artificial, as habilidades mais valorizadas do futuro tendem a ser as 100% humanas. Entre elas, tomada de decisão, criatividade, comunicação, resolução de problemas, gestão de crises, colaboração e confiança. Pessoas não saem de moda!

2 PROPÓSITO EM ALTA

Mulheres são motivadas a empreender por diversas razões, sendo que uma das principais é a autorrealização. Isso faz com que uma série de negócios idealizados ou administrados por mulheres tenham no propósito a sua principal força motriz.

E o propósito continua em alta para 2024! Essa palavra tão importante para o marketing nos últimos anos, significa a razão de ser do negócio, aquilo que mobiliza a empreendedora todos os dias e que conecta a marca com desejos e anseios dos consumidores. Em outras palavras, propósito é como a empresa contribui para um mundo melhor.

Além de sustento para suas famílias e lucro, mulheres buscam, com seus negócios, gerar verdadeiras transformações na sociedade em que estão incluídas, sendo extremamente necessárias para propagar visibilidade a outras questões relacionadas ao universo feminino. Assim, negócios tocados por mulheres são carregados de conceitos que têm relação com geração de valor, inspiração e inclusão. O sucesso de uma dá exemplo para o sucesso de outras.

Para os consumidores, a busca por marcas e negócios que apresentam um propósito genuíno e que contribuem com uma sociedade melhor continua em alta. Os consumidores reavaliam o que é mais importante para eles, afetando não apenas o que querem e precisam, mas a percepção do que constitui valor.

3 A EXPERIÊNCIA É O QUE TORNA TUDO REAL

A experiência é o conjunto de percepções e sensações que o cliente tem quando está em contato com o serviço ou produto de uma marca. Uma boa experiência é quando a marca proporciona tempo de qualidade por meio de uma jornada com momentos positivos ao consumidor.

Com mudanças cada vez mais aceleradas por conta da tecnologia, especialmente com a popularização da inteligência artificial, que deixou mais turva a fronteira entre o real e o virtual, as experiências tornam mais palpável a sensação de realidade: pontos de contato sensoriais, atendimento humanizado e rituais de marca oferecem ao consumidor senso de pertencimento e comunidade.

A atenção aos detalhes e o bom atendimento aos clientes são características muito presentes entre as empreendedoras, que podem se beneficiar dessa tendência. Para a Mintel, a aposta para 2024 é no renascimento do relacionamento: os consumidores que encontram conforto nas telas à custa de relacionamentos significativos na vida real buscarão novas formas de intimidade em prol de sua saúde física e mental.

4 SUSTENTABILIDADE É PRIORIDADE

A sustentabilidade é cada vez mais valorizada pela sociedade, sobretudo após a pandemia de Covid-19. De acordo com especialistas, quem não investir em produção mais sustentável vai acabar ficando para trás. Incorporar a sustentabilidade no dia a dia não é mais suficiente. Os consumidores e as marcas serão confrontados com a realidade de



que a sobrevivência em um novo contexto climático deve ser a prioridade.

Produtos e serviços com essa proposta têm se tornado cada vez mais valorizados pelos consumidores, em especial as mulheres, afinal, elas são mais preocupadas com questões ambientais, segundo uma pesquisa da Universidade de Yale, nos Estados Unidos.

O estudo mostra que as mulheres são mais ecológicas e engajadas com a pauta do meio ambiente: produzem menos lixo, reciclam mais e produzem menos carbono. Elas são mais suscetíveis à compra de carros elétricos, por exemplo. Isso aponta que negócios geridos por mulheres têm forte tendência ao apelo cada vez mais necessário para a sustentabilidade.

5 ABORDAGEM POSITIVA

De acordo com a Mintel, marcas e consumidores trabalharão juntos em busca de novas maneiras para lidar com o crescente cenário de incerteza. Aceitar toda a gama de estados mentais pode abrir caminho para que os consumidores encontrem um senso mais profundo de significado e propósito.

Empreendedoras e consumidores trabalharão juntos para lidar com as incertezas que o presente – e sobretudo o futuro – nos reservam. Em sua luta para encontrar ordem em meio ao caos, os consumidores estão em busca de saídas e soluções significativas. Assim as marcas podem ajudar os consumidores a reconhecerem que têm o direi-

to de explorar as complexidades de suas emoções.

As Femtechs, empresas de tecnologia que fomentam negócios e soluções para a saúde física e mental e o bem-estar femininos são um exemplo de sucesso do empreendedorismo feminino dentro da lógica da perspectiva positiva.

6 AS MARCAS SOMOS NÓS

Criar e alimentar a sua marca pessoal em uma era hiper conectada pede humanização. Torna-se cada vez mais fundamental alinhar valores e negócios. As pessoas querem se conectar com outras pessoas que estão por trás das empresas. E uma comunicação autêntica e verdadeira é cada vez mais valorizada.

A presença digital feminina, tanto em termos de usuários quando na produção de conteúdo, é sempre destaque. Ao se fazer presente em mídias sociais, é importante estabelecer seus objetivos e propósito. O porquê você está ali, qual mensagem você quer passar, e porque você quer/deve influenciar outras pessoas.

Encontre a plataforma que apresenta os melhores resultados para você e para o objetivo que estabeleceu. Comece pequeno, se especialize no formato. Estar em todas, requer trabalho duro e consistente.

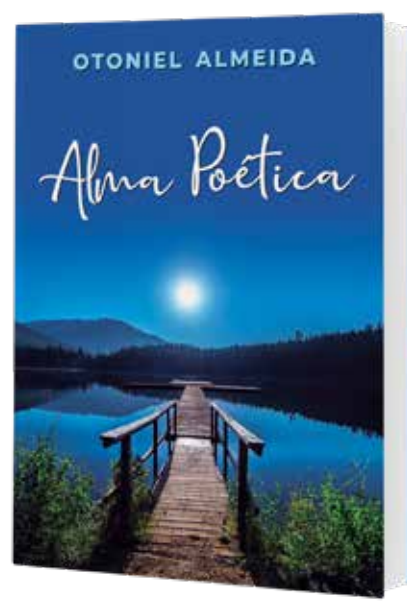
7 A QUEDA DO MITO DA SUPER-HEROÍNA

O conceito enraizado de que mulheres dão conta de tudo está perdendo terreno e dando espaço para a percepção realista de que as mulheres estão exaustas e sobrecarregadas. Se a sua empresa conversa com o público feminino, esta é uma tendência a ser considerada.

Faz pouco tempo que o conceito de vulnerabilidade entrou nas rodas de discussões e segue em alta porque mulheres se reconhecem pressionadas por um estereótipo da supermulher. Portanto, se você é mulher e empreendedora, e que sobretudo tenha mulheres como público-alvo, considere o discurso que anda de mãos dadas aos novos tempos.

PUBLIQUE SEU LIVRO

Conheça os passos para **publicar** o seu **livro**



Você que é professor, profissional liberal, escritor, poeta, empreendedor, empresário ou servidor público e gostaria de realizar o seu sonho de lançar um livro, agora ficou mais fácil! A Editora ArtNer faz a assessoria na publicação de sua obra.

1 - TEXTO

O autor precisa ter o texto digitado em Word com a formatação mais próxima daquilo que deseja.

2 - REVISÃO

Com a revisão ortográfica e gramatical é a hora de fazer as devidas correções e ajustes no texto.

3 - EDITORAÇÃO

Nessa fase, a editora faz a paginação do livro, com

a aplicação de todos os itens – como o Prefácio, Sumário e Apresentação, além das ilustrações, se tiver. Aqui, também, é criada a capa, o registro da obra no ISBN – que é o código de barras que identifica o livro nas livrarias – e é providenciada a Ficha Catalográfica, do sistema de catalogação conforme as normas de Biblioteconomia.


4 - PROVA (BONECA)

Depois da editoração é feita a prova impressa para a revisão final, últimas correções e ajustes. Se necessário, mais uma prova pode ser feita.

5 - IMPRESSÃO

Depois de tudo aprovado, o arquivo final do livro é enviado à gráfica para impressão.

E, finalmente, a entrega ao cliente.

Editora ArtNer: editoraartner@gmail.com • (79) 99131-7653 


Acesse: <http://artner.com.br/> Conheça as publicações e as notícias.





PUBLIQUE SEU LIVRO COM A


EDITORA
ArtNer


Diagramação
Criação de capa
Tratamento de imagens
Revisão de texto
Ficha catalográfica
ISBN e DOI
Registro do Direito Autoral
E-book
Impressão

 79 99131-7653

 editoraartner@gmail.com

 artner.com.br

 editora_artner

 Editora ArtNer

SOLICITE ORÇAMENTO