

Nº 25 // FEVEREIRO DE 2014

Conhecer

PRÊMIO SEBRAE MULHER DE NEGÓCIOS



RECONHECIMENTO

Dez anos de valorização do empreendedorismo feminino

SEBRAE



COMO INOVAR?



FORNECEDORES?



CONCORRÊNCIA?

O portal de educação a distância do Sebrae inovou. Agora com cursos durante o ano inteiro, vagas ilimitadas e início imediato. E ainda oferece tutores para esclarecer suas dúvidas. Tudo prático, interativo e o melhor: gratuito. Clique, aprenda e empreenda.

Portal de Educação a Distância do Sebrae.



Empreendedorismo a qualquer hora e em qualquer lugar.

Vagas ilimitadas. Início imediato.



CALMA.

ACESSE O PORTAL
DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
DO SEBRAE.

E O MELHOR DE TUDO:
É GRÁTIS.

SEBRAE

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO NACIONAL
Roberto Simões

DIRETOR-PRESIDENTE
Luiz Barreto

DIRETOR-TÉCNICO
Carlos Alberto dos Santos

DIRETOR DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
José Cláudio dos Santos

GERENTE DE ACESSO A MERCADOS
E SERVIÇOS FINANCEIROS
Paulo Cesar Rezende de Carvalho Alvim

GERENTE DE MARKETING E COMUNICAÇÃO
Cândida Bittencourt

CONHECER SEBRAE

PRÊMIO SEBRAE MULHER DE NEGÓCIOS

RESPONSÁVEL TÉCNICO
Joana Bona

EDIÇÃO
Beth Nardelli

PRODUÇÃO
Grupo Informe Comunicação Integrada

REPORTAGEM E REDAÇÃO
Nita Queiroz e Sergio Maggio

EDIÇÃO DE FOTOS
Rubens José

PROJETO GRÁFICO
Heyboo Design Studio

DIREÇÃO DE ARTE
Chica Magalhães

TIRAGEM
1 mil exemplares

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE
SGS 604/605 – CONJUNTO A
ASA SUL – BRASÍLIA – DF
CEP 70200-645 – FONE (61) 3348-7100

CENTRAL DE RELACIONAMENTO
0800 570 0800
WWW.SEBRAE.COM.BR

05 EDITORIAL

MULHERES COMANDAM OS NOVOS NEGÓCIOS NO BRASIL

06 ARTIGO

OS SEGREDOS DO SUCESSO FEMININO NOS NEGÓCIOS

08 DÉCADA DE CONQUISTAS

DONAS DA HISTÓRIA

20 VENCEDORAS DE 2013

MULHERES DE NEGÓCIOS: ELAS FAZEM A DIFERENÇA

24 ENTREVISTA

MARIA DEL CARMEN, GESTORA DO PRÊMIO SEBRAE
MULHER DE NEGÓCIOS DE 2007 A 2010

30 CASOS DE SUCESSO

- 30. O ENCANTAMENTO DA MULHER DE NEGÓCIOS
- 34. LUGAR DE MULHER É ONDE ELA QUISER
- 40. AO LADO DA MULHER DE NEGÓCIOS, UMA EQUIPE TALENTOSA
- 44. ENTRE AROMAS E SABORES, A VONTADE DE RECOMEÇAR
- 50. A MENINA QUE QUERIA SER EMPRESÁRIA
- 54. E O MUNDO SE ABRIU...
- 58. CORAGEM PARA TRANSFORMAR SONHO EM REALIDADE

MULHERES COMANDAM OS NOVOS NEGÓCIOS NO BRASIL



Sebastião Pedra

Na última década, o Brasil avançou na construção de um modelo de desenvolvimento econômico acompanhado pela redução de disparidades sociais históricas. O empreendedorismo tem sido estratégico para estimular um processo simultâneo de inclusão e de ascensão social. E nesse contexto, as mulheres se destacam e ganham, cada vez mais, espaço no mercado.

O mercado interno, que já soma 100 milhões de consumidores, fortalecido pela nova classe média, é um grande motivador para a geração de empresas comandadas por mulheres, principalmente no setor de Comércio e Serviços. Para elas, em especial, outra razão é muito atraente na troca de um emprego pelo negócio próprio: a flexibilidade de horários.

Segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2013, rea-

lizada no Brasil com apoio do Sebrae, o empreendedorismo brasileiro está mais feminino. A pesquisa mede, a cada ano, a evolução do empreendedorismo em mais de 60 países. Pela primeira vez, as mulheres são maioria entre os novos empreendedores: representam 52% dos donos de pequenos negócios com até três anos e meio de atividade.

E o mais importante: 66% delas empreendem por uma questão de oportunidade e não por necessidade. Ou seja, grande parte delas veem o empreendedorismo como uma opção de emprego que vai além da carreira tradicional em uma empresa pública ou privada. Mesmo assim, continuam cuidando das suas tarefas familiares e dos seus projetos pessoais.

Atento a essas mudanças culturais e sociais, o Sebrae trabalha ainda mais para apoiar e fomentar o empreendedorismo feminino, com ações específicas

de capacitação, consultoria e de reconhecimento de boas práticas. Uma delas é o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, que completa 10 anos em 2014, e será a temática desta edição especial da Revista Conhecer.

Há uma década mostramos histórias de sucesso de mulheres que acreditaram no sonho de ter seu próprio negócio. Elas tornaram-se exemplo de inspiração para potenciais empresárias que também alimentam o mesmo desejo. Considero promissor que os pequenos negócios estejam na dianteira de mudanças tão positivas. Somadas, são mais de 8 milhões de micro e pequenas empresas, o que equivale a 99% dos CNPJ do Brasil. E nesse universo, reconhecemos o mérito das mulheres, que se firmam no mercado com muito talento e qualificação. ■

*Presidente do Sebrae Nacional

OS SEGREDOS DO SUCESSO FEMININO NOS NEGÓCIOS

O crescimento da participação de mulheres na gestão dos negócios é substancial e acompanha o desenvolvimento da sociedade brasileira nos últimos anos. Esse ambiente reflete o movimento de expansão da presença feminina no mercado de trabalho, associado à queda na taxa de fecundidade, maior urbanização, mais acesso a bens de consumo – eletrodomésticos, por exemplo – e aumento da escolaridade dos brasileiros.

O ambiente legal em que as empresárias – e os empresários – atuam também melhorou substancialmente nos últimos anos. A criação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em 2006, simplificou o pagamento de impostos para os pequenos negócios. Entre os benefícios, está a criação do Supersimples, que reduz em média 40% a carga tributária e unifica oito impostos em um único boleto – seis deles federais, além do ICMS, estadual, e o ISS, municipal. A Lei Geral também permitiu a criação da figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI), iniciativa que vem promovendo o maior movimento de formalização de negócios no mundo.

Rodrigo de Oliveira/Agência Sebrae



O NÚMERO DE MULHERES QUE COMANDA UM NEGÓCIO PRÓPRIO CRESCEU **21,4%** EM DEZ ANOS

O número de mulheres que comanda um negócio próprio cresceu 21,4% em dez anos e, como resultado, já se observa que a cada dez empresas em atividade no país, três são lideradas por elas. Entre as empresárias, é grande a quantidade de jovens, 41,3% têm entre 18 e 39 anos e 52%, entre 40 e 64 anos, de acordo com estudo que revela o perfil da mulher empreendedora.

Chama a atenção o fato de que várias das características – geralmente naturais às empreendedoras, como a sensibilidade, facilidade de comunicação e a valorização da intuição – têm se mostrado fundamentais para uma gestão bem-sucedida dos negócios. Além disso, o aumento da participação de mulheres à frente de empresas se relaciona com a habilidade que demonstram ter para aliar iniciativa, cooperação e determinação à coragem necessária à realização das tarefas do cotidiano.

A conquista feminina por espaços cada vez mais significativos não é tarefa simples, mas no mundo dos negócios elas se destacam porque costumam dispensar mais atenção aos clientes. A melhor qualidade que oferecem no

atendimento pode ser explicada pelo fato de investirem mais em capacitação. A proporção de empresárias com, no mínimo, ensino médio completo, é quase o dobro do percentual de homens com a mesma escolaridade.

O Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, em seus dez anos de realização, valoriza e reconhece a presença feminina nos pequenos negócios, destacando-se por diferenciais inovadores e conferindo mais competitividade a seus empreendimentos. Os motivos para comemorar são vários, a começar pela constatação de que o Prêmio estimula as participantes a buscar eficiência na gestão e melhoria na qualidade dos produtos e serviços prestados.

A iniciativa surgiu com o intuito de evidenciar casos de liderança feminina para servir de inspiração a outras mulheres que sonham em se tornar empresárias ou àquelas que já exercem a função. Desde 2004, o Prêmio já registrou cerca de 30 mil inscrições.

Com potencial para influenciar as participantes na busca por mais conhecimento, a premiação também tem conseguido promover a sensação

de bem-estar entre as empresárias. A maioria delas revelou ao Sebrae que participar do certame fez com que sentissem seu trabalho valorizado.

Além de um alto grau de satisfação em participar da premiação, há grande probabilidade de recomendá-la a outras pessoas, aponta a pesquisa de satisfação e impacto do prêmio, realizada pelo Sebrae em 2013. Cerca de 70% delas manifestaram interesse em participar de futuras edições. São muitas as histórias de determinação e superação que passaram pelo Prêmio Sebrae Mulher de Negócios nestes dez anos.

As perspectivas são promissoras, pois o contingente de mulheres tende a crescer em função da estabilidade econômica e da atividade empreendedora que prolifera no Brasil. Impulsionadas pelas oportunidades de negócios, pelo desejo de serem donas do próprio destino e pela possibilidade de trabalhar com horário flexível, as empresárias brasileiras se projetam internamente e no exterior. Os desafios são muitos, mas se depender delas, a vontade de crescer será sempre maior. **C**

*Diretor Técnico do Sebrae

// DÉCADA DE CONQUISTAS //



Joice Maria Nervis Roncaglio, premiada em 2004

Studio Vila A



Agda Oliver, premiada em 2012



Sueli Batista, jurada do Prêmio

Arthur Passos

DONAS DA HISTÓRIA



Tatau Godinho, da SPM



Cláudia Regina Marcon Thomé, premiada em 2010



Joana Bona, do Sebrae

**Sustentado em
narrativas de
empresárias de
sucesso, Prêmio
completa uma década
como importante
indicador qualitativo
do empreendedorismo
feminino no Brasil**



Studio Villa A

Uma das cinco vencedoras da primeira edição do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, [Joice Maria Nervis Roncaglio](#) está com a padaria Queijo & Cia à venda. A transação financeira em nada lembra a dor de fechar um empreendimento falido do passado. Ao contrário. A paranaense enche-se de felicidade quando fala sobre esse assunto. Na última década viu os lucros florescerem tanto, que passar a pequena indústria para adiante é uma ação planejada.

Agora, quer caminhar para o comando de uma empresa alimentícia mais complexa e fornecer pratos prontos. "Em 2004, quando fiz a inscrição no Prêmio e contei a minha história como empresária e mulher, tinha a consciência de que precisava mudar a apresentação do meu produto. Hoje, uma década depois, estou à frente de seis empresas e em franca expansão de mercado", observa a empresária sediada em Foz do Iguaçu (PR).

O desenvolvimento econômico de Joice Roncaglio singulariza a impor-

tância do Prêmio Mulher de Negócios como indicador qualitativo do empreendedorismo feminino no Brasil. É possível, a partir das narrativas de cada uma das empresárias inscritas ao longo das dez edições, entender o complexo e mutante cenário pelo qual caminha a brasileira que concilia o cotidiano familiar com o desafio de estar no comando de um negócio. "As mulheres estão conquistando mais espaço no mercado. Prova disso é que aumentou a participação delas no empreendedorismo e houve uma redução da diferença sala-

Força feminina

80%

Taxa de crescimento de mulheres empreendedoras na região Norte em 10 anos

43%

Percentual de crescimento na região Centro-Oeste, segundo lugar na pesquisa

41,3%

Têm entre 18 e 39 anos de idade

52%

Estão na faixa entre 40 e 64 anos

40%

São chefes de família

70%

Têm ao menos um filho

42%

De empregos gerados pelas mulheres estão no comércio, sendo a venda de roupas, acessórios e calçados a atividade com maior concentração feminina

- Obs: Dados do Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas, elaborado pelo Sebrae em parceria com o Dieese. O estudo analisou o perfil de gênero nos pequenos negócios – aqueles que faturaram até R\$ 3,6 milhões por ano – entre os anos de 2001 e 2011.

Rodrigo de Oliveira/Agência Sebrae

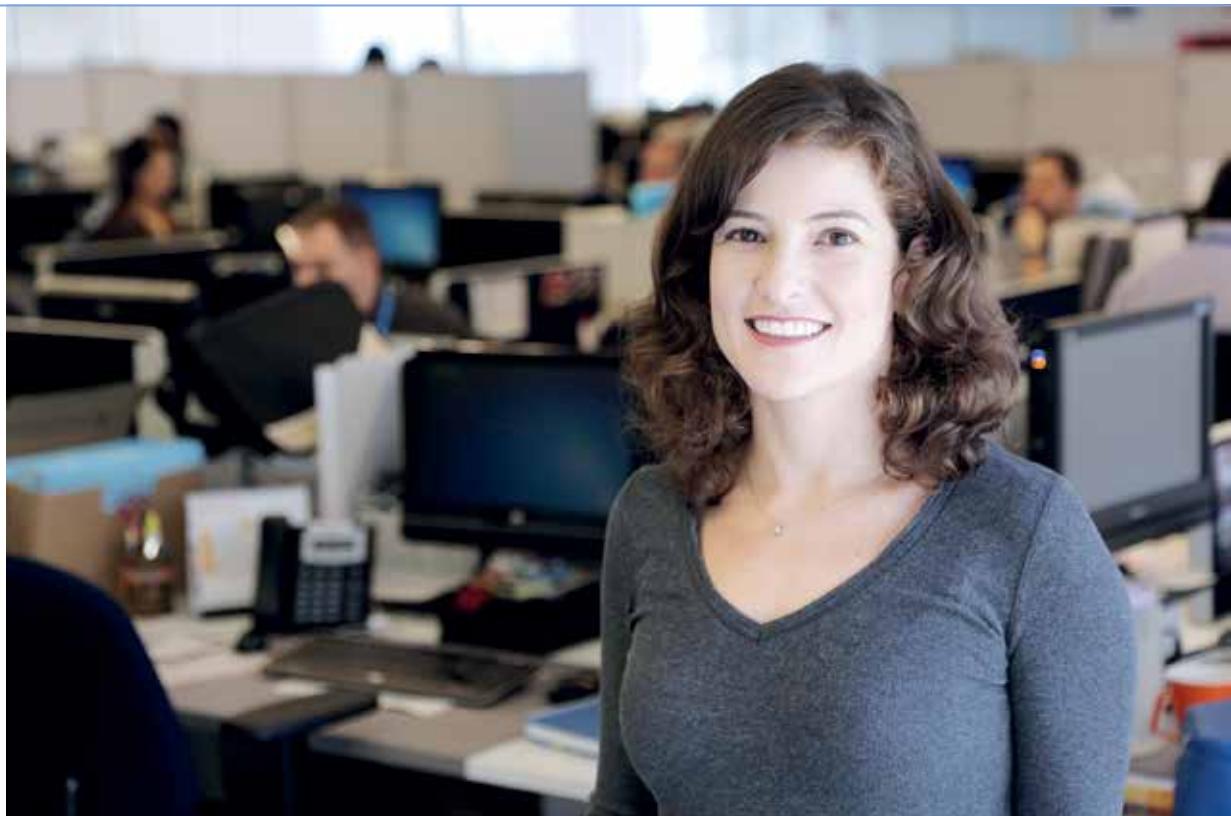


rial em relação aos homens. Elas investem mais em educação continuada e capacitação, medidas que ajudam a ter mais sucesso nos negócios", observa o presidente do Sebrae, Luiz Barretto.

Luiz Barretto se debruça em pesquisas para traçar o quadro da evolução do empreendedorismo feminino no Brasil. No último Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas, elaborado pelo Sebrae em parceria com o Dieese, a taxa de mulheres de negócios cresceu 21,4% entre os anos de 2001 e 2011, enquanto a participação masculina ficou em 9,8%, no mesmo período. De cada dez pequenos negócios abertos, três são comandados por mulheres.

Em outro levantamento feito pelo Sebrae, dessa vez com dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que consultou 10 mil pessoas em 2012, a taxa de empreendedorismo por oportunidade pulou de 39%, em 2002, para 60%, em 2011, revelando que cada vez mais as mulheres abrem negócios não por necessidade (desemprego, por exemplo) mas, sobretudo, por desejo.

Foi por desejo, aliás, que a ex-banqueira Agda Oliver se transformou em uma promissora dona de oficina mecânica voltada para mulheres, na Cei-lândia (DF). Em 2012, ela foi uma das ganhadoras do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios com a empresa Meu Mecânico, nascida depois de ter recebido um golpe numa oficina da região. Levou o



Rodrigo de Oliveira/Agência Sebrae

carro para revisão e pagou por serviços não executados e peças inexistentes.

Ali enxergou uma oportunidade, pesquisou mercado, estudou mecânica de autos e, com orientação do Sebrae, transformou o desejo em negócio. "Hoje, 70% da minha clientela é feminina e implantei na empresa uma série de melhorias de qualidade no atendimento e relação com o cliente", conta Agda, revelando que a viagem internacional feita para Frankfurt (Alemanha), como parte do Prêmio, inspirou a implantação de ideias diferenciais, como a criação

de uma área para crianças brincarem enquanto as mães tentam entender por que o carro parou de funcionar.

MERCADOS NÃO TRADICIONAIS

Coordenadora nacional do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, Joana Bona enxerga a cada edição a dinâmica do empreendedorismo feminino no Brasil a partir dos relatos narrados pelas participantes. Percebe que cada vez mais as empresárias conseguem vencer uma batalha inicial: a de equilibrar a função de mãe e, por vezes, chefe de família, com a de gestora de negócios. "O caso

de Agda Oliver, por exemplo, demonstra a entrada dessas mulheres em mercados não tradicionais ao mesmo tempo em que revela o esforço de conciliar o papel clássico de mulher com a autonomia de trabalho, sem aquela ideia ultrapassada da guerra dos sexos. Uma das pessoas mais orgulhosas e emocionadas no dia em que ela foi premiada era justamente o marido", destaca [Joana Bona](#).

Aliada a uma avaliação da gestão de negócios, a qualidade dessas histórias inscritas no Prêmio promove uma ambiência de afetos. A premiação orbita em torno de histórias que podem ser

traduzidas pela máxima "levanta, sacode a poeira e dá a volta por cima". Os chamados casos de sucesso, como os de Joice e de Agda. "Não é um prêmio quantitativo, preocupado em número recorde de inscrições, apesar de termos uma adesão que aumenta ano a ano. O que procuramos são essas boas histórias de superação. Há uma rede trabalhando para descobri-las e incentivá-las", assegura Joana Bona.

Essa rede atravessa o Brasil continental e está duplamente sustentada, tanto nas unidades do Sebrae, que têm capilaridade territorial nos 26 estados e Distrito Federal, quanto nas parcerias institucionais que apoiam o Prêmio – a Secretaria de Políticas das Mulheres (SPM), a Federação de Associações de Mulheres de Negócios Profissionais do Brasil (BPW) e a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ). "Em qualquer posição que o colaborado se encontre, seja internamente no Sebrae, seja externamente nos parceiros, há, em comum, um afeto em torno do Prêmio. As pessoas se empenham para dar visibilidade a essas histórias porque essas mulheres são vitoriosas. Eu me emociono muito em cada cerimônia de premiação. Saio de lá sempre chorando", conta Bruna Machado Teixeira, uma das responsáveis pela campanha de divulgação do Prêmio.

Nos estados, o empenho é anterior à etapa de premiação nacional. Em cada um, há uma mobilização para que a mulher empresária narre a sua história e se fidelize ao Prêmio, concorrendo,

Sebrae/SC



caso necessário, vários anos seguidos. É daí que saem três campeãs estaduais que vão disputar as categorias Pequenos Negócios, Produtora Rural e Microempreendedora Individual. Se cada estado emplacar todas as indicadas, 81 mulheres competirão nacionalmente.

CORRENTE DE ENTUSIASMAS

Ana Lídia de Souza, do Sebrae de Santa Catarina, é uma das entusiastas dessa rede. "É esse o nosso papel, a nossa razão de existir: promover e levar conhecimento de gestão a essas mulheres poderosas e determinadas".

Ela é testemunha das mudanças que o Prêmio promove tanto na vida da mulher quanto na compreensão do seu negócio. "Vejo que fazemos a diferença na vida pessoal e, principalmente, empresarial dessas mulheres."

Foi assim com [Cláudia Regina Marcon Thomé](#), da cidade de Concórdia. Uma das vencedoras de Santa Catarina de 2010, ela está à frente da empresa Começo de Vida, uma indústria de enxovals para bebês. "Por meio do prêmio, pude inspirar outras pessoas, estimular novos empreendedores e transmitir minha visão otimista. O Prêmio

O Prêmio Sebrae Mulher de Negócios reconhece e premia as melhores iniciativas do público feminino no empreendedorismo brasileiro. É um enorme prazer poder ajudar a divulgar histórias de mulheres vitoriosas que servem de exemplo para outras que também sonham em empreender

Luiz Barreto,
presidente do Sebrae

Raquel Lasalvia/SMF



potencializou o melhor de mim, trouxe mais confiança e ousadia para que eu alçasse voos maiores, conquistasse novos horizontes e empreendesse num futuro ainda melhor."

O convívio direto entre os gestores regionais do Sebrae e as mulheres empreendedoras amplia o entendimento do Prêmio para além de importante agente de visibilidade. Na labuta para reconhecer o esforço dessas empresas, Lucas Hahn, do Sebrae no Paraná, comprehende que o compromisso do Se-

brae por um Estado mais justo, igualitário e rico se estabelece em ações como a do Prêmio. "Essas mulheres têm um papel gigantesco na cidade ou região onde estão. Lutam para crescer e gerir com eficiência seus negócios. Os resultados são extensivos às famílias, aos funcionários, ao entorno e, principalmente, importantes para elas, que certificam sua vitória sendo reconhecidas. O que as motiva ainda mais e mobiliza outras empreendedoras para uma melhoria contínua", observa.

NO FOCO DO
EMPREENDEDORISMO,
A MULHER ESTÁ
PRATICAMENTE
CAMILHANDO LADO
A LADO COM OS
HOMENS

Sueli Batista,
jurada do Prêmio

ESSAS MULHERES
ESTÃO BUSCANDO DAR
OUTRAS SOLUÇÕES
PARA ESSA ECONOMIA
QUE SE RENOVA

Tatau Godinho,
secretária de Políticas do Trabalho e Autonomia Econômica das Mulheres/SPM

Ao perceber essa dinâmica que o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios propicia e todos os seus desdobramentos políticos, a secretária de Políticas do Trabalho e Autonomia Econômica das Mulheres/SPM, Tatau Godinho, enche-se de orgulho em estar associada a essa ação afirmativa em prol da mulher empreendedora. A SPM, que também completa uma década de existência, alinhou-se ao Prêmio em sua criação e o viu se tornar um espelho do desenvolvimento econômico do país na última década. "As histórias relatadas se rejuvenescem ano a ano, porque essas mulheres estão buscando dar outras soluções para essa economia que se renova. Elas têm assimilado esse desafio, colocando sempre questões novas para o Prêmio."

As histórias são tão singulares que o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios não se aprisiona em uma fórmula. Bandeira da BPW, a premiação reflete o quanto as mulheres avançam para conquistar uma economia autônoma de mercado. "O momento é ainda de transição, mas há visivelmente avanços e temos o que comemorar. No foco do empreendedorismo, a mulher está praticamente caminhando lado a lado com os homens, como indicam as pesquisas GEM. A conclusão é de que está se buscando uma perfeita equidade de gênero neste sentido, e o Sebrae Nacional, através da premiação, juntamente com seus parceiros, está fazendo a sua parte nesta importante e necessária construção", aponta

Arthur Passos



Sueli Batista, ex-presidente da BPW e uma das juradas da premiação nacional.

E quando essa equidade se estabilizar? O Prêmio Sebrae Mulher de Negócios perderia seu sentido? Não há dúvidas entre o Sebrae, os parceiros e as mulheres que se desafiam diariamente como empresárias no Brasil: pelo caráter singular de posicionar essas empreendedoras como narradoras e donas de suas histórias, podemos pensar em comemorar a próxima década que se abre a partir de 2015.



Rodrigo de Oliveira/Agência Sebrae

ENTRE A EMOÇÃO E A GESTÃO

A analista de comunicação e marketing [Clarice Veras](#) não consegue se esquecer da primeira edição do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios. À época, ela era coordenadora nacional do projeto, que se iniciava com grandes expectativas. "A gente se reuniu para decidir as vencedoras no Espaço Cultural Renato Russo e me lembro de todas saírem dali chorando, abraçando-se, sem sequer almoçar, mergulhadas no relato das mulheres vitoriosas."

Sob o impacto dos relatos pessoais, a primeira edição do Prêmio corou cinco mulheres vitoriosas, uma de cada região, que ganharam uma viagem internacional para a Suíça. "Foi a primeira ida ao exterior de todas elas. Isso era significante. Elas voltaram impactadas." Joice Roncaglio estava nesse grupo e, quando regressou a Foz do Iguaçu, conseguiu dar o rumo que queria ao negócio. "Lá vi que eles usavam material de demo-

Mulher Nota 10

- ✓ As empreendedoras, geralmente, dão mais atenção aos clientes.
- ✓ As mulheres investem mais em capacitação. A proporção de empresárias com, no mínimo, ensino médio completo, é quase o dobro do percentual de homens com a mesma escolaridade.
- ✓ Proporcionalmente, as mulheres procuram mais o atendimento do Sebrae e estão sempre em busca de mais informação e orientação.
- ✓ Normalmente, as mulheres conciliam melhor suas atividades pessoais e profissionais.
- ✓ As mulheres buscam o empreendedorismo para ter maior flexibilidade de horários.
- ✓ As empreendedoras são, geralmente, mais detalhistas, sensitivas e intuitivas, características que podem contribuir para a gestão do negócio.
- ✓ As mulheres empreendedoras conseguem aliar as características de coragem, iniciativa e determinação à sensibilidade, intuição e cooperação.



lição e fibras nas edificações. Fiz minha filial exatamente assim", conta.

Em 2006, o Prêmio agregou ao teor emocional das narrativas uma avaliação da gestão de negócio. É nesse momento que entra a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), que estabeleceu critérios e padrões normativos. "Nossa missão é disseminar conceitos e práticas para a melhoria da gestão das organizações. Ou seja, ter acesso e estar em contato com empreendedoras que visam à qualidade, sustentabilidade e qualidade nos seus negócios, buscam as melhores práticas e os melhores resultados, contribuem para a consecução

de nossa missão", explica [Francisco Teixeira Neto](#), responsável pela Capacitação e Premiação na FNQ.

Assim, ao lado do relato, a participante sai do processo de inscrição com um diagnóstico do seu negócio, que poderá ser um indicador para rever alguns aspectos de gestão. Esses dados geram um precioso banco de dados para o Sebrae definir ações e metas de trabalho. "Podemos detectar que há um grupo extenso de mulheres empresárias que não estão dando atenção ao item sustentabilidade. Nesse caso, vamos criar treinamentos para mostrar o quanto é importante que suas empresas se preocupem com o meio ambiente", exemplifica Joana Bona. **C**

LINHA DO TEMPO

2004

Primeira edição do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, em parceria com a recém-criada Secretaria de Políticas para Mulheres (SPM) e a Federação de Associações de Mulheres de Negócios Profissionais do Brasil (BPW). Vencedoras escolhidas por região: Norte (Maria Conceição Russo de Almeida, da Associação Viva Verde da Amazônia – Avive, de Manaus); Centro-Oeste (Jandira Gorete Santos Vieira, da Gorethy Moda Íntima – Dourados/MS); Nordeste (Karla Cristina Paiva Rocha, da Cooperativa de Floricultores do Estado da Paraíba – Cofep, de Pilões); Sul (Joyce Maria Nervis Roncaglio, da Padaria Queijo & Cia, de Foz do Iguaçu) e Sudeste (Izolda Martins Vriato, da Cooperativa dos Criadores de Rá de Cachoeiras de Macacu, Magé e Adjacências – Coopercrâmmma, do Rio de Janeiro).



Prêmio Sebrae
**Mulher de
Negócios**

2005

Criadas duas categorias: Pequenos Negócios e Negócios Coletivos. Ganham, respectivamente: Maria Helena Monteiro, do Café Helena, de Dourado (SP); e Antônia Maria Bezerra, da Associação das Mulheres Trabalhadoras Rurais de Buriti do Tocantins.

2006

Firmada parceria com a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), afinando a criação de critérios de gestão para avaliar os negócios apresentados. Vencem Solange Vale Castro, da Sacol'Art (Manaus/AM), em Pequenos Negócios; e Maria Cristina Marques Almeida (Blumenau/SC), em Negócios Coletivos.

2007

2008

2009

2010

2011

2012

Áurea Xavier, da Borda Já (Santa Cruz do Capibaribe/PE), vence a categoria Pequeno Negócios, enquanto Maria Maviniê de Oliveira Mota, do Sindicato dos Artesãos Autônomos (Fortaleza/CE), é premiada em Negócios Coletivos.

A edição mostra a força do empreendedorismo no interior do país. A vencedora de Pequenos Negócios vem de Peabiru/PR: Maria José do Nascimento, da Reymann Resistências Elétricas. De Campina Grande (PB), Maysa Motta Gadelha, da Cooperativa de Produção Têxtil, Afins do Algodão do Estado da Paraíba (Coopnatura), vence em Negócios Coletivos.

2013

A empresária Rosângela Melo, proprietária da marca Produtos Regionais (Potengi/RN), foi a vencedora na categoria Pequenos Negócios. Regina Célia de Oliveira (Vila Velha/ES) conquistou o prêmio como microempreendedora individual, com seu sabão líquido Lele. E na categoria Produtora Rural, quem saiu vitoriosa foi Maria de Fátima Barbosa (Sumé/PB), com a inovação no processamento de traíra.

A empresária Ivana Lúcia Torres ganha em Pequenos Negócios pelo empreendimento Constat Home Care, de Aracaju/SE. Na categoria Negócios Coletivos, o Prêmio sai para Carmita Duarte Medeiros, da Associação de Mães Artesãs do Vale do Jari (AP).

Patrícia Paz Silva (Vilhena/RO) vence em Pequenos Negócios pelo empreendimento Moura & Paz Soluções Ambientais; Maria de Fátima de Oliveira é sagrada campeã em Negócios Coletivos pela Tamboriarte – Associação de Artesãos de Tamboril (CE).

Cristina Ruffo vence em Pequenos Negócios pela Mr. Kayman (Maceió/AL). Maria Helena Lubke Jeske, da Associação dos Produtores de Doces de Pelotas (RS), ganha por Negócios Coletivos.

À frente de um negócio não tradicional, Agda Oliver (Ceilândia/DF) sai vitoriosa pela oficina Meu Mecânico, voltada para o público feminino, enquanto Nadir Pereira da Silva Daroit (Cachoeirinha/RS), da Cooperativa de Produção de Sistemas Hidráulicos (Coosidra), ganha por Negócios Coletivos. Gislaine de Fátima Centenaro Marcandali (Vila Maria Alta/SP), da Dublê Lavatório Portátil, vence na nova categoria criada: Microempreendedora Individual.

// VENCEDORAS DE 2013 //

MULHERES DE NEGÓCIOS: ELAS FAZEM A DIFERENÇA

**Em sua décima
edição, prêmio do
Sebrae recebeu
quase 7 mil
inscrições de
empreendedoras
de todo o país**



Maria de Fátima Barbosa é pescadora, no sertão paraibano. A capixaba Regina Célia de Oliveira fabrica sabão líquido. Rosângela Melo produz biscoitos, em Potengi (RN). O que estas três mulheres têm em comum? Uma trajetória profissional marcada por coragem, lutas e vitórias. Elas são as vencedoras do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios 2013.

A edição que marca os dez anos do Prêmio recebeu 6.987 inscrições de

norte a sul do país – 4.705 na categoria Pequenos Negócios, 2.087 microempreendedoras individuais e 195 produtoras rurais. Mais da metade (64%) das participantes tinham entre 30 e 49 anos. O percentual de inscritas acima de 50 também foi expressivo (22%). Um sinal de que a idade não é barreira para a mulher empreendedora.

Em cada categoria, três empresárias foram escolhidas para receber os troféus ouro, prata e bronze, totalizando nove premiadas.

MULHER DE NEGÓCIOS 2013

Categoria: Microempreendedora individual

- ✓ Troféu Ouro – Regina Célia de Oliveira, fabricante de sabão líquido, Vila Velha (ES)
- ✓ Troféu Prata – Thaís Fernandes de Araújo, site de vendas de presentes customizados, João Pessoa (PB)
- ✓ Troféu Bronze – Raquel Aparecida da Cruz, instrutora de circo, Curitiba (PR)

Categoria: Produtora Rural

- ✓ Troféu Ouro – Maria de Fátima Barbosa, pescadora de traíra, Sumé (PB)
- ✓ Troféu Prata – Maria de Lourdes Secchin, cafeicultora de Nova Venécia (ES)
- ✓ Troféu Bronze – Deborah Costa Gaiotto, produtora de hortaliças, ervas aromáticas e flores comestíveis, Cerquilho (SP)

Categoria: Pequenos Negócios

- ✓ Troféu Ouro – Rosângela Melo, fabricante de biscoitos, Potengi (RN)
- ✓ Troféu Prata – Maribel Emília Gaio, proprietária de laboratório de análises clínicas, Videira (SC)
- ✓ Troféu Bronze – Glauçineide Crivilin Del Caro, dona de loja de colchões, Aracruz (ES)

Conheça a seguir um pouco da história das três vencedoras (Troféu Ouro) do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios 2013

REGINA CÉLIA DE OLIVEIRA

Microempreendedora individual

Quando resolveu produzir sabão líquido em casa para economizar nas compras de material de limpeza, Regina Célia Oliveira nem vislumbrava que estava dando o seu primeiro passo como microempreendedora individual. O Sabão Lele, fabricado a partir do reaproveitamento de óleo de cozinha, caixas de leite e garrafas pet, além de reduzir as despesas familiares, transformou-se em uma nova fonte de renda.

Em três anos, o faturamento da empresária saltou de R\$ 3,5 mil para mais de R\$ 13 mil. "O principal ganho é minha empresa ser ecologicamente correta e incentivar a conscientização. As pessoas me ligam para dizer que estão fabricando e comercializando seu próprio sabão nos padrões da minha marca", garante a moradora de Vila Velha (ES).

O acréscimo de etanol é um dos diferenciais do produto, pois garante uma limpeza mais profunda, segundo a empresária. Além disso, a marca utiliza fragrâncias com matérias-primas naturais.

Os ingredientes básicos usados na fabricação do Sabão Lele vêm do lixo produzido pela própria comunidade. Quando o volume de gordura excede o necessário para a fabricação do sabão, uma empresa terceirizada recolhe o material para produção de biodiesel –

ao todo, já foram gerados 1.360 litros do combustível.

Por enquanto, o processo de manufatura é realizado na área de serviço da casa de Regina Célia. O sonho agora é construir uma fábrica em local apropriado para o armazenamento de resíduos e instalar pontos de coleta por Vila Velha.

ROSÂNGELA MELO

Pequenos negócios

Já imaginou comer deliciosos biscoitinhos como os feitos pela vovó, quando quiser? É esse prazer que Rosângela Melo, de Potengi (RN), tenta levar aos consumidores dos Produtos Regionais. Os 60 mil biscoitos que chegam todos os meses às prateleiras dos principais mercados da região mantêm as mesmas características artesanais de quando ela ainda trabalhava em casa. Hoje a marca é líder de vendas e já alcança 40 municípios.

Tudo começou quando Rosângela, após trabalhar em uma padaria, decidiu fazer bolos caseiros, suspiros e biscoitos de polvilho para vender. Como não tinha dinheiro para comprar uma máquina de pingadeira, desenvolveu – com apoio de um mecânico – o próprio equipamento, com capacidade para produção de 40 tipos de biscoitos.

A inovação deu tão certo que é usada até hoje na fábrica. "Os bicos dos biscoitos não têm um padrão, o que torna cada produto diferente do

outro e garante as características artesanais das guloseimas", explica Rosângela. Outro diferencial é que o processo produtivo dispensa manutenção e energia elétrica.

Rosângela sabe que não basta fabricar biscoitos saborosos. O sucesso do seu negócio depende de como os produtos são oferecidos. Além de fazer vistorias nas lojas revendedoras, a empresária agora está investindo na compra de tablets para agilizar os pedidos.

MARIA DE FÁTIMA BARBOSA

Produtora rural

Filha de pescadores da região do Cariri Paraibano, Maria de Fátima Barbosa e seus dez irmãos aprenderam desde muito cedo a valorizar o alimento que vem das águas dos rios, especialmente em uma terra tão castigada pela seca. Por isso mesmo, ela se sentia incomodada com o mau aproveitamento da traíra – um peixe tão abundante na região e de alto valor nutricional. "Com a expansão da tilápia, os pescadores se depararam com falta de mercado para a traíra. Os que ainda pescavam faziam o descarte ou utilizavam o peixe para alimentar os porcos", conta.

O problema estava no excesso de espinhas que dificultava o consumo. Maria de Fátima, então, desenvolveu uma técnica que permite desfiar o pei-

xe e retirar 95% das espinhas. Percebeu que a ideia podia gerar renda para outras famílias e reuniu os pescadores da região para degustarem o produto. De início, apenas seis mulheres aderiram ao projeto. Elas participaram de oficinas práticas sobre cada etapa do processo de beneficiamento do pescado.

O passo seguinte foi divulgar o produto no mercado e pedir apoio do governo para ingressar nos programas de aquisição de alimentos e de merenda escolar. Atualmente, 30 mulheres participam do projeto, em dois grupos nas cidades de Camalaú e Sumé, no sertão paraibano. O pescado é vendido para restaurantes, escolas e moradores da região. Toda a renda é distribuída proporcionalmente entre elas.

Com o apoio do Ministério do Desenvolvimento Agrário, está em fase de implantação a unidade de beneficiamento industrial que vai expandir e tornar mais ágil a produção. Para reduzir o impacto ambiental, Maria de Fátima está formando outro grupo de mulheres. Elas vão produzir artesanato com pele e escamas de peixe. "Assim teremos um aproveitamento integral do pescado, além de contribuir com o nosso planeta", ressalta. **C**



NINGUÉM SEGURA A MULHER EMPREENDEDORA

Gestora do Prêmio de 2007 a 2010, Maria del Carmen acredita que a hora é oportuna para traçar novas linhas de ação a partir dos perfis das finalistas na última década

As pesquisas recentes apontam que elas já são maioria entre os novos empreendedores. Mais da metade dos pequenos negócios brasileiros com até três anos e meio de atividade estão sob a regência de mulheres. Cada vez mais elas têm buscado o próprio negócio como uma forma de se realizar profissionalmente e não apenas por dificuldades financeiras. Em sua carreira de 18 anos no Sebrae, Maria del Carmen Martin Tomé Stepanenko teve a oportunidade de conhecer de perto algumas dessas mulheres. “A te-

nacidade é uma característica comum a todas. Elas têm garra, persistem e por isso dão certo”, observa a gestora nacional do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios de 2007 a 2010.

Aposentada desde 2011, Maria del Carmen recebeu a equipe da Revista Conhecer em seu apartamento em Brasília (DF), acompanhada do gato de estimação Zé Maria. Nesta entrevista especial, ela compartilha a emoção de ter feito parte da trajetória de dez anos da premiação que homenageia a luta e, ao mesmo tempo, ajuda a alavancar os negócios de mulheres empreendedoras

por todo o Brasil: “Guardo com muito carinho e satisfação o fato de ter participado dessa história”.

Para Maria del Carmen, o grande desafio do Sebrae Mulher de Negócios para a próxima década é estar em constante atualização. “Assim como as empresárias evoluem, o Prêmio precisa evoluir também para acompanhar esse novo momento do empresariado”, expllica. “Talvez agora seja o momento ideal para fazer uma retomada, um levantamento e análise dos perfis das finalistas estaduais e nacionais e a partir daí, quem sabe, traçar linhas de ação”.

A TENACIDADE É UMA CARACTERÍSTICA COMUM A TODAS. ELAS TÊM GARRA, PERSISTEM E POR ISSO DÃO CERTO

OS NEGÓCIOS ERAM ABERTOS POR NECESSIDADE E ENTRE AS MULHERES ESSE ASPECTO ERA AINDA MAIS RELEVANTE. HOJE ELES JÁ SÃO ABERTOS MAIS POR OPORTUNIDADE

Revista Conhecer – Quando o Sebrae concebeu o Prêmio Mulher de Negócios como era a política de trabalho com esse universo feminino?

Maria del Carmen – Não existia nada de gênero, até então. O Sebrae sentia a necessidade de atender de alguma forma especial a mulher empreendedora e o Prêmio veio para dar mais visibilidade ao trabalho dessa mulher. Ações o Sebrae sempre desenvolveu para todos os empreendedores, independentemente do gênero. O que faltava era dar esta visibilidade e reconhecimento. Para tanto, o Sebrae convidou três parceiros essenciais para desenvolverem juntos o projeto: a Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM), a Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais do Brasil (BPW) e a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ). A FNQ é o parceiro técnico que cuida dos critérios e padrões normativos. A BPW e a SPM têm um papel mais político, por serem duas entidades que priorizam a mulher e, sobretudo, a mulher profissional. A presença desses parceiros dá um peso maior ao Prêmio. As participantes se sentem muito prestigiadas nas cerimônias de premiação, diante da ministra de Políticas para as Mulheres e de várias outras autoridades.

Revista Conhecer – Você acredita que o perfil das premiadas nestes dez anos tenha ajudado o Sebrae a formar um

direcionamento de trabalho para a mulher empreendedora?

Maria del Carmen – Eu acho que tudo o que Sebrae faz facilita e muito a vida empresarial dos empreendedores brasileiros, tanto homens quanto mulheres. O Sebrae existe exatamente para dar essa força aos pequenos negócios e desempenha muito bem este papel. Talvez agora, que o Prêmio está completando dez anos, seja o momento ideal para fazer uma retomada, um levantamento e análise dos perfis das finalistas estaduais e nacionais e a partir daí, quem sabe, traçar linhas de ação.

Revista Conhecer – Qual o impacto hoje de uma premiação desse porte na vida e no negócio dessa mulher vencedora?

Maria del Carmen – Para as participantes é a oportunidade de aprender mais. Um aspecto interessante é que, com o reconhecimento, as emoções afloram e elas levam esta vivência para as pessoas que as rodeiam. Isso movimenta o núcleo de parceiros que trabalham em torno delas. Tudo isso dá um *plus* na vida delas e nos negócios também. É um estímulo que contribui com o processo de crescimento pessoal e da empresa.

Revista Conhecer – Há alguns pontos comuns que compõem o perfil dessa mulher vencedora?



Rodrigo Oliveira/Agência Sebrae

Maria del Carmen – A tenacidade é uma característica comum a todas. Elas lutam por um sonho desde muito antes de se apresentarem ao Sebrae para participar do prêmio. Elas têm uma vida de luta e trabalho pelo negócio que elas se propuseram a dar vida e deslanchar. Elas têm garra, persistem e por isso dão certo. Se você não tem essa tenacidade, você vai desistir no primeiro problema que enfrentar. E não existem negócios sem problemas. Eu me lembro de uma empreendedora do interior da Paraíba que tinha uma loja de baterias de carro.

Um negócio completamente masculino, mas ela estava lá e já era reconhecida no mercado. Não havia nenhum tipo de preconceito dos clientes homens em relação à sua loja. A mulher está em todos os negócios atualmente. Os homens que se cuidem! E eles já estão se cuidando há algum tempo. Elas estão assumindo cada vez mais postos.

Revista Conhecer – As pesquisas apontam que cada vez mais as mulheres estão buscando o empreendedorismo e não apenas

por necessidade, mas por vontade de ter o próprio negócio. Como você percebe esta mudança?

Maria del Carmen – Antigamente, os empreendedores em geral montavam negócios porque precisavam, principalmente, suprir dificuldades financeiras. Hoje montam porque acreditam no negócio, estudam aquilo profundamente e logo voam... Os negócios eram abertos por necessidade e entre as mulheres esse aspecto era ainda mais relevante. Hoje eles já são

abertos mais por oportunidade. A pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor) do ano passado já deu um índice maior de empreendedores por oportunidade do que por necessidade, inclusive entre as mulheres (ver editorial *Mulheres comandam os novos negócios no Brasil*, pág. 5). Outro aspecto interessante é que o perfil empreendedor tem aparecido cada vez mais cedo. Hoje já temos muitos jovens que não querem ser funcionários, querem montar o próprio negócio. Quanto mais jovem o empreendedor começar, se ele tiver garra, vai dar certo, com certeza. Os profissionais que trabalham com tecnologia da informação, por exemplo, são quase todos muito jovens. Nas franquias, que são muito difundidas no Brasil, há também uma gama muito grande de jovens.

Revista Conhecer – O que você destacaria como diferencial da mulher no meio empresarial?

Maria del Carmen – Talvez o tratamento que elas dão para os funcionários. Em termos de liderança, elas são um pouco mais afáveis. Elas desenvolvem uma relação mais afetuosa, mas sem perder o profissionalismo.

Revista Conhecer – Para conseguir um destaque nacional e uma capilaridade territorial, o Sebrae necessita de um empenho dos gestores estaduais. Como você avalia o papel deles?



Rodrigo de Oliveira/Agência Sebrae

Maria del Carmen – O papel deles é de uma importância absoluta. O Sebrae cuida da coordenação geral do Prêmio, mas os gestores estaduais é que são os grandes divulgadores e incentivadores entre as empresárias.

Revista Conhecer – Quais os desafios do Prêmio Mulher de Negócios para a próxima década?

Maria del Carmen – Sempre é preciso atualizar. Lembro que fazíamos muitas reuniões com os gestores e parceiros.

Nessas reuniões surgiam sempre ideias novas. Eu acho que esse trabalho com os parceiros é uma atualização constante. O que não pode deixar é cair na mesmice. Mais do mesmo, não dá! É preciso atualizar, inserir novas ideias. Assim como as empresárias evoluem, o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios precisa evoluir também para acompanhar esse novo momento do empresariado. Como eu disse anteriormente, acho que está na hora de fazer um levantamento e avaliar os perfis e as necessidades das empresárias para ver o que se pode fazer de diferente. C



O meu primeiro negócio foram meus pais que incentivaram. Formaram uma clientela pra mim, mesmo antes de eu terminar minha faculdade de Odontologia.

Já minha segunda empresa surgiu depois de receber a visita de funcionário da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Ambiental (Sedam), que me perguntou onde eu jogava o lixo da clínica. Após ser autuada, uma luz se acendeu na minha mente. Em Vilhena (RO) não tinha nenhum serviço desse tipo.

Pesquisei e convidei um amigo para ser meu sócio. Foi quando nasceu a empresa Moura e Paz Soluções Ambientais, que faz coleta, transporte e tratamento, incineração e destinação final correta dos resíduos de saúde, industrial e comercial. O nosso serviço atende Rondônia e muitas cidades do Mato Grosso. O planejamento é que até 2015 estejamos com mais duas unidades.

No início sofri preconceito, do meu próprio marido e do meu sócio, por ser mulher. Mas não podia desistir porque esse sonho era meu, afinal. Enfrentei os dois quieta. Aos poucos fui conquistando meu espaço e hoje eles sabem me respeitar.

- **Patrícia Paz Silva**, vencedora na categoria Pequenos Negócios, em 2010, com a Moura & Paz Soluções Ambientais, em Vilhena (RO)



O ENCANTAMENTO DA MULHER DE NEGÓCIOS

Gorete Santos aproveitou a publicidade alcançada após a premiação do Sebrae, em 2004, para alavancar sua empresa de *lingerie*

Bom humor, persistência e entusiasmo. Para a empresária Jandira Gorete Santos, essas são qualidades essenciais da empreendedora de sucesso. "Não tem mistério. O segredo é não desistir nunca e conservar o encantamento do primeiro dia, quando você abriu o seu negócio e decidiu que ia vencer", resume a dona da Gorethy Lingerie, confecção especializada em trajes íntimos. Na história vitoriosa da empresária sul-mato-grossense, o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios teve importante papel. A premiação ajudou a divulgar melhor os negócios da empresa. A marca ultrapassou as fronteiras do município de Dourados, virou moda no estado

e atraiu admiradores até fora do país.

Descobrir oportunidades em meio às situações adversas sempre foi uma das especialidades de Gorete Santos. De família humilde, a menina de Caarapó (MS) – município de 22 mil habitantes, localizado a 270 km de Campo Grande e a 50 km de Dourados – durante muito tempo teve de abrir mão dos estudos para ajudar na renda de casa. Começou a trabalhar ainda criança, aos sete anos, vendendo frutas na rua. Somente aos 20 anos conseguiu concluir os ensinos fundamental e médio, em um curso supletivo. Daí, não parou mais: fez vestibular e entrou para a faculdade de Letras. "Como não tinha formação nenhuma, era muito difícil arrumar emprego.

Então, comecei a estudar. Percebi que a única pessoa que tinha o poder de mudar a minha vida era eu mesma", conta.

As colegas do Centro Universitário de Dourados foram uma grande fonte de inspiração. Gorete percebeu que revender peças de *lingerie*, como sacoleira, seria uma forma de garantir renda, sem precisar abandonar os estudos. Quando terminou o curso em 1997, em vez de seguir o magistério, resolveu montar o próprio negócio: uma confecção de *lingeries*. "Havia um mercado muito bom na época e as clientes me pediam coisas que eu não tinha para oferecer, então resolvi fabricar", explica.

O INÍCIO

Duas máquinas de costura, alguns metros de tecido, duas costureiras ajudantes e muita vontade de vencer. Com essa modesta estrutura, a empresária Gorete deu seus primeiros passos no mercado de confecções de roupa, em Caarapó. Sem qualquer experiência com corte e costura, ela sabia que o único caminho possível era correr atrás do conhecimento. "Nunca havia costurado, muito menos sabia o que era uma indústria de confecção. Eu tinha que aprender a cortar, costurar, vender e administrar. Os cursos do Sebrae e do Senai foram muito importantes para minha capacitação", relembra.

Gorete percebeu que tinha talento para modelagem e passou a desenhar as peças que eram confeccionadas pelas costureiras, em Caarapó, e transpor-



tadas por ela até Dourados. Em 2004, para facilitar a comercialização dos produtos, a empresária decidiu transferir a fábrica para o município de Dourados, onde a clientela em potencial e as possibilidades de desenvolver seu negócio eram maiores.

O ano de inauguração da nova fábrica coincidiu com o lançamento de uma premiação do Sebrae em reconhecimento à trajetória de mulheres empreendedoras de norte a sul do Brasil. Representando a região Centro-Oeste,

EU NÃO VENDO
CALCINHA E SUTIÃ,
ISSO VOCÊ COMPRO
EM QUALQUER
LUGAR. EU VENDO
AUTOESTIMA



A EXPANSÃO

Vencido o susto inicial, Gorete percebeu na visibilidade proporcionada pelo prêmio uma alavanca para fazer sua pequena empresa decolar. Para aumentar a clientela, contratou revendedoras e montou um esquema de vendas porta a porta. Também começou a participar de feiras, eventos e desfiles de moda para divulgar a marca.

O pequeno ateliê de costura deu lugar a duas fábricas, localizadas em Dourados e Itaquiraí, onde são produzidas, mensalmente, 90 mil peças de roupas íntimas femininas e masculinas. Os produtos estão à venda em dez lojas, uma delas no Paraguai. O ritmo de trabalho é industrial, mas Gorete faz questão de manter a essência artesanal da marca: "Eu não vendo calcinha e sutiã, isso você compra em qualquer lugar. Eu vendo autoestima. A gente quer que a mulher se sinta diferente, bonita, desejada. Por isso, faço questão de que nossas peças sejam únicas, bem produzidas, delicadas". Há três anos, a empresa resolveu enveredar por outras direções e lançou uma linha *fitness* voltada para prática esportiva.

Passadas quase duas décadas, a universitária sacoleira que só queria uma fonte de renda para continuar os estudos emprega cerca de 200 pessoas e gera mais de 5 mil postos de trabalho indiretos. Aos 50 anos, a menina humilde que sonhava em se vestir com elegância tornou-se uma empresária de sucesso e não abre mão de estar sempre bonita para trabalhar, mesmo nos dias mais difíceis.

ENTÃO, COMECEI A ESTUDAR. PERCEBI QUE A ÚNICA PESSOA QUE TINHA O PODER DE MUDAR A MINHA VIDA ERA EU MESMA

APÓS O PRÊMIO, RECEBEMOS TELEFONEMAS DE TODAS AS REGIÕES E ATÉ DE FORA DO BRASIL. NÃO ESTÁVAMOS NEM PREPARADOS PARA O VOLUME DE NEGÓCIOS QUE APARECEU

Esta é a forma de demonstrar que não se deixa abater pelas dificuldades. "Tem coisas que dão certo pela sua insistência. Você vai refazendo e chega uma hora em que acerta. Por isso, é preciso manter o entusiasmo, olhar todos os dias no espelho e dizer: 'Eu faço isso muito bem!'. E sair de casa para o trabalho como se você estivesse indo para uma festa", sorri Gorete, demonstrando que talvez seja ela mesma a maior consumidora do produto que busca vender: autoestima. ■

a história de luta de Gorete Santos para se firmar no mercado da moda íntima foi escolhida como uma das cinco vencedoras da etapa nacional do Prêmio Sebrae Mulher Empreendedora (hoje, Sebrae Mulher de Negócios). "Essa premiação foi um divisor de águas. Após o prêmio, recebemos telefonemas de todas as regiões e até de fora do Brasil. Não estávamos nem preparados para o volume de negócios que apareceu, mas aprendemos a nos organizar melhor", admite a empresária.



LUGAR DE MULHER É ONDE ELA QUISER

A paranaense Maria José do Nascimento investiu em um negócio tipicamente masculino e provou que vencer no ramo empresarial não é questão de gênero

Há 19 anos no comando de uma empresa de resistências elétricas industriais, Maria José do Nascimento já se acostumou a circular em ambientes onde as mulheres são minoria. Ela não se sente nem um pouco intimidada com a situação. Em uma trajetória marcada por quedas e recomeços, a empresária de Peabiru (PR) persistiu e viu seu negócio prosperar. A marca Reyman KL do Brasil tornou-se sinônimo de credibilidade e Maria José a única mulher a presidir, atualmente, um sindicato do setor metal-mecânico no estado do Paraná.

Ela nasceu em Barbosa Ferraz, município pequeno ao norte paranaense que

hoje tem pouco mais de 12 mil habitantes. Lá viveu até os 11 anos, quando o pai decidiu se mudar com a esposa e os sete filhos para Cotia (SP) em busca de melhores condições de vida. Como o salário de motorista de caminhão do pai não era suficiente, Maria José teve que ir à luta ainda pequena e arranjou empregos de doméstica e babá. Até os 15 anos essa rotina se repetiu: ela passava as manhãs trabalhando em casas de família e frequentava a escola à tarde.

O encantamento pela área industrial começou a brotar ainda na adolescência. Maria José e o então marido trabalhavam em uma fábrica de resistências elétricas. Nessa época, ela conheceu de

perto o produto que iria lhe dar o título de "mulher de negócios" anos mais tarde. "Trabalhei como auxiliar de produção em todas as fases da montagem das resistências, do espiral ao enchimento e prensa", recorda com orgulho.

Após quatro anos, o marido decidiu abrir a própria usinagem de peças e a levou para trabalhar no escritório com ele. Segundo Maria José, essa foi uma época muito boa. Conseguiram comprar um automóvel e até um terreno. Animados com o bom momento, apostaram todas as economias em uma fábrica de resistências que não deu certo.

Retomar o sonho após o primeiro fracasso não foi fácil. "A gente não ti-



EU ACREDITO
QUE VALE A
PENA INSISTIR,
BUSCAR UM
JEITO DE FAZER
DIFERENTE

nha nada. Pegamos dinheiro emprestado com a minha irmã e decidimos recomeçar do zero nossa fábrica de resistências em Guarulhos (SP)", conta. O negócio vingou e Maria José pôde se dedicar mais aos estudos. Terminou o ensino médio e ingressou na Faculdade de Ciências e Letras da Universidade de Guarulhos. Em seguida, estudou um ano na Faculdade de Direito, mas não chegou a concluir o curso.

Nessa época, Maria José já tinha dois dos cinco filhos e decidiu voltar para o Paraná. A cidade escolhida foi a pacata Peabiru, na região centro-oeste-

do estado. "Queria criar meus filhos numa cidade mais tranquila para dar a eles uma qualidade de vida melhor. Nesse ponto, nós realmente acertamos, mas para o negócio foi muito difícil", admite. As dívidas contraídas na compra de novos equipamentos eram altas. Para completar, a inexperiência da equipe acabava por atrasar os prazos de entrega, deixando os clientes insatisfeitos.

Diante das dificuldades, o marido resolveu desistir da fábrica de resistências e montou outra usinagem de peças. Algum tempo depois eles se

divorciaram. Maria José tomou as rédeas do negócio, em 2004, e convidou um de seus funcionários mais dedicados para se tornar sócio da empresa. "Tenho uma qualidade que é a persistência. Eu acredito que vale a pena insistir, buscar um jeito de fazer diferente", afirma com entusiasmo.

Maria José viu que um dos gargalos estava justamente na gestão da empresa. "Eu tinha muito problema com erros nos processos internos e retrabalho. Fiz uma Pós-graduação em Qualidade Total e Gerência de Pessoas e busquei aplicar um modelo de gestão da qualidade na minha empresa nos padrões da ISO 9001", resume. Depois de três anos, com as dívidas quitadas, a empresa voltou ter crédito na praça.

Começavam, então, a ser escritos os capítulos mais emocionantes da história de sucesso da proprietária da Reyman KL do Brasil. A conquista do primeiro lugar no Prêmio Sebrae Mulher de Negócios 2008 foi um deles. O reconhecimento nacional estimulou a empresária a tentar saltos ainda mais altos. "Meu negócio ganhou mais credibilidade. Em muitos lugares, as pessoas vêm me cumprimentar e perguntam se eu sou a dona da fábrica que produz a melhor resistência do Brasil", comemora.

A visibilidade alcançada com a premiação do Sebrae abriu muitas portas, mas Maria José sabe que precisa continuar investindo para manter o padrão de qualidade: "O Prêmio me motivou a continuar buscando o que há de mais

moderno. Aprendi que não importa o tamanho da sua empresa, você sempre tem que pensar em oferecer o melhor".

Aos 47 anos, Maria José se sente realizada ao ver que seus cinco filhos (entre eles um sobrinho que ela "adotou") têm na sua história uma fonte de aprendizado e inspiração. Dois deles decidiram se aventurar pelo empreendedorismo e montaram em sociedade uma fábrica de aquecedores para banheiras de hidromassagem. A empresa Sanspray, também localizada em Peabiru (PR), emprega atualmente 60 pessoas.

"SEU MARIDO NÃO VEM?"

Ao escolher um ramo de negócios onde os homens são a imensa maioria, Maria José sabia que teria de lidar com desconfiança e preconceito. A fórmula encontrada foi agir com naturalidade, competência e manter uma postura ética e profissional. "Certa vez, eu fui tratar com um gerente de banco e ele perguntou: 'O seu marido não vem?' Eu respondi de imediato: 'Ele tem que vir?' Aí ele entendeu que quem cuidava dos negócios era eu. Na hora, nem me toquei que estava sendo discriminada por ser mulher", sorri.

Em visita a empresas comandadas por mulheres na Itália e na Espanha – viagem oferecida pelo Sebrae às vencedoras da quinta edição do Prêmio Mulher de Negócios –, Maria José percebeu que o caminho do empreendedorismo feminino também

CERTA VEZ, FUI TRATAR COM UM GERENTE DE BANCO E ELE PERGUNTOU: "O SEU MARIDO NÃO VEM?" EU RESPONDI DE IMEDIATO: "ELE TEM QUE VIR?"



Studio Alfa Schae

era difícil na Europa. "Se você quiser se limitar a isso e desanimar, vai encontrar dificuldade em qualquer lugar do mundo!", avalia a empresária que atualmente preside o Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico de Campo Mourão (Sindimetal – Campo Mourão) e faz parte da diretoria da Federação das Indústrias do Paraná (Fiep).

NEGÓCIOS MAIORES, DESAFIOS EM DOBRO

A Reyman KL do Brasil fabrica mais de 30 mil metros de resistências por mês e emprega 90 pessoas. As peças são vendidas para fabricantes de máquinas e lojas de manutenção de equi-

pamentos das principais capitais. O foco é o mercado nacional, mas Maria José também exporta peças para outros países do Mercosul.

O faturamento da empresa tem crescido em média 27% por ano, mas a margem de lucro não aumentou na mesma proporção. Segundo Maria José, um dos principais motivos é a elevada carga tributária para as empresas de médio porte. "Sem contar a concorrência desleal de produtos de baixa qualidade que entram no país", enfatiza.

Para quem já enfrentou tantos obstáculos, este é apenas mais um. Para vencê-lo, ela investe na qualidade do seu produto. "Nosso foco agora é o resultado. Estou trazendo maquinário novo e

quero qualificar mais meu pessoal para aumentar nossa competitividade".

VEM NOVIDADE POR AÍ

Há quase 20 anos fabricando uma peça específica (a resistência elétrica), Maria José agora está desenvolvendo, com apoio do Sebraetec, um novo equipamento para lançar no mercado ainda este ano. "Será um eletrodoméstico para preparo de alimentos que eu vou vender para rede de hotéis. Já estamos com o protótipo pronto, mas não posso contar ainda do que se trata porque estou patenteando o produto", despista a empresária mantendo o suspense. A expectativa é lançar um lote piloto do produto já no primeiro semestre. ■



Iniciamos a Coopnatura como consórcio de exportação. A partir de uma reunião com alguns empresários para expor na Fenit 2000, foi lembrada a pesquisa do algodão colorido feita pela Embrapa. ... O algodão colorido seria o grande "trunfo" que o setor de confecções teria para se erguer no Estado da Paraíba.

As dificuldades eram muitas a partir do momento que teríamos de construir toda uma cadeia produtiva e criar o desejo nas pessoas de possuírem um produto que até então não existia. ... Tivemos que aprender todo o processo: plantio de algodão, costumes do homem do campo, descaroçamento, fiação, títulos de fios, torções de fios, técnicas de tecelagem, como tramas, batidas, densidade etc.

O nosso projeto tem três pilares de sustentação: o respeito ao meio ambiente (produto orgânico certificado), às pessoas (selo EcoSocial) e valorização da cultura, pois vendemos um produto com conceito e muita personalidade, respeitando as técnicas artesanais que vêm passando por gerações.

Nós vamos ser grandes e levar junto um monte de gente! Este é o nosso futuro. Nos próximos dois anos, vamos implantar a franquia Coopnatura para aumentar nossas vendas, aumentar a área de plantio de algodão e a possibilidade de acrescentar muitos novos parceiros ao negócio.

- Maysa Motta Gadelha, vencedora na categoria Negócios Coletivos, em 2008, preside a Coopnatura, de Campina Grande/PB

A enfermeira Ivana Lúcia Torres criou uma rede de serviços de atenção domiciliar que atende em média 90 pacientes e emprega mais de 200 pessoas



AO LADO DA MULHER DE NEGÓCIOS, UMA EQUIPE TALENTOSA

Sempre que alguém pergunta qual o segredo para alcançar o sucesso, Ivana Lúcia Torres responde sem hesitação: "Tenha foco e dê o melhor de si". A lição, que ela transformou em diretriz de vida, foi aprendida durante a missão internacional à Itália organizada pelo Sebrae para as vencedoras do Prêmio Mulher de Negócios 2009. Uma fórmula que tem dado certo. A enfermeira começou com um pequeno serviço de *home care*, em Aracaju (SE), e hoje lidera uma equipe de mais de 200 profissionais de saúde. O crescimento médio anual do faturamento das três empresas que ela

gerencia gira em torno de 12% a 15%.

Nascida na capital alagoana, mas radicada em Sergipe há muitos anos, Ivana Torres carrega dentro de si a quietude característica do espírito empreendedor. Como ela mesma diz, "está sempre inventando alguma coisa". O primeiro passo da Ivana empreendedora foi dado há exatos 14 anos. Embalada pela mudança do século, decidiu que também ia dar uma guinada na vida e montou o próprio negócio: uma empresa de auditoria de contas médicas.

Ao examinar detalhadamente a contabilidade dos hospitais, descobriu uma lacuna da assistência à saúde ser-

gipana. "Percebemos pacientes com internamentos muito longos nos hospitais e decidimos verificar o que acontecia. Conversando com as famílias, vimos que muitos deles não voltavam para casa pela falta de uma estrutura domiciliar para acolhê-los. A partir daí, surgiu a ideia de montar uma empresa de *home care*", explica. Assim, nasceu a empresa Constat *Home Care*, em 2005.

O objetivo era ambicioso: oferecer um serviço diferenciado da empresa que atuava na época, mas não conseguia absorver toda a demanda de pacientes. No início, apenas cinco profissionais, entre auxiliares e técnicos de



Divulgação

enfermagem, compunham a equipe que se revezava nos plantões nas casas dos pacientes. À medida que crescia o interesse pelo serviço, outros profissionais foram captados para reforçar o grupo.

Atualmente, o quadro funcional da Constat apresenta mais de 200 colaboradores de diversas áreas, como médicos, enfermeiros, fisioterapeutas, fonoaudiólogos, nutricionistas, auxiliares e técnicos de enfermagem. De 2009 para cá, a capacidade média de atendimento triplicou. Passou de 30 para 90 pacientes. O foco do atendimento são os idosos, mas há pacientes mais jovens, a exemplo de

politraumatizados e pessoas em situação terminal.

Ivana tinha uma visão mais ampla das necessidades do mercado da saúde domiciliar e, por isso, decidiu não parar no *home care*. Passou a oferecer também os serviços de remoção 24 horas em ambulâncias de suporte básico e UTI móvel (Constat Remoções) e venda/aluguel de equipamentos médico-hospitalares (Pró-Saúde Equipamentos Hospitalares). "Dessa forma, complementamos o serviço para que nossos pacientes pudessem ter tudo o que precisam para ficar em casa", enfatiza.

Alguns anos depois, expandiu ainda

mais sua atuação, acrescentando atividades de apoio médico a eventos. A Constat *Home Care* dava lugar a [Constat Gestão em Saúde](#). "Recentemente, começamos a fazer gerenciamento do serviço domiciliar para aqueles pacientes que já não precisam de toda a estrutura do *home care*. Eles recebem assistência pontual: curativos, medicação intravenosa, visitas médicas, fisioterapia etc."

PESCADORA DE TALENTOS

Com a expansão e diversificação dos negócios, há quatro anos, Ivana parou de atuar na assistência direta aos pacientes. Agora se dedica

UMA EMPRESA
CRESCE PORQUE TEM
COLABORADORES
COMPROMETIDOS
COM OS IDEIAIS DELA

DE 2009 PARA CÁ, A
CAPACIDADE MÉDIA
DE ATENDIMENTO
TRIPLOU

exclusivamente à parte gerencial, mas faz questão de acompanhar tudo bem de perto. A jornada de trabalho, não raro, passa das 12 horas diárias. "O meu trabalho hoje é captar mercado e pessoas talentosas. Todo gestor é um bom pescador. É preciso pescar pessoas diferentes de você para agregar, para ter alguém com quem argumentar", recomenda.

Ao perceber as dificuldades de contratar mão de obra com a qualificação necessária para o seu negócio, Ivana decidiu montar cursos de capacitação para atendimento domiciliar. "Fazemos treinamentos mensais com nossos colaboradores e com os das empresas para as quais prestamos serviço. Hoje já terceirizamos profissionais de fisioterapia e fonoaudiologia para hospitais", acrescenta.

LIÇÕES DA MULHER DE NEGÓCIOS ITALIANA

Ivana conta que tomou conhecimento do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios meio ao acaso e decidiu se inscrever por hobby. "Era domingo à noite, quando costumo sentar para ler as revistas semanais e vi um anúncio do Prêmio. Achei belíssima a intenção do Sebrae de premiar mulheres empreendedoras porque é difícil para a mulher gerenciar uma empresa junto com todas as outras responsabilidades familiares que ela carrega", conta.

As premiadas do ano de 2009 fizeram um tour pela Itália e, além dos locais históricos, visitaram empresas

gerenciadas por mulheres. Dessa experiência, Ivana trouxe importantes ensinamentos que fazem ainda hoje a diferença no seu cotidiano de empresária. "A relação delas com a equipe é mais humana, próxima, de colaboração bilateral, sem perder a dimensão do profissionalismo. Isso me fez refletir e trazer novas ideias para nosso trabalho", revela.

A empresária aponta a baixa rotatividade dos profissionais da sua empresa como um resultado direto deste novo modelo de gerenciamento. "Tentamos fazer uma gestão participativa, onde cada um traz sua experiência, sua sugestão. Uma empresa cresce porque tem colaboradores comprometidos com os ideais dela", defende, ressaltando que alguns profissionais de sua equipe estão com ela desde 2000.

CUIDAR E APRENDER

Em 14 anos de trabalho, Ivana Torres tornou-se uma referência na atenção ao idoso. Mas ela acredita que esta é uma jornada de mão dupla. Ao mesmo tempo em que leva cuidado e qualidade de vida a esses pacientes, em troca, recebe lições diárias de amor à vida e ao próximo. "Certa vez li que, na fase idosa, a pessoa perde utilidade e ganha importância. Quem conseguiu distribuir amor é muito bem cuidado. O que não teve essa preocupação de se fazer amado, enfrenta muitas dificuldades quando perde a utilidade. Esse é um aprendizado que eu vejo todos os dias." **C**



ENTRE AROMAS E SABORES, A VONTADE DE RECOMEÇAR

Após uma carreira de sucesso como executiva, Maria Helena Monteiro decidiu voltar para o interior e resgatar a tradição da família na cafeicultura

Do scarpin de salto alto para a bota de couro, dos escritórios climatizados para o calor das lavouras de café. Abandonar a vida de alta executiva e personificar a cafeicultora significou para a paulista Maria Helena Monteiro abrir mão de hábitos que faziam parte da sua rotina há mais de 20 anos. Contrariando todas as perspectivas, ela largou a agitação da capital paulista rumo ao silêncio de uma fazenda no interior do estado e encarou o desafio de se tornar empreendedora. Hoje

colhe com satisfação os frutos dos 400 mil pés do café que leva seu nome e já é vendido no Brasil e no exterior.

Quase uma década se passou e Maria Helena Monteiro ainda se emociona ao falar da cerimônia em que recebeu o Prêmio Sebrae Mulher Empreendedora 2005 (atualmente, Sebrae Mulher de Negócios), na categoria pequenos negócios. "Quando cheguei e vi uma orquestra feminina tocando para mim e um monte de pôsteres meus espalhados, caí no choro. Era a festa dos meus sonhos", vibra a empresária que gosta

de fazer surpresas para os familiares, mas ainda não havia conhecido o sabor de ser ela a homenageada.

Para além do reconhecimento profissional, a premiação significou uma realização pessoal. "Mexeu muito com a minha autoestima. Minha trajetória foi na direção contrária da de muitas mulheres. Eu saí do interior, fui para São Paulo, cheguei ao topo da minha carreira e depois voltei para recomeçar do zero, longe da minha família, tentando levar para frente um negócio que eu não conhecia", resume.

Graduada em Ciências Sociais, Maria Helena atuou por 24 anos como executiva de uma multinacional, onde construiu uma carreira sólida e bem-sucedida na área de recursos humanos. Quando se desligou da empresa em que trabalhava, em 1998, certamente não teria qualquer dificuldade para ser recolocada no mercado. No entanto, Helena resolveu partir para uma aventura bem mais ousada: resgatar a tradição cafeteria da família.

Ela e o marido haviam acabado de tomar posse da Fazenda Monte Alto, localizada no município de Dourado, a 278 km da capital paulista. Monte Alto não era uma fazenda qualquer. Boa parte da história da família Monteiro havia sido escrita nos mais de 240 hectares de terra a noroeste de São Paulo. Tudo começou com o avô paterno, José Monteiro Novo, que já nos anos 1920 produzia e exportava café para Europa. "Eu quis voltar para reconstruir a história da fazenda e resgatar as raízes da nossa família", explica a empresária, que nasceu, passou a infância e até celebrou seu casamento ali.

Era necessário que alguém acompanhasse de perto a administração da terra. Coube a Maria Helena, mesmo sem qualquer conhecimento de técnicas de plantio, colheita e armazenamento de café, assumir a árdua missão: "Tive que enfrentar muitos obstáculos e aprender tudo do zero. Quase morri naufragada!" Além da falta de experiência, Helena



Arquivo pessoal

GANHAR O PRÊMIO DE MULHER EMPREENDEDORA DO SEBRAE DEU MAIS CREDIBILIDADE AO MEU NEGÓCIO E EU ME TORNEI UM CASE DE SUCESSO

precisou encarar o machismo da área rural. "Eles me viam loirinha, magrinha, de batom e não acreditavam no meu potencial. Mulheres não eram muito aceitas neste meio", relembra.

A inexperiência da proprietária, aliada à falta de mão de obra qualificada, provocou muitas perdas pelo plantio errado do café. Mas Helena não se dava por vencida. Seguindo à risca a máxima "o que não me destrói



O MANUSEIO DO SOLO É FEITO DE MANEIRA LIMITADA, BUSCANDO EQUILÍBRIO ENTRE AS LAVOURAS, A VEGETAÇÃO SILVESTRE E OS ANIMAIS QUE POVOAM A ÁREA

me fortalece”, ela resolveu estudar o cultivo do café e visitou cafezais em Minas Gerais para ver como tudo funcionava. Dispensou o administrador e passou a acompanhar ainda mais de perto cada etapa da produção: da seleção ao armazenamento.

Três anos se passaram e, finalmente, um caminhão carregado de sacas de café cruzou a porteira da [Fazenda Monte Alto](#). Com a venda, foi possível recuperar o investimento e ainda ficar com uma reserva. A emoção foi tão grande que até hoje Helena guarda uma cópia do primeiro cheque que recebeu.

Com bastante esforço e dedicação da incansável Maria Helena, a produção expandiu e o café da Fazenda Monte Alto voltou a ser exportado. Entre os países que já receberam o produto estão Argentina, Estados Unidos e Finlândia. Para agregar mais valor à sua produção, Helena resolveu industrializar o café e não apenas vendê-lo em grãos, como uma *commodity*. Aí surgiu o Café Helena, que é torrado, moído e embalado na própria fazenda. A ideia do nome foi uma declaração de amor do marido, Ricardo Bastos, que ficou encantado com o aroma e o sabor da bebida, ao provar as primeiras xícaras de café cultivado na propriedade.

“O TOQUE FEMININO NA TRADIÇÃO”

A frase estampada nas embalagens do Café Helena já demonstra que a mulher é marca registrada da empresa. Em toda a cadeia produtiva é possível sentir esse

toque feminino nos pequenos detalhes, a exemplo das roseiras plantadas em cada um dos talhões da lavoura. Do comando à equipe de colaboradores, as mulheres fazem presença. As filhas de Maria Helena também atuam no negócio. Elas são responsáveis pela distribuição do café torrado pelo estado de São Paulo.

A preservação do meio ambiente é outra preocupação constante. O manuseio do solo é feito de maneira limitada, buscando equilíbrio entre as lavouras, a vegetação silvestre e os animais que povoam a área. A Fazenda Monte Alto também se dedica à ovinocultura. Os carneiros são criados soltos nos cafezais. Eles pastam o mato, mantendo limpos os corredores de café, e adubam a plantação.

Todo esse cuidado garantiu ao Café Helena o UTZ Certified, certificado de qualidade da Associação Portuguesa de Certificação (Apcer) – atestado de que o café da Monte Alto é produzido e distribuído de forma sustentável e que os funcionários da propriedade recebem treinamento constante e atuam em um ambiente seguro.

RECONHECIMENTO E NOVOS PROJETOS

Quando decidiu se inscrever no prêmio do Sebrae, Maria Helena não imaginava que escrever sua história de vida mexeria tanto com suas emoções. “Eu escrevia e chorava. Isso foi bom porque eu pus para fora todos os apertos, os apuros e preocupações que havia passado. Acho que fiz uma terapia naquele





Arquivo pessoal



dia", confessa. O relato escrito em papéis cor de rosa rendeu a ela as premiações estadual, regional e nacional.

A premiação elevou a autoestima da cafeicultora e de toda sua equipe. "Ninguém acreditava em mim quando eu iniciei este projeto. Eles me chamavam de louca, diziam que eu torrava dinheiro. Ganhar o prêmio de mulher empreendedora do Sebrae deu mais credibilidade ao meu negócio e eu me tornei um *case de sucesso*", afirma Helena que, em 2006, também foi eleita pela Revista Forbes como uma das 20 mulheres mais influentes do Brasil.

A repercussão da história do Café Helena na imprensa despertou em empresários e turistas brasileiros e estrangeiros o interesse de conhecer o circuito do café na Fazenda Monte Alto. "Recebemos muitos empresários,

crianças e idosos para visitação. Já estiveram aqui comitivas do Japão e da Coreia. Eles conhecem os cafezais, o sistema de produção e ainda tomam uma xícara do nosso café."

E vem novidade por aí. A expectativa é lançar este ano uma nova versão do Café Helena, em cápsulas para uso em cafeteiras elétricas. "Estamos somente esperando chegar o maquinário para começar a envazar o café. Pretendemos vender para hotéis e já temos clientes interessados", adianta.

A trajetória de Maria Helena como empreendedora rural está prestes a completar 16 anos. Muitas dificuldades; maiores ainda as conquistas. E no que depender da coragem e persistência desta empresária, a história de sucesso do Café Helena ainda vai ganhar vários outros capítulos. ■



A MENINA QUE QUERIA SER EMPRESÁRIA

Solange Castro superou a desconfiança do pai, abriu o próprio negócio e se tornou referência na fabricação de embalagens de papel

Ainda pequena, Solange Castro percebeu que conquistar seu espaço seria resultado de muitas lutas. A primeira ela travou dentro de casa com o pai, que não aceitava o nascimento de uma segunda menina. "Cresci ouvindo que homem era mais útil. Fui muito discriminada, ele exigia muito de mim", recorda.

O que poderia ter sido uma barreira emocional, ela transformou em estímulo. A menina manauara decidiu que iria vencer na vida para mostrar ao pai o seu valor. E venceu. Há 17 anos, abriu a empresa Sacol'Art e em 2006 foi eleita pelo Sebrae a mulher empreendedora do ano, na categoria pequenos negócios. O reconhecimento nacional abriu novas portas e Solange Castro conse-

guiu se firmar no mercado das embalagens de papel, até então dominado por empresas do eixo Rio-São Paulo.

Os primeiros passos da Solange Castro empreendedora foram dados ainda na infância. "Eu era batalhadora. A mamãe fazia calcinhas e eu vendia para ajudar nas despesas de casa. Sempre gostei de inventar e criar coisas. Eu queria ser empreendedora, trabalhar por conta própria", diz. Solange chegou a cursar magistério, mas não deu continuidade. Também atuou como revendedora de joias e roupas. No entanto, o que queria mesmo era ser empresária.

Em 1996, passando por dificuldades financeiras, resolveu vender marmitas para os funcionários da empresa de uma vizinha. Como fornecia somente

no horário de almoço, no turno da tarde matriculou-se nos cursos do Clube de Mães. De uma das professoras é que partiu a ideia que mudaria para sempre a vida de Solange Castro: "Ela disse que eu estava perdendo tempo fazendo curso de decoração de festas porque eu já sabia decorar. E me sugeriu fazer um curso de embalagens e abrir o meu próprio negócio", conta. Solange seguiu à risca o conselho da professora: fez o curso, comprou os materiais e foi estudar o mercado de Manaus para abrir sua empresa em sociedade com o marido. Assim nasceu a Sacol'Art.

O começo não foi fácil. Como não tinha estrutura própria – trabalhava em casa – e não entendia de design e arte gráfica, Solange terceirizava boa parte

dos serviços. "Os clientes eram muito exigentes e eu ainda estava conhecendo e aprendendo sobre este mercado", lembra. A exigência da clientela fez com que ela buscasse cursos para se especializar na área gráfica e visual. Em uma das pesquisas de mercado, descobriu que os empresários da cidade compravam embalagens de fabricantes do Rio de Janeiro e de São Paulo, em grandes quantidades.

Como pequena empresária estreante no setor, Solange sabia que não dava para competir diretamente com as grandes empresas. Ela teria de encontrar um caminho alternativo. "Percebi que os empresários compravam 10 mil unidades de cada modelo e as embalagens estragavam nos armazéns. Decidi, então, oferecer quantidades menores, de 500 a mil unidades". Assim a Sacol'Art começou a conquistar clientes e, até hoje, alguns daquele tempo permanecem com ela.

Todo o serviço oferecido pela Sacol'Art é personalizado. As embalagens são produzidas de acordo com o perfil do cliente. Além de sacolas, a empresa produz caixas para presentes, caixas para doces e salgados, cartões de visitas. "Toda parte de papelaria de apoio ao lojista", resume Solange.

UM SALTO NA PRODUÇÃO

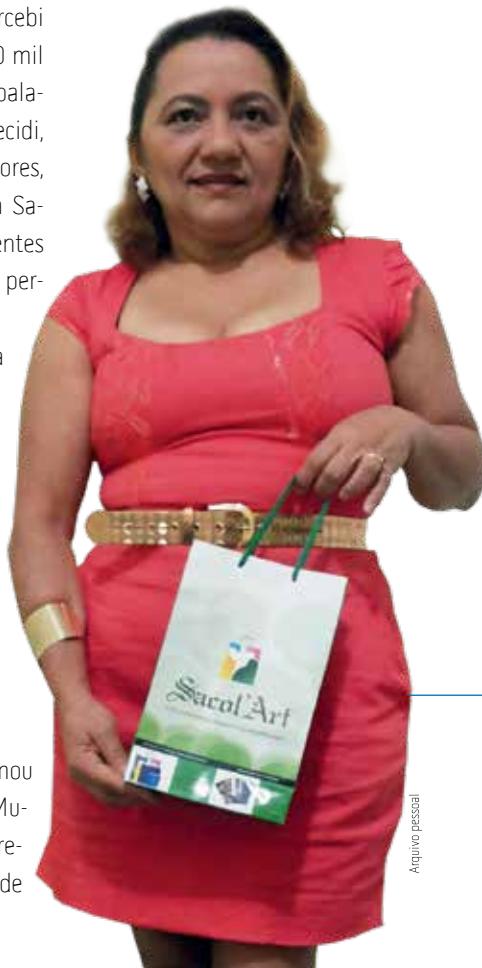
Em 2006, Solange Castro tomou conhecimento do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios e decidiu se inscrever. Após a premiação, a história de

coragem e determinação da empresária amazonense tornou-se conhecida de norte a sul do país. "Viajei o Brasil dando entrevistas e palestras, participei de documentários. Isso ajudou muito no *marketing* da minha empresa." Como parte do prêmio, Solange também viajou para a Itália, onde visitou empresas de *design* de carros.

A empresa familiar que começou com quatro pessoas (Solange, o marido e os filhos) hoje tem 25 funcionários e outros tantos colaboradores autônomos que trabalham de casa na mon-

tagem das embalagens. A Sacol'Art tornou-se uma referência no setor e vende suas criações para comerciantes de Parintins (AM), Boa Vista (RR) e Belém (PA). "Já fizemos sacolas até para lojas do Rio de Janeiro e de São Paulo", ressalta a empresária amazonense.

Com a expansão dos negócios e o aumento do faturamento da empresa, Solange pôde investir em um novo maquinário importado. A produção saltou de mil embalagens por mês para 10 mil por dia. O crescimento é bastante expressivo, mas, aos 53 anos, a empresária quer mais, muito mais. Agora, ela está em busca de financiamento para expandir as instalações da fábrica. "A minha única limitação hoje é espaço. Precisamos de mais espaço para gerar mais emprego e melhorar as condições de trabalho dos nossos funcionários", conclui. **C**



Arquivo pessoal

CRESCI OUVINDO
QUE HOMEM ERA
MAIS ÚTIL. FUI MUITO
DISCRIMINADA

JÁ FIZEMOS SACOLAS
ATÉ PARA LOJAS DO
RIO DE JANEIRO E DE
SÃO PAULO



Em 2006, a ainda não formalizada Associação dos Produtores de Doces de Pelotas dava seus primeiros passos. Quem já não ouviu falar da Indicação Geográfica do Champagne, que impede outros espumantes de serem chamados como tal? Pois bem, em março de 2006 reunimos diversas empresas produtoras de doces para organizar um processo semelhante em Pelotas. O objetivo desse trabalho conjunto era a valorização da doceira e também poder garantir ao consumidor que aquele produto era autêntico!

Havia muita rivalidade no setor. Um grupo inicial composto por 60 doceiras transformou-se em um grupo de apenas 10. Este pequeno grupo virou um gigante. Era incrível ver a mudança de comportamento que este trabalho conjunto havia provocado!

O Sebrae foi incansável durante todos esses anos, auxiliando no desenvolvimento dos associados, desde suas atitudes comportamentais até as mais técnicas.

Em 2011, a Associação dos Produtores de Doces de Pelotas recebeu do INPI a chancela de Indicação de Procedência do Doce de Pelotas... Agora, a associação passa a ser guardiã do Doce de Pelotas. Grande responsabilidade.

- Maria Helena Lubke Jeske, da Associação dos Produtores de Doces de Pelotas/RS, vencedora na categoria Negócios Coletivos, em 2011



CORAGEM PARA TRANSFORMAR SONHO EM REALIDADE

Proprietária da Volare Lavatórios Portáteis, Gislaine Marcandali revigorou sua empresa após vencer o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios 2012

Todos os sonhos podem se tornar realidade se houver coragem de querer realizá-los". A máxima do cineasta norte-americano Walt Disney se encaixa perfeitamente na história da empresária paulista Gislaine Marcandali. Há sete anos, a então cabeleireira decidiu inovar e, com o apoio do Sebrae, criou um lavatório portátil para dar mais conforto à clientela atendida em domicílio. "Muitos colegas tinham este sonho de levar o lavatório até as casas das clientes, mas eu dei um passo a

mais em busca da solução", orgulha-se. A ferramenta, idealizada inicialmente para uso próprio, tornou-se um produto patenteado e transformou a cabeleireira paulista em microempreendedora.

Por um tempo, Gislaine até tentou conciliar as duas agendas profissionais, mas a rotina começou a apertar e ela decidiu abandonar os cortes e penteados para se dedicar exclusivamente à fabricação e venda da sua invenção. "A vida de empresária me proporciona uma renda maior, apesar de ser muito mais trabalhosa porque

não é fácil lidar com fornecedores, peças, demandas de vendas", confessa.

Os obstáculos para introduzir um novo produto no mercado não são poucos e a proprietária da empresa Volare Lavatórios Portáteis, localizada no bairro Vila Sabrina, em São Paulo, admite já ter pensado em desistir. Nesses momentos de angústia, sempre acontecia algo que dava a ela um ânimo novo. O Prêmio Sebrae Mulheres de Negócios 2012 foi uma das surpresas que ajudaram a reinvigorir as forças da empresária Gislaine na caminhada do empreendedorismo.



Marina Rebouças

Ela tomou conhecimento da premiação navegando no portal do Sebrae, como de costume, em busca de novos cursos, seminários e palestras. Gislaine conta que sempre acreditou no potencial de sua história, mas a família ainda observava de longe com certa descrença. Tudo isso mudou após a conquista do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios e hoje dois dos três filhos trabalham com ela. "Até então eles não enxergavam como um negócio que pudesse fazer sucesso. Quando veio o reconhecimento

pelo prêmio, começaram a me olhar de forma diferente", comemora.

Com a ampla divulgação das vencedoras nos meios de comunicação, o negócio da empresária paulista ganhou mais visibilidade. "Os pedidos de orçamento triplicaram após a premiação e as várias entrevistas que dei. Percebi que estou no caminho certo", afirma a ganhadora da categoria Microempreendedora Individual. Em companhia das outras duas vencedoras naquele ano – Agda Rodrigues (Pequenos Negócios) e

Nadir Daroit (Negócios Coletivos) – Gislaine Marcandali viajou para a Alemanha, em setembro de 2013, em missão internacional organizada pelo Sebrae. Segundo ela, a experiência de conhecer três grandes empresas gerenciadas por mulheres foi muito rica e estimulante.

A oportunidade de participar do Empretec também fez toda a diferença para os negócios da ex-cabeleireira. Baseado em uma metodologia da Organização das Nações Unidas, o curso intensivo de seis dias tem como foco desenvolver

TUDO O QUE VI
NO EMPRETEC
APLICO NA
EMPRESA E ISSO
TEM ME TRAZIDO
RESULTADOS
MUITO POSITIVOS

nos participantes as características do comportamento empreendedor e ajudar na identificação de novas frentes de atuação. "Hoje tenho outra postura no trabalho, principalmente em relação a planejamento, metas, foco. Tudo o que vi nos dias de curso eu já aplico na minha empresa e isso tem me trazido resultados muito positivos", reconhece.

A CADA CONQUISTA, UM NOVO DESAFIO

Por conhecer de perto a rotina de um cabeleireiro domiciliar, Gislaine está sempre em busca de inovações para aprimorar seu produto. Assim, a fibra de vidro, matéria-prima do primeiro modelo, deu lugar ao inox escovado, mais leve e duradouro. "Até 2009, eu tinha muito prejuízo porque o produto estava em fase de testes. As vendas eram boas, mas tínhamos gastos excessivos com a manutenção porque a fibra de vidro dava muito problema". O lavatório portátil em inox tem capacidade para armazenar 42 litros de água e pesa em torno de 20 kg. O preço varia de R\$ 2.350 a R\$ 2.950.

Gislaine sabe que a prosperidade do seu negócio está ligada diretamente à sua dedicação. Este ano, quer lançar uma nova geração de

lavatórios portáteis feitos com plástico. Isso vai permitir reduzir o custo do produto e fabricá-lo em escala industrial. "O lavatório em inox é produzido quase que manualmente, um a um. Com o de plástico, o trabalho é mecanizado. Em vez de produzirmos um ou dois por dia, vamos fabricar 100 por semana", antecipa. A expectativa é lançar o produto no mês de abril. Ela conta que já há grandes investidores do mercado da beleza interessados e acredita que, com o aumento da produção, será possível mudar de categoria, passando de microempreendedora individual para microempresa.

Aos poucos a invenção de Gislaine vem ultrapassando as fronteiras brasileiras. Cabeleireiros em visita ao país já levaram lavatórios para os Estados Unidos, Espanha, México e Portugal. Um cliente norte-americano, inclusive, demonstrou interesse em comercializar o produto lá. A empresária brasileira não perde tempo: já começou a estudar a legislação sobre patentes internacionais para introduzir o produto no mercado dos Estados Unidos.

Os sonhos da empresária de 55 anos, mãe de três filhos e avó, não param por aí. Ela pensa em escrever sua história para estimular outras mulheres empreendedoras que estão começando: "Muitas não se enxergam como empresárias desportando. Quero contar minha história para despertar nelas uma autoestima melhor, para saberem que, mesmo com todas as dificuldades, são capazes de fazer mais e ir além". **C**



Divulgação



E O MUNDO SE ABRIU...

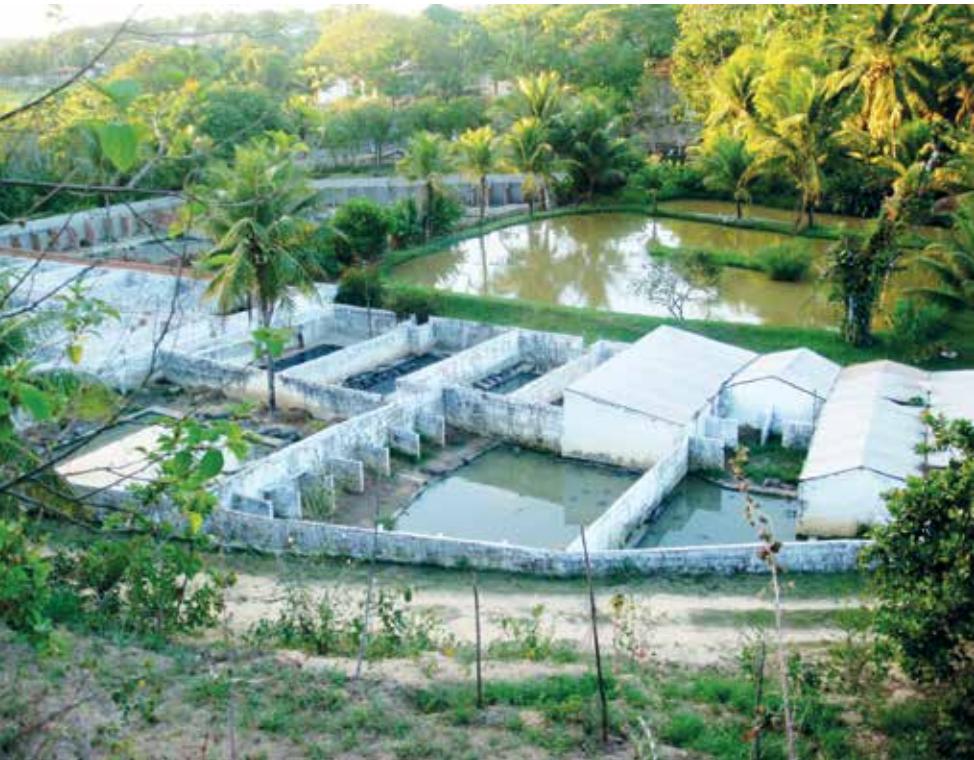
Empreendedoras premiadas viram o negócio se expandir e ganharam força para superar desafios

ESSA VITÓRIA
FOI UM DIVISOR
DE ÁGUAS. DEI
PALESTRAS PELO
BRASIL INTEIRO
E APRENDI COM
ESSES ENCONTROS.

*Cristina Ruffo,
criadora de jacarés do papo-amarelo*

Existem dois momentos cruciais que transformaram a vida da empresária Cristina Ruffo. O primeiro foi um inusitado trio de jacarés do papo-amarelo que se embaraçou numa rede de pescaria, num sítio de Maceió. O outro, a coroação no Prêmio Sebrae Mulher de Negócios de 2011 (Pequenos Negócios). Sem a junção desses fatos, ela não consegue sequer imaginar o que estaria fazendo da vida. Em plena expansão, está à frente de transações internacionais, com exportações e investimentos. "Essa vitória foi um divisor de águas. Dei palestras pelo Brasil inteiro e aprendi com esses encontros", destaca.

Em janeiro, Cristina recebeu um grupo de italianos interessados no empreendimento. Prepara-se ainda para a criação de um complexo que vai ocupar 67,5 hectares no estado de Pernambuco, com 45 criatórios individuais para investidores externos, curtume, abatedouro, escola-oficina para confecção de produtos em couro, alojamento, refeitório, creche para funcionários, restaurante especializado em carnes exóticas e um resort-spa urbano, que promete incentivar o turismo local. "O Prêmio Sebrae Mulher de Negócios deu ao Complexo Mr. Cayman credibilidade e visibilidade", destaca a empresária, que costuma dizer: "Hoje,



Arquivo pessoal

Além dos criatórios existentes, a ideia é construir um complexo terá de criatórios individuais a restaurante.

vou do ovo de jacaré ao diversificado produto final, com os produtos saindo do Nordeste para o mundo".

O aprendizado e a ascensão dos negócios são compartilhados por Maria Cristina Marques de Almeida, de Blumenau. Ela ganhou na categoria Negócios Coletivos, em 2006, com um projeto que incentiva a troca, em escolas públicas, de lixo reciclável por um livro paradidático. "Além da visibilidade e credibilidade para o projeto, essa premiação me proporcionou uma jornada de conhecimento: na

viagem que fiz para Itália; na troca de experiências com pessoas maduras; no acesso a outras histórias de mulheres vitoriosas. Aperfeiçoei o meu projeto, que hoje se chama Livro Livre. Agora, estamos em quatro cidades e já distribuímos meio milhão de livros", comemora.

Histórias como essas inspiraram o projeto Casos de Sucesso, desenvolvido pela linha de gestão de conhecimento do Sebrae, com registro de experiências de empreendedores brasileiros. Renata Duarte coordenou a escrita das narra-

tivas e ficou impressionada com os relatos de algumas mulheres premiadas ao longo desses dez anos. "Em comum, elas mudaram a qualidade de vida, portanto, têm condições de passar uma mensagem positiva para outras mulheres. Ao ler essas narrativas, é possível se transformar", acredita.

MULHER-CIDADÃ

Ao trazer esses casos de sucesso para a vitrine, o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios abre portas generosas. Andréa Faria, que foi coordenadora da premiação por dois anos, é testemunha dessa força que lança os empreendimentos coroados para outro patamar de divulgação. "Promovemos e distribuímos esses bons exemplos de superação de desafio", aponta.

Presente na fase de constituição do Prêmio, Etel Thomas, hoje ouvidora do Sebrae, defende que um dos principais legados dessa premiação é a abordagem cidadã. "É um instrumento de estímulo para as mulheres que precisam empreender, independentemente da classe social. São reconhecidos exemplos que constituem não só a questão econômica, mas a força da cidadania de cada uma."

E como o Prêmio fez um bem enorme à mulher-cidadã Carmita Duarte Medeiros, vencedora de 2009 por Negócios Coletivos, que viu a luta de 35 companheiras da Associação de Mães Artesãs do Vale do Jari, no Amapá, ser valorizada nacionalmente. Quando se



Andrea, Etel, Ivana e Romilda aprenderam com as mulheres empreendedoras

Rodrigo de Oliveira/Agência Sebrae

inscreveu, ela pegava quatro conduções diárias (entre catraias e ônibus) para chegar à sede do projeto. Lá, fabricava, a partir de sementes típicas da região, como o açaí, colares, pulseiras e brincos, chamados de biojoias, graças à delicadeza de cada peça. "Ter o reconhecimento do trabalho vale mais do que R\$ 10 milhões no bolso", declarou durante a cerimônia em Brasília.

Coordenadora estadual do Rio Grande do Sul, Roseli Martins da Rosa é entusiasta da capacidade dessas mulheres em transmutar sonhos em

realidade. "O Prêmio Sebrae Mulher de Negócios as potencializa, estimulando ao desafio de empreender."

Um estímulo que afetou Romilda Torres, coordenadora do Prêmio em sua fase inicial. Ao ficar diante de mulheres com desafios inimagináveis, ela relativizou o cotidiano. Lembra-se, por exemplo, da batalha de Solange Vale Castro, de Manaus, uma das vencedoras de 2006, para conseguir matéria-prima e produzir embalagens delicadas pela Sacolart. "São histórias que renovam a todos. De alguma maneira, inspiraram

em mim o meu lado empreendedora. Agora, acabo de abrir uma lotérica", revela a analista do Sebrae.

Uma década depois de se emocionar com histórias de 81 mulheres que corriam à edição inaugural do Prêmio, a analista do Sebrae Ivana Lima tem a convicção de que a força dessas mulheres naturalmente as conduziu para um patamar de crescimento. "Eram narrativas de mulheres guerreiras, que não vieram aqui a passeio. Para mim, que participei desse júri, a lição que elas passam é de que nada é impossível", observa. **C**



Minha trajetória como mulher empreendedora teve início no ano de 1999, quando a empresa onde trabalhava desde 1991 como auxiliar de escritório - Rudick Oleodinâmica Ltda - entrou em falência e resolvemos, um grupo de trabalhadores, organizar uma cooperativa para assumir a fábrica.

Desde a fundação da Coosidra - Cooperativa de Produção de Sistemas Hidráulicos, venho assumindo, há quatro gestões, a função de diretora-presidente. Estamos implementando melhorias de gestão nas áreas de qualidade, controle de produção, estoque, vendas, compras, financeira e ISO 9000.

Na função de presidente de uma cooperativa no campo de produção metalúrgica, tenho participado de diversas reuniões onde a minha presença é a única feminina. Por diversos momentos esta situação me causou constrangimento, o que hoje não ocorre mais, pois aprendi a me orgulhar da minha trajetória de conquistas como mulher.

Eu escolhi para a minha vida fazer parte de um sonho coletivo, com base na cooperação. Acreditado na força da mensagem que diz que o sonho sonhado junto se torna realidade. E assim vem sendo possível me fazer a cada dia a mulher que sou.

- Nadir Pereira da Silva Daroit, da Cooperativa de Produção de Sistemas Hidráulicos (Coosidra), em Cachoeirinhas/RS, ganhou o Prêmio em 2012 disputando na categoria Negócios Coletivos.

Para os especialistas
em sonhar,
somos especialistas
em tornar realidade.

0800 570 0800 | sebrae.com.br

Quem tem seu próprio negócio é um especialista.
Mas para começar ou melhorar a sua empresa, até um especialista
precisa de especialistas em pequenos negócios.
Vai empreender? Vai ampliar? Vai inovar? Conte com o Sebrae.



> Baixe o aplicativo do
Sebrae na App Store
ou na Play Store.

Como vai? Somos o Sebrae.
Especialistas em pequenos negócios.

Educação Empreendedora

Consultoria

Gestão

Inovação

Resultados

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas