Quando sua história inspira, todas as mulheres ganham

PRÊMIO SEBRAE
MULHER
de negócios

Vencedoras nacionais da edição 2024

Índice

Apresentação **05**

Como funciona **06**

Sobre as categorias **07**

Mensagem da diretora **08**

Linha do tempo PSMN **10**

Grandes números PSMN **12**

Entrevistas com as vencedoras **27**

Apresentação

INSPIRAÇÃO LIDERANÇA e REPRESENTATIVIDADE:

Prêmio acompanha duas décadas de Empreendedorismo Feminino

Em 2024, o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios (PSMN) comemorou 20 anos de valorização do empreendedorismo feminino. São duas décadas celebrando grandes histórias de produtoras rurais, microempreendedoras individuais, donas de micro e pequenas empresas que, com suas trajetórias, inspiram tantas outras mulheres Brasil afora. Promovido pelo Sebrae desde 2004, o PSMN é consagrado como uma das maiores iniciativas do país em reconhecimento aos negócios liderados por mulheres. São empreendimentos com inovação, visão de futuro, estratégia e gestão empresarial.

Para acompanhar o desenvolvimento do empreendedorismo ao longo dos anos, a premiação também evoluiu. Em 2024, além das tradicionais categorias de Pequenos Negócios, Microempreendedora Individual (MEI) e Produtora Rural, o PSMN incluiu as Proprietárias de Empresas de Base Tecnológica e as que coordenam Negócios Internacionais. Foram mais de três mil experiências inscritas em todo o país e as 15 vencedoras foram reveladas em cerimônia em Florianópolis (SC), durante o Delas Summit, evento nacional para fomentar o empreendedorismo feminino.

Como funciona

O PSMN é composto por três etapas: estadual, regional e nacional. Na primeira delas, são escolhidas até cinco candidatas por Unidade Federativa (UF), sendo uma de cada categoria. Todas as vencedoras seguem para a fase regional, de caráter eliminatório, quando as mais bem-avaliadas em cada categoria são escolhidas por região (Norte, Sul, Nordeste, Centro-Oeste e Sudeste).

Até 2024, cada região teve apenas uma candidatura por categoria indicada para disputar a fase nacional, somando até **25 candidatas para a grande final**. As campeãs foram anunciadas em cerimônia promovida pelo Sebrae Nacional e receberam troféu de reconhecimento, participação em missão nacional em 2025 e instrumento de trabalho (tablet ou **celular**).

Sobre as categorias

Pequenos Negócios
Proprietárias de micro e pequenas empresas com faturamento anual entre **R$ 82 mil e R$ 4,8 milhões.**

Produtora Rural
Mulheres que exploram atividades **agrícolas, pecuárias ou pesqueiras.**

Microempreendedora Individual (MEI)
Mulheres que tenham negócio formalizado com faturamento máximo anual de **R$ 81 mil.**

Ciência e Tecnologia
Mulheres que desenvolvam **novos produtos**, utilizando conhecimentos científicos e **técnicas avançadas** ou **pioneiras.**

Negócios Internacionais
Proprietárias de empresas que **atuam em mercados internacionais.**

PSMN: o farol do empreendedorismo feminino há 20 anos

O Sebrae está em festa pelos 20 anos do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios. São duas décadas jogando luz sobre histórias de mulheres que se destacaram em suas atividades, seja pelo impacto social, pela inovação ou pelo alcance no mercado. Onde existe a presença feminina há criatividade, inovação, diversidade e inclusão. **Reconhecer esses exemplos inspiradores incentiva que mais meninas e mulheres persistam, desconstruam estereótipos, superem adversidades e alcancem o seu potencial como empreendedoras.**

Acreditamos no papel do Sebrae de combater crenças que limitam o empreendedorismo feminino e que impõem desafios adicionais à rotina das mulheres. Por um lado, a cultura - muitas vezes machista e discriminatória - acaba podando o sonho de mulheres que desejam estar à frente de um negócio, em atividades não consideradas "tradicionalmente femininas". Na outra ponta, a dedicação à economia doméstica subtrai um tempo valioso da empreendedora, que poderia ser investido na empresa.

Segundo pesquisa do Sebrae, as mulheres gastam 17% menos horas no próprio negócio do que os homens, porque dedicam 10,5 horas por semana a mais do que eles nos cuidados com a casa, os filhos e os idosos. Dados da instituição indicam ainda que o ambiente de negócio é normalmente mais hostil para as mulheres: 42% das empresárias já presenciaram situações de preconceito contra outra mulher à frente de uma empresa e 25% já sofreram na própria pele atitudes discriminatórias.

Apesar de enfrentarem preconceitos históricos e ainda arraigados na sociedade, as donas de negócio estão ocupando cada vez mais espaço e reduzindo a diferença para os homens no mundo dos negócios. Levantamento feito com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) mostra que, entre 2019 e 2023, o rendimento das mulheres à frente de empresas cresceu 5,7% contra 4,5% dos homens, reduzindo a desigualdade de rendimento entre esses dois públicos de 32% para 30%.

Do café de açaí da Amazônia que ganha mercado nos Estados Unidos, Alemanha e Austrália à food bike de churrasquinho que virou febre entre celebridades de Salvador. Da transição do mundo acadêmico para o de startups, da alimentação natural de pets ao "Airbnb da beleza". Da gestante desligada de multinacional que criou varejo de mesa posta presente em 100 países ao sabão artesanal que ajuda a preservar a floresta. As vencedoras e as finalistas desta edição do Prêmio nos deixam grandes lições de empreendedorismo.

Entendemos que o empoderamento e a liberdade financeira garantem outras liberdades a essas e a todas as mulheres. E o empreendedorismo é uma das formas mais rápidas para que elas consigam ser donas do seu próprio dinheiro e destino. O Sebrae e todo o time Delas vão se esforçar para que, nas próximas décadas, o PSMN continue sendo um farol e inspire futuras e atuais empreendedoras de todas as idades, segmentos e regiões do país!

Margarete Coelho
Diretora de Administração e Finanças do Sebrae Nacional

Linha do tempo PSMN

01

1ª edição do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios.

2004

02

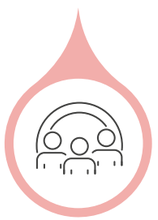
Mais de 80 mil mulheres compartilharam suas histórias de sucesso.

2004 a 2017

03

Última edição do PSMN antes da pandemia de Covid-19.

2017



04

Retorno do PSMN. A cerimônia de reconhecimento das vencedoras da 16ª edição foi incluída na Semana Global do Empreendedorismo (SGE) e fez parte também da comemoração dos 50 anos do Sebrae.

2022

05

Mais de 4 mil mulheres se inscreveram no PSMN, número 37% maior que na edição anterior, que marcou a volta da premiação.

2023

06

Adição de duas categorias: Ciência e Tecnologia (empresas de base tecnológica) e Negócios Internacionais + Comemoração de 20 anos do PSMN

2024

Grandes números

Empreendedorismo Feminino

10,4 milhões de mulheres empreendedoras no país (4° trim/2024)

33% de crescimento das donas de negócios nos últimos 10 anos

33,89% dos empregadores (4° trim/2023)

52% das mulheres empreendedoras são Chefes de Domicílios

26,7% Diferença da remuneração entre homens e mulheres recuou.

R$109bi Total de crédito concedido às MPE. 29% (mulheres) e 71% (homens).

76% Empreendedoras se sentem mais sobrecarregadas, em relação à dupla jornada de trabalho do que os homens (55%)

Empreendedoras gastam o dobro do tempo com questões domésticas:

3,1h Cuidado com familiares: mulheres 3,1h | homens 1,6h

2,9h Afazeres domésticos: mulheres 2,9h | homens 1,5 h

Vencedoras Nacionais da edição 2024

PRÊMIO SEBRAE MULHER de negócios

Alexandra Romana
Rio de Janeiro

Valdeniza Pereira Bezerra
Roraima

Verônica Dourado Ribeiro Dias
Bahia

Microempreendedora Individual

Fabiana Castelari Leme
Paraná

Nilcineia Rubim da Luz
Rondônia

Cleicy Alves de Brito
São Paulo

Produtora Rural

Noanny Guimarães Maia
Pará

Elissandra Flavia Santos
Minas Gerais

Rafaela Cristina Mendes Gomes da Silva
Pernambuco

Pequenos Negócios

Luana Wandecy
Rio Grande do Norte

Maria Paula Beltran
São Paulo

Ana Beatriz Aire Portela de Sousa
Distrito Federal

Ciência e Tecnologia

Valdeci Gonçalves da Silva
AP

Karen Patrícia Reis Figueiredo
São Paulo

Luzilene Soares da Silva
Piauí

Negócios Internacionais

Entrevistas com as Vencedoras

PRÊMIO SEBRAE
MULHER
de negócios

Alexandra Romana

Cadeira.com
Rio de Janeiro (RJ)

> Conquistar o primeiro lugar no PSMN é muito importante para o negócio, vai trazer visibilidade e luz para o Cadeira.com. É exatamente o que eu quero agora: conquistar mais espaços parceiros para trabalhar conosco.

SOMOS O AIRBNB DA BELEZA

PLATAFORMA CONECTA SALÕES DE BELEZA COM PROFISSIONAIS AUTÔNOMOS

Cabeleireira há mais de 20 anos, a microempreendedora individual (MEI) carioca Alexandra Romana percebeu uma tendência difícil de encarar no mercado de beleza. Muitos dos colegas abriam salões de beleza, mas não conseguiam contratar profissionais ou ficavam com inúmeros horários vagos na agenda, até o negócio fechar as portas.

Ao identificar essa necessidade, Alexandra inovou ao decidir sublocar espaços em salões para profissionais que não têm local próprio para atendimento. Sai o salão de beleza tradicional, entra o salão híbrido, onde trabalhadores comissionados dividem espaço com autônomos. A plataforma exemplo de economia circular foi batizada de Cadeira.com e hoje caminha para se tornar um aplicativo.

Cadeira.com

Plataforma conecta profissionais de beleza autônomos que precisam de locais para trabalhar com empresários interessados em sublocar espaços desocupados nos seus salões de beleza.

1 Apesar de trabalhar como autônoma há bastante tempo, como foi deixar de atuar somente na ponta, como cabeleireira, para virar gestora de uma plataforma?

AR: Tenho 53 anos e sempre foi um desafio empreender, pois sou mãe solo e priorizei a educação da minha filha. Em 2018, quando ela estava se formando na universidade e senti que era hora de olhar para a empresa. Para tirar minha ideia do papel, fiz o Empretec e comecei a participar de programas de aceleração até conseguir chegar ao Startup Weekend, promovido pelo Sebrae. Com a orientação de mentores, entendi que minha ideia de negócio era viável e atendia uma necessidade de mercado.

2 Hoje você enxerga seu negócio como consolidado?

AR: Como uma *startup*, precisamos "errar barato". Somos um site por meio do qual salões de beleza que têm espaços ociosos – uma cadeira, uma mesa *nails*, uma sala de depilação – se conectam aos profissionais que têm clientes naquela área. Já conseguimos validar o negócio no mercado e nosso projeto para 2025 é transformar a plataforma em um aplicativo. Participei do Sebraetec para estruturar a comunicação visual e vou recorrer novamente ao programa para desenvolver o *app*.

3 Quais são as suas perspectivas para os próximos 10 anos?

AR: Prevejo o Cadeira.com escalando para outros estados, impulsionando o setor de beleza a ter um olhar diferenciado para o mercado, pois não existe só um modelo de negócio, podemos ter a economia compartilhada. Eu mesma sou um exemplo: trabalho por demanda e subloco esses espaços, sou uma usuária do site.

Valdeniza Pereira Bezerra

Daval Alimentos Amazônicos

Boa Vista (RR)

Este segundo lugar, que tem uma sensação de primeiro, de vencedora, me diz que eu posso ir muito além do que imagino, que não há limites.

“QUENTE” E COM SABOR DA AMAZÔNIA: ELA CRIOU RECEITA DO ZERO E HOJE FAZ SUCESSO COM MOLHOS DE PIMENTA

A microempreendedora individual Valdeniza Pereira Bezerra, de Roraima, conta que seu negócio começou como um desafio. Em 2021, durante uma viagem, ela provou uma pimenta interessante e tentou conseguir os segredos do preparo, mas sem sucesso. “Pensei: quando chegar em casa, vou fazer um molho ainda melhor”.

Após duas receitas, Valdeniza conquistou o paladar do marido, que a incentivou a abrir um negócio. Atualmente, ela oferece vários sabores de molho de pimenta tendo como atrativo os ingredientes da Amazônia, como tucumã, pupunha e buriti. Para o futuro, a empreendedora quer lançar no mercado uma variedade com açaí.

Daval Alimentos Amazônicos

Com técnicas artesanais, empresa fabrica produtos com ingredientes naturais da Amazônia. Fundada em 2021, seu carro-chefe é o molho de pimenta.

1 O que muda na sua vida ao ser reconhecida como uma das vencedoras do PSMN?

VB: Hoje eu me sinto realizada como mulher – então, muda tudo na minha vida. Muda aquela visão que absorvemos quando as pessoas falam “você não pode, não deve” e que “lugar de mulher é na cozinha”. O prêmio me fez entender que lugar de mulher é onde ela quiser!

2 Qual é o papel do Sebrae na sua história?

VB: O Sebrae é a minha segunda casa. Vou quase todos os dias ao Sebrae. De 2021 – quando abri a empresa – até hoje houve uma mudança muito grande. Até janeiro de 2024, a minha organização era zero. No começo deste ano eu me inscrevi para o projeto Inova Amazônia e fui selecionada. Eu não acreditava no meu potencial, mas entre 247 pessoas, fiquei na 15ª posição. Fiz o curso de seis meses e recebi uma bolsa. Peguei um amor tão grande que vou em toda palestra do Sebrae. Em cada encontro, em cada missão aprendo algo diferente.

3 Como é o seu modelo de negócio hoje e quais são seus planos para o futuro?

VB: Comecei com R$ 20, fiz dez molhos de pimenta e levei para vender na feira. Hoje comercializo meus produtos na feira, todos os domingos e em outros eventos, em outros estados. Para onde o Sebrae me convida, estou dentro.

Meu modelo de negócio é B2C, vendo direto para o consumidor. Ainda preciso me organizar para ter o selo da vigilância sanitária e colocar na prateleira do mercado. Preciso terminar meu laboratório, que é o espaço de trabalho, depois vou buscar investimento para comprar os maquinários e começar produção em escala maior.

3

Verônica Dourado Ribeiro Dias

Oh Farofeiro
Salvador (BA)

> Nunca achei que tivesse aptidão, sempre fui tímida, nunca vendi nada. Mas eu me descobri uma empreendedora apaixonada, arretada, que gosta do que faz. Eu falo do meu empreendimento com carinho porque realmente acredito que é a melhor opção de churrasco para eventos.

IVETE SANGALO É FÃ! COM PROPOSTA INOVADORA, *FOOD BIKE* DE CHURRASQUINHO FAZ SUCESSO EM SALVADOR

Na contramão de muitos empreendedores no Brasil, Verônica Dourado resolveu abrir uma empresa depois de perceber uma oportunidade no mercado de Salvador (BA). Enfermeira de formação, ela comprou um carrinho de churrasco, há cinco anos, inicialmente para ajudar o cunhado, que estava desempregado à época. Como ele não levou à frente o negócio, a baiana decidiu reformar o veículo e transformá-lo em uma food bike totalmente desmontável.

Assim começou a Ôh Farofeiro, que leva a eventos particulares – como casamentos e aniversários – mais de 40 sabores no cardápio, passando por churrasquinhos veganos, fitness e até doces. A ideia deu tão certo que famosos como Ivete Sangalo e Zeca Camargo já contrataram os serviços de Verônica e do marido.

Ôh Farofeiro

Com foco em eventos particulares, a foodbike vende churrasco em espetinhos artesanais. O cardápio tem mais de 40 opções, que vão da carne ao espetinho vegano e vegetariano.

1 Como foi largar um emprego remunerado e se abrir para o empreendedorismo?

VD: Eu atuava como enfermeira oito horas por dia. Com os eventos, comecei a ter um ganho parecido e até superior ao trabalho com carteira assinada, mas comecei a ficar muito tempo longe da minha filha. Há dois anos e meio resolvi arriscar e larguei o emprego. Tive apoio do meu marido e, até mesmo, da minha coordenadora à época, que deixou as portas abertas se eu precisasse retornar.

2 Quais diferenças você percebe entre a sua vida hoje, como empreendedora, e antes, como empregada?

VD: O empreendedorismo me abriu portas. Mesmo com muito trabalho, consigo planejar o tempo. Abdico muito dos fins de semana e feriados, mas, em contrapartida, tenho outros momentos: almoço com a minha filha – atualmente com 11 anos – levo à escola, participo da vida dela. No CLT, a minha rotina não dependia só de mim. Hoje, eu me permito me organizar mesmo com a alta demanda. Apesar dos eventos acontecerem mais de quinta a domingo, não são só nesses dias que trabalho, tem a produção, execução e visitas técnicas, que acontecem durante a semana. Em cada missão aprendo algo diferente.

3 Como o Sebrae entrou na sua história?

VD: O Sebrae é um grande amigo do empreendedor, benefícios são inquestionáveis. Faço muitas consultorias e mentorias com apoio do Sebrae, como o Empretec. São muitas possibilidades gratuitas, o que é importante principalmente para quem está no início e não pode investir muito. Ter o nosso nome vinculado ao Sebrae traz, além de visibilidade, uma qualificação do produto.

Apesar de ser pequena, eu penso grande. O meu negócio é inovador e original. Por meio do Sebrae, percebi a grandeza do meu empreendimento, que tem potência de se transformar em franquia. Já o vejo com outras possibilidades, com outras logística, sendo um produto escalável.

Fabiana Castelari Leme

Chácara Castelari
Marialva (PR)

> Temos sempre que ter um olhar para as pequenas coisas, aproveitar as pequenas oportunidades. O que fazemos é terapêutico, cura as pessoas.

ELA CRIOU O "COLHA E PAGUE" E TRANSFORMOU A VENDA DE UVA NO INTERIOR DO PARANÁ

A produção de uva está presente há mais de 30 anos na história da família de Fabiana Castelari Leme, natural de Marialva, no noroeste do Paraná. Mas foi só em 2015, quando percebeu uma oportunidade de negócio inovadora, que ela mudaria os rumos da propriedade rural Castelari.

Após anos vendendo a fruta para atravessadores e impossibilitada de trabalhar na roça devido a uma gravidez de risco e, mais tarde, ao nascimento do segundo filho, Fabiana conseguiu implantar o comércio direto para o consumidor. Com o tempo e, sobretudo, na pandemia, os clientes passaram a pedir cada vez mais para buscar a uva na propriedade e conhecer o lugar de cultivo. Nasceu aí o "Colha e Pague".

Devido à demanda dos próprios consumidores, a empreendedora criou, em 2023, o "Open de Uva", opção em que é possível colher e consumir uvas diretamente das parreiras ou colher e levar para casa. São 10 variedades, o que proporciona frutas maduras no pé o ano todo.

Chácara Castelari

A propriedade rural investiu no turismo ao transformar a venda de uva em experiência de "Colha e Pague" e, mais tarde, devido à demanda dos consumidores, em "Open de Uva", opção em que é possível colher e consumir uvas diretamente das parreiras ou colher e levar para casa.

1 Esta é a primeira vez que você concorre no PSMN?

FC: Não, em 2022 eu fiquei em terceiro lugar na etapa estadual, pelo Paraná. Isso me motivou a me inscrever até ganhar em primeiro. Este ano conquistei o primeiro lugar no estado e, agora, no Nacional.

2 Qual foi a grande virada de chave no seu negócio?

FC: Foi mudar a forma de comercializar as uvas. Fui pioneira no "Colha e Pague", o que nos levou a entrar no turismo rural. Com o "Open de Uva", integramos o cliente ao processo de produção, fazendo com que a chácara receba 3,5 mil visitantes por ano.

3 Você sempre se considerou uma empreendedora?

FC: Antes das premiações, não me considerava uma empreendedora e a primeira vez que me chamaram de empresária, achei estranho. Na minha cabeça, sou uma produtora rural. Mas, através de cursos, como os do Sebrae, você vai abrindo a mente e começa a ter um olhar diferente. Enxergar o nosso negócio como uma visão empreendedora mudou a nossa vida e a de toda a família.

2

Nilcineia Rubim da Luz

Café da Luz
Cacoal (RO)

> Deixei a família no Espírito Santo e fui para Rondônia com meu esposo para trabalhar, crescer e construir sonhos. A gente abandona de um lado, mas agrega do outro. Daqui para frente, será ainda melhor.

DO ESPÍRITO SANTO PARA RONDÔNIA: ELA DEIXOU A FAMÍLIA EM BUSCA DE UMA VIDA MELHOR E HOJE PRODUZ CAFÉ PREMIADO

Em 1986, Nilcineia Rubim da Luz e o marido deixaram o Espírito Santo e se mudaram para Cacoal (Rondônia), em busca de melhores condições de vida. Os agricultores de café foram incentivados a mudar suas lavouras convencionais, originadas de sementes, para o chamado café clonal, que é o resultado da clonagem de uma planta-mãe com características de mais qualidade, como resistência a doenças, alta produtividade e adaptação ao clima.

Participaram de diversos concursos com o seu café e, como premiação pelo terceiro lugar em um deles, receberam um torrefador. Foi quando decidiram torrar o próprio café e lançaram a marca Café da Luz, em 2022. De lá para cá, a agricultora, juntamente com sua família, vem colhendo uma série de reconhecimentos no setor.

Café da Luz

Premiado café produzido em Rondônia por família com origem no Espírito Santo. A agroindústria inovou primeiramente com a plantação do chamado café clonal, depois com a torrefação do café até lançarem a própria marca, em 2022.

1 Qual foi a reviravolta do seu negócio?

NL: A gente trabalhou com café a vida toda, mas foi em 2019 que aderimos ao café de qualidade, pensando na sustentabilidade e no meio ambiente. Daí em diante o trabalho de nossa empresa foi realmente reconhecido, pois apostamos em menos quantidade e mais qualidade. Neste ano, por exemplo, Rondônia passou por uma forte seca. Como a gente preservou uma nascente, que fica perto da nossa lavoura, não passamos por dificuldades devido à falta de água.

2 Vocês tiveram apoio para empreender?

NL: Recebemos a orientação da Emater para planejar a agroindústria e apoio do Sebrae para registrarmos a nossa marca. Aliás, o Sebrae tem nos apoiado sempre, com capacitações, além de nos incentivar a participar deste prêmio. Quando buscamos financiamento, principalmente para construir a agroindústria e para a plantação, contamos com o Sistema de Cooperativas Financeiras do Brasil (Sicoob), que é um parceiro, além do Banco do Brasil.

3 Quais são os pontos fortes do seu negócio?

NL: Dentro da cadeia produtiva, a gente trabalha mais unido. O café de qualidade parece que não tem concorrente, um apoia o outro, trabalha em prol do outro. Valorizamos o nosso serviço e procuramos sempre fazer melhor. Então, abraçamos nosso parceiro também, pois sozinhos não vamos a lugar nenhum.

3

Cleicy Alves de Brito

Florinda Óleos Essenciais

Batatais (SP)

> Em 10 anos, quero ser uma marca muito conhecida. Espero que todos tenham acesso aos óleos essenciais porque hoje ainda é um produto de alto custo com muito valor agregado.

CONHECIMENTO PASSADO ENTRE GERAÇÕES DE MULHERES VIRA NEGÓCIO NO INTERIOR DE SÃO

O interesse por plantas medicinais esteve presente na vida de Cleicy Alves de Brito desde a infância. Ela é neta e filha de raizeiras, pessoas que trabalham com plantas medicinais para indicar chás, fazer pomadas e garrafadas. Ainda assim, a vontade de trabalhar nessa área ficou adormecida e só foi redescoberta muitos anos depois, quando ela entrou em contato com cursos sobre plantas medicinais durante a faculdade de Engenharia Agrônoma do filho.

Após participar de simpósios e grupos de estudo sobre o tema, Cleicy decidiu trabalhar com plantas medicinais, com foco na destilação dos óleos essenciais. Foi assim que ela abriu, há 10 anos, a Florinda Óleos Essenciais, que vende produtos naturais e sustentáveis para melhorar a qualidade de vida das pessoas. Desde 2016, quando implantou o primeiro projeto na propriedade rural da família, a empreendedora conta com a ajuda do filho, já graduado, na gestão do negócio.

Florinda Óleos Essenciais

Empresa especializada na fabricação de produtos naturais e sustentáveis, com base em plantas medicinais, para melhorar a qualidade de vida das pessoas.

1 O que muda na sua vida com a conquista do PSMN?

CB: Muda tudo, principalmente a prospecção da empresa e a credibilidade que a gente ganha. Somos uma pequena empresa, eu e meu filho, e temos que batalhar, pois não temos muita verba para o marketing. O prêmio é uma alavanca e nos coloca em destaque. Tenho a esperança que esse prêmio seja muito importante não só para mim, mas para impulsionar outras mulheres a empreender e acreditar.

2 Como foi o processo de abertura da empresa?

CB: Comecei tudo com recursos próprios, com a cara e a coragem. Vendendo e reinvestindo. Até hoje não tenho um salário. Tudo que a gente ganha, a gente reinveste. Nós trabalhávamos com e-commerce, delivery, agora é que estamos construindo o nosso espaço, uma loja para atender melhor os clientes.

3 Como o Sebrae entrou na sua trajetória como empreendedora?

CB: O Sebrae foi muito importante, por meio dele, fiz o Empretec Rural, que foi a primeira turma desta modalidade no meu município (Batatais/SP). Também participei do programa Agentes Locais de Inovação (ALI Rural), que ajudou a dar diretrizes na fazenda, do Sebrae Delas e de diversos cursos de qualificação.

Noanny Guimarães Maia

Cacauaré
Mocajuba (PA)

> Acredito que o empreendedorismo é uma cadeia. Não estamos sozinhas. Hoje encontro apoio no Sebrae, em iniciativas de acesso a crédito e nas associações das quais faço parte.

COM A MÃE E AS IRMÃS, EMPREENDEDORA PRODUZ CACAU NA AMAZÔNIA E FORTALECE COMUNIDADES RIBEIRINHAS

Em 2020, em plena pandemia de Covid-19, Noanny Guimarães Maia precisou retornar ao município de Mocajuba, na Amazônia paraense, onde seu pai, recém-falecido, havia se dedicado à plantação de cacau. Junto com a mãe e as duas irmãs, Noanny entrou em contato com a comunidade local, formada por produtores rurais, e percebeu a necessidade de assistência e motivação.

Após venderem os bens da herança deixada pelo pai e buscarem financiamento, as três criaram a Cacauaré, com foco na produção do chamado cacau cerimonial. Os produtos feitos de forma artesanal incluem uma variedade de delícias, como cacau 100%, granola, nibs e geleias. Além de um cacau de qualidade, o negócio contribui para a preservação da floresta, gera renda para famílias das comunidades ribeirinhas e fortalece a sustentabilidade da região amazônica.

Cacauaré

Empresa na Amazônia paraense fabrica diversos produtos tendo como matéria-prima o cacau plantado da propriedade. No portfólio, cacau 100%, granola, nibs e geleias, além do cacau cerimonial, campeão de vendas. A empresa é familiar e comandada 100% por mulheres.

1 O que significa este primeiro lugar, após disputar com empreendedoras de todo o país?

NM: É muito legal esse reconhecimento, que valoriza o impacto positivo e o desenvolvimento da economia nos territórios da Amazônia. A relevância de ser premiada neste momento é muito mais por todo um trabalho coletivo que está em curso na Amazônia. Fico feliz por conseguir fortalecer esse ecossistema, inspirar outras mulheres e mostrar para o Brasil toda essa dinâmica de empreendedorismo.

2 Como foi o processo de abertura da empresa?

NM: A minha maior inspiração para o negócio é a minha avó, devido à força dela, aos conhecimentos que passou para a minha mãe e para nós, as receitas do cacau, além da mobilização da comunidade e o espírito de liderança.

3 A preocupação com o meio ambiente e o impacto social sempre esteve presente na sua trajetória?

NM: Em 2018, quando comecei a empreender, tinha uma agência de marketing que já atuava para desenvolver, de forma indireta, pequenos negócios da bioeconomia. Meus clientes eram produtores de andiroba e de chocolate, por exemplo, que precisavam de um design, um rótulo ou uma rede social.

Hoje, a Cacauaré se consolidou apresentando ao mercado de cacau e chocolate outra forma de se relacionar. Não é esse chocolate que é tão "desconfiado", do trabalho escravo, da gordura; mas uma marca que fortalece comunidades, inspira mulheres e se une à natureza. Agora somos um pequeno negócio, mas queremos impactar toda a Amazônia através do cacau e de iniciativas como o resgate da cultura alimentar tradicional dos povos originários até o reflorestamento.

2

Elissandra Flávia Santos

Niari Afrocosméticos

Divinópolis (MG)

EM BUSCA DA REPRESENTATIVIDADE NEGRA NO MERCADO DE BELEZA, EX-LOCUTORA EMBARCA EM NEGÓCIO DE COSMÉTICOS

A representatividade – ou a falta dela – foi o fator decisivo que levou Elissandra Flávia Santos ao empreendedorismo. Após trabalhar um período como empregada doméstica, Sandrinha Flávia, como é chamada, conseguiu emprego em uma loja de cosméticos em Divinópolis (MG). Lá, fazia a locução anunciando as ofertas e, para isso, precisou estudar bastante sobre o que estava vendendo. Nas horas vagas, ela também trabalhava como trancista.

Até que algo sempre incomodou Sandrinha: cosméticos para crespos e cachos eram escassos, além de haver poucas mulheres negras nas embalagens. Tempos depois, já como locutora de um shopping de moda, ela criou um curso para modelos negros no Movimento Negro da cidade. Foi quando conheceu a mestre em química e trancista Patrícia Santos, fundadora da Niari Cosméticos.

Passando sufoco devido à falta de conhecimento em comunicação, marketing e vendas, Patrícia convidou Sandrinha para embarcar no negócio como sócia. Depois de diversas mudanças, incluindo a construção de uma indústria própria, a entrada de uma terceira sócia e a alteração no nome da empresa para Niari Afrocosméticos, as empresárias finalmente se encontraram no mercado.

Niari Afrocosméticos

Pequena indústria de cosméticos voltados para o mercado de beleza afro com linhas de produtos veganos e livres de matérias-primas nocivas. No comando do negócio, três empresárias negras, crespas e ex-empregadas domésticas que trabalham a marca como forma de representatividade.

> A Niari promove a inclusão social e o empoderamento econômico e cultural da população. A gente fortalece a identidade cultural do povo, cria empregos e combate o racismo estrutural.

1 Como seu negócio trabalha a representatiividade para se diferenciar no mercado?

ES: Estamos conquistando espaço para contar a nossa história e nos conectarmos mais com o público. Todos os elementos, conceitos, valores e referências da Niari têm a ver com o nosso cliente que é, em sua maioria, preto. As linhas de produtos têm nomes africanos. Os produtos são veganos e livres de matérias-primas nocivas. Somos uma empresa com três negras, crespas e ex-empregadas domésticas. Com o slogan "Bom mesmo é ser Livre e Consciente", a Niari, cujo nome é inspirado na República do Congo, reforça o conceito de espalhar a beleza consciente por aí.

2 Além de apoiadoras de eventos da cultura negra, como vocês percebem o impacto do negócio na sociedade?

ES: Hoje temos 85 salões cadastrados, grande parte deles gerenciados por mulheres negras e com 95% das cabeleireiras especializadas em crespos e cachos. Queremos movimentar o Black Money entre essas cabeleireiras para que elas tenham lojas dentro dos seus espaços de beleza, obtendo outra fonte de renda para além do trabalho que já realizam. Ela tem ali um produto para ser comercializado e, assim, podem aumentar a renda dos seus espaços de beleza.

3 Quais dicas você dá para quem está começando a empreender?

ES: Estudar a fundo o negócio que você se propõe a conduzir. Pesquisar, saber quem veio antes, quem construiu essa estrada é importante, até mesmo para honrar essas pessoas, para não acharmos que a gente que inventou a roda. Toda empreendedora precisa sair um pouquinho do seu ramo e olhar de fora, ver outras coisas. Às vezes, um espetáculo de dança ajuda a ter uma ideia para o seu negócio: um passo que uma bailarina faz pode, de repente, inspirar uma embalagem nova. Precisamos ser curiosas, criativas e estudiosas.

3

Rafaela Cristina M. G. da Silva

RafaqFaz
Olinda (PE)

> Comece do jeito que você pode. Muitas vezes, a gente procura a perfeição, mas isso não é essencial. Comece como puder, só comece.

COM ESTAMPAS PRÓPRIAS, ARTISTA PLÁSTICA APOSTA NA MODA CULTURAL E LEVA PERNAMBUCO PARA O

Levar Pernambuco para o mundo. Esse é o objetivo da Rafaela Cristina Mendes Gomes da Silva, fundadora da RafaqFaz. A marca nasceu de uma insatisfação da empreendedora, quando, há 12 anos, não encontrou roupa no comércio local que a representasse. Autodidata, ela aprendeu a costurar e passou a fazer seus modelitos. Não demorou para chamar a atenção dos amigos e começar a receber encomendas.

Artista plástica e inspirada em seus desenhos, Rafaela resolveu também apostar em estampas de autoria própria no que hoje chama de moda cultural. Atualmente, os artigos da marca podem ser encontrados em lojas colaborativas de economia criativa e no site do negócio.

RafaqFaz

Artista plástica apostou em estampas da autoria própria para criar o que chama de moda cultural, com roupas de cores alegres e que remetem ao seu estado, o Pernambuco, por meio de referências à cultura popular, à gastronomia e à memória afetiva.

1 Pernambuco é uma grande referência nas suas roupas. Como isso surgiu?

RS: Descobri que eu podia representar a cultura pernambucana através do tecido, a chamada moda cultural, como linguagem para levar a cultura popular, a gastronomia e a memória afetiva através das roupas. Acredito que a moda como linguagem tem o poder de mudar o mundo. O meu próximo projeto é abrir uma loja on-line somente de tecidos nordestinos, onde as artesãs locais possam comprar um tecido que as represente e levem adiante nossa cultura.

2 E como foi trazer o seu estado para o pódio da premiação?

RS: Em 20 anos de premiação, é a primeira vez que Pernambuco tem uma finalista. Levar o estado para esse destaque é o propósito da minha marca. Quero colocar o meu Pernambuco no mapa. Comecei produzindo roupa, mas hoje levo a alegria e a cultura para o mundo – percebi que outras mulheres querem fazer o mesmo.

3 De que forma o Sebrae apareceu na sua trajetória?

RS: O Sebrae foi uma mola propulsora e acreditou na nossa empresa muito mais do que nós mesmos. Quando participei da Feneartе, uma importante feira do estado, levei 400 peças e vendi quase tudo; no entanto, lucrei quase nada. Foi aí que o Sebrae entrou e nos mostrou que ser criativo não era o suficiente, precisávamos entender de gestão, de marketing, etc.

Luana Wandecy

Blindog
Natal (RN)

PARA MELHORAR A QUALIDADE DE VIDA DA SUA CACHORRINHA CEGA, LUANA CRIOU APARELHO INOVADOR

Quando sua poodle ficou cega, Luana Wandecy procurou uma solução para tornar mais confortável a rotina da cachorrinha, mas não encontrou. Na época, ela conheceu a Natália, que passava pelo mesmo problema com seu pet. Foi a partir dessa necessidade que nasceu a BlinDog, empresa de Natal (RN) que tem como propósito ajudar animais com visão debilitada a não se machucarem no dia a dia.

A startup criou um dispositivo que, acoplado a uma coleira, emite alertas vibratórios que se intensificam à medida que o cão se aproxima de um obstáculo. Ao associar a vibração aos obstáculos, o animal passa a desviá-los, evitando choques e traumas.

Blindog

Após passar por uma experiência desafiadora quando sua cachorrinha ficou cega, empresária criou um dispositivo que, acoplado a uma coleira, emite alertas vibratórios que se intensificam à medida que o cão se aproxima de um obstáculo. Ao associar a vibração aos obstáculos, o animal passa a desviá-los, evitando choques e traumas.

> Em 10 anos, eu espero que o mundo inteiro conheça a BlinDog como uma grande empresa de tecnologia pet.

1 Empreendedora desde 2015, esta é a segunda vez que você concorre ao PSMN. Como o Sebrae entrou na sua vida?

LW: O Sebrae sempre foi um grande parceiro, nos ajudou a chegar a todo o Brasil e em mais de 12 países. Participamos de programas como o Startup Nordeste e o Regenera, iniciativa de impacto do Sebrae no Rio Grande do Norte.

2 Você precisou buscar financiamento para alavancar sua startup?

LW: No começo, nós trabalhávamos fora e o salário era investido na startup, mas não era suficiente, pelos altos custos de desenvolver um hardware. Foi quando buscamos o Sebrae e, por meio do Startup Nordeste, ganhamos uma bolsa e, com esse recurso, conseguimos produzir o aparelho. Participamos também de outros programas em busca de auxílio para lançar nosso negócio.

3 Qual dica você deixa para quem está começando?

LW: Você não precisa fazer isso só. Por muito tempo, tentamos engajar sozinhas e é muito difícil. O Sebrae é um grande parceiro, procure o ponto focal na sua cidade. Há diversos projetos e editais que podem auxiliar. Com isso, você terá uma rede de networking muito grande, além de acesso financeiro, o que ajuda muito no desenvolvimento da empresa e faz com que ela cresça mais rapidamente.

4 Que curiosidade você pode compartilhar sobre a jornada do seu negócio?

LW: É uma história engraçada. Quando ainda estava desenvolvendo o produto, eu precisava testar como seria o funcionamento. Então, eu mesma me abaixava e simulava o movimento de um cachorro para tentar entender como deveria funcionar o aparelho.

2

Maria Paula Beltran

Marmipets
São José do Rio Preto (SP)

> Não desista, empreender no Brasil não é fácil. É caro, é difícil, demorado muitas vezes. Mas tudo aquilo que a gente acredita e faz com amor tende a dar certo. Dedique-se, estude. Grande parte das pessoas que me criticaram no começo, hoje são meus clientes.

DO MUNDO ACADÊMICO PARA O DE STARTUPS: APOSTA EM ALIMENTAÇÃO NATURAL DE PETS MUDOU VIDA DE VETERINÁRIA

A veterinária Maria Paula Beltran trilhou grande parte de sua trajetória na área acadêmica, concluindo mestrado e doutorado. Mas tudo mudou quando ela foi chamada para desenvolver um trabalho no zoológico da sua cidade, São José do Rio Preto (SP). A partir daí, passou a estudar como a alimentação poderia melhorar a vida dos animais não só do zoológico, mas também dos pets que temos em casa.

Com apoio do marido, ela fundou a Marmipets e produz alimentação natural – com ingredientes frescos e de qualidade – para cães e gatos. As marmitinhas são personalizadas a partir de dados fornecidos pelos tutores em pré-atendimento. A empreendedora está com um projeto de expansão que envolve o mercado internacional. "Estamos nos estruturando para dois processos: o de franquia e o de exportação", conta.

Marmipets

Veterinária fundou empresa que produz alimentação natural – com ingredientes frescos e de qualidade – para cães e gatos. Marmitinhas são personalizadas para os clientes, de acordo com o perfil do seu bicho de estimação.

1 Como ser uma das vencedoras do PSMN muda a sua vida e a do seu negócio?

MB: É um prêmio que traz muita autoridade, as pessoas passam a nos enxergar com outros olhos. Eu trabalho com alimentação para cães e gatos e muita gente desdenha, questiona "comida pra cachorro?", porque acha que não tem valor, que qualquer um faz, qualquer resto de comida serve. Mas, na verdade, tem muito estudo e pesquisa por trás. Esse reconhecimento nos coloca em um novo patamar e traz mais seriedade.

2 Com seu histórico acadêmico, o empreendedorismo já havia passado pela sua cabeça?

MB: Eu nunca tinha pensado em ser empreendedora. Sou filha de funcionários públicos, minha mãe era professora e meu pai agrônomo. Mas depois da experiência no zoológico, montei um projeto e participei do Startup Weekend (evento que reúne empreendedores e especialistas em diferentes áreas para trabalhar em projetos de criação de startups) e acabei ganhando em terceiro lugar. Depois, não parei e já empreendo há cinco anos.

3 Que mulher você aponta como grande inspiração?

MB: A Sylvia Angélico, veterinária de São Paulo que trouxe o tema da alimentação natural para o Brasil. Ela é maravilhosa, mas levou muita "pedrada" na época, porque falava de um assunto que as pessoas não aceitavam. A classe veterinária a boicotou, mas ela se manteve firme, era seu propósito, e hoje é referência no país.

3

Ana Beatriz Portela de Souza

BP Hub
Brasília (DF)

> Quando se fala de empreendedorismo feminino, fala-se muito, sem nenhum demérito, do artesanato, da culinária... e é muito importante ter quem faça. Mas as mulheres podem estar também na tecnologia, criar robôs, desenvolver ecossistemas. Tudo isso com investimento em letramento digital.

LETRAMENTO DIGITAL PODE SER O DIFERENCIAL DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

A empreendedora Ana Beatriz Portela, a Bia, tinha sua própria agência de publicidade quando percebeu uma necessidade de mercado: mesmo pagando por anúncios cada vez mais caros, seus clientes não conseguiam aparecer na primeira página do Google, o maior buscador da internet. Para aprimorar a presença digital dessas empresas, Bia fundou, em 2022, a BP Hub, negócio especializado em marketing direcionado por geolocalização.

O principal serviço da BP Hub é gerenciar o perfil do cliente no Google e promover a integração em mapas e diretórios de pesquisas da internet, ajudando-o a ser encontrado por potenciais consumidores em um mundo cada vez mais conectado. A proposta é que os clientes da BP Hub apareçam na primeira página do Google, de maneira orgânica, sem a necessidade de pagar anúncios, dentro da conformidade do algoritmo.

Mesmo com três prêmios na bagagem e novas possibilidades internacionais, com clientes em Portugal e Moçambique, a BP Hub mantém seu propósito inicial de ajudar negócios de todos os tamanhos a se conectarem com seu público-alvo por meio da integração em mapas e diretórios de pesquisas da internet.

BP Hub

Empresa especializada em marketing direcionado por geolocalização com o objetivo de aprimorar a presença digital de empresas. Em um mundo cada vez mais conectado, ela ajuda seus cliente a serem encontrados em mapas digitais por potenciais consumidores, ajudando-o a ser encontrado por potenciais consumidores em um mundo cada vez mais conectado.

1 Qual o significado do PSMN para você?

BP: É muito especial esse reconhecimento, porque é um trabalho que impacta inúmeras vidas. A gente consegue dar resposta e solução para um pequeno empresário que não tem sequer endereço físico. Sabe aquela barraquinha de cachorro-quente que funciona no meio de um estacionamento? Então, a gente coloca o pin do Google no local onde ela está e faz com que prospere e mude seu ecossistema. Mostramos que existem soluções acessíveis com tecnologia de ponta que podem impactar, independentemente do tamanho do negócio.

2 Em que momento o Sebrae passou a fazer parte da sua história?

BP: O Sebrae foi muito parceiro desde o início. A área de tecnologia é predominantemente dominada por homens e as mulheres sofrem preconceito. Não existem muitas redes de apoio para nos desenvolvermos e criarmos habilidades. Nesse sentido, a parceria com o Sebrae foi muito estratégica para capacitação, mentorias e networking diferenciado.
Meu maior aprendizado é que é importante usar a tecnologia, mas o diferencial será sempre o humano.

3 Qual a sua dica para as mulheres que empreender ou querem abrir um negócio?

BP: A dica é o letramento digital. A mulher precisa entender esse cenário de muita força da Inteligência Artificial (IA) para não se tornar obsoleta. Haverá uma mudança em um curto espaço de tempo e alguns trabalhos repetitivos serão substituídos. A tecnologia é diferenciada, mas o humano que domina a tecnologia estará empregado. Não precisa ter investimento caro, mas curiosidade. Existem muitos cursos gratuitos sobre o uso de IA. Uma empreendedora que faz bolo pode usar a IA para melhorar o fluxo de caixa, para criar conteúdo e para gerenciar a maneira como administra a empresa.

Valdeci G. da Silva

Engenho Café de Açaí
Macapá (AP)

> Quando comecei a desenvolver meu produto, parecia que não ia dar certo. Falavam: 'como assim, café de açaí?'. Mas nunca desisti. Me tornei motorista de aplicativo para validar o meu produto na pandemia: eu entregava para os clientes e pedia o feedback.

CAFÉ DE AÇAÍ DA AMAZÔNIA GANHA MERCADO NOS ESTADOS UNIDOS, ALEMANHA E AUSTRÁLIA

Empreendedora desde os 17 anos, não foi difícil para Valdeci Gonçalves enxergar potencial nos caroços de açaí descartados por agroindústrias perto da sua casa em Macapá, capital do Amapá. Em plena pandemia, no ano de 2020, ela criou, com apoio do marido, a Engenho Café do Açaí, que comercializa a bebida aromática feita a partir do resíduo do caroço do açaí.

Hoje com 47 anos, Valdeci atribui ao Sebrae o sucesso do negócio: "O Sebrae é o meu caminho asfaltado, ele abriu portas para o meu produto, para a minha empresa decolar". A Engenho passou pelo Inova Amazônia, programa que apoia empresas inovadoras e sustentáveis que contribuam para o desenvolvimento da região por meio da bioeconomia.

Engenho Café de Açai

Empresária enxergou em caroços de açaí que eram descartados por agroindústrias um novo potencial: a produção de uma bebida aromática, semelhante ao café. Hoje, a empresa impulsiona também o desenvolvimento local envolvendo cooperativas, sendo um exemplo sólido de bioeconomia na Amazônia.

1 Qual o papel do empreendedorismo na sua vida?

VG: Eu acredito que o empreendedorismo já nasceu comigo. Para mim, empreender é muito divertido, eu coloco a alma, o coração no negócio e não existe dificuldade intransponível. Toda hora é hora de empreender. Resumo empreender como saltar de um avião enquanto construímos o paraquedas.

2 Para que países você vende seu produto atualmente?

VG: Hoje exporto para os Estados Unidos duas toneladas e meia por mês. Para a Alemanha é mais de meia tonelada, além de pequenas porções para a Austrália. Também estamos fazendo uma prospecção para Portugal.

3 Além de ambientalmente responsável, o seu negócio tem impacto social?

VG: Nós trabalhamos com cooperativas e mais de 500 famílias são beneficiadas indiretamente pela Engenho. Pegamos o resíduo de uma cooperativa de 250 famílias e outras 250 famílias fazem o café agroflorestal.

2

Karen Patrícia Reis Figueiredo

Maison Charlô
São Paulo (SP)

Tomei a decisão certa de ser mãe. Aquela porta fechada em uma multinacional me fez ter coragem, disciplina e não desistir. Hoje entendo que o negócio não é só a venda, ela é uma consequência. O impacto que existe por trás é muito maior, me orgulho por realmente impactar vidas.

QUERO SER A MARY KAY DAS TOALHAS PROJETA EMPREENDEDORA QUE JÁ VENDE PARA MAIS DE 100

Comum à trajetória de muitas empreendedoras, a maternidade mudou os planos de Karen Patrícia Figueiredo. A gravidez após os 40 anos, com a chegada de uma bebê prematura, que demandava cuidados adicionais, mudou as perspectivas da paulistana, que por muito tempo atuou como executiva de multinacional. Em um quarto de casa, ela abriu uma empresa de roupa de mesa e decoração e logo percebeu o mar de oportunidades na internet, terreno onde foi a percussora.

"Achei que fazer uma toalha e um guardanapo era mais fácil do que uma roupa", confessa a empresária. Hoje, ela comanda a Maison Charlô, que está presente em mais de 100 países e tem como pilar a sustentabilidade – tanto social, quanto de matéria-prima. Mesmo com todo o sucesso, Karen Patrícia mantém o hábito de escrever cartões à mão para os clientes: em sete anos, já foram mais de 15 mil.

Maison Charlô

Precursora no e-commerce de roupa de mesa e decoração, empresária comemora o sucesso do negócio que está presente em mais de 100 países e tem como pilar a sustentabilidade.

1 Como foi começar em um setor que ainda era pouco explorado no e-commerce?

KF: A minha marca é de mesa posta, de roupa de mesa e decoração. Em pouco tempo, já tinha conquistado muitos corações e casas no Brasil. Por ser uma marca que nasceu na internet, fomos favorecidos pelos chamados hubs de marketing place. Nos cinco primeiros anos de empresa, já vendia para muitos lugares.

Em 2022, recebemos um convite da Amazon por sermos uma marca presente em todo o território nacional e fomos pioneiros na internacionalização desse segmento de mesa posta. Em poucos meses, já vendíamos para todo os Estados Unidos. Atualmente, somos um case da Amazon global, estamos em todas as lojas espalhadas no mundo, vendemos guardanapos brancos e crochê até na Ásia.

2 De que maneira a sustentabilidade está no dia a dia da sua empresa?

KF: Devido a uma alergia ao látex, eu só podia ter contato com produtos de algodão. Passei então a buscar conhecimento em importação e exportação de tecidos. Somado a isso, precisei aprender sobre corte e costura devido à natureza da atividade. Foi quando conheci o mundo das oficinas das costureiras, crocheteiras e bordadeiras. Tudo começou nas periferias de São Paulo, iniciei rede de mulheres artesãs e passei a entender que aquele negócio não era só venda de panos, tinha um grande impacto positivo social, uma economia que viria a ser circular.

3 Você começou a empresa no quarto da sua casa. Como é hoje perceber o impacto positivo do negócio na vida de muitas mulheres?

KF: Passados sete anos, estamos em comunidades urbanas no Brasil, principalmente em São Paulo e no Norte, na região amazônica. Lançamos em 2024 uma coleção de biojoias, feita pelas quebradeiras de babaçu do Pará e do Maranhão. As artesãs, principalmente da região Norte, vivem em situação de vulnerabilidade. Essas mulheres produzem decoração de mesa para as consumidoras, que já têm muito bem resolvida a questão da comida e bebida. Eu vivo entre esses extremos e fico feliz em saber que sou uma ponte.

3

Luzilene
S. da Silva

Terra Papaya
Guadalupe (PI)

Aprendi muito, nunca imaginei que seria uma empreendedora. Quando pensei em desistir, recebi apoio do Sebrae para continuar. O Sebrae me ensinou que preciso acreditar na qualidade e no valor do meu produto.

DO PIAUÍ PARA ARIZONA: SABÃO ARTESANAL E SUSTENTÁVEL AJUDA A PRESERVAR A NATUREZA E TRAZ BENEFÍCIOS PARA A PELE FEMININA

Luzilene Soares da Silva mal acredita que conquistou o 3º lugar na categoria Negócios Internacionais do PSMN. Pela inovação e sustentabilidade, seu negócio, com apenas 18 meses, já recebeu também um prêmio do Banco do Nordeste e está presente agora em terras norte-americanas, no Arizona. Graças a uma cliente que se apaixonou pelos produtos artesanais da Terra Papaya Sabão Artesanal.

Técnica de enfermagem, Luzilene começou a produzir sabão despretensiosamente, quando a pandemia a empurrou de São Paulo, onde trabalhava como cuidadora de idosos, de volta para sua cidade natal, Guadalupe, no Piauí. Lá, ela começou sua empreitada 100% sustentável, focada na fabricação de sabão e sabonete dermatologicamente testado, com folha de mamão e óleo de cozinha usado.

Terra Papaya

No Piauí, empreendedora passou a produzir sabão recolhendo o óleo que seria jogado no meio ambiente e adicionando folha de mamão, entre outros ingredientes. O sucesso foi tamanho, que não demorou para que ela passasse a fabricar também sabonete dermatologicamente testado, com propriedades para retirar manchas e clarear a pele.

1 Qual foi o motivo que a levou a trabalhar com a produção de sabão?

LS: A ideia do sabão veio na pandemia. Deixei São Paulo com medo de pegar Covid-19 e retornei ao Piauí. Comecei a fazer o sabão para uso pessoal, da minha família, mas nunca saía do jeito que eu queria. Pesquisei bastante na internet até chegar à fórmula que eu desejava, um sabão glicerinado. Quando consegui, mandei a foto para o meu filho, que estava em São Paulo. Ele brincou "agora achou a menina dos olhos da senhora".

2 Como o seu produto é diferente do que existe no mercado?

LS: O Terra Papaya é 100% sustentável. Comecei a produzir o sabão recolhendo o óleo do balneário que seria jogado no meio ambiente e, em troca, doando o sabão aos quiosques. Hoje, recolho mais de 100 litros de óleo por mês lá em Guadalupe, minha cidade, mas estou expandindo para Gurgueia e Floriano. Sempre comento que, a cada litro de óleo no ralo, 25 mil litros de água potável são contaminados.

3 Quando você percebeu que, além do sabão, poderia investir no sabonete?

LS: A ideia do sabonete veio do químico que trabalha comigo. Algumas clientes começaram a relatar que usavam o meu sabão, feito com folha de mamão, também no corpo e que o produto estava clareando e retirando as manchas da pele delas.

SEBRAE

Aponte o seu celular para o QR Code

Acesse e saiba mais

sebrae.com.br/premiomulherdenegocios