



Lígia Boareto

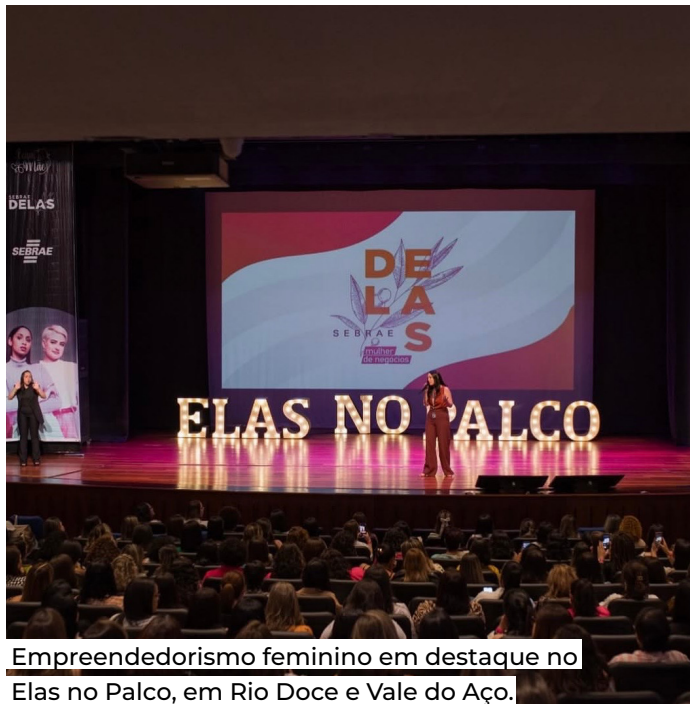
Rennata Bianco

Maria da Conceição

## ***Rede em Formação***

Com o avanço expressivo das mulheres empreendedoras no cenário atual do mercado brasileiro, o empreendedorismo deixa de ser apenas uma necessidade e se torna a realização de um sonho

- 01 Estratégia empreendedora
- 03 Jornada inspiradora
- 05 Universo empresarial
- 07 Elas estão mudando a beleza no Brasil



Empreendedorismo feminino em destaque no  
Elas no Palco, em Rio Doce e Vale do Aço.



O Prêmio Sebrae Mulher de Negócios 2025 reuniu  
histórias inspiradoras em Belo Horizonte.

- 09 Recomeço aos 21
- 11 O Sabor de vencer
- 13 Comunicação Empoderada

EDITORIAL

Novo olhar feminino

Apesar de estarmos no século XXI, o mercado de trabalho ainda carrega preconceitos contra mulheres em cargos de liderança. É nesse contexto desafiador que muitas se destacam, mostrando talento, determinação e resiliência, conquistando espaços antes inimagináveis. Nesse espírito de superação que nasce a revista L'EMPIRE, um espaço de apoio, inspiração e troca de informações para mulheres que já empreendem ou sonham em começar. Porque empreender vai além de conquistas ou fracassos, é uma jornada de trabalho árduo, resiliência e foco constante. A L'EMPIRE acompanha e fortalece cada passo dessa trajetória única.

Expediente

**L'EMPIRE:**  
Revista projeto de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Jornalismo na UNAERP

**Coordenação do Curso de Jornalismo:**  
Prof. Geraldo José Santiago

**Orientador do TCC:**  
Prof. Murilo Pinheiro

**Professor de TCC:**  
Prof. Paulo Apolinário

**Projeto Gráfico e Diagramação:**  
Manuella Souza

**Distribuição:**  
Gratuita

**Versão Digital:** Disponível em PDF  
no Instagram: @revistalempire

**Contato:**  
Manuella.souza@sou.unaerp.edu.br



**Manuella Souza**  
Criadora da revista e repórter



## Estratégia empreendedora

*A curiosidade de Lígia Boareto na infância pela moda transformou criatividade em um negócio próprio, movido por propósito e coragem*

**Lígia Boareto**

“Empreender também é um ato político”

### comunicação

A inquietação da menina curiosa que fazia perguntas demais nunca desapareceu. Pelo contrário: ela cresceu, encontrou na comunicação um campo fértil para suas ideias e anos depois, transformou a moda em linguagem para empreender. Natural de Ribeirão Preto (SP), Lígia sempre foi comunicativa. Ainda na infância, era fascinada por leitura, gramática e ao mesmo tempo, pelo esporte e pelas artes. “Desde pequena, era muito comunicativa e curiosa. Gostava de conversar, fazer perguntas, entender as pessoas”, relembra. Essa combinação de interesses acabou moldando a formação profissional: antes de mergulhar no mundo dos negócios, Lígia atuou na área de comunicação por vários anos.

O desejo por autonomia foi o gatilho que a fez refletir sobre o futuro. “Eu pensava: daqui a 20 anos, como vai ser? Trabalhar em uma empresa, mesmo me dedicando ao máximo, não garantia estabilidade. Isso me deixava insegura, porque não dependia de mim”, avalia Lígia. Essa inquietação fez com que buscasse um caminho onde tivesse o controle do próprio destino e empreender foi a resposta. A escolha pelo segmento de calçados veio de forma estratégica. Além da afinidade com a moda,

que considera uma poderosa forma de expressão, viu no mercado um campo mais acessível do que, por exemplo, a gastronomia, área pela qual também é apaixonada. “Moda é linguagem. Desde a paleta de cores até o nome da marca, tudo comunica. Eu vi que tinha condições de me inserir nesse universo e trilhar um caminho ali”, conta a empresária.

Apesar da paixão e do planejamento, os obstáculos foram muitos, especialmente por ser mulher. “Em ambientes corporativos, percebia que quando um homem negociava com outro homem, a conversa fluía com mais autoridade. Já com uma mulher, parecia que a gente só servia para parte estética ou artística do negócio”, explica. No início, seu marido chegou a auxiliá-la em algumas negociações. “Não era por falta de capacidade, mas para evitar o desgaste emocional que certas situações causavam”, relata. Esse cenário, infelizmente, ainda é comum para muitas mulheres que decidem empreender. Segundo Lígia, além da desigualdade de gênero, há o desafio da dupla jornada. “Aparentemente, trabalhar de casa dá mais flexibilidade, mas na prática é o contrário. A gente está em casa, mas não pode parar o trabalho para cuidar das tarefas domésticas. É um exercício diário de resistência e disciplina”, afirma.

## Ato de resistência

Para Lígia, empreender é também um ato político. “Os espaços de liderança ainda são majoritariamente masculinos. A mulher, quando se impõe, muitas vezes é vista como arrogante ou mimada. O homem que diz não é firme, a mulher que diz não é difícil”. Essa disparidade reforça a ideia de que o empreendedorismo feminino é também uma forma de resistência, contra o machismo, contra a invisibilidade e contra o próprio medo de não se sentir capaz. Apesar das dificuldades, cada desafio superado trouxe aprendizados valiosos. “No início, a gente é muito testada. Tem dias bons e logo depois bate a ansiedade pelo que vem a seguir. O processo de maturação de uma marca exige paciência, estratégia e muita força emocional, mas é nesse processo que a gente se fortalece também como pessoa”, reflete.

Lígia passa uma mensagem direta para outras mulheres que sonham em empreender: “Comece hoje. Com o que você tem, do jeito que der. Trace um objetivo, coloque no papel. A gente adia porque acha que precisa estar tudo perfeito, mas o importante é começar. Ao longo do caminho, você vai melhorando”, recomenda a empreendedora. Seu olhar, firme e sensível ao mesmo tempo, traduz a essência de tantas mulheres que, como ela, decidiram trilhar seus próprios caminhos. Lígia Boareto não é apenas uma empreendedora de sucesso. É também uma comunicadora que encontrou na moda o seu canal, no empreendedorismo, sua forma de expressão, resistência e liberdade.

### Dica

Muitos comportamentos impulsionem as mulheres no início da carreira, esses mesmos hábitos podem se tornar barreiras ao crescimento profissional, mostrando que o que funcionou até aqui pode não ser o suficiente para chegar ainda mais longe.

**Sugestão de leitura:** *Como as Mulheres Chegam ao Topo*, Sally Helgesen e Marshall Goldsmith

# Jornada Inspiradora

*De uma garagem simples de Haline Seghetto a um ponto de referência, que transformou o trabalho e dedicação em uma história de sucesso familiar*



Foto das redes sociais

Torta de limão com merengue suíço vendido na Seghetto Panetteria



**Haline Seghetto**  
dona da Seghetto Panetteria

Em uma esquina movimentada do bairro Andorinhas, em Ribeirão Preto, uma padaria que começou na garagem se transformou em um espaço de referência. Por trás do balcão, da equipe e da operação, está a força de uma mulher que aprendeu com os desafios da vida a transformar obstáculos em oportunidade: Haline Seghetto, empreendedora, mãe, esposa e fundadora da Seghetto Panetteria. Natural de Goiânia, cresceu em uma família simples, ao lado de dois irmãos. Com a separação dos pais aos 13 anos, assumiu cedo o papel de apoio na casa. “Como filha mais velha, cuidar dos meus irmãos e ajudar minha mãe sempre fez parte do meu dia a dia. Isso me deu força, responsabilidade e visão de vida”, conta a empreendedora. Mudou-se para Ribeirão Preto e pouco tempo depois, conheceu seu atual marido. O namoro virou casamento, veio a primeira filha, Bruna, que hoje, com 29 anos, trabalha com os pais.

O projeto de abrir uma padaria não foi planejado desde o início. A ideia inicial era montar um depósito de bebidas no salão que havia sido construído em um terreno da sogra, como uma forma de garantir uma renda extra, mas a visão de mercado mudou tudo. “Meu marido, que trabalhou 20 anos na Coca-Cola, ouviu de gerentes de supermercados: ‘investe

em pão, pão chama cliente’. E assim foi. Compramos o básico: forno, freezer e uma estufa, assim começamos com pão congelado”, relembra a Haline. Na época, deixou o emprego fixo para mergulhar no novo desafio. “Começamos do zero. Era só eu, minha sogra e minha filha, que ajudava depois da escola”.

De uma garagem improvisada a um negócio consolidado, a Seghetto Panetteria cresceu com o tempo, o trabalho duro e o olhar cuidadoso de Haline. Em 2018, a família comprou o imóvel da sogra e em seguida, a casa ao lado, que há cinco anos estava à venda e ninguém comprava. “Foi uma sequência de acontecimentos que deram certo. Vendemos nossa casa e fizemos a proposta certa. Aos poucos, o espaço foi se ampliando. Em 2019, incluímos refeições e marmitas. No final de 2023, finalizamos a última expansão. Hoje temos uma loja completa”, comenta a empresária.

## empreendedorismo

Foto das redes sociais



Bolo de massa folhada com creme de leite ninho, morango e chantilly vendido na Seghetto Panetteria

## Lidar com gente

Haline é direta ao falar sobre os desafios do empreendedorismo. “Empreender é matar um leão por dia, mas o maior desafio não é o produto, é a equipe. Lidar com pessoas, montar um time de confiança, isso leva tempo”, avalia. Hoje, com 20 colaboradores, ela diz estar com a melhor equipe que já teve, mas chegar até aqui exigiu muito dela. “No início, fiquei mais de um ano sem conseguir contratar ninguém. Eu fazia tudo. E isso me fortaleceu”. Além das dificuldades comuns do mundo dos negócios, Haline enfrentou barreiras por ser mulher. “Já perdi promoções no emprego anterior por ser mulher, porque ‘poderia engravidar’. Isso é real e ainda acontece. Também me casei e fui mãe muito jovem, o que trouxe responsabilidades muito cedo”. Apesar das dificuldades, nunca pensou em desistir. “Eu levava minha filha ao pediatra, cuidava da casa e ainda batalhava no trabalho. É muita pressão. A mulher empreendedora é multitarefa por natureza. Ela é dona, mas também é mãe, esposa, gestora e líder”, afirma a empresária.

Mais do que vender pão, a Seghetto Panetteria construiu uma marca baseada em cuidado, acolhimento e excelência. “Nosso lema é: da nossa família para a sua. A gente se preocupa com a qualidade dos ingredientes, com o atendimento e com o ambiente. O espaço foi pensado para que o cliente se sinta confortável, como se estivesse em casa. Quis trazer ao bairro algo bonito, bem feito, para que as pessoas não precisassem sair daqui para encontrar um bom café ou refeição. Muita gente se surpreende com o ambiente e diz: ‘nossa, nem parece que é aqui no bairro’”, conta a empresária.

Os planos não param. Ela quer expandir a marca Seghetto para outros bairros, investir em novas linhas de produtos e ampliar os serviços de encomendas e atendimento corporativo. “Quero que quem entre aqui consiga resolver tudo: tomar um café, almoçar, fazer uma reunião, buscar um bolo. Estamos criando um cardápio mais completo, diversificando opções. Empreender é isso: nunca parar de evoluir”, define. Ao lembrar de si mesma no início dessa jornada, Haline é clara e motivadora: “Mesmo com medo, vai. Enfrenta. Planeja, estuda o mercado, entenda o seu público e vai. Não desista. No começo é difícil, mas com trabalho e constância, o resultado vem”. Para ela, o diferencial da empreendedora é a capacidade de não parar no tempo, acomodar as mudanças do mercado trazer inovações para o negócio. Histórias como a de Haline inspiram porque são reais.

Feita de tropeços, decisões difíceis, noites em claro e muito trabalho, a jornada de Haline Seghetto é uma lição de coragem e persistência para mulheres que sonham com o próprio negócio. Ela mostra que, com propósito, paciência e paixão, é possível transformar uma garagem em um verdadeiro símbolo de sucesso.



Foto do site do Sebrae Delas

Palestra sobre empreendedorismo do Sebrae em São Paulo

# Universo empresarial

*O Sebrae Delas mostra como o empreendedorismo feminino no Brasil cresce com resiliência, criatividade e protagonismo*

A presença das mulheres no empreendedorismo brasileiro não é novidade, mas os números atuais mostram que essa participação atingiu um novo patamar. De acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) as mulheres já são donas de 48% dos negócios no Brasil.

Um dado expressivo, que sinaliza muito mais do que estatísticas: demonstra resiliência, inovação e transformação. A história do empreendedorismo feminino no Brasil é feita de superações diárias, criatividade que transforma, e redes de apoio que se fortalecem. Fabiana David, analista sênior de negócios e gestora regional do programa Sebrae Delas, deixa evidente que não estamos apenas

diante de uma tendência econômica, mas de um movimento social profundo, que impacta famílias, comunidades e o próprio conceito de liderança no país. Para Fabiana David, o momento é de protagonismo. “Apesar dos desafios estruturais, como a dupla jornada e o difícil acesso a crédito, as mulheres estão empreendendo mais e melhor.

**Se você é mulher, tem uma ideia no papel e um sonho no coração, saiba: O cenário nunca foi tão favorável. E há redes, apoio e ferramentas esperando por você.**

A pandemia, por exemplo, acelerou esse processo, levando muitas mulheres a buscar o empreendedorismo como alternativa de renda e realização pessoal”, analisa. De Ribeirão Preto ao Acre, o avanço é notável. Em apenas três anos, o número de mulheres empreendedoras em Ribeirão Preto cresceu 45% entre 2019 e 2022, segundo levantamento do Sebrae. A tendência é nacional e transformadora.

As mulheres ainda concentram sua atuação principalmente nos setores de serviços e comércio, como moda, beleza, gastronomia e cuidados com o bem-estar. No entanto, novas fronteiras estão sendo conquistadas com rapidez e criatividade. “Há um crescimento expressivo no digital. Elas estão liderando em e-commerce, marketing digital, produção de conteúdo

e consultorias especializadas. Começam a se destacar também em nichos antes ocupados majoritariamente por homens, como tecnologia, agro e inovação rural”, afirma Fabiana. O campo digital é, sem dúvida, uma das maiores oportunidades. Segundo a analista, áreas como SaaS (software como serviço), agronegócio digital e edtechs (startups de educação) têm se mostrado cada vez mais promissoras para o empreendedorismo feminino.

Essas áreas têm enorme potencial de crescimento com lideranças femininas. “Não é incomum uma mulher empreendedora ser menos ouvida, especialmente em ambientes dominados por homens. Mas esse cenário está mudando. A cada dia vemos mais mulheres liderando, inovando e mostrando sua competência”, diz.

Nos últimos anos, o perfil da empreendedora brasileira mudou significativamente. Se antes muitas abriam negócios por necessidade, hoje cresce o número das que empreendem por oportunidade em busca de independência financeira, realização pessoal e propósito. “Elas estão mais preparadas, qualificadas e conscientes da importância da formalização”, afirma Fabiana.

Essa evolução reflete um novo comportamento, pautado pelo planejamento e pela busca por conhecimento. A diferença também aparece na relação com o Sebrae: enquanto os homens buscam mais crédito e expansão, as mulheres se destacam pela procura por mentorias, capacitação e redes de apoio, participando ativamente de programas como o Sebrae Delas. Esse movimento mostra que o empreendedorismo feminino é também um espaço de troca e fortalecimento coletivo, onde cada conquista impulsiona outras mulheres a acreditarem em seus potenciais.

## SEBRAE Delas

Parte dessa mudança vem de iniciativas como o Sebrae Delas — Desenvolvendo Empreendedoras Líderes Apaixonadas pelo Sucesso. O programa oferece um ecossistema completo de suporte: mentorias especializadas, cursos, orientação para acesso a crédito, consultorias e encontros que promovem networking e empoderamento feminino. “O objetivo do Sebrae Delas é fazer com que mais mulheres acreditem no seu potencial empreendedor e tenham acesso às ferramentas certas para crescer. E não se trata só de negócio, trata-se de transformação social”.

Fabiana também é otimista quanto ao futuro: “Vamos ver mais mulheres liderando negócios sustentáveis, digitais e coletivos. O empreendedorismo do futuro será mais consciente — e feminino”. Mesmo com os avanços, ela reconhece que ainda há desafios, como a cultura organizacional masculina, a ausência de políticas de equidade e o acesso limitado a capital. Ainda assim, acredita que as transformações são reais e irreversíveis, impulsionadas pela coragem.



Fabiana David

**“A mulher brasileira não só empreende, ela transforma o futuro dos negócios no Brasil.”**



Foto atualizada do Sebrae Delas.

# ELAS ESTÃO MUDANDO A A BELEZA NO BRASIL

Com mais de 15 anos de carreira, Bruna Tavares começou como jornalista e blogueira de beleza. Em 2016, lançou sua marca que hoje é considerada uma das mais completas do país. Com foco em alta performance, estética sofisticada e tecnologia de ponta, Bruna se destacou por desenvolver fórmulas exclusivas e cruelty-free. Segundo dados de mercado, sua marca faturou mais de R\$ 100 milhões em 2023, mantendo-se como uma das líderes entre as marcas independentes.

Bianca Andrade, conhecida como Boca Rosa, é um case de branding poderoso. De youtuber a empresária, ela transformou sua imagem em uma marca que fatura alto. Em parceria com a Payot, a Boca Rosa Beauty foi lançada em 2019 com uma proposta ousada: produtos com forte apelo visual, nomes irreverentes e campanhas digitais massivas. O resultado? Mais de 1 milhão de produtos vendidos no primeiro ano.

## ***Beleza que move bilhões***

Há algo muito mais poderoso do que batons e iluminadores: a força do empreendedorismo feminino. Nos últimos anos, o mercado brasileiro de cosméticos assistiu à ascensão de marcas comandadas por mulheres que, além de venderem produtos, criaram verdadeiros impérios com propósito, identidade e conexão direta com o público. Neste cenário, destacam-se nomes como Bruna Tavares, Bianca Andrade, Mari Maria, Franciny Ehlke e Niina Secrets, CEOs e referências de inovação no setor. O Brasil ocupa o 4º lugar no ranking mundial de consumo de produtos de beleza. Só o segmento de maquiagem movimentou R\$ 12,3 bilhões em 2023.

## **Palavras de destaque na revista:**

**Determinação** Inovação

Destaque **Autenticidade**

**Sucesso** Confiança

Propósito **Paixão**

**Resiliência** Liderança

Empoderamento **Visão**

Ideia **Coragem** Força **Inovação**

Independência **Inspiração**

**VOCÊ NÃO ESTÁ SOZINHA!**



arquivo pessoal de Amanda Haikal

# Recomeço aos 21

*O empreendedorismo já é desafiador, e quando se é jovem, algumas barreiras extras surgem no caminho*

Amanda Haikal fundou a agência Ginger e encontrou no empreendedorismo não apenas uma saída profissional, mas um caminho de afirmação, propósito e autonomia.

Quando Amanda deixou a agência em que trabalhava no início de 2024, a sensação era de estar à deriva. Jovem, no último ano da graduação em Jornalismo, sem vínculos empregatícios e diante de um mercado saturado e, muitas vezes, desvalorizado. Logo percebeu que o que estava fazendo já era algo que tinha prática e afinidade.

## Estratégia emocional

Nascia ali a Ginger, microagência de social media, comandada unicamente por Amanda. A oficialização do

projeto viria em dezembro, mas o espírito empreendedor já estava em movimento meses antes. A transição de funcionária para empreendedora não veio com fórmulas prontas ou resultados instantâneos. Amanda buscou qualificação, um curso que realizou no fim de 2023 mudou a sua percepção de futuro. “Eu não entrei no curso achando que viveria disso, mas estudando, entendi que era possível empreender de verdade. Foi aí que a chave virou”, conta Amanda. Essa mudança foi mais que estratégica foi emocional. Ela percebeu que empreender não era só trabalhar por conta própria, mas construir um projeto de vida. “Vi que isso fazia sentido para mim, para minha carreira. Era uma forma de não depender tanto de chefes e das empresas que não valorizavam meu trabalho”, afirma a empresária.

## Obstáculos no caminho

Apesar do entusiasmo, o início foi marcado por barreiras que muitas empreendedoras conhecem bem. A primeira delas foi conquistar clientes. “O mercado é saturado, mas tem muita gente que não entrega um bom trabalho. Isso prejudica quem é bom. Muitas empresas ainda acham que trabalhar com redes sociais é simples e que qualquer um consegue fazer”, adverte Amanda. Ela também enfrentou um obstáculo mais invisível: a sobrecarga de conteúdo nas redes, com uma enxurrada de “dicas” pouco qualificadas. “Você começa a ver vídeos dizendo que se você cobra R\$ 800 num contrato, você nunca vai ter sucesso. Que se você faz tal coisa,

## perfil

não vai crescer. E aí você começa a se sabotar, a duvidar do seu valor”, observa a empresária.

A escolha pela área de social media não foi aleatória. Amanda se encantou com o setor ainda no início da graduação, ao atuar como estagiária na área. “Lá foi meu primeiro contato real com isso, e eu gostei muito. Vi que é um mercado vivo, em movimento constante”, comenta. Amanda logo percebeu que há algum tempo cultivava afinidade com esse tipo de trabalho: projetos escolares, gravação de vídeos, organização de lives. “A sementinha já estava lá. O que me encanta é juntar a criatividade e a estratégia: desde o olhar criativo para imagem, até a análise de dados”, declara a empresária.

## Coragem para empreender

Empreender aos 21 anos exige não só ousadia, mas resistência emocional. Amanda sente o peso da autocobrança, mesmo quando tudo está funcionando. “Meus clientes confiam em mim, respeitam prazos, mas crio uma cobrança interna que não existe. Fico pressionada porque acho que tenho que provar alguma coisa”, avalia Amanda. Conciliar a rotina empreendedora com o Trabalho de Conclusão de Curso da faculdade também traz desafios. “Às vezes parece que não estou dando conta de nada, mas quando paro para pensar, eu vejo que estou, sim. Só que a gente se sabota muito. Esquece que tem tempo. Eu tenho 21 anos. Ainda posso tentar muita coisa”, prevê a empresária.

O nome “Ginger” é carregado de simbolismo. Em inglês, a palavra significa “ruiva” e para ela o ruivo representa mudança. Quando tingiu o cabelo, estava encerrando um ciclo escolar e começando a faculdade, vivendo uma transformação pessoal. Agora, empreendendo, é como se fosse a segunda fase ruiva, a nova versão. A Ginger é a Amanda profissional. Apesar de não se considerar ainda uma “agência” no sentido tradicional, ela vê no termo “microagência” uma definição mais honesta para sua atuação individual, personalizada, mas profissional e comprometida.

## Juventude e profissionalismo

Se ser jovem já é um fator que afeta a credibilidade no mercado, ser jovem e mulher amplia o desafio. Amanda conta que, no início, sentia que alguns clientes a contratavam como se estivessem fazendo um favor. “Era como se eu ainda não fosse profissional o suficiente. Uma menininha começando”, recorda. Além disso, o próprio jeito doce e acolhedor com que conduz os atendimentos, às vezes, é confundido com fragilidade. “Se fosse um homem agindo assim, talvez fosse visto como sensato, respeitoso, mas como mulher acham que sou frágil. Já senti isso até em agências, antes de empreender”, diz a empreendedora. Para Amanda, espaços de apoio entre mulheres são fundamentais. “Existem grupos incríveis como o Moving Girls e o Lidera Netwoman, que não só capacitam, mas



arquivo pessoal de Amanda Haikal

**Amanda Haikal**  
Para tocar o negócio, Amanda desenvolveu habilidades empreendedoras

também acolhem emocionalmente. É um respiro encontrar outras mulheres que compartilham as mesmas vivências e inseguranças”, declara Amanda. Ela destaca que essas redes ajudam a fortalecer a autoestima e também a se impor diante das situações de desvalorização. Segundo a empresária, trata-se de um lugar de aprendizado e de empoderamento real. Quando questionada sobre o que diria à Amanda de daqui a 10 anos, ela é direta: “Continue investindo em conhecimento. O conhecimento é libertador. Ele muda a forma como você se vê, como enxerga seu trabalho e o mundo. Não deixe que os palpites te façam sair do seu caminho. Confie em seus princípios”. Amanda sabe que está apenas começando, mas tem consciência da solidez que constrói diariamente. Para a empresária, a Ginger é mais do que uma microagência: é uma declaração de independência, coragem e propósito.

# O sabor de vencer

*De São Francisco, Sergipe, a paixão pelos doces se transformou em um negócio de sucesso*

A trajetória de Maria da Conceição Brandão Santos Almeida é um testemunho de resiliência, paixão e imenso amor pela arte culinária. Com 60 anos de vida e mais de 30 anos de história profissional, foi no universo dos doces que encontrou a realização de um sonho que, com muito esforço e perseverança, tornou-se realidade.

Maria nasceu em São Francisco, em Sergipe, e como muitas mulheres brasileiras, desempenhou múltiplos papéis em sua vida: mãe, esposa, dona de casa, mas sempre com uma grande paixão pela cozinha. Nos primeiros anos da jornada, o ambiente familiar e o amor pelos sabores caseiros foram as bases de sua formação. O empreendedorismo feminino, para ela, não é apenas uma questão de conquistar a independência financeira, mas de construir algo duradouro, de essência própria. Foi assim que, após anos de experiência em outras áreas, Maria decidiu investir no que verdadeiramente a fazia feliz: os doces. “Eu sempre amei cozinhar, e há dois anos consegui estudar Gastronomia. Fazer doces não é apenas uma técnica, é uma forma de arte”, conta Maria, com os olhos brilhando ao falar sobre sua paixão. Há seis anos, ela deu o passo decisivo para transformar sua paixão em profissão. Com o apoio da família e a vontade de superar os desafios do mercado, fundou a MariaMariaDoceria, onde com um carrinho estruturado e personalizado vende doces em Ribeirão Preto.

A MariaMariaDoceria é, na verdade, o reflexo da história de Maria. Um nome que combina o afeto por doces e sua identidade como mulher forte e determinada. Ela é um exemplo de como o amor pelo que se faz pode moldar não só um negócio de sucesso, mas também uma jornada de transformação pessoal. Hoje, seis anos depois, ela colhe os frutos de um trabalho árduo e comprometido com a qualidade. A transição para a doceria não foi fácil, é claro. Além de precisar conquistar um mercado competitivo, Maria teve que aprender a lidar com as burocracias do mundo dos negócios e a equilibrar a vida pessoal com



**Maria Aparecida**

A empresária teve o respaldo da família para empreender  
“Eu me preocupo com cada detalhe, porque acredito que é  
no carinho que está o diferencial”

a vida profissional. “A gente nunca está realmente preparada para dar o primeiro passo, mas a dedicação faz com que você sempre aprenda e cresça”, explica Maria. Ser mulher no Brasil e abrir um negócio é, sem dúvida, um desafio. “Eu lidei com muitas inseguranças, principalmente nos primeiros anos, quando as pessoas duvidavam de mim ou me viam apenas como uma dona de casa tentando entrar no mercado”, relembra. No entanto, essa percepção nunca foi um impeditivo para sua trajetória. Pelo contrário, foi um combustível para sua busca incessante por qualidade e inovação.

No ambiente familiar, Maria teve o apoio do marido e dos filhos, Stephanie e Raul. “Meu marido acreditou em mim e me incentivou a dar esse passo. Meus filhos estão do meu lado, tanto nas tarefas mais simples quanto nas mais desafiadoras. ”Esse apoio familiar foi crucial para que conquistasse a autonomia. Maria entende que o segredo

do sucesso está em saber equilibrar as expectativas do mercado com as necessidades do próprio negócio, além de um compromisso inabalável com a qualidade de seus produtos. A gastronomia, para Maria, não é apenas uma profissão, mas uma forma de conectar as pessoas, de expressar carinho e de contar histórias. Ela acredita que cada doce, por mais simples que seja, tem algo a dizer e tem o poder de transformar o dia de alguém. “Fazer doces não é só sobre agradar o paladar, mas sobre criar uma experiência”, afirma Maria, ao explicar seu processo criativo. Cada doce da doceria carrega um toque especial de Maria, que seleciona pessoalmente os ingredientes e, mais do que isso, imprime sua personalidade em cada receita. A mistura de texturas, sabores e aromas faz com que a experiência de degustar seja única. Isso torna o trabalho de Maria tão especial.

## história

Foto das redes sociais



Bolo de leite ninho com brigadeiro feito e vendido por

**Maria da Conceição**

A empresária também oferece opções personalizadas para eventos como casamentos, aniversários e festas corporativas. Ela investe no atendimento personalizado, garantindo que cada cliente tenha a experiência que sempre sonhou. “Eu me preocupo com cada detalhe, porque acredito que é no carinho que está o diferencial”, explica. A faculdade de Gastronomia, que ela concluiu recentemente, foi uma das suas maiores conquistas. Para ela, o aprendizado nunca acaba, e mesmo com toda a experiência adquirida ao longo dos anos, a busca por novos conhecimentos é constante. “A gastronomia é um campo que nunca para de evoluir, e eu sou curiosa. Adoro aprender novas técnicas e experimentar novos sabores”, afirma com entusiasmo. Para o futuro, Maria tem planos ambiciosos, ela sonha em abrir um espaço físico da MariaMariaDoceria, e deseja ser uma referência para outras mulheres que, assim como ela, sonham em empreender, mas têm medo de dar o primeiro passo. “O que eu diria a essas mulheres é: não tenham medo de arriscar. O caminho pode ser difícil, mas a satisfação de ver seu trabalho dando frutos não tem preço”,

Maria da Conceição Brandão Santos Almeida não é apenas uma empreendedora, ela é a prova de que a dedicação, a paixão e a coragem podem transformar sonhos em realidade. Com sua história, ela inspira outras mulheres a se lançarem no mundo dos negócios e a acreditar em seu potencial, por mais desafiador que seja o caminho. Em um Brasil onde ainda existem muitas barreiras para a equidade de gênero, mulheres como Maria são faróis de esperança e exemplo. A empresária mostra que, quando a mulher se dedica ao que ama, ela é capaz de criar algo imbatível, capaz de conquistar o paladar e o coração de todos que a conhecem. Seu trabalho não é apenas doce, é uma verdadeira lição de superação.



Tradicional pão de mel com doce de leite



# Comunicação empoderada

*Protagonismo feminino que transforma espaços e gera impacto real*

## Rennata Bianco

recomenda o investimento em comunicação. Em janeiro de 2025, a jornalista lançou o livro “Desafios da Comunicação Política”

## marketing

Com uma carreira que ultrapassa uma década na comunicação estratégica, a jornalista Rennata Bianco hoje é uma das vozes mais influentes no debate sobre o papel da mulher no empreendedorismo e na política em Ribeirão Preto.

Em um cenário empresarial onde a visibilidade é tão crucial quanto a competência, a comunicação se tornou não apenas um diferencial, mas uma ferramenta essencial para o sucesso. Rennata Bianco, jornalista, estrategista de comunicação, especialista em gestão de crises e acima de tudo, uma empreendedora que construiu sua trajetória à base de resiliência, foco e propósito. Mãe de dois filhos e profissional multifacetada, ela tem muito a dizer e muito a ensinar sobre como transformar conhecimento em autoridade, e autoridade em impacto. Rennata é categórica ao afirmar que qualquer empreendimento bem-sucedido precisa, necessariamente, investir em comunicação. Para ela, em um mundo hiperconectado e repleto de informações simultâneas, saber se posicionar é tão importante quanto ter um bom produto ou serviço. “Investir na parte da comunicação desse empreendimento é muito importante, ainda mais hoje, no momento que a gente vive de redes sociais e de tanta informação simultânea. “Para colocar o negócio em evidência, você tem que investir em comunicação e também em tráfego pago. É isso que funciona.” Sua fala toca em um ponto sensível para muitas empreendedoras iniciantes: a ideia de que comunicar bem é um luxo. Para Rennata, é o contrário. Trata-se de uma necessidade estratégica. Por isso, ela aconselha que, ao tirar um projeto do papel, as empreendedoras pensem desde o início sobre a captação de recursos e a gestão financeira do negócio, incluindo aí o investimento em divulgação. “Se você tem esse projeto, já comece a pensar de que forma vai captar esse recurso. Se você trabalha, qual parte do salário

vai destinar para esse empreendimento? Quanto você pretende investir?”, questiona a jornalista.

O discurso de Rennata vai além da técnica. Ela fala também com honestidade sobre os bastidores do empreendedorismo. O caminho não é fácil. Ao contrário do que muitas vezes se romantiza nas redes, empreender envolve lidar com incertezas, frustrações e sobretudo, com muitos “nãos”. A jornalista considera o mundo do empreendedorismo é desafiador com momentos em que se recebe um “sim”, mas a maioria das respostas é negativa. “Isso desestimula, provoca decepção, mas é aí que entra a resiliência, não desistir”, observa Rennata. A própria trajetória dela é marcada por essa resiliência. Desde 2008 envolvida na política, atuou nos bastidores como estrategista de campanhas e gestora de comunicação. Um de seus cargos mais importantes foi como diretora de comunicação social da Prefeitura de Ribeirão Preto, onde permaneceu de 2018 até o final de 2024, na gestão de Antônio Duarte Nogueira. A experiência a aproximou dos desafios da comunicação pública e ampliou sua visão sobre o impacto da palavra na construção de reputações, tanto institucionais quanto pessoais.

Formada em Jornalismo pela UNICOC, Rennata buscou constantemente expandir sua formação. Fez pós-graduação em Gestão de Crises na renomada Cásper Líbero, estudou Psicanálise no Instituto Brasileiro de Psicanálise e se especializou em Gestão de Cidades na FAAP. Essa formação diversa contribuiu para que ela atuasse em diferentes frentes da comunicação. Seu conhecimento e prática renderam frutos. Em janeiro de 2025, a jornalista lançou o livro “Desafios da Comunicação Política”, no qual compartilha experiências e reflexões sobre os bastidores da comunicação governamental e o papel estratégico da mídia nas democracias. Ser mulher no universo do empreendedorismo e da política é um ato de resistência. Conciliar carreira e ambições pessoais exige disciplina, apoio e um senso de propósito muito claro. Rennata Bianco

representa essa multiplicidade de papéis com autenticidade. Em suas declarações, há sempre espaço para acolher as dificuldades das outras mulheres, sem romantizações ou fórmulas mágicas. O que ela propõe é algo mais profundo: um chamado à ação consciente, à construção de redes de apoio e ao uso inteligente da comunicação como ferramenta de transformação.

A história de Rennata Bianco inspira não apenas por suas conquistas, mas pela forma como ela construiu seu caminho: com coragem, preparo e propósito. Em um mercado ainda marcado por desigualdades de gênero, ela mostra que é possível ocupar espaços de poder e mais do que isso, que também se pode transformar esses espaços com sensibilidade, competência e comunicação eficaz. Para as mulheres que desejam empreender, Rennata deixa um conselho direto: “Não desista. Vai doer, vai cansar, você vai se decepcionar, mas continue. Prepare-se, estude, invista na sua comunicação. No final, vale a pena”.



## Livro

Livro “Desafios da Comunicação Política” autora Rennata Bianco **Sugestão de leitura:** *Como as Mulheres Chegam ao Topo*, Sally Helgesen e Marshall Goldsmith

APONTE A CÂMERA DO CELULAR PARA O  
QR CODE ABAIXO E ENCONTRE O PERFIL  
DAS EMPRESAS:



“O FUTURO PERTENCE A QUEM OUSA CRIAR, APRENDE COM CADA QUEDA, ENXERGA A DOR COMO CAMINHO, SIMPLIFICA PARA IR ALÉM E **TRANSFORMA CADA ESCUTA EM CONQUISTA.**”

Manuella B. Souza

Império

=

Leempire

