



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

CAMPUS POSSE

**EMPODERANDO NEGÓCIOS FEMININOS: CARTILHA DE MARKETING DIGITAL  
PERSONALIZADA PARA MULHERES EMPREENDEDORAS**

Viviane Batista dos Santos

POSSE- GO  
2023

Viviane Batista dos Santos

**EMPODERANDO NEGÓCIOS FEMININOS: CARTILHA DE MARKETING DIGITAL  
PERSONALIZADA PARA MULHERES EMPREENDEDORAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração, Instituto Federal Goiano Campus Posse, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Orientação:** Prof. Dr. Ítalo Guimarães

POSSE- GO  
2023

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus, por me permitir alcançar este momento e por estar comigo durante todo o processo, abençoando-me e dando-me força para continuar, pois sei que sem Ele, nada disso teria sido possível.

Quero expressar minha gratidão aos meus pais, Vera Lúcia e Vanildo, por todo o apoio e incentivo educacional ao longo da minha jornada, motivando-me constantemente a buscar novos conhecimentos e por estarem ao meu lado de forma inabalável. À minha irmã, Vivielle, agradeço pelo apoio e parceria nos momentos em que mais precisei.

Ao meu namorado, e aos meus amigos, Andrielle, Sara e Kelvin, quero agradecer pelas companhias maravilhosas e por tornarem os momentos mais leves e descontraídos.

Gostaria de expressar meu sincero agradecimento a todo o corpo docente do Instituto Federal Goiano Campus Posse pela parceria e apoio incondicional nos momentos em que mais foi necessário. Em especial, destaco a dedicação e o profissionalismo do meu professor orientador, Ítalo Guimarães, que demonstrou paciência, prestatividade e incentivo verdadeiramente inestimáveis ao longo deste percurso acadêmico.

Não posso deixar de agradecer também à banca examinadora pela disponibilidade e por participar deste momento tão especial. Meus agradecimentos ao Professor Lucas Vidal e à Professora Kelly Silva pelo comprometimento e contribuição valiosa para o desenvolvimento do trabalho.

A todos, meus profundos agradecimentos por fazerem parte deste capítulo importante da minha jornada acadêmica. Suas orientações e suporte foram fundamentais para o sucesso desta etapa.

Finalmente, agradeço a todas as pessoas que, direta ou indiretamente, desenvolveram para tornar esta etapa uma realidade. Muito obrigada a todos!

## **Empoderando negócios femininos: cartilha de Marketing Digital personalizada para mulheres empreendedoras**

Viviane Batista dos Santos  
Graduanda em Administração - IF Goiano, campus Posse  
viviane.santos@estudante.ifgoiano.edu.br

Ítalo José Bastos Guimarães  
Doutor em Ciência da Informação, UFPB  
Docente do IF Goiano  
italo.guimaraes@ifgoiano.edu.br

**RESUMO:** O artigo ressalta a importância do marketing digital no contexto do empreendedorismo e empoderamento feminino, reconhecendo a necessidade de estratégias específicas para mulheres empreendedoras. O objetivo principal é desenvolver uma cartilha personalizada de marketing digital, proporcionando capacitação e empoderamento por meio de abordagens práticas adaptadas ao cenário feminino. A abordagem metodológica adotada é descritiva e qualitativa, envolvendo uma análise documental e comparativa de estudos pertinentes a empreendedorismo, empoderamento feminino e marketing digital. Os resultados obtidos orientam a criação da cartilha, que visa disseminar conceitos e informações fundamentais sobre marketing digital entre as empreendedoras, contribuindo significativamente para o fortalecimento de seus negócios. Conclui-se que a cartilha é um recurso valioso para as empreendedoras, oferecendo conhecimentos sobre empreendedorismo e empoderamento feminino através do marketing digital em diversas plataformas.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Empoderamento Feminino; Marketing Digital. Cartilha.

**Abstract:** The article emphasizes the importance of digital marketing in the context of entrepreneurship and female empowerment, recognizing the need for specific strategies for women entrepreneurs. The main objective is to develop a personalized digital marketing guide, providing training and empowerment through practical approaches tailored to the female scenario. The adopted methodological approach is descriptive and qualitative, involving a documentary and comparative analysis of studies related to entrepreneurship, female empowerment, and digital marketing. The obtained results guide the creation of the guide, aiming to disseminate fundamental concepts and information about digital marketing among female entrepreneurs, contributing significantly to the strengthening of their businesses. In conclusion, the booklet is deemed a valuable resource for female entrepreneurs, offering insights into entrepreneurship and female empowerment through digital marketing across various platforms.

**Keywords:** Entrepreneurship; Female Empowerment; Digital Marketing; Booklet.

## 1 INTRODUÇÃO

Com o passar do tempo, as mulheres têm alcançado maior visibilidade no mercado de trabalho e moldado às dinâmicas econômicas de onde estão inseridas, abrindo espaço para novos empreendimentos e fontes de renda. A mulher pode e está em um constante caminho em busca de realização pessoal e profissional, deixando para trás a concepção da mulher excluída do mercado de trabalho, instruída a ser dona de casa e obediente ao marido, demonstrando sua competência equiparada à do homem e lutando pela igualdade de gênero (REIS; LEITE, 2020).

No contexto empreendedor, o marketing digital ganha maior notoriedade, visto que desempenha um papel fundamental no empreendedorismo, oferecendo inúmeras oportunidades para promover e expandir um negócio de forma eficiente e econômica. Para ter sucesso, as empresas precisam de estratégias bem definidas que estabeleçam uma conexão com o público-alvo e sejam adequadas ao nicho em que operam. Não basta apenas estar presente no ambiente digital, é fundamental compreender os princípios da comunicação *online*, ter uma compreensão clara da identidade da marca e conhecer profundamente os públicos de interesse (PINTO, 2021).

Por meio das estratégias digitais, os empreendedores podem alcançar um público maior, construir relacionamentos com os clientes, aumentar a visibilidade da marca e impulsionar as vendas. Além disso, o marketing digital permite segmentar o público-alvo de maneira mais precisa, adaptar as campanhas de acordo com as preferências do cliente e acompanhar os resultados em tempo real. Essa capacidade de mensurar e ajustar constantemente as estratégias torna o marketing digital uma ferramenta poderosa para impulsionar o crescimento e o sucesso dos empreendimentos.

Sendo assim, é de extrema importância que as mulheres estejam inseridas no marketing digital. A presença feminina nesse campo traz uma perspectiva única e diversificada, enriquecendo a criatividade, inovação e tomada de decisão. Além disso, a representatividade das mulheres contribui para a criação de campanhas mais inclusivas, que dialogam com diferentes públicos e promovem a igualdade de gênero. Ao participarem ativamente do marketing digital, as mulheres podem inspirar outras mulheres, quebrar estereótipos e impulsionar o crescimento e desenvolvimento do setor.

Neste sentido, o presente estudo baseia-se no seguinte questionamento: Como uma cartilha com estratégias de marketing digital podem ser personalizadas e adaptadas de forma eficaz para atender às necessidades específicas de mulheres empreendedoras, contribuindo para sua capacitação e empoderamento no contexto empresarial? Com isso, o objetivo geral do artigo é desenvolver uma cartilha de marketing digital personalizada, voltada especificamente para mulheres empreendedoras, visando capacitar e empoderar essas empreendedoras com estratégias práticas e adaptadas ao contexto feminino.

Dessa forma, estabeleceu os seguintes objetivos específicos: a) identificar as necessidades e desafios específicos enfrentados por mulheres empreendedoras no contexto do marketing digital, b) desenvolver uma cartilha de marketing digital que oferece orientações práticas e estratégias personalizadas para mulheres empreendedoras, abordando temas como branding, redes sociais, e-commerce e *storytelling*, e c) analisar o papel do marketing digital como ferramenta de empoderamento para mulheres empreendedoras, examinando como o conhecimento adquirido através da cartilha contribui para o aumento da visibilidade e alcance de público-alvo.

A justificativa para este tema reside na necessidade de proporcionar às mulheres empreendedoras ferramentas e conhecimentos específicos para que possam se destacar e prosperar no mundo dos negócios *online*. Diante da crescente presença feminina no empreendedorismo, é crucial oferecer suporte e orientação adequados, abordando estratégias de marketing digital adaptadas às suas necessidades e realidades. Através desta cartilha, espera-se capacitar e fortalecer as mulheres empreendedoras, permitindo que elas alcancem o sucesso e a independência financeira desejada.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

O propósito deste capítulo é fornecer o embasamento teórico que direciona a elaboração deste estudo. Esse referencial teórico aborda: empoderamento e empreendedorismo feminino, bem como o marketing digital, conceitos, importância, benefícios e impactos.

## 2.1 Empreendedorismo e empoderamento feminino

O empreendedorismo passou por uma significativa evolução ao longo dos anos. Inicialmente, era visto principalmente como a criação de novas empresas e o desenvolvimento de produtos inovadores. No entanto, com o tempo, percebeu-se que o empreendedorismo vai além disso. Hoje, envolve a capacidade de identificar oportunidades, adaptar-se às mudanças do mercado e implementar soluções criativas. O empreendedor vai além de ser apenas o criador de novas empresas, o construtor de negócios e o impulsionador do mercado. Ele desempenha um papel fundamental na economia, impulsionando mudanças e transformações, gerando novas ideias, empregos e talentos. Além disso, ele é ágil em identificar e aproveitar oportunidades inesperadas antes dos concorrentes (CHIAVENATO, 2004).

Segundo Dornelas (2021), o empreendedorismo é de fundamental importância na época atual, caracterizando-o como a era em que os empreendedores desempenham um papel primordial. Eles não apenas eliminam barreiras comerciais e culturais, mas também encurtam distâncias, promovem a globalização e introduzem inovações nos conceitos econômicos. Isso enfatiza a capacidade dos empreendedores de moldar a economia e a sociedade, impulsionando mudanças significativas. O empreendedorismo, nesse contexto, não é apenas um motor de crescimento econômico, mas também um agente de transformação social e cultural, refletindo a dinâmica e o impacto abrangente dessa abordagem na era contemporânea.

Para Rodrigues (2022), o empreendedorismo feminino vai além do surgimento de novas empresas, mas sim, da ascensão de mulheres líderes nos setores empresarial, político e institucional. No Brasil, há uma cultura machista que associa liderança ao homem, com características de controle e comando. No entanto, as transformações sociais e econômicas atuais requerem uma abordagem mais próxima, humana e materna por parte das empreendedoras e do empreendedorismo.

De acordo com Vitorino Melo (2022), a inserção das mulheres no mercado de trabalho tem sido um processo histórico em constante evolução. Eventos como a Revolução Francesa e a Revolução Industrial contribuíram para expandir seus direitos e oportunidades de emprego. Durante as Guerras Mundiais, a necessidade de mão de obra levou as mulheres a assumir papéis de provedoras de suas famílias, consolidando sua presença no mercado de trabalho.

O empreendedorismo feminino vai além do lucro, envolvendo empoderamento, visibilidade e compartilhamento de conhecimento. Negócios caseiros, como confeitaria e artesanato, também fazem parte disso. Todas as mulheres que lideram empreendimentos, grandes ou pequenos, são empreendedoras. As mulheres têm superado barreiras socioculturais e demonstrado excelência na gestão de diversos negócios, inspirando um ciclo virtuoso de empreendedorismo feminino (SEBRAE, 2019).

Desse modo, as mulheres têm progredido no empreendedorismo, superando desafios e conquistando espaços, graças a lutas por igualdade de gênero, acesso à educação e apoio feminino. A sociedade atual tem testemunhado o aumento da participação feminina no empreendedorismo, o que tem contribuído significativamente para sua presença no mercado de trabalho e para a busca de equilíbrio entre os gêneros. Essa atuação audaciosa das mulheres como empreendedoras visionárias permite que elas assumam diversos papéis e superem obstáculos, alcançando sua independência (DE ARAÚJO; FAHD; COSTA, 2022).

No ano de 2022, de acordo com os dados apresentados pela GEM 2022 (*Global Entrepreneurship Monitor*), que é reconhecida como a principal fonte de pesquisa em empreendedorismo a nível global e em colaboração com o Sebrae, podemos observar, na Figura 1, que os homens demonstraram um maior envolvimento na esfera empreendedora, registrando taxas mais elevadas de empreendedorismo em todas as fases. Por outro lado, as mulheres enfrentam desafios mais acentuados, com perdas mais substanciais no processo de criação e consolidação de seus negócios. Houve uma queda nas taxas de empreendedorismo nascente e novos na taxa de empreendedores iniciais (TEA) entre as mulheres, mas um aumento notável nas taxas de empreendedorismo emergente em ambos os sexos.



**Figura 1** - Taxas específicas e variações (em %), entre 2022 e 2021, dos empreendedores nascentes, novos e estabelecidos segundo o sexo - Brasil - 2021:2022

| Sexo       | Taxas 2022     |       |             |                     | Variações 2022/2021 (em %) |       |             |                     |
|------------|----------------|-------|-------------|---------------------|----------------------------|-------|-------------|---------------------|
|            | Iniciais (TEA) |       |             | Estabelecidos (EBO) | Iniciais (TEA)             |       |             | Estabelecidos (EBO) |
|            | Nascentes      | Novos | Total (TEA) |                     | Nascentes                  | Novos | Total (TEA) |                     |
| Taxa Geral | 7,5            | 12,6  | 20,0        | 10,4                | -26%                       | 14%   | -5%         | 4%                  |
| Masculino  | 8,5            | 14,7  | 23,0        | 14,2                | -21%                       | 15%   | -1%         | 1%                  |
| Feminino   | 6,6            | 10,6  | 17,2        | 6,8                 | -32%                       | 12%   | -8%         | 11%                 |

Fonte: GEM Brasil 2021 e 2022 (2022)

No que diz respeito ao empreendedorismo já estabelecido (EBO), as mulheres experimentaram um aumento notável de 11%, enquanto os homens registraram um aumento mais modesto de 1%. Embora a taxa global de empreendedorismo estabelecida permaneça inferior para as mulheres, a variação percentual entre elas foi notavelmente maior, evidenciando seus esforços na busca de uma participação mais expressiva nesse segmento.

Silva (2023), destaca a resiliência e determinação das mulheres empreendedoras, que apesar dos desafios que historicamente enfrentam, continuam a superar obstáculos diariamente. Essa perseverança tem resultado em um progresso notável, à medida que as mulheres assumem cada vez mais o controle de seus próprios negócios. Isso não apenas demonstra a capacidade e o potencial empreendedor das mulheres, mas também realça a importância de criar um ambiente de negócios inclusivo e igualitário, no qual o talento e a inovação feminina possam florescer, contribuindo para o crescimento econômico e o fortalecimento da diversidade no mundo empresarial.

De acordo com Vedana *et al.* (2022), empoderar as mulheres e diminuir as disparidades de gênero são dois objetivos fundamentais que devem orientar todas as políticas de desenvolvimento. Para respaldar essas políticas, é vital desenvolver e utilizar ferramentas que possam avaliar de maneira eficaz a influência, a capacidade de ação e a participação das mulheres em uma ampla variedade de setores sociais e econômicos.

## 2.2 Marketing digital

Para Faustino (2019), o campo do marketing está constantemente passando por transformações e adaptações à medida que a sociedade moderna e o mundo em geral evoluem. Com a introdução da tecnologia, o advento dos computadores e da Internet, e posteriormente dos smartphones, o marketing tem se ajustado ágil e continuamente para se alinhar com os novos canais de comunicação que emergem.

De acordo com Faustino (2019, p.1):

"Marketing digital" é uma expressão cada vez mais popular nos dias de hoje; no entanto, a sua popularização aconteceu somente no início do novo milênio, acompanhando a da Internet. O acesso à Internet criou rapidamente uma nova categoria de marketing, à qual chamamos digital, que é, nada mais, nada menos, do que a aplicação dos conceitos de marketing tradicionais aos meios digitais disponíveis hoje em dia.

Com o aumento do uso da internet, emerge uma nova abordagem para o marketing: o marketing digital. Essa estratégia permite alcançar um público vasto, com potencial de alcance virtualmente ilimitado para os itens promovidos. (DIAS; OLIVEIRA; DIAS, 2016).

Segundo Oliveira (2021), as redes sociais estão associadas à utilização da internet, a qual é acessível através de diversos dispositivos tecnológicos, como computadores, *tablets*, *laptops*, *smartphones*, entre outros. Devido à ampla aceitação da internet e ao aumento constante do uso das redes sociais, as empresas passaram a enxergar esse recurso como uma estratégia fundamental para estabelecer relacionamentos e obter feedback dos seus clientes, tornando-se uma valiosa ferramenta no âmbito do marketing.

Campos *et al.* (2021), enfatiza a influência das redes sociais como o principal meio de comunicação *online*, possibilita a construção de conexões e fomenta a interação entre as pessoas. Esse fenômeno é essencial para compreender a dinâmica do marketing digital, pois as redes sociais desempenham um papel fundamental nesse contexto, proporcionando às empresas a oportunidade de se envolverem diretamente com seu público-alvo, promovendo produtos e serviços e fortalecendo suas marcas por meio da interatividade *online*.

As mídias sociais desempenham um papel essencial na interseção entre *branding* e marketing digital, permitindo que as empresas construam sua identidade de marca, se envolvam com o público-alvo e alcancem resultados eficazes por meio de campanhas direcionadas e análises em tempo real. "A marca se aproxima do cliente para construir um vínculo realmente forte, que cria reais motivos para sua

existência, ultrapassando as necessidades do produto ou serviço.” (GONÇALVES, 2021 p.15)

De acordo com Barreto (2015), atualmente, é importante que as empresas cuidem de suas marcas, buscando estimular percepções, emoções e sentimentos positivos nos consumidores. Isso não apenas inspira confiança, um fator crucial na decisão de compra, mas também agrega valor à marca. Reconhecer a importância dos consumidores conectados, que representam uma parcela significativa de clientes em potencial, é essencial. Nesse contexto, as empresas devem dedicar esforços ao marketing digital, otimizando a divulgação de produtos/serviços *online* e fortalecendo a imagem e marca da empresa. Além disso, é fundamental destacar a relevância do branding, compreendido como um conjunto de práticas e técnicas que elevam a marca para além de sua natureza econômica.

Mendes, Silva e Costa (2019), com a ampla disponibilidade da internet, tanto pequenas quanto grandes empresas têm a oportunidade de realizar suas vendas *online*, alcançando um mercado global. Dessa forma, as plataformas digitais se tornam instrumentos eficazes para se aproximar do consumidor, especialmente por meio do *e-commerce* e do marketing digital.

Para Hanhu (2016) *et al.*, em uma era caracterizada pelo excesso de informações, as estratégias de marketing digital convencional não são mais suficientes para capturar a atenção da nova geração. É necessário algo mais profundo. Nesse contexto, o *storytelling* tem ganhado cada vez mais relevância no mercado, pois contar histórias sempre foi uma maneira eficaz de manter o interesse das pessoas. Ao contrário do marketing convencional, cujo foco era seduzir e persuadir o consumidor a comprar um produto, o marketing narrativo busca estabelecer um vínculo emocional com o cliente por meio de histórias envolventes. Quando essas narrativas são emocionantes e memoráveis, naturalmente o cliente sentirá o desejo de compartilhá-las com amigos por meio das redes sociais.

Desenvolver uma narrativa envolvente, por meio do *storytelling*, oferece à empresa a oportunidade de estabelecer uma conexão emocional com seu público, independentemente do setor em que atue. Essa narrativa, ao transmitir uma sensação de proximidade e empatia, contribui para construir confiança e lealdade entre os consumidores, além de elevar a reputação da marca. O *storytelling* possibilita a comunicação eficaz de valores e mensagens impactantes, simplificando conceitos complexos para torná-los mais acessíveis ao público. Essa abordagem

confere uma vantagem competitiva, destacando produtos, serviços ou a própria marca em meio à concorrência (CARNEIRO, 2023).

Marques (2022) destaca a importância da definição de uma estratégia digital como um requisito fundamental para qualquer negócio ou organização. Ressalta ainda que a ausência de uma estratégia clara deixa as decisões sem rumo, já que não se tem um objetivo bem definido. Isso evidencia a necessidade de planejar e estabelecer metas no contexto do marketing digital e da presença *online* de empresas, pois, sem uma direção clara, a eficácia das ações e o alcance de resultados desejados tornam-se incertos. Portanto, a estratégia digital desempenha um papel crucial na orientação das ações e na definição de objetivos bem definidos para o sucesso nos ambientes digitais.

De acordo com Maciel (2015), a era atual, caracterizada como a "Sociedade do Conhecimento", onde a disseminação de informações é constante e o conhecimento se torna um recurso crítico, surgem desafios significativos em relação ao empoderamento das mulheres. Nesse contexto, a Inclusão Digital das mulheres se revela uma poderosa ferramenta para fortalecer sua cidadania, combater a exclusão social e reduzir a pobreza.

Portanto, à luz das observações de Maciel (2015) sobre a atual "Sociedade do Conhecimento", na qual a disseminação incessante de informações e a valorização do conhecimento como recurso essencial apresentam desafios notáveis para o empoderamento feminino, a Inclusão Digital surge como uma ferramenta poderosa. Essa abordagem não apenas fortalece a cidadania das mulheres, mas também desempenha um papel crucial na luta contra a exclusão social e na redução da pobreza. Além disso, destaca-se o papel transformador do marketing digital como uma ferramenta adicional para o empoderamento feminino.

#### **4 METODOLOGIA**

A metodologia é crucial para garantir eficiência, qualidade e consistência nos resultados em uma pesquisa científica, pois guia a pesquisa de forma organizada, assegura a confiabilidade dos resultados e contribui para o avanço do conhecimento na área. Para Prodanov; Freitas (2013), A Metodologia é uma área de estudo que abrange a análise, compreensão e avaliação dos diferentes métodos disponíveis para realizar pesquisas acadêmicas. Em um contexto prático, a Metodologia

investiga, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que permitem coletar e processar informações com o objetivo de solucionar problemas e responder questões de investigação. Ela envolve a aplicação de procedimentos e técnicas específicas para construir conhecimento, validando sua utilidade e relevância em diversos campos da sociedade.. O Quadro 1 apresenta os aspectos gerais da pesquisa.

**Quadro 1- Aspectos gerais da Pesquisa**

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Tipo de Pesquisa</b>                | Descritiva  | Gil (2022)  |
| <b>Abordagem da Pesquisa</b>           | Qualitativa   | Rosa (2013)   |
| <b>Estratégia para Coleta de Dados</b> | Artigos científicos que apresentam estudos relacionados à temática                        | Foi realizado um levantamento no Google Acadêmico dos últimos quatro anos no período de outubro de 2023 a novembro de 2023. |
| <b>Análise dos Dados</b>               | Análise documental dos artigos científicos que apresentam estudos relacionados à temática | Foi efetuada uma análise detalhada e comparativa dos artigos escolhidos.  |

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

Em relação à metodologia adotada no presente estudo, a pesquisa se classifica como qualitativa. Para Rosa (2013), a pesquisa qualitativa não busca por generalizações imediatas de resultados. Esse tipo de pesquisa concentra-se na exploração das razões subjacentes aos eventos observados e nas relações que influenciam o comportamento de grupos ou indivíduos específicos. No aspecto metodológico, a pesquisa qualitativa busca empregar ferramentas que priorizem a qualidade da observação, comumente aprofundando-se no estudo de um número limitado de casos para identificar padrões ou características comuns. Sua aplicação é especialmente relevante para questões não mensuráveis ou quando se busca desenvolver um modelo explicativo, distinguindo-se das abordagens quantitativas.

Quanto à natureza, pode ser classificada como pesquisa básica. Para Gerhardt e Silveira (2009, p. 34), esse tipo de pesquisa “objetiva gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da Ciência, sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais.”. Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva. Gil (2002) afirma que o principal propósito das pesquisas descritivas é fornecer uma descrição das características de uma determinada população ou fenômeno, além de estabelecer relações entre variáveis.

Esses estudos são caracterizados pelo uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, como questionários e observação sistemática. Essa abordagem é aplicável a diversos temas e contextos, abrangendo uma ampla gama de investigações.

A coleta de dados foi fundamentada nos estudos descritos na seção 4.1, possibilitando a obtenção e análise de informações contidas nessas pesquisas. Para isso, foi realizado um levantamento no Google Acadêmico no intervalo de outubro de 2023 a novembro de 2023, com artigos publicados nos últimos quatro anos, utilizando o descritor "Marketing digital como ferramenta de empoderamento para mulheres empreendedoras" e tendo como palavras-chave Empreendedorismo; Empoderamento Feminino; Marketing Digital; Cartilha.

Este estudo realizou uma análise documental dos estudos relacionados, conforme detalhado na seção 4.1. Foi conduzida uma análise minuciosa e uma comparação entre esses estudos, examinando seus objetivos, metodologia e resultados. A partir dessa análise, elaborou-se uma cartilha destinada ao marketing digital personalizada para mulheres empreendedoras.

## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **4.1 Análise dos trabalhos relacionados**

Nesta parte, são abordados estudos pertinentes ao artigo atual. A pesquisa por trabalhos foi realizada no Google Acadêmico, utilizou critérios específicos, tais como palavras-chave como "Empreendedorismo", "Empoderamento Feminino", "Marketing Digital" e "Cartilha". Adicionalmente, foram considerados critérios como a seleção de estudos publicados recentemente (nos últimos quatro anos) e uma análise criteriosa dos títulos e resumos dos resultados. Após esta avaliação, foram identificados e destacados no Quadro 2 os estudos relacionados que atendem aos critérios estabelecidos.

**Quadro 2** - Estudos relacionados com a temática

| <b>Título do Artigo</b>   | <b>Ano de publicação</b> | <b>Autores</b>               |
|---|--------------------------|------------------------------|
| Desafios ao empreendedorismo feminino no ramo de consultoria em marketing digital com foco nas redes sociais.       | 2020                     | Bispo; Satiro; Santos (2020) |
| Marketing digital na perspectiva do empreendedorismo feminino em Sergipe.   | 2021                     | Josué et al. (2021)          |
| Empreendedorismo digital feminino e os processos envolvidos na criação de infoprodutos.                             | 2021                     | Costa (2021)                 |
| O crescimento e o impacto do empreendedorismo feminino na cidade de São Benedito - CE através do marketing digital. | 2022                     | Lima (2022)                  |

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

No estudo elaborado por Bispo, Satiro e Santos (2020), teve como objetivo examinar os principais obstáculos que representam desafios para o empreendedorismo feminino no setor de consultoria em marketing digital, especialmente com ênfase nas redes sociais. E com isso oferecer uma compreensão mais nítida da jornada a ser empreendida, promovendo o aprimoramento de habilidades que fortalecem e expandem a rede de apoio.

A abordagem metodológica adotada por Bispo, Satiro e Santos (2020), consistiu em uma pesquisa exploratória, empregando entrevistas com questionários abertos para a coleta de dados. A metodologia adotada envolve o modelo de pesquisa de campo, visando esclarecer as principais dúvidas relacionadas ao tema e promover uma análise mais aprofundada do caso em estudo.

Analisando os resultados obtidos por Bispo, Satiro e Santos (2020), conclui-se que a pesquisa destaca o preconceito como o principal desafio para muitas mulheres, gerando uma sensação de incapacidade, influenciado desde a infância. Esse obstáculo, proveniente não apenas dos homens, mas também de outras mulheres, é contraposto pelo ambiente digital, que proporciona voz, coragem e acesso à informação para empreender. As redes sociais ampliam o alcance, permitindo superar barreiras. Apesar das dificuldades, as mulheres avançam, compartilham experiências e conhecimentos, contribuindo não apenas profissionalmente, mas também no desenvolvimento pessoal e autoconhecimento.

A pesquisa efetuada por Josué *et al.* (2021), teve como objetivo analisar as principais estratégias de marketing digital adotadas por empreendedoras do ramo de vestuário em Sergipe. No contexto, destaca-se a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) pelas empresas, considerando o avanço das mídias sociais. Visando promover um novo modelo de conexão entre os negócios e seus clientes.

A estratégia metodológica empregada por Josué *et al.* (2021) consiste em uma abordagem quantiqualitativa, utilizando a metodologia de pesquisa exploratória e descritiva. A coleta dos dados ocorreu por meio de um questionário *online*. Os dados quantitativos foram analisados com o auxílio de um software, permitindo a elaboração de gráficos e tabelas adicionais para facilitar a compreensão e análise.

Analisados os resultados obtidos por Josué *et al.* (2021), a pesquisa destaca o papel das mulheres empreendedoras em Sergipe no contexto do empreendedorismo feminino, especialmente ao adotar estratégias de marketing digital. A satisfação e dedicação das mulheres aos seus negócios, juntamente com a crescente importância do marketing digital para o país, evidenciam a necessidade contínua de fortalecer as habilidades empreendedoras femininas. Também enfatiza a relevância das mídias digitais, como Facebook, Instagram e WhatsApp, para a interação com clientes e a promoção de negócios *online*. Além disso, destaca a importância da realização de pesquisas de mercado antes de iniciar um negócio *online*, visando decisões informadas e melhorias contínuas.

A pesquisa conduzida por Costa (2021), tem como propósito analisar os processos singulares das mulheres no contexto da criação de infoprodutos. A investigação sobre o trabalho de três empreendedoras digitais possibilitou a identificação de pontos comuns em suas abordagens, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada desse cenário empreendedor específico. Essa análise detalhada fornece valiosas percepções sobre as dinâmicas envolvidas e destaca áreas de convergência que podem ser relevantes para futuras explorações no campo do empreendedorismo digital feminino.

A abordagem metodológica empregada por Costa (2021) neste estudo foi a pesquisa bibliográfica, utilizada para aprofundar o entendimento de tópicos relevantes por meio de fontes externas, como livros, matérias e artigos. A coleta de dados para a análise dos processos na criação de infoprodutos foi conduzida por meio de uma pesquisa qualitativa com três empresárias digitais. Essas mulheres



foram selecionadas para responder a perguntas específicas sobre seus trabalhos, proporcionando perspectivas tanto de empreendedoras com produtos lançados quanto daquelas em estágio inicial de desenvolvimento. O questionário foi distribuído por meio da ferramenta *Google Forms* e divulgado nas redes sociais entre os dias 11 e 14 de abril de 2020.

Considerados os resultados obtidos por Costa (2021), eles revelam que certos elementos, como a definição de processos, a atenta escuta à audiência, a organização e a criação intencional, são frequentes nas trajetórias das criadoras. A internet, o marketing digital e, especificamente, a criação e venda de infoprodutos, têm proporcionado às mulheres a oportunidade de transformar seu conhecimento e sua voz em fonte de renda, construção de autoridade e conquista da liberdade para alcançar o estilo de vida desejado. É essencial oferecer apoio de diversas maneiras a todas as mulheres que têm a coragem de empreender, desejando que essa possibilidade seja acessível a todas.

O trabalho realizado por Lima (2022), teve como objetivo principal examinar o impacto gerado pelos recentes empreendimentos femininos que buscam qualidade e excelência na gestão, inovando na abordagem administrativa de seus negócios. Os objetivos específicos delineados incluem identificar dados que evidenciem a qualidade e o crescimento dos serviços prestados por mulheres em seus empreendimentos na cidade de São Benedito; compreender as razões que levaram essas mulheres a deixarem de ser colaboradoras em outras empresas para assumirem a administração de seus próprios negócios; e apontar possíveis desafios encontrados ao estabelecer essas novas empresas.

A metodologia utilizada por Lima (2022), trata-se de um estudo de natureza exploratória e descritiva, incorporando abordagens tanto quantitativas quanto qualitativas. A metodologia escolhida em seu trabalho fundamentou-se em pesquisa bibliográfica sobre o tema, apoiada na leitura de artigos acadêmicos e blogs especializados em Marketing e Empreendedorismo. Buscando enriquecer o tema, foram exploradas informações que destacam o impacto do tema ao longo da história. O questionário utilizado para coletar essas informações incluiu perguntas destinadas a aprofundar a compreensão sobre o início da jornada empreendedora de cada mulher entrevistada.

Ao analisar os resultados apresentados por Lima (2022), conclui-se que, apesar das dificuldades relacionadas ao sexo, idade e preconceito, a mulher busca

destacar-se ao sair da zona de conforto em busca de independência e reconhecimento. Sua dedicação e valor agregado a cada projeto refletem-se no crescimento feminino em diversos setores, impulsionado por criatividade e intuição. No entanto, a pesquisa enfrentou desafios ao abordar o papel da mulher como empreendedora, devido à falta de registros suficientes para uma elaboração mais detalhada sobre sua atuação no mercado. Mesmo ao longo de décadas, o preconceito persiste como uma barreira, limitando a expansão das mulheres como líderes de seus próprios negócios.

As informações provenientes das pesquisas apresentadas desempenharam um papel crucial e influenciaram diretamente na principal finalidade desta pesquisa. A proposta central visa desenvolver uma cartilha, destinada a oferecer orientação às mulheres empreendedoras. O foco agora reside em fornecer conhecimentos essenciais sobre marketing digital e empoderamento feminino, buscando capacitá-las para decisões conscientes, e aplicações relevantes.

Os estudos mencionados anteriormente compartilham semelhanças, focalizando o objetivo comum do impacto do marketing digital em empreendimentos femininos. Ambos utilizaram abordagens exploratórias, descritivas, qualitativas e quali-quantitativas, resultando em diagnósticos convergentes. Os resultados das análises realizadas nos estudos relacionados, destacam desafios enfrentados por mulheres, como preconceito e falta de registros detalhados sobre suas atuações no mercado. Apesar disso, observa-se a determinação e dedicação das mulheres empreendedoras, evidenciadas por seu crescimento em diversos setores impulsionado por criatividade e intuição.

O cenário digital se apresenta como um aliado essencial, oferece voz, coragem e acesso à informação, superando obstáculos. O marketing digital, especialmente nas redes sociais, é reconhecido como uma ferramenta indispensável para o empoderamento feminino, possibilitando a conversão de conhecimento em renda, a construção de autoridade e a conquista da liberdade desejada. No entanto, para manter esse progresso, é crucial que as mulheres empreendedoras contem com uma rede de apoio. Nesse contexto, o marketing digital se destaca como uma ferramenta vital para o empoderamento feminino, proporciona voz, facilita o acesso a informações e fomenta a troca de conhecimentos entre as mulheres empreendedoras para aprimorar seus negócios.

## 4.2 Cartilha de marketing digital para mulheres empreendedoras

Com base na análise dos resultados obtidos nos estudos conduzidos, foi possível criar a cartilha "Empoderamento Feminino: Conquistando Seu Espaço no Empreendedorismo por Meio do Marketing Digital". A elaboração da cartilha ocorreu por meio da plataforma *online* de *design* e comunicação visual Canva, com a assistência de inteligência artificial para a criação do conteúdo.

A cartilha se propõe a ser uma guia abrangente, oferecendo diretrizes práticas e fontes de inspiração para mulheres empreendedoras em diferentes áreas. Começando com uma calorosa recepção e uma breve explanação sobre a relevância do empoderamento feminino, conforme aponta Vedana *et al.* (2022), empoderar mulheres e reduzir desigualdades de gênero são metas essenciais nas políticas de desenvolvimento, exigindo ferramentas eficazes para avaliar sua influência em diversos setores e alcançar sociedades mais equitativas, com isso a cartilha aborda temas cruciais. A Figura 2 apresenta a capa da cartilha. O conteúdo completo pode ser acessado no Apêndice.

**Figura 2** - Capa da cartilha de Empoderamento feminino



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

O primeiro capítulo enfoca o branding pessoal e profissional, destacando o conceito e fornecendo exemplos inspiradores de mulheres que construíram marcas fortes. Como menciona Barreto (2015), destacar uma identidade única é crucial para diferenciar a marca, inspirar confiança, atrair consumidores conectados e fortalecer a reputação, incluindo práticas de branding.

Em seguida, a cartilha explora o impacto das redes sociais no empreendedorismo feminino, oferecendo orientações para criar uma presença *online* marcante e compartilhando histórias inspiradoras de mulheres que impulsionaram

seus negócios através dessas plataformas, pois de acordo com Gonçalves (2021), as redes sociais permite criar uma identidade de marca, interagir com o público e obter resultados eficazes por meio de campanhas direcionadas e análises em tempo real. Essa abordagem cria vínculos significativos, indo além das necessidades do produto ou serviço.

O terceiro capítulo aborda o potencial do comércio eletrônico para empreendedoras, que à luz das observações de Mendes; Silva; Costa (2019), através do e-commerce as empresas têm a oportunidade de realizar suas vendas *online*, alcançando um mercado global, as plataformas digitais se tornam instrumentos eficazes para se aproximar do consumidor, especialmente por meio do e-commerce e do marketing digital, com isso, a cartilha apresenta passos práticos e estudos de caso de mulheres bem-sucedidas no ambiente virtual.

Já o quarto capítulo destaca a importância do *storytelling*, que para Carneiro (2023), o *storytelling* eficaz é essencial para estabelecer uma conexão emocional com o público, construindo confiança e lealdade à marca. Transmitindo valores de forma impactante, essa estratégia confere uma vantagem competitiva, destacando a empresa em meio à concorrência, tornando a mensagem mais acessível ao público-alvo, dessa forma a cartilha apresenta a arte de contar histórias como uma ferramenta poderosa de empoderamento. Além disso, a cartilha oferece *insights* sobre o equilíbrio entre vida pessoal e profissional, reconhecendo os desafios enfrentados pelas empreendedoras.

No quinto capítulo, ressalta a importância de construir uma rede de apoio, conforme apontado por Costa (2021), o marketing digital serve como aliado para que as mulheres criem uma rede de apoio para encorajar outras mulheres, conectando-se com outras mulheres empreendedoras e oferecendo recursos e organizações que oferecem suporte no empreendedorismo feminino. No sexto capítulo, são apresentadas dicas e plataformas digitais relevantes para auxiliar na implementação prática dessas estratégias. Ao finalizar, o capítulo de conclusão recapitula os pontos-chave e motiva as leitoras a prosseguirem com determinação na busca de seus objetivos.

### **4.3 Análise do papel do marketing digital como ferramenta de empoderamento para mulheres empreendedoras**

O marketing digital desempenha um papel fundamental como ferramenta de empoderamento para mulheres empreendedoras, oferecendo uma plataforma abrangente para aumentar a visibilidade e alcançar o público-alvo (MARQUES, 2022). A cartilha de Empoderamento Feminino destaca estratégias específicas nesse contexto, proporcionando conhecimento valioso que pode transformar a forma como as empreendedoras abordam a promoção de seus negócios

Compreendendo os princípios do *branding*, conforme apontado por Barreto (2015), as empreendedoras aprendem a destacar sua identidade e valores *online*, utilizando estratégias de marketing digital, como redes sociais e conteúdo autêntico, para ampliar sua visibilidade e se conectar significativamente com o público. Quanto ao comércio eletrônico, como mencionado por Mendes, Silva e Costa (2019), explora como o marketing digital impulsiona negócios *online*, fornece diretrizes práticas e estudos de caso que evidenciam o sucesso de mulheres empreendedoras, expandindo suas marcas globalmente. O *storytelling*, abordado na cartilha, destaca-se como uma ferramenta poderosa no marketing digital, permitindo que empreendedoras estabeleçam conexões emocionais com seu público por meio de narrativas autênticas, consolida marcas e constrói relacionamentos duradouros (HANHU *et al.*, 2016).

Ademais, a cartilha reconhece a importância das redes sociais no contexto do empreendedorismo feminino, oferecendo dicas para criar uma presença *online* impactante. O entendimento dessas estratégias permite que as empreendedoras utilizem eficazmente as redes sociais como canais de marketing, promovendo seus produtos ou serviços e fortalecendo sua influência (CAMPOS *et al.*, 2021).

Entretanto, a aplicação prática do conhecimento adquirido por meio da cartilha capacita as mulheres empreendedoras a não apenas competirem no cenário digital, mas a se destacarem e prosperarem. Ao incorporar as estratégias de marketing digital destacadas na cartilha, as empreendedoras podem impulsionar sua visibilidade, expandir seus negócios e, ainda, alcançar um novo patamar de empoderamento.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta da cartilha de marketing digital personalizada para mulheres empreendedoras visa abordar os desafios enfrentados por elas, destacar sua determinação e dedicação, reconhecer o ambiente digital como um aliado e ressaltar o marketing digital como uma ferramenta crucial para o empoderamento feminino. A iniciativa oferece orientações práticas e estratégias específicas para fortalecer as habilidades empreendedoras femininas. A análise de artigos científicos e Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC), juntamente com a sugestão de diretrizes adicionais sobre o empoderamento feminino por meio do marketing digital, reforçam o compromisso de contribuição para o avanço das mulheres no cenário empreendedor. Essa iniciativa não apenas aumenta a visibilidade e o alcance do público-alvo, mas também contribui para o desenvolvimento pessoal e profissional das empreendedoras, incentivando-as a superar desafios e alcançar seus objetivos.

O artigo apresentou uma proposta de cartilha de marketing digital personalizada, direcionada especificamente para mulheres empreendedoras. Seus objetivos incluem identificar as necessidades e desafios específicos enfrentados por essas mulheres no contexto do marketing digital, desenvolver uma cartilha que ofereça orientações práticas e estratégias personalizadas abordando temas como *branding*, redes sociais, *e-commerce* e *storytelling*. Além disso, o artigo busca analisar o papel do marketing digital como ferramenta de empoderamento para mulheres empreendedoras, analisando como o conhecimento adquirido através da cartilha contribui para o aumento da visibilidade e alcance do público-alvo.

A análise dos artigos destacou os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras, evidenciando que o marketing pode ser uma ferramenta encorajadora para superar obstáculos, atrair públicos-alvo e transformar conhecimento em fonte de renda, além de criar uma rede de apoio entre as mulheres. O trabalho propõe futuras pesquisas para avaliar o impacto real da cartilha no empoderamento de mulheres empreendedoras, por meio de entrevistas, pesquisas de satisfação e análise de desempenho de negócios após a implementação. Como também, investigar como a cartilha pode ser adaptada cultural e regionalmente para atender a diferentes contextos, considerando variações culturais, econômicas e sociais. Conclui-se que a cartilha e os estudos apresentados são recursos valiosos para as empreendedoras, oferecendo conhecimentos sobre

empreendedorismo e empoderamento feminino através do marketing digital em diversas plataformas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Magda et al. Marketing digital como estratégia de branding. **Journal of Exact Sciences**, v. 5, n. 1, 2015.

BISPO, Iara Cristiana Rocha; SATIRO, Ingrid Porto; SANTOS, Roberta Feliciano dos. **Desafios ao empreendedorismo feminino no ramo de consultoria em marketing digital com foco nas redes sociais**. 2020.

CAMPOS, Alyce Cardoso et al. Marketing digital em tempos de crise. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 18, n. 3, p. 102-130, 2021.

CARNEIRO, Beatriz de Magalhães Gaspar. O Poder do *Storytelling* no Marketing. **The Trends Hub**, n. 3, 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. Editora Manole, 2004.

COSTA, Amanda Menezes Pereira. **Empreendedorismo digital feminino e os processos envolvidos na criação de Infoprodutos**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

DE ARAÚJO, Alcione Lino; FAHD, Plínio Gonçalves; COSTA, Simone Pinheiro. **Empreendedorismo feminino: o empoderamento da mulher no mercado de trabalho na cidade de Santa Inês-MA**. 2022.

DIAS, James L.; OLIVEIRA, Rafael S.; DIAS, Maria da L. O.. **Capacitação de mulheres com empreendimentos econômicos solidários para uso das redes sociais no âmbito do marketing digital**. In: Anais dos Workshops do Congresso Brasileiro de Informática na Educação. 2016.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 8a. edição. Empreende Editora, 2021.

FAUSTINO, Paulo. **Marketing Digital na Prática: como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos**. DVS Editora, 2019.

GEM Brasil. **Relatório Executivo 2022-2023**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf>. Acesso em: 29 de outubro de 2023.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Karoline Bezerra. **Branding como diferencial estratégico para pequenas empreendedoras de vestuário da feira da Messejana**. 2021.



HANHU, Edson Yoshio et al. *Storytelling* e sua importância como ferramenta de marketing. **Destarte**, v. 6, n. 1, p. 126-148, 2016.

JOSUÉ, Erica Kalen et al. Marketing Digital na Perspectiva do Empreendedorismo Feminino em Sergipe. **Revista Formadores**, v. 14, n. 1, p. 83-101, 2021.

LIMA, Nadia Alves. O crescimento e o impacto do empreendedorismo feminino na cidade de São Benedito-CE através do marketing digital. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 10, n. 2, p. 62-76, 2022.

MACIEL, Ariane Durce. **O lugar das mulheres: Gênero e inclusão digital**. P2P e Inovação, v. 2, n. 1, p. 66-85, 2015.

MARQUES, Vasco. **Marketing Digital de A a Z**. Digital 360, 2022.

MENDES, Guilherme Caetano; SILVA, Jânio Fernando Rodrigues; Costa, Simone Teles da Silva. **A relevância do e-commerce e do marketing digital para as empresas**. 2019.

OLIVEIRA, Karynny Sousa de. **Empreendedorismo Feminino na Era do Marketing Digital: A Utilização das Redes Sociais em Palmas-TO**. 2021.

PINTO, Hanna Victória Assante et al. **Relações Públicas e Marketing Digital: análise das estratégias utilizadas pela FOP Company e Reformando Camiseteria no Instagram**. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

REIS, Brizza Danielle Silva et al. Empreendedorismo feminino: o lugar da mulher é onde ela quiser. **Ideias e Inovação - Lato Sensu**, v. 5, n. 3, p. 97, 2020. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/ideiaseinovacao/article/view/8909>. Acesso em: 18 de outubro de 2023.

RODRIGUES, Fernanda Cristina Camargo. **Empreendedorismo feminino: um mecanismo em busca da igualdade de gênero e autonomia econômica da mulher**, 2022.

ROSA, Ana Maria Almeida. **Uma introdução à pesquisa qualitativa em ensino de ciências**. Campo Grande: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Empreendedorismo feminino como tendência de negócios**. Sebrae/BA. 2019. Disponível em: [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo\\_feminino\\_como\\_tend%C3%Aancia\\_de\\_neg%C3%B3cios.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf). Acesso em: 31 de outubro de 2023.

SILVA, Karyna Mariana da. **Empreendedorismo feminino: estudo de caso na cidade de Lorena**, 2023.

VEDANA, Roberta et al. Empoderamento feminino na agricultura: um estudo na Lar Cooperativa Agroindustrial (Paraná). **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 61, p. e237944, 2022.

VITORINO MELO, Michele Cristina. **A evolução do mercado de trabalho feminino para o empreendedorismo**. 2022.

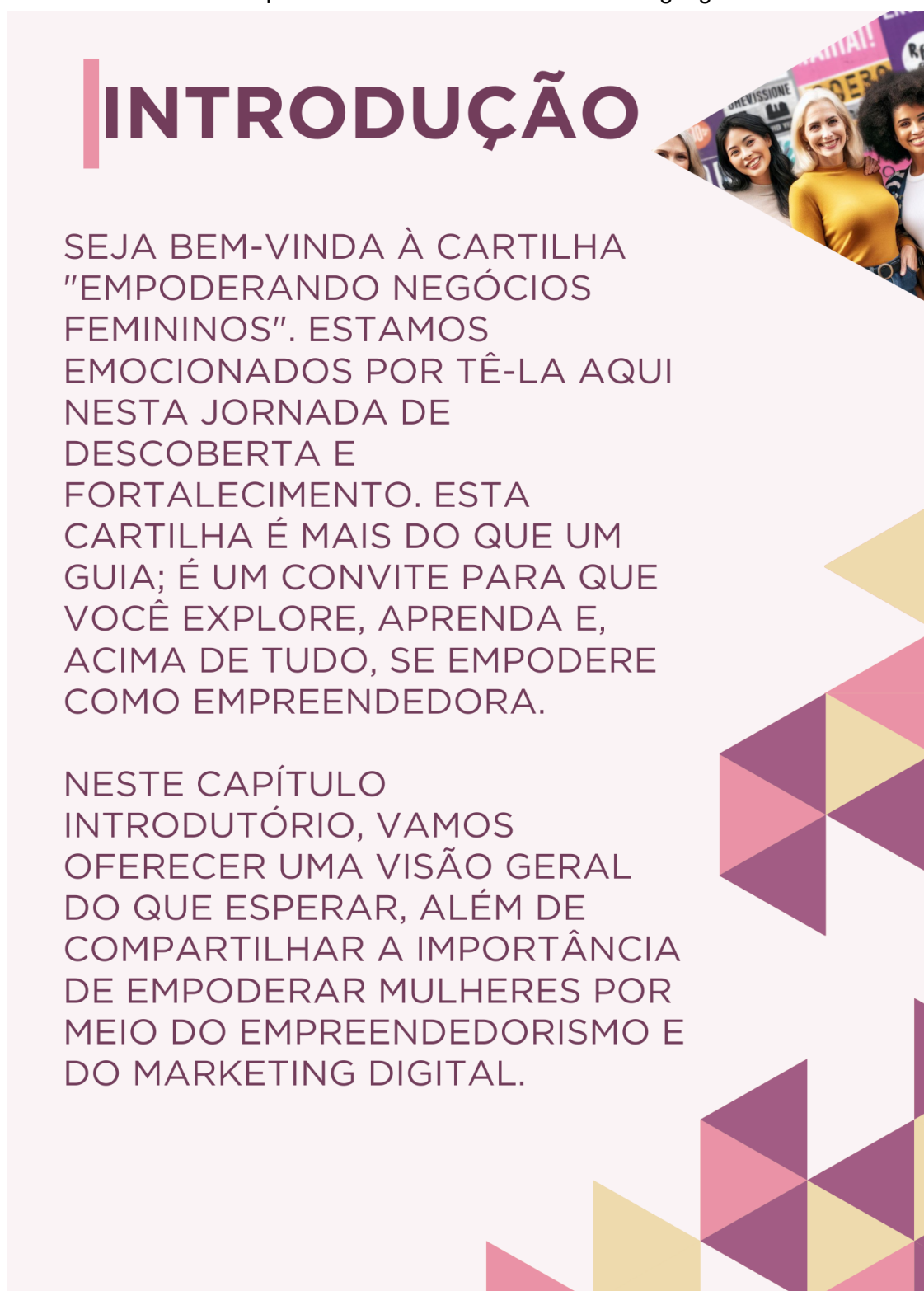
## APÊNDICES

**Figura 3** - Capa da cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Figura 4** - Introdução - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital



# INTRODUÇÃO

SEJA BEM-VINDA À CARTILHA "EMPODERANDO NEGÓCIOS FEMININOS". ESTAMOS EMOCIONADOS POR TÊ-LA AQUI NESTA JORNADA DE DESCOBERTA E FORTALECIMENTO. ESTA CARTILHA É MAIS DO QUE UM GUIA; É UM CONVITE PARA QUE VOCÊ EXPLORE, APRENDA E, ACIMA DE TUDO, SE EMPODERE COMO EMPREENDEDORA.

NESTE CAPÍTULO INTRODUTÓRIO, VAMOS OFERECER UMA VISÃO GERAL DO QUE ESPERAR, ALÉM DE COMPARTILHAR A IMPORTÂNCIA DE EMPODERAR MULHERES POR MEIO DO EMPREENDEDORISMO E DO MARKETING DIGITAL.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Figura 5** - Contextualização - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital

## **BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A IMPORTÂNCIA DO EMPODERAMENTO FEMININO**


O empoderamento feminino é mais do que uma expressão da moda; é um movimento poderoso que redefine os papéis das mulheres na sociedade. Ao longo dos anos, testemunhamos mulheres incríveis desafiando normas, construindo negócios notáveis e inspirando outras a seguirem seus passos.

No contexto empreendedor, o empoderamento feminino é a chama que impulsiona o crescimento de negócios liderados por mulheres. É a crença de que cada mulher possui habilidades únicas e uma voz valiosa que merece ser ouvida. Este é o cerne da nossa cartilha - capacitar você a alavancar suas habilidades, construir sua marca e prosperar no universo do empreendedorismo.

Ao longo deste guia, mergulharemos no mundo do marketing digital, explorando estratégias personalizadas para destacar o seu negócio. Estamos comprometidos em equipá-la com as ferramentas necessárias para consolidar sua presença online, conectando-se com seu público-alvo e transformando ideias em resultados tangíveis.

Vamos, juntas, desbravar os caminhos do empreendedorismo e construir um futuro em que cada mulher seja a arquiteta do seu próprio sucesso. Este é o seu momento, e estamos aqui para apoiá-la a cada passo.

Vamos juntas construir um futuro onde cada mulher seja a arquiteta do seu sucesso.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Figura 6** - Branding - Você é a marca - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital

## 1) Branding

### Você é a Marca



◆ —————

### O que é Branding?

No mundo dos negócios, sua marca pessoal é uma ferramenta poderosa. O branding não se trata apenas de logotipos e cores; é sobre contar a história única que é você.

Branding é a arte de criar uma identidade única que reflete quem você é e o que você representa. Vamos explorar como aplicar essa poderosa ferramenta em sua jornada empreendedora.

★ —————

### Aplicando Branding em Sua Vida Pessoal e Profissional

Aplique os princípios do branding à sua marca pessoal e ao seu negócio. Como você quer ser percebida? Qual mensagem deseja transmitir? Descubra como moldar esses elementos para criar uma presença forte no mercado.

★ —————

### Exemplos Inspiradores

Luiza Trajano, fundadora do Magazine Luiza, iniciou sua trajetória no varejo familiar em 1957. Em 1991, assumiu a presidência do Magazine Luiza, transformando a empresa em uma potência varejista no Brasil. Luiza adotou estratégias inovadoras, como a entrada pioneira no e-commerce. Sob sua liderança, a empresa prosperou, destacando-se não apenas nos negócios, mas também na promoção da diversidade e igualdade de gênero. Sua história inspiradora ilustra como o empoderamento feminino pode impulsionar o sucesso empresarial e contribuir para uma sociedade mais justa.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Figura 7 - Uso das redes sociais - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital**

## 2) Redes Sociais

# Redes Sociais

## CONSTRUINDO COMUNIDADES FORTES

**IMPORTÂNCIA DAS REDES SOCIAIS PARA O EMPREENDEDORISMO FEMININO.**

As redes sociais são essenciais para o empreendedorismo feminino, oferecendo um espaço global para mulheres promoverem seus negócios, compartilharem histórias autênticas e construir comunidades envolventes. Além de canais de marketing, essas plataformas possibilitam expressão autêntica e fortalecimento da presença online, contribuindo para o crescimento do empreendedorismo liderado por mulheres.

**HISTÓRIA INSPIRADORA**

Jade Picon iniciou no YouTube, destacando-se em moda e beleza. Ao explorar as redes sociais, especialmente o Instagram, construiu uma forte presença entre os jovens. Além de conteúdo, diversificou seus negócios, lançando produtos de beleza e moda. Jade utiliza as redes sociais para promover sua marca e parcerias, evidenciando o impacto dessas plataformas no empreendedorismo feminino.



**DICAS PARA CRIAR UMA PRESEÇA ONLINE IMPACTANTE E IMPULSIONAR O NEGÓCIO**

- **Conheça Seu Público:** Entenda as necessidades do seu público para criar conteúdo relevante.
- **Consistência Visual e de Conteúdo:** Mantenha uma identidade visual e publique regularmente.
- **Engajamento:** Responda aos comentários e interaja para construir relacionamentos.
- **Conteúdo Autêntico:** Compartilhe histórias pessoais para criar conexões genuínas.
- **Utilize Diferentes Formatos:** Explore fotos, vídeos e stories para diversificar.
- **Promova Colaborações:** Parcerias ampliam sua visibilidade.
- **Promoções e Descontos:** Ofereça vantagens exclusivas para engajar sua audiência.
- **Hashtags Relevantes:** Use hashtags relacionadas ao seu nicho.
- **Participe de Conversas:** Contribua em grupos relacionados ao seu setor.
- **Avalie Métricas:** Monitore o desempenho e ajuste a estratégia conforme necessário.

**Figura 8 - E-commerce e sua aplicação - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital**

### 3) E-commerce

# E-commerce SUA LOJA, SEU ESPAÇO

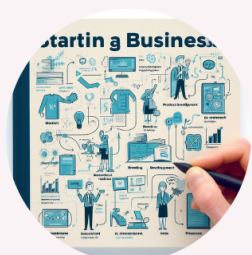
## EXPLORAÇÃO DO POTENCIAL DO COMÉRCIO ELETRÔNICO PARA MULHERES EMPREENDEDORAS.



Explorar o potencial do comércio eletrônico para mulheres empreendedoras significa aproveitar as oportunidades online para expandir seus negócios globalmente. O e-commerce proporciona uma vitrine virtual acessível, permitindo que as empreendedoras construam marcas exclusivas, personalizem a experiência do cliente e otimizem operações para o sucesso no ambiente digital.

## PASSOS PRÁTICOS PARA INICIAR UM NEGÓCIO ONLINE.

1. **Escolha um Nicho:** Identifique um nicho de mercado e conheça seu público.
2. **Registro Legal:** Realize os procedimentos legais necessários.
3. **Crie uma Marca:** Desenvolva uma identidade visual única.
3. **Escolha uma Plataforma:** Opte por uma plataforma de e-commerce.
4. **Gestão Eficiente:** Implemente sistemas para estoque e logística.
5. **Pagamentos Seguros:** Configure métodos de pagamento confiáveis.
6. **Marketing Digital:** Utilize estratégias online para promover a loja.
6. **Atendimento ao Cliente:** Ofereça suporte eficiente.
7. **Avaliação Contínua:** Analise o desempenho e ajuste estratégias conforme necessário.



## ESTUDOS DE CASO DE MULHERES QUE PROSPERARAM NO AMBIENTE VIRTUAL.

Ana, uma maquiadora talentosa, decidiu expandir seu negócio para o ambiente virtual. Criou tutoriais de maquiagem no YouTube e compartilhou dicas no Instagram. Com a crescente demanda, lançou sua própria linha de produtos de beleza. Utilizando o e-commerce, Ana construiu uma marca reconhecida, alcançando consumidores em diferentes partes do mundo. Sua jornada ilustra como o comércio eletrônico pode transformar paixões em empreendimentos bem-sucedidos no contexto do empreendedorismo feminino.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)



**Figura 9 - Storytelling, sua história, sua força - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital**


## 4) Storytelling

### STORYTELLING - SUA HISTÓRIA, SUA FORÇA

Storytelling é a prática de contar histórias de forma envolvente e persuasiva. No contexto do marketing e do empreendedorismo, o storytelling é uma técnica utilizada para comunicar mensagens, valores e informações por meio de narrativas cativantes. Ao contar histórias, seja sobre a origem de um negócio, as experiências de uma empreendedora ou os benefícios de um produto, busca-se criar uma conexão emocional com o público-alvo, tornando a mensagem mais memorável e impactante. O storytelling é uma ferramenta poderosa para transmitir a identidade de uma marca, inspirar confiança e engajar os consumidores.

**Como transformar desafios em narrativas de sucesso.**

Transformar desafios em histórias de sucesso significa compartilhar experiências difíceis superadas com resiliência, destacando crescimento pessoal e profissional. Inspirar outras mulheres a enfrentarem obstáculos, mostrando que as dificuldades são oportunidades de aprendizado e fortalecimento. Ao compartilhar narrativas de superação, cria-se empatia e encorajamento, contribuindo para uma cultura de apoio no empreendedorismo feminino.



**Equilíbrio entre vida pessoal e profissional**

Equilibrar vida pessoal e profissional é essencial para o bem-estar e sucesso no empreendedorismo feminino. Significa estabelecer limites claros, definir prioridades e gerenciar o tempo de forma eficaz. O equilíbrio permite que mulheres empreendedoras alcancem seus objetivos profissionais sem comprometer aspectos cruciais de suas vidas pessoais, como família, saúde e lazer. Destacar estratégias práticas para manter esse equilíbrio, como a delegação de tarefas, definição de horários e práticas de autocuidado, é fundamental para promover uma abordagem saudável ao empreendedorismo.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Figura 10** - Construindo uma rede de apoio - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital

## 5) Construindo uma Rede de Apoio

# Construindo uma Rede de Apoio

É muito importante que as empreendedoras estabeleçam conexões significativas com outras mulheres empreendedoras. A formação de uma rede de apoio não apenas promove a troca de experiências e conhecimentos, mas também desempenha um papel crucial no apoio emocional e encorajamento mútuo. Ao conectar-se com colegas empreendedoras, as mulheres têm a oportunidade de superar desafios, compartilhar insights valiosos e criar parcerias que impulsionam o crescimento profissional. Essa rede não apenas fortalece a comunidade empreendedora feminina, mas também contribui para o desenvolvimento individual, oferecendo suporte vital no caminho para o sucesso nos negócios.

### A IMPORTÂNCIA DE SE CONECTAR COM OUTRAS MULHERES EMPREENDEDORAS.

1. **Participe de Comunidades Online:** Junte-se a grupos e fóruns online para mulheres empreendedoras.
2. **Eventos e Encontros Presenciais:** Participe de eventos e encontros presenciais voltados para empreendedoras.
3. **Iniciativas Locais:** Busque iniciativas locais que apoiem mulheres empreendedoras.
4. **Redes Sociais:** Utilize redes sociais para seguir e interagir com outras empreendedoras.
5. **Programas de Mentoria:** Participe de programas de mentoria para orientação e apoio.
6. **Seja Proativa:** Tome a iniciativa na busca por conexões e ofereça ajuda sempre que possível.
7. **Compartilhe Experiências:** Seja aberta ao compartilhar suas experiências para criar confiança na rede.
8. **Grupos de Estudo:** Participe de grupos de estudo para aprendizado conjunto.
9. **Contribua para a Comunidade:** Ofereça seu conhecimento para ajudar outras empreendedoras.
10. **Esteja Aberta a Novas Conexões:** Mantenha-se receptiva a novas parcerias que possam surgir.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Figura 11** - Dicas de suporte - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital

## 6) Dicas de suporte



### RECURSOS E ORGANIZAÇÕES DE SUPORTE AO EMPREENDEDORISMO FEMININO:

- ◆ **Sebrae Mulher:** Programa do Sebrae voltado para o desenvolvimento e capacitação de mulheres empreendedoras.
- ◆ **Rede Mulher Empreendedora:** Organização que oferece apoio, capacitação e networking para mulheres empreendedoras.
- ◆ **Women Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi):** Iniciativa global que fornece financiamento e suporte para mulheres empreendedoras.
- ◆ **Anjos do Brasil:** Rede de investidores que apoia empreendedores, incluindo mulheres, por meio de mentoria e investimento.
- ◆ **Geração de Valor:** Plataforma que oferece conteúdos e cursos para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras.
- ◆ **Programa Ganha-Ganha:** Iniciativa da ONU Mulheres que promove a igualdade de gênero no empreendedorismo.
- ◆ **Instituto Rede Mulher Empreendedora:** Organização que promove o empreendedorismo feminino por meio de capacitação e apoio.
- ◆ **Women's Business Enterprise National Council (WBENC):** Nos EUA, certifica empresas lideradas por mulheres e fornece suporte.
- ◆ **Aliança Empreendedora:** Organização que capacita empreendedores, incluindo mulheres, para fortalecer seus negócios.
- ◆ **Mulheres do Brasil:** Movimento que engloba diversos setores, incluindo empreendedorismo, para promover a igualdade de gênero.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Figura 12** - Dicas de Redes Sociais e Canais para Empreendedoras - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital

## Dicas de Redes Sociais e Canais para Empreendedoras Acompanharem:

---

|   |   |
|---|---|
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Assista ao canal <b>Mulheres que Decidem</b> para entrevistas e dicas de empreendedoras.</li> <li>• Procure por vídeos de <b>Bel Pesce</b> sobre empreendedorismo e inovação.</li> </ul>     |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siga <b>Camila Achutti</b> para insights sobre tecnologia e empreendedorismo.</li> <li>• Explore a hashtag <b>#MulheresEmpendedoras</b> para descobrir perfis inspiradores.</li> </ul>       |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Junte-se ao grupo <b>"Empendedoras de Impacto"</b> para interação com outras empreendedoras.</li> <li>• Siga a página <b>Sebrae Mulher Empreendedora</b> para recursos e eventos.</li> </ul> |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siga <b>Ana Fontes</b> para tweets inspiradores sobre empreendedorismo feminino.</li> <li>• Use a hashtag <b>#NegociosDeMulher</b> para se conectar a conversas relevantes.</li> </ul>       |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ouça o podcast <b>Gestão Feminina</b> para histórias e insights.</li> </ul>  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siga o perfil da <b>Instituto Rede Mulher Empreendedora</b> para artigos e eventos.</li> <li>• Participe do grupo <b>"Empendedoras de Sucesso"</b> para networking.</li> </ul>               |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participe do <b>Summit Mulheres Que Transformam</b> para palestras e networking.</li> <li>• Acesse a plataforma <b>Mulheres do Brasil</b> para eventos e cursos online.</li> </ul>           |


Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Figura 13** - Conclusão - Cartilha de Empoderamento Feminino: conquistando o seu espaço no Empreendedorismo através do Marketing digital

**Conclusão**

### Conclusão

Esta cartilha visa empoderar mulheres empreendedoras, reconhecendo a importância vital do branding pessoal, presença nas redes sociais, comércio eletrônico e storytelling. Destacamos a essência de equilibrar vida pessoal e profissional e a construção de redes de apoio. Ao encerrar, reforçamos o convite para que cada mulher continue a fortalecer sua presença no cenário empreendedor, abrindo caminho para o sucesso e a realização pessoal. O futuro é delas, e o potencial é ilimitado. Avancem, empreendedoras, e conquistem o espaço que merecem!



*Obrigada!*

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)