

## A força feminina liderando o Empreendedorismo de Impacto no Brasil

### ➔ OPINIÃO

O panorama do empreendedorismo de impacto no Brasil vem sendo redesenhado por um movimento inspirador: o protagonismo das mulheres. Elas assumem cada vez mais a liderança de negócios inovadores que, além de gerar lucro, visam solucionar problemas sociais e ambientais, construindo um futuro mais justo e sustentável para todos.

Para se ter uma ideia, entre 2017 e 2022, o número de empresas lideradas por mulheres no Brasil cresceu 44%, segundo o Sebrae. Levando a discussão para os negócios de impacto social e ambiental, mais da metade (52%) dos negócios liderados por mulheres estão em setores de impacto social e ambiental, como

educação, saúde, sustentabilidade e desenvolvimento social. Isso significa que, além de prosperar, essas empresas estão gerando transformações positivas na vida das pessoas e no planeta.

Quando falamos em perfil, as mulheres que lideram negócios de impacto no Brasil são majoritariamente jovens, com idade média de 35 anos, e possuem alto nível de qualificação, com ensino superior completo. Dentre os fatores que impulsionam o avanço feminino nas últimas décadas, podemos destacar o acesso à educação e à informação qualificada, que tem empoderado as mulheres, permitindo que desenvolvam as habilidades e conhecimentos necessários para empreender.

Além disso, diversas inicia-



#### ALCIONE PEREIRA

Fundadora da Connecting Food, foodtech especializada em inteligência de redistribuição de alimentos em condições de consumo para organizações sociais

tivas públicas e privadas, como programas de mentoria, incubadoras e aceleradoras, oferecem suporte e orientação para aquelas que desejam abrir ou expandir negócios. E, claro, também a crescente demanda por produtos e serviços que geram impacto positivo na sociedade e no meio ambiente abre um leque de oportunidades.

Mas, apesar das conquistas e avanços, sabemos que existem ainda muitos desafios. As mulheres continuam enfrentando obstáculos como a disparidade salarial e a dificuldade de acesso ao crédito, o que limita seu potencial de crescimento. A baixa representatividade feminina nos cargos de liderança e a dificuldade em se quebrar certos paradigmas profissionais são

outros fatores que impedem uma maior igualdade de gênero nesse sentido. De qualquer forma, as perspectivas são muito promissoras para as mulheres brasileiras. Espera-se que o número de empresas lideradas por elas continue crescendo nos próximos anos, impulsionado por sua capacidade de inovar, gerar impacto positivo e liderar com empatia e colaboração.

Mesmo em meio a um cenário desafiador para a liderança feminina, as mulheres estão liderando a construção de um futuro mais justo, sustentável e próspero para todos. Para que esse movimento continue a crescer, é fundamental superar os desafios que persistem e investir no potencial das mulheres empreendedoras.

## Agência de comunicação gaúcha expande operação e aposta no Rio de Janeiro

**Já operando na Cidade Maravilhosa, a Padrinho conquistou uma das suas maiores contas: a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan)**

### ➔ NEGÓCIOS

#### JÚLIA FERNANDES

juliaf@jcrs.com.br

Fundada em janeiro de 2014 na capital gaúcha, a **Padrinho Conteúdo e Assessoria** anunciou sua expansão para o Rio de Janeiro. Criada por Alexandra Zanela, diretora de relacionamento da Padrinho, e Carlos Guilherme Ferreira, diretor de novos negócios da agência, o negócio passa por um momento de reestruturação. Dividida em três frentes, a expansão consiste na nova sede em Porto Alegre, localizada na rua dos Andradas, na criação de uma nova função de gerente de operações, ocupada por André Roca, garantindo um suporte e uma organização maior ao negócio, e, por fim, na chegada ao Rio de Janeiro.

"Esse foi um movimento bem planejado", garante Carlos Guilherme. Segundo o diretor de novos negócios, a Padrinho vem em um crescimento grande desde o fim de 2021, quando os sócios realizaram um planejamento estratégico para cinco anos, com

metas definidas de crescimento e de se tornarem referência nos produtos já ofertados, sendo eles assessoria de imprensa, produção de conteúdo e audiovisual, especialmente os podcasts.

"Dentro desse plano, buscamos um crescimento de mercado e conseguimos um crescimento muito bom em Porto Alegre. Agora, estamos com o objetivo de ampliar ainda mais a nossa cartela de clientes, com foco B2B, com grandes empresas", afirma Carlos Guilherme, ressaltando que o modelo de mercado adotado por eles é por entregas qualitativas, não necessariamente olhando para volume.

"Fizemos um novo plano no final de 2024, que previa a construção de uma sede nova. Nós basicamente triplicamos nosso espaço", comenta o diretor sobre o novo espaço no centro da Capital, que conta com uma área de 284m<sup>2</sup>, incluindo um novo estúdio com três ambientes de gravação. "A expansão para o Rio começa quando realizamos essa mudança de sede. **Nós tínhamos ideia de buscar um novo mercado, e esse novo mercado foi o Rio de Janeiro**", conta Carlos Guilherme, detalhando que o movimento começou a ser estruturado a partir da metade de 2025.

Já operando na Cidade Maravilhosa, a Padrinho conquistou uma das suas maiores contas: a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan). "A Firjan é uma conta fundamental, porque



Alexandra Zanela e Carlos Guilherme Ferreira são sócios da Padrinho Conteúdo e Assessoria

ela é grande em qualquer lugar, ela é uma conta nacional. No momento em que conseguimos conquistar uma conta tão disputada e importante, no contexto da agência, seja operacional seja financeiro, é algo muito grande", assume. Segundo o sócio, a conta é uma operação complexa, mas marca um passo importante na história da Padrinho, que deixa de ser uma agência de atuação regional e passa a ter um alcance nacional, a partir do Rio.

Com a chegada da Firjan, acompanhada de demandas presenciais e diárias de produção de conteúdo, a Padrinho buscou

novas contratações de profissionais com base no Rio. A sede da agência fica localizada no Maravalley, hub de inovação com mais de cem empresas residentes e localizado próximo ao Museu do Amanhã, no Centro.

"O hub fica na área portuária que está sendo revitalizada. Isso é interessante, porque já estabelecemos uma sede física aqui. A nossa escolha foi apostar em um lugar onde circula mais gente, mais empresas, do que simplesmente alugar uma sede em um prédio", explica o diretor, afirmando que a decisão faz parte da estratégia nesse novo

momento do negócio.

Carlos Guilherme ainda destaca que um dos pontos mais importantes da mudança é a integração de trabalho entre as equipes. "Usamos plataformas e canais internos para isso. Os jornalistas que estão aqui no Rio estão integrados com todo o time do Sul, é uma troca contínua. Na nossa concepção, não existe Padrinho Porto Alegre e Padrinho Rio. Somos uma Padrinho", afirma o diretor, garantindo que a expansão para o Rio de Janeiro não significa alterar a maneira como a gestão da agência é feita hoje.