

\* Kelem Camargo Boaretto Janssens Empreendedora. CEO da Sabedorama. Possui Mestrado em Design pela Universidade da Região de Joinville. Especialização em Empreendedorismo e Gestão pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná e Tecnólogo em Design de Interiores pela Universidade Positivo. É formada em Criatividade e Design pela Accademia Europea di Firenze. Atua no mundo corporativo/criativo/estratégico, para desenvolver empresas através do conhecimento.  
*kelem.boaretto@gmail.com*  
ORCID 0000-0001-5721-1018

Luiz Melo Romão Possui Doutorado em Informática pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Mestrado em Ciência da Computação pela Universidade Federal de Santa Catarina Especialização em Redes de Computadores pela Universidade do Estado de Santa Catarina e Graduação em Ciência da Computação pela Universidade do Estado de Santa Catarina. Professor do Programa de Pós-Graduação em Design - Mestrado Profissional e dos cursos de Sistemas de Informação e Engenharia de Software da Univille. Desenvolve pesquisa e atua nos seguintes temas: Inovação aberta, Inovação e Tecnologia Social, Gestão da Inovação, Design Thinking, Empreendedorismo, Negócios Sociais, Gestão de Incubadoras e Gestão do Conhecimento.  
*luiz.melo@univille.br*  
ORCID 0000-0002-1127-9858

Kelem Camargo Boaretto Janssens e Luiz Melo Romão

# Do Jeito Que Está Não Vai Dar Certo – Criação e Desenvolvimento de um Livro Interativo como Ferramenta de Apoio ao Empreendedorismo Feminino

**Resumo** A proposta deste artigo é investigar, dentro do contexto da inovação aplicada ao segmento empreendedor, como a criatividade pode impactar positivamente a atividade empreendedora protagonizada por mulheres. No panorama empresarial e corporativo brasileiro, o empreendedor precisa superar obstáculos das mais diversas naturezas para conquistar o sucesso. As mulheres que optam por enfrentar esse desafio possuem ainda mais entraves em sua jornada devido a aspectos culturais, familiares e/ou financeiros. Reconhecendo essa necessidade de superação do público feminino, este artigo mostra os passos para a criação e desenvolvimento de um livro interativo com ênfase na criatividade para potencializar a atividade empreendedora das mulheres.

**Palavras-chave** Criatividade, Inovação, Empreendedorismo Feminino, Design

### **Do jeito que está não vai dar certo – Creation and Development of an Interactive Book as a Support Tool for Female Entrepreneurship**

**Abstract** *The purpose of this article is to investigate, within the context of innovation applied to the entrepreneurial segment, how creativity can positively impact entrepreneurial activity carried out by women. In the Brazilian business and corporate landscape, the entrepreneur needs to overcome obstacles of the most diverse natures to achieve success. Women who choose to face this challenge face even more obstacles in their journey due to cultural, family and/or financial aspects. Recognizing this need to overcome the female audience, this article shows the steps for the creation and development of an interactive book with an emphasis on creativity to enhance the entrepreneurial activity of women.*

**Keywords** *Creativity, Innovation, Female Entrepreneurship, Design*

### **Do jeito que está não vai dar certo – Creación y Desarrollo de un Libro Interactivo como Herramienta de Apoyo al Emprendimiento Femenino**

**Resumen** *El propósito de este artículo es investigar, en el contexto de la innovación aplicada al segmento emprendedor, cómo la creatividad puede impactar positivamente en la actividad emprendedora que realizan las mujeres. En el panorama empresarial y empresarial brasileño, el emprendedor necesita superar obstáculos de las más diversas naturalezas para alcanzar el éxito. Las mujeres que eligen enfrentar este desafío enfrentan aún más obstáculos en su camino debido a aspectos culturales, familiares y/o económicos. Reconociendo esta necesidad de superación del público femenino, este artículo muestra los pasos para la creación y desarrollo de un libro interactivo con énfasis en la creatividad para potenciar la actividad emprendedora de las mujeres.*

**Palabras clave** *Creatividad, Innovación, Emprendimiento Femenino, Diseño*

## Introdução

A atividade empreendedora se consolidou no Brasil como uma forma de aliar a expectativa de sucesso financeiro com propósito e finalidade. O relatório Empreendedorismo no Brasil – 2018, publicado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), mostrou que dois em cada cinco brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam à frente de alguma atividade empresarial ou tinham sólidos planos para abrir um negócio. A pesquisa ainda mostra que, 61,8% dos novos empreendedores, abrem seus negócios motivados pela identificação de uma oportunidade de mercado.

Outro destaque importante do estudo, foi a presença das mulheres nos negócios em estágio inicial, dados que já se confirmavam de forma positiva na edição anterior do relatório. Neste estágio a participação do público empreendedor feminino, em especial entre 18 e 34 anos, é igual ao masculino. Ou seja, a existência de um equilíbrio de gêneros na atividade empreendedora, tende a qualificar melhor o mercado.

Em um outro estudo Osório (2019), também apresenta algumas pesquisas que mostram que 43% dos donos de empresas no Brasil são do sexo feminino, contra uma participação de 57% do sexo masculino. Outro dado interessante é que do total de empresas ativas no país, 30% delas tem mulheres como sócias. O relatório mostra ainda que 59% das empreendedoras brasileiras estão na classificação de pequenas e médias empresas e 11% são sócias de grandes empresas.

Se o interesse ou a vontade de permanecer no mercado, através de um negócio de sucesso, vem se equilibrando entre os públicos masculinos e femininos, não menos desafiadora é a tarefa de conceber um novo negócio independentemente da área de atuação. É preciso, por exemplo, definir as principais tendências e oportunidades de cada nicho mercadológico, desenvolver estratégias que possibilitem maior facilidade, assertividade e ainda, encontrar maneiras de expandir a atuação em meio ao emaranhado jurídico e tributário que é a legislação brasileira.

Na busca pelas bases necessárias para a concepção e o desenvolvimento de novos negócios, o debate acerca do empreendedorismo feminino ganha ainda mais relevância. Se os dados apontam um aumento exponencial do número de mulheres à frente de empresas, ao mesmo tempo, a atividade ainda é permeada por desafios dos mais diversos. Nesse contexto, o empreendedorismo feminino pode ser descrito como uma atividade revolucionária na medida em que promove a ruptura de paradigmas. No âmbito social, a atividade é uma alavanca fundamental no processo de empoderamento das mulheres e, no aspecto econômico, ela tende a desmistificar a imagem tradicional de uma sociedade patriarcal em que o homem é o único responsável financeiro da família.

Cordeiro (2019) aponta que, em uma pesquisa realizada em 2012, e repetida em 2019 pela consultoria Zenger/Folkman, líderes mulheres são tão eficazes quanto os homens, embora fique evidente que os desafios do empreendedorismo feminino são ainda maiores do que o masculino. Entre os principais entraves para o sucesso das mulheres no ambiente empreendedor estão

o menor acesso a créditos, investimentos e financiamentos, dificuldades em conciliar a vida pessoal e profissional, em função da responsabilidade de criar os filhos que muitas vezes não é compartilhada com o marido/companheiro, preconceitos, frutos de uma visão masculinizada dos negócios, faturamento menos rentável dos empreendimentos, embora o nível de escolaridade tenda a ser superior que o dos homens e a síndrome da impostora, que se traduz no sentimento de falta de confiança para desempenhar determinadas atividades.

A discussão referente aos desafios do ser mulher e empreendedora, é um assunto que sempre está em pauta quando se fala de negócios liderados por mulheres, afinal, mesmo que muitas pessoas não acreditem, existem muitos preconceitos, que por mais moderna que seja nossa sociedade, ainda não foram dissolvidos.

Por outro lado, diversos são os motivos que levam as mulheres a empreender, tais como, uma maior liberdade de tempo para cuidar dos filhos, falta de oportunidades no mercado de trabalho e necessidade de sustentar a família. Entretanto, muitas fracassam, se deparam com a desmotivação e frustração e como consequência, muitas vezes, vão a falência.

Entretanto, acredita-se que por meio de capacitações e um maior conhecimento da atividade empreendedora esta jornada pode ser impulsionada e facilitada. Afinal, como observou Schumpeter (1982), a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento de novas oportunidades no âmbito dos negócios, portanto, o exercício da criatividade e a utilização das ferramentas de design são formas contemporâneas de aproveitar essas oportunidades no ambiente de negócios, potencializando, assim, o empoderamento feminino, a formação empreendedora, e contribuindo para que as mulheres, sejam capazes de resolver os desafios de seu próprio negócio, gerando soluções que agreguem resultados positivos.

Fomentar o empreendedorismo e desenvolver ações relacionadas ao ensino, pesquisa e extensão para a sensibilizar a respeito deste tópico em toda a comunidade acadêmica é um dos pilares do Projeto IN-SOCI@L, coordenado pelo Prof. Luiz Romão. Desta forma, o objetivo deste artigo é apresentar as etapas para o desenvolvimento de um livro interativo, com ênfase na criatividade, para auxiliar na promoção da autonomia de mulheres na trajetória empreendedora. O livro fez parte do trabalho de conclusão de mestrado da acadêmica Kelem Boaretto e tem como base as seguintes premissas: baixo custo, permitindo uma reprodução em grande escala sem a necessidade de um investimento muito alto; flexibilidade de uso, possibilitando que as empreendedoras utilizem os conhecimentos de formas variadas na medida em que os desafios forem surgindo em sua jornada; facilidade de acesso, possibilidade de ler o livro nos mais diversos lugares e situações; aproveitamento do tempo da empreendedora, uma vez que a leitura pode ser realizada em momentos variados, não sendo necessário nenhum tipo de preparação anterior; acessibilidade, por meio de uma versão digital do livro e em audiobook; e a potencialização da experiência interativa, criando um diálogo mais eficaz e participativo com as leitoras.

Seguindo a agenda mundial definida pelas Nações Unidas como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, o resultado deste trabalho visa con-

tribuir diretamente com uma educação de qualidade (ODS 4) e a igualdade de gênero e empoderamento feminino (ODS 5). Para isso, o livro interativo disponibilizara, através de uma linguagem acessível, informações relacionadas ao empreendedorismo e a ferramentas e metodologias baseadas na criatividade que auxilie na autonomia, estímulo e gestão dos negócios. Focado principalmente para o empreendedorismo feminino, esta proposta busca proporcionar e estimular a igualdade de oportunidades e eliminar qualquer tipo de discriminação por meio da promoção da autonomia das mulheres.

## Desenvolvimento

O desenvolvimento do livro se deu por meio de uma pesquisa exploratória com uma abordagem qualitativa. A pesquisa exploratória teve por objetivo a compreensão do problema de pesquisa e a construção de hipóteses, com base em pesquisas bibliográficas que consistiram em fazer um levantamento de materiais já publicados em relação à temática abordada, público-alvo e o produto pesquisado. Utilizou-se como base de dados documentos oficiais, pesquisas já realizadas ou material de mídia como jornais, revistas e websites.

O método projetual foi baseado no Design Centrado no Humano (HCD), com a proposta de gerar soluções criativas para o problema apontado neste projeto, potencializando uma mudança de mindset e levando em consideração aspectos sociais, físicos e cognitivos do público envolvido. Harada (2016), afirma que o HCD possui suas raízes em áreas como ergonomia, ciência da computação e inteligência artificial, baseado em técnicas que comunicam, interagem, enfatizam e estimulam o envolvimento de pessoas obtendo assim o entendimento de desejos, necessidades e experiências que, normalmente, transcendem suas próprias percepções. Além disso, o HCD se preocupa com a maneira na qual as pessoas veem e interpretam.

Entre os principais objetivos do HCD está a geração de soluções criativas para as demandas encontradas na fase de pesquisa. Através da aplicação da metodologia foi possível identificar oportunidades que ressaltem o protagonismo das pessoas envolvidas no projeto. Neste projeto a aplicação da metodologia foi dividida em três etapas cronológicas e subsequentes: fase 01 – Hear (ouvir), fase 02 – Create (criar) e fase 03 – Deliver (Implementar). Dentro de cada fase encontram-se algumas atividades, conforme mostra a Figura 01.

**Figura 1** Fases do método HCD dividido em atividades  
Fonte O autor



## Detalhamento das etapas do projeto

### FASE: OUVIR

Nesta etapa a primeira atividade foi a realização de uma pesquisa desk, com o objetivo de coletar as informações já publicadas e montar um banco de dados confiável sobre o tema proposto. Na pesquisa desk foi verificado o que a bibliografia já traz sobre as necessidades das mulheres empreendedoras. Identificando questões do motivo pelo qual elas empreendem, os desafios que encontram na trajetória, seus desejos e necessidades para empreender.

Na sequência, foi realizada uma pesquisa de opinião com um grupo de mulheres artesãs, para comprovar as informações levantadas na pesquisa desk e identificar as principais dificuldades que elas enfrentam ao empreender. A pesquisa foi realizada com 16 mulheres que atuam em um projeto de extensão universitário e que tem como objetivo promover a qualificação dos empreendimentos em artesanaria.

O foco principal da pesquisa foi buscar informações como: faixa etária; quanto tempo que trabalha com artesanato; fase em que se encontra o negócio; retorno financeiro; visão empreendedora; motivo que a levou a empreender; desafios para aumentar a geração de renda; pontos a melhorar como empreendedora e as principais dificuldades em manter o negócio.

### FASE: CRIAR

Nesta etapa, os dados coletados na pesquisa de opinião foram organizados e avaliados. Além disto, os dados foram distribuídos em porcentagens para o entendimento real e significativos dos mesmos, auxiliando desta forma, na geração de ideias. Sendo assim, nas análises desenvolvidas na pesquisa de campo realizado com as mulheres artesãs, foram obtidas as seguintes informações:

Levando em consideração a faixa etária, 12,5% das mulheres têm entre 16 e 34 anos, 68,75% têm entre 35 e 54 anos e 18,75% estão acima dos 55 anos. Com relação a faixa de renda familiar, 53,4% das mulheres são de classe D, 33,3% da classe E e 13,3% da classe C.

Das mulheres entrevistadas, apesar de todas terem algum tipo de retorno financeiro dos artesanatos desenvolvidos, 43,8% ainda não consideram esta atividade como um negócio e 87,5% afirmam que precisam evoluir para poder obter uma melhor renda. Levando em consideração estas respostas, foi perguntado para as mulheres se elas se consideravam empreendedoras, do total, 25% não souberam dizer o que é ser empreendedoras, 43,75% não se consideravam empreendedoras e somente 31,25% se consideravam empreendedoras.

Em uma pergunta aberta sobre o porquê elas optaram pelo artesanato como fonte de renda, as principais respostas obtidas foram: por propósito fazer o que ama, forma de complementar a renda familiar, por falta de oportunidades em ter um emprego fixo e pela liberdade de tempo para cuidar da casa e dos filhos. Quando perguntadas de quais eram os principais

desafios para aumentar a renda com o artesanato, as principais respostas foram: necessidade em desenvolver um produto próprio e criativo, buscar mais conhecimento, ter mais disciplina, falta de tempo e falta de apoio dos familiares.

Para as mulheres entrevistadas as habilidades que elas gostariam de melhorar para poder potencializar os resultados do negócio foram: capacidade de correr riscos, saber definir metas, gestão de tempo, busca de informações, liderança, autoestima e saber delegar. Para elas, as dificuldades em pensar o artesanato como negócio leva em consideração que: aprender sobre negócios é muito complexo, falta de investimento e falta de tempo. Por outro lado, quando perguntadas sobre quais os principais desejos futuros com relação ao negócio, as principais respostas foram: independência financeira, melhor espaço no mercado, gerar empoderamento, poder investir, participar de mais capacitações, reconhecimento e buscar novos produtos.

Com as informações obtidas pelas entrevistas e pelas visitas realizadas nos encontros oferecidos pelo projeto, foi possível concluir que o tema empreendedorismo, ainda é bastante complexo. Saber tomar iniciativa, identificar oportunidades e transformá-las em algo lucrativo realmente não é uma atividade trivial. O empreendedorismo por necessidade, ainda representa uma grande fatia dos empreendedores, e desta forma, muitas características de um empreendedor de sucesso como ser criativo, inovador, arrojado e saber estabelecer estratégias, acabam de certa forma não sendo exploradas, o que pode colocar em risco todo o negócio.

A partir da análise e síntese dos dados, iniciou-se o processo de geração de ideias para o desenvolvimento do livro interativo. Nesta etapa, foram elaboradas alternativas da estrutura formal do livro, quantas partes e capítulos o livro deveria conter, personagens principais, estrutura narrativa e formas de interação que seriam utilizadas para entregar uma ferramenta que pudesse realmente auxiliar nas dificuldades inerentes ao empreendedorismo feminino.

Para finalizar esta etapa e testar as alternativas geradas, foi desenvolvido um protótipo do livro interativo e testado internamente em vários formatos e possíveis conexões. Livro grande, pequeno, de bolso, com caixa, sem caixa, com interatividade, com cartas etc. Infinitas conexões entre os insights gerados na fase de gerar ideias.

#### FASE: IMPLEMENTAR

Depois de testado e validado o protótipo, e realizadas as adaptações necessárias, levantadas na fase “testar alternativa”, a solução, agora adequada à realidade do público deste projeto, foi implementada para a sua versão final.

O resultado obtido foi um livro interativo com ênfase na criatividade, colaborativo e de impacto social cujo título ficou definido como Do Jeito Que Está Não Vai Dar Certo. Onde além da autora deste projeto, mais 20 mulheres empreendedoras se uniram para compartilhar suas histórias,

vivências e aprendizados, com o objetivo de transformar o mundo em um lugar melhor através da democratização do conhecimento e desenvolvimento da criatividade e atitudes, para uma maior autonomia das mulheres na trajetória empreendedora.

O formato é um pocket livro, que vem dentro de uma caixa com mais 20 cartas de um baralho. Estas cartas possuem afirmações, que tem por objetivo reprogramar verdades negativas que são aprendidas ou criadas, a fim de as leitoras adquirirem atitudes empreendedoras e conquistarem melhores resultados na sua trajetória.

Na figura 2 pode-se observar a colorida capa do livro com três das vinte cartas do deck e a figura 3 demonstra o tamanho do livro sendo representado junto a uma mão.

**Figura 2** Imagem ilustrativa da capa do livro com cartas

Fonte O autor, 2020

**Figura 3** Imagem ilustrativa demonstrando o tamanho do livro

Fonte O autor, 2020



Tendo como fonte de inspiração mulheres que obtiveram o sucesso através da atividade empreendedora, a proposta é que a leitora se desenvolva através dos quatro ciclos do livro, conforme destacados no quadro 1 e detalhados em seguida.

**Quadro 1** Capítulos do Livro

Fonte O autor, 2020`

CAPÍTULO	AÇÃO
INTRODUÇÃO	Despertar
I CICLO (SEJA CORUJA)	Aprender
II CICLO (PULANDO)	Realizar
III CICLO (VOANDO)	Entender
IV CICLO (VOANDO ALTO)	Conquistar
20 SABERES PARA LER E RELER	Inspirar

INTRODUÇÃO: Despertar

O objetivo desse capítulo é enfatizar às leitoras empreendedoras a ideia de que ações repetidas geram resultados repetidos. Dessa forma, através de um histórico pessoal/profissional da própria autora, é possível perceber a necessidade de mudanças e de como a consciência da situação se constitui no ponto de partida para a tomada de decisão.



I CICLO (SEJA CORUJA): Aprender

O objetivo desse capítulo é ressaltar às leitoras empreendedoras a ideia de como o conceito VUCA (sigla traduzida como: Volatilidade, Incerteza, Complexidade e Ambiguidade) se adequa ao cenário organizacional contemporâneo. Nesse panorama, a criatividade se apresenta como uma ferramenta de vital importância para a consolidação e o sucesso dos empreendimentos.

II CICLO (PULANDO): Realizar

Neste capítulo é proposto para as leitoras empreendedoras, que façam uma análise do seu negócio através de uma perspectiva exterior, como uma espécie de “zoom out” no qual é possível analisar o cenário global, e não apenas os detalhes pontuais. Através do relato da trajetória de uma das principais marcas do mundo ligada ao setor fotográfico, é possível perceber que sem inovação, mesmo os ícones do mercado, tendem a perder o seu protagonismo.

III CICLO (VOANDO): Conquistar

O objetivo desse capítulo é apresentar às leitoras empreendedoras diversos formatos em que a atividade empreendedora pode servir para atender os propósitos profissionais e pessoais. A ideia é transmitir o conceito de que a empreendedora criativa não espera que as oportunidades batam à sua porta, ela deve assumir o papel principal no processo do negócio e criar as oportunidades que precisa.

IV CICLO (VOANDO ALTO): Entender

O objetivo desse capítulo é promover nas leitoras empreendedoras uma reflexão sobre todo o conteúdo apresentando. Novamente, utilizando como referência o histórico pessoal/profissional da autora, todos os temas apresentados são amarrados de forma a evidenciar a necessidade de se tornar uma empreendedora consciente para o sucesso de qualquer negócio.

20 SABERES PARA LER E RELER: Inspirar

Neste último capítulo são apresentados depoimentos de empreendedoras de sucesso para potencializar nas leitoras qualidades que se relacionam diretamente as dez características empreendedoras de sucesso destacadas pela Organização das Nações Unidas que, conforme Pacheco (2019) são: busca de oportunidades, persistência, capacidade de correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e rede de contatos e independência e autoconfiança.

Estes depoimentos, de autoria de mulheres que conquistaram o sucesso em seus mercados de atuação e vivenciaram diversas situações típicas da jornada empreendedora, servem de confirmação para as leitoras que os desafios e obstáculos que surgem no caminho são comuns a todas e que, com criatividade e resiliência, é possível superar as adversidades.

Além dos objetivos pontuais de cada parte, o livro no conjunto de seus capítulos almeja também potencializar as dimensões de curiosidade, paixão, imaginação e coragem das empreendedoras conforme detalhado no quadro 2.

**Quadro 2** Dimensões da Criatividade  
Fonte O autor, 2020

Ciclos para o despertar da criatividade:	Seja Coruja	Pulando	Voando	Voando alto
Objetivo:	Aprender	Realizar	Entender	Conquistar
Dimensão: Curiosidade	Uma empreendedora sabe que o conhecimento é um dos maiores geradores de oportunidade que existem.	Uma empreendedora criativa enxerga seu negócio de cima.	Uma empreendedora criativa é além de especialista, multidisciplinar e multipotencial.	Uma empreendedora criativa busca inspiração em outras histórias.
Dimensão: Paixão	Uma empreendedora criativa sabe que a paixão é fator preponderante para voos mais altos.	Uma empreendedora criativa sabe que o sucesso não acontece da noite para o dia.	Uma empreendedora criativa sabe que existem diversos significados para sucesso.	Uma empreendedora criativa empreende de forma consciente.
Dimensão: Imaginação	Uma empreendedora criativa sabe que deve criar valor real e percebido para se destacar na multidão.	Uma empreendedora criativa sabe seu talento criativo e o tem como seu superpoder!	Uma empreendedora criativa sabe que deve não somente enxergar oportunidades como também as criar	Uma empreendedora criativa busca novas alternativas de produto/serviço para se manter competitiva.
Dimensão: Coragem	Uma empreendedora criativa tem coragem de ser autêntica.	Uma empreendedora criativa tem coragem de errar.	Uma empreendedora criativa tem coragem de correr atrás do que deseja.	Uma empreendedora criativa tem coragem recomeçar.

## Resultados Obtidos e Conclusão

O desenvolvimento do livro *Do Jeito Que Está Não Vai Dar Certo*, interativo e com ênfase na criatividade, tem como objetivo principal auxiliar na promoção da autonomia de mulheres na trajetória empreendedora. O mesmo fez parte do trabalho de conclusão de mestrado da acadêmica Kelem Boaretto em conexão com as ações desenvolvidas no Projeto IN-SOCI@L. Foram dias, meses e anos, imersos para encontrar uma solução prática e acessível para democratizar o conhecimento em empreendedorismo e facilitar a desafiadora trajetória que é empreender.

**Do Jeito Que Está Não Vai Dar Certo**, foi construído para ser uma autêntica ferramenta de transformação e cumpre com seu papel de facilitar a trajetória empreendedora, trazendo maior autonomia para as mulheres em sua jornada, auxiliando nos desafios e contribuindo para o encorajamen-

to, insights e novos conhecimentos. Para isso, foi levado em consideração a questão da geração de experiências, um atributo que vem se consolidado recentemente nos mais diversos segmentos de mercado como diferencial competitivo entre as empresas e marcas. Os clientes e consumidores não estão interessados em adquirir apenas mais um produto, eles desejam que essa compra proporcione algo mais, uma experiência com valor agregado.

A escolha do formato pocket book teve como finalidade absorver os principais conceitos desse estilo de publicação como a praticidade, a facilidade de manuseio, a vantagem de poder ser transportado em uma bolsa de tamanho pequeno e a possibilidade de ter um preço mais acessível, levando em conta o menor custo operacional de sua produção. O formato pocket também dialogou com a proposta do livro de servir como apoio para a trajetória empreendedora, possibilitando sua consulta periódica e não uma leitura única. As cartas tiveram a intenção de potencializar a interatividade da obra, outro conceito importante na atualidade. A ideia de que o conteúdo de uma carta retirada aleatoriamente pode contribuir na solução de um problema pontual torna a leitura uma experiência mais rica, interativa e divertida.

O livro foi lançado em 2020 no meio da pandemia do coronavírus, justamente quando mais se necessitava de conhecimentos estratégicos para enfrentar um panorama até então inédito. Utilizando o modelo One Pay One Free, no qual, para cada livro vendido outro livro é doado para uma empreendedora de baixa renda, muito mais mulheres puderam ter acesso ao conteúdo do livro. Além disso, ainda como resultado deste trabalho já foram oferecidas mais de 20 palestras, talks e capacitações gratuitas para estimular o empreendedorismo feminino, impactando até o momento mais de 5.000 mulheres por meio da força da coletividade.

Dando continuidade a este projeto, em 2021 foi lançado o segundo livro da série interativa para empreendedoras, intitulado “Anota e Faz Diferente!”. Esta obra parte do entendimento de que as ideias são a força vital de todo e qualquer negócio que queira se manter relevante e competitivo em um mundo em constante transformação. O livro auxilia a leitora a criar oportunidades, resolver desafios de forma criativa e potencializar os resultados dos seus negócios através da escolha diária em fazer diferente. E para 2022 está previsto a publicação do último livro da trilogia, para que ainda mais mulheres tenham a oportunidade de criar o mundo em que desejam viver, através do empreendedorismo. Seja por escolha ou por necessidade!

## Referências

CORDEIRO, Karina Leyser. **Mulheres são líderes mais eficientes**. 2019. Disponível em <https://comunidade.empreendedorismorosa.com.br/blog/mulheres-sao-lideres-mais-eficientes>. Acesso em 13 de agosto de 2020

GEM, Global Entrepreneurship Monitor – **Empreendedorismo no Brasil Relatório Executivo 2018**. Disponível em <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em 22 jan. 2020

HARADA, Fernanda Jordani Barbosa et al; **O Design Centrado no Humano Aplicado: A Utilização da Abordagem em Diferentes Projetos e Etapas do Design**, p. 1254-1266. In: Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2. São Paulo: Blucher, 2016.

OSÓRIO, Josiane. **Mulheres empreendedoras no Brasil – Perfil e perspectivas 2019**. Disponível em <https://www.mulheresempreendedoras.net.br/mulheres-empreendedoras-no-brasil/>. Acesso em: 20 mar. 2019.

PACHECO, Polyane. **As características empreendedoras**. 2019. Disponível em <https://administradores.com.br/artigos/as-caracteristicas-empreendedoras>. Acesso em: 06 mai. 2020

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.