



DE MULHERES PARA MULHERES! UMA CONVERSA SOBRE “LUGAR DE FALA”

Por: Glaucia Saffa





Com um time de marketing jovem e efervescente, estou sempre sendo provocada a reflexões atuais e controversas. E, com um time 70% feminino, obviamente organizamos nossa campanha de março e nossa estratégia de produtos para o

público feminino: de mulheres para mulheres!

A criação de produtos para o público feminino tem sido apontada como uma grande oportunidade para os mercados de saúde, bem-estar e qualidade de vida. E muitos dados são utilizados para sustentar essa afirmação.

Mas considerando o cenário nacional, onde a liderança nas empresas ainda é predominantemente masculina, as áreas de saúde e educação, protagonizam uma transformação com índices que chegam a 70% e 69,4%, respectivamente, de mulheres em cargos de gerência, de acordo com pesquisa divulgada pelo IBGE no último dia 08 de março.

O dado nos leva a reflexão de que a atenção às mulheres talvez não se deva exclusivamente

a oportunidade de mercado, mas ao fato de que, ao ocupar mais espaços estratégicos no mercado, nós mulheres, tenhamos conquistado mais espaço para criar soluções que atendam às nossas próprias necessidades. Isso é “lugar de fala” na prática.

O conceito, que se popularizou no Brasil com o livro da escritora Djamila Ribeiro, sugere que o enunciador sempre reflete em seu posicionamento a sua realidade social, financeira e pessoal ao proferir um discurso sobre um determinado tema.

Mais do que o ativismo, termos diversos grupos representados nas companhias, nos leva a entregas melhores porque esses grupos estão ocupando seu “lugar de fala” para expressar suas necessidades e contribuindo para construção de soluções mais aderentes.

É realidade que precisamos estar em uma determinada posição e vivê-la para podermos falar por um grupo e representá-lo.

Fecho março feliz pela constatação de pequenas conquistas e confiante de que ainda possamos ter mais grupos representados nas lideranças das companhias.



Glaucia Saffa é Diretora de Marketing na TEM Saúde. Jornalista e Administradora, com MBA em gestão empresarial pela FGV. Trocou o jornalismo pela carreira executiva ao apaixonar-se pelo dinamismo da construção de negócios. Há 20 anos liderando áreas de marketing e produtos, atuou em projetos de varejo, afinidades, e-commerce e serviços de saúde com marcas como Natura, Ultrafarma, Mapfre e Casas Bahia e outras.