



PERSPECTIVAS PARA OS EMPREENDIMENTOS FEMININOS

| POR MARIA JOSÉ TONELLI E TALES ANDREASSI

Os negócios criados por mulheres crescem no Brasil, porém têm taxa de mortalidade maior do que aqueles criados por homens. O que fazer?

O século XXI está voltado para uma nova onda empreendedora. De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), uma das principais pesquisas sobre o tema, em 2001, 14% da população ativa brasileira era empreendedora; 15 anos depois, em 2016, esse percentual saltou para 36%.

Várias hipóteses podem ser levantadas para explicar tal crescimento: o esgotamento das estruturas organizacionais tradicionais, que, ao ficarem mais enxutas, não conseguem absorver a mão de obra disponível no mercado; o cenário de crise econômica, que aumentou a quantidade de desempregados em busca de fontes de renda; ou, ainda, o fato de que os jovens não estão mais tão interessados nas carreiras tradicionais do século passado e preferem criar suas próprias empresas.

Nesse contexto de crescimento do empreendedorismo, as mulheres destacam-se. O mesmo estudo GEM mostra que o número de negócios liderados por mulheres vem crescendo no país, principalmente pela possibilidade de conciliação do trabalho com a família que o empreendedorismo permite.

É na faixa entre 30 e 40 anos que as mulheres costumam repensar suas carreiras. Nessa idade, muitas vezes elas ocupam

posições intermediárias nas empresas, nem sempre com a possibilidade de ascensão, e precisam também criar seus filhos. Em busca de flexibilidade, procuram montar seus próprios negócios. De fato, segundo pesquisa da Rede Mulher Empreendedora (RME) realizada em 2016, dos 1.400 negócios investigados, 43% foram iniciados quando as empreendedoras pesquisadas tinham entre 30 e 39 anos. Entre as razões que levaram as mulheres consultadas a empreender, 66% citaram a vontade de trabalhar com o que gosta e de realizar um sonho de vida; e, em segundo lugar, 52% mencionaram o desejo de ter horários de trabalho mais flexíveis.

UM ECOSISTEMA QUE SURGE

Com a expansão de negócios liderados por mulheres, cresceram também as organizações, nacionais e internacionais, que dão distintas formas de apoio aos diferentes negócios. Entre as muitas iniciativas que vêm surgindo, podem ser citados: a RME, plataforma de apoio ao empreendedorismo feminino; o Fundo Elas, fundo de investimento social em projetos direcionados a áreas como prevenção da violência contra as mulheres e promoção da autonomia econômica feminina; a W55, fundo de investimento voltado exclusivamente para empreendedoras; a Elas_inTech, ambiente colaborativo que agrupa mulheres na tecnologia; a B2mamy,

aceleradora de negócios com foco em mães empreendedoras; e o Festival Feira Preta, do Geledés Instituto da Mulher Negra, voltado para o empreendedorismo afrodescendente.

Um dos primeiros programas voltados para o empoderamento da mulher empreendedora foi o 10.000 Mulheres, desenvolvido pela Fundação Goldman Sachs. O 10.000 Mulheres, realizado em mais de 40 países, foi conduzido no Brasil pela FGV EAESP e pela Fundação Dom Cabral. No país, 1.000 mulheres passaram por esse programa de desenvolvimento, com resultados positivos em faturamento e crescimento do número de empregados. De 2008 a 2017, as selecionadas frequentaram aulas de finanças, estratégia, marketing e processos, e puderam contar com grupos e apoio entre as próprias mulheres para o desenvolvimento dos negócios. O desenho do programa foi bem prático, totalmente voltado para a aplicação dos conceitos com o objetivo de crescimento e busca de oportunidades. Além disso, o 10.000 Mulheres ofereceu também mentoria e apoio de especialistas.

Nessa mesma direção, mais recentemente, em uma parceria entre Itaú Unibanco e FGV EAESP, o programa Itaú Aceleração Mulher Empreendedora vem trabalhando para desenvolver planos de crescimento para negócios de mulheres empreendedoras. Além de conteúdos aplicados às empresas, o programa conta, assim como o 10.000 Mulheres, com consultoria para as empreendedoras. Foram incluídas, além das atividades presenciais, atividades on-line.

DIFICULDADES PARA AS MULHERES

Mesmo com todas essas iniciativas, os negócios liderados por mulheres ainda enfrentam dificuldades. Se comparados, os percentuais de homens e mulheres empreendedores à frente de negócios novos (com menos de 42 meses de existência), aqueles conduzidos por mulheres chegam a superar, em alguns anos, os dirigidos por homens, de acordo com o GEM. No entanto, ao se considerar os negócios estabelecidos, ou seja, empreendimentos com mais de 42 meses, percebe-se que o percentual masculino supera o feminino em todos os anos (ver gráficos página seguinte).

Tal resultado sinaliza que os negócios comandados por mulheres têm taxa de mortalidade maior do que os liderados por homens. As razões são variadas, mas duas hipóteses emergem. A primeira é a de que a conciliação entre negócio e vida familiar, mesmo com a flexibilidade propiciada pelo empreendedorismo, continua difícil, o que leva a empreendedora a desistir do seu negócio. A segunda é a de que os negócios liderados por mulheres geralmente se encontram em setores mais tradicionais (alimentação, estética, comércio,

entre outros), justamente aqueles com poucas barreiras de entrada e altamente competitivos. Com dificuldades maiores, mais empreendedoras desistem.

Pesquisas recentes reforçam essas hipóteses. Em levantamento realizado pela *Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios* publicado em março de 2018, ainda que 77% das 1.316 empreendedoras consultadas não relacionem a decisão de empreender diretamente com a maternidade, essa busca parece coincidir com o nascimento dos filhos – 69% tinham filhos quando começaram a empreender. E, de acordo com a pesquisa da RME com 1.376 empreendedoras, 59% atuam em serviços e 31% em comércio.

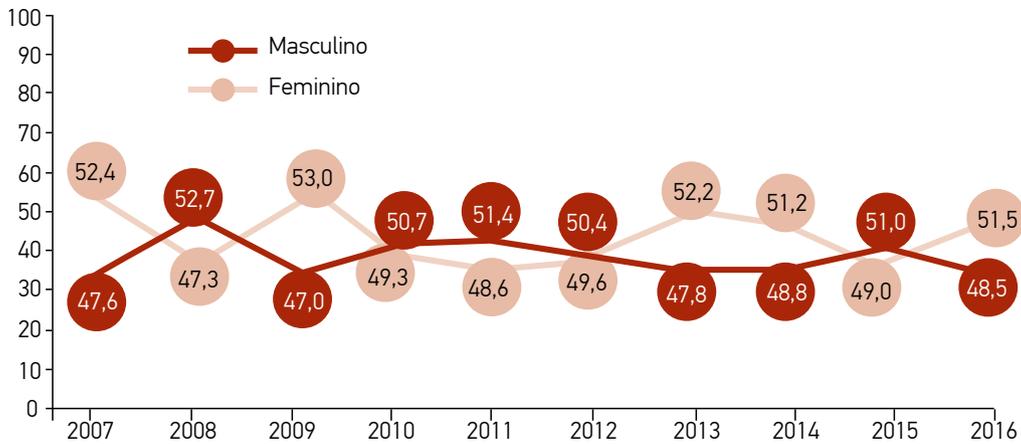
Na pesquisa da *Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios*, outros dados revelam a fragilidade dos empreendimentos femininos. A maioria, 75% das mulheres pesquisadas, estava começando o seu primeiro negócio; e apenas 33% delas abriram sua empresa por enxergar uma oportunidade, ou seja, a maior parte buscou o empreendedorismo como sobrevivência. A amostra pesquisada revelou ainda que 62% dos negócios têm faturamento de até R\$ 300.000 por ano e apenas 1% conta com faturamento acima de R\$ 50 milhões.

Outro dado relevante é que 62% das empreendedoras consultadas começaram o negócio com recursos provenientes de reservas, demissão ou herança; o apoio para empreender veio, na maioria das vezes, dos pais (44%) ou do cônjuge (53%). Ou seja, são pouquíssimos os casos de mulheres que obtêm recursos de investidores. Existem, por exemplo, os investidores-anjo, pessoas físicas que financiam novos empreendimentos e que, além de aportarem recursos, fornecem também o aconselhamento de pessoas especializadas no setor, aumentando as chances de sobrevivência do negócio. A maioria (54%) não captou recursos externos para o desenvolvimento do negócio. De fato, a questão do acesso a capital é uma dificuldade apontada globalmente para negócios chefiados por mulheres, que continuam sofrendo preconceito para desenvolver e potencializar o crescimento da empresa.

CAMINHOS PARA A MUDANÇA

Esses resultados mostram que ainda temos muito o que evoluir em relação ao empreendedorismo feminino. E essa evolução passa necessariamente por dois aspectos. O primeiro deles é o crédito, com políticas públicas que privilegiem o acesso das mulheres ao financiamento a juros factíveis. Não se trata de discriminação contra o sexo masculino. Estudos mostram que, quando o negócio de uma mulher prospera, a comunidade e a família acabam prosperando também, com parte dos recursos sendo investida na educação dos filhos e na criação de empregos. O segundo

DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS, DE ACORDO COM O GÊNERO, EM % DO TOTAL



DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS, DE ACORDO COM O GÊNERO, EM % DO TOTAL



FONTE: GEM 2016

aspecto relaciona-se ao desenvolvimento dessas empreendedoras, por meio de programas de treinamento que incentivem o crescimento, a inovação, a gestão e a identificação de oportunidades de negócios. Vale também destacar que o estereótipo de que mulheres não apoiam mulheres é um mito a ser desconstruído: todas as iniciativas recentes têm apontado para grupos de apoio e de fortalecimento mútuo entre as empreendedoras. ●

PARA SABER MAIS:

- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Global Report 2016/17*, 2017. Disponível em: gemconsortium.org/report/49812
- Rede Mulher Empreendedora (RME). *Quem são elas?*, 2017. Disponível em: materiais.redemulherempreendedora.com.br/pesquisa-quem-sao-elas
- Edição Especial de Mulheres Empreendedoras. *Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios*, 2018.

MARIA JOSÉ TONELLI > Professora titular da FGV EAESP >

maria.jose.tonelli@fgv.br

TALES ANDREASSI > Professor e vice-diretor da FGV EAESP >

tales.andreassi@fgv.br