

Especial Pequenas e médias empresas

Pesquisa Desenvolvimento de carreira é a principal meta de entrevistadas Ambição de empreender é pequena entre brasileiras

Vivian Soares
Para o Valor, de São Paulo

Os projetos profissionais, incluindo o de empreender, são a prioridade número um das mulheres brasileiras nos próximos dois anos. A conclusão é de uma pesquisa realizada pela consultoria Market Analysis que ouviu mais de 4 mil latino-americanas sobre suas aspirações de vida, entre elas 540 brasileiras.

O estudo, realizado no fim de 2017, apontou que as ambições de carreira superaram outros sonhos que tradicionalmente moviam a mulheres, como o de ter mais dinheiro, conquistar gratificações pessoais como viagens e até o de formar uma família.

O empreendedorismo é um projeto de curto prazo para 8% das brasileiras entrevistadas — nesse item, o país fica na lanterna

na dos oito pesquisados. Segundo Bianca Fermiano, gerente de projetos da Market Analysis, chama a atenção o fato de um país com densidade corporativa e Produto Interno Bruto (PIB) empresarial tão grandes como o Brasil ter menos intenção de empreender entre mulheres na comparação com países vizinhos como Peru e Chile.

“A crise enfrentada pelo país nos últimos três anos ajuda a explicar a menor motivação da brasileira para empreender, em contraste com o significativo crescimento econômico desses outros países”, afirma.

A pesquisa apontou ainda que as jovens estão mais inclinadas a investir na vida profissional — e, conseqüentemente, a empreender — do que as mulheres mais experientes. Até os 24 anos, 60% das entrevistadas têm essa moti-

vação, que vai reduzindo gradativamente conforme a idade vai avançando. A explicação, segundo Bianca, está na falta de oportunidades no mercado de trabalho para as jovens, assim como a identificação das novas gerações com o empreendedorismo e valores de igualdade de gênero.

“Existe uma percepção acentuada de desigualdade, e o empreendedorismo surge como saída para encontrar um lugar de oportunidade e crescimento”, afirma Alison Bittencourt, analista responsável pela pesquisa.

A falta de oportunidades no ambiente profissional tradicional é um dos principais motivadores da mulher a abrir um negócio, afirma Camila Ribeiro, analista de negócios do Sebrae. “O cenário se agrava quando a mulher tem filhos e a prova disso é que a maioria delas decide ser

empreendedora quando torna-se mãe, principalmente as que são chefes de família”, explica.

No caso das jovens, afirma Camila, as motivações são um pouco diferentes. Menos impulsionadas pela necessidade e mais pela busca de liberdade e autonomia, elas estão mais independentes e buscam uma forma de construir o próprio modelo de negócios.

Esse é o caso da designer de moda Ana Luisa Fernandes, que ao terminar os estudos no ano passado decidiu abrir um negócio ao invés de buscar oportunidades no mercado. “Não pensava que um ateliê ou empresa me daria oportunidades de crescer e de aplicar meus projetos no curto prazo. Decidi trabalhar com o que acreditava, abrindo minha própria marca”, conta a jovem de 22 anos, criadora da Aluf. Outro motivo que a desanimava de buscar um emprego eram as reclamações dos colegas designers, segundo os quais os ambientes de trabalho eram pouco motivadores em seu dia a dia.

Ana Fontes, fundadora da Rede Mulher Empreendedora, plataforma com mais de 300 mil cadastradas, afirma que abrir o próprio negócio é uma maneira que muitas mulheres encontraram de continuar construindo suas carreiras. “A grande maioria empreende porque não tem reconhecimento, não consegue crescer profissionalmente e tem salários poucos competitivos”, afirma.

O descontentamento e a falta de conexão com a cultura de ne-



Ana Luisa: “Decidi trabalhar com o que acreditava, abrindo minha marca”

gócios atual também é um dos motivadores, explica Ana. “Enquanto os homens são movidos por dinheiro ao empreender, as mulheres estão mais engajadas com questões emocionais como a possibilidade de ter impacto na vida das pessoas”, diz.

A pesquisa da Market Analysis também mostrou que as empreendedoras se identificam mais com valores de independência, empoderamento feminino e valorização da carreira. No Brasil, apenas 9% das entrevistadas afirmam se identificar fortemente com ideias tradicionais, como dedicação exclusiva à casa e de-

pendência do parceiro, enquanto mais de 80% defendem valores mais modernos.

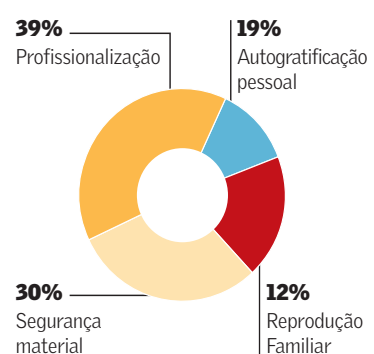
“A confiança em si mesma é um grande motivador da mulher para empreender. Quando elas reconhecem sua capacidade de autonomia, buscam mais conhecimento e investem em si próprias”, afirma Camila Ribeiro, do Sebrae.

O ato de empreender também gera um círculo virtuoso de autoestima — quando elas percebem que são capazes de gerenciar a própria empresa, ganham ainda mais confiança e segurança, indica Camila.

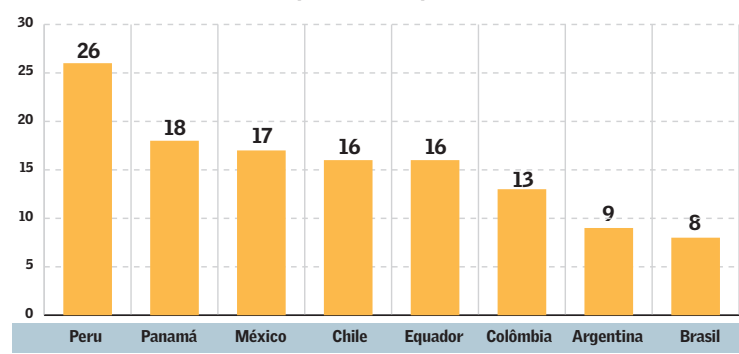
Aspirações de vida

Expectativas femininas de trabalho até 2020

■ Prioridades de vida das mulheres



■ Brasileiras na lanterna dos planos de empreender



Fonte: Market Analysis

EMPRESA COM CONTA NO BRADESCO CONTA COM TED E DOC GRATUITOS¹ NA CESTA DE SERVIÇOS

Para contratar, fale com seu Gerente.
Confira todos os benefícios em
empresasnegocios.bradesco/cestas

6 meses de isenção
na cesta de serviços²

5 dias sem juros
no limite da conta-corrente³

Tarifa de cobrança⁴
a partir de
R\$ 1,45

Isenção da tarifa
de folha de pagamento⁵

Custódia de cheques
gratuita⁶

Bradesco
Empresas e Negócios
Pra frente com seu negócio.

¹Condição de TED e DOC eletrônicos sem cobrança de tarifa adicional válida apenas via Net Empresa. Volume por mês depende da cesta de serviços escolhida. ²Condição especial para novos correntistas nas Cestas ME Bradesco e MAX Empresarial Bradesco. ³Até 5 dias sem juros no Cheque Empresarial. ⁴Tarifas diferenciadas de acordo com o faturamento, sendo R\$ 1,45 para clientes com faturamento de R\$ 12 mil/ano a R\$ 30 mil/ano e R\$ 1,75 para clientes com faturamento de R\$ 240 mil/ano a R\$ 3,2 milhões/ano e R\$ 2,05 para clientes com faturamento até R\$ 240 mil/ano. Emissão e postagem dos boletos são a cargo do cliente e Floating D+2 ou D+1. ⁵Condição especial válida por 6 meses na tarifa de transmissão/pagamento de salários para novos clientes ou para clientes legados sem o produto. ⁶Condição especial válida por 6 meses para novos clientes ou para clientes legados sem o produto.