GV novos negócios

ANO 6 | NÚMERO 6 | 2015

A REVISTA
DO CENTRO DE
EMPREENDEDORISMO
DA FGV









1. PIERRE ZONTA | 2. DIVULGAÇÃO | 3. DANILA SONODA | 4. DIVULGAÇÃO

MULHERES EMPREENDEDORAS

ELAS SÃO MAIS DE 50% NO BRASIL
Quais mudanças podem vir junto?

FGV EAESP
CENTRO DE
EMPREENDEDORISMO
E NOVOS NEGÓCIOS

SABE POR QUE
METADE DE NOSSOS
VICE-PRESIDENTES
SÃO MULHERES?
PELO MESMO
MOTIVO
QUE METADE
SÃO HOMENS.

grupo boticário
beleza é o que a gente faz

O Boticário · Eudora · quem disse, berenice? · The Beauty Box

Além de duas vice-presidências, quase metade de nossos cargos de gestão é ocupada por mulheres. Nós não privilegiamos um gênero quando contratamos, porque sempre acreditamos que, quando o assunto é criar um mundo mais belo, o que importa mesmo é o que você faz.



heads.

grupoboticario.com.br

DIVULGAÇÃO



APRESENTAÇÃO

A sexta edição da Revista Novos Negócios traz a mulher empreendedora como tema central. Como se sabe, o empreendedorismo é uma atividade abraçada por muitas mulheres em razão da possibilidade de conciliar carreira e família. Segundo o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), mais da metade dos novos empreendedores é composta por mulheres.

Apresentamos também um texto da professora Maria José Tonelli sobre o Programa 10.000 Mulheres, que desde 2008 é realizado na escola. Agora, com um novo formato delineado em conjunto com o Babson College, esse programa, totalmente gratuito, auxilia as participantes a pensar em uma inovação que leve seus negócios a um outro patamar de vendas e rentabilidade.

Aliás, neste ano de crise, mais do que nunca o empreendedor deve pensar em inovação – seja de produto, seja de processo – para driblar as adversidades.

A revista aborda também outros assuntos sobre a situação da mulher no contexto do empreendedorismo – obstáculos sofridos por mulheres empreendedoras, dificuldades de se encontrar mulheres que empreendem na área de tecnologia e ainda os casos de duas empreendedoras, a Carla Melo e a Railda Santos, ambas entrevistadas pelas doutorandas da FGV Kate Dayana Abreu e Tatiana Lemos Sandim.

Espero que todos tenham uma boa leitura e aproveito para enviar os votos de um 2016 mais leve para os empreendedores brasileiros!

Prof. Tales Andreassi
Coordenador do FGVcenn

grupo boticário

ÍNDICE

7 **FEIRA DE EMPREENDEDORISMO**
Por Adriana M. Ventura

10 **MULHERES EMPREENDEDORAS**
Por Maria José Tonelli

12 **REPORTAGEM DE CAPA**
Empreendedoras FGV – Carla Melo e Railda Santos, entrevistadas por Kate Dayana e Tatiana Sandim

16 **MULHERES COMERCIANTES – QUAIS SÃO OS OBSTÁCULOS E POR QUE ELES EXISTEM?**
Por Talita Noguchi e Luiza Franco

18 **GIRLS IN TECH, CADÊ VOCÊS?**
Por Estelle Rinaudo

20 **I2P LATIN AMERICA 2015**
Por Rene Fernandes

22 **CENN NA MÍDIA**

24 **GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**
Por Marcus Salusse

28 **FOTOS FGVCENN 2015**

30 **WORKSHOPS FGVCENN**

EXPEDIENTE

DIRETORES EAESP – FGV
Luiz Artur Ledur Brito
Tales Andreassi

COORDENADORES FGVcenn
Tales Andreassi
Marcelo Marinho Aidar

GESTÃO EXECUTIVA
Aline de Oliveira Novaes
Rene Jose Rodrigues Fernandes

PROFESSORES ASSOCIADOS
Adriana Ventura, Edgar Barki, Gilberto Sarfati, Johanna Vanderstraeten, Marcelo Marinho Aidar, Tales Andreassi e Newton Campos

PESQUISADORES E RESPONSÁVEIS POR PROJETOS
Batista Gigliotti, Fábio Fernandes, Gilberto Sarfati, Laura Cristina Pansarella, Nelson Pretti, Newton Campos, Marcelo Aidar, Marcus Salusse, Rene Jose Rodrigues Fernandes, Tales Andreassi e Vania Nassif

FGVcenn
Av. 9 de Julho, 2029 – 11º andar, São Paulo
Tel: 11 3799-3439
e-mail: cenn@fgv.br
cenn.fgv.br
www.facebook.com/FGVcenn
twitter: @FGVcenn

REVISTA GV novos negócios
ISSN: 22374639

EDITOR RESPONSÁVEL
Rene Jose Rodrigues Fernandes
MTB 0078451/SP

REVISÃO
Raquel Machado Fernandes

DIREÇÃO DE ARTE
Luiza Poli Franco

EMPRESAS PARCEIRAS
Grupo Boticário, IBQP, Sebrae, 3M do Brasil e Itaú

DOADORES DE TEMPO
O FGVcenn agradece aos palestrantes, debatedores, moderadores e juízes de competições de planos de negócios que gratuitamente compartilharam sua experiência com a comunidade acadêmica e o público em geral neste último ano.

FGV EAESP
CENTRO DE EMPREENDEDORISMO E NOVOS NEGÓCIOS



EVOLUÇÃO E TENDÊNCIAS DA FEIRA DE EMPREENDEDORISMO DA EAESP-FGV

Por ADRIANA M. VENTURA*, professora da FGV-EAESP e proprietária do Espaço 10x21-Arte em Movimento, espaço multicultural destinado a atividades artísticas e culturais.

A Feira de Empreendedorismo da Graduação já se tornou um evento tradicional no calendário GVniano. Por semestre, temos aproximadamente 36 grupos de alunos apresentando suas ideias de negócios. Os alunos desenvolvem um negócio inovador, viável e escalável. **O objetivo é incentivá-los a empreender, buscando a inovação do produto, do processo ou do mercado, assumindo riscos**, "nadando em águas desconhecidas", fazendo assim com que vivenciem alguns dos sentimentos de um empreendedor.

A Feira tem a duração de 4 horas e recebe em torno de 500 pessoas, entre a comunidade GV e visitantes externos, que vêm conhecer um pouco do que pensam os nossos alunos sobre empreendedorismo. Fizemos uma compilação sobre as ideias apresentadas na feira nos últimos cinco semestres, as quais foram classificadas da seguinte forma:

a) **Negócios Tradicionais**: as conhecidas empresas "tijolo e concreto", que possuem recursos físicos, funcionários e entregam um produto ou serviço.

b) **Negócios Tradicionais que utilizam canais prioritariamente Digitais**: idem à classificação acima, mas o principal canal utilizado é o digital. É o caso de uma loja virtual ou e-commerce que faz suas vendas pela internet.

c) **Negócios puramente Digitais**: negócios onde há uma solução tecnológica ou uma intermediação (rede social, crowdfunding, etc).

Houve um aumento significativo dos Negócios Digitais em detrimento dos Negócios Tradicionais, como observado a seguir:

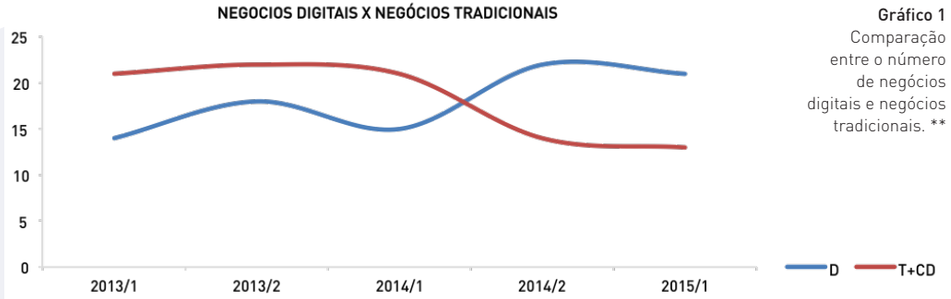


Gráfico 1
Comparação entre o número de negócios digitais e negócios tradicionais. **

Dentro do crescimento dos Negócios Digitais, houve aumento das redes e mídias sociais, e-commerce e crowdfunding, com a preponderância de aplicativos e softwares.
Observamos também que **a proliferação e o aumento dos Negócios Digitais fez com que diminuísse o número de Negócios Tradicionais voltados para produtos e serviços**.
A quantidade de empresas ofertando produtos também decresceu ao longo dos cinco semestres analisados em relação aos serviços, mostrando uma tendência de aumento destes últimos, como indicado no gráfico abaixo:

Quanto à divisão por segmentos, **o segmento mais explorado nas últimas cinco feiras foi o alimentício**.
Podemos atribuir esta preponderância ao "boom" dos food trucks em 2013 - 2014, bem como à popularização da comida gourmet, que passou a ser servida nos food parks.
Em segundo lugar, pudemos notar que o segmento de conveniência também foi bem explorado nas últimas feiras: ideias de negócios que facilitam o dia a dia das pessoas, buscando comodidade

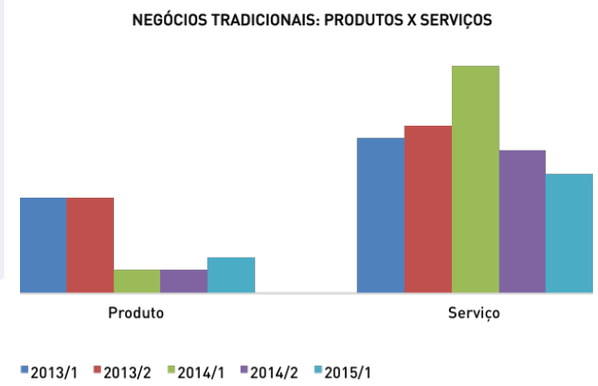


Gráfico 3 - Negócios tradicionais: Produtos x Serviços. **

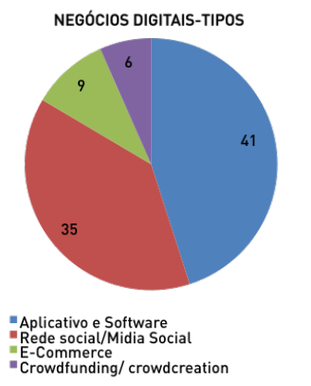


Gráfico 2 - Tipos de negócios digitais. **

e rapidez. Já o segmento de eventos e artes ocupou o terceiro segmento mais explorado nas últimas feiras, especialmente com o desenvolvimento de aplicativos e softwares voltados a eventos, baladas e festas.
A divisão completa dos segmentos pode ser observada a seguir:

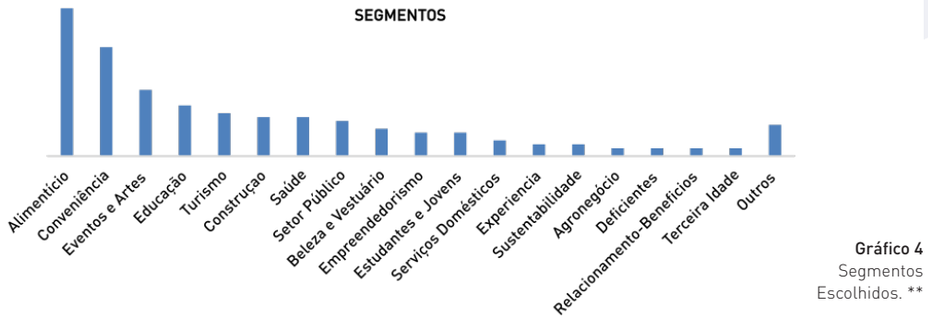


Gráfico 4
Segmentos Escolhidos. **

Na feira de 2015/1, foram 21 Negócios Digitais e 13 Negócios Tradicionais. Os segmentos conveniência, eventos e artes e saúde foram os mais explorados. Também tivemos outros **negócios que visavam estimular o empreendedorismo, com o desenvolvimento de empresas que serviriam de suporte para novas ideias e para o empreendedor**.
A inovação de 2015 foi a criação do Concurso de Pitch de 2 minutos, no qual participou um integrante de cada grupo das cinco ideias vencedoras.
Para a Feira 2015/2, houve outra inovação, o Grupo Gaia fechou uma parceria com a FGV-EAESP e selecionou uma das cinco empresas vencedoras escolhida pelos jurados para receber um apoio especial: ter à disposição a estrutura de um escritório e o respaldo financeiro de até R$ 25 mil reais.

EMPRESAS POR SEGMENTO**	2013/1	2013/2	2014/1	2014/2	2015/1	TOTAL
Alimentício	9	7	11	8	3	38
Conveniência	3	7	2	11	5	28
Eventos e Artes	4	3	3	2	5	17
Educação	1	3	4	2	3	13
Turismo	1	4	2	2	2	11
Construção	2	2	4	2	0	10
Saúde	3	0	2	1	4	10
Setor Público	2	2	1	2	2	9
Beleza e Vestuário	2	0	2	2	1	7
Empreendedorismo	1	0	1	1	3	6
Estudantes e Jovens	1	3	0	1	1	6
Serviços Domésticos	1	1	1	0	1	4
Experiência	2	0	0	0	1	3
Sustentabilidade	1	0	1	0	1	3
Agronegócio	0	1	0	0	1	2
Deficientes	0	1	0	1	0	2
Relacionamento-Benefícios	1	1	0	0	0	2
Terceira Idade	1	1	0	0	0	2
Outros	0	4	2	1	1	8
Total de Empresas em cada feira	35	40	36	36	34	181

*Agradecimentos ao Prof. Fernando Tomaselli, Anaisa Martins e César Shimura. **Fonte: Relatórios internos das Feiras 2013 – 2015.

PITI REALI



OPORTUNIDADES NO PROGRAMA **10 MIL MULHERES** DA GOLDMAN SACHS E FGV-EAESP

Por MARIA JOSÉ TONELLI, professora do departamento de Administração Geral e Recursos Humanos na FGV-EAESP.

Desde 2008 coordeno na FGV-EAESP, em conjunto com o prof. Tales Andreassi, o **Programa 10.000 mulheres**. Trata-se de um projeto de amplitude, que já atendeu mais de 10 mil mulheres em mais de 20 países ao redor do mundo, organizado e financiado pela Goldman Sachs. Aqui na EAESP cerca de 400 mulheres passaram pelo programa e criaram um grupo de ex-alunas ativo e participante de inúmeros projetos. **Investir no desenvolvimento de mulheres é um objetivo que traz resultados de longo prazo**, pois, quando as mulheres se desenvolvem, seus recursos são investidos na própria comunidade, nos filhos e na família.

Muitas mulheres se tornam empreendedoras já que tal atividade permite conciliar família e trabalho. E, ainda que a atividade empreendedora seja demandante e envolva muitas vezes a relação entre a empresa e a família, as mulheres empreendedoras conseguem ter alguma flexibilidade na organização do tempo, o que lhes permite fazer pequenos ajustes na agenda do dia, facilitando o cuidado com os filhos.

Mas quais são os benefícios deste programa? Dois aspectos se destacam. O primeiro, ao fazer parte de um grupo tão diversificado de mulheres, as participantes reforçam sua autoestima, partilham problemas (e soluções) comuns, o que permite reforços e apoios mútuos. O segundo, elas tomam conhecimento de várias técnicas e procedimentos em diversas áreas da Administração, que as auxilia na gestão das empresas. De fato, muitas mulheres que começaram seus empreendimentos o fizeram sem necessariamente saber como atuar em gestão, mas pelo espírito empreendedor de inovação, de investir em uma boa ideia e aceitar correr riscos. Mas, poder receber e compartilhar conteúdos em finanças, marketing, estratégia, recursos humanos permite a profissionalização e amplia a visão de negócios dessas mulheres guerreiras. Hoje, mais de 50% dos novos negócios no Brasil são iniciados por mulheres, o que nos dá a dimensão da importância de investir nesse grupo.

Hoje, mais de 50% dos novos negócios no Brasil são iniciados por mulheres

Após a primeira fase do programa, a Goldman Sachs iniciou uma nova rodada para mulheres empreendedoras, agora em parceria com o Babson College. A FGV-EAESP foi escolhida para dar continuidade à segunda fase que conta com diversas inovações. Além de o programa ter sido desenvolvido pelo Babson College, escola norte-americana reconhecida por seu foco na área de Empreendedorismo, as alunas podem contar com a participação de professores da FGV-EAESP, e com um grupo de consultores de negócios para acompanhar o plano de crescimento das empresas. Trata-se de um programa desenhado com foco na prática e no plano de crescimento da empresa.

A primeira turma dessa segunda fase começou suas atividades em 24 de setembro de 2015 e, com certeza, tem vários motivos para comemorar: o programa é gratuito, as alunas têm a possibilidade de compartilhar conhecimento com o grupo de ex-alunas em eventos desenhados especialmente para tal, podem contar com apoio mútuo dessa nova turma e, sem dúvida, desenvolver competências para aplicar em diversas áreas de suas empresas.

Em 03 de outubro, um sábado, o Goldman Sachs, a FGV e a Fundação Dom Cabral promoveram o **1º Encontro Nacional de Alunas 10.000 Mulheres**, no Auditório Itaú da FGV/EAESP. Ex-alunas da FGV e FDC contaram sobre a evolução dos seus negócios após a participação no **Programa 10.000 Mulheres** e dividiram as suas experiências com a plateia. Ao final do evento, representantes do comitê Alumni da FGV e FDC apresentaram uma proposta para o fortalecimento da rede de ex-alunas, com foco em vendas e rodadas de negócios. Viva as mulheres!

DIVULGAÇÃO



Maria José Tonelli







DIVULGAÇÃO

ENTRE MÁQUINAS E PARAFINAS: UM BREVE RELATO DA TRAJETÓRIA DE **CARLA MELO**, PARTICIPANTE DO PROGRAMA 10.000 MULHERES E SÓCIA DA EMPRESA LOJA DAS VELAS

Por KATE DAYANA ABREU, pesquisadora do Centro de Estudos em Administração Pública e Governo (CEAPG-FGV) e doutoranda em Administração Pública, também na FGV.

Carla Monteiro de Melo trabalhou, por mais de 15 anos, como técnica em eletrônica em uma grande empresa de telecomunicações, onde realizou, por exemplo, montagem e ativação de redes de transmissão em corridas de Fórmula 1 e de jogos de futebol. Trabalho considerado "de homem" em ambientes, ainda, muito masculinizados, infelizmente. O que lhe proporcionou o desprazer de ouvir "não tem um homem aí que possa me atender, que possa fazer esse trabalho?", "você sabe o que está fazendo?", "mulher era para estar no fogão", relata. Experiência que certamente fez dela uma pessoa mais forte, ou no mínimo menos frágil para o desagrado de seus agressores.

Devido às lesões por esforço repetitivo que a afastaram desse trabalho, começou a fabricar velas artesanais para comercialização. Mas, por que se dedicar à produção velas? "Porque sempre gostei de acendê-las. Percebi que não eram baratas, mesmo com os baixos custos de produção", diz Carla. Produção que começou a ser realizada, de forma tímida, no quintal da casa da mãe e depois na cozinha da própria casa. Ao ouvir no rádio o professor Tales Andreassi anunciando o **Programa 10.000 Mulheres**, considerou que seria uma oportunidade para aprender a gerir a sua fabricação de velas, que hoje é a principal fonte de renda da família.

Através do **Programa 10.000 Mulheres**, aprendeu técnicas para organizar a produção a fim de aumentar a produtividade, e realizar a gestão financeira do empreendimento de maneira eficiente. Junto com o plano de expansão do empreendimento, também desenvolvido no âmbito desse Programa, ampliou a sua atividade para uma pequena fábrica que atualmente possui quatro funcionários, além dela e o esposo – que depois de um tempo também deixou a atividade que exercia para produzir velas. Comercializam em atacado para lojistas da rua 25 de março, redes de restaurantes e Spas. Ela descreve que "antes [do Programa] o trabalho era muito intuitivo, fiquei trabalhando durante seis anos sem alterar nada na minha vida nem na produção. Perdia tempo, materiais e dinheiro, hoje a organização é muito melhor, e já aumentamos a produção em 30%... enquanto participava [do Programa] fui seguindo os princípios das aulas na prática, e comentava no curso o que tinha dado certo e o que não". Assim, "a **Loja das Velas** nasceu junto com o **10.000 Mulheres**".

Carla é a responsável pela gestão administrativa e financeira e pela produção da fábrica. É ela quem dimensiona a produção e os insumos necessários, lida com planilhas de custos, vai ao banco, opera a serra elétrica no corte de velas e realiza a manutenção dos equipamentos da fábrica, enquanto o esposo trabalha no setor comercial da empresa, tanto das compras presenciais, quanto as virtuais. Uma distribuição de atividades pouco comum nos empreendimentos familiares, em que os homens tendem a atuar na administração financeira e/ou na produção.

Embora haja avanços na gestão da empresa ela relata a ausência de tempo para estar com a família devido à dedicação exigida com a fábrica, principalmente quando os filhos e os pais necessitam de atenção e cuidados. Por esse motivo acaba tendo sua rotina restrita a essa dupla jornada, sem disponibilidade para realizar algo para ela mesma. Outro ponto a ser enfrentado em seu ambiente de negócios, é a necessidade de agir mais profissionalmente e menos pela emoção, aspecto esse que tem sido melhorado com os aprendizados provenientes do Programa. Dificuldades reais de uma empreendedora em lidar no dia a dia com as funções de cuidado com a família e com os negócios.

Sobre os obstáculos em ser uma mulher à frente de uma empresa, pondera que diante das situações que enfrentava em seu trabalho anterior - "vim de um meio muito extremo"-, atualmente não vivencia situações machistas. E considera que a imagem da empresa é o que aparece quando lida com clientes e fornecedore(a)s. Contudo, ao relatar a mudança na sua vida em ter se tornado uma empreendedora, descreve que há anos, quando era funcionária da empresa de telecomunicações, tinha forte receio em perder o emprego, sua fonte de renda que, na época, era menor. Por ser mulher, em um ambiente tão masculino e permeado por preconceitos, se sentia ainda mais vulnerável. Atualmente, possui maior liberdade financeira e, mesmo com a rotina agitada, tem maior flexibilidade de horários para lidar com a dupla jornada, e o seu trabalho depende mais dela mesma, "tenho maior domínio do meu dia a dia".

Esse breve relato da trajetória empreendedora da Carla e de sua participação no **Programa 10.000 Mulheres** é mais uma daquelas boas histórias de contar. Uma mulher que se dedica a um trabalho que gosta, entre parafinas e máquinas, e tem, assim, mais autonomia e liberdade financeira.



DANILA SONODA

ENTREVISTA COM **RAILDA SANTOS**, 35 ANOS, PARTICIPANTE DA 9ª TURMA DO PROGRAMA 10.000 MULHERES E SÓCIA DA EMPRESA FR BRINDES E PROMOÇÕES

Em 2011, com a proibição da distribuição de sacolas plásticas no comércio de São Paulo, Railda encontrou a oportunidade que esperava para empreender um negócio próprio. Associou-se com sua irmã, Rosângela, 33 anos, e começou a planejar uma empresa de desenvolvimento e comercialização de sacolas feitas a partir de garrafas pet. Buscaram informações e orientações em eventos e feiras de empreendedores, além de recorrer aos amigos e à família. Pensando na sustentabilidade da empresa, expandiram a variedade de produtos. Surgiu, então, a **FR Brindes e Promoções** que atualmente possui mais de 100 produtos e tem, entre seus principais clientes, diversas escolas na região de Santo Amaro, na capital.

Railda sempre quis ser uma empreendedora. Ela diz que, em todos os empregos que teve, buscava aprender algo que pudesse usar em sua própria empresa.

Ela alia a experiência prática ao conhecimento adquirido na faculdade de Design Digital para a criação e desenvolvimento dos produtos de sua empresa. Também é responsável pela atualização do site e pela área comercial e se orgulha de conhecer todos os seus clientes e fornecedores pessoalmente.

Para ela, o diferencial de sua empresa está no atendimento ao cliente e na preocupação com o meio ambiente. Ela investe no acompanhamento personalizado, no desenvolvimento de produtos voltados para os resultados que o cliente espera alcançar e na agilidade da entrega para fidelizar seus clientes.

Ainda em 2011, participando de um evento, soube do **Programa 10.000 Mulheres**. Chegando em casa buscou informações no site e se inscreveu. Aprovada no processo seletivo, participou da 9ª turma formada no Programa. O contato entre as mulheres da turma as empodera e é muito importante para que consigam seguir em frente, segundo ela. Elas têm a oportunidade de conhecer outras mulheres empreendedoras e suas histórias de vida. Por vezes, se reconhecem nessas histórias de erros e acertos, de superação de desafios e, descobrem, no plano mais objetivo, que estratégias funcionam ou não, por exemplo. Além disso, a rede formada por essas mulheres e pelas participantes das outras turmas dura para além do período de formação e se constitui em um recurso importante que as ajuda a se manterem permanentemente em contato com informações e eventos de interesse para os empreendimentos. Há, com isso, outro ganho menos tangível que é a percepção de que é possível avançar, apesar das dificuldades.

O contato entre as mulheres da turma as empodera e é muito importante para que consigam seguir em frente

Outro ganho fundamental para sua empresa foi a participação nas aulas do Programa. Com as aulas na FGV e a consultoria que recebeu depois, Railda pode aprender formas mais simples e rápidas de precificar seus produtos, calcular suas margens de lucros e planejar suas estratégias de marketing, por exemplo. Além disso, ela e a sócia conseguem responder aos clientes com mais agilidade e têm clareza do quanto podem negociar em cada orçamento. A gestão se tornou mais simples e transparente, com o auxílio das técnicas e ferramentas que conheceram e desenvolveram no Programa. Tudo isso teve impacto direto na sustentabilidade da empresa que funciona em casa, no Capão Redondo, em São Paulo.

Depois de participar do Programa, ela já fez vários outros cursos em vários temas: idiomas, negociação, oratória e segue estudando. É fundamental, em sua opinião, aprender algo novo todos os dias. Com a internet, não há desculpa porque há muito conhecimento gratuito disponível e cada um pode escolher o melhor horário para se dedicar ao que deseja aprender, complementa. Ela e Rosângela, sua irmã, se revezam para fazer cursos e manter as atividades da empresa funcionando. O que uma aprende em um curso, ensina para a outra sempre, ela diz.

Railda está sempre buscando inovar e criar estratégias para ampliar seu empreendimento. Nos últimos meses, a **FR Brindes e Promoções** tem se tornado conhecida graças às visitas em empresas dos bairros próximos à sede. Indo pessoalmente a cada potencial cliente, ela apresenta seus produtos e os diferenciais que pode oferecer.

Para o primeiro semestre de 2016, o plano de marketing já está pronto. A principal estratégia é ampliar a variedade de clientes, buscando atender outros segmentos. O plano elaborado pelas sócias está em análise pelos consultores do **Programa 10.000 Mulheres**. Ainda hoje, Railda recorre aos consultores do Programa quando quer inovar ou quando tem dúvidas sobre alguma questão específica.

Criativa e curiosa: são alguns dos adjetivos que ela usa para falar de si enquanto conta sua história. É preciso incluir otimista para ser justa ao falar dela. Uma otimista que, em 2016, "vai dar o pulo do gato".

Por TATIANA LEMOS SANDIM, pesquisadora do Centro de Estudos em Administração Pública e Governo (CEAPG-FGV) e doutoranda em Administração Pública, também na FGV.

MULHERES COMERCIANTES – QUAIS SÃO OS OBSTÁCULOS E POR QUE ELES EXISTEM?

Por TALITA NOGUCHI, sócia-proprietária do Las Magrelas, bar e bicicletaria, e uma das organizadoras do festival feminista Desamélia, com a colaboração de LUIZA POLI FRANCO, designer e também organizadora do Desamélia.

É fácil constatar que em diversas áreas profissionais, especialmente onde há concentração de recursos financeiros, as mulheres estão em menor número. Para além da justificativa óbvia que invalida a capacidade de uma pessoa de acordo com o seu recorte de gênero, **podemos começar a nos indagar sobre o que acontece de fato nesses setores e exercitar um olhar mais crítico na relação entre causa e consequência**.

O empreendedorismo é calcado em algumas habilidades que podem ser adquiridas por basicamente qualquer indivíduo; mas o estímulo a esse aprendizado não é dado, de fato ou com igualdade, a qualquer um. Em 2015 ainda não é incomum encontrar pais que não abrem espaço para suas filhas exercerem todo seu potencial, que escolhem por elas, que podam a descoberta de suas aptidões e o desenvolvimento de suas habilidades por questões sociais e de gênero. Ao não incentivar o seu desenvolvimento em determinadas áreas por serem consideradas "masculinas" ou mesmo pouco prestigiadas, esses pais acabam criando mulheres mais vulneráveis numa sociedade que, de maneira mais ampla, desestimula o pleno exercício de cidadania da mulher. Além de verem cerceados seus futuros profissionais, estudos comprovam que elas acabam sendo mais propensas a sofrer abusos em muitas etapas das suas vidas. Tornam-se modelos do rótulo de fragilidade que recai social e historicamente sobre a mulher.

A quem adquira, entre todos os desafios do desenvolvimento enquanto mulher adulta, o conhecimento de habilidades tidas como empreendedoras (que para mim tem mais a ver com o pleno desenvolvimento de características de uma pessoa livre e autônoma) ainda restam obstáculos, sejam corriqueiros ou mais complexos, que não se aplicam igualmente entre os gêneros.

Abaixo listo alguns exemplos, levantados em pesquisas sobre o tema ou que vivenciei na pele, que dizem respeito ao dia a dia da mulher empreendedora:

- O fator "mulher no comando" pode desvalorizar uma empresa perante seu mercado. Isso é fato noticiado e já houve denúncias de mulheres que ouviram essa argumentação dos próprios colegas cofundadores;
- Segundo estudo recém divulgado, mulheres na América Latina recebem salário 30% menor que homens de mesma idade, com mesmo grau de instrução e em ocupação de cargos semelhantes;
- Fornecedores frequentemente têm maior disposição para lidar com o elemento masculino de uma sociedade;
- Clientes tendem a questionar mais as informações vindas de mulheres do que quando tratam com homens. Ou mesmo ignorar informações dadas, pedindo explicitamente para falar com um profissional do sexo masculino;
- Por muitas vezes são vistas como a "esposa do sócio". A imagem de uma empresa familiar parece ser mais considerável que a de um empreendimento erigido em parceria entre um homem e uma mulher;
- É recorrente a atribuição de funções organizacionais e estéticas à parcela feminina numa sociedade, ainda que isso possa não condizer com a vivência prática dentro do estabelecimento;
- A ideia de que sociedade entre mulheres não dá certo porque elas acabam brigando, como se essa possibilidade fosse exclusiva dentro dessa conformação de sociedade ou como se mulheres não soubessem conviver para além de - o que foi socialmente construído como - rivalidade entre mulheres.

Sejam referentes ao mercado de trabalho brasileiro ou internacional, fatos como estes são bons exemplos de como ocorre, na prática, a manutenção dessa posição minoritária da mulher em cargos de chefia ou como sócia de um empreendimento. Ainda assim, são apenas um recorte entre tantos que constroem e mantêm esse cenário.

Quando abordamos esse tema é importante lembrar que dentro das questões de empreendedorismo há ainda o recorte social e racial. O meu lugar de fala tem também sua parcela de privilégio; sou uma mulher branca, jovem e burguesa e entendo que, mesmo estando dentro de certos recortes, minha posição ainda não é a da parcela mais oprimida da sociedade. Minha crítica é incapaz de abarcar plenamente realidades como a de mulheres acima de 40 anos, mulheres negras, mulheres de regiões periféricas; ainda que eu sinta dificuldade de inserção em determinadas posições, nunca me deparei com uma situação que se impusesse como totalmente inviável.

Sendo assim, proponho alguns questionamentos que possam contribuir para uma reflexão mais ampla:

? Para além de sua própria satisfação objetiva e econômica, qual o real motivo das mulheres empreenderem?

? Como colocar em foco também o apoio a mulheres em situações mais precárias do que a nossa, para somar na transformação da realidade de tantas mulheres?

? O empreendedorismo protagonizado por mulheres, por si só, quebra as estruturas que fundamentam a opressão daquelas que não estão no nosso campo de visão? Ou só reforçam estigmas sociais?



LAURA SOBENES

Talita e Luiza

GIRLS IN TECH, CADÊ VOCÊS?

Por ESTELLE RINAUDO, empreendedora franco-italiana, graduada em Administração de Empresas pela Bocconi (Itália) e pela FGV-EAESP, encarregada do desenvolvimento da iniciativa Girls in Tech no Brasil.

Esta é uma pergunta legítima de se fazer em um país onde a proporção de mulheres empresárias é uma das mais altas do G-20, conforme um recente estudo da consultoria EY (antiga Ernst & Young). Se as mulheres hoje estão bem representadas na categoria de empreendedores no Brasil, o número daquelas que escolhem a indústria de tecnologia para o trabalho ou para empreender é muito limitado, mesmo que o setor continue a crescer.

Quais são essas barreiras que, tanto no Brasil como no coração de Silicon Valley, mantêm as nossas empreendedoras longe do setor de tecnologia?

Foi com o objetivo de identificar e abordar essas barreiras que a ONG **Girls in Tech** (GIT), hoje presente em mais de 47 países, surgiu em San Francisco em 2007. Assim como na maioria dos países onde a **GIT** tem uma presença local, parece que uma das maiores barreiras no Brasil é a desinformação. Essa desinformação promove estereótipos que perduram e geram medos nas mulheres, os quais às vezes nem fazem mais sentido. Uma das principais barreiras para as empreendedoras ao entrar no setor de tecnologia é a crença de que é obrigatório ter um diploma em engenharia ou programação. Se isso foi verdade no passado, a situação evoluiu desde então.

Quais são essas barreiras que mantêm as nossas empreendedoras longe do setor de tecnologia?

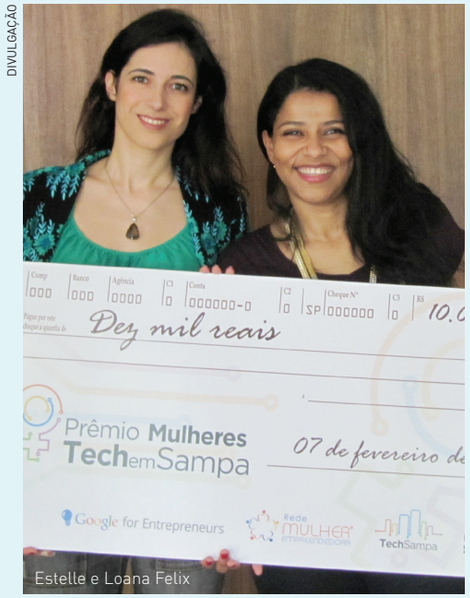
Hoje, existem diversas ferramentas e cursos de curta duração, simples e muitas vezes gratuitos, que permitem a qualquer pessoa criar um site ou um aplicativo, incorporando integralmente a tecnologia na sua estratégia de desenvolvimento de negócios, ou então simplesmente uma presença nas redes sociais.

A isto se acrescenta uma barreira cultural muito importante da educação. Em muitas famílias, o computador e a tecnologia têm sido, em grande parte das vezes, reservados principalmente para os homens da casa, criando o hábito de que a tecnologia é um assunto do sexo masculino.

Dessa forma, as mulheres enfrentam barreiras diferentes para entrar nesse setor que, paradoxalmente, muito as agrada porque são grandes consumidoras de tecnologia. Entretanto, ao contrário da crença popular, o setor de tecnologia oferece muitas oportunidades para as empreendedoras e as mulheres em geral. Produtos inovadores, capacidade de expandir o negócio e reduzir os custos, ambiente dinâmico, altos salários, horas flexíveis, home office. Os benefícios de trabalhar no setor de tecnologia são numerosos e não suficientemente conhecidos.

É principalmente na informação, inspiração e inovação que a **GIT SP** está influenciando as mulheres através de suas ações . Entre elas, o estabelecimento de um canal no YouTube com vídeos de curta duração onde, pela primeira vez, temas como inovação, empreendedorismo e tecnologia são abordados através de uma visão predominantemente feminina. Os primeiros vídeos online começaram a estar disponíveis no mês de Agosto, tendo como objetivo apresentar ideias e projetos de tecnologia liderados por mulheres, visando ajudá-las a ganhar visibilidade entre os players tradicionais do mercado, como investidores, jornalistas, parceiros, clientes em potencial, dentre outros, além de inspirar vocações ao mostrar as experiências de mulheres empresárias que podem servir de exemplo para outras.

DIVULGAÇÃO



Estelle e Loana Felix

Um segundo projeto ainda maior entrou em atividade no final de Novembro, com a organização de uma semana **GIT** em parceria com o centro de empreendedorismo CUBO. Durante essa semana, várias reuniões foram realizadas para estimular cofundadoras de startups e outras mulheres com interesse no setor. Elas puderam participar de bate papo com mentores, treinamentos de pitch e, para fechar o evento, o famoso "Lady Pitch Night" regido por Sheryl Sandberg, a COO do Facebook. A LPN é a maior competição de pitch destinada a startups do mundo a ter uma mulher como cofundadora e realizou sua primeira edição no Brasil este ano.

Por fim, é uma grande alegria constatar que mais e mais iniciativas privadas estão sendo criadas para apoiar projetos visando promover o interesse das mulheres no setor de tecnologia, tais como a **GIT SP**. Dessa forma, foi por meio do prêmio "Mulheres Tech em Sampa" recebido no início deste ano e organizado pela Rede de Mulheres Empreendedoras, o Google e a Prefeitura de SP, que o projeto do YouTube Girls in Tech se tornou realidade.

Investir nas mulheres e na tecnologia, é uma estratégia que faz sentido para as empresas sensíveis a esse assunto e que querem se posicionar de forma inovadora e útil no mercado de tecnologia!

OS VÍDEOS DA COMPETIÇÃO ESTÃO DISPONÍVEIS EM **https://vimeo.com/ideatoproductla**

I2P LATIN AMERICA 2015

Por RENE JOSE RODRIGUES FERNANDES, gerente de projetos do FGVcenn e editor da revista Novos Negócios, com informações da assessoria de comunicação da CTIT/UFMG.

A UFMG foi a grande vencedora do **Idea to Product (I2P) Latin America 2015**, alcançando os três primeiros lugares da competição. A equipe Energy Rubb conquistou o primeiro lugar geral e vai re-presentar a América Latina na final global. A equipe Lingvo ficou em segundo lugar, a Agrotech, em terceiro e a Step.Box, do Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR), de Recife, ficou com a quarta colocação.

A competição, criada pela Universidade do Texas (EUA), está em sua oitava edição e envolve planos de comercialização de tecnologias em estágio inicial. O objetivo central é fomentar a cultura do empreendedorismo na formação das próximas gerações de pesquisadores. O evento foi realizado nos dias 27, 28 e 29 de Agosto, pelo FGVcenn, em São Paulo.

OS VENCEDORES

A Energy Rubb desenvolveu uma tecnologia dirigida à obtenção de energia elétrica e combustíveis por meio da valorização térmica de rejeitos de plásticos provenientes das indústrias de mineração e automobilística. A equipe era formada por Mateus de Castro, Arthur da Silva, Igor da Cunha e Fabiano de Paula. Eles foram orientados pelo professor do Departamento de Química do ICEx Rochel Lago, da UFMG.

A tecnologia apresentada pela Lingvo consistia em um dispositivo para reabilitação da força e da mobilidade da língua, funcionando como um joystick controlado pela própria língua, associando os exercícios fonoaudiológicos a jogos computacionais. A equipe foi formada por Renata Furlan, Mariana Amaral, Matheus Azzi e Guilherme Leal, sob orientação do professor Estevam Barbosa de Las Casas, do Departamento de Engenharia de Estruturas da Escola de Engenharia, da UFMG.

O produto apresentado pela Agrotech, denominado NKeeper, era um aditivo que promove o aumento da disponibilidade de ureia no solo em culturas agrícolas, promovendo maior eficiência da aplicação de fertilizantes. A equipe foi formada por Lívia Horta, Breno Oliveira e Davi Silva, e a orientação foi dos professores Ângelo de Fátima, do Departamento de Química (ICEx), e Luzia Modolo, do Departamento de Botânica (ICB), da UFMG.

O produto da Step.Box foi uma rede de serviços logísticos de entregas baseada em um App, o qual, por meio da economia partilhada, torna os serviços de transportes mais dinâmicos, acessíveis e ágeis, sem perder a confiabilidade. O time era formado por Eraldo Guerra Filho, Roberto Almeida e Gustavo Lemos, do CESAR.

Mais informações sobre o I2P Latin America estão disponíveis no site da competição em ideatoproductla.org. A competição é patrocinada pelo Grupo Boticário e a 3M do Brasil.



DIVULGAÇÃO



PRINCIPAIS MATÉRIAS DO CENN NA MÍDIA EM 2015

CRÉDITO CARO PODE ENCURTAR VIDA DE NOVAS EMPRESAS

[http://migre.me/snsZr]

ESPECIALISTA FALA SOBRE OS
DESAFIOS ATUAIS
PARA QUEM QUER EMPREENDER

[http://migre.me/snsU2]

EMPREENDEDORES LUCRAM COM
NEGÓCIOS ADAPTADOS PARA BICICLETAS

[http://migre.me/sntuB]

ESTUDANTES FEDERAIS CRIAM
COMPACTADOR DE LIXO DOMÉSTICO

[http://migre.me/sntj6]

VERBETE DRAFT:
O QUE É MENTOR DE STARTUP

[http://migre.me/snt8l]

PRODUTO SIMPLES E BARATO É
APOSTA PARA CONQUISTAR
CONSUMIDOR EM 2016

[http://migre.me/snt2t]

EX-FEIRANTE **ABRE FRANQUIA** DE PURIFICADOR DE ÁGUA **E FATURA** R$ 120 MILHÕES

[http://migre.me/snt5h]

TECNOLOGIAS DA UFV SÃO SELECIONADAS PARA A IDEA TO PRODUCT COMPETITION 2015

[http://migre.me/sntfu]

CANADENSE ABRE BAR NO ABC PAULISTA ONDE CLIENTES SÓ PODEM FALAR EM INGLÊS

[http://migre.me/snt6R]

INCUBADORAS E ACELERADORAS
SÃO MAIS INDICADAS PARA NEGÓCIOS COM BASE TECNOLÓGICA

[http://migre.me/sntzh]

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

RELEASE GEM

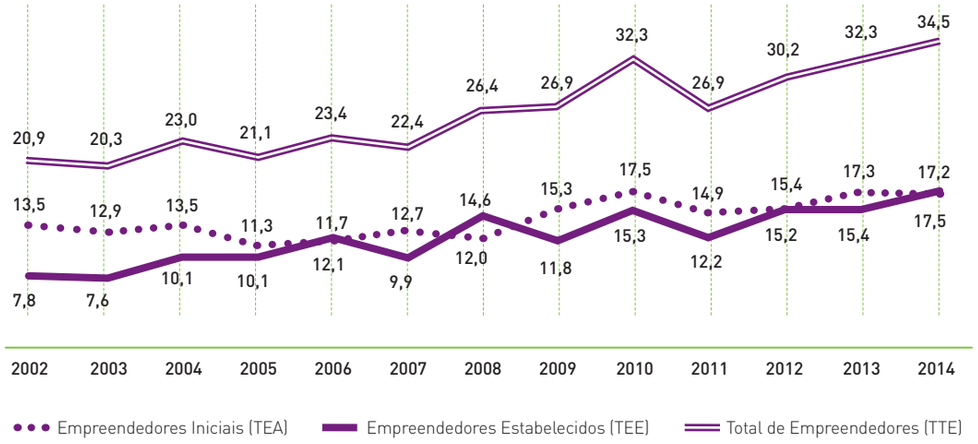
Por MARCUS SALUSSE, empreendedor e aluno do curso de doutorado em Administração de Empresas pela FGV-EAESP.

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae e o FGVcenn – Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getulio Vargas, apresentou em Curitiba, no dia 30 de junho de 2015, os resultados do **Global Entrepreneurship Monitor – GEM** para o ano de 2014. Em 2014, participaram da pesquisa GEM 73 países, que representam 72,4% da população e 90% do PIB mundial. No Brasil, a pesquisa com a população adulta foi realizada com 10.000 indivíduos entre 18 e 65 anos.

Em 2014, a Taxa Total de Empreendedores (TTE), que representa a soma dos Empreendedores Iniciais (TEA) e Empreendedores Estabelecidos (TEE), atingiu seu maior nível histórico. Os dados indicam que 34,5% da população adulta, ou pouco mais de um em cada três indivíduos, já possui um negócio próprio ou fez alguma ação, nos últimos 12 meses, com o propósito de criar e desenvolver um. Considerando-se os dados mais recentes das projeções da população brasileira pela PNAD (IBGE, 2014), estima-se a existência de 45 milhões de empreendedores no país em 2014. Metade é composto por empreendedores estabelecidos e metade por empreendedores iniciais, sendo 4,8 milhões de empreendedores nascentes e 18,0 milhões de empreendedores novos.

EVOLUÇÃO DAS TAXAS DE EMPREENDEDORISMO SEGUNDO ESTÁGIO - BRASIL - 2002/2014

Fonte: GEM BRASIL 2014



> 34,5% da população adulta já possui um negócio próprio ou fez alguma ação, nos últimos 12 meses, com o propósito de criar e desenvolver um negócio

O que se observou ao longo dos anos foi a consolidação do empreendedorismo como alternativa ao emprego formal e sua crescente importância para a atividade econômica do Brasil. Neste sentido destaca-se o aumento do empreendedorismo por oportunidade, que passou de 40,2% em 2002 para 70,6% dos Empreendedores Iniciais (TEA) em 2014. O cenário econômico positivo, sustentado pela expansão do mercado interno e maior acesso ao crédito, tiveram um impacto positivo na economia, que estimulou a atividade empreendedora com oportunidades nas mais diversas áreas. Entre os empreendedores iniciais, constatou-se que 51% são mulheres e 53% têm até 34 anos, o que aponta a importância do empreendedorismo como alternativa de geração de renda, principalmente para as mulheres e os mais jovens.

Mas de maneira geral, o empreendedorismo no Brasil ainda compreende, em sua maioria, negócios simples que visam a substi-


Marcus Salusse

DIVULGAÇÃO

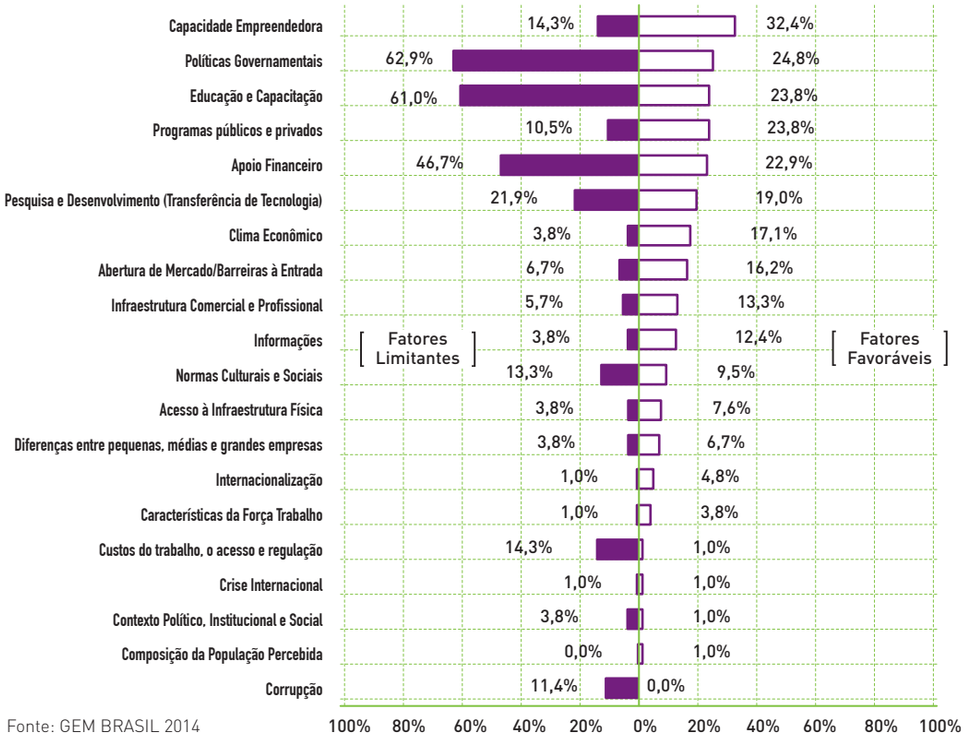
É precisamente neste momento que o empreendedor precisa estar confiante para transformar os desafios em oportunidades

tuição ao trabalho assalariado ou complementação de renda, o que limita o potencial impacto de seus empreendimentos na atividade econômica do país. Esses empreendedores são, via de regra, pouco inovadores ou ambiciosos, pois não utilizam novas tecnologias em seus produtos e serviços ou não pretendem contratar muitos funcionários nos próximos anos, ou seja, não pretendem crescer significativamente seus negócios.

A pesquisa **GEM** aponta ainda, a partir da coleta de dados primários dos indivíduos da população adulta do Brasil, que somente 20% dos empreendimentos possuem registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) e aproximadamente metade dos empreendedores estabelecidos ou iniciais faturam até R$ 12.000,00 anuais. Com o registro formal, os empreendedores passam a ter acesso a benefícios sociais e seus empreendimentos, acesso a mais oportunidades, além de impactar positivamente sua legitimidade perante clientes e fornecedores, contribuindo com a mudança cultural necessária para o fortalecimento da atividade da micro e pequena empresa no Brasil. Iniciativas como a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, da instituição do SIMPLES Nacional e criação do Microempreendedor Individual – MEI têm sido fundamentais como incentivo à formalização e obtiveram resultados expressivos nos últimos anos, com milhões de empreendedores aderindo ao MEI e outros milhares ao SIMPLES Nacional.

Além da pesquisa com a população adulta, a pesquisa GEM também entrevista especialistas sobre as condições para se empreender nos países – General Framework Conditions. Em 2014, foram entrevistados 108 especialistas das diversas regiões do país, que destacaram os fatores "apoio financeiro", "políticas governamentais" e "educação e capacitação" que possuem predominância de citações como fatores limitantes e "programas" e "capacidade empreendedora" com predominância de citações como fatores favoráveis. De maneira geral, a conclusão dos especialistas é no sentido de que, embora tenha havido melhora relacionada à atuação do governo e maior acesso a crédito para se empreender, ainda falta educação e capacitação aos empreendedores e a regulamentação da atividade ainda é vista como predominantemente limitante para abertura e manutenção de novos negócios no Brasil.

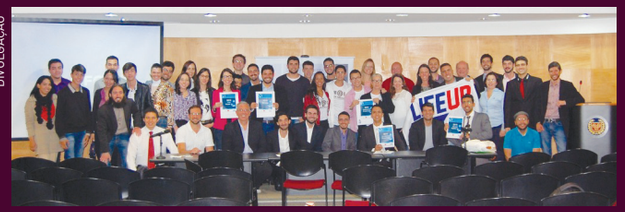
PERCENTUAL DOS FATORES LIMITANTES E FAVORÁVEIS CITADOS PARA A ABERTURA E MANUTENÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS PELOS ESPECIALISTAS - BRASIL - 2014



Fonte: GEM BRASIL 2014

Mas o que se observou em 2014 não tende a se repetir em 2015, pois a conjuntura atual tende a impactar negativamente a atividade empreendedora, diante do desaquecimento da atividade econômica no Brasil. É precisamente neste momento que o empreendedor precisa estar confiante para transformar os desafios em oportunidades. São nesses períodos em que os empreendedores mais bem preparados conseguem se beneficiar da fragilidade de seus concorrentes, à medida que desenvolvem seus empreendimentos e contribuem para a manutenção da atividade econômica do país, principalmente por meio da geração de emprego e renda. A pergunta a se fazer neste momento de preocupação é: **Que tipo de empreendedor você é?**

DIVULGAÇÃO



ALBERTO SEIXAS LEVY



ALBERTO SEIXAS LEVY



DIVULGAÇÃO



ALBERTO SEIXAS LEVY



PITI REALI













EM 2015, O FGVCENN DESENVOLVEU VÁRIOS WORKSHOPS FOCADOS NAS NECESSIDADES DOS EMPREENDEDORES, COM OS TEMAS:



- WORKSHOP — FORMAÇÃO DE HERDEIROS EM EMPRESAS FAMILIARES
- EVENTO — REDE GLOBAL DO EMPREENDEDORISMO BRASIL NA FGV
- WORKSHOP — DESENVOLVIMENTO DE CLIENTES
- WORKSHOP — QUANTO VALE MINHA EMPRESA OU STARTUP QUE QUERO MONTAR?
- WORKSHOP — NETWORKING ESTRATÉGICO – CONSTRUÇÃO E MANUTENÇÃO DAS REDES DE RELACIONAMENTOS
- WORKSHOP — DESIGN THINKING, COCRIAÇÃO E INOVAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIO

WORKSHOPS ITAÚ

- COMUNICAÇÃO ASSERTIVA
- ORIENTAÇÃO FINANCEIRA I E II
- PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
- RELAÇÕES TRABALHISTAS
- INOVAÇÃO
- MODELO DE NEGÓCIO
- ESTRATÉGIA DE VENDAS
- PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

FIQUE ATENTO AOS WORKSHOPS DE 2016

Confira a programação em www.facebook.com/FGVcenn
ou, caso queira sugerir um tema, envie um e-mail para cenn@fgv.br


FGV EAESP
CENTRO DE
EMPREENDEDORISMO
E NOVOS NEGÓCIOS