



GUIA E DVD MAPEIAM UNIVERSO DAS FRANQUIAS

Chega às bancas no dia 8 de junho o *Guia de Franquias 2011/2012*. O anuário traz um ranking com 385 redes: há prêmios para as melhores franquias em 13 categorias, e ainda para Franquia do Ano e Franquia Emergente. Junto com a edição, será encartado o DVD *7 Pecados Capitais do Franchising*, com depoimentos dos donos das redes mais famosas do país.

PEQUENAS EMPRESAS

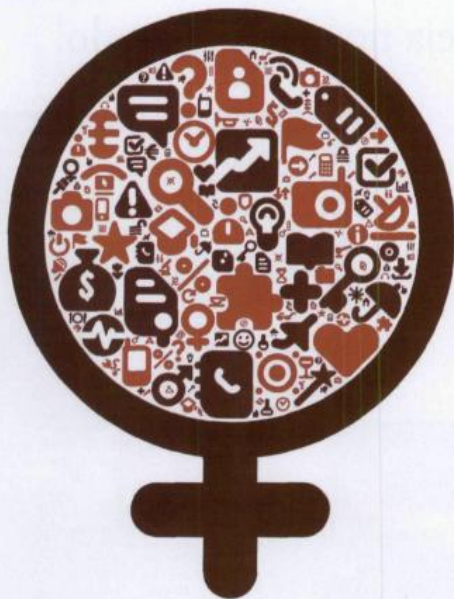
GRANDES IDEIAS

EMPREENDEDORISMO

Olhar feminino

EVENTOS, PALESTRAS E PESQUISAS ANALISAM AS CONQUISTAS RECENTES DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NO BRASIL, ALÉM DE IDENTIFICAR AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS QUE AS DIFEREM DOS EMPRESÁRIOS DO SEXO MASCULINO

POR *Patrícia Machado e Marisa Adán Gil*



Cresce a presença das mulheres no empreendedorismo nacional. De acordo com a pesquisa GEM 2010, praticamente metade dos empresários no Brasil (49,3%) são do sexo feminino. Esse número vem crescendo de maneira constante desde 2006 — naquele ano, apenas 9,4% dos indivíduos que abriram seus negócios eram mulheres. O movimento chamou a atenção de especialistas, que passaram a promover eventos, palestras e pesquisas com o mesmo objetivo: investigar

as causas da ascensão feminina e identificar características próprias das mulheres empreendedoras. No início de junho, 125 empresárias de sucesso do mundo todo estiveram presentes ao evento Dell Women's Entrepreneur Network, realizado no Rio de Janeiro. O grupo discutiu temas como gestão, fidelização de clientes e construção de redes de relacionamento. “É fundamental que as mulheres que estão entrando no mercado desenvolvam laços com outras empreendedoras”, diz Daniel Neiva, diretor-executivo da Dell para pequenas e médias empresas no Brasil. “Somente através do networking elas descobrirão as melhores práticas de gestão e conhecerão possíveis investidores”, completa.

O tema também ganhou espaço na 7ª Semana do Empreendedorismo da Fundação Getúlio Vargas, que aconteceu em maio: o último dia do encontro foi inteiramente dedicado às empresárias. “Mesmo tendo funções domésticas e familiares, a mulher pode e deve se dedicar ao empreendedorismo”, afirma Marise Coelho Miranda, fundadora da padaria Lá na Padoca, uma das palestrantes do evento. “Nós temos um jeito próprio de atingir o sucesso: somos cautelosas, damos um passo de cada vez e não assumimos riscos exagerados”, diz.

SUTIS DIFERENÇAS

Será que existe mesmo um jeito feminino de fazer negócios? Segundo estudos recentes, as diferenças não são tão grandes assim — mas revelam traços importantes sobre as empreendedoras. De acordo com pesquisa realizada pelo instituto Endeavor em parceria com a ONU, 18,5% das mulheres tiveram dificuldade em conquistar a autoconfiança necessária para abrir o negócio — apenas 4% dos homens disseram ter enfrentado esse obstáculo. “A falta de confiança no seu potencial empreendedor faz com que elas procurem aulas de gestão antes de criar um negócio”, diz Amisha Miller, gerente de pesquisa da Endeavor — 70,4% delas disseram ter realizado cursos de gerenciamento, contra 52% dos homens. “Elas precisam ter certeza de que construirão uma empresa vencedora.” A pesquisa revelou ainda que 14,8% das empreendedoras costumam buscar a ajuda de consultores externos, prática rara entre os homens. Além disso, 81,8% delas precisam se inspirar em casos de



MÉDICOS, ARQUITETOS E EMPREENDEDORES

Ao abrir uma clínica ou um escritório, profissionais liberais, como médicos e arquitetos, são obrigados a lidar com questões como gestão de funcionários, fluxo de caixa e marketing — sem ter nenhuma formação para isso. *Empreendedores Esquecidos*, de Fábio Zugman (Editora Elsevier, em parceria com o Sebrae), tem como objetivo preencher essa lacuna.

CULTURA
EMPREENDEDORA

49,3%
DE TODOS OS
EMPREENDEDORES
NO BRASIL SÃO
MULHERES; ENTRE
OS 21,1 MILHÕES DE
EMPREENDEDORES
BRASILEIROS,
10,7 MILHÕES
PERTENCEM AO
SEXO MASCULINO
E 10,4 MILHÕES AO
FEMININO

FONTE: GEM 2010

32%
É QUANTO AS
MULHERES
FATURAM A MAIS
DO QUE OS HOMENS
NO UNIVERSO
DAS FRANQUIAS,
SEGUNDO
LEVANTAMENTO
COM 127 EMPRESAS
REALIZADO PELA
RIZZO FRANCHISING
EM 2010

FONTE: PERFIL DO FRANQUEADO
BRASILEIRO

sucesso: a necessidade foi citada por apenas 50% dos homens. O levantamento foi feito com 52 empresários de alto impacto, de ambos os sexos.

O faturamento das franquias lideradas por mulheres é até 32% maior do que o valor das unidades comandadas por homens: a conclusão é do estudo Perfil do Franqueado Brasileiro, realizado anualmente pela Rizzo Franchise. Foram coletados dados de 127 empresas, que passaram informações sobre o desempenho dos seus franqueados. “Elas são mais dedicadas, agarram a oportunidade como se fosse o negócio da sua vida”, afirma Marcus Rizzo, especialista em franquias. “Já os homens enxergam as franquias apenas como um investimento. Eles pensam: ‘Se der errado, compro outra.’”

CONTATOS IMEDIATOS

Mulheres não estão acostumadas a frequentar comitês, *happy hours* e festas de negócios, o que pode dificultar o crescimento da empresa. Foi com base nessa observação que a empreendedora Raquel Marques, fundadora da Social Bureau, empresa de consultoria em tecnologia, decidiu criar o Laboratório de Ideias Subversivas - LIS. Para ajudá-la na empreitada, chamou Silvia Valadares, coordenadora dos programas de empreendedorismo da Microsoft Brasil, e Maria Carolina Cintra, fundadora da Kingo Labs, especializada em produtos e aplicativos para redes sociais. Segundo Raquel, o objetivo do projeto é incentivar a criação de uma rede de relacionamentos entre mulheres empreendedoras. A partir de julho e durante dois meses, o grupo promoverá cinco encontros, com o nome de Desconferência, nas cidades de São Paulo, Rio

de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba e Recife. “As participantes irão discutir temas como marketing on-line, fluxo de caixa e networking”, diz Silvia. “Elas precisam compreender que só desenvolverão um capital social se frequentarem eventos e encontros informais. Elas não podem ficar trançadas no escritório”, diz.

“Mulheres podem dominar o mundo do empreendedorismo porque desenvolvem excelentes equipes, investem no seu conhecimento e são inovadoras”

AMISHA MILLER, GERENTE DE PESQUISA DO INSTITUTO ENDEAVOR

O LIVRO BACANA DO MÊS (EM 2 MINUTOS)

APRENDA COMO UM LÍDER

DE MARSHAL GOLDSMITH,
BEVERLY KANE E KEN SHELTON
EDITORIA ELSEVIER, R\$ 49,90,
208 PÁGINAS



> A GRANDE IDEIA: todos os anos, um grupo de especialistas em gestão se reúne na Califórnia, em um encontro conhecido como The Learning Network (TLN). Em um desses eventos, os experts foram convidados a descrever uma experiência pessoal ou profissional que tivesse transformado radicalmente a sua visão sobre liderança. Nesse livro estão 35 desses depoimentos, divididos em temas como “Encruzilhadas e escolhas”, “Enxergando a si mesmo como os outros enxergam”, “A dor é uma grande professora”, e por aí vai. O objetivo da obra, segundo os autores, é mostrar como os grandes líderes aprendem suas lições.

> O CAPÍTULO IMPERDÍVEL:

o título do depoimento de Richard J. Leider, fundador e presidente executivo da empresa de coaching Inventure Group, funciona como uma alerta: “Será que tudo isso o deixa feliz?”. Defensor do método da “inventura”, ou seja, uma aventura para dentro da sua mente, ele explica como essa prática o fez quebrar paradigmas e mudar seu modo de agir. Não hesite em começar a leitura pela página 151 — é bem provável que esse questionamento altere os efeitos que o livro terá sobre você.

> PASSE PRA FRENTE: no capítulo “Antes de se lançar adiante, dê um passo atrás”, o coach de executivos Carlos E. Marin conta como a lição de um professor de tai chi chuan mudou sua percepção sobre liderança. Resumindo: uma presença mais relaxada permite que o líder aprenda mais sobre si mesmo e os outros.

> PASSE BATIDO: nem pensar. O livro, que conta com depoimentos de gente como Jim Collins, Warren Bennis e David Ulrich, merece ser lido do começo ao fim.

> VEREDITO: 10 (nossa escala vai de zero a 10, sendo: 0 = Quem mexeu no meu queijo?; 10 = Empresas feitas para vencer).