



ELAS NA LIDERANÇA

COM TALENTO, PERSISTÊNCIA
E UMA BOA DOSE DE
CORAGEM, AS MULHERES
FAZEM A DIFERENÇA NO
COMANDO DOS PRÓPRIOS
NEGÓCIOS

Quando se entra em uma oficina mecânica, o que se espera encontrar são carros, peças automotivas, graxa, mecânicos, entre outros itens bem masculinos. A presença do dono, também no masculino, é fundamental. Mas, e se, ao invés de um dono, você depara com a dona da oficina, no feminino mesmo? Pois, em Belo Horizonte, esse cenário é real.

Trata-se da Segmento Mecânica, a famosa “Oficina das Meninas”. No comando, as três irmãs: Laura Furtado dos Reis, proprietária e responsável pelo atendimento ao cliente e pela administração financeira; Lilian Garcia dos Reis Silva, gerente e consultora técnica; e Adriane Garcia Macedo, que trabalha com orçamentos e cotação de peças. Desde 2008, esse trio mostra o que muitas pesquisadoras brasileiras vêm confirmando: lugar de mulher é na liderança.

No Brasil, a força feminina no negócio é um dos destaques da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2012) – Empreendedorismo no Brasil / Relatório Executivo, pesquisa conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBPQ), com a parceria técnica e financeira do Sebrae e o apoio do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV). O estudo, que entrevistou 10 mil pessoas, nas cinco regiões brasileiras, mostrou que o empreendedorismo feminino vem aumentando a cada ano no país. A última edição identificou que 49,6% dos que iniciam carreira empresarial são mulheres. Em 2002, esse percentual era de 42%. “As brasileiras estão entre as que mais empreendem no mundo. Cerca de 13 milhões estão à frente das empresas no país”, enfatiza a analista do Sebrae Minas, Michelle Chalub Cossenzo. De acordo com ela, do total de pessoas atendidas pelo Sebrae Minas em 2012, 43% eram do sexo feminino.

Em Minas Gerais, não é diferente. Os resultados da pesquisa *Empreendedorismo Feminino*, divulgada pelo Sebrae Minas em março deste ano, mostram que dos 1.228 entrevistados, em oito regiões do Estado, 33% são mulheres que comandam Micro e Pequenas Empresas (MPE). O estudo também destaca que 44% dos estabelecimentos administrados pelas mineiras faturam entre R\$ 60 mil e R\$ 180 mil por ano e têm, em média, cinco funcionários, enquanto, nos dos homens, a média é de 7.

“O mercado mudou, as oportunidades são muitas e a mulher empreendedora possui diferenciais, como jogo de cintura, sensibilidade aguçada, capacidade de equilibrar firmeza e um tratamento mais humanizado na liderança, o que fortalece o comprometimento dos funcionários com os resultados da empresa”, avalia Michelle Chalub. Laura Reis e sua “Oficina das Meninas” mostram que isso é verdade.

A Segmento Mecânica foi fundada pelo seu marido, Lúcio, junto com um sócio, em 1987. Alguns anos mais tarde, ele resolveu vendê-la, para comprá-la de volta em 1995. “A minha irmã Lillian, mesmo ainda jovem e sem entender de carros, assumiu a gerência na época. Paralelamente, eu e Lúcio continuamos com nossos empregos”, lembra a empreendedora.

A atuação dela no setor automobilístico é antiga – trabalhou 18 anos em concessionárias e se consagrou mestre de vendas de uma importante marca global do setor. Após ser desligada da empresa, passou a atuar na oficina do casal e, paralelamente, comprava e vendia carros. “Era um so-

nho antigo do Lúcio que comandássemos juntos a empresa, que vinha crescendo a cada dia.” No entanto, em 1998, o marido foi assassinado na porta da garagem de casa. “Não tive tempo de pensar. Ele era o coração e a alma do nosso negócio. Dois dias depois, tínhamos 19 carros para entregar, sem saber se tocaríamos o empreendimento sem o Lúcio”, recorda. As irmãs reuniram a equipe no pátio da oficina e, todos, incluindo os quatro mecânicos que as acompanham até hoje, decidiram juntos dar continuidade ao trabalho. “Concluimos que tudo dependeria do nosso empenho. Cada um foi para sua posição como se fosse o dono da empresa. Esse apoio foi e continua sendo muito importante.”

Hoje, o negócio possui mais de 3.500 clientes – são mais de 80 novas pessoas atendidas a cada três meses –, nove funcionários e um faturamento médio de R\$ 60 mil por mês. “Temos o respeito da equipe, a confiança dos clientes, e a credibilidade da oficina é cada dia mais forte no mercado”, orgulha-se a empresária.

PRÊMIO SEBRAE MULHER DE NEGÓCIOS

Criado em 2004, o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios visa destacar histórias de superação e sucesso de empreendedoras que fazem a diferença no comando das MPE do país. Podem participar mulheres com mais de 18 anos, donas de empresas que faturam até R\$ 3,6 milhões ao ano. O Prêmio é dividido em duas etapas: estadual e nacional. As candidatas podem concorrer nas categorias *Pequenos Negócios*, *Produtora Rural* e *Microempreendedora Individual*. Em 2012, foram 5,4 mil inscrições em todo o Brasil e 195 em Minas Gerais.

O Prêmio Sebrae Mulher de Negócios é uma iniciativa do Sebrae, em parceria com a Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, a Federação das Associações de Mulheres de Negócios Profissionais do Brasil (BPW) e a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ).

DATA DE INSCRIÇÃO: ATÉ 31 DE JULHO

**INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:
WWW.MULHERDENEGOCIOS.SEBRAE.COM.BR**

CONHECER PARA CRESCER | De acordo com o consultor financeiro Erasmo Vieira, um dos pontos que contribuem para o crescimento das mulheres no negócio é a busca constante pelo conhecimento. “Elas estão abertas para a orientação especializada e valorizam a formação acadêmica e a capacitação empresarial. Essa atitude gera amadurecimento na performance empresarial, contribuindo para que obtenham sucesso nos negócios e conquistem seu espaço no mercado”, acredita.

A pesquisa conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, em 2012, mostra que 36% das mulheres empreendedoras possuem curso superior ou pós-graduação, percentual que supera o dos homens, de 31%. Carina Vieira de Martins, proprietária da Seleccionata Alimentos – Soluções em Lanches para Coletividades –, em Conselheiro Lafaiete, vem somar a este grupo. Além de nutricionista, ela se capacitou em gestão pelo Instituto de Desenvolvimento Empresarial do Brasil (IDE Brasil), em Auditoria de Alimentação e Nutrição pelo Instituto Racine (São Paulo), fez o Empretec, entre outros cursos concluídos na área de gestão de negócios e alimentação. Em suas palavras, “conhecimento é poder, e poder é capacidade de agir”.

Com tantas informações e conhecimentos na bagagem, hoje, a empreendedora lidera uma das principais empresas especializadas no fornecimento de kits de lanches e sanduíches de ATM (atmosfera modificada que aumenta a validade do alimento), em serviços de gestão de contratos, auditorias em alimentação e nutrição e no desenvolvimento de soluções para lanches coletivos em organizações da região. Os 14 funcionários produzem, por ano, 336 mil kits de lanches para 18 cidades de Minas Gerais e do Espírito Santo, o que possibilita um faturamento de R\$ 3,5 milhões. No primeiro ano de operação, em 2010, a produção diária cresceu 580%, passando de 85 para 500 kits. Entre 2011 e 2012, esse volume aumentou 186% – de 500 para 930 unidades.

O empreendedorismo de Carina Martins está no sangue. Aos 10 anos, junto com as irmãs, já dava duro no restaurante da família, o Painha de Pedra. “Comecei descascando batatas. Minha principal escola foi trabalhar com minha mãe, Maria de Lourdes. Com ela, incorporei valores básicos para o sucesso, como determinação, persistência e



“Crescemos dez vezes em dois anos. Defendo a ideia de que, primeiro, a gente tem que ser para fazer e, depois, ter. Acredito que já somos. Agora, vamos fazer o mercado, para ter no futuro” Carina Martins, dona da Seleccionata Alimentos

transparência”, diz, ao resgatar a história da matriarca que, sozinha, criou os quatro filhos e administrou o negócio que foi o embrião do grupo composto pelas duas empresas da família.

A Seleccionata Alimentos surgiu por uma necessidade. Para não perder um contrato, o Painel de Pedra precisou aceitar uma demanda de preparo de kits de lanche. “Eu não queria, era muito diferente do nosso negócio, mas precisávamos manter o cliente. Minha mãe pediu para eu assumir e me ajudou a abrir a empresa”, recorda. A empreendedora montou, em sua casa, uma pequena cozinha de 30 m². “Fiz tudo com muito capricho e zelo, customizando os produtos e serviços conforme o foco do cliente. Tomei gosto pelo negócio.”

Após um ano, este comprador propôs à empresária padronizar o fornecimento dos kits e ampliá-lo para atender outras localidades de atuação, em um raio de 900 km. “Assumi o projeto, cujo foco era garantir os produtos para todas as unidades, no mesmo horário e com a mesma gramatura, marca e qualidade”, observa Carina Martins. A expansão do negócio fez com que a empreendedora se transferisse para um galpão de 700 m², em outubro de 2012. Assim, a produção da Seleccionata Alimentos

foi multiplicada por dez, passando de cem para mil lanches por dia. Os resultados e a performance empresarial foram reconhecidos como faixa bronze na etapa estadual no *Prêmio Sebrae Mulher de Negócios 2012* (veja mais informações na pág. 46). “Crescemos dez vezes em dois anos. Defendo a ideia de que, primeiro, a gente tem que ser para fazer e, depois, ter. Acredito que já somos. Agora, vamos fazer o mercado, para ter no futuro”, ensina.

Erasmus Vieira concorda com a visão de crescimento da empresária. Segundo ele, o mercado está aberto para todos, mas não admite amadores e erros, pois uma nova empresa já precisa nascer competitiva. “O crescimento econômico e o aumento das oportunidades obrigam o empreendedor a se preparar para uma gestão focada na consolidação e no crescimento do negócio. É preciso boa administração, custo baixo e competitividade para uma empresa se manter. Daí a importância do conhecimento, do planejamento e da disciplina na gestão”, enfatiza o consultor.

Carina Martins sabe como é importante gerar melhorias constantes na prestação de serviços ao cliente, bem como na criação de novos produtos. Por isso, ela está investindo em inovações, como o

sanduíche de ATM, e na patente de uma máquina para distribuição e medição automática dos lanches em organizações. A empresária espera aumentar sua produção em 752% – sete mil kits de lanche por dia – até o final de 2013. “Que Zeca Pagodinho me desculpe, mas não deixo a vida me levar, sou eu quem a levo. Sei onde, como, quando e por que quero chegar lá. Com minhas habilidades, talento e persistência, escolho a estrada que vou seguir.”

DIFERENTES PAPÉIS | Mesmo conquistando cada vez mais espaço na economia, o grande desafio das mulheres ainda é conciliar o seu lado empresarial com as suas diferentes atuações na sociedade. Alessandra Ferreira da Silva vive esse dilema. Mãe de quatro filhas e proprietária de duas lojas de bijouteria – uma na Savassi e outra no Barro Preto -, ela precisou abdicar de alguns momentos com as meninas para investir no crescimento do negócio. “A ausência é inevitável, não tenho como estar 100% em casa. Mas procuro dedicar todas as horas livres a elas. O domingo é sempre um momento nosso e, quando acordo inspirada, encaro até o almoço ou as levo para um passeio diferente”, conta.

Na visão de Erasmus Vieira, a capacidade da na-

tureza feminina em saber administrar os vários papéis de mulher, mãe, esposa, dona de casa, e ainda manter o bom desempenho empresarial, é uma das principais características que contribuem para o fortalecimento do sexo feminino no mercado. “Essa é uma vantagem competitiva para as mulheres, pois conseguem lidar com um grande volume de atividades e possuem sensibilidade na gestão de conflitos e de pessoas”, avalia.

Quando tinha 17 anos, Alessandra da Silva acreditava já ter traçado seu futuro profissional. Estudante de um curso técnico de contabilidade e estagiária em uma empresa de sapato, ela se preparava para ser a contadora do negócio de curtume do pai. Mas engravidou de gêmeas e precisou aprender a conciliar a vida profissional com a familiar.

A atual empresária passou a fazer presilhas de cabelo com restos de couro e camurça que sobravam da produção de jaquetas da mãe. “As pessoas ficavam encantadas com as peças. Comecei a vender aos poucos. Uma vizinha, que tinha uma barraca na Feira Hippie de Belo Horizonte, me pediu para fazer algumas dúzias para vender. Em meia hora, as peças acabaram”, recorda a empresária.

A matéria-prima vinha do descarte de grifes fa-

ELAS NO BRASIL

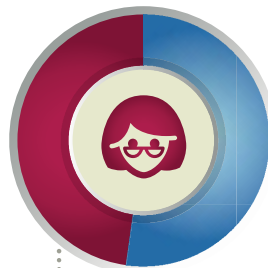
Fonte: GEM 2012

13

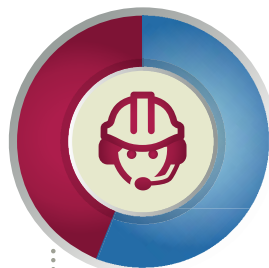
milhões
DE MULHERES
ABRIRAM NEGÓCIOS
EM 2012.



51,8% do empreendedorismo feminino concentram-se no Sul e Nordeste.



49,6% dos empreendedores iniciais (TEA) são mulheres, e 50,4%, homens.



44% dos empreendedores estabelecidos (TEE) são mulheres, e 56%, homens.



64,5% dos que empreendem por oportunidade são mulheres, e 73,9%, homens.



ELAS EM MINAS

Fonte: Pesquisa Empreendedorismo Feminino / Sebrae Minas 2013

33% das MPE são comandadas por mulheres.

36% dos empreendedores com graduação ou pós-graduação são mulheres, e 31%, homens.

52% dos empreendedores com idade entre 31 e 50 anos são mulheres, e 54%, homens.

52% dos empreendedores que adotam ações de controle administrativo são mulheres, e 50%, homens.

44% dos empreendedores que faturam entre R\$ 80 mil e R\$ 180 mil por ano são mulheres, e 43%, homens.



<BRAVADESIGN>



“Transformei muito lixo de grife em acessórios de luxo” Alessandra da Silva, proprietária da Monopólio

mosas, clientes do pai. “Comprava a um valor irrisório. Conseguia uma infinidade de cores e texturas inimagináveis, ninguém conseguia me copiar. Transformei muito lixo de grife em acessórios de luxo”, diverte-se. A mesma vizinha percebeu o potencial da jovem e a apresentou a outro comerciante da Feira *Hippie*, que tinha espaço para dividir na barraca. A empresária passou a vender suas peças.

As vendas não paravam de crescer, e ela ficou conhecida por comerciantes de outras cidades mineiras e estados brasileiros, que compravam os produtos no atacado. Uma exportadora a descobriu, e as presilhas foram parar na Itália. Por 15 anos, a jovem empreendedora mostrou seu talento na famosa feira mineira de rua, como artesã e empreendedora. Porém, o destino deu-lhe uma rasteira, e denúncias provocaram sua retirada da feira por fiscais, por ela não ser proprietária da barraca.

Alessandra da Silva não desanimou e investiu em um ponto no Barro Preto, polo de atacado da moda na capital mineira. Soube da construção de uma Feira *Shop* na região e alugou dois boxes. Nessa época, amadureceu a ideia de montar uma loja de rua e criar uma marca própria. “Descobri uma loja em construção, mas o dono não botava fé em mim. Ele resistiu e fechou o aluguel com outra mulher. Meu santo é tão forte que ela desistiu na última hora, e a loja veio para mim”, comemora. Assim, nasceu a Monopólio, em 2006, com cara de loja de *shopping*. “O que investi retornou no primeiro mês. Um sucesso!”, conta, faceira.

Uma das filhas mais velhas, Bruna, que está se formando em Administração, entrou no negócio. Ela a convenceu a investir em uma loja na Savassi, inaugurada há três anos, e mudou os produtos para atender um novo público, assumindo a produção e a administração do estabelecimento. “A Bruna se revelou na criação das peças, fez a última coleção de inverno sozinha e já planeja nossa loja virtual”, orgulha-se a mãe.

Hoje, a Monopólio conta, além das duas lojas, com uma fábrica e 16 funcionários, responsáveis pela criação para o atacado e varejo. Os números de faturamento, Alessandra da Silva não revela. Afirmo apenas que as vendas dobraram entre 2011 e 2012 e que o volume de peças comercializadas chega a sete mil por mês. Este ano, a marca participou, pela primeira vez, do *Minas Trend*, famoso evento de moda da capital mineira.

EDUCAÇÃO

Empreendedorismo para a vida

Núcleo de Empreendedorismo Juvenil aposta na formação de jovens capazes de conduzir os rumos de sua história

O dia de Frederico Amorim começa cedo. Aos 22 anos, ele acorda às 6 horas para preparar os lanches e doces que serão vendidos. Desde novembro, o jovem é proprietário da *Mix Lanche*, empresa de tele-entrega de sanduíches idealizada e fundada por ele. Segundo conta, a realização do sonho de ser dono do próprio negócio começou a se tornar realidade graças a sua passagem pelo Núcleo de Empreendedorismo Juvenil (NEJ) do Sebrae Minas, que funciona dentro do Plug Minas - Centro de Formação e Experimentação Digital do Governo de Minas Gerais.

O desejo de se tornar um empresário já acompanhava Frederico Amorim há alguns anos. “Minha primeira ideia era criar uma pequena empresa especializada em doces para casamentos”, revela. Porém, o custo da iniciativa era alto - aproximadamente R\$ 30 mil de investimento inicial. “Ao ingressar no NEJ, comeci a perceber as movimentações do mercado e, assim, o que era doce virou salgado”, brinca. A partir daí, o empreendedor começou a desenhar a sua empresa de lanches naturais. “O investimento no ramo de san-

Frederico Amorim viu no NEJ a oportunidade para investir, ao mesmo tempo, na criação de seu próprio negócio e na realização de um sonho

