Nas trilhas do sucesso: os desafios do empreendedorismo feminino dentro das periferias

Jovens mulheres relatam as dificuldades de montar e gerir um negócio próprio longe do centro

O número de mulheres no empreendedorismo está cada vez maior. Um estudo da Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas) revelou que, de 2003 a 2017, o número de empresárias cresceu 34%, sendo que dentro deste número, 40% possuem menos de 34 anos. O mesmo estudo revelou um dado já esperado diante de uma sociedade que tende a valorizar mais o trabalho do homem: as quatro áreas de atuação em que as mulheres estão mais concentradas são restaurantes (16%), serviços domésticos (16%), cabeleireiros (13%) e comércio de cosméticos (9%). A maior parte dessas empreende dentro de casa (35%).

Se o processo de iniciar um empreendimento já é muito complicado para mulheres de classe média, para periféricas a dificuldade é ainda maior, havendo muito mais desafios, preconceitos e bem menos visualização pela mídia quanto a isso. Este último ponto mostra-se ainda mais fatídico pelas datas dos estudos acerca deste assunto: o último foi realizado em 2015. E, de acordo com este mesmo levantamento feito pela consultoria Data Popular em 2015, o aumento de negócios nas periferias é muito importante para a movimentação da macroeconomia, uma vez que, de acordo com IBGE, mais de 12,5 milhões de pessoas residem nessas áreas.

Uma das vozes que relata essa realidade é a de Yasmin Gabrielle, moradora da comunidade do Rochdale, situada em Osasco. A jovem possui apenas 18 anos mas é criadora e detentora de uma estamparia própria chamada Inay, nome hindu que exalta a importância da iluminação, expansão e consciência.

Yasmin é técnica em química e atualmente cursa Gestão Ambiental e relata que foram esses conhecimentos que a ajudaram a iniciar a estamparia e que hoje em dia continuam a auxiliar, “Para conseguir levar pra legalidade a situação da estamparia para gerar boleto, dar entrada numa maquininha de cartão, voltado com CNPJ, estamos indo atrás desse material. Atualmente eu

estou cursando Gestão Ambiental então pra mim tem se tornado um processo bem mais tranquilo porque eu sei onde ir", diz.

Sobre capital e renda, Yasmin relata "As dificuldades que a gente encontrou e existem até hoje é o fato de que começamos um negócio muito potente com pouco valor, então, marketing, divulgação, administração… Todas essas formações para apenas duas pessoas é algo complicado". Outra dificuldade que ela apontou neste processo foi o da locomoção, o fato de ela e Daisy precisarem ir atrás de materiais para a estamparia mas terem medo da violência que poderia ocorrer em determinados horários e desse modo, sempre tiveram que se atentar quanto a isso, "A gente poderia ir a pé daqui até Osasco (centro), mas até determinado horário né, por causa da violência que a gente sabe que existe contra as mulheres", contou.

Yasmin aproveita o momento para relatar um episódio que julga desagradável e frequente na vida das mulheres: o questionamento de capacidade. Contou sobre uma situação de compra de materiais para a estamparia no bairro do Brás e o vendedor tentar enganá-las, ela e Daisy, falando sobre os produtos, assumindo que elas não saberiam sobre o assunto, "Tem que ser muito incisivo e saber conversar, às vezes em duas pessoas porque tem gente que acha que o fato de você ser mulher, você não vai entender sobre um assunto", alegou em tom decepcionado. "Já chegou a nivel de ir comprar algum material em alguma loja e um cara querer nos enrolar até o ponto que a Daisy ficou saturada e falou 'Olha, minha parceira é técnica em química, o que mais você quer saber?'", concluiu Yasmin.



Yasmin Gabrielle em um ensaio fotográfico para a Estamparia Inay. Créditos: Jefferson Valério

A empreendedora aproveita para dividir falas que teve que ouvir durante o processo de aprendizado da técnica Silk Screen, que utiliza para estampar a as camisetas, “Uma coisa que senti muito durante o nosso treinamento foi a situação de ouvir ‘Como vocês são mulheres, vocês podem comprar esse tipo aqui e não esse tipo aqui, porque fica mais fácil pra vocês’, mas eu não quero que fique mais fácil pra mim, eu quero dar um trabalho de qualidade”, relatou.

Yasmin ainda aproveitou para deixar uma mensagem e crítica aos projetos que tentam englobar pessoas da periferia, como foi o caso de um curso do Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) de customização que gostariam de ter feito e não conseguiram por problemas de comunicação na unidade, “Eu não sinto que esses cursos foram de fato pensados para mulheres com questões reais naquela região, eu sinto que houve um distanciamento muito grande. O curso foi pensado e idealizado a fim de formar pessoas mas não pensou nas adequações que deveriam haver para essas pessoas. Não temos ainda pessoas que ‘teorizem’ ou que pensem nessas linhas”, concluiu.



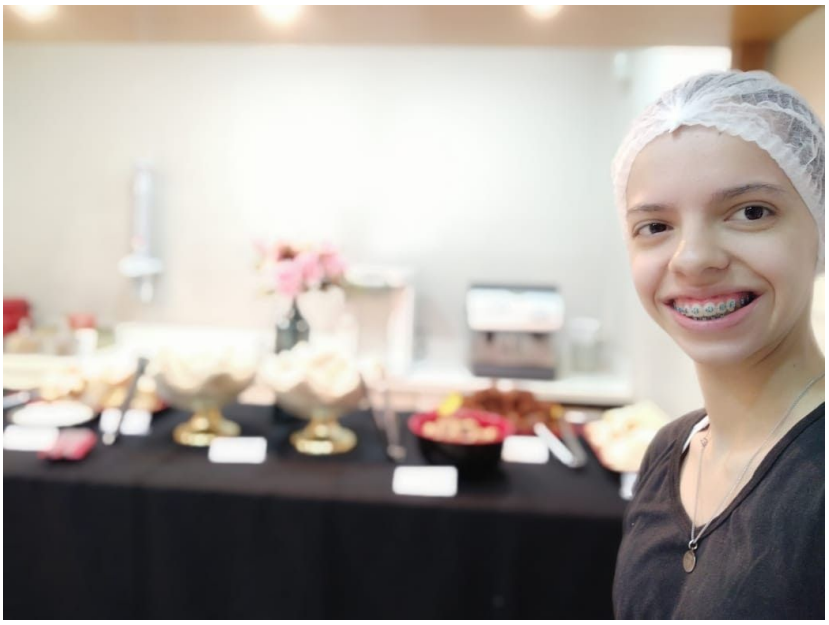
Yasmin e modelos em ensaio fotográfico com as camisetas da Estamparia Inay.
Créditos: Jefferson Valério

Outra história é a de Janaína Cristina. Moradora da Parada XV de Novembro, bairro entre Itaquera e Guaianazes, Janaína é dona de uma empresa, a SOS break que oferece uma ideia inusitada: *coffee breaks* para velórios. A ideia surgiu em 2017 no velório da mãe de sua namorada que aconteceu em um lugar afastado e sem opções para que as pessoas pudessem se alimentar. Janaína viu ali uma oportunidade de empreender. Ela e sua mãe entraram juntos nessa e, mesmo sem ter experiência na cozinha se propuseram a dar seu melhor e inovar em um setor ainda sem muita oferta. “Comecei a procurar para ver como funcionaria e, por incrível que pareça eu consegui fazer um *freelancer*, um bico na única empresa que tinha em São Paulo de *coffee break* em velórios. E aí aprendi o sistema e vi que poderia melhorar muita coisa e, pelo valor, eu achei um absurdo” conta Janaína. O investimento para começar a empresa veio de um emprego que a empreendedora arrumou para arcar com os custos iniciais de sua ideia.



Janaína durante um dos eventos promovidos pela SOS Break
Foto: arquivo pessoal

Após ser indicada por uma amiga em setembro de 2018 para fazer um *coffee break* em uma empresa, Janaína percebeu que estava no caminho certo, pois recebeu a proposta de fazer cerca de vinte e oito eventos com a mesma empresa. Em alguns dias fazia dois ou três eventos, mas apesar de ter passado um tempo com foco no setor corporativo não esqueceu seu alvo inicial: os velórios. “Em janeiro eu comecei a pesquisar sobre velórios e fechar parcerias. Desde então a gente vem fazendo *(coffee breaks)* em velórios. É uma coisa muito necessária, muito útil.” Seu público alvo são as classes C, D e E, mas recebe pedidos também das classes A e B.



“Já passei dificuldade por ser mulher, especialmente em reunião de negócios”
Foto: arquivo pessoal

“Não basta ser mulher, eu tenho uma cara de menina.” diz Janaína quando questionada sobre o fato de ser uma mulher empreendedora. Já chegou até a pedir que outras pessoas fossem a reuniões por ela, mas depois de estudar técnicas de persuasão e com muito foco e determinação não permitiu que a subestimassem em encontros profissionais. Outra dificuldade encontrada pela empresária é a escolha da fila de pessoas jurídicas em centros comerciais de atacado pois costuma ser questionada sobre ser a dona de uma empresa. Janaína nunca fez cursos de empreendedorismo, mas procura assistir palestras e se informar o máximo para acompanhar as tendências do mercado e se manter sempre atualizada.



Janaína costuma fazer o transporte dos alimentos de metrô.
Foto: arquivo pessoal

Além de trabalhar em sua empresa Janaína escreveu um livro intitulado "*Da Periferia Para o Mundo*" , no qual conta sua própria história, de como a jovem menina saiu da Zona Leste de São Paulo para um intercâmbio na Irlanda, além de conhecer 15 países em quase dois anos de viagem. Para conquistar esse sonho, ela recolheu material reciclável e arrumou um emprego. Traçou uma data e foi viver seu sonho de conhecer o mundo. Apesar de reconhecer que a área de atuação que escolheu é difícil e inusitada Janaína se mantém otimista e espera que em pouco tempo possa estar financeiramente estável com a sua empresa.

Em um ambiente de negócios majoritariamente masculino, são diversas as questões que mulheres têm que enfrentar para quebrar preconceitos e conseguirem alcançar seus objetivos. A imagem de CEO (Chief Executive Officer ou Diretor-Geral), dono de negócio, empreendedor, está em sua maioria ligada a arquétipos masculinos, como a força para tomada de

decisões ou a autoridade necessária, o que só corrobora para a ideia de que mulheres não podem ocupar esses cargos por não possuírem esses atributos; o que além de ser uma ideia errônea e sem fundamentos, baseia-se numa construção de uma sociedade patriarcal.

Diante disso, algumas instituições começaram a surgir, como é o caso da RME ou Rede Mulher Empreendedora, uma plataforma de apoio a mulheres empreendedoras que oferece mentoria, palestras motivacionais, consultorias e outros serviços. Além de promover eventos com o propósito de promover a sororidade e o espírito de ajuda mútua. A ANIP, Aceleradora de Negócios de Impacto da Periferia é uma instituição que busca capacitar e dar suporte a empreendedores e empresários periféricos, mas não oferece nenhum serviço específico para as mulheres empreendedoras. Entre os serviços oferecidos estão formação pessoal para os empreendedores, acompanhamento individual e mentoria após a aceleração, tudo por um investimento de “apenas” vinte mil reais.

Apesar da existência dessas instituições, o que já é grande passo, não há projetos grandes e suficientemente aplicáveis para as mulheres periféricas, que obviamente vivem numa realidade totalmente diferente das mulheres de classe média que tem acesso a instituições como o RME, por exemplo. Há muitas Yasmins e Janaínas nas periferias por aí com ideias incríveis de empreendimentos e sonhos de renda própria, só esperando assistência para tal.