

FONTE: CORREIO

07/01/16

“Negócios de mulher: um olhar sobre a diferença como valor estratégico”, por Denise Hills

Entrei no mercado de trabalho na década de 1980, trabalhando com homens. Fui, por vários anos, uma das únicas mulheres no ambiente corporativo preponderantemente masculino. Naquela época, trabalhar em ambiente corporativo era praticamente incorporar uma postura mais rígida, direta e focada em resultados. Um ambiente competitivo, mas que não necessariamente considerava a diversidade como um benefício.

Com o passar do tempo, as organizações evoluem, assim como a sociedade, e a diferença deixa de ser vista como sinônimo de “errado” e passa cada dia mais a ser considerada benéfica, e, não raro, diferencial competitivo. A começar pela nossa representatividade, que atinge 60% do total de funcionários na empresa onde estou, por exemplo. Cada vez mais diversidade é agora um sinônimo de algo positivo e, como parte deste contexto, as diferentes características são valores para competir em condições de igualdade.

Esse novo perfil do mundo corporativo é resultado de conquistas das mulheres, que reposicionaram nosso espaço na sociedade. Na verdade, todos os papéis estão sendo rediscutidos, deixando de lado a conversa de “melhores e piores” e trazendo à pauta o ponto que interessa a todos: melhores funções que permitem o emprego do melhor das nossas capacidades, como homens e mulheres. O que vemos cada vez mais são mulheres em posições de destaque, responsáveis pelo sustento dos lares, que empreendem seu próprio negócio e pautam comportamentos de consumo, assim como impulsionam o desenvolvimento de diversos setores da economia. De acordo com a Deloitte, globalmente elas respondem por 80% das decisões de compra e, somente no Brasil, possuem um volume de renda de R\$ 1 trilhão, montante que supera o de toda a Classe C. E as empresas estão no caminho de refletir esta mudança nos seus quadros e nos postos de tomada de decisão.

Mesmo com os avanços, existem ainda desafios a serem superados. Quando avaliamos o contexto das empresas, o Brasil é a terceira nação do mundo com menos mulheres em cargos de liderança (Grant Thornton). Além disso, os salários das brasileiras equivalem a 74,5% dos rendimentos masculinos (IBGE). E essas desigualdades ocorrem ainda em um país onde elas estudam mais anos do que os homens.

Muitas mulheres estão seguindo o caminho do empreendedorismo: o Brasil tem hoje cerca de 13 milhões de empreendedoras, ou 49% do mercado. Essa decisão se dá muitas vezes por oportunidades, como, por exemplo, ter mais flexibilidade de tempo ou mais

autonomia. Somente no Itaú, metade das empresas atendidas tem pelo menos uma mulher na composição acionária.

Esses fatos nos mostram o óbvio: somos parte importante na sociedade e na economia. As empresas, os governos e a comunidade têm de olhar para este racional e construir um modelo que ofereça condições equilibradas de crescimento e, novamente, não porque querem assumir uma causa, mas, sim, porque estão atentos a esta oportunidade de mercado e aos benefícios que podem ser gerados na economia como um todo.

Dados do programa Itaú Mulher Empreendedora mostram que as mulheres têm muitas características diferentes e complementares às dos homens quando empreendem. Elas olham de forma transformadora para o entorno e para o impacto provocado na vida de seus colaboradores, fornecedores e clientes. Geram mais receita com menos investimento, são intuitivas, aprendem na prática e utilizam um modelo de liderança colaborativo e, por tanto, mais democrático.

Com esse cenário em mente, a ONU lançou no ano passado o Dia Global do Empreendedorismo Feminino. Nesta data, além de comemorar todos os avanços conquistados nos últimos anos, temos que pensar sobre o que ainda pode ser melhorado. Nosso desafio está, justamente, em fortalecer a mulher em todas as esferas, seja no mundo corporativo ou no empreendedorismo. Aventurar-se em abrir o próprio negócio não é apenas uma questão de ousadia. É preciso suporte e acesso ao conhecimento, que não é preciso ser, necessariamente, menor ou maior que o das empresas que ainda têm liderança preponderantemente masculina. Apenas diferente, mas com o mesmo objetivo. Afinal, está mais do que comprovado: mulheres com mais condições para crescer contribuem para o desenvolvimento socioeconômico do país. E acredito que, independente de gênero, é exatamente isso que todos queremos!

** Denise Hills é Co-Chair do Comitê de Direção e Chair da Latin America Task Force da UNEP-FI (The United Nations Environment Programme - Finance Initiative), assim como membro do Board do Comitê Brasileiro do Pacto Global, duas iniciativas da ONU. Também exerce a função de superintendente de Sustentabilidade e Negócios Inclusivos do Itaú Unibanco e integra o Conselho do CEBDS, a Comissão de Sustentabilidade da FEBRABAN e o Conselho do Projeto Águas para São Paulo da TNC (The Nature Conservancy).*