



# Mapa de Soluções Inovadoras



Volume 2

Negócios sociais e inclusivos: o papel das mulheres



ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS

Walmart   
Instituto





## Sumário

Os realizadores

Instituto Walmart

Ashoka

Mapa de Soluções Inovadoras

### **Entendendo os direitos, a independência econômica e a emancipação das mulheres** Professora Dra. Amalia E. Fischer

Das complexidades da independência econômica das mulheres

Independência econômica, direitos das mulheres e empoderamento

Estudo de caso: Fundo Elas - independência econômica através de doações e capacitações técnicas e em direitos humanos das mulheres

Mulheres empreendedoras: desafios e possibilidades

Quadros de geração de valor e mudança social do Fundo Elas

1. Fuxicarte
2. Cooperativa Bordadeiras da Coroa
3. Sabor e Arte
4. Bolhas Coloridas

Referências bibliográficas

Sobre a autora

### **Negócios sociais e inclusivos: como garantir direitos sociais e econômicos para mulheres?** Por Alessandra Gonçalves de França

A história do microcrédito

Microcrédito no Brasil

O desafio de nascer mulher

Microcrédito produtivo orientado como alternativa

Conclusões

Referências bibliográficas

Sobre a autora

Expediente



ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS

## Os realizadores

### Instituto Walmart

Criado em 2005, o Instituto Walmart é uma organização sem fins lucrativos, responsável pela orientação estratégica e gestão do investimento social privado do Walmart Brasil e também pelo apoio a iniciativas de responsabilidade social da empresa.

O Instituto atua com foco em três causas: Juventude e Trabalho, Desenvolvimento Local e Geração de Renda, apoiando programas e projetos, sempre em parceria com organizações da sociedade civil. A missão do Instituto Walmart é “promover o autodesenvolvimento para as pessoas viverem melhor”, e é sustentada pela crença de que o indivíduo é o agente da mudança de sua própria vida e da sociedade, razão pela qual os investimentos realizados buscam incentivar pessoas e projetos a encontrarem caminhos para sua autonomia e sustentabilidade.

Na frente de Geração de Renda, ao longo dos cinco anos de existência, o Instituto Walmart já apoiou 25 instituições em 32 projetos, beneficiando mais de 2.900 pessoas. Os projetos buscam criar subsídios, orientar e fortalecer grupos produtivos para sua viabilidade, sustentabilidade e autonomia, criando condições favoráveis para o desenvolvimento econômico das comunidades em situação de vulnerabilidade social.

### Ashoka

A Ashoka é uma organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira na criação do conceito de empreendedorismo social. Criada em 1980, pelo norte-americano Bill Drayton, e presente no Brasil desde 1986, a Ashoka começou a atuar na Índia e está, hoje, presente em mais de 65 países. Ao longo dos últimos 30 anos, transformou-se em uma plataforma de inovações em empreendedorismo e sustentabilidade social e ambiental.

A Ashoka acredita num setor social global, capaz de reagir rápida e eficazmente a mudanças sociais em qualquer parte do mundo, em que cada membro da sociedade seja um agente capaz de promover mudanças e contribuir para as necessidades sociais existentes. Sua visão é de que “Todo mundo pode mudar o mundo”.

Para atingir seu objetivo, a Ashoka atua como uma aceleradora de inovação a partir de três pilares: identificação de empreendedores sociais; fortalecimento do trabalho colaborativo entre empreendedores sociais; e investimento na disseminação de iniciativas e conhecimento em áreas ou temas emergentes e essenciais para a construção de um setor social eficiente e sustentável.

## Mapa de Soluções Inovadoras: Tendências de empreendedores na construção de negócios sociais e inclusivos

O Instituto Walmart, em parceria com a Ashoka, dá início ao Mapa de Soluções Inovadoras – Tendências de Empreendedores na Construção de Negócios Sociais e Inclusivos. O projeto em questão busca sistematizar e disseminar conhecimentos sobre a prática de empreendedores que, de forma inovadora, têm construído no Brasil negócios sociais e/ou inclusivos. A iniciativa prevê a realização de uma série de quatro encontros sobre os temas: Panorama Conceitual; Negócios Sociais e Mulheres; Negócios Sociais, Juventude, Área Urbana e Rural; e Gestão de Negócios Sociais e Negócios Inclusivos, reunindo atores estratégicos da academia e da prática nesta discussão. Além disso, o projeto visa a construir e disseminar uma publicação que sistematize as trocas, as experiências e os aprendizados dos quatro encontros realizados, fortalecendo esses novos campos de atuação.

### O contexto

Em países em desenvolvimento tem sido frequente o surgimento de alternativas para combater a pobreza. Os negócios sociais e os negócios inclusivos assumiram papel importante nessa nova economia. Novos modelos econômicos têm sido pensados para solucionar problemas sociais com eficiência e sustentabilidade financeira por meio de mecanismos de mercado, e o cenário atual é muito favorável para se pensar em novas estratégias de inserção no mundo do trabalho.

Em 2009, segundo os dados de empreendedorismo no Brasil, divulgados pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), a porcentagem de pessoas empreendendo seus próprios negócios no país pulou de 13% para 15% da população economicamente ativa. Esta mesma pesquisa ressaltava o papel da mulher no mercado empreendedor brasileiro, uma vez que, de cada cem novas empresas, 53 são lideradas por mulheres. Além disto, elas empreendem mais por oportunidade do que os homens.

No caso dos jovens empreendedores, estes já são parte importante da economia e do processo de desenvolvimento do país, uma vez que 31% do total dos empreendedores brasileiros têm idade entre 25 e 34 anos.



Na mesma direção está o movimento de formalização do trabalho. Programas como o MEI (Microempreendedor Individual) aceleram, facilitam e trazem benefícios na formalização de milhares de empreendedores individuais. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), em fevereiro de 2011, 75.973 trabalhadores por conta própria fizeram o registro e, no acumulado do ano, já são 157.593 empreendedores individuais.

Considerando que uma economia de colaboração é a única capaz de enfrentar os desafios de uma nova economia, mais verde e inclusiva, a Ashoka e o Walmart convidam você a refletir sobre os desafios reais, as barreiras e as oportunidades para empreendedores, que podem se transformar em uma ferramenta ótima de gestão de novos sistemas integrados de atuação social.



# Entendendo os direitos, a independência econômica e a emancipação das mulheres

Por Amalia E. Fischer

Todas as relações, interações e ações que se estabelecem em qualquer sistema ou subsistema, tanto para as moléculas e átomos como para os seres humanos, são complexas. Isto porque estas relações, interações e ações estão em constante movimento, são dinâmicas, sofrem mudanças e estão submetidas a turbulências.

A ciência da complexidade exige que se desconstrua a lógica do pensamento simples, do pensamento dicotômico de verdadeiro ou falso, do ser ou não ser, em outras palavras, da lógica binária, e entra no mundo dos paradoxos. A teoria da complexidade não terá respostas ou soluções para tudo, mas ajuda a entender o que acontece no “entre das conjunções, dos paradoxos”. E é com esse olhar da complexidade que temos que pensar, conceituar e avaliar a independência econômica das mulheres. As consequências da independência econômica das mulheres vão além do imediato, têm interconexões mais profundas com as possibilidades de empoderamento das mulheres, mas nem por isso todas as mulheres são emancipadas automaticamente.

## Das complexidades da independência econômica das mulheres

A independência econômica das mulheres pertence aos campos do pensamento complexo, da interrelação entre o âmbito do público e do privado, dos direitos humanos e do empoderamento, da segurança, e da integridade física, mental, psicológica e sexual.

Para as mulheres adultas e jovens, ter independência econômica significa muito mais do que ter renda, salário, comida, comprar um vestido ou pagar o aluguel. Para elas, independência econômica significa compreender e exercer seus direitos, como o direito de ir e vir e o direito a saúde integral e de qualidade, assim como ampliar o seu espaço na comunidade e participar mais ativamente da cultura e da política.



Não existe, atualmente, na maioria das nações, nenhuma dúvida de que o meio mais eficaz e eficiente para erradicar a pobreza, alcançar a paz nas comunidades, melhorar índices educacionais, econômicos, conservar o meio ambiente, é o investimento privado e público na educação<sup>1</sup>, saúde<sup>2</sup>, profissionalização e aumento dos recursos financeiros disponíveis para as mulheres. Porém, é um grande erro acreditar que a erradicação da pobreza promoverá a emancipação das mulheres, porque, além de fatores econômicos que impedem a cidadania plena das mulheres, existem fatores de ordem psicológica, como a internalização das sequelas da discriminação e a reprodução nas mulheres dos valores da ordem e do poder patriarcal, que são obstáculos para essa emancipação.

Nos últimos oito anos, as mulheres têm sido categorizadas pela Organização das Nações Unidas (ONU), Banco Mundial, Fórum Econômico Mundial, Fundação Gates, Nike<sup>3</sup>, Care, Grameen Bank e outros, como agentes principais de transformação social nas suas comunidades, principalmente quando se tratam de mulheres pobres ou que vivem abaixo da linha da pobreza. Essas instituições afirmam que pelo fato de as mulheres serem aquelas que alimentam e educam os filhos, quando elas chegam a ter renda ou são apoiadas para melhorar a qualidade de suas vidas, elas investem primeiro na família, o que significa que as crianças terão melhor alimentação, educação, higiene e saúde, e isso contribuirá para que o círculo vicioso da miséria se rompa. É indubitável que as mulheres são o que se chama de “motor do desenvolvimento”, contudo, mesmo que isso seja uma realidade, algumas dessas instituições não levam em consideração que, em determinados lugares, esse papel da reprodução designado a elas pela sociedade patriarcal tem custo alto com relação a sua própria emancipação e saúde<sup>4</sup>. Isto porque nas mãos das mulheres continua<sup>5</sup> o papel do cuidado dos outros, que é do âmbito do privado, e na mão dos homens continua o da produção e acumulação, do âmbito do público<sup>6</sup>. A função do cuidado deveria ser solucionada coletivamente, indo além de dividir as tarefas domésticas, desconstruindo e entendendo a falsa dicotomia entre público e privado. O que aconteceria a um país se as mulheres deixassem um ou dois dias, ou até uma semana, de desempenhar seu papel de cuidadoras? Seriam estas mulheres pobres, de classe média, com emprego assalariado, donas de casa, chefes de família ou não? Se instalaria um caos na produção capitalista?

As mulheres sempre têm contribuído, direta ou indiretamente, com a produção por meio de um trabalho que não é remunerado e, quando reconhecido, as coloca como salvadoras do mundo, desresponsabilizando os homens como pais e habitantes do planeta. As mulheres sempre foram e são produtivas e, por esta e outras razões, é difícil entrar na lógica sob outra dicotomia, a da inclusão-exclusão. Na produção, as mulheres já estão incluídas como produto-

ras, não como detentoras de direitos econômicos, mas sim como aquelas que só recebem pelo seu trabalho se são assalariadas ou geram renda. O certo seria então falar de injustiça social, falta de reconhecimento do protagonismo das mulheres na sociedade.

Segundo as Nações Unidas, em 2008, as mulheres eram 70% da população mundial, possuíam 10% da renda mundial, e 1% dos meios de produção, ainda que contribuíssem com dois terços das horas trabalhadas.

A independência econômica das mulheres apresenta um dilema ligado à ética da responsabilidade<sup>7</sup>, porque, se por um lado, a função que as mulheres desenvolvem de cuidadoras faz delas o “motor do desenvolvimento”, as construtoras de culturas de paz, defensoras do meio ambiente e o meio para acabar com a fome, desnutrição e ignorância, por outro, se não se transformar, essencialmente, a divisão sexual do trabalho, as mulheres continuarão sendo injustiçadas.

A ética da responsabilidade exige a todas as pessoas e instituições de uma sociedade, que ser socioeconômico e ambientalmente responsáveis é um dever de todos e todas, e nada tem a ver com caridade ou piedade, marketing social ou melhorar a imagem de uma pessoa ou empresa. Na ética da responsabilidade existem atribuição de tarefas e apresentação de contas frente a uma instância ou alguém. O sujeito de direito deve assumir seus atos e as consequências, podendo ser objeto de punições, recompensa, censura e respeito, dependendo do ato, da ação que tenha se realizado.

No caso das mulheres, elas cumprem suas funções, impostas pela sociedade patriarcal, mas não são respeitadas plenamente como produtoras indiretas, nem obtêm plena recompensa ou reconhecimento pela sua função. A ética da responsabilidade está ligada a relação consigo mesmo(a) e com outras pessoas. A responsabilidade está na maneira como meus atos afetam também aos outros (as) e se consolida quando esse outro tem valor e direito para mim. Em palavras de Jonas, o outro: “representa em princípio e geralmente uma exigência com relação a minha percepção, depois minha atenção (meu respeito)”, mas esse outro implica também uma responsabilidade com o futuro - de si, de outras pessoas, animais, meio ambiente e do planeta. Como diz Edgar Morin retomando a Jonas, na “A Ética do Sujeito Responsável”[8] : “Uma outra responsabilidade, que é oriunda de nossa comunidade de destino planetário. E ela sempre relembra nossa parcela de responsabilidade nesse destino comum, e não só o que diz respeito ao presente, mas também ao futuro”.



## Independência econômica, direitos das mulheres e empoderamento

Se as mulheres são aquelas que têm a capacidade de transformar a sociedade, se são o motor do desenvolvimento, se são o presente, mas também o futuro, ser responsável com elas implicaria ir além de lhes outorgar recursos financeiros, capacitação técnica, oportunidade de ter uma renda, salário ou um negócio. Significa proporcionar informação, acesso a seus direitos, apoiar sua liberdade de escolha, fortalecer as possibilidades de acreditar em si mesmas, de sentirem-se autoconfiantes. A independência econômica das mulheres está ligada também aos direitos econômicos e trabalhistas das mulheres, seja pelo emprego ou pela criação de empreendimentos<sup>9</sup>.

As mulheres, a partir do Século 20, têm entrado maciçamente no mundo do trabalho, têm tido acesso a seus próprios recursos com seu salário, contudo ganham aproximadamente 30% menos que os homens realizando as mesmas tarefas, têm menos oportunidades que os homens<sup>10</sup> de ascender e de receber capacitações dentro do seu local de trabalho. O fato de terem independência econômica em muitos dos casos proporciona automaticamente às mulheres liberdade de mobilidade, segurança pessoal<sup>11</sup>, privacidade, maior participação na comunidade e na política, acesso a cultura, informação e educação.

A independência econômica das mulheres está intimamente relacionada com os direitos humanos<sup>12</sup> das mulheres, e também ao empoderamento das mesmas. Dito de outra forma, ainda que a independência econômica das mulheres proporcione acesso quase automaticamente a alguns direitos econômicos e sociais, não garante, em todos os casos, a emancipação e equidade de gênero. Em outras

palavras, não se deve pensar que, porque as mulheres têm independência econômica, automaticamente estarão livres de uma relação violenta.

Se, de um lado, temos casos de mulheres que conseguem sua independência econômica, separam-se do companheiro violento ou passam a ser mais respeitadas pelos companheiros e pela comunidade, ter mais poder dentro da família e na comunidade, por outro, há casos em que as mulheres não saem de relações violentas e isso, muitas vezes, se deve às sequelas da discriminação e da internalização dos valores patriarcais e por desconhecer seus direitos.

Por isso, proporcionar oportunidades para que as mulheres tenham independência econômica significa capacitar, informar e educar as mulheres sobre a importância de conhecer e exercer seus direitos, fortalecendo ainda mais as mulheres e provocando mudanças profundas nos relacionamentos entre homens e mulheres e na forma de educar os(as) filhos(as) e a sociedade.

Uma possibilidade de promover o desenvolvimento das mulheres pode ser também investir socialmente numa organização da sociedade civil que busque garantir os direitos gerais e específicos de coletivos de mulheres e não necessariamente com geração de renda, empreendedorismo, capacitação profissional ou pequenos negócios.

Como exemplo disso, o Fundo ELAS, em parceria com o Consórcio de Fundos de Mulheres da América Latina (Astraea), Fundação Ford, Global Fund for Women e Mamacash, mobilizaram, entre 2008 e 2010, US\$ 2 milhões para apoiar com recursos financeiros e capacitações mais de 60 grupos informais e organizações da sociedade civil que trabalham com os direitos das mulheres lésbicas, bissexuais e transexuais (LBT). O recurso deveria ser gasto no suporte institucional como telefone, renda, salários, comunicações, etc.

1 Com equidade de gênero, cor/raça/etnia. A relação entre essas categorias é também complexa e se influenciam mutuamente, algumas delas não são fixas, um homem pode adquirir a identidade ou o sexo feminino através de cirurgia ou performativamente, uma mulher pode passar de uma classe social a outra.

Como afirma Tina Chanter em seu livro: *Gênero: Conceitos-Chave em Filosofia*: "Construir a raça, o gênero e a classe como categorias, termos, fatores ou vetores 'entrelaçados' (ou sobrepostos, ou interseccionados ou híbridos) é evitar tratar esses termos como se tivessem integridade em se mesmos", como se eles pudessem ser acrescentados uns aos outros". Pag.31

2 A partir de uma conceitualização holística e integral

3 Ver vídeo chamado *Girl Effect*, Fundação Nike.

4 Quem cuida delas e quando elas cuidam de si? Uma vez que além de cuidar dos filhos, marido, do pequeno negócio, elas tem a preocupação de pagar a dívida, estas mulheres estão tendo uma dupla ou tripla jornada de trabalho.

5 Depende do contexto, situação, classe social e educação de cada mulher, pois com a automatização do trabalho e como as novas tecnologias de informação e em tempos de crise econômica, há homens trabalhando em casa e cuidando do lar. Mas não é o caso de todas as famílias e, sobretudo, nos países em desenvolvimento.

6 Jacquelin Marie Brown, no seu artigo: *Microcredit, Feminism and Empowerment: a Discursive Analysis of Subject-Approches to Development*, afirma que a Organização Internacional do Trabalho (OIT) argumenta: que as estratégias de microfinanças são especialmente benéficas para as mulheres já que farão parte do "impulso" para elas terem maior renda, as ajudando a interpretar seu papel, status reprodutivo como agente da saúde, nutrição, educação dos outros membros da família, melhorando as atividades de produtividade da renda das mulheres, ampliando sua auto-confiança e seu lugar dentro da família como produtoras e provedoras de valioso recurso para a economia doméstica" Nesta afirmação podemos ver claramente que se esta colocando a responsabilidade do cuidado das pessoas da família, unicamente nas mulheres e deixando como seu destino o âmbito do privado.7 Jonas Hans. "Pour une Ethique du Futur". Editions Payot & Rivages, Paris, 1998.

8 Morin, Edgar. "Ética do Sujeito Responsável". Ética, Solidariedade e Complexidade". Palas Athenea, São Paulo, 1988

9 O fato de ter um empreendimento ou um pequeno negócio não deve descartar responsabilidades e direitos, legalização do negócio, pagamento de impostos, encargos, INSS, aposentadoria, etc. As mulheres que criam empreendimentos devem ser capacitadas para serem sustentáveis e sair das condições terríveis que implica a informalidade onde não existem garantia de direitos.

10 Não podemos esquecer que no Brasil as mulheres brancas ganham duas vezes mais que as mulheres negras e os homens brancos três vezes mais que estas.

11 Muitas vezes no relativo a questão econômica, mas não necessariamente com relação integridade física, mental e psicológica.

12 Os direitos das mulheres passaram a ser considerados direitos humanos a partir da Conferência de Vienna, em 1993.



**As mulheres sempre tem contribuído indireta ou diretamente para a produção com trabalho não remunerado, que, quando reconhecido, as coloca como salvadoras do mundo, desresponsabilizando aos homens como pais e habitantes do planeta.**

Uma das organizações apoiadas foi o Grupo Afirmativo de Mulheres Independentes, cuja missão está relacionada com a defesa dos direitos das mulheres negras, lésbicas e bissexuais da periferia de Natal, no Rio Grande do Norte. Com apoio do Fundo ELAS, a organização se fortaleceu, teve maior reconhecimento local e nacional e as mulheres, que elas capacitavam em direitos e em geração de renda, aumentaram em mais de 100% sua renda quando passaram a costurar como profissionais. Estas mesmas mulheres, a partir de uma parceria com uma grande empresa de roupas chamada Riachuelo<sup>13</sup>, passaram a costurar para a empresa. Este exemplo indica que existe também a possibilidade de que, apoiando a institucionalização de grupos defensores dos direitos das mulheres, também se possibilite a independência econômica das mulheres.

Como sabemos que se provocam mudanças nas mulheres quando essas adquirem independência econômica? Como sabemos que elas estão se empoderando? A que chamamos empoderamento?

O empoderamento das mulheres também tem que ser relacionado ao contexto e às condições em que se encontram as mulheres que estão recebendo recursos financeiros e estão à procura da sua independência econômica.

O empoderamento não pode ser medido da mesma maneira, nem com os mesmos indicadores, nas diferentes comunidades onde se encontram os empreendimentos ou negócios. Algumas das mulheres que recebem um financiamento, seja por microcrédito ou por doação, podem ter micropoderes dentro da família ou da comunidade. Como já se viu anteriormente, o fato de elas terem em suas mãos as decisões sobre a educação e a nutrição das crianças, o que inclui de alguma maneira as compras domésticas, e também participarem nas atividades da igreja da comunidade, significa que as mulheres têm micropoderes, não podem ser vistas como as coitadinhas, nem se deve fazer delas vítimas, ao contrário, deve-se potenciar seus poderes para que estes estejam além da esfera do privado.

O empoderamento das mulheres por meio da independência econômica pode proporcionar às mulheres a possibilidade de se liberar de uma relação violenta, de poder ir e vir sozinha, exercitar sua capacidade de fazer compras pequenas e grandes, abrir conta no banco, manejar seu próprio dinheiro, ter segurança econômica, tomar pequenas e grandes decisões, participar politicamente fora e dentro da comunidade.

<sup>13</sup> Riachuelo é uma empresa de moda com 131 lojas no Brasil e mais de 40.000 funcionários/

<sup>14</sup> Idem referência 6.

Mas, como fala Brown<sup>14</sup>, deve-se ter claro que o empoderamento “não é um ideal fixo”, ele vai depender de cada mulher e de cada contexto, porque as mulheres, assim como os homens, estão atravessadas por diferenças como raça, etnia e orientação sexual, e por desigualdades provocadas por discriminações ou por classes sociais, pelo que o empoderamento deve ser contextualizado a partir de uma ótica complexa.

O empoderamento também deve estar interconectado com processos de mudanças na subjetividade das mulheres. Um processo de empoderamento deve fortalecer psicologicamente as mulheres e desenvolver sua autoconfiança, criar vínculos de solidariedade entre elas, desconstruindo assim os valores patriarcais de rivalidade e competição que as mulheres têm aprendido e reproduzido.

Tudo isto significa que, quando forem construídos indicadores para avaliar o índice de equidade de gênero, deve ser levado em consideração também raça, etnia, classe social, orientação sexual, mudança de mentalidade, valores e a subjetividade, reconhecendo os poderes que as mulheres já possuem dentro da comunidade, assim como aqueles que elas devem alcançar.

## **Estudo de caso: Fundo ELAS - independência econômica por meio de doações e capacitações técnicas e em direitos humanos das mulheres**

A missão do Fundo ELAS é promover e fortalecer o protagonismo das mulheres, mobilizando e investindo recursos em suas iniciativas. O Fundo focaliza seu programa de apoio a organizações e grupos de mulheres em:

- autonomia econômica e fim da pobreza de mulheres adultas, jovens e meninas;
- meio ambiente, desenvolvimento justo e sustentável;
- mudança climática e seus impactos;
- combate à violência contra mulheres adultas, jovens e meninas;
- cultura, comunicação, arte e esportes;
- direitos sexuais e reprodutivos.

A filosofia do Fundo ELAS se baseia em cinco princípios, dos quais serão tratados neste artigo somente aqueles relacionados à independência econômica das mulheres, descritos a seguir.

### **Paixão pela causa das mulheres**

O Fundo tem a plena convicção de que todas as mulheres adultas, jovens e meninas, independentemente da sua cor/raça/etnia, orientação sexual ou classe social, devem ter autonomia para decidir sobre suas vidas e sexualidade, e acesso a direitos, equidade e igualdade em todos os âmbitos da sociedade. ELAS são protagonistas na construção cotidiana do país.

### **Respeito à singularidade, à subjetividade e à multiplicidade**

Para o Fundo ELAS, cada mulher e menina é singular. Sua subjetividade é produzida por sua própria história, que é diferente e similar à de outras, dependendo do entorno, contexto, cor/raça/etnia, classe social e sexualidade. Isso faz com que ELAS sejam, ao mesmo tempo, singularidade e multiplicidade. Reconhecemos que existem diferentes mulheres e diferenças entre ELAS.

### **Laços de confiança**

A construção de relacionamentos do Fundo com as organizações de mulheres se baseia na confiança e na horizontalidade, e um componente fundamental da cultura institucional é o respeito às decisões das mulheres adultas, jovens e meninas apoiadas.

O Fundo ELAS não investe em mulheres individualmente porque acredita na importância da solidariedade e parceria entre mulheres. Também não está dentro da sua filosofia trabalhar com microcrédito, porque acredita que existe uma dívida histórica que o patriarcado tem com as mulheres adultas, jovens e meninas, e que a divisão sexual do trabalho é injusta com as elas. Além dos dados sobre desigualdades econômicas anteriormente mencionados, segundo dados da Associação para os Direitos da Mulher e o Desenvolvimento (Awid), a Ajuda Oficial para o Desenvolvimento (AOD), que em 2005 era de US\$ 79 bilhões, dedica somente 6% do total mediante marcadores de gênero (US\$ 4 bilhões), 3,6% para a igualdade de gênero como objetivo significativo principal (US\$ 2,4 bilhões) e 0,1% da ajuda vai para “as mulheres no desenvolvimento”.

Portanto, com base nesses dados, o Fundo desenvolve duas formas de apoio às organizações de mulheres dentro da área de independência econômica e fim da pobreza das mulheres adultas, jovens e meninas, descritas a seguir.

Uma maneira é por meio de concurso de projetos, para o qual as organizações e grupos de mulheres preenchem um questionário apresentando suas propostas de geração de renda. Enviam a proposta com pseudônimo, sem identificar na proposta a organização, cujo nome é enviado num envelope lacrado, para evitar favoritismos e romper com a cultura patrimonialista. A equipe faz a primeira triagem de acordo com os requisitos solicitados. Os projetos são aprovados única e exclusivamente pelo Comitê de Seleção do Conselho Deliberativo, às vezes junto com consultoras especialistas e parceiros. Os recursos recebidos por cada organização dependem do montante arrecadado pelo Fundo naquele período, e usualmente tem sido entre R\$ 2,5 mil e R\$ 7 mil. Posteriormente, as organizações passam por uma capacitação de 32 horas sobre direitos humanos das mulheres, como elaborar propostas e parcerias, relacionamento com o dinheiro, prestação de contas e comunicação. Por último, entregam relatórios narrativos e financeiros semestrais e finais.

No outro modo, o Fundo, em parceria com a empresa Rebouças & Associados, realiza nas comunidades os Diálogos para a Melhoria das Condições de Vida, utilizando a metodologia desenvolvida por eles, para estimular a reflexão sobre ideias inovadoras por parte das participantes. Para participar dos Diálogos, as mulheres da comunidade devem se inscrever e é realizada uma pesquisa com elas. Elas preenchem um questionário com dados pessoais, estado civil, cor/raça/etnia, orientação sexual, religião, número de filhos, ocupação, formação, renda familiar, horários disponíveis. Os Diálogos são realizados com 30 mulheres. As interessadas em tentar realizar seus sonhos se comprometem a passar por cem horas de capacitação em direitos humanos das mulheres, resolução de conflitos, plano de negócio e estudo de factibilidade na comunidade, como lidar com o dinheiro, banco, abrir uma conta, legalizar o negócio, dividir o lucro e reinvestir, administrar o negócio, comunicação e marketing. Ou seja, apreendem algumas técnicas e elaboram sua própria marca, serviço ao cliente e, dependendo do negócio, se capacitam no que for relacionado a ele. Entretanto, como nem toda mulher é uma empreendedora, muitas desistem e só ficam até o final aquelas que realmente vão empreender um negócio. Para empreender o negócio, elas fazem um estudo de factibilidade da ideia inovadora que tiveram para empreender na comunidade e, se a pesquisa é favorável à ideia, o Fundo doa um recurso de R\$ 50 mil, dividido em várias parcelas.

## Mulheres empreendedoras: desafios e possibilidades

A seguir serão desenvolvidos como estudos de casos, quatro exemplos de apoios que o Fundo tem outorgado.

Os dois primeiros casos a serem apresentados, Fuxicarte e Cooperativa Bordadeiras da Coroa, receberam subsídios do Fundo ELAS por meio de concurso. Os outros dois receberam apoio por meio dos Diálogos nas comunidades que fazem parte do projeto Elas em Movimento, desenvolvido como prestação de serviço para a empresa Chevron-Brasil.

### 1. Fuxicarte

O grupo Fuxicarte, com o apoio, durante três anos, do Fundo ELAS, ampliou suas parcerias e atividade em costura, bordado e fuxico que já tinha começado a desenvolver. Além de moda, elas investiram na produção de acessórios para casa, cozinha e banheiro, que têm sido comercializados em lojas dos principais aeroportos. Atualmente, vendem seus produtos na Rede Asta<sup>15</sup>, que se refere da seguinte maneira sobre o trabalho do Fuxicarte, em especial de Ana Lucia Freitas: “ela costumava trazer seus produtos em sacolinhas de mão, de ônibus ou de táxi. Esse mês, veja um Kombi que chegou na Asta, com o pedido de centenas de produtos do grupo. Ela está conseguindo tirar até R\$ 2 mil por mês com as nossas vendas no catálogo!”

Para compensar ainda mais, o Fuxicarte foi o grupo vencedor do sistema de pontuação anual da Rede Asta em 2010, e, como prêmio, elas fizeram sua primeira viagem de avião, para conhecer o grupo produtivo Toca do Tapete, em Florianópolis, Santa Catarina.

Ana Lucia Freitas, antes de fazer parte do Fuxicarte, se achava uma simples dona de casa. “Eu cuidava dos meus três filhos e das tarefas domésticas, e não conhecia outra vida a não ser esta. Quando comecei a participar do Fuxicarte, foram se abrindo novos horizontes”, comenta.

Ana Lucia participou de duas capacitações no Fundo ELAS, representando o Fuxicarte. No começo da primeira, expressou pouca confiança em si mesma, não queria apresentar seu empreendimento, não se sentia capaz de falar em público, nem bonita. Quando acabou a capacitação, comentou que ela havia mudado, que não tinha mais medo, se sentia fortalecida e bonita, mas falava rapidamente. Ana Lucia se apresentou com soltura, explicou muito bem em que consistia seu empreendimento, e falou muito mais que as outras mulheres.

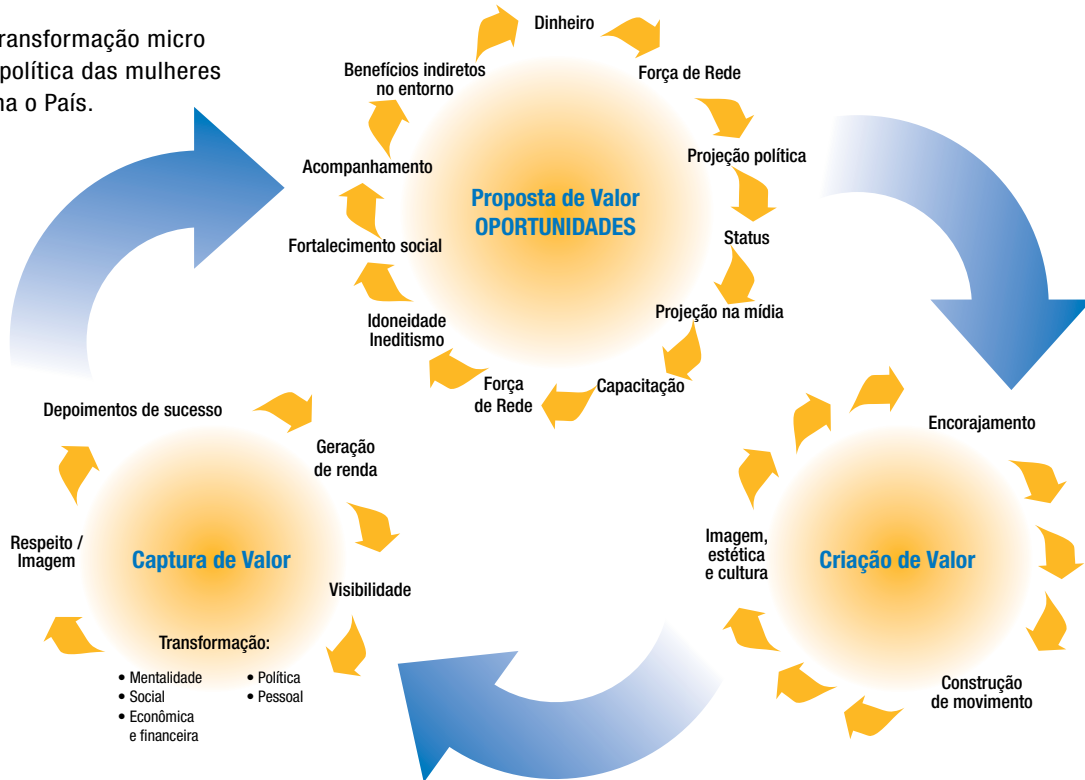
<sup>15</sup> A Rede Asta, segundo sua própria definição, é uma “organização sem fins lucrativos, criada com o objetivo de gerar renda para comunidades populares do Estado do Rio de Janeiro. A Rede Asta contribui para o escoamento dessa produção e para a geração de renda desses artesãos ao uni-los a grupos de revendedores autônomos que, munidos de um catálogo, chegam aos consumidores finais”. [www.asta.org.br](http://www.asta.org.br)

## Quadros de geração de valor e mudança social do Fundo Elas

O Fundo ELAS, quando investe recursos financeiros e capacita as mulheres, adultas ou jovens, gera novos valores que transformam mental, pessoal, social, política e economicamente a vida das mulheres, aumentando a participação das mulheres na comunidade, ocupando novos espaços tanto na família como socioeconomicamente. A seguir, veremos os sistemas produzidos pelo Fundo ELAS que explicam como acontece essa transformação.

### Gerador de Valor 1 (ELAS - Grupos de Mulheres)

Como a transformação micro e macro-política das mulheres transforma o País.



### CICLO DA TRANSFORMAÇÃO



Quando se investe no protagonismo e nos direitos humanos das mulheres jovens, adultas e meninas, se está investindo também no desenvolvimento do País, na democracia e na justiça social.



A vida das 8 mulheres do Grupo Fuxicarte mudou quando, em 2006, o seu projeto foi selecionado para receber apoio do ELAS.

Com o apoio da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) e da estilista Luiza Marcier, elas costuraram vários modelos apresentados na Fashion Business, uma feira de moda internacional que acontece na cidade do Rio de Janeiro. O grupo também saltou para a venda de seus produtos em lojas situadas em famosos pontos do Rio de Janeiro, como o bairro de Ipanema. E viu ainda suas peças serem despachadas diretamente para o exterior. O Fuxicarte tem hoje um espaço no Jardim América, Zona da Leopoldina. “Eu não quero fazer outra coisa para melhorar a minha situação de vida”, comemora Ana Lucia.

## 2. Cooperativa Bordadeiras da Coroa

Quem dá trabalho a uma mulher negra, sem profissão e com mais de 40 anos? A essa pergunta Elza Santiago responde: por isso decidimos unir esforços para nos sustentar. A vida das oito mulheres desta cooperativa mudou quando, em 2006, o seu projeto foi selecionado para receber apoio do Fundo ELAS. O recurso recebido foi de R\$ 4,3 mil para capital inicial, montagem do ateliê, compra de duas máquinas de costura e matéria-prima. Elza, como representante do grupo, recebeu capacitação em direitos humanos, comunicação, marketing, administração de recursos e elaboração de projetos, e se comprometeu a replicar para suas companheiras.

Foi uma mudança radical na vida delas e seus produtos estiveram, em 2007, na edição de inverno da Fashion Rio, a semana internacional de moda do Rio de Janeiro, quando a artista plástica Rute Casoy expôs um varal de aproximadamente 50 metros, com poemas de sua autoria, bordados por elas em retângulos de linho branco, intercalados com bonecas de pano, colchas e peças de vestuário<sup>16</sup>.

A Cooperativa é parte da Articulação de Mulheres Brasileiras, rede feminista que defende os direitos das mulheres. Marinalva Alves, participante, sempre comenta que, do trabalho delas, o mais importante é transformar a realidade das mulheres.

Quase todas donas de casa e mães de família, algumas sabiam costurar, outras bordar, umas ensinaram às outras, se encontravam na igreja, nas suas casas, na associação de moradores, e a renda mensal era de R\$ 75, que hoje passou a ser de aproximadamente R\$ 1 mil. As bordadeiras também capacitam outras mulheres e lhes dão possibilidades de gerar renda.

Em outubro de 2009, a vida das bordadeiras mudou ainda mais, como disse Flavia Pinho : “o modelo em quatro cores, que elas costuraram e enfeitaram com aplicações douradas e prateadas, foi arrematado em leilão beneficente”, e o comprador foi Eike Batista.

### 3. Sabor e Arte

O primeiro projeto implementado pelo programa Elas em Movimento começou na comunidade pacificada Jardim Batam, no Rio de Janeiro, com um diálogo entre as mulheres da localidade. Na ocasião, elas falaram sobre os seus sonhos pessoais, seus sonhos para a comunidade e quais negócios gostariam de criar para gerar renda para si e suas famílias.

A segunda etapa compreendeu mais de cem horas de capacitações em direitos humanos das mulheres, empreendedorismo, resolução de conflitos, comunicação, marketing e como lidar com o dinheiro.

O grupo recebe até agora permanentemente coaching de uma especialista em empreendedorismo e negócios para esclarecer dúvidas, suporte em tudo o que está relacionado com a legalização do negócio, auxílio nas adversidades do dia a dia.

Por ser um empreendimento relacionado a gastronomia, o grupo recebeu pro bono de uma chef de cozinha, treinamento em como montar o menu, nutrição e higiene, além de um estágio em um restaurante na Barra da Tijuca. Em diferentes momentos, receberam recursos para montar o empreendimento de refeições e delivery Sabor e Arte, até completar um total de R\$ 50 mil.

O grupo Sabor e Arte recebe permanentemente a atenção de uma especialista em empreendedorismo e negócios

Seis meses após a inauguração, que foi em novembro de 2010, Jacqueline Tiago, uma das integrantes do empreendimento, disse: “com o lançamento deste negócio, eu me sinto outra mulher, mais forte e muito mais conhecedora do meu papel como transformadora da minha realidade e da vida de todos os que estão ao meu redor”.

O restaurante está fornecendo “quentinhas” para a Petrobras, além de abrir de segunda a sábado.

### 4. Bolhas Coloridas

Seis moradoras da Cidade de Deus passaram também por todo o processo que as integrantes do Sabor e Arte no Jardim Batam. A ideia inovadora delas, que a pesquisa concluiu que podia ser executada, foi a de reciclar óleo de cozinha, coletando-o na comunidade para que não fosse parar nos rios, e produzir sabonetes. Bolhas Coloridas é o nome que elas deram a seu empreendimento. Uma vez que passaram pelas capacitações e tiveram pronto o resultado de sua pesquisa e plano de negócio, se dedicaram a divulgar sua ideia na comunidade por meio de carro de som, panfletos e do jornal da comunidade, para que as pessoas do local doassem o óleo de cozinha usado, evitando assim causar danos ao meio ambiente.





**A proposta do grupo Bolhas Coloridas foi a de reciclar óleo de cozinha coletado na comunidade e produzir sabonetes. Com isso, o óleo deixou de ser jogado no rio.**

Como o empreendimento Sabor e Arte, esta iniciativa está recebendo em parcelas o valor de R\$ 50 mil, com o qual já compraram uma máquina para fazer sabonetes, e alugaram um espaço na comunidade para instalar a fábrica e a loja. As empreendedoras tiveram assessoria gratuita de um técnico do Senai em gestão de qualidade, que fez uma capacitação pelo sistema 5S (ferramenta de controle de qualidade desenvolvido no Japão nos anos 50 e 60, que incorpora 5 sentidos – utilização, arrumação, limpeza, saúde/higiene e auto-disciplina, palavras que em japonês começam com a letra “s”) deu dicas sobre organização do processo produtivo, layout da loja, estoque e armazenamento, além de ajudar a montar os cronogramas de produção e ciclo produtivo. Amostras dos sabonetes produzidos foram levadas para a FioCruz para análise e certificação das mesmas.

As mulheres da comunidade estão doando óleo, como afirmam Viviane de Sales e Ricardo Andrade do jornal O Globo G1 - Parceiros do RJ, na sua entrevista com moradores do bairro de Cidade de Deus. Geneci Machado Felix aprova a iniciativa. “Acho bom, eu junto muito óleo. Agora já sei e trago, ou eu ligo e elas vem buscar”, conta. A também dona de casa Ana Cláudia Santos coa o óleo e põe em uma garrafa pet antes de levá-lo para ser reciclado. Ela acredita

que, fazendo isso, contribui com o meio ambiente. “Despoluição dos rios, tudo fica sujo, dá rato, barata, mau cheiro. Quando chove, entope os rios, e só quem sai no prejuízo mesmo é a comunidade”, conta.

Atualmente, ambos empreendimentos estão em fase de adaptação ao próprio negócio e às ferramentas financeiras e continuam tendo coaching. No mês de setembro de 2011, serão reavaliados.

As mulheres de ambos empreendimentos estão mostrando interesse em fazer cursos de gestão administrativa e financeira. Em Cidade de Deus, uma delas quer entrar na universidade e fazer o curso de gestão financeira e de negócios.

<sup>16</sup> Pinho Flávia. “Lucro bordado à mão”. Artigo na revista : Pequenas Empresas Grandes Ideias Projeto Generosidade <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI160905-17153,00-LUCRO+BORDADO+A+MAO.html> acessado em 31 de julho de 2011.

<sup>17</sup> ibidem



## Referências Bibliográficas

AMORÓS, Celia (org.). 10 Palabras Claves sobre Mujer. Estella (Navarra): Verbo Divino, 1995. 371p

ASIAN DEVELOPMENT BANK. Operations Evaluation Departmen. Effect of Microfinance Operations on Poor Rural Households and the Status of Women. [S.l.] set. 2007. 96p. Disponível em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/46/15/39503711.pdf> >

GESKE, Dijkstra; SNIJDERS, Anna-Larisa. Microcredit and women's empowerment in South India. Trabalho apresentado na Segunda Conferência Europeia de Pesquisa em Microfinanças. Groningen, jun. 2011.

GARGALLO, Francesca. Tan Derechas y Tan Humanas. In: Academia Mexicana de Derechos Humanos. Manual ético de los derechos humanos de las mujeres. México, 2000.

MEADE, Jason. An Examination of the Microcredit Movement. 2001. Disponível em: <[www.connexions.org/.../CX6992-MeadeMicrobank.htm](http://www.connexions.org/.../CX6992-MeadeMicrobank.htm)>

AUSAID. Microfinance, Gender and Aid Effectiveness. 2008. Disponível em: <[www.ode.usaid.gov.au](http://www.ode.usaid.gov.au)>

### Sobre a autora

Amalia E. Fisher P., subjetividade nômade, mexicana-nicaraguense, radicada no Brasil faz 16 anos. Estudou sociologia em Paris VIII, Mestrado em Comunicação na faculdade de Ciências Políticas y Sociales – Universidad nacional Autónoma de México e Doutorado em Comunicação e Cultura na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Foi professora universitária durante 20 anos na faculdade de Ciências Políticas y Sociales, ministrando o curso sobre Teoria de los Medios de Comunicación e participou na mudança curricular da área de comunicação e sociologia. Escreveu artigos sobre Produção de Tecnologia de Gênero, Intersexualidade, Movimento Feminista Latinoamericano, Mulheres e AIDS, em diferentes livros, revistas acadêmicas e jornais como “La Jornada”, “El Universal”, “Uno más Uno”.

Idealizou o Fundo Angela Borba de Recursos para Mulheres conhecido hoje como ELAS - Fundo de Investimento Social, é co-fundadora do mesmo junto com outras 4 mulheres. É empreendedora Ashoka e Synergos. Foi co-fundadora do Centro de Estudios de la Mujer – Facultad de Psicología-UNAM, do Centro de Investigaciones y Capacitaciones de la Mujer (organização da sociedade civil, no México), da International Network of Womens Funds.

Tem participado dos Conselhos da International Network of Women's Funds, Grantmakers without Funds, Rede do Esporte pela Mudança Social e atualmente participa no do Urgent Action Fund-USA e é a presidenta do Fundo de Ação Urgente - America Latina.



# Negócios sociais e inclusivos: como garantir direitos sociais e econômicos para mulheres?

Por Alessandra Gonçalves de França

## A história do Microcrédito

O conceito de microcrédito nasce em Bangladesh<sup>1</sup> (pequeno país do subcontinente indiano) quando um economista chamado Muhammad Yunus – Prêmio Nobel da Paz em 2006 – se encontra com uma camponesa chamada Sufia.

Podemos destacar neste fragmento a presença de dois elementos: a exclusão social e econômica da mulher e o acesso ao crédito.

**Microcrédito Produtivo Orientado** é uma modalidade de crédito que tem como objetivo facilitar o acesso a recursos financeiros por parte de pequenos empreendedores. Utiliza-se de metodologia de acompanhamento e orientação voltada à necessidade dos empreendedores.

Santander Microcrédito, 2008.

**Negócios Sociais** são iniciativas economicamente rentáveis que, por meio da sua atividade principal (core business), buscam soluções para problemas sociais, utilizando mecanismos de mercado. Estes empreendimentos integram a lógica dos diferentes setores e oferecem produtos e serviços de qualidade a uma população excluída do mercado tradicional, ajudando a combater a pobreza e diminuir a desigualdade socioeconômica.

Artemisia Negócios Sociais, 2011.



Sufia emprestava dinheiro de um agiota de sua comunidade, que lhe cobrava juros de 10% (dez por cento) por semana. Com o dinheiro comprava bambus para fazer tamboretes, mas era obrigada a vender seus produtos ao agiota, que obtinha lucros com o empréstimo do dinheiro e com a compra subvalorizada dos tamboretes.

Assim como Sufia, Yunus encontrou mais 42 mulheres na mesma situação de exploração econômica e, diante da situação mencionada, resolveu emprestar-lhes US\$ 27 de seu próprio dinheiro a taxas normais de um banco. Naquele momento não existia a expectativa de que o dinheiro retornasse, no entanto, o economista recebeu pontualmente as parcelas do recurso com os juros.

Desta forma, percebeu-se que era possível incluir economicamente mulheres por meio dos microcréditos. E com este conceito criou o Grameen Bank, que, até o final do Século 20, possibilitou que mais de 12 milhões de pessoas saíssem da extrema pobreza somente em Bangladesh, e vale ressaltar: por meio do microcrédito para mulheres.

<sup>1</sup> Yunus, Muhammad; com JOLIS, Alan. O Banqueiro dos Pobres. São Paulo Ática 2000





O microcrédito pode ajudar a erradicar a pobreza e combater diretamente a miséria que atinge 16,2 milhões de brasileiros

## Microcrédito no Brasil

No Brasil, a desigualdade de renda é um dos grandes entraves sociais: os 10% mais ricos ganham **15,8 vezes mais do que os 40% mais pobres**<sup>2</sup>. No entanto, o país também é considerado um celeiro de empreendedores, cerca de 19 milhões, que, no entanto, vivem na informalidade.

Para esses empreendedores existem ofertas de crédito (agiotagem, cartões de créditos, financeiras), contudo, sem a orientação adequada, o que leva ao endividamento.

As organizações de microcrédito, sejam Oscip (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) Creditícias (mais de 200 em todo o Brasil), SCMs, Cooperativas ou Bancos tradicionais, atuam com Microcrédito Produtivo Orientado para que tais empreendedores tenham acesso a crédito consciente, com o objetivo de alcançar a independência social e financeira.

Destaque-se que as iniciativas de microcrédito brasileiras foram inspiradas no Grameen Bank, assim como diversas no mundo.

### a) Microcrédito e Mulheres: Casos Nacionais e Internacionais

Várias são as iniciativas que oferecem Microcrédito Produtivo Orientado no Brasil e no mundo. Apesar da cultura e do público serem diferentes, existe uma característica comum: a forte presença de mulheres empreendedoras. Vejamos alguns exemplos em que tal característica está presente:

### I. Santander Microcrédito

O Santander Microcrédito nasce como um programa de sustentabilidade do então adquirido Banco Real. É uma das poucas iniciativas de operação direta de um banco tradicional com microcrédito no Brasil.

O programa está em segundo lugar no Brasil em termos de volume de operação e alcance: R\$ 220 milhões em 2009, com um estoque de financiamentos de R\$ 125 milhões e 120 mil clientes microempresários, e, deste total, **65% são mulheres**.

### II. Acreditar

A Acreditar é uma Oscip Creditícia sediada em Glória do Goitá, interior de Pernambuco. A ideia surgiu a partir dos sonhos de muitos jovens de construir um banco ideal, que permitisse sonhar. O projeto enxerga esse novo mundo, que trabalha unindo novas ideias, empreendedorismo, microcrédito, educação financeira e juventude. O Brasil tomou como plano de governo erradicar a pobreza e combater diretamente a miséria, que hoje castiga 16,2 milhões de brasileiros, dos quais 9,61 milhões moram no Nordeste do Brasil e são jovens, negros e mulheres. Hoje o público da Acreditar conta com **65% de mulheres empreendedoras**.

<sup>2</sup> Instituto de Pesquisa Aplicada; IPEA e Fundação Getúlio Vargas FGV

### III. Banco Pérola

O Banco Pérola é uma Oscip Creditícia que atende jovens das classes C, D e E da cidade de Sorocaba, interior de São Paulo. O público-alvo é o jovem de 18 a 35 anos, no entanto, uma característica comum reaparece, já que **74% dos atendidos são jovens mulheres.**

### IV. Compartamos Banco

O Compartamos Banco nasce em 1990, no México, com o objetivo de oferecer crédito para as microempresas. A missão é financiar pequenos empreendedores, em especial as mulheres das zonas rural e urbana. Em 2008, **90,1% do crédito foi concedido para mulheres.**

### V. Accion

Fundada em 1961 nos Estados Unidos, a Accion Internacional é uma ONG (Organização Não Governamental) que, em parceria com instituições financeiras, trabalha para erradicar a pobreza por meio da oferta de serviços financeiros para populações que não têm acesso a crédito. As operações beneficiam 2,46 milhões de clientes ativos, dos quais **65% são mulheres.**

**Tabela 1**

#### **Presença de Mulheres Empreendedoras em Organizações Operadoras de Microcrédito no Brasil e no Mundo**

<b>Organização</b>	<b>Percentual de clientes mulheres</b>
Santander Microcrédito	65%
Acreditar	65%
Banco Pérola	74%
Compartamos Banco	90,1%
Accion	65%

Fonte: Baseada nos números divulgados por cada organização em suas páginas eletrônicas.

Os casos mencionados são ilustrativos e mostram claramente a forte presença de mulheres como tomadoras de microcrédito. Entender o motivo desta situação nos remete ao fato de que a maior parte da população pobre do mundo é formada por mulheres. Sendo assim, podemos supor que esta forte presença nos programas de microcrédito é resultado da vulnerabilidade econômica e social do gênero feminino.

O microcrédito tem beneficiado majoritariamente mulheres empreendedoras



## Banco Pérola: aqui seus sonhos têm crédito

No Brasil, um dos impactados pela proposta de Yunus e seu banco foi Alessandra França, em 2002, quando tinha apenas 16 anos. Filha de um caminhoneiro com uma costureira, Alessandra estava há um ano no Projeto Pérola – ONG de Sorocaba que trabalha o protagonismo juvenil por meio da formação. Alessandra morava no bairro mais violento de sua cidade, o escolhido para atuação inicial do Projeto Pérola.

Nos sete anos em que esteve envolvida com o Pérola, Alessandra deixa de ser jovem atendida pela instituição e passa a fazer parte da coordenação geral. Nessa trajetória, seu desempenho na instituição lhe rendeu bolsa de estudos em colégio particular e convite para ser educadora da ONG antes de assumir a coordenação. Vivendo esse processo em sua adolescência, ela percebe a importância da capacitação para jovens, quando direcionada a estimular a autonomia e o protagonismo desse público.

Ainda como coordenadora geral, Alessandra começa a pensar numa escola de talentos para jovens. A ideia era complementar o processo de desenvolvimento oferecido pelo Pérola, com base em dois desafios permanentes desse público que ela percebia: (1) estabilidade financeira e (2) formação do jovem como agente de mudança da comunidade.

Por conta dessa possibilidade de uma escola, Alessandra passa a buscar ambientes que lhe deem ferramentas para poder tirar essa ideia do papel e colocá-la em prática. É então que ela conhece a Artemisia e, em 2008, decide aplicar os processos de formação da organização.

A Artemisia é uma organização pioneira em negócios sociais no Brasil, que tem o objetivo de formar pessoas para atuar nesse campo. Apesar da ideia de escola da Alessandra não ser um modelo de negócio rentável, a organização decide selecioná-la por conta de seu perfil empreendedor.

Nos primeiros meses de formação na Artemisia, Alessandra passa por um processo intenso de autocohecimento e resgate de sua história de vida. A partir desse olhar minucioso para os seus talentos e paixões, Alessandra e os demais participantes são convidados a desconstruir o projeto de cada um dos inscritos na formação. E, depois, reconstruí-lo como um negócio social a partir das competências identificadas nos meses anteriores.

É também nesse período inicial que os participantes entram em contato com o campo dos negócios sociais no Brasil e no mundo, e conhecem empreendedores dessas empresas com alto impacto social. Assim, Alessandra ouve uma história que a havia inspirado já sete anos antes: professor Yunus e o Grameen Bank.

Na década de 1970, Yunus quebrou o paradigma de que pobres não pagam dívidas ou empréstimos. Quando começou a operar o Grameen Bank, o economista ouviu de muitas pessoas que seu negócio quebraria rapidamente por conta da falta de garantias que esse público apresentava. Ao contrário, a taxa de inadimplência do Grameen, não chega a 4%, muito inferior à dos bancos tradicionais. E, desde então, observam-se indicadores parecidos com as microfinanciadoras pelo mundo, inspiradas pelo banqueiro dos pobres. Outro grande diferencial desse modelo de banco são as taxas de juros, que variam de 0% a, no máximo, 4% ao mês. Comparadas às taxas das microfinanciadoras tradicionais (cerca de 20% ao mês), são muito mais acessíveis às pessoas baixa renda.

***“Onde os meus talentos e minhas paixões cruzam com os desafios do mundo, é aí que está minha vocação”.***

***Aristóteles***

Alessandra vai além e se propõe a quebrar um novo paradigma: o de que jovens não têm comprometimento e, portanto, seriam um público de alto risco para um banco de microcrédito. O Projeto Pérola havia lhe mostrado que apostar em jovens como ela valia a pena. Durante o processo de desconstrução da escola de talentos, ela teve o insight de direcionar sua proposta de solução social para algo que a encantara em 2002 e que é a expertise da Artemisia: negócio social. Decide, então, montar uma microfinanciadora que teria jovens pobres como clientes!



## O desafio de nascer mulher

Segundo dados da Organização das Nações Unidas (ONU), 70% das pessoas que vivem em situação de pobreza são mulheres.

A discriminação é o principal motivo para este dado, já que em alguns países ela acontece por meio de leis de cunho religioso e em outros, pela falta de acesso a terra, trabalho e crédito.

A pobreza, por sua vez, deixa a mulher mais exposta à violência física, sexual, psicológica, o que **diminui sua capacidade produtiva, empobrece sua família e comunidade.**

Segundo dados da ONU, em escala mundial, as mulheres recebem 10% menos do que o salário dos homens pelo mesmo trabalho e, além disso, 75% das pessoas adultas analfabetas do mundo são mulheres.

## Microcrédito produtivo orientado como alternativa

Ao considerarmos o Microcrédito Produtivo Orientado como uma ferramenta de erradicação da pobreza, chega-se à conclusão de que tal programa beneficia naturalmente as mulheres, já que a maior parte da população pobre do mundo é composta pelo gênero feminino.

Sendo assim, podem ser listados vários motivos para a presença maciça do empreendedorismo feminino na base da pirâmide.

Nos depoimentos colhidos com empreendedoras beneficiadas por programas de microcrédito do Banco Pérola, pode-se notar alguns elementos que se repetem, como a maternidade, o cuidado com a família, o abandono do lar por parte do gênero masculino, a dedicação e o compromisso com o trabalho, e, em muitos casos, a opção por empreender por necessidade.





As mulheres beneficiadas por programas de microcrédito veem no empreendimento uma forma de gerar renda e poder cuidar dos filhos e da casa, já que, em muitos casos, não têm formação educacional, o que as coloca em condições de subemprego.

“Era eu e mais dois filhos pra criar. Tinha o programa Bolsa Família. Até comecei a trabalhar como doméstica, mas com o salário que ganhava dava só para pagar o transporte e a pessoa que cuidava das crianças... Com o negócio, ganho mais, fico em casa e posso cuidar da educação dos meninos.”

Empreendedora Banco Pérola, 2011.



### *Depoimentos colhidos com empreendedoras do Banco Pérola, junho de 2011*

*“As mulheres têm mais espírito empreendedor e menos medo de arriscar.”*

*“Meu marido ficou desempregado, precisava de dinheiro.”*

*“Sou mãe de dois filhos e quero cuidar deles, daí montei meu negócio.”*

*“Fui para São Paulo, pois me separei do marido e estava com filho.”*

*“Quero trabalhar junto com meu filho.”*

*“Comecei com uma barraquinha e hoje tenho uma loja de verdade. O importante é começar e persistir.”*

*“Quando nosso pai foi embora, montamos um carrinho de lanche. Nossa mãe foi quem sustentou a casa. Hoje temos uma máquina de assar frango, um açougue, e nosso irmão mais novo vai reabrir o carrinho.”*

*“Começo a me sentir uma verdadeira empresária.”*

*“Trabalho de domingo a domingo.”*

## Conclusões

O Brasil, assim como outros países em desenvolvimento, não acabará com a pobreza apenas se desenvolvendo economicamente. É preciso investir na camada mais pobre da sociedade, e, por conseguinte, mais afetada pela discriminação e desigualdade: as mulheres.

Dar acesso a educação, saúde, terra e crédito gerará independência e, por consequência, autoestima, poder de decisão e “voz” para as mulheres.

A presença maciça de mulheres em programas de Microcrédito Produtivo Orientado é um indicador de que elas estão buscando se libertar de amarras sociais e culturais que impedem a independência social, financeira e psicológica.

O acesso a crédito precisa estar aliado a programas de educação, para que o recurso seja utilizado da melhor maneira possível e, assim, gere subsídios adicionais para a erradicação da pobreza e, por assim dizer, igualdade de gêneros.

Além disso, oferecer acesso a educação e criar políticas públicas efetivas de igualdade fará com que as mulheres empreendam por escolha e vocação e não por necessidade.

Em suma: o Microcrédito Produtivo Orientado é uma ferramenta de erradicação da pobreza e encontra nas mulheres seu principal público. No entanto, somente uma ferramenta não fará com que essas mulheres sejam incluídas de fato. É preciso dar oportunidades de escolha com o fim de adquirir independência.

***“Investir em mulheres erradicará a pobreza.”***

***Equipe gestora do Banco Pérola***

Microcrédito Produtivo Orientado, uma das ferramentas de independência. “Aumentar sua capacidade de realizar decisões efetivas. Uma mulher que é economicamente dependente de seu parceiro ou família pode não ver uma maneira viável de se manter e de manter seus filhos e filhas”.

La Trampa Del Género, 2009

## Referências Bibliográficas

ARTEMISIA: Negócios Sociais [Internet]. Disponível em: [www.artemisia.org.br](http://www.artemisia.org.br). Acesso em: mar. 2011

TRAVAGLINI, Fernando. Santander eleva em 28% operações de microcrédito. Valor Econômico. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/economia/mat/2010/01/04/santander-eleva-em-28-operacoes-de-microcredito-915452113.asp>. Acesso em: jan. 2010

ACREDITAR: Microcrédito [Internet]. Disponível em: <http://acreditar.ning.com/>. Acesso em: mar. 2011

COMPARTAMOS BANCO. Anual Report [Internet]. Disponível em: [www.compartamos.com](http://www.compartamos.com). Acesso em: maio. 2009. 122p.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e Fundação Getúlio Vargas (FGV).

YUNUS, Muhammad; JOLIS, Alan. O Banheiro dos Pobres. São Paulo: Ática. 2000. 344 p.

BARONE, Francisco Marcelo; SADER, Emir. Acesso ao crédito no Brasil: evolução e perspectivas. Revista Adm. Pública, Rio de Janeiro, v.42, n.6, nov./dez. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/>. Acesso em: dez. 2011.

AMNISTIA Internacional. La Trampa Del Género, Mujeres, Violencia y Pobreza. Noviembre de 2009. Disponível em: <http://www.portalodm.com.br/la-trampa-del-genero-mujeres-violencia-y-pobreza-em-espanhol--bp--278--np--14.html>. Acesso em mar.2011. 20p.

### SOBRE A AUTORA

Alessandra Gonçalves de França é graduada em Marketing, com MBA em Gestão de Pessoas e é estudante de MBA em Banking na Fundação Getúlio Vargas (FGV). Durante 07 anos trabalhou no Projeto Pérola, OSCIP com 11 anos de trabalhos realizados com o jovem.

Em 2009 fundou o Banco Pérola, OSCIP creditícia dirigida por jovens e para jovens de 18-35 anos, tem como missão contribuir para a erradicação da pobreza através de jovens empreendedores menos favorecidos. Seu principal produto é o Microcrédito Produtivo Orientado.

E-mail: [alessandra@bancoperola.org.br](mailto:alessandra@bancoperola.org.br)

### Expediente

Este estudo foi publicado em agosto de 2011 pelo Instituto Walmart como parte do projeto "Mapa de Soluções Inovadoras – Tendências de empreendedores na construção de negócios sociais e inclusivos", realizado em parceria com a Ashoka. A série inclui também estudos sobre "Um panorama da diversidade conceitual", "Negócios sociais, juventude, área urbana e rural" e "Gestão de negócios sociais e negócios inclusivos".

Conselho Editorial: Paulo Mindlin, Adriana Mariano e Silvana Gusmão, do Instituto Walmart; Mônica Roure e Mafoane Odara, da Ashoka

Produção editorial: Instituto Walmart e Ashoka

Criação e edição gráfica: Ruschel & Associados Marketing Ecológico

Editor: Rogerio Ruschel

Textos: Alessandra Gonçalves de França e Amalia E. Fischer

Revisão: Nanci Vieira

Criação e diagramação: Rafael Boni Ruschel

Imagens: Banco de imagens do Instituto Walmart e Ashoka; Sunil Lal e Heriberto Herrera ([www.sxc.hu](http://www.sxc.hu))

Fotógrafo: Érico Hiller



ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS

Rua Alves Guimarães, 715 - CEP 05410-001 – São Paulo - SP  
Fone (011) 3085-9190 - [www.ashoka.org.br](http://www.ashoka.org.br)

**Walmart**   
Instituto

Av. Tucunaré, 125 – Tamboré – CEP 06460-020 – Barueri (SP)  
Fone: (011) 2103-5033 - [www.iwm.org.br](http://www.iwm.org.br)