

# ***Programa Mulher Empreendedora***

**Prêmio ODS Brasil 2018**

**Instituição Responsável:** Itaú Unibanco S.A.

**Contato:** Juliana Hurtado

**E-mail:** juliana.hurtado@itau-unibanco.com.br; caroline.piedade@itau-unibanco.com.br

**Telefone:** 11 5019-1452 / 11 50192187

**Endereço:** Praça Alfredo Egydio de Souza Aranha, 100 - Jabaquara, São Paulo – SP.

**Local de realização:** São Paulo/SP

**Data de início da prática:** 01/03/2013

## **Fotos**



## Aderência aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



### Caracterização da situação-problema

No Brasil, as mulheres lideram 51,5% dos novos empreendimentos. Somos a nação dos BRICS com a maior taxa de empreendedorismo feminino (19,6%) entre os novos empreendedores – aqueles que possuem um negócio com até 3,5 anos – superando China que tem 8,6%, África do Sul com 5,9% e Índia com 7,6%, segundo pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor) de 2016. Porém, segundo mesmo estudo, o grupo de empreendedores estabelecidos é formado por minoria feminina (43%). No Itaú Unibanco, 48% dos clientes pessoa física são mulheres. Quando falamos de clientes pessoa jurídica (empresas), as mulheres representam 54% dos clientes do microcrédito (faturamento até R\$120 mil por ano); 38,34% das empresas EMP4 (faturamento de até R\$1, milhão por ano), 32,63% no EMP3 (R\$ até oito milhões por ano) e 26,70% de mulheres no segmento EMP2 (faturamento até R\$30 milhões por ano). Ou seja, verificamos que quanto maior a empresa, menor a participação feminina.

Para compreender quais os desafios enfrentados pelas mulheres no crescimento de suas empresas, realizamos pesquisas qualitativas que apresentaram as seguintes conclusões: faltam modelos de inspiração, ou seja, ainda são poucas as referências femininas de liderança e empreendedorismo no Brasil; elas possuem baixa experiência em gestão, sendo ávidas por informação e conselho; em sua maioria, as mulheres ainda são responsáveis pelo cuidado dos filhos e da casa, assumindo uma sobrecarga de funções; empresas geridas por mulheres são em maioria pouco inovadoras. Isso se deve ao fato de a maioria delas olhar mais para as tarefas operacionais do que para as estratégicas do negócio e por assumirem menos risco quando não seguras o suficiente; elas possuem redes de relacionamento restritas, se sentindo muito solitárias na jornada empreendedora. A falta de networking muitas vezes está relacionada com a sobrecarga de atividades. Faltam estímulos e tempo livre; mulheres enfrentam barreira psicológica contra o crescimento, por terem receio de que isso possa distanciá-las das atividades prazerosas, fazer com que tenham menos tempo com a família, que foi em muitos casos a motivação para que se tornasse empreendedora; além disso, elas tendem a delegar a parte burocrática da empresa, como a área administrativa e financeira, uma vez que esse universo carrega muitos códigos masculinos, sendo historicamente criado por homens e para homens.

## **Objetivos da prática**

O principal objetivo é empoderar mulheres empreendedoras no Brasil, contribuindo para a evolução de suas empresas e sua jornada de transformação do país para melhor. O programa também objetiva testar hipóteses sobre o relacionamento das mulheres com as instituições financeiras e oferecer produtos e serviços mais adequados às suas necessidades, além de uma abordagem diferenciada.

## **Descrição da implantação da prática**

2013

- Pesquisas Empreendedorismo Feminino no Brasil e no mundo
- Cocriação de soluções
- Linha de financiamento para empreendedoras de US\$ 470 milhões em parceria com o IFC

2014

- Piloto 1.500 empreendedoras, oferecendo workshops de capacitação (aulas teóricas atreladas a exercícios práticos sobre diferentes aspectos de gestão de empresas, com ênfase em orientação financeira), palestras de inspiração (eventos com palestras de empreendedoras e convidadas compartilhando histórias e melhores práticas) e lançamento da plataforma [www.imulherempreendedora.com.br](http://www.imulherempreendedora.com.br) (site com artigos, infográficos de gestão, vídeos inspiradores, entrevistas e uma rede para empreendedoras se conectarem).

2015

- Refinamento das soluções
- Expansão para outros estados
- Lançamento da rodada de negócios (atividade que reúne empreendedoras de diferentes segmentos para fazerem parcerias e negócios entre si)

2016

- Lançamento da nova versão da plataforma digital adaptada para versão mobile
- Lançamento de monitoria on-line (conversas por Skype para reflexão junto a consultores sobre o modelo de negócios)
- Apuração de resultados
- Visão ampliada sobre gênero

2017

- Lançamento do programa de aceleração (capacitação intensiva sobre gestão de negócios e elaboração de plano de crescimento em parceria com FGV de São Paulo)
- Pesquisa sobre comportamento financeiro feminino

- Linha de financiamento para empreendedoras de US\$ 100 MM em parceria com o BID para financiar micro, pequenas e médias empresas controladas por mulheres no Brasil, contribuindo para expansão de crédito a esse mercado.

### Recursos financeiros

Origem dos Recursos	Realizado em 2017	Previsto para 2018
Recursos próprios da instituição responsável pela gestão da prática	1,6MM	1,4MM
De parcerias:		
• Instituições privadas nacionais		
• Instituições públicas nacionais		
• Instituições internacionais	100MM	
Outros		
<b>Total</b>		

### Equipe da prática

Origem da equipe	Número de pessoas
Entidade responsável pela gestão da prática	04
Entidades parceiras	02
Voluntários/outros	
<b>Total</b>	06

### Instituições parceiras

O programa Itaú Mulher Empreendedora (IME) surgiu em 2013 por meio da parceria com a International Finance Corporation (IFC), o Banco Mundial e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com o objetivo de fornecer soluções financeiras e não financeiras para mulheres empreendedoras.

Além de uma linha de crédito de US\$ 470 milhões em parceria com o IFC e bancos internacionais para financiar negócios geridos por mulheres (sendo o primeiro investimento na América Latina do programa Banking on Women IFC voltado ao crédito para este público), firmamos em 2017 uma parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) para financiar micro, pequenas e médias empresas controladas ou administradas por mulheres no Brasil, contribuindo para expansão de crédito a esse mercado. Os recursos de US\$ 100 milhões, emprestados pelo BID através do IIC (Cooperação Inter Americana de Investimento) ao Itaú, financia empresas cuja participação societária seja de maioria feminina e que tenham receitas anuais de no máximo R\$ 8 milhões. Captações deste tipo contribuem para a expansão de crédito ao mercado de mulheres empreendedoras, bem como o desenvolvimento de companhias lideradas por mulheres.

### **Participação dos beneficiários**

Nas etapas de concepção e planejamento do programa Itaú Mulher Empreendedora contamos com envolvimento de diversas áreas da organização, em destaque: Pesquisa, Inovação, Sustentabilidade e Negócios Inclusivos e área Franquia Empresas. Na concepção tivemos como parceiros externos o IFC e o BID, bancos multilaterais e os institutos de Pesquisa.

Na etapa de execução, concentrados esforços da área de Sustentabilidade e Negócios inclusivos, com a contratação de fornecedores diretos.

Para avaliação, estudos de impacto foram realizados internamente pela área de Finanças e assegurados pela consultoria PWC. Além da auditoria do BID através de consultoria externa.

### **Resultados alcançados**

Por meio do modelo de avaliação de impacto realizado em 2016 e que será realizado a cada 2 anos, identificamos que participantes do programa, em comparação a grupos controlados, apresentaram:

- Aumento do networking com outros empresários e dentro da cadeia de fornecimento;
- Investimento em mentoria, remunerando profissionais para adotarem uma gestão mais profissionalizada;
- Faturamento 11% maior; e
- Aumento da satisfação com o Itaú.

A melhoria do desempenho das mulheres empreendedoras participantes, além de revelar melhor saúde financeira, também gera um retorno positivo para o banco. Quando comparadas com as mulheres empreendedoras que não participaram do IME, as participantes

mostram uma maior margem de contratação de produtos, como Investimentos, Serviços Bancários (2% maior em 2016) e Seguros (63% maior em 2016). Além da taxa de inadimplência 5% menor e dentre as que estão inadimplentes, aquelas cadastradas no programa ficam até nove dias a menos em atraso do que as não participantes.

Para que a experiência das mulheres seja equivalente em todos os pontos de contato com o banco, se fez necessária a integração da agenda de equidade de gênero no negócio. Para realizar análises e mapear as oportunidades que ajudarão a integrar essa agenda nos negócios, obter dados desagregados por gênero passou a ser fundamental. Além disso, trabalhar com a ótica de gênero junto aos clientes exige um posicionamento institucional mais amplo, que toca também as questões da agenda interna como representatividade feminina na liderança da empresa, equidade salarial entre homens e mulheres, questões ligadas à maternidade, além do ambiente externo, em nosso papel de influenciar a sociedade, governo e de promover a equidade gênero junto aos nossos fornecedores.

Vale mencionar que em 2017 tivemos três importantes reconhecimentos: o Itaú Unibanco foi selecionado para compor o Bloomberg Gender Equality Index, Índice de Igualdade de Gênero do Setor Financeiro para apoiar investidores a comparar organizações através de estatísticas, políticas, produtos e compromisso com a temática. E fomos contemplados com o prêmio da Great Place to Work for Women, que considera as práticas internas de gestão e iniciativas que promovem avanços para a equidade de gênero. A partir de dados coletados em questionários enviados às empresas e da percepção de suas colaboradoras, o levantamento indicou que somos a 4ª melhor empresa do Brasil para mulheres trabalharem. Também fomos reconhecidos no Prêmio Eco 2017, que destaca projetos criativos, inovadores e eficientes e é organizado pela AMCHAM Brasil e O Estado de S. Paulo. O banco venceu na categoria Produtos e Serviços, na modalidade Práticas de Sustentabilidade com o programa Itaú Mulher Empreendedora.

Assim, o olhar de gênero no mundo das finanças, acompanhado do programa Itaú Mulher Empreendedora, foi o primeiro passo de uma caminhada para promoção da equidade. Temos o desafio de escalar o programa e para isso, assumimos uma estratégia digital, migrando atividades presenciais para o on-line e buscando recursos digitais para ampliar o alcance e participação de empreendedoras por todo Brasil. Além da integração com as diversas áreas de negócio buscando promover uma experiência única para o público. Entendemos nossa responsabilidade e o papel de nossa liderança para alavancar ainda mais essa agenda e continuaremos realizando estudos, projetos pilotos, avaliações de impacto e produtos, além de articulações de parcerias e engajamento das lideranças, os considerando fundamentais para a transformação que queremos na sociedade, beneficiando homens e mulheres e promovendo o desenvolvimento sustentável e inclusivo dos nossos negócios e do país.

## **Convergência da prática com políticas públicas vigentes**

Assinamos os Princípios de Empoderamento das Mulheres da ONU, demonstrando o compromisso da alta liderança da organização com o tema onde, além de buscar atender ao princípio 5 de “Implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de abastecimento e de marketing que empoderem as mulheres”, também nos orienta a respeito da agenda de liderança feminina e sobre como medir e publicar relatórios dos progressos (Princípio 7), a exemplo deste que se apresenta. O Itaú também é signatário do Programa Pró-Equidade de Gênero e Raça da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres.

## **Lições aprendidas**

### *Desafios encontrados*

A conexão da iniciativa com as áreas de negócio foi uma barreira encontrada, na medida em que faltavam dados desagregados por gênero para revelar as oportunidades de atuação.

### *Fatores críticos de sucesso*

A mensuração de resultados foi fundamental para que a iniciativa pudesse se consolidar. Ao apurar a geração de valor para as mulheres participantes e também para a organização, conseguimos engajar mais executivos e áreas, somando esforços para a visibilidade e escalabilidade do programa, além de despertar para novas oportunidades de negócio e relacionamento com o público feminino e uma agenda de empreendedorismo mais ampla. A parceria com os bancos multilaterais também contribuiu para o sucesso da prática através de apoio técnico e financeiro.