Mulheres que constroem o varejo

Comportamento e Liderança 2024

Procuradoria Especial da Mulher

SENADO FEDERAL

Sistema CNDL

CNDL FCDL CDL CDL Jovem SPC BRASIL

Mulheres que constroem o varejo

Sonhe com ambição, lidere com convicção e se veja de uma forma que os outros talvez não vejam, simplesmente porque nunca viram isso antes. E vamos aplaudir você a cada passo do caminho”.

Kamala Harris, primeira
vice-presidente dos Estados Unidos

Sumário

06 Apresentação

08 A liderança feminina impulsionando mudanças

10 Mulheres que fazem o varejo no Brasil
- **14** | O perfil Comunicador
- **15** | O perfil Executor
- **15** | O perfil Planejador
- **16** | O perfil Analista

18 Comportamento das consumidoras brasileiras
- **20** | Consumo online
- **23** | Uso do crédito

26 A força do empreendedorismo feminino

Apresentação

É com grande entusiasmo que apresentamos a mais recente cartilha do projeto **Mulheres que Constroem o Varejo**. A cartilha faz parte da campanha deste ano, que tem como foco o poder transformador do **comportamento e liderança**, enfatizando a contribuição das mulheres empresárias para esse cenário.

Nossa sociedade está em constante evolução, reconhecendo cada vez mais a importância da diversidade e inclusão nos negócios. A liderança feminina desempenha um papel fundamental, trazendo perspectivas únicas, habilidades distintas e uma abordagem inovadora para os desafios empresariais.

Ao longo desta cartilha, exploramos três pilares essenciais que destacam o papel das mulheres empresárias como agentes de mudança e impulsionadoras do crescimento econômico.

Inicialmente, abordamos os diferentes perfis comportamentais das empreendedoras, desde o comunicador, o executor, o analista até o planejador. Compreender esses perfis nos ajuda a reconhecer e valorizar a diversidade de habilidades e abordagens de liderança.

Em seguida, investigamos dados e pesquisas da CNDL/SPC Brasil que revelam insights valiosos sobre o perfil de consumo das mulheres. Essa análise nos permite entender melhor as preferências, necessidades e comportamentos de compra do público feminino, fornecendo informações essenciais para estratégias de negócios orientadas pelo mercado.

Por fim, destacamos dados que evidenciam a crescente força do empreendedorismo feminino. Mulheres empreendedoras estão desafiando estereótipos, quebrando barreiras e conquistando sucesso em diversos setores da economia. Suas histórias inspiradoras

e conquistas demonstram o poder da determinação, da resiliência e do talento feminino no mundo dos negócios.

Unindo esses três pilares, buscamos não apenas celebrar a liderança das mulheres empresárias, mas também oferecer insights valiosos para empresas e profissionais que buscam promover a diversidade e impulsionar o crescimento sustentável de negócios.

Esperamos que esta cartilha inspire e capacite você a reconhecer e valorizar a liderança feminina em todas as suas formas. Que ela sirva como um guia prático para construir um ambiente de trabalho mais inclusivo, equitativo e inovador.

Juntos, podemos criar um futuro em que a liderança feminina seja não apenas reconhecida, mas também celebrada e capacitada em todos os setores da sociedade.

Abraços,
Equipe CNDL

A liderança feminina impulsionando mudanças

A 3ª edição desta cartilha fruto de uma parceria bem-sucedida entre a ProMul e a CNDL traz a temática do comportamento e liderança da mulher como agente de transformação no cenário empresarial.

Nas edições anteriores o foco esteve direcionado ao perfil de mulheres empreendedoras e sugestões práticas para alcançar o sucesso nos negócios, oferecendo dicas que abordaram desde passos iniciais para formalização dos empreendimentos até dicas para criação de loja virtual, como mais uma forma de trazer o mundo digital para os negócios, aumentando assim as possibilidades para os empreendimentos crescerem e prosperarem.

Neste ano, a ênfase está nos vários papéis e perfis comportamentais das mulheres empreendedoras e de que forma tais características podem moldar e influenciar estratégias organizacionais, beneficiando e fortalecendo a economia em sua totalidade.

É notória a importância da participação das mulheres como agentes de mudança na sociedade. Com habilidades que rompem paradigmas, estimulando o impacto positivo nas comunidades locais e gerando empregos.

A integração da perspectiva legislativa a esse cenário confere ainda mais relevância à pauta feminina. Nesse sentido, a Lei nº. 14.611/2023, do qual fui relatora, representa um marco na busca pela igualdade

e justiça salarial. Ela não apenas reconhece o papel fundamental da mulher no empreendedorismo, como reforça a importância de um ambiente profissional inclusivo e igual para os gêneros.

Que este rico material possa estimular as mulheres empreendedoras, levando-as a se autoavaliarem e reconhecerem o valor que seus vários papeis representam para o setor do varejo. Que se inspirem ou sirvam de inspiração para a criação de políticas públicas e elaboração de leis que apoiem esse segmento da sociedade.

SENADORA ZENAIDE MAIA
Procuradora Especial da Mulher do Senado

Mulheres que fazem o varejo no Brasil

Por Karmita Bezerra, da
KB Consultoria de RH

Primeiramente devemos reconhecer que após anos de trabalho é visível a presença e participação das mulheres no empreendedorismo do setor de varejo por diversas razões.

As enumeradas perspectivas: as mulheres trazem olhares únicos para o desenvolvimento de produtos, serviços e estratégias de negócios, enriquecendo a diversidade no mercado.

O desenvolvimento à economia local: empresas lideradas por mulheres, muitas vezes, têm um impacto positivo nas comunidades locais, gerando empregos e contribuindo para o crescimento econômico.

A inovação e criatividade: o empreendedorismo feminino estimula a inovação, pois as mulheres frequentemente abordam desafios de maneiras criativas e disruptivas, levando a soluções inovadoras.

Tomar posse do seu poder econômico: o empreendedorismo oferece uma via para o empoderamento econômico das mulheres, proporcionando independência financeira e a capacidade de influenciar positivamente suas vidas e as de suas comunidades.

A busca por uma equidade de gênero: ao ocupar papéis de liderança no comércio, as mulheres contribuem para a quebra de estereótipos de gênero e promovem a equidade, servindo de exemplo para que outras a sigam as carreiras de empreendedoras.

Melhor adaptação às tendências do mercado: sua maior sensibilidade às tendências do mercado muitas vezes as coloca na vanguarda de setores em crescimento, como o comércio online e as iniciativas sustentáveis.

O olhar para suas redes profissionais: as mulheres empreendedoras muitas vezes cultivam redes profissionais, apoiando-se mutuamente, compartilhando conhecimentos e abrindo portas para oportunidades de negócios.

A maioria atua sua liderança de forma inspiradora: o sucesso de mulheres empreendedoras serve como exemplo e inspiração para outras mulheres, encorajando-as a seguir suas paixões e buscar por carreiras empreendedoras.

Uma efetiva contribuição para a inclusão econômica: todos os dias se confirma que a presença das mulheres no comércio contribui para uma sociedade mais inclusiva, onde as oportunidades econômicas são acessíveis a todos, independentemente do gênero.

Estas mulheres desempenham papéis variados, destacando-se em diferentes tipos de negócios. Alguns exemplos incluem:

1. O segmento do varejo de moda:
elas lideram boutiques, lojas de roupas e marcas de moda, trazendo estilo e inovação para o mercado.

2. No comércio eletrônico:
lançam e administram lojas online, plataformas de comércio eletrônico, capitalizando a crescente tendência de compras online.

3. No ramo de alimentos e bebidas:
as mulheres estão à frente de restaurantes, cafeterias, food trucks, oferecendo experiências gastronômicas únicas.

4. No artesanato e produtos personalizados:
há anos no comércio de produtos artesanais e personalizados, as mulheres no varejo criam e vendem itens únicos, desde joias a produtos de decoração.

Portanto, promover e apoiar o empreendedorismo feminino no comércio não apenas beneficia as empreendedoras individualmente, mas também fortalece a economia como um todo e contribui para uma sociedade mais equitativa.

5. Nas editoras e livrarias:
elas abrem livrarias, são editoras independentes e lojas especializadas em literatura, promovendo a leitura e a disseminação de conhecimento.

6. No Bem-Estar e Beleza:
temos as proprietárias de SPAs, salões de beleza e lojas de produtos de cuidados pessoais oferecem serviços e produtos para promover o bem-estar.

7. Tem o empreendedorismo com proposito no comércio:
elas lideram negócios sociais que vendem produtos, apoiando causas sociais e ambientais.

8. No segmento de Decoração e Design de interiores:
as mulheres atuam no comércio de decoração, fornecendo móveis, artigos de decoração e serviços de design de interiores.

Desde a década de 1920 já se fala em perfis comportamentais seguindo a Metodologia DISC. Trabalhando com perfis comportamentais por mais de 12 anos consigo observar seus comportamentos e perfis.

É importante algumas considerações: todas nós temos um pouco de cada perfil em percentuais diferentes. O ambiente pode interferir na forma como vivenciamos o nosso perfil comportamental.

Observando da perspectiva dos perfis comportamentais podemos dizer que temos:

O perfil
Comunicador

As Inovadoras e Criativas: empreendedoras que buscam constantemente inovar, introduzindo novos produtos, serviços ou abordagens de marketing para se destacarem no mercado, são mulheres que gostam de lidar com pessoas, são excelentes em criar relacionamentos com os clientes, tem uma intuição e criatividade com alto grau de desenvolvimento. Muitas vezes são impulsivas, emotivas e tem uma forma de atuar no seu dia a dia de forma alegre e descontraída.

Elas ignoram em alguns momentos a falta de organização, sabem lidar com os imprevistos como nenhum outro perfil, pois, são muitos flexíveis e adaptáveis facilitando na forma de buscar o sucesso. Precisam aprimorar as competências de planejamento e organização. Normalmente são líderes que tem um estilo de gestão mais participativa, gostam de ouvir a opinião da equipe. São abertas a novas ideias e lidam bem com mudanças. São visionarias e buscam em tudo que fazem colocar uma pitada de inovação. Tem uma habilidade em persuadir e influenciar pessoas. São excelentes em apresentar produtos, ideias e projetos.

O perfil
Executor

Visionárias estratégicas: empreendedoras que têm uma visão clara do futuro, são estrategistas natas e conseguem antecipar e adaptar seus negócios às mudanças do mercado são mulheres que prezam pela prática e objetividade, são excelentes em delegar e tem uma visão sistêmica do negócio que faz toda a diferença na busca por resultados. Muitas das vezes são chamadas de mandonas, pois, tem uma postura mais incisivas e na sua fala demonstram autoridade. São determinadas e muito focadas em atingir os objetivos. Sabem utilizar a tríade do tempo a seu favor, dividindo as tarefas por seu grau de urgência, importância e circunstancial.

Por serem focadas em resultado muitas das vezes na ânsia esquecem de olhar alguns detalhes, fazendo com que precisem rever a estratégia de ação. Estas mulheres com estes perfis têm facilidade em assumirem papeis de liderança. Elas se realizam quando se sentem ativas e produtivas. Normalmente são apaixonadas por seu trabalho. Precisam ter cuidado com a forma de falar pois, podem passar uma arrogância. Gostam de trabalhar com liberdade de ação e prezam por sua autonomia.

O perfil
Planejador

Líderes Empáticas: aquelas que incorporam empatia em sua liderança, entendendo as necessidades dos clientes e da equipe, o que as ajuda a construir relações sólidas e fidelizar clientes, normalmente são mulheres

com a arte de ouvir e muita empatia. Prezam pela harmonia na equipe, são persistentes e consistentes. Sempre terminam o que iniciam, seja projeto, tarefas etc. Tem uma postura conciliadora junto aos seus liderados, podem por vezes colocar os interesses da equipe ou cliente acima do interesse da empresa.

Tem uma necessidade em agradar a todos, são tranquilas e seguem exatamente a programação. Precisam de um tempo maior para decidirem com calma, procuram correr o menor risco. Sua liderança é bastante conservadora e leal aos seus fornecedores e organizações. Se sentem melhor em um ambiente organizado, estruturado e formais. Precisam de ter mais assertividade e colocar limite em alguns membros da equipe. A sua energia é apaziguadora.

O perfil
Analista

Mulheres empreendedoras que estão sempre em busca de aprendizado contínuo, seja através de cursos, networking ou mentorias, para se manterem atualizadas e melhorarem suas habilidades são líderes que buscam a perfeição, normalmente são muito conhecedoras e profundas em tudo que fazem. Uma das suas principais características é o seu olhar minucioso e detalhista. Gostam de ambiente organizado e que tenham regras bem definidas. Seguem sua jornada respeitando e mantendo os processos e regimentos da empresa. Antes de tomar uma decisão buscam ter conhecimento de todas as probabilidades que possam levar ao erro ou prejuízo, para isso demoram mais para decidirem.

Na busca por perfeição se tornam muito críticas em suas observações, tendem a ter dificuldades para elogiar. Na maioria das vezes centralizam as informações e as atividades por não confiarem nos outros colabora-

dores. Todo os seus trabalhos têm como características o alto nível de qualidade técnica. São reservadas e falam pouco de si.

Estes são alguns exemplos, e muitas mulheres empreendedoras podem combinar características de diversos perfis.

O autoconhecimento é uma vantagem competitiva e a diversidade comportamental é uma força impulsionadora no empreendedorismo feminino, enriquecendo o cenário de negócios com uma variedade de estilos e abordagens.

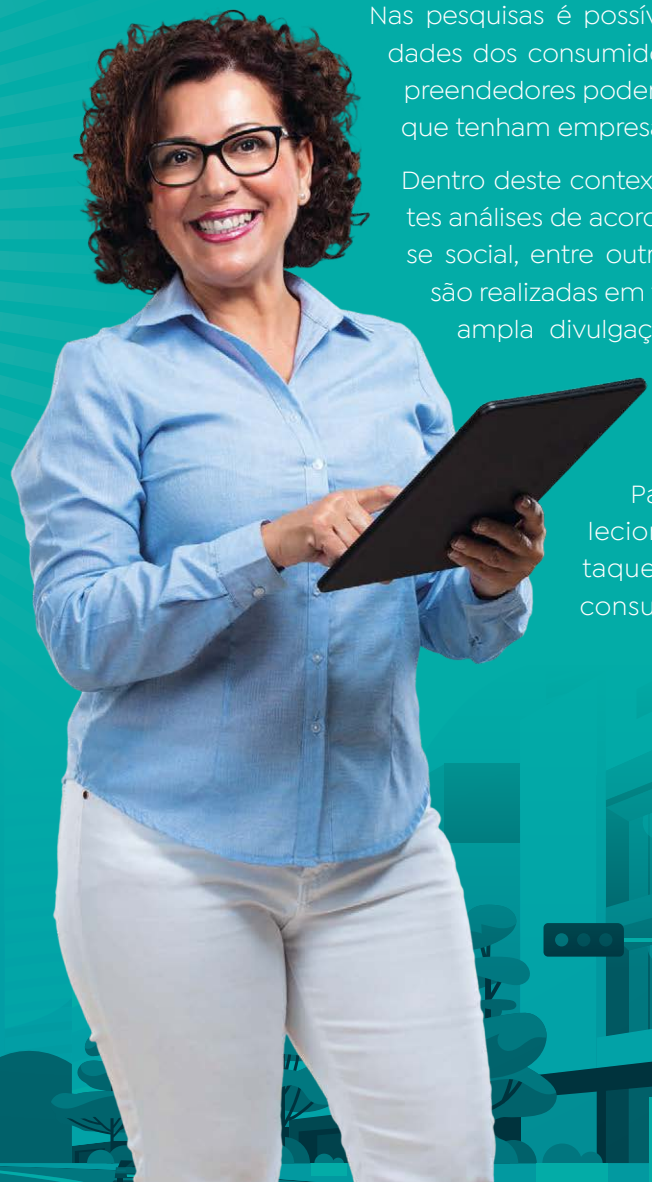
Comportamento das consumidoras brasileiras

A CNDL realiza pesquisas periódicas com o objetivo de entender o comportamento do consumidor brasileiro e a partir daí criar campanhas, projetos e propostas de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento do setor de comércio e serviços.

Nas pesquisas é possível compreender as necessidades dos consumidores e de que forma os empreendedores podem alcançar o seu público para que tenham empresas mais competitivas.

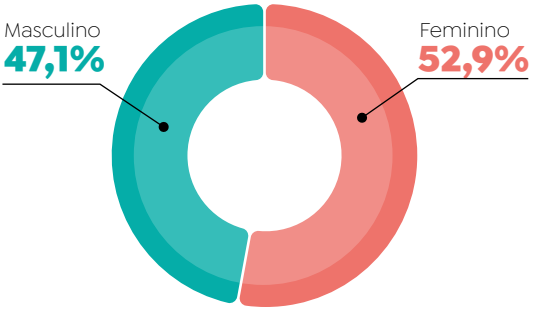
Dentro deste contexto, é possível fazer importantes análises de acordo com sexo, faixa etária, classe social, entre outros aspectos. Estas pesquisas são realizadas em todas as capitais do país, com ampla divulgação nos principais meios de comunicação e disponibilizadas gratuitamente nos canais da CNDL.

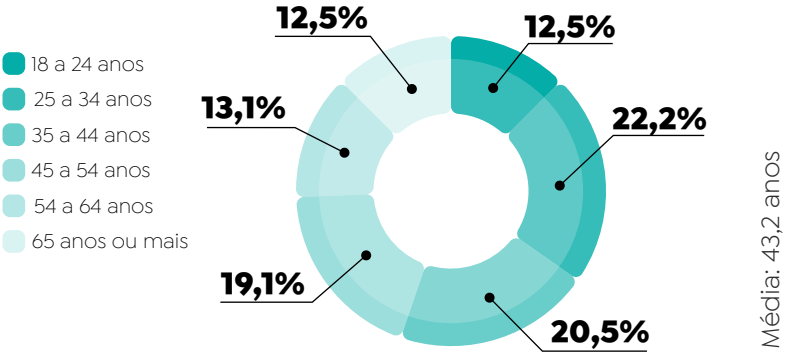
Para esta cartilha, a CNDL selecionou alguns pontos com destaque para o comportamento das consumidoras brasileiras.



Consumo online

A pesquisa foi realizada com 1.120 pessoas, sendo homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas, e que fizeram compras pela internet nos últimos 12 meses. O objetivo do estudo foi investigar o perfil e hábitos de compra dos consumidores digitais, seja em sites, aplicativos, redes sociais ou WhatsApp.

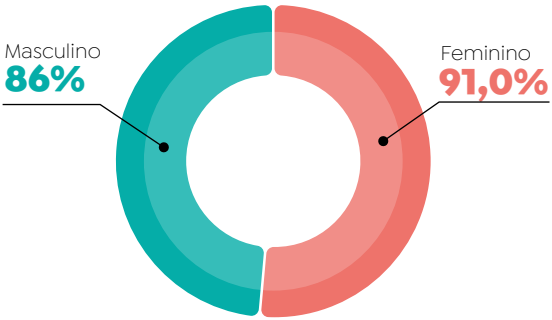




De acordo com os dados selecionados, o percentual de mulheres que fizeram compras pela internet é um pouco maior do que o dos homens. Além disso, elas utilizam na maioria das suas compras online os celulares smatphones.

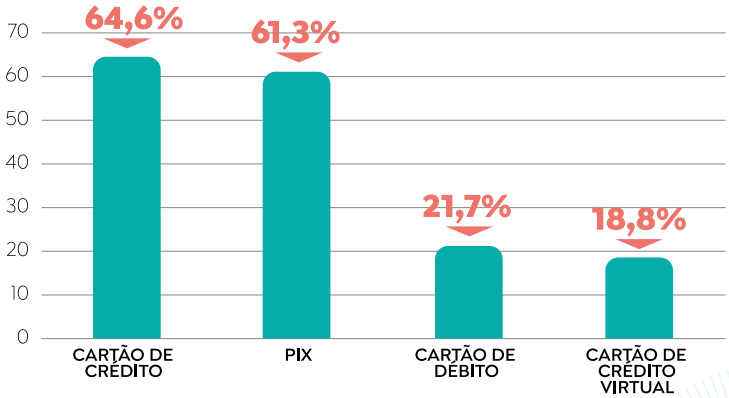
Qual(is) dispositivo(s) você mais utiliza em suas compras pela internet?

CELULAR SMARTPHONES

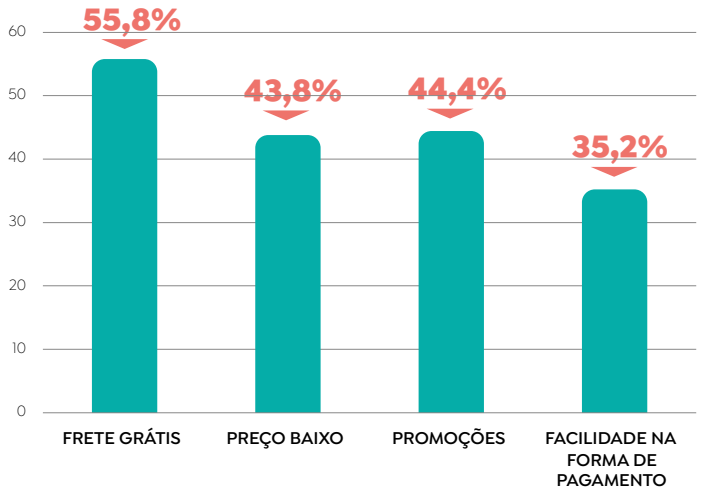


Os celulares são utilizados pelas mulheres principalmente para fazerem pagamentos. Os principais locais de compra na internet são os varejistas internacionais, e o cartão de crédito é a forma de pagamento mais utilizada pelas entrevistas, que consideram como pontos importantes para a escolha do local de compra a oferta de frete grátis, seguida pelo preço baixo.

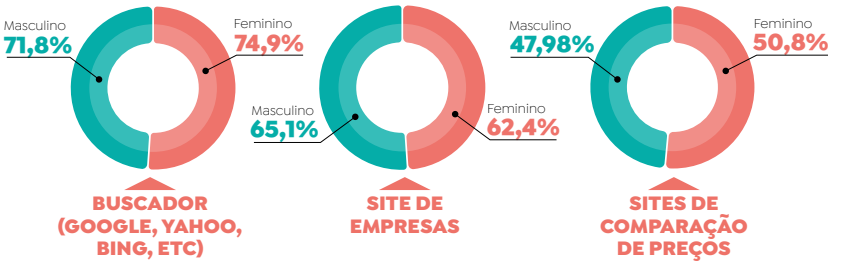
Quais as formas de pagamento que você mais utiliza em suas compras pela internet?



Quando você quer comprar um produto ou serviço pela internet, o que considera importante para escolha de uma loja online?

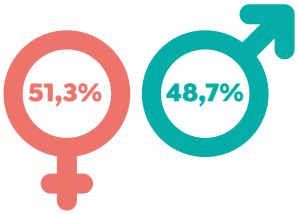


Para fazerem pesquisa de preço, as mulheres utilizam sobretudo os buscadores, como Google, Yahoo, Bing, entre outros. Os sites das empresas e os de comparação de preço também aparecem nas preferências das consumidoras.

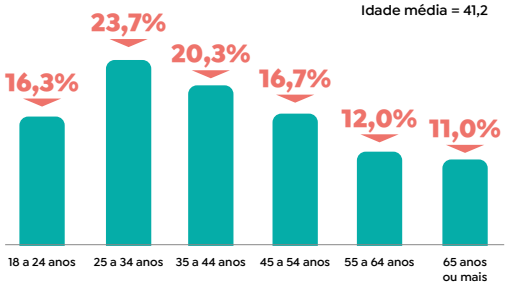


Uso do crédito

A pesquisa foi realizada com 667 pessoas, residentes nas capitais brasileiras, sendo homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos. O objetivo do estudo foi mapear a posse e os hábitos de utilização das modalidades de crédito pelos internautas brasileiros, investigar o processo decisório das possíveis formas de pagamento apresentadas no momento da compra e analisar os fatores que o consumidor leva em consideração na contratação de crédito e as recomendações que segue quando encontra dificuldades para quitar a dívida.

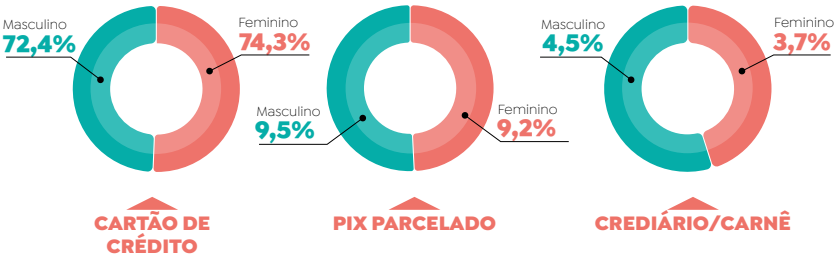


SEXO

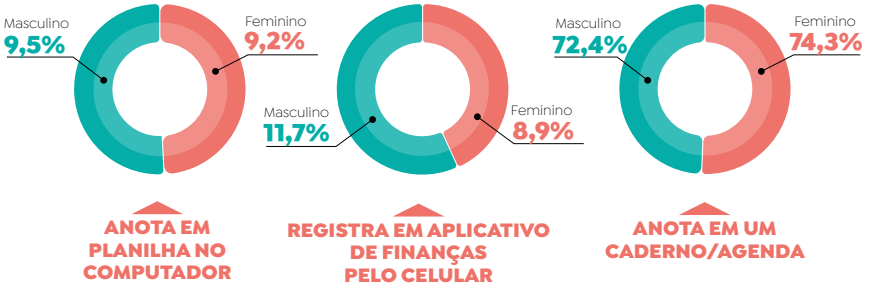


IDADE

De acordo com a pesquisa, as mulheres preferem comprar parcelado utilizando principalmente o cartão de crédito, seguido pelo pix parcelado e pelo crediário/carnê.



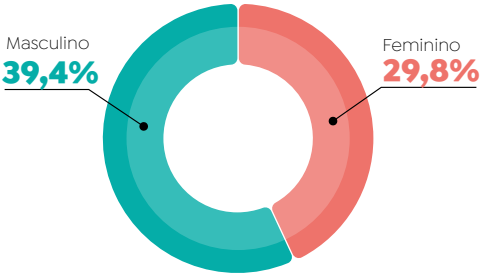
As mulheres controlam seus gastos de compras parceladas principalmente anotando em um caderno/agenda. A segunda forma de controle mais utilizada pelas mulheres são as planilhas no computador, seguida pelo registro em aplicativos do celular.



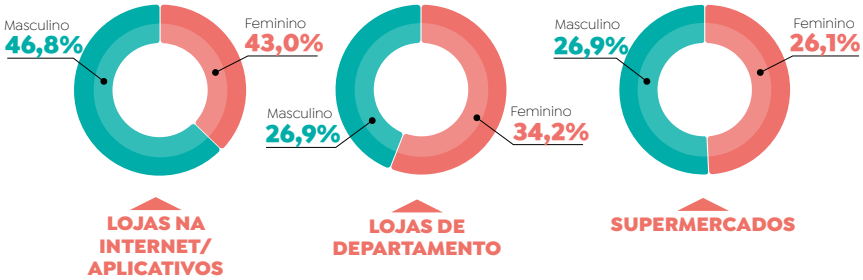
O estudo aponta ainda que as mulheres ficaram menos com o nome sujo em comparação com os homens quando fizeram compras parceladas. Já em relação à oferta de cartão de crédito por parte dos bancos, as mulheres costumam aceitar mais do que os homens entrevistados.

Você ficou com o nome sujo devido a compras parceladas e não pagas nos últimos 12 meses?

SIM (TOTAL)



De acordo com as consumidoras, as lojas que mais estimulam a compra por meio da facilidade de crédito, são as lojas na internet/aplicativos, em seguida as lojas de departamento e os supermercados.



A força do empreendedorismo feminino

Por Sebrae Nacional

Quando uma mulher decide empreender, ela não apenas gera emprego e renda, mas também inspira outras mulheres a seguir o mesmo caminho. O empreendedorismo feminino é uma força poderosa para impulsionar a economia e a igualdade de gênero.

As mulheres representam metade da população brasileira, e mais de 10 milhões delas estão liderando seus próprios negócios no país. Em 2018, já constituíam 34% dos empreendedores no Brasil, e esse número continua crescendo.

Mulheres são 50% da população do Brasil e representam:

46%

dos empreendedores iniciais

(com negócios de até 3,5 anos) (GEM 2020)

49%

das mulheres empreendedoras são chefes de família

(Pnad 2020)

48%

são MEI

(Sebrae 2019)

40%

das empreendedoras iniciais **pensam em abrir de 1 a 5 vagas de emprego**

(GEM 2020)

Quem são essas mulheres empreendedoras?

43%
estão na região Sudeste

51%
Brancas

47%
Negras

68%
têm ensino médio completo ou superior completo ou maior

2%
amarelas ou indígenas

67%
têm entre 35 e 64 anos

Fonte: https:/bit.ly/48nJEYe

SISTEMA CNDL

Presidente	José César da Costa
1º Vice-Presidente	Eduardo Melo Catão
Vice-Presidente	José Carlos Magalhães Pinto
Vice-Presidente	Francisco de Assis Costa Cavalcante
Vice-Presidente	Frank Sinatra Santos Chaves
Vice-Presidente	Geovar Pereira
Vice-Presidente	Marcelo Mérida Aguiar
Vice-Presidente RIG	Maurício Stainoff
Diretor de Adm. e Financeiro	Silvio Antonio de Vasconcelos Souza
Diretor do DASPC	Francisco Freitas Cordeiro
Diretor das CDLs Jovem	Raphael Paganini
Diretor	Benselmo Silva Braga
Diretor	José Artur Melo de Almeida
Diretor	Onildo Dalbosco Júnior
Diretor	Ozair Nunes Bezerra
Diretor	Joana Joanora das Neves
Diretor	Edson Freitas Bezerra
Diretor	Caril Wellis de Paula Santos
Diretor	Ezra Azury Benzion Manoa
Diretor	Afrânio Ferreira de Miranda Filho
Diretor	Domingos Sávio Almeida Normando
Diretor	José Lopes da Silva Neto
Diretor	Manoel Maciel de Barros
Diretor	Roque Pellizzaro Junior
Conselho Superior	Nelson Soares Junior
Conselho Superior	Álvaro Cordoval de Carvalho
Conselho Superior / Diretor Especial	Geraldo Magela Gobbi Martins
Conselho Superior	Osmar Silveira
Conselho Superior	Jefferson Cidrão Massilon

Conselho Fiscal	Joao Batista de Assis Pereira
Conselho Fiscal	Jair Francisco Gomes
Conselho Fiscal	José de Oliveira Barboza
Conselho Fiscal Suplente	Michel Oliveira Araújo
Conselho Fiscal Suplente	Eronaldo de Vasconcelos Maia
Conselho Fiscal Suplente	José Amaro Neto
Diretoria Especial	Adjar Soares da Silva
Diretoria Especial	Antônio Davi Goveia
Diretoria Especial	Maria do Socorro Teixeira Noronha
Diretoria Especial	Rubenir Nogueira Guerra
Diretoria Especial	Samoel Antônio de Mattos Junior
Diretoria Especial	Pedro Luiz Failla
Diretoria Especial	Ricardo Almeida
Diretoria Especial	Ivonei Miguel Pioner
Diretoria Especial	Marcelo Souza e Silva
Diretoria Especial	Ralph Baraúna Assayag
Diretoria Especial	David William Correa Pintor

Superintendente	Marco Antônio de Oliveira Corradi
Gerente-Executivo	Daniel Sakamoto
Coordenadora do Projeto Mulheres que Constroem o Varejo	Lucia Helena Leijoto Pinto
Coordenadora de Comunicação	Rafaela Paulino
Equipe Técnica	Alex Akira, Cinthia Costa, Débora Costa, Elenizia Nogueira, Flavia Lima, Gabriel Lyer, Gabriella Tomaz, Humberto Viana, José Henrique, Jordanna Costa, Karoline Lima, Marina Barbosa, Marco Pontes, Merula Borges, Nara Barbosa, Pedro Henrique, Rogério Mendes, Thamara Souza, Susy Kelly, Vanessa Lanny e Wendel Nunes
Identidade visual	Lucas Mustafá
Projeto Gráfico e Diagramação	Bonach Comunicação

PROCURADORIA DA MULHER NO SENADO

Procuradora Especial da Mulher	Senadora Zenaide Maia
Coordenadora	Teresa Migliorini Estevão
Assessoria	Karem R. S. Vilarins e Bárbara Kelly L. A. de Oliveira

KB Consultoria
de RH

(61) 32107-9400
equipe@kbconsultoriarh.com

Mulheres que constroem o varejo

Procuradoria Especial da Mulher

SENADO FEDERAL

Sistema CNDL

CNDL FCDL CDL CDL Jovem SPC BRASIL