

FEMALE FOUNDERS REPORT

LIDERANÇA FEMININA E EMPREENDIMENTOS
NO ECOSISTEMA BRASILEIRO DE INOVAÇÃO

co-realização:

DISTRITO

 **B2Mamy**

endeavor

apoio:

 **além** um programa ambev

 **Google**
for
Startups

MAYA
CAPITAL

marisa

mobile

 **WEIMPACT**

Backed by  **we**
ventures

Powered by  **Microsoft**

FICHA TÉCNICA

Female Founders Report 2021

Liderança feminina e empreendimentos
no ecossistema brasileiro de inovação

EQUIPE:

Aline Saito - B2Mamy

Bianca Levy - B2Mamy

Bruno Ikeda - Distrito

Dani Junco - B2Mamy

Eduardo Bayer - Distrito

Gabriela Leite - Distrito

Giovanna Nicoletto - Distrito

Júlia de Oliveira Ramos
- Distrito

Karina Almeida - Endeavor

Letícia Padua - Distrito

Lucas White Rossi - Distrito

Luis Gustavo Zapparoli
- Distrito

Marina Franciulli - B2Mamy

Priscila Cestaroli - Endeavor

Renata Mendes - Endeavor

Suylianne Nunes - Distrito

Tiago Ávila - Distrito

Vinícius Leal - Distrito

SUMÁRIO

03. **Missão**

04. **Co-Realizadoras**

05. **Metodologia**

07. **Introdução**

10. **Estatísticas**

19. **Perfil das Empresas**

38. **Perfil das Co-Fundadoras**

49. **Investimentos**

80. **Ecossistema**

94. **Conclusão**



Clique no nome da página desejada
para navegar pelo *report*

AGRADECIMENTOS

Nossos sinceros **agradecimentos** aos parceiros que contribuíram
com conteúdo, dados e opiniões na produção deste estudo.



A qualquer momento, clique nos
logos para voltar ao sumário



MISSÃO

Elaborado em parceria com a Endeavor e a B2Mamy, o **Female Founders Report** tem como objetivo levantar dados e analisar o ecossistema de empreendedorismo feminino no país, com foco nas *startups* fundadas e co-fundadas por mulheres em diversos estágios (*early-stage*, *scale-up*, *later-stage* e unicórnio).

Nossos objetivos são: entender a especificidade da experiência de uma fundadora - quais os desafios enfrentados, como foi sua trajetória, como é ser mulher no ecossistema de inovação; compreender o panorama

das *startups* fundadas por mulheres - seu estágio de desenvolvimento, setores privilegiados, desempenho frente ao quadro geral, entre outras variáveis.

Nossa missão é tornar públicas as estatísticas obtidas pelo Distrito Dataminer, braço de inteligência do Distrito, e analisá-las conjuntamente com B2Mamy e Endeavor. Desse modo, ao melhor delimitar e compreender o fenômeno, esperamos lançar as bases para que, munidos de informação, possamos fomentar a representatividade feminina nas *startups* do Brasil.

SOBRE AS CO-REALIZADORAS

DISTRITO

O Distrito é uma plataforma de inovação para *startups*, empresas e investidores que buscam o próximo passo de sua evolução. Unimos uma poderosa rede de conexões, dados, inteligência analítica, criativa e espírito empreendedor para contribuir ativamente com a transformação tecnológica que está mudando o mundo. Acreditamos na inovação aberta para construir um futuro melhor. Nossa missão é sermos a principal fonte de inteligência sobre novas tecnologias e inovação no ecossistema empreendedor brasileiro. Esse é o objetivo dos nossos materiais: gerar conhecimento, disseminar a cultura de inovação e incentivar o desenvolvimento desse ecossistema. Isso faz parte do DNA de todos os envolvidos na realização deste e de nossos outros estudos.

endeavor BRASIL

A Endeavor é a rede global formada pelos empreendedores e empreendedoras à frente das empresas que mais crescem no mundo. No Brasil desde 2000, promove um ecossistema que estimula o crescimento e impacto dos empreendedores e empreendedoras que lideram *scale-ups*. A organização trabalha em três frentes principais: apoiando e acelerando *scale-ups* para que multipliquem o seu impacto no ecossistema - só em 2019, contribuíram para a geração de mais de R\$ 9 bilhões em receita e manutenção mais de 48 mil empregos diretos; oferecendo soluções de *open innovation* para acelerar a estratégia de inovação de mais de 60 corporações e impulsionar o crescimento das *scale-ups*; e influenciando mudanças de políticas públicas que simplifiquem o ambiente de negócios brasileiro.

B2Mamy

A B2Mamy é a primeira empresa que capacita e conecta mães ao ecossistema de inovação e tecnologia para que elas sejam líderes e livres economicamente, por meio de uma comunidade multiplataforma especialista na jornada da maternidade que abre caminhos para o protagonismo e a liderança. Desde 2016, apoiamos o desenvolvimento de negócios inovadores fundados e liderados por mães, capacitamos mais de 30 mil mulheres em nossos programas de educação, movimentando mais de 6 milhões de reais dentro da rede. Acreditamos na potência de metade da população mundial e que é mãe da outra metade, transformando recurso em impacto e a relação da sociedade com a maternidade.

METODOLOGIA (1/2)

Esse *report* será construído sobre a análise de dados referentes às *startups* fundadas por mulheres e à trajetória dessas empreendedoras. Para a composição deste material foram analisadas *startups* da base proprietária do Distrito e registros de pesquisa aplicada sobre empreendedorismo feminino.

1. Base proprietária:

As *startups* registradas nessa base passam por um processo minucioso de pesquisa e consulta, a fim de que estejam devidamente classificadas e agrupadas para análise assertiva do ecossistema. Isso significa que, quando fazemos mapeamentos do ecossistema de inovação, inevitavelmente são feitas comparações com outros levantamentos ou bases de dados, em que, muitas vezes, constam números consideravelmente maiores do que os nossos. Isso não se deve a uma deficiência no nosso processo de coleta de informações. Pelo contrário, nós utilizamos todos esses levantamentos e bases para embasar nossos estudos e, inclusive, muitas outras fontes que eles não alcançam. Por outro lado, temos uma preocupação explícita em trazer apenas aquilo que conferimos individualmente como se enquadrando nos critérios do que chamamos "*startups*":

- **Negócios que tenham inovação como centro do negócio:** na base tecnológica, no modelo de negócios ou na proposta de valor;

- **Modelos*** em fase inicial (early-stage), em expansão (scale-up), em fase avançada (later-stage) ou em fase de captação bilionária (unicórnios);

- **Startup em atividade:** selecionamos apenas empresas que estavam ativas (de acordo com o registro junto à Receita Federal - CNPJ-, *status* do site ou redes sociais) no momento da realização do estudo;

- Ser **brasileira** e operar no Brasil;

- E, para esse estudo, ter sido **fundada ou co-fundada por mulheres** (usamos o primeiro termo para nos referirmos a *startups* fundadas exclusivamente por mulheres e o segundo quando há composição de gênero mista no quadro de fundação).

Ademais, serão expostos ao longo do estudo dados complementares e de apoio, para fins de comparação, postos da seguinte maneira:

- **Ecossistema:** o ecossistema conta com um rol de 13 mil *startups* mapeadas do Brasil. O estudo, porém, levou em conta todas as 6.280 *startups*

que demonstraram dados suficientes para possibilitar a análise de todos os parâmetros propostos.

- **Sócias:** além de explorar o universo de *startups* (co)fundadas por mulheres, traremos o recorte de *startups* com mulheres no quadro societário. É uma importante distinção, uma vez que a sócia não participa necessariamente da construção e desenvolvimento do empreendimento e/ou é tomadora de decisões na empresa.

- **Scale-Ups:** destacamos o grupo de scale-up para compreender melhor o universo de *startups* que estão em fase de expansão e escalabilidade do negócio, a partir de dois critérios atribuídos à metodologia utilizada pela Endeavor: (1) número de colaboradores (mínimo de 10 funcionários); e (2) crescimento da empresa (pelo menos 50% no último ano), com base no quadro de funcionários.

- **Depoimentos:** Ao longo do relatório trazemos depoimentos de fundadoras, anonimamente, sobre situações reais que enfrentaram na trajetória do empreendedorismo. Os relatos pertencem às respostas indicadas no campo "Compartilhe conosco algum episódio que ilustre os desafios enfrentados durante sua trajetória como empreendedora", do questionário aplicado para a confecção deste estudo.

*Nossa metodologia não abarca Software Houses (desenvolvimento de software sob demanda), consultorias, agências de marketing, publicidade ou design, empresas tradicionais ou que não estão em atividade. Entretanto, como o objetivo desse relatório é compreender o empreendedorismo feminino no ecossistema de inovação, foram aceitas e incluídas no estudo iniciativas que se encaixam nos moldes supracitados.

METODOLOGIA (2/2)

Cabe ressaltar que, durante o processo de investigação e classificação das *startups*, principalmente quanto à análise individual de perfis institucionais e pessoais na plataforma do LinkedIn, foi identificada uma questão importante sobre títulos e atribuições divulgadas. Enquanto era possível identificar rapidamente se havia um homem no quadro de fundação da empresa, uma vez que se autodenominava “Fundador” ou “Empreendedor” daquela iniciativa, o mesmo processo era menos intuitivo quando investigada a posição ocupada pelas mulheres, pois os títulos estavam vinculados às atribuições e atividades desempenhadas na empresa em questão. Assim, identificamos que há uma linguagem comunicada de maneira distinta entre fundadores homens e fundadoras mulheres. Isso pode ser um aspecto de alto impacto sobre o início e implementação de um negócio fundado por uma mulher, dado que é a base para o reconhecimento entre pares e, conseqüentemente, estabelecer uma rede de contatos (network) robusta – fundamentais para o sucesso de um empreendimento de alto risco.

2) Pesquisa sobre empreendedorismo feminino

A fim de capturar aspectos intrínsecos à trajetória da empreendedora brasileira, foi aplicado um questionário de 25 perguntas sobre o empreendimento e situações vividas durante o processo de desenvolvimento e implementação do negócio, entre os dias 7 e 31 de janeiro de 2021, com mulheres que têm ou já tiveram iniciativas empreendidas no ecossistema de inovação. Foram 400 (co)fundadoras respondentes, representando uma amostra de 26,7% do grupo total (média de fundadores, em geral, é de 2 por empreendimento, no ecossistema de inovação), portanto, adequada para inferências condizentes com os comportamentos observados neste universo.

A clusterização de cada *startup* por setor foi feita com base em análise de literatura relevante e classificações utilizadas não somente no mercado brasileiro, como no internacional também. Quando uma *startup* opera em mais de um segmento, nossa equipe optou por situá-la no que interpretamos refletir sua atividade principal ou de maior visibilidade. Reconhecemos que existe certa subjetividade quanto à categorização, porém entendemos que a forma como filtramos as informações nos permite trazer o maior valor possível.

3) Dados geográficos

Estamos buscando entender melhor os recortes regionais e suas especificidades para poder incluir tais análises em versões futuras.

Prezamos pela composição e análise dessas informações e estamos sempre abertos a ouvir sugestões em dataminer@distrito.me.

Referência do estudo:

B2MAMY; ENDEAVOR; DISTRITO. *Female Founders Report 2021*. São Paulo, 2021. 1.pdf

INTRODUÇÃO

O *Female Founders Report* é fruto do trabalho conjunto de Distrito, Endeavor e B2Mamy e surgiu com o objetivo de responder às muitas dúvidas acerca do estado do empreendedorismo feminino no país. Em comum, nossas organizações entendem o papel essencial das fundadoras de *startups* em gerar inovação e oportunidades econômicas para, assim, acelerar o processo de transformação rumo a uma sociedade mais plural e igualitária.

Entretanto, para oferecer soluções capazes de colaborar com a jornada dessas empreendedoras, precisamos entender melhor as características desse ecossistema, bem como as principais dores, peculiaridades e aspirações das mulheres que, em diferentes setores e regiões do país, optam por empreender. Ao longo dos anos, o Distrito tem mapeado o empreendedorismo de inovação no país e, estudo após estudo, constata-se uma preocupante desigualdade de gênero - no ainda restrito ambiente do empreendedorismo de inovação e investimento de risco não há predominância feminina em nenhum dos setores analisados.

Há um desperdício monumental de potencial humano, oportunidades econômicas e tecnológicas que advém da desigualdade de gênero, o que se reflete por sua vez no desenvolvimento humano do país. Considerando os avanços extraordinários alcançados por empreendedoras e empreendedores brasileiros na última década, nos perguntamos: onde poderíamos estar se a população feminina fosse

tão incentivada a empreender quanto a masculina? Quantas oportunidades não estamos deixando passar por conta dessa reduzida presença de mulheres em nosso ecossistema?

É com esse espírito que lançamos essa investigação. Esperamos que esse relatório possa fornecer as bases para que os diferentes *players* que compõem o ecossistema brasileiro de empreendedorismo de inovação - fundos de *Venture Capital*, redes de apoio, grandes corporações etc. - sintam-se convocados à ação na luta contra a desigualdade de gênero e para que outras mulheres possam conhecer as conquistas e desafios de seus pares e, assim, inspirarem-se a se tornarem elas próprias parte da nova geração de *startups*.

É importante ressaltar que escolhemos, nesse estudo, aprofundar apenas o recorte de gênero no ecossistema de inovação pela *expertise* das organizações envolvidas em sua elaboração e pela disponibilidade dos dados sobre o tema. Contudo, sabemos que para o ecossistema ser realmente considerado diverso, é necessário também analisar outros fatores de interseccionalidade, como etnia, orientação sexual, renda, deficiência, entre outros.

Os dados e provocações nas páginas seguintes são apenas o começo de uma discussão maior que gostaríamos de fomentar.

CONTEXTO (1/2)

Nos últimos anos vimos de perto a evolução do ecossistema de inovação e capital de risco do Brasil. Tivemos um *boom* na indústria de *Venture Capital*, comemoramos a marca de 12 unicórnios brasileiros e entramos no radar como um país que produz inovação e empresas capazes de competir globalmente¹. Porém, as empresas e *startups* brasileiras têm um longo caminho a percorrer quando olhamos nosso ecossistema sob o prisma da diversidade e inclusão.

Algumas organizações já buscam adiantar-se a essa tendência global investindo na realização de iniciativas - como processos seletivos, formação de capital humano e acesso a capital de risco - voltadas para minorias étnico-raciais, sexuais, portadores de deficiência física ou cognitiva, entre outros grupos historicamente excluídos. Essas iniciativas são de extrema importância para o desenvolvimento dos negócios.

A falta de representatividade é consequência de um processo histórico complexo que, só recentemente, por força da mobilização da sociedade, tem sido reconhecido como nocivo e devidamente combatido. Uma socialização pautada na desigualdade resulta na reprodução de preconceitos e vieses inconscientes que perpetuam o sistema de desigualdade que herdamos. É preciso quebrar o ciclo.

No contexto desse *Report*, não temos a pretensão de abordar todas as desigualdades históricas que fazem parte do tecido social brasileiro. Nossa missão é fornecer um panorama do empreendedorismo feminino, ressaltando suas conquistas e apresentando obstáculos que ainda persistem. Trata-se de uma desigualdade que afeta não a minoria, mas a maioria - segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), a despeito de serem a maior parte

da população (51,8%), em 2019 as mulheres ocupavam apenas 26% dos cargos de diretoria, 23% de vice-presidência, 16% dos conselhos e 13% de presidência. Em média, mulheres ainda representam apenas 19% dos cargos de liderança nas empresas².

Em nosso campo de atuação, que é o empreendedorismo de inovação, observamos um cenário condizente com o quadro mais amplo da desigualdade de gênero, se não ainda mais grave³. Essa desigualdade, que começa no menor número de fundadoras, se manifesta nas mais diferentes fases dos negócios, desde a ideação, passando pela captação de investimento até a atuação das empresas no mercado. A título de exemplo, um estudo recente da Harvard Business Review mostrou que os investidores privilegiam os *pitchs* de empresários ao de empresárias, mesmo quando o conteúdo do argumento de venda é idêntico⁴.

1. [Report Corrida dos Unicórnios 2021](#)
2. [Panorama Mulher 2019 | Talenses e Insper](#)
3. [Mulheres ainda são minoria entre os fundadores de startups](#)

CONTEXTO (2/2)

Essa desigualdade começa no *pitch* e se mantém até o aporte dos investimentos propriamente ditos: segundo dados do Banco Mundial, apenas 7% do total de investimentos de risco nos mercados emergentes são destinados a negócios liderados por mulheres. A média de capital recebido por *startups* lideradas por mulheres é 65% da média recebida por homens⁵ - um cenário que se agrava à medida que aumentam os valores investidos.

Pode-se dizer que as maiores prejudicadas são as fundadoras, mas o prejuízo não se limita a elas e às suas empresas. A desigualdade de gênero e os vieses inconscientes a ela associados são empecilhos para o bom funcionamento da economia como um todo, no sentido que eles deformam o princípio da livre concorrência e nos impedem

de apreciar as soluções e oportunidades por seus méritos intrínsecos. Existem diversas evidências a favor de um ambiente empreendedor e corporativo mais diverso. Segundo a consultoria estratégica McKinsey & Company, as empresas com maior diversidade de gênero em equipes executivas têm 25% mais chances de lucrar acima da média, número que sobe para 36% quando é contemplada também a diversidade étnica⁶.

É, portanto, crucial o combate à desigualdade de gênero para a criação de valor e, particularmente, para a inovação. Espaços diversos criam ambientes mais complexos, plenos de trajetórias e visões de mundo diferenciadas, e são mais propensos a oferecer soluções criativas para os desafios cada vez mais complexos com os quais nos deparamos hoje. Garantir um maior número

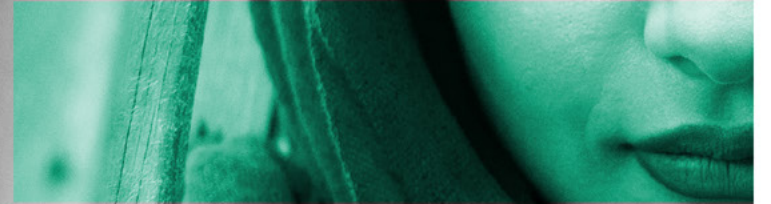
de empresas fundadas por mulheres não é apenas uma questão ética, mas um ativo com potencial de gerar impactos socioeconômicos positivos. Não se trata, portanto, de uma iniciativa filantrópica, mas de um movimento capaz de gerar retornos financeiros significativos para investidores e organizações que perceberem a oportunidade e se posicionarem⁷.

Enxergamos que estamos em um ponto de virada para o empreendedorismo liderado por mulheres no país. Ainda há muitos obstáculos a serem superados para alcançarmos a igualdade de oportunidades, mas os resultados apresentados pelas fundadoras até aqui, mesmo com todas as dificuldades, apenas reforçam a capacidade de execução e geração de resultados positivo de lideranças femininas.

4. [How the VC Pitch Process Is Failing Female Entrepreneurs](#)
5. [Moving Toward Gender Balance In Private Equity Markets](#)
6. [Diversity wins: How inclusion matters](#)
7. [Do Your Employees Know Why You Believe in Diversity?](#)



ESTATÍSTICAS



46,2%
4,7%

das *startups* são fundadas
exclusivamente por mulheres*.

No empreendedorismo tradicional - no qual as empresas não têm em seu core a inovação - 46,2%⁸ das empresas são fundadas por mulheres. No ecossistema de inovação essa representação é de apenas 9,8% - 4,7% fundadas exclusivamente

por mulheres e 5,1% co-fundadas por mulheres (fundação mista entre mulheres e homens)-, o que demonstra o quanto o empreendedorismo de inovação ainda é um ambiente muito restrito à presença feminina.

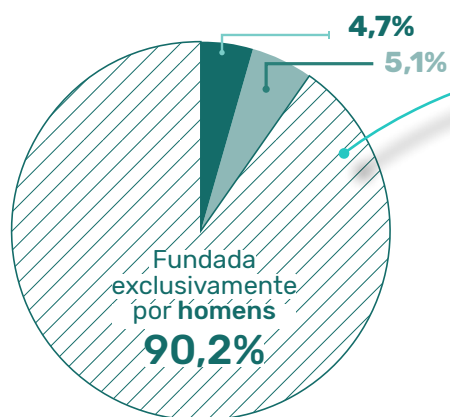
* Cálculo feito sobre o universo de 13.000 empresas presentes no ecossistema que informam o ano de fundação - amostra de, aproximadamente, 6.200 empreendimentos.

8. Empreendedorismo Feminino no Brasil

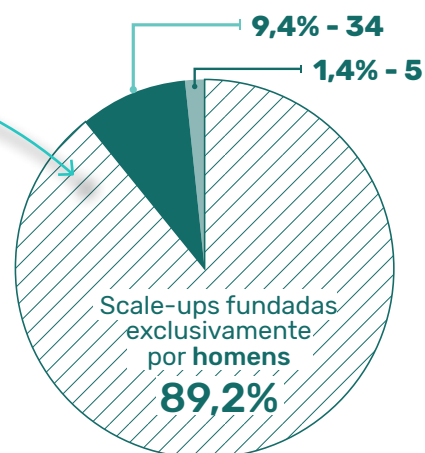
Fonte: Distrito Dataminer

QUAL O GAP DE DIVERSIDADE DE GÊNERO NO ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO?

Na (co)fundação de startups

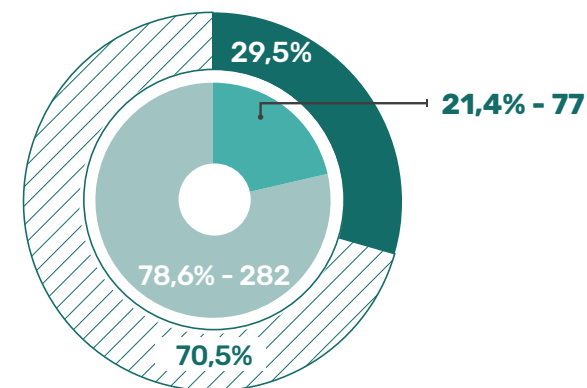


Na (co)fundação das *scale-ups*



Scale-ups representam 4% do universo de startups

No composição de quadros societários



Fundada exclusivamente por mulheres

Fundada por mulheres e homens

Fundada exclusivamente por mulheres

Fundada por mulheres e homens

Ecosistema apenas com homens

Ecosistema com mulheres

Scale-ups apenas com homens

Scale-ups com mulheres

Fonte: Distrito Dataminer

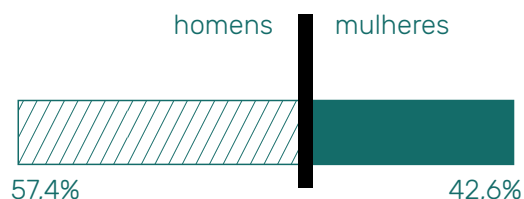
LÍDERES FEMININAS AUMENTAM EM 11% O EQUILÍBRIO DOS QUADROS SOCIETÁRIOS

E quando temos a presença de (co)fundadoras o que muda nas empresas? Um dos principais impactos pode ser observado na composição de quadros societários:

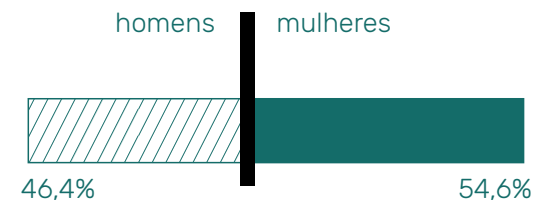
Distribuição de gênero no quadro societário no ecossistema



Distribuição de gênero no quadro societário quando há, pelo menos, uma mulher sócia



Distribuição de gênero no quadro societário quando há, pelo menos, uma mulher (co)fundadora



Mas o impacto de lideranças femininas vai além do quadro societário. Um estudo realizado pela Kauffman Fellows em 2019⁹ observou que empresas com ao menos uma fundadora mulher e uma c-level empregam 6 vezes mais mulheres que times compostos por apenas homens fundadores. Além disso, o estudo também aponta que empresas lideradas por mulheres empregam 2,5 vezes mais mulheres (como empregadas, executivas e membros do conselho) do que empresas lideradas por homens.

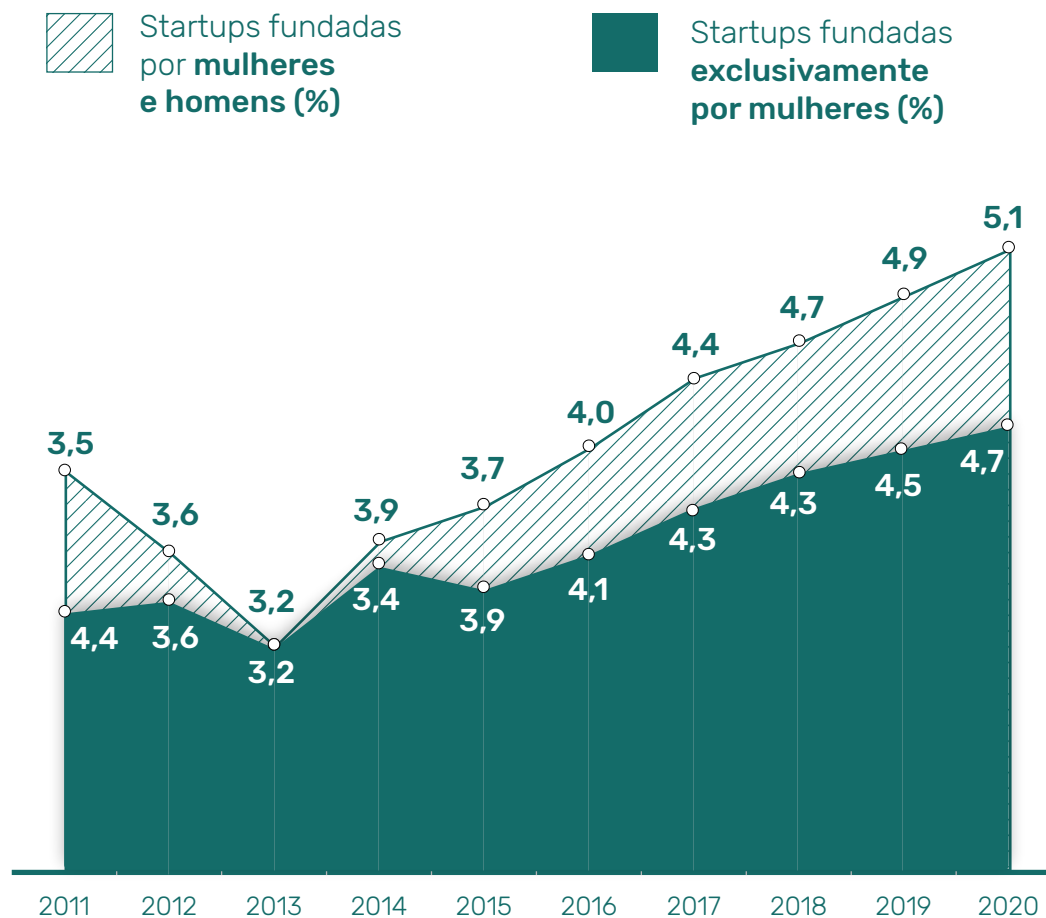
9. [Startups With At Least 1 Female Founder Hire 2.5x More Women.](#)

O NÚMERO DE EMPRESAS COM APENAS FUNDADORES HOMENS É QUASE 20 VEZES MAIOR DO QUE AQUELAS FUNDADAS EXCLUSIVAMENTE POR MULHERES

Apesar de pesquisas demonstrarem o impacto positivo das lideranças femininas tanto no ecossistema de inovação quanto dentro das próprias empresas, o crescimento entre *startups* (co)fundadas por mulheres continua sendo lento e em pequena escala, sem alterações significativas nos últimos 10 anos.

Mantido esse padrão de crescimento no empreendedorismo feminino, por mais que aumente o número absoluto de fundadoras, não há como alcançarmos paridade em vista do tamanho da disparidade entre os grupos.

EVOLUÇÃO DA PRESENÇA DE MULHERES NO ECOSSISTEMA DE *STARTUPS*



Fonte: Distrito Dataminer



Lilian Natal

Partner & Head do
Distrito for Startups

DISTRITO

O Distrito é uma plataforma de inovação para startups, empresas e investidores que buscam o próximo passo de sua evolução. Unimos uma poderosa rede de conexões, dados, inteligência analítica, criatividade e espírito empreendedor para contribuir ativamente com a transformação tecnológica que está mudando o mundo.

Saiba mais em distrito.me

REPORT • FEMALE FOUNDERS

UM ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO MELHOR PARA TODOS

Pouco mais da metade da população brasileira é feminina e muito já se falou sobre a crescente presença da mulher em diversos espaços antes totalmente dominados por homens, sobre seu progresso no mercado de trabalho e também sobre suas conquistas nos negócios. E houve diversos avanços importantes. Tanto que, atualmente entre os empreendimentos tradicionais, quase metade tem mulheres como donas. Mas quando olhamos para o todo e, em especial, para algumas áreas da sociedade, o cenário ainda parece longe de ser igualitário. Esse é o caso do ecossistema de inovação.

Este estudo buscou não apenas a análise dos dados sobre a disparidade de gênero no mundo das *startups*, mas procurou entender os motivos por trás deste abismo e suas consequências.

O resultado nos surpreendeu. Embora soubéssemos da desigualdade óbvia observada nos ambientes de inovação, a diferença é ainda mais alarmante do que se esperava: menos de 5% das *startups* são fundadas apenas por mulheres e somente outros 5% tem um time híbrido de fundadores. Isto é, mais de 90% das *startups* no Brasil ainda são fundadas apenas por homens e ainda maior é o abismo quando consideramos a proporção de *startups* criadas por mulheres que recebem investimento, não chegando nem a 1%.

O mais irônico é que, embora haja todas essas dificuldades para elas, dados mostram que *startups* que possuem pessoas do sexo feminino em seu quadro societário tendem a ter resultados 25% melhores.

Nunca incentivadas e ensinadas a montar seu próprio negócio, segregadas a determinadas áreas – sobretudo longe daquelas ligadas à tecnologia – e enfrentando todo o estigma social ao mesmo tempo que recebem a maior responsabilidade pelo cuidado de suas casas e famílias – algumas heroínas conseguem

realizar o sonho de empreender. Porém, ao chegar lá, encontram um ambiente no qual quase a totalidade das pessoas envolvidas são homens e que não as legitimam.

Boa parte das mulheres está tão acostumada a enfrentar certas situações de assédio moral neste meio que só percebem serem injustas com o tempo. Perguntas de investidores como: Mas você tem um sócio homem? Pretende engravidar ou tem filho pequeno? Você como mulher vai ter força suficiente para levar esse negócio para frente? Como vai fazer para dar conta da casa e família e empreender? Essas são algumas das indagações que nenhum homem vai escutar, mas repetidas vezes encontramos mulheres sendo confrontadas com esse tipo de questionamento.

Como fazer para mudar esse cenário? O primeiro passo é entender o tamanho do problema e enfrentá-lo de frente, com a coragem que é necessária para promover a transformação. Se somos parte de um ecossistema, é primordial contribuir para que ele seja melhor e mais diverso. É por isso que o Distrito, plataforma de inovação aberta e cujo programa para *startups* já possui cerca de 500 dessas empresas em início, juntou-se a Endeavor e B2Mamy para este estudo, com o objetivo de entender a fundo os desafios enfrentados pelas mulheres e assim propor – com profundo conhecimento de causa e de forma conjunta – ações que tornem esse ambiente mais igualitário e mais acolhedor.

É uma honra e sentimos que é também um dever nosso fazer parte deste movimento. A partir deste pontapé, vamos conduzir diversas iniciativas e acreditamos que poderemos incentivar, fornecer dados e dar subsídios para que mais empresas e fundos de investimento criem ações visando maior inclusão feminina no ecossistema de inovação. Isso é só o começo e não vamos parar por aqui.

UM ECOSISTEMA EM FORMAÇÃO

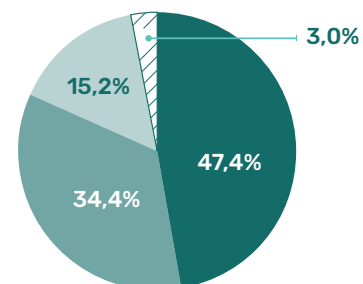
Essa diferença gritante na proporção de homens e mulheres na (co)fundação de empresas pode ser explicada, em parte, pela própria evolução do ecossistema de inovação no Brasil. Até 2010 o país tinha pouquíssimas iniciativas e organizações focadas em fomentar o empreendedorismo. Foram apenas nos últimos anos que tivemos um *boom* de *hubs* e iniciativas focadas no ecossistema de inovação, em 2019 chegou-se a marca de 363 incubadoras e 57 aceleradoras¹⁰.

O reflexo desse desenvolvimento mais tardio pode ser observado na data de fundação das empresas: 47,4% dos negócios foram fundados nos últimos 5 anos. Apesar desses números serem muito semelhantes ao observado nas *startups* que possuem mulheres em seus quadros societários, ao olhar somente as *startups* com fundadoras, há um contraste significativo: 66,9% das *startups* foram fundadas entre 2016-2020.

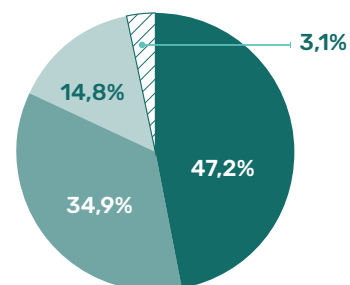
Esses dados mostram como o empreendedorismo feminino é uma realidade ainda muito recente no ecossistema de inovação brasileiro. Esse cenário somado aos inúmeros vieses e preconceitos enfrentados por líderes femininas culmina nos resultados que vimos anteriormente.

PERÍODO DE FUNDAÇÃO DAS EMPRESAS

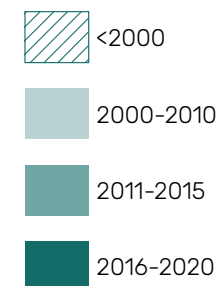
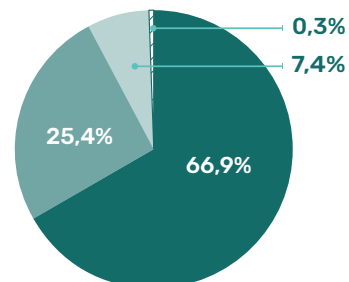
EMPRESAS DO ECOSISTEMA



EMPRESAS COM SÓCIAS



EMPRESAS COM FUNDADORAS



10. Mapeamento dos Mecanismos de Geração de Empreendimentos Inovadores no Brasil



FOTO: DIVULGAÇÃO/REPRODUÇÃO

Karen Kanaan

Sócia-Fundadora da 42

42

A 42 é uma escola surgida na França, em 2013, com o objetivo de oferecer uma alternativa educacional gratuita que pode formar pessoas com escala e alta qualidade, de maneira a estarem preparadas para serem protagonistas no mundo digital. Está presente em 27 países do mundo e foi eleita pelo Ranking WURI 2020 a terceira melhor universidade em Ethical Values, depois de Harvard e Pensylvania.

Saiba mais em 42sp.org.br/

COMO MUDAMOS ESSA REALIDADE? ELA PODE COMEÇAR EM VOCÊ

Um dos meus propósitos pessoais, sobretudo na 42 São Paulo, é criar mecanismos para trazer diversidade à tecnologia. Somente com essa inclusão teremos o combate aos vieses inconscientes que nos prejudicam como seres humanos. O que eu quero dizer é que a diversidade de gênero é o verdadeiro motor da inovação e da inclusão social. A presença feminina traz códigos diferentes que imprimem visões de mundo que hoje não têm espaço dentro do setor da tecnologia. Criatividade é apenas um dos ganhos! Sei que a diversidade de gênero está em alta e permeia o debate dos gestores de pessoas das grandes empresas. Entretanto, enxergo um enorme desafio para incluir mulheres não apenas no ambiente corporativo, mas em setores como os de tecnologia. No entanto, gostaria de lembrar que somos a maioria da população no Brasil: 51,8%, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD, 2019).

Como vamos construir uma sociedade equânime se deixarmos de fora de atividades profissionais que apontam para o futuro mais da metade da população brasileira? Pois é, a engenharia de software, programação, ciências exatas têm determinado o que chamamos de profissões do futuro, que na verdade já têm uma alta demanda no presente.

Na 42 São Paulo, oferecemos uma alternativa educacional gratuita que pode formar pessoas com es-

cala e alta qualidade, de maneira a estarem preparadas para serem protagonistas no mundo digital. Durante o processo seletivo garantimos que, pelo menos, 30% das vagas sejam ocupadas por mulheres (cisgênero, transgênero e não binárias); O sonho é chegar à equidade de gênero com 50% de alunas, como já acontece na própria rede da 42 Network, a exemplo da CODAM, nossa filial em Amsterdã, que já atingiu esse percentual.

Para isso acontecer, precisamos incentivar e incluir as meninas em se aventurar em games e lógica; criar espaços para as garotas fortalecerem a autoestima (combater, claramente, a Síndrome de Impostora) e entenderem que a tecnologia é para as mulheres, sim. A tecnologia é uma transversal poderosa em todas as áreas; ao apoiar uma mulher a se tornar engenheira de software podemos construir uma carreira incrível não apenas em setores como moda, arte ou saúde, mas também finanças, mobilidade e exploração espacial, por exemplo.

Empreender não é tarefa fácil, independente do gênero ou setor. Mas entendo que empreender é uma jornada de autoconhecimento e mais do que saber escrever uma linha do código, escolho conhecer os meus próprios códigos e me reprogramar. Que os nossos relatos inspirem outras mulheres a seguir sua verdade, seja ela qual for. Sonho meu, e de muitas outras iniciativas e mulheres desse ecossistema.



Ana Fontes

Fundadora e Presidente da Rede e do Instituto Rede Mulher Empreendedora



Primeira e maior rede de apoio a empreendedoras do Brasil, a RME existe desde 2010 e já impactou mais de 750 mil pessoas. O objetivo é fomentar o protagonismo feminino no empreendedorismo, auxiliar quem quer empreender e quem quer se inserir no mercado de trabalho, por isso, a RME promove eventos anuais como a Virada Empreendedora e o Fórum Empreendedoras; eventos mensais como Café com Empreendedoras e Mentorias; também conta com um programa de aceleração, o RME Acelera, cursos intensivos para quem quer empreender, trilhas de conhecimento online e o programa RME Conecta, que faz a ponte entre negócios de mulheres com grandes empresas para negociação e fornecimento B2B.

Saiba mais em rme.net.br/

REPORT • FEMALE FOUNDERS

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM UNIVERSO À PARTE

Quando falamos sobre o mundo empreendedor, precisamos repensar alguns conceitos, corrigir determinadas impressões e observar as diversas realidades que compõem esse universo. Como uma microsociedade, o ambiente empreendedor é composto por diferentes níveis socioeconômicos, com suas características próprias e peculiaridades.

Em primeiro lugar – e faço questão de reiterar isto sempre que posso –, empreender não é uma atividade glamurosa. Pelo contrário. Empreender significa correr riscos, colocar a mão na massa, sacrificar horas de sono, trabalhar muito. Mas empreender também é a realização de sonhos, a busca por novas oportunidades profissionais, a descoberta de habilidades que nem sabíamos que estavam dentro de nós. Empreender significa gerar renda para si, para outras pessoas e, indiretamente, para todo um entorno social.

Quando decidi empreender, há quase 15 anos, decidi também ajudar outras mulheres que, como eu, procuravam seus objetivos pessoais, mas não tinham referências em um ecossistema dominado pela visão masculina dos negócios. Esse momento acabaria deflagrando não apenas o que sou hoje, mas principalmente o

que é a Rede Mulher Empreendedora (RME), a maior e mais importante plataforma de auxílio e respaldo ao empreendedorismo feminino no Brasil, fundada por mim há 11 anos com a finalidade de promover a independência financeira da mulher.

Atualmente, mais de 24 milhões de mulheres empreendem neste país. Para entender esse universo, é importante entender a realidade delas nesse contexto socioeconômico. Por isso, além de nossos projetos de capacitações profissionais, a Rede investe há mais de cinco anos em pesquisas e análises desse ecossistema feminino. Dos principais dados e informações desses estudos, destaco a importância da mulher na engrenagem familiar não apenas afetiva, como econômica: o negócio próprio é a principal renda do lar para 38% das empreendedoras.

Essa dependência, infelizmente, traz à tona e comprova a dupla jornada que a mulher se vê obrigada a realizar. Ao se dedicar aos cuidados com a família, mulheres acabam investindo 24% do tempo a mais com trabalhos domésticos em relação ao homem. Portanto, devemos repensar a ideia de meritocracia e performance quando comparamos os dois gêneros frente ao negócio.

A EMPREENDEDORA NA CRISE DO COVID-19

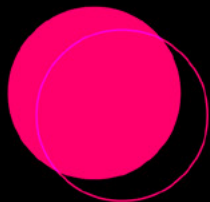
A pandemia com o COVID-19 afetou negativamente os negócios em geral e, conseqüentemente, a economia nacional. Por outro lado, a crise gerou oportunidades e aprendizados para as mulheres empreendedoras. A mais recente pesquisa da Rede, já na 5ª edição, mostra que as mulheres driblaram ou amenizaram a crise graças à mudança de atitudes empreendedoras e gerenciais. Essa resiliência pode ser verificada com a digitalização dos negócios.

Dentre os principais meios digitais, os que apresentaram maior crescimento entre elas foram os aplicativos de mensagens e as redes sociais, citados por 75% e 72%, respectivamente. Os aplicativos de mensagens passaram a ser mais utilizados para divulgação (66%), atendimento (65%) e vendas (57%). Já as redes sociais têm sido utilizadas como ferramenta de divulgação (81%) e vendas (52%). As mulheres estão buscando conhecimento e preparando-se, cada dia mais, para o uso do digital como canal de vendas, mas também para melhorar o desempenho da empresa.

Essa busca por capacitação vai além da digitalização dos negócios. Cerca de 65% das mulheres entrevistadas já participaram de cursos focados em empreendedorismo para melhorar processos e diversificar produtos e serviços. Mesmo em um cenário conturbado, mulheres se mostram mais confiantes em relação ao futuro dos negócios. Cerca de 66% delas dizem estar muito confiantes com o sucesso do empreendimento.

Esses dados comprovam a resiliência da mulher empreendedora frente aos negócios e, principalmente, frente aos obstáculos. Acreditamos que uma sociedade mais justa e inclusiva é uma sociedade diversa que respeita as diferenças e oferece oportunidades iguais para todos. Aqui na Rede sabemos que ainda temos um longo caminho pela frente e não queremos deixar nenhuma mulher para trás, acreditamos que mulheres mudam o mundo e trabalhamos todos os dias para que elas sejam o que quiserem ser e sonhem seus sonhos.

PERFIL DAS EMPRESAS



Agora que se tem maior clareza sobre o Estado do empreendedorismo feminino no Brasil, é importante também analisar o perfil das empresas.



ANÁLISE SETORIAL: DEFINIÇÃO DE CADA CATEGORIA



Saúde e Biotecnologia

Inovação aplicada à saúde, ao bem-estar e às ciências biológicas, seja em ferramentas de gestão e atendimento, seja no desenvolvimento de novos produtos e insumos.



RH e Gestão de pessoas

Soluções que oferecem ferramentas e plataformas para gestão e desenvolvimento de pessoas.



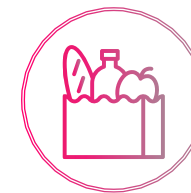
Indústria 4.0

Soluções aplicadas à indústria para torná-la mais escalável, segura, eficiente e customizável.



Agricultura

Inovações aplicadas ao setor agropecuário.



Alimentação

Soluções voltadas ao setor alimentício.



Serviços Financeiros

Tecnologias que impactam o sistema financeiro, de bancos e empresas ao consumidor final.



Gestão e TI

Soluções aplicadas à tecnologia da informação e ferramentas que auxiliam empresas a alcançar melhores resultados na gestão do negócio.



Serviços Jurídicos e Regulação

Inovações aplicadas ao setor jurídico-legal e em serviços de regulamentação e compliance.



Varejo

Tecnologia aplicada ao varejo, e-commerce, backoffice varejista e marketplace.



Logística e Transporte

Soluções que visam impactar diretamente sobre a cadeia logística, o deslocamento de pessoas e propostas que reconfiguram o setor automotivo e correlatos.

ANÁLISE SETORIAL: DEFINIÇÃO DE CADA CATEGORIA



Comunicação e Mídia

Tecnologia aplicada às áreas de comunicação social, marketing, mídia e publicidade.



Entretenimento

Soluções que visam melhorar a experiência de lazer dos usuários.



Educação

Inovação para o setor educacional aplicada à produção de conteúdo, a cursos e capacitações, e ao ferramental para gestão do ensino.



Recursos naturais e Meio Ambiente

Inovação aplicada à gestão e abastecimento de recursos naturais, para a otimização e bom uso dos recursos, favorecendo a preservação e restauração do meio ambiente.



Imobiliário

Soluções para a construção, compra, venda, aluguel e precificação de imóveis.



FashionTech

Tecnologia aplicada à indústria da moda.



GovTech

Soluções que buscam auxiliar governos e estruturas públicas na gestão eficiente de recursos e serviços.



Serviços

Soluções para a prestação de serviços cotidianos.



Insurtech

Soluções voltadas ao mercado de seguros.



Negócios Sociais

Soluções empreendedoras explicitamente voltadas para a resolução de problemas sociais e/ou para o desenvolvimento local.

FEMALE FOUNDERS REPORT BRASIL 2021

REALIZAÇÃO



SAÚDE E BIOTECNOLOGIA



COMUNICAÇÃO E MÍDIA



RH E GESTÃO DE PESSOAS



INSURTECH



AGRICULTURA



ALIMENTAÇÃO



ENTRETENIMENTO



FASHIONTECH



FEMALE FOUNDERS REPORT BRASIL 2021

REALIZAÇÃO



EDUCAÇÃO



SERVIÇOS JURÍDICOS E REGULAÇÃO



RECURSOS NATURAIS E MEIO AMBIENTE



SERVIÇOS FINANCEIROS



GOVTECH



GESTÃO E TI



LOGÍSTICA E TRANSPORTE



VAREJO



IMOBILIÁRIO



NEGÓCIOS SOCIAIS



SERVIÇOS



PARTICIPAÇÃO DE FUNDADORAS NO ECOSISTEMA EM DIFERENTES SETORES

Há expressiva participação de fundadoras e sócias nos setores de FashionTech, com quase 60% das empresas com mulheres em sua fundação, seguido por RH e Gestão de Pessoal, Negócios Sociais e Alimentação (os últimos três com pouco mais de 1/5 do número total de fundadoras)

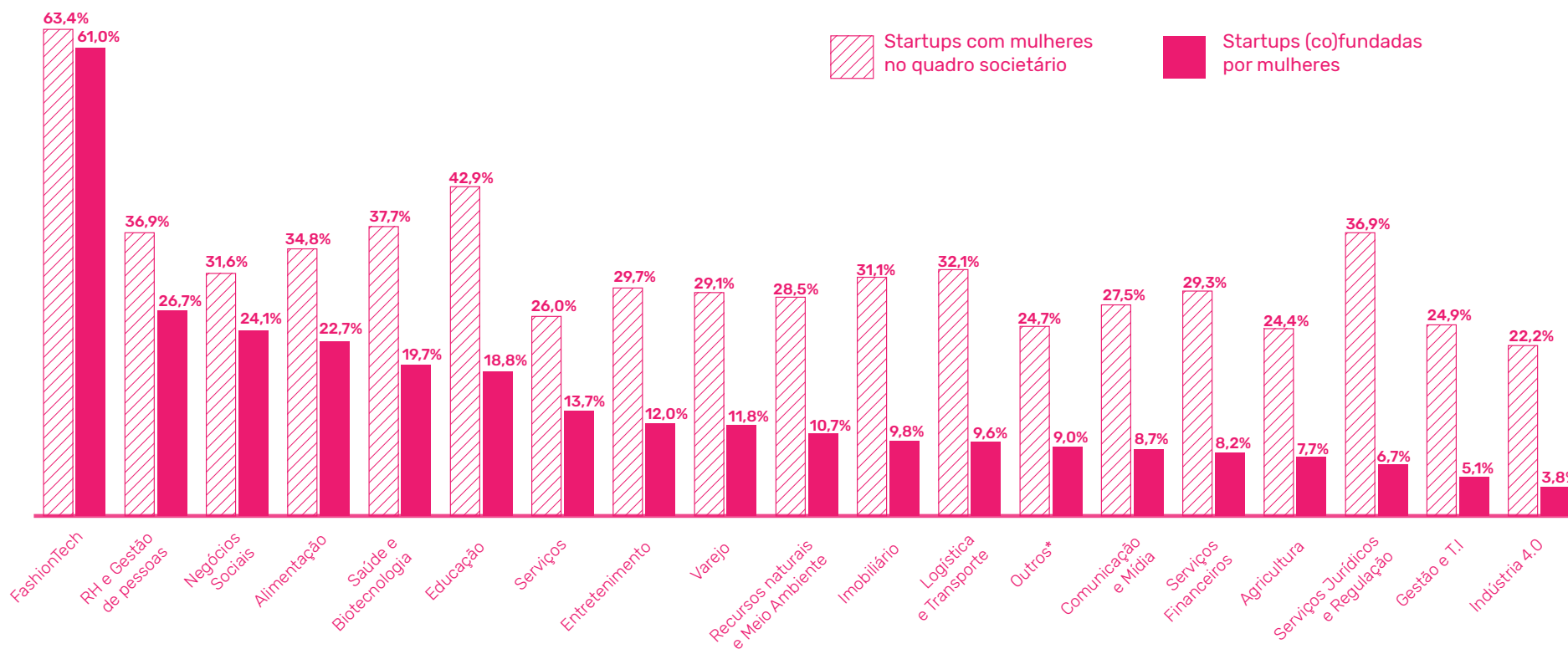
Em que pese a participação feminina relativamente alta nesses setores, deve-se levar em conta que, juntos, eles representam pouco mais de 3,5% do ecossistema, sendo pouco representativos em termos absolutos.

Chama à atenção a participação relativamente elevada de fundadoras em Saúde e Biotecnologia, fato que pode ser explicado pela elevada presença de mulheres em cursos afins, como por exemplo Psicologia e Enfermagem¹².

PROPORÇÃO DE EMPREENDIMENTOS FUNDADOS E COM QUADRO SOCIETÁRIO COMPOSTO POR MULHERES EM RELAÇÃO AO ECOSISTEMA

11. **Por que há mais mulheres psicólogas do que homens?**

Pesquisa inédita traça perfil da enfermagem

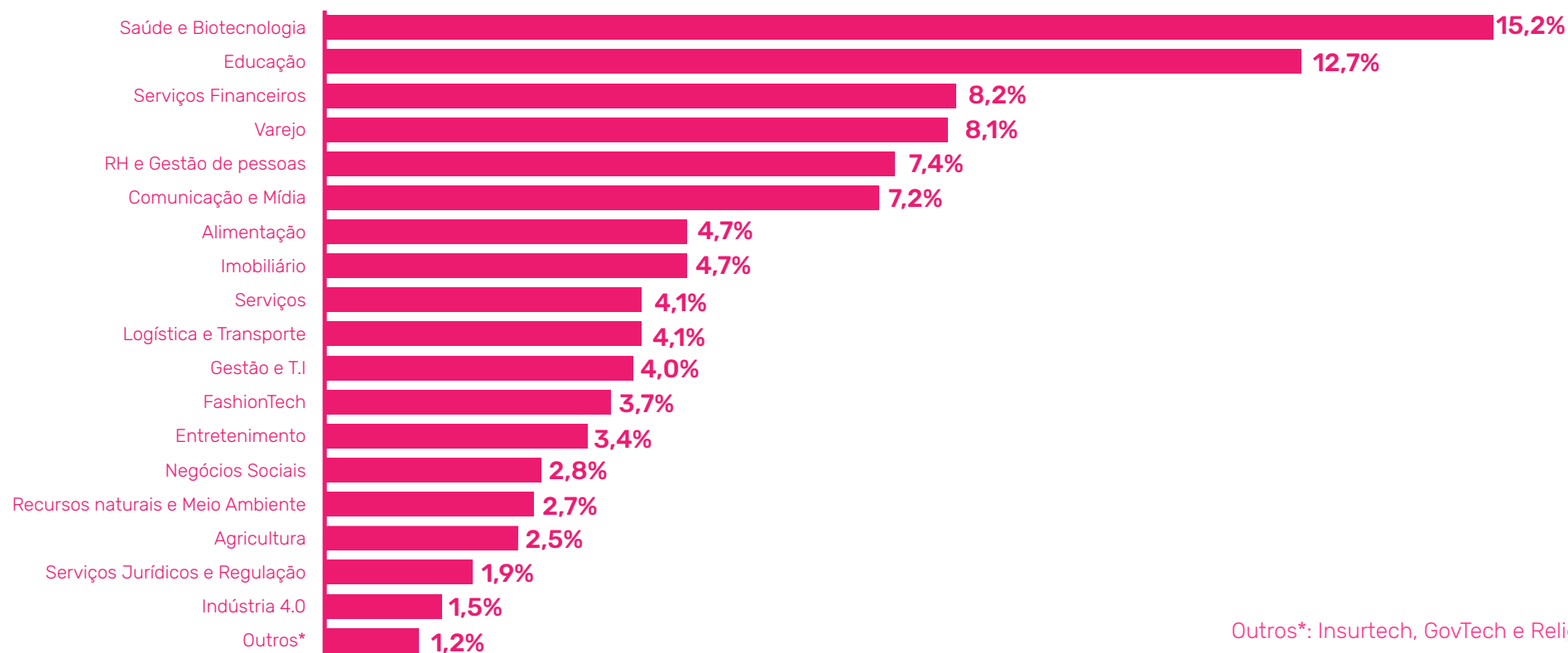


ENTRE (CO)FUNDADORAS, SAÚDE E EDUCAÇÃO SE DESTACAM COM MAIOR NÚMERO DE STARTUPS

Quando segmentamos apenas fundadoras pelo setor de atuação de suas *startups*, observa-se que a maior parte delas atua em Saúde e Biotecnologia, Educação, Serviços Financeiros, Varejo, RH e Gestão de Pessoas.

Disso, conclui-se que nem sempre a alta participação percentual de fundadoras no ecossistema de um determinado setor é sinônimo de uma predileção das mulheres por ele. O contrário disso também é verdadeiro, vide o número considerável de mulheres empreendendo no setor financeiro e no varejo.

EMPREENDIMENTOS (CO)FUNDADOS POR MULHERES POR SETOR

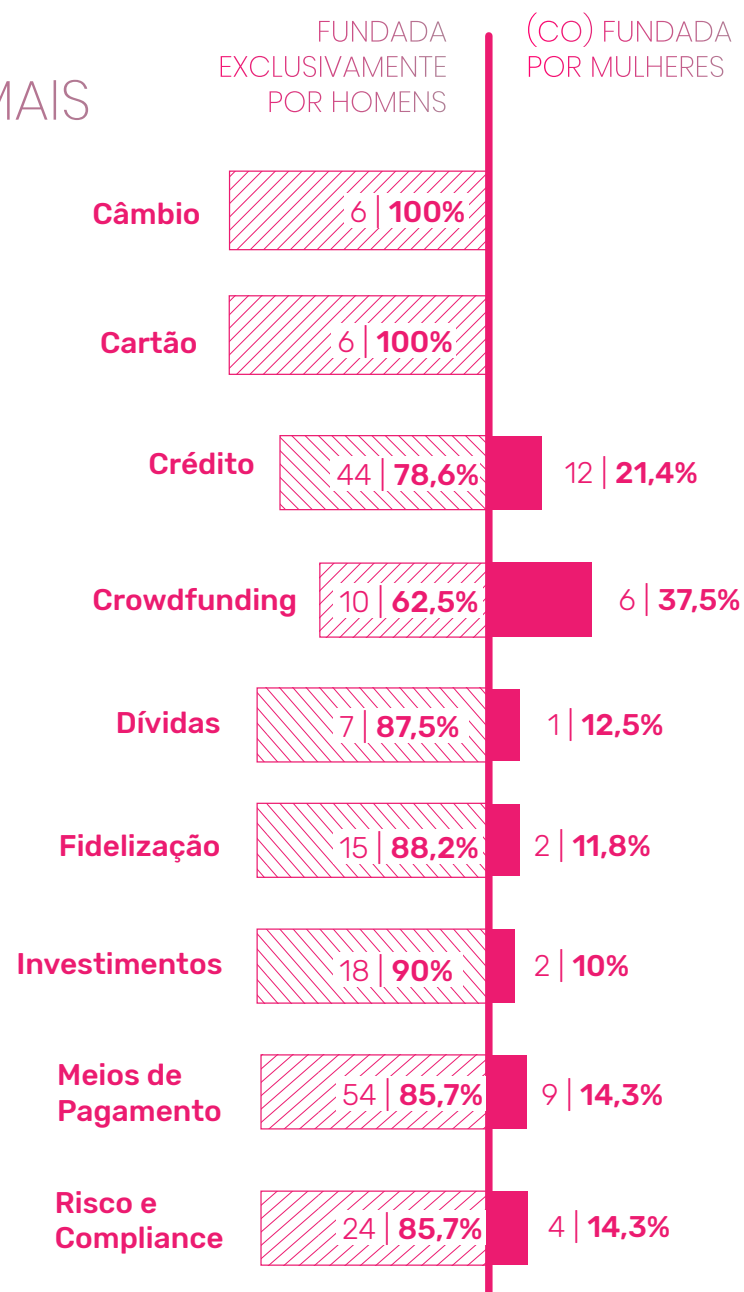


DENTRE ALGUNS SETORES, HÁ ÁREAS AINDA MAIS RESTRITAS À PRESENÇA DE FUNDADORAS

Abrindo um setor marcado pela forte presença de fundadores homens, é possível compreender como algumas áreas são ainda mais restritas à presença de empreendimentos (co)fundados por mulheres. Foram selecionadas 9 categorias do setor de Fintech para demonstrar a distribuição de *startups* com fundadoras mulheres, com base na disponibilização dos dados para a devida análise. São essas ao lado: >>

Ainda que em muitas categorias seja possível observar uma parcela maior de empresas (co)fundadas por mulheres, em relação ao que representam para o setor financeiro como um todo (8,1%), existem áreas sem nenhuma¹³ iniciativa fundada por mulher, como soluções de câmbio e de cartão.

Caso deseje entender a composição de gênero no quadro societário de outros segmentos de mercados (Varejo, Saúde, Logística, entre outros), [clique aqui](#).



12. Essa afirmação tem como base o mapeamento aqui apresentado e pode estar sujeita a alterações à medida em que mais soluções são incorporadas na base de dados proprietária do Distrito.



FOTO: DIVULGAÇÃO/REPRODUÇÃO

Andrezza Rodrigues

Fundadora e CEO da HerMoney



A HerMoney é uma startup feita por mulheres e para mulheres que constrói e controla a gestão financeira da empresa bastando apenas a câmera do celular, sem que as empreendedoras percam tempo com isso. A plataforma gera automaticamente informações relevantes que ficam disponíveis online e possui inteligência de dados que se comunica com as Empreendedoras através de *pushs* de *insights*, metas e lembretes.

Saiba mais em hermoney.com.br

GESTÃO FINANCEIRA DEVE SER ACESSÍVEL POIS É FUNDAMENTAL PARA **REPRESENTATIVIDADE NO EMPREENDEDORISMO**

Trabalho há mais de 10 anos com gestão financeira de empresas. Mas a vida não é só trabalho e, em paralelo a minha vida profissional, sempre estive envolvida em movimentos de mulheres, seja de autoconhecimento, empreendedorismo, ginecologia natural e outros. E nessas convivências sempre surgia a fala: “Ah, finanças é muito difícil então deixo para meu marido/irmão/primo/amigo fazer por mim”.

Essa fala doeu tanto no meu ouvido que a HerMoney precisou nascer para mostrar para essas mulheres que as suas finanças são uma das maiores ferramentas de autonomia e por isso precisam ser geridas pelas próprias. Meu olho brilha ao ver o efeito de uma eficiente gestão financeira nas empresas e me dedico diariamente em despertar todas as empreendedoras para essa atividade.

Empreender em fintech exige ter a consciência de que meu produto tem a capacidade de gerar mais oportunidades de protagonismo para várias pessoas. Isso, em um país extremamente rígido e desigual economicamente, como é o Brasil, pode ser um meio poderosíssimo de criar uma sociedade mais equilibrada. Mas, por ser mulher isso não basta, porque o descrédito que nos afeta exige energia de execução extra para provar que, não só o nosso produto é necessário, como nós temos a capacidade de fazer acontecer.

Essa luta é consequência de todo o nosso histórico social, onde até 58 anos atrás as mulheres eram suprimidas dos seus direitos e autonomia financeira. Não podiam ter empresas em seus nomes!

Mas o tema é mais do que atual. Uma prova disso é o relatório global da Mercer “When Women Thrive 2020” feito com 54 países onde mostra que 47% das mulheres em força de trabalho ocupam posições apenas de suporte.

Por isso, a maior importância de ter mulheres empreendendo em fintech é a representatividade! É olhar para as notícias e ver que tem uma semelhante (mesmo que por enquanto com sócios ao lado) tomando grandes decisões e abrindo espaços para outras mulheres que estão chegando e precisam de apoio. Porque ninguém entende tanto uma mulher quanto uma outra mulher!

Um caminho de muita potência para isso é fazer parte de comunidades, com mulheres que vivem a mesma realidade, que buscam soluções para dores iguais. Muito do que eu sou, do que a HerMoney é hoje veio da força de uma grande comunidade.

Representatividade trás conexão, expansão, desburocratização e principalmente diversidade. A diversidade é o caminho para acelerarmos e prosperarmos de forma mais justa a nossa sociedade.

MAIS DE 50% DAS STARTUPS ESTÃO EM FASE DE MVP OU INÍCIO DE OPERAÇÃO

Aproximadamente 70% das empresas do ecossistema tem até 20 funcionários. Entre as *startups* (co)fundadas e lideradas por mulheres, esse número é ainda mais expressivo, ultrapassando os 80%. Ao analisar empresas que possuem entre 51-100 funcionários, apenas 7,3% estão nesta faixa, número que cai para menos da metade quando observadas as *startups* (co) fundadas por mulheres.

Isso demonstra que empresas fundadas por mulheres são, ligeiramente, de menor porte em comparação ao ecossistema. Porém, esse cenário muda drasticamente quando analisa-se o grupo de *scale-ups*. Não só a média de funcionários de empresas com (co)fundadoras é de 56, como 41% das empresas estão na faixa de 201-500 funcionários.

Como as *scale-ups* possuem um nível de tração maior que as *startups*, por consequência, elas terão um número de funcionários maior. Mas, para além disso, essas estatísticas comprovam que, apesar de serem apenas 4% do ecossistema, seu impacto de geração de emprego é muito alto.

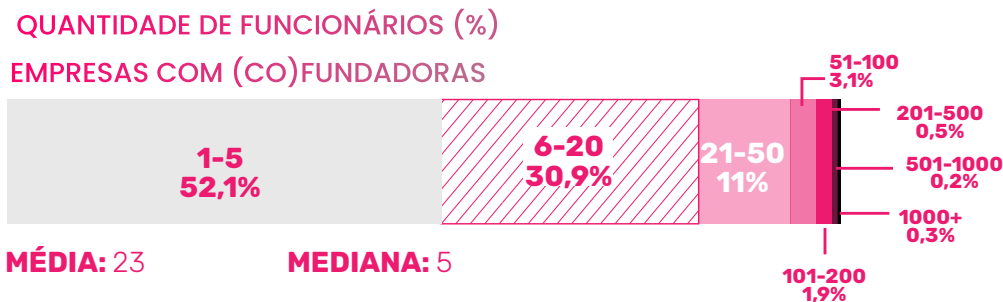
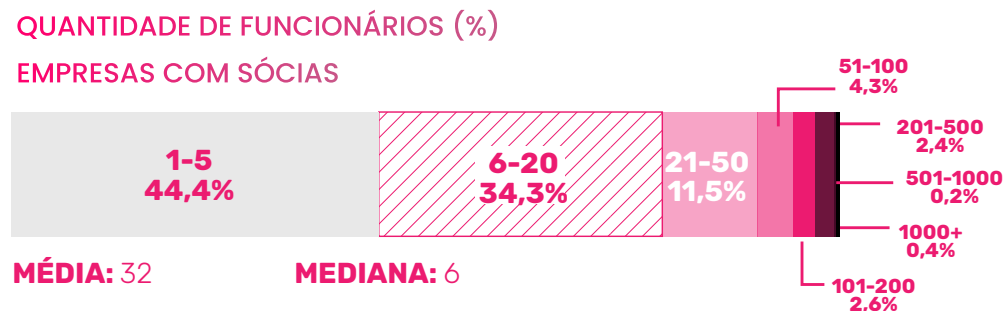
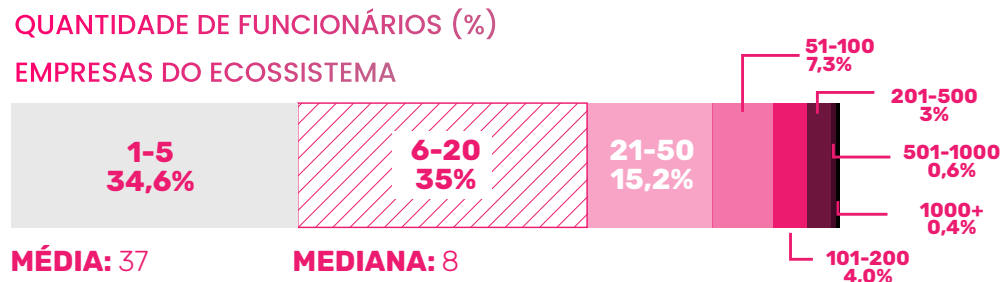




FOTO: DIVULGAÇÃO/REPRODUÇÃO

Renata Mendes

Diretora de Relações
Institucionais e Governamentais
na Endeavor



A Endeavor é a rede global formada pelos empreendedores e empreendedoras à frente das empresas que mais crescem no mundo. No Brasil desde 2000, promove um ecossistema que estimula o crescimento e impacto dos empreendedores e empreendedoras que lideram *scale-ups*. Já o Endeavor Catalyst é o veículo global de co-investimento em *Venture Capital* da Endeavor.

Saiba mais em endeavor.org.br/

EXEMPLO: A FORÇA QUE IMPULSIONA A DIVERSIDADE NAS SCALE-UPS BRASILEIRAS

Aqui na Endeavor, nós acreditamos que as *scale-ups* são a saída para acelerar o crescimento do país. Elas contribuem para elevar a produtividade e a competitividade brasileira, além de atrair capital, talentos, inovação e gerar empregos.

O impacto dessas empresas é tão grande que afeta todos os *stakeholders* – dos fornecedores aos funcionários –, criando um círculo de geração de valor muito rico para o ecossistema e a comunidade local.

No entanto, ainda falta uma peça importante para a transformação ser realmente efetiva: a baixíssima diversidade entre fundadores e lideranças das *scale-ups*, sendo um desses *gaps* a representatividade de gênero.

As empresas mais diversas promovem um grande impacto social e econômico. Contudo, as empresas brasileiras, no geral, incluindo as *scale-ups*, têm um longo caminho para, de fato, serem consideradas diversas e inclusivas. Enquanto as mulheres representam **51% da população**, apenas **2% participam dos times de fundadores** das 100 maiores *startups*, segundo a McKinsey. Elas compõem apenas **6% dos times executivos e 8% de assentos em Conselhos**, segundo a Deloitte.

Empresas com diversidade de gênero em equipes executivas têm 25% mais probabilidade de ter lucratividade acima da média, segundo levantamento da McKinsey. Além disso, quando o número de mulheres fundadoras de *startups* cresce, aumentam, também, as oportunidades de sucesso para outras mulheres na empresa. Estima-se que empresas com mulheres fundadoras empregam 2,5 vezes mais mulheres, de acordo com a Kauffman Fellows.

Esses números atestam como a falta de representatividade se manifesta na prática. Além de não encontrarem semelhantes no topo, as mulheres também enfrentam desafios que os homens, muitas vezes, desconhecem. Soma-se a isso os desafios para acessar capital, fazer *networking* e ganhar confiança dos *stakeholders* que viabilizam o crescimento acelerado.

A partir desse cenário e com os desafios claros, somos capazes de unir forças do ecossistema inteiro – organizações de fomento, aceleradoras, mentores, investidores, governos e universidades – para, enfim, construirmos um ecossistema mais diverso e inclusivo.

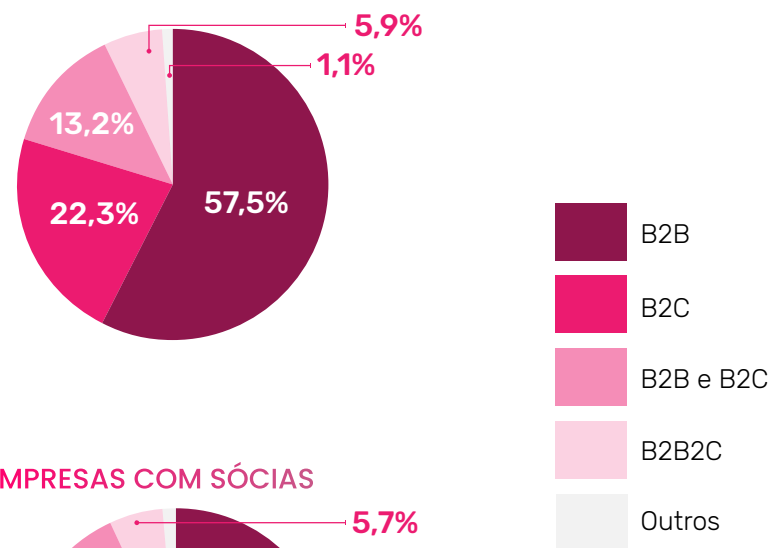
E, assim, **multiplicaremos o número de empreendedoras de impacto no Brasil liderando as scale-ups que mais crescem no país e no mundo.**

SOLUÇÕES B2B TAMBÉM SÃO A MAIORIA ENTRE (CO)FUNDADORAS

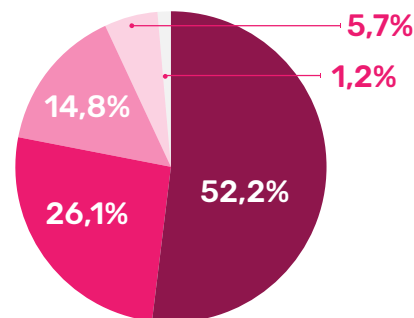
No que diz respeito ao público, um padrão se repete entre o ecossistema, sócias e fundadoras. Isso significa que a mulher que empreende o faz como qualquer pessoa em busca de uma solução inovadora para um determinado setor: em busca de rentabilidade, escalabilidade, competitividade e impacto.

Não se pode, entretanto, deixar de notar a distinção quanto ao quadro das fundadoras, com 11% mais soluções para consumidores (B2C) em relação ao ecossistema como um todo. A explicação para isso, no entanto, não passa pelo gênero das fundadoras. Existem duas possibilidades verificadas pelos programas de aceleração B2Mamy. A primeira é a dificuldade de captação de investimentos por parte dessas empreendedoras, o que faz com que muitas optem por começar atendendo consumidores de modo a acelerar a geração de caixa para a *startup* e a segunda é empreender mais em segmentos que começam com o consumidor final como alimentação, educação e moda.

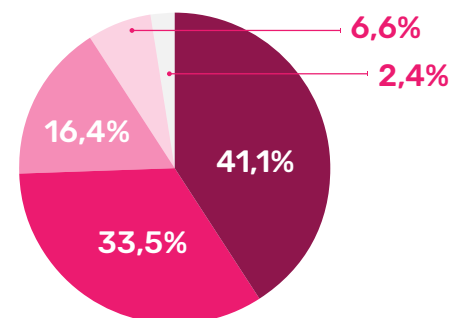
EMPRESAS DO ECOSISTEMA



EMPRESAS COM SÓCIAS



EMPRESAS COM (CO)FUNDADORAS



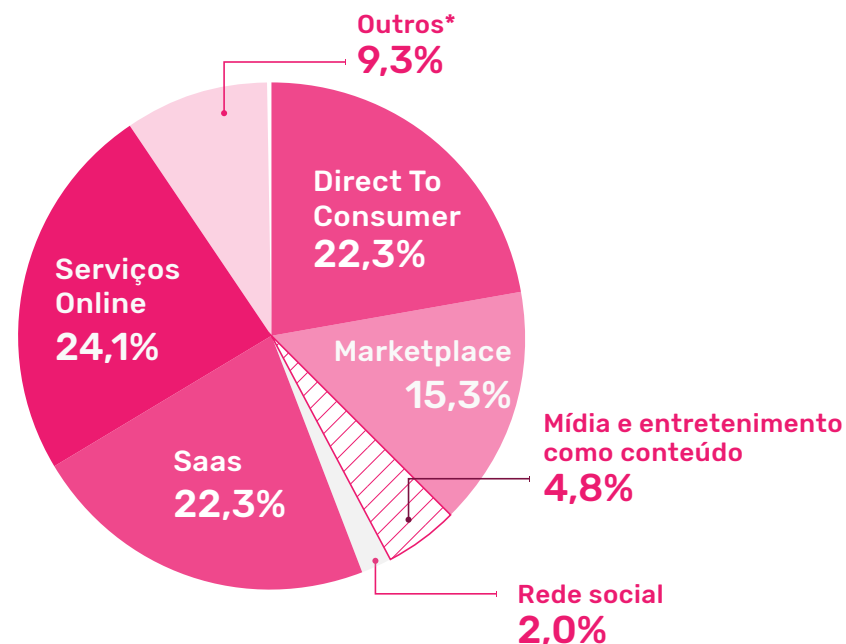
PRESTAÇÃO DE SERVIÇO ONLINE É O MODELO MAIS COMUM ENTRE (CO)FUNDADORAS

Entre as respondentes do questionário sobre empreendedorismo feminino, foi identificado “Serviços online” como o modelo de negócio mais comum aos empreendimentos. Em seguida, com margem percentual bem próxima à primeira colocada, estão os modelos “direct-to-consumer” (produtos ofertados em plataforma e-commerce, diretamente para o consumidor final) e “software-as-a-service”.



Precisamos ser muito fortes e o dobro em dedicação em dedicação. Não foram apenas homens que nos desqualificaram no caminho, outras mulheres também. Posso exemplificar questões desde o comercial, homens que falam e não deixam nós falar, desqualificação questionando idade, capacidade de absorvermos tal projeto, entre muitos outros episódios. A verdade é que não focamos nisso, mas o tempo todo estamos sendo colocadas em check, e adoramos quando conseguimos não apenas responder a altura, mas ensinar. Seguimos fortes!”

QUAL SEU MODELO DE NEGÓCIO?



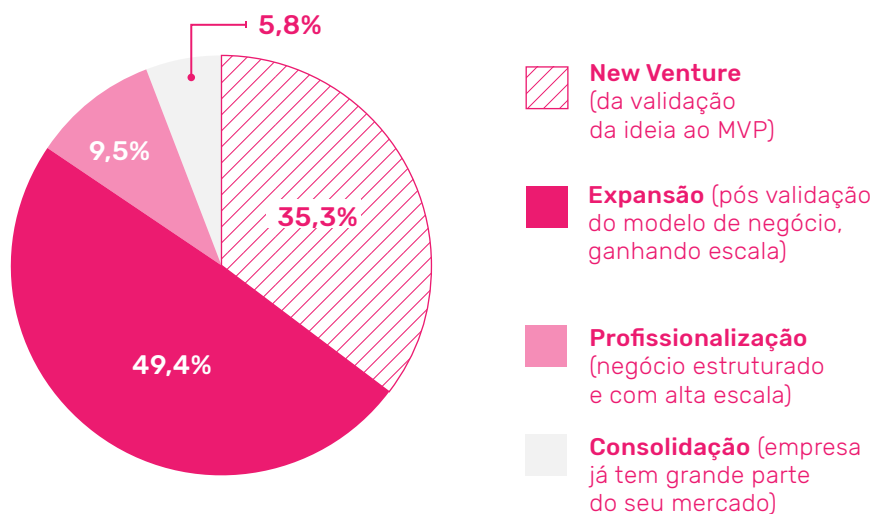
*Outros: *Spaces as a service, Consultorias, Hubs e Fundos de investimento

MAIORES DESAFIOS NA TRAJETÓRIA DO EMPREENDIMENTO

50% das fundadoras estão com suas empresas na fase de expansão, o que justifica que, em 60% das *startups*, o desafio de “escalar o negócio” esteja presente. Outra grande dificuldade é o processo de validação do modelo de negócio (56%) e, não por coincidência, 35% das soluções estão na fase de New Venture, ou seja, da validação ao MVP, nos estágios iniciais.

O terceiro maior desafio é a falta de uma rede de boas conexões, tal como mentores e investidores, algo essencial para a empresa desde a fase inicial até a consolidação.

EM QUAL FASE SUA EMPRESA ESTÁ?



DURANTE O INÍCIO DA SUA EMPRESA, QUAIS DESAFIOS VOCÊ ENFRENTOU?

Desafios	%
Escalar o negócio	60,9%
Validação do modelo de negócio	56,4%
Ter boas conexões (mentores, investidores, etc)	44,6%
Operação do negócio	42,9%
Equilíbrio de vida pessoal e profissional	42,9%
Dificuldade em captar crédito ou capital com investidores	38,8%
Recrutamento de talentos e gestão de pessoas (retenção e cultura)	32,6%
Conciliar ocupação CLT/PJ com o desenvolvimento da empresa/ideias	24,8%
Encontrar um(a) sócio(a)	21,8%
Conhecimento técnico	21,6%
Não ter uma rede de apoio (pessoas que te ajudam no cuidado com filho(s))	15,3%

*Para essa questão foi permitida a escolha de mais de uma opção.



Juliana Freitas

Fundadora da FortBrasil



A FortBrasil é uma fintech genuinamente nordestina que há 15 anos atua no segmento financeiro na concessão de crédito rápido e consciente para clientes e parceiros.

Saiba mais em fortbrasil.com.br/

REPORT • FEMALE FOUNDERS

“ESTAMOS EMPODERANDO O CONSUMIDOR”: CONHEÇA A HISTÓRIA DA FORTBRASIL

Quando criança, eu adorava brincar de ser dona de um negócio. Criava loja de roupas, supermercado, cabeleireiro e o que mais a imaginação inventasse. As pegadas que me guiavam eram do meu pai, um homem sem formação acadêmica, mas que construiu uma empresa de alcance nacional indo atrás de um sonho. Apesar dessa veia empreendedora, durante a escola sonhava em aproveitar meu bom desempenho acadêmico para eventualmente estudar em Harvard e me tornar uma executiva internacional.

Até que, com 20 anos, enquanto me decidia sobre o futuro, topei o convite de meus irmãos para montar uma *factoring* – um mecanismo de fomento mercantil que permite às empresas negociarem seus créditos. Quando comecei a viver o dia a dia de montar a empresa, comecei a me apaixonar de verdade pelo empreendedorismo. Aquele meu primeiro pensamento de ter uma formação acadêmica ficou para trás e mergulhei de cabeça no negócio.

Mas, depois de um tempo, surgiu uma ansiedade: o negócio não era escalável. Tivemos uma experiência com micro-crédito para pessoa física, crescemos, mas também não via muito futuro. O meu desconforto casou com um comportamento do mercado que vinha colocando a FortBrasil em uma posição desfavorável, com a entrada de grandes bancos no mercado de *factoring*. Além disso, o cheque estava desaparecendo e aumentava o uso do cartão de crédito. Eu e meus irmãos vimos ali uma oportunidade. Só havia um detalhe: não entendíamos quase nada do segmento de cartão de crédito. Ainda assim, decidimos fazer esse negócio.

Começamos com cartões de crédito *private label* – ou seja, com a marca do parceiro – primeiro para uma rede de farmácias e depois para times de futebol do Ceará. Colocamos vários promotores na rua, com estandes em frente a lojas todos os dias, fazendo centenas de cadastros de clientes in-

teressados em adquirir os cartões. O crescimento foi gigante, mas a inadimplência foi maior ainda. Mas como é da minha natureza olhar para números, comecei a aprofundar no problema e ele foi identificado (e solucionado) rapidamente. Ainda assim, a medida mais prudente nesse momento era colocar o pé no freio. E não só isso: entender de fato que mercado era aquele em que eles haviam se metido.

Por dois anos, eu e meus irmãos corremos atrás de todo o conhecimento que pudemos. Buscamos mentorias com especialistas, contratamos uma consultoria para nos ensinar processos, trouxemos um conselheiro experiente. No início de 2010, sentimos segurança para ajustar o produto e pivotar o negócio. As atividades de *factoring* continuavam ativas, mas foram perdendo força dentro da empresa conforme as operações de cartão de crédito aumentavam, até que viraram o *core business* da FortBrasil. Criamos uma estrutura extremamente sofisticada de análise de risco, mais precisa que a de muitas corporações de grande porte.

Essa vida de empreendedor tem desafios diferentes todo ano. O primeiro grande susto foi o episódio da inadimplência. Depois que a gente aprendeu, os desafios foram mudando. Hoje a FortBrasil é uma fintech que oferece produtos financeiros desenhados para pessoas das classes C e D, ao mesmo tempo em que atende a necessidade de médios varejistas de fidelizar seus clientes por meio de um cartão de crédito com sua marca. Com tantos aprendizados, estamos colhendo bons frutos, pois a FortBrasil não para de crescer. Mesmo em meio à pandemia, registramos um crescimento de 45% na variação do volume de compras em relação a 2019. Hoje estamos presentes nas regiões Nordeste, Centro Oeste e Sudeste, e possuímos parceria com mais de 350 varejistas dessas regiões. E isso é só o começo, pois o nosso objetivo é operar em todo o Brasil.

REDE DE CONTATOS É ASPECTO CRUCIAL PARA TODAS AS ETAPAS DO EMPREENDIMENTO

Uma melhor leitura dos desafios e compreensão das dificuldades de cada fase é permitida por meio do cruzamento destes com a fase em que se encontra o empreendimento. Percebe-se, por exemplo, que o desafio mais comum à fase inicial (new venture) é o de validação do modelo de negócio (68,1%), pois este é exatamente o objetivo dessa etapa. Porém, o segundo desafio mais indicado entre new ventures, é o de ter boas conexões (50,4%) – estabelecer uma rede de contatos robusta. É interessante notar que esse desafio, contudo, é indicado também pela maioria das (co)fundadoras que estão já com seu modelo consolidado, inclusive sendo referência no segmento de mercado em que se encontra (56,5%). Aliás, ter boas conexões é o principal desafio apontado por este grupo, juntamente com o de escalar o negócio. Como esperado, na fase de expansão do negócio o desafio mais comum é o de escalabilidade (69,5%). Porém, também foi apontado como o principal desafio pelas empreendedoras de negócios em fase de profissionalização (76,3%). Chama a atenção a proporção de (co)fundadoras que indicaram a dificuldade de manter o equilíbrio entre vida pessoal e profissional, com empreendimentos em fase de profissionalização – quase 60%. É o segundo desafio mais indicado pelo grupo e com maior percentual entre todas as fases de empreendimento.

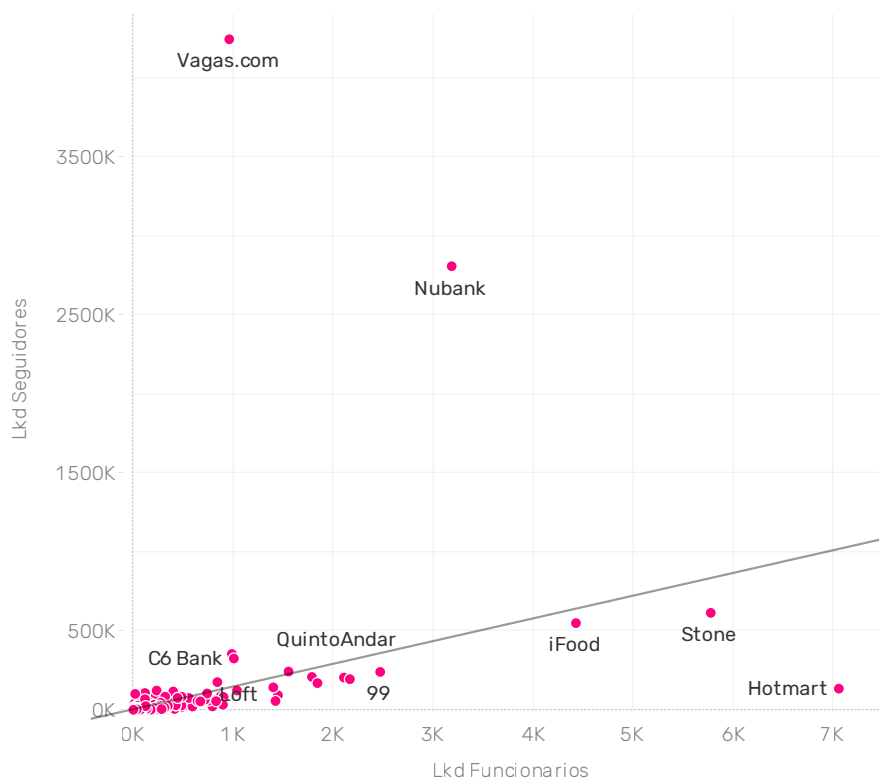
DESAFIOS DE NEGÓCIO POR ESTÁGIO DA EMPRESA								
	New Venture (da validação da ideia ao MVP)		Expansão (pós validação do modelo de negócio, ganhando escala)		Profissionalização (negócio estruturado e com alta escala)		Consolidação (empresa já tem grande parte do seu mercado)	
	Qnt	%	Qnt	%	Qnt	%	Qnt	%
Validação do modelo de negócio	96	68,1%	102	51,8%	17	44,7%	10	43,5%
Conciliar ocupação CLT/PJ com o desenvolvimento da empresa/ideias	42	29,8%	49	24,9%	7	18,4%	1	4,3%
Encontrar um(a) sócio(a)	42	29,8%	34	17,3%	8	21,1%	3	13,0%
Dificuldade em captar crédito ou capital com investidores	53	37,6%	86	43,7%	11	28,9%	5	21,7%
Recrutamento de talentos e gestão de pessoas (retenção e cultura)	29	20,6%	74	37,6%	20	52,6%	7	30,4%
Operação do negócio	55	39,0%	93	47,2%	17	44,7%	6	26,1%
Equilíbrio de vida pessoal e profissional	53	37,6%	85	43,1%	22	57,9%	11	47,8%
Não ter uma rede de apoio (pessoas que te ajudam no cuidado com filho(s))	28	19,9%	25	12,7%	6	15,8%	2	8,7%
Ecalar o negócio	64	45,4%	137	69,5%	29	76,3%	13	56,5%
Conhecimento técnico	38	27%	40	20,3%	7	18,4%	1	4,3%
Ter boas conexões (mentores, investidores, etc)	71	50,4%	73	38,6%	18	47,4%	13	56,5%

PORTE E VISIBILIDADE 1/2

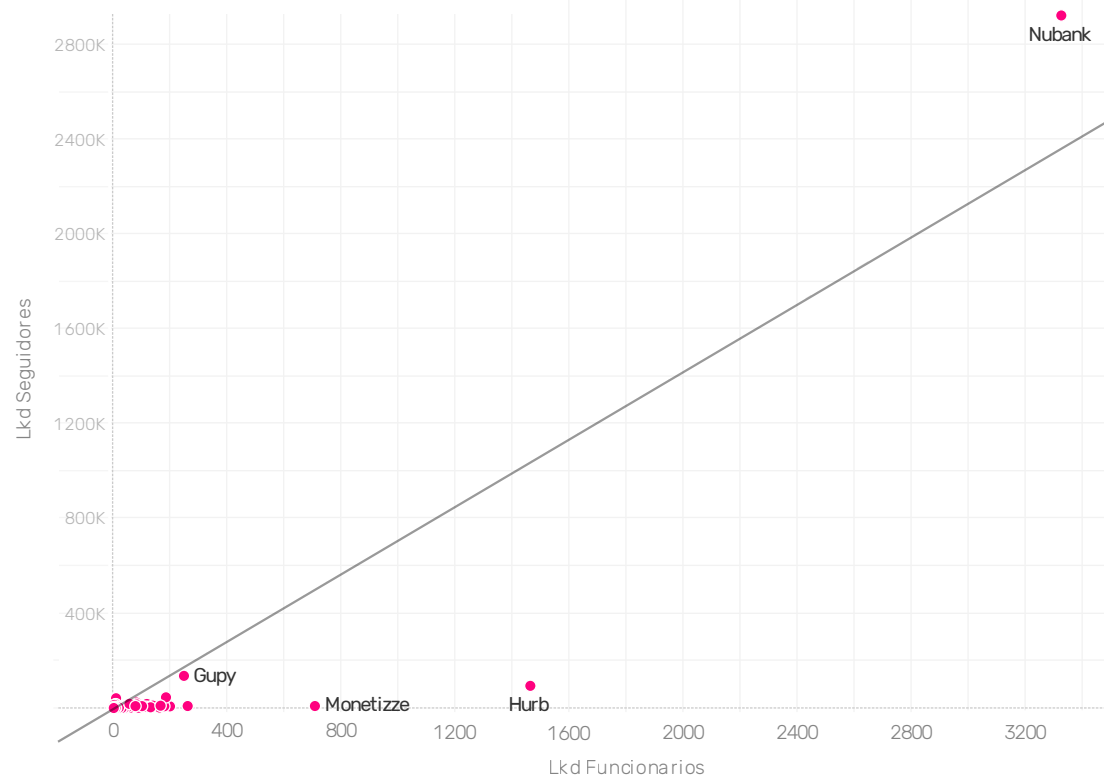
De modo a compreender a correlação entre visibilidade e porte das empresas, utilizamos como proxies o número de seguidores da *startup* no LinkedIn (eixo Y do gráfico) e o seu número de funcionários (eixo X do gráfico), respectivamente. A linha de tendência mostra a correlação linear entre o porte e visibilidade, de forma que as *startups* acima da linha têm uma visibilidade acima do esperado para o seu porte.

Ao analisar esta correlação, portanto, há um único destaque de empresas (co) fundadas por mulheres: o *outlier* Nubank. Essa observação reforça como o ecossistema de fundadoras ainda é muito pequeno e recebe menos atenção (considerando número de seguidores de LinkedIn). Isso pode ser explicado como consequência dos investimentos reduzidos e pela presença minoritária de mulheres fundadoras no mercado.

ECOSSISTEMA



(CO) FUNDADORAS

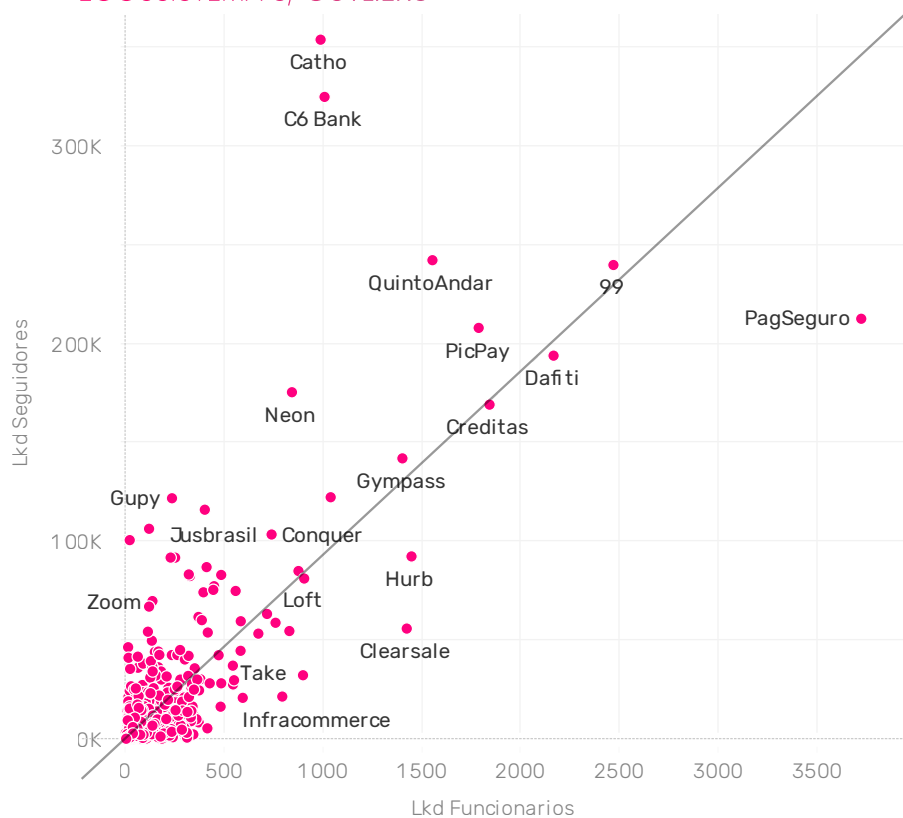


PORTE E VISIBILIDADE 2/2

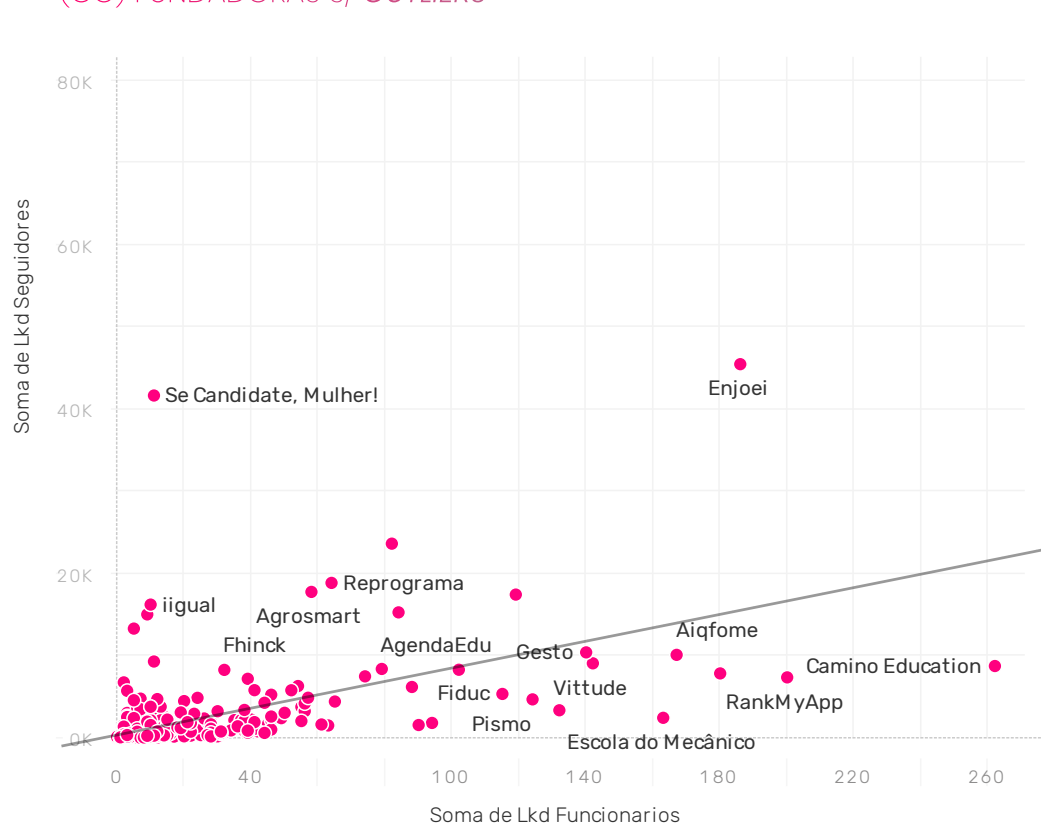
Ao excluir os *outliers*, é possível compreender um cenário mais abrangente entre o ecossistema e o universo de fundadoras. A maioria das empresas de inovação (co)fundadas por mulheres possui visibilidade abaixo de 20.000 seguidores em contrapartida com 100.000 do ecossistema. Quanto ao porte,

a diferença é ainda maior: enquanto a Camino Education se destaca com 260 colaboradores no primeiro grupo, o destaque do ecossistema conta com 13 vezes mais funcionários - 3500 pessoas no total.

ECOSSISTEMA S/ OUTLIERS



(CO) FUNDADORAS S/ OUTLIERS

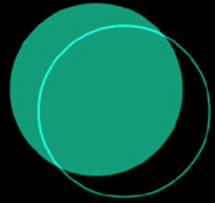


*Os relatos foram coletados anonimamente no questionário aplicado para a confecção deste estudo, portanto os nomes apresentados são fictícios.



O **principal desafio** é superar os estereótipos sobre a capacidade e o papel das mulheres em diferentes esferas da sociedade e como incentivá-las a assumirem **papéis de liderança** para **diminuir algumas das desigualdades sistêmicas** no mercado.”

MARIA DOS SANTOS*



PERFIL DAS CO-FUNDADORAS





PERFIL DAS (CO)FUNDADORAS AINDA É POUCO DIVERSO

Esse relatório aborda com profundidade a diversidade de gênero, porém não se pode abordar a temática de diversidade sem falar também de interseccionalidade. Apesar de mais de 56% dos brasileiros¹⁴ se declararem negros (46,8% pardos e 9,4% pretos), tal proporção não está refletida na composição do quadro de fundadoras.

COMPOSIÇÃO ÉTNICA E RACIAL	
Branca	76,7%
Parda	13,3%
Preta	5,8%
Amarela	3,0%
Indígena	0,5%
Prefiro não responder	0,8%

Minha trajetória é repleta de coisas inusitadas: estava conversando com uma pessoa sobre o que fazemos e eu, mulher negra, estava lá toda empolgada...ai a pessoa (ele) viu uma das minhas funcionárias (branca) e foi conversar com ela e perguntar as mesmas coisa que eu estava explicando.”

Em relação à orientação sexual, quase 90% das fundadoras afirmaram ser heterossexuais.

ORIENTAÇÃO SEXUAL	
Heterossexual	87,5%
Bissexual	5,8%
Lésbica	4,8%
Panssexual	0,5%
Prefiro não responder	1,5%

13. PNAD 2019



FOTO: @NEGOJUNIORDF

Fernanda Ribeiro

Co-fundadora e CCO
da Conta Black

blck.

A Conta Black é uma comunidade financeira que se propõe em resolver o desafio da desbancarização e conseqüentemente a exclusão financeira. Ambas responsáveis pela desigualdade social.

Saiba mais em contablack.com.br/

ATÉ QUANDO ESSE SERÁ O CENÁRIO?

Começo esse texto com um convite, se imagine em uma corrida, concorrendo com competidores de altíssimo nível e ao olhar para frente se depara com uma pista cheia de pedras e obstáculos. Parece insano e injusto? Mas essa é exatamente a realidade diária dos negócios liderados por mulheres e quando olhamos para o recorte de raça essa corrida é pior ainda. Essas mulheres figuram empreendimentos com menor acesso ao crédito, seja ele emitido pelos bancos tradicionais e que também não são investidos pelos grandes fundos.

Ao contrário de todo um estereótipo construído, esses negócios são repletos de inovação, escalabilidade e lucratividade. Quando pensamos na abundância criativa que é gerada num contexto de extrema escassez, o resultado não poderia ser diferente. Essas mesmas empresas representam 30% do Produto Interno Bruto do Brasil. Ao longo da minha jornada empreendedora, conheci diversos negócios incríveis e cheios de potencial, fundados por mulheres criativas e que por conta do contexto hostil acabaram reforçando estatísticas de mortalidade dos pequenos empreendimentos. Mas o que falta dizer é que eles não tiveram as mesmas possibilidades e aberturas que são ofertadas aos liderados por homens. A pergunta que me faço é: até quando esse será o cenário?

Por anos li pesquisas da McKinsey que trazem dados que comprovam que as empresas com diversidade são mais lucrativas, mas quero ir um pouco mais além disso: investidores e fundos que deixam de investir em negócios lide-

rados por mulheres e especial as negras, perdem a chance de ter um portfólio diverso e com altíssimo potencial de ganhos, inovação e sustentabilidade. Parafraseando Viola Davis, o que nos falta é a oportunidade, quando nos é dada a resposta é de altíssimo nível.

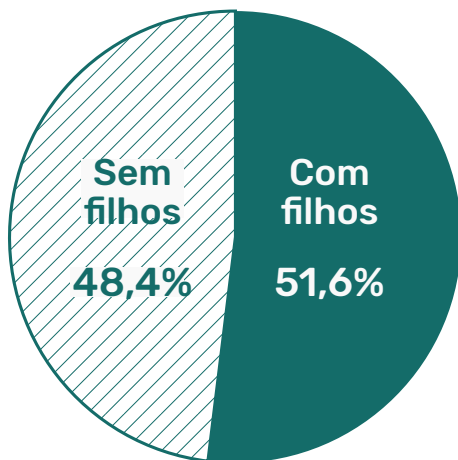
O que vemos constantemente é a mera repetição de padrões de investimento: *startups* que não resolvem problemas reais, unicórnios que não faturam, aplicativos que “uberizam” tudo que figuram um ambiente com pouca inovação. A explicação está no fato de só se gera relações de confiança em semelhantes, ou seja, homens na maioria das vezes vão confiar seu dinheiro em empreendimentos fundados por outros homens. Perpetuar essas práticas, muitas vezes lhe retiram diversas possibilidades assim: o mercado perde, o ecossistema de *startups* e empreendedorismo perde e todos nós saímos perdendo.

É por tudo isso que eu gostaria de convocar os atores do ecossistema para que repensem os seus portfólios e passem a investir nessas empreendedoras. Se habituem a fazer o “teste do pescoço” onde os interlocutores olham o seu entorno e buscam pessoas de contextos diferentes verificando se estas representam o contexto social brasileiro que é em sua maioria figurado por mulheres e negras. E a partir daí comecem uma jornada de inclusão, diversificando os investidos e incluindo mulheres em seus *boardings* e conselhos. Tenho esperança de que os ventos atuais possibilitem uma reflexão mais profunda, que leve por fim, a uma transformação desse cenário.

CONSTITUIÇÃO FAMILIAR

Sobre composição familiar, quase metade das respondentes afirmaram não ter filhos. Enquanto no mercado tradicional essa parcela é maior, no ecossistema de inovação há maior percentagem de empreendedoras sem filhos.

COMPOSIÇÃO FAMILIAR



“Tenho receio do impacto que minha gestação terá no negócio.”

Entre as fundadoras mães, mais de 30% indicou parcial ou total não participação do(a) parceiro(a) na criação dos filhos.

PARTICIPAÇÃO DO(A) PARCEIRO NA CRIAÇÃO DOS FILHOS

O(a) parceiro(a) participa da criação ativamente e financeiramente	68,0%
Sou mãe solo	15,0%
O(a) parceiro(a) participa da criação ativamente mas não financeiramente	8,7%
O(a) parceiro(a) participa da criação financeiramente mas não ativamente	8,3%



“Minha maior dificuldade hoje sem dúvida, é a falta de rede de apoio para ficar com a minha filha de 2 anos para que eu possa ficar na empresa e em meus projetos.”

PENALIDADE DA MATERNIDADE

Ser mulher ainda é um dos principais fatores de exposição ao risco, apesar de ser a maioria da população brasileira - são 51,8% da população e o restante da população é formada por seus filhos. São 67 milhões de mães no Brasil, 31% das quais criam os filhos sozinhas¹⁵.

A despeito da importância óbvia das mães para a sociedade, elas encontram um ambiente hostil no mercado de trabalho por conta de sua condição. É o que se chama de penalidade da maternidade, uma realidade que implica em menores salários, na progressão das carreiras e mesmo na própria empregabilidade.

Segundo dados da Fundação Getúlio Vargas, aproximadamente metade das mulheres é demitida em até dois anos após a licença maternidade, um dado que reforça a hostilidade do mundo corporativo para com as mulheres em geral e as gestantes e mães em particular¹⁶.

Com a crise provocada pela pandemia, também as mulheres tomaram o golpe mais duro: apesar de serem a minoria no trabalho formal, elas representaram quase ⅔ das demissões no período. Entre essas, foram prejudicadas em especial aquelas que têm crianças de até dez anos¹⁷.

Esses dados reforçam os depoimentos, vivências e trajetórias que, constantemente, são questionadas sobre a maternidade em entrevistas de emprego - um constrangimento pelo qual passam 7 em cada 10 mulheres¹⁸.

Diante desse cenário, era de se esperar que muitas mulheres tomassem o caminho do empreendedorismo como forma de escapar dos mandos e desmandos de um universo corporativo ainda preso às amarras do passado, mas o que se observa é que os mesmos obstáculos também se fazem presentes no universo Tech.

Os constrangimentos das entrevistas de emprego agora acontecem nos *pitches* de investimentos, reuniões com clientes, feiras e summits, entre outros ambientes que fazem o ecossistema do empreendedorismo de inovação.

Inovação não é apenas criar novos produtos e tecnologias, mas também encaminhar uma mudança social capaz de melhorar a vida em sociedade. Empreende-se para inovar o mercado de trabalho e fazer da penalidade de maternidade o que ela já devia ser há muito tempo: obsoleta.

Está na hora de estabelecer um compromisso para mudar esta realidade. Contratando mais mulheres, normalizando a maternidade e fazendo parte da sua rede de apoio. São necessárias ações institucionais nessa direção, mas também empatia dos indivíduos. Este é um processo natural da vida!

14. [Brasil tem mais de 20 milhões de mães solteiras, aponta pesquisa](#)

15. [Mulheres perdem trabalho após terem filhos | Portal FGV](#)

16. [Mulheres concentram perda de empregos formais na pandemia](#)

17. [70% das mulheres são abordadas sobre maternidade em entrevistas - Home - iG](#)

EMPREENDEDORAS APRESENTAM IDADE MÉDIA SIMILAR À MÉDIA DO ECOSSISTEMA, PORÉM EMPREENDEM MAIS TARDE

A idade média dos empreendedores(as) do ecossistema brasileiro de inovação é de 40,3 anos. Ao comparar com as *startups* que possuem mulheres no quadro societário, a idade média é relativamente maior, de 42 anos. Já entre as empresas que possuem (co)fundadoras, a média de 40,9 anos volta a se aproximar do encontrado no ecossistema.

Ainda que a média de idade entre empreendedoras e empreendedores seja próxima, é necessário resgatar o fato de que os empreendimentos fundados por mulheres são mais recentes também. Ou seja, elas têm empreendido em inovação e tecnologia mais tarde, em comparação a fundadores homens.

Buscou-se compreender também o aspecto da maternidade em relação ao ano de entrada da mulher que é mãe no ecossistema de inovação. A diferença encontrada entre os grupos “com filhos” e “sem filhos” foi grande: enquanto o último tinha, em média, 33 anos, o primeiro tinha 41. Para esse, a idade média era ainda maior entre as mães solo.

Há alguns estudos que apontam para o fato de que mulheres começam a empreender no mercado tradicional depois da maternidade¹⁹. Entre *startups*, também é possível perceber o impacto da maternidade sobre a entrada da mulher no mundo dos negócios.

FAIXA ETÁRIA	
Até 20 anos	0,3%
Entre 20 e 25 anos	4,6%
Entre 25 e 30 anos	10,7%
Entre 30 e 35 anos	22,3%
Entre 35 e 40 anos	25,6%
Entre 40 e 45 anos	19%
Entre 45 e 50 anos	8,9%
Entre 50 e 55 anos	4,8%
Entre 55 e 60 anos	2,8%
Acima de 60 anos	1%



Em vários ambientes para *startups* o fato de ser mãe, mulher e mais velha, e com objetivos mais concretos e menos "unicórnios-wanna-be" tornavam algumas relações difíceis”

18. [Ter filhos atrasa a carreira das mulheres, aponta estudo](#)

*Os relatos foram coletados anonimamente no questionário aplicado para a confecção deste estudo, portanto os nomes apresentados são fictícios.



Não tenho apoio da família e nem de sócios quanto ao desenvolvimento da ideia e do projeto. Entrar em um hub foi fundamental para fortalecer a ideia dentro de mim. **É difícil conciliar empresa, faculdade e casa...** Não tinha conexões onde moro que quisessem fazer parte da empresa, tive que encontrar em locais como o hub... **Onde moro não existe muito a cultura empreendedora e nem de startup."**

ISABELLE BARBOSA*

NÍVEL DE ESCOLARIDADE E *BACKGROUND*

(Co)fundadoras são qualificadas e têm experiência no mercado, mas ainda enfrentam a desconfiança. Quase 90% das fundadoras têm, pelo menos, ensino superior completo. Do grupo total, 65% tem especialização. Muitas também demonstraram experiência no mundo nos negócios - 42,9% já empreenderam anteriormente. E, 30% não só gerenciam um empreendimento, mas gerenciam mais de um ou uma carreira no mercado tradicional.

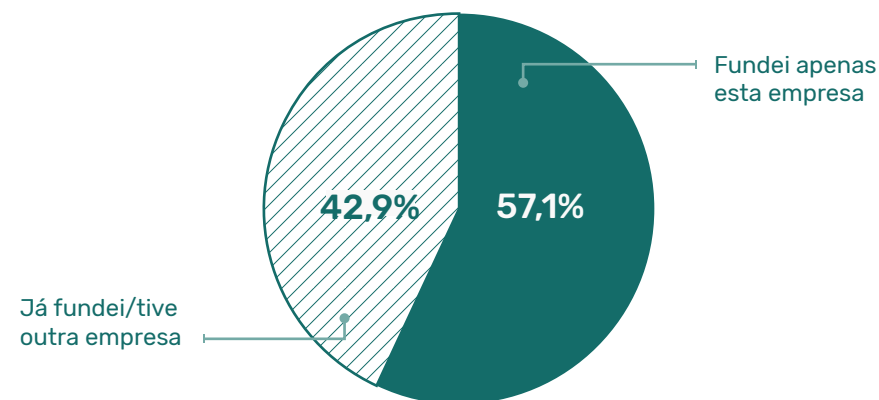
QUAL O SEU GRAU MÁXIMO DE ESCOLARIDADE?

Ensino médio incompleto	0,3%
Ensino médio completo	0,8%
Ensino superior incompleto	8,0%
Ensino superior completo	25,1%
Especialização	45,9%
Mestrado	15,8%
Doutorado	3,3%
Pós doutorado	0,5%
Outro	0,3%
Prefiro não responder	0,3%

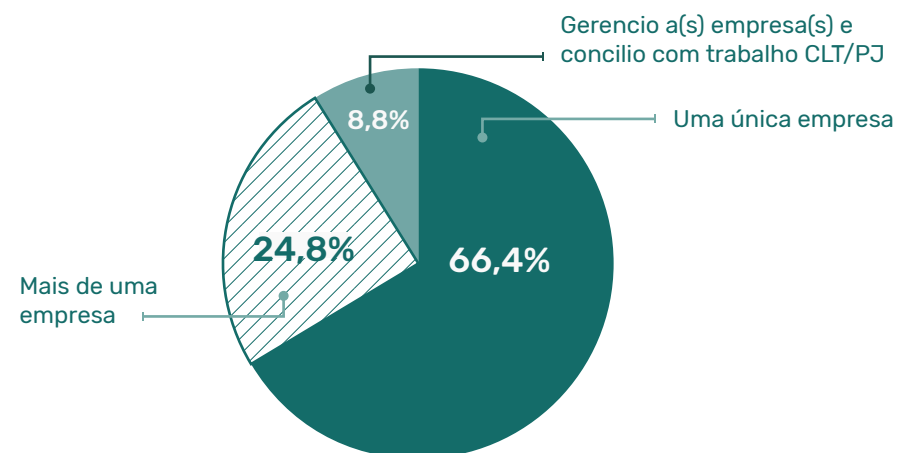


Participei de um evento em que um homem me fez uma pergunta técnica, eu respondi, ele deu de ombros e fez a mesma pergunta para o meu sócio que respondeu exatamente o que eu havia respondido, utilizando as mesmas palavras e este homem respondeu que ele era um gênio.”

EM RELAÇÃO À SUA EXPERIÊNCIA COMO FUNDADORA



ATUALMENTE, VOCÊ GERENCIA/CIUDA DE QUANTAS EMPRESAS?

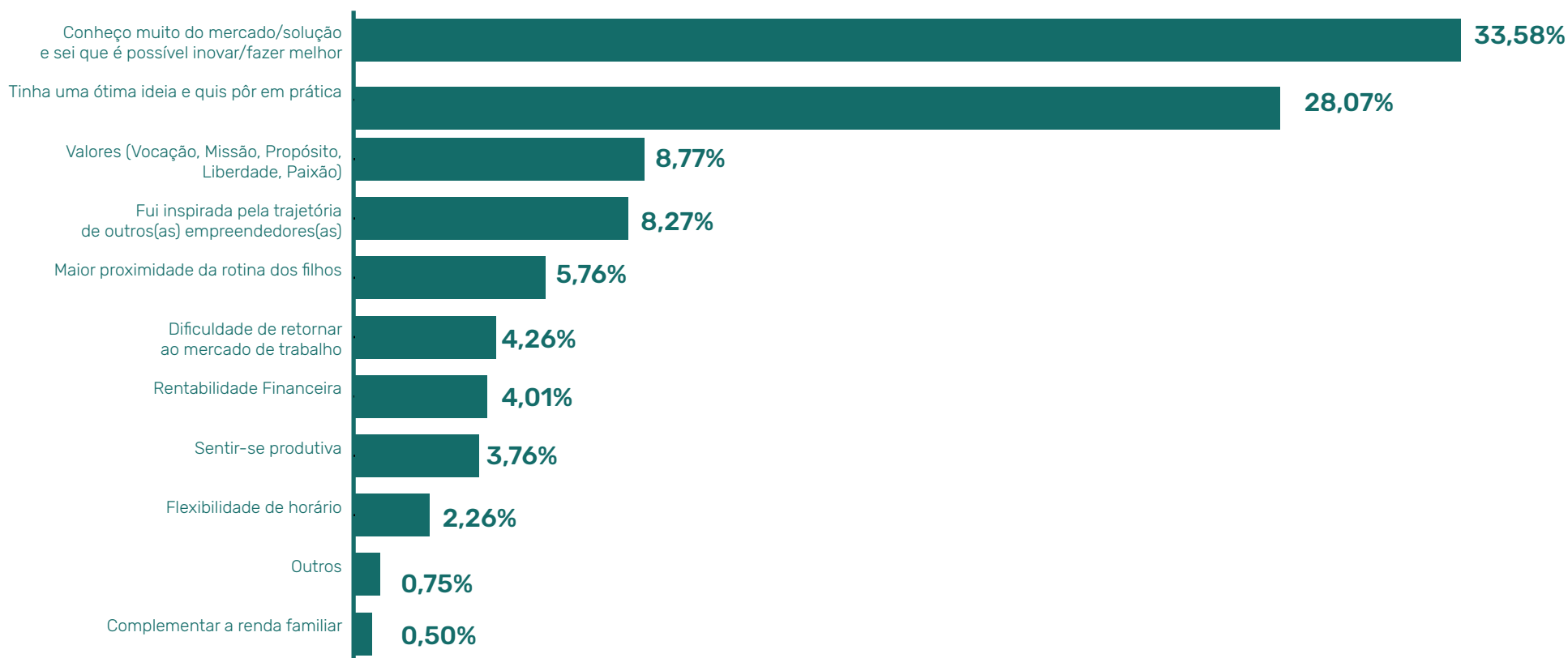


MOTIVADAS PELA INOVAÇÃO

A maior parte das fundadoras ouvidas para este *report* declarou que o principal motivo para empreenderem estaria em um alto conhecimento sobre a solução/mercado e em uma crença em relação à possibilidade de inovar naquele setor e/ou fazer melhor o que já estaria sendo feito. Para empreendimentos inovadores, as opções que indicariam necessidade (Dificuldade de retorno

ao mercado e complementação de renda) não chegou à 5% das entrevistadas. O ambiente de inovação possui alto risco e é bem diferente do empreendedorismo dito “tradicional”, o que pode justificar a escolha da maioria das fundadoras por opções que indiquem paixão pela inovação e/ou por empreender, como motivo principal.

QUAL O PRINCIPAL MOTIVO DE VOCÊ TER EMPREENDIDO?





Mariana Ramos Dias

Fundadora e CEO da Gupy



A Gupy é uma startup fundada há 5 anos por 4 fundadores, sendo duas mulheres. Hoje temos 250 pessoas pautadas em uma cultura muito forte e somos líderes do mercado de contratações on-line, com mais de 15 milhões de usuários. Existimos para alavancar a empregabilidade do nosso país por meio de dois produtos, um de recrutamento e seleção e outro de admissão.

Saiba mais em gupy.io/

REPORT • FEMALE FOUNDERS

CONHEÇA A SCALE-UP QUE **CRESCEU 5 VEZES** EM 2018

A ideia de fundar a Gupy surgiu em 2014, quando eu estava na Ambev com o desafio de diminuir *turnover*. A solução que construímos era uma análise de dados que oferecia uma predição sobre a pessoa ser ou não um *top performer*. Fiquei alucinada com os resultados que tivemos, mas isso tinha sido apenas para um nível hierárquico, ainda tinham muitos outros. Foi nesse projeto que me aproximei da Bruna Guimarães, que viria a ser minha sócia. A Bruna tinha 8 anos de Ambev na época e carregava um cordão com vários broches por bater meta ano após ano.

Ao lado dela comecei a procurar fornecedores que poderiam escalar o que fizemos naquele primeiro projeto. Procurei, procurei, mas não encontrei nada. Eu via soluções lá fora, mas no Brasil o que existia era difícil de usar e não atendia às nossas necessidades. As semanas passavam e eu ali, frustrada, até que li uma frase que mudou tudo: "onde há problemas, há oportunidades." Na mesma hora peguei um guardanapo e comecei a rabiscar ideias. Eu não sabia nada sobre empreender, comecei fazendo uma lista com três pessoas que queria chamar para serem meus sócios.

A primeira era, claro, a Bruna. A grande questão era: como tirá-la da Ambev? Comecei apresentando minha ideia, apesar de achar legal, ela não topou sair. Mas não desisti, pelos três meses seguintes enchi a caixa de e-mails de Bruna de artigos, referências e convites para eventos de empreendedorismo. Depois de um workshop de fim de semana em que fomos juntas a Bruna, enfim, topou.

Quando mergulhamos de cabeça na ideia, aproveitei a *expertise* do meu irmão - e hoje sócio - Guilherme Dias que

trabalhava em uma consultoria de inovação. Do dia em que deixamos a empresa até o dia do primeiro MVP foram dois meses - um dia antes da feira de recrutamento em que íamos testá-la. Não demorou para percebermos que as feiras de recrutamento eram um ótimo meio de testar funcionalidades ou abordagens. Na verdade, foi graças a essas feiras que recebemos uma visita do nosso primeiro cliente.

Quando o Vice-Presidente da Kraft-Heinz veio ao nosso estande, aproveitamos para vender MUITO nosso sonho - e ele topou. Foram três meses de negociação, concorrendo com empresas consolidadas do mundo todo enquanto a gente tinha só um ppt. Mas passamos! E ainda fizemos a Kraft-Heinz pagar à vista e adiantado. Afinal, precisávamos de caixa para desenvolver a plataforma. Assim que o dinheiro caiu, bateu o desespero, precisávamos entregar aquilo em três meses e não tínhamos um CTO.

Comecei a pedir indicação para todos que conhecia, até que cheguei no Robson Ventura. No primeiro momento o contratamos como fornecedor, mas vendemos tão bem o sonho que depois 4 meses ele confessou que estava pensando mais na Gupy que em sua própria *startup*. Logo depois oficializamos a entrada do Robson como sócio.

Desde nossa primeira venda muitas coisas aconteceram, recebemos investimento, crescemos o time e precisei revisitar meu papel como CEO diversas vezes. Hoje minha maior responsabilidade é me reinventar e para isso acontecer, a única forma é continuar aprendendo. Aceleradamente.

*Os relatos foram coletados anonimamente no questionário aplicado para a confecção deste estudo, portanto os nomes apresentados são fictícios.

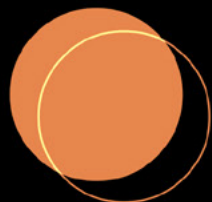


“Para conseguir entrar em uma reunião onde teria acesso (a uma rede de grandes empresários), **tive que contratar um sócio temporário** (homem, branco, maior de 40 anos) para que conseguisse entrar na reunião e ser ouvida. Após a reunião fechei negócio com mais de 80% dos empresários e dispensei o sócio temporário (pois já havia cumprido seu papel).”

MARCIA OLIVEIRA*

Os dados de investimento contemplam startups o ecossistema e um recorte de scale-ups.

Foram retiradas algumas startups outliers (Nubank, Creditas, Gympass, Loft, Hurb, Zenvia, PetLove, Minuto Seguros, Tembici e Cortex) para reduzir distorções e trazer análise precisa quanto à proporcionalidade de valor investido e rodadas de investimento no ecossistema e, conseqüentemente, às empresas (co)fundadas por mulheres. No cenário internacional foram usados dados de mais de uma plataforma, buscando trazer as melhores informações para diferentes análises.



INVESTIMENTOS CENÁRIO BRASILEIRO

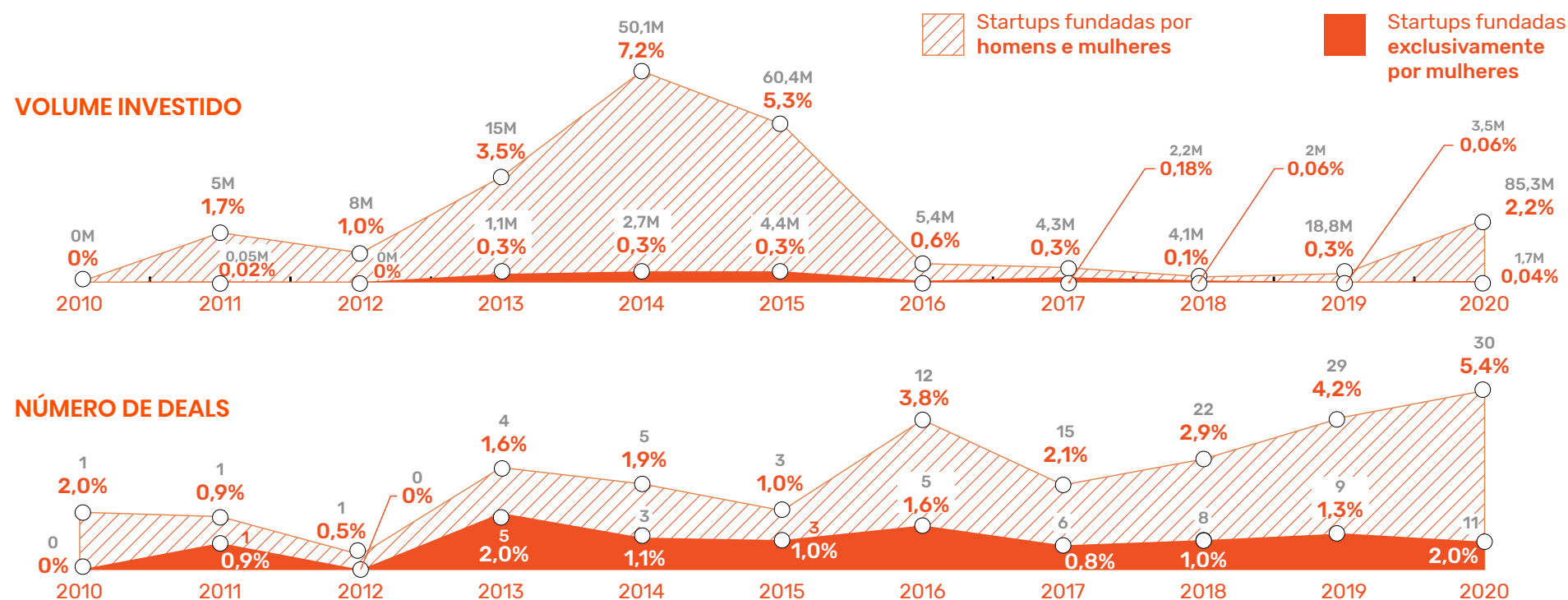


APESAR DE SEREM **4,7%** DO ECOSSISTEMA, STARTUPS FUNDADAS SÓ POR MULHERES RECEBERAM **APENAS 0,04%** DO TOTAL APORTADO EM 2020

Como acesso a capital é um fator essencial ao desenvolvimento e crescimento sustentável das *startups*, dedicou-se uma seção inteira para aprofundar o tema.

Ao longo dos últimos 10 anos o volume investido em *startups* fundadas por mulheres evoluiu de maneira tímida. Em 2010 nenhum volume de capital foi destinado às empreendedoras, e agora, 10 anos depois, o volume destinado continua muito baixo, sendo de apenas 2,2%.

Esses valores mostram como ainda há uma dificuldade para mulheres fundadoras captarem investimentos no setor de inovação. Isso ocorre por diversos fatores, como a desigualdade de gênero dentro da indústria de *venture capital* e alocação desigual de capital entre empresas lideradas por homens e mulheres. Isso indica que ainda há um longo caminho para viabilizar esses recursos para empresas (co) fundadas por mulheres.





Lara Lemman e Monica Saggioro

Co-Founders & General Partners



MAYA Capital - Fundo de *venture capital* investindo nos melhores times early-stage da América Latina, fundado por Lara Lemman e Monica Saggioro em 2018. Em seus dois anos conta com um portfólio de 25 empresas, sendo 7 startups localizadas fora do Brasil (México, Colômbia e Chile).

Saiba mais em www.maya.capital/

REPORT • FEMALE FOUNDERS

INVESTIMENTOS DE **VENTURE CAPITAL** EM *FEMALE FOUNDERS*

Assim como há um grande desafio das mulheres na carreira em grandes empresas, o mesmo acontece em sua jornada empreendedora. Apesar do número de mulheres empreendedoras ter crescido nos últimos anos, ainda há um enorme *gap* quando falamos de investimentos de *venture capital* em *startups* com fundadoras mulheres.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Harvard Business Review em 2018 nos Estados Unidos, apenas 3% dos investimentos realizados por fundos de *venture capital* foram destinados a empresas com uma mulher na posição de CEO. A realidade da América Latina não é diferente, pelo contrário, é ainda mais difícil, dado que os investimentos na região ainda representam 0,09% do PIB, enquanto nos Estados Unidos esse valor é de 0,55%.

Uma das razões para que esse percentual seja tão reduzido e da tendência dos fundos de *venture capital* selecionarem mais homens do que mulheres, está em parte nos vieses do processo de seleção das *startups*. Segundo pesquisa realizada pelo Techcrunch com 180 empreendedores e 140 VCs, foi observado que no processo de análise de investimentos há uma predominância de formulação de perguntas nas entrevistas com um viés mais negativo para as mulheres do que os homens. Enquanto para os homens são questionados aspectos sobre expectativas de ganhos, por exemplo, para as mulheres são questionadas expectativas de perdas e ações para redução de riscos.

Como forma de mitigação desses vieses, alguns fundos têm criado alocações específicas para investimentos em empreendedoras. No entanto, há outras alternativas para reduzir esse impacto de pré-conceitos. Na MAYA Capital por exemplo, não há uma política para alocação de um percentual do fundo exclusivo a *female founders*, no entanto, foi desen-

volvido um processo claro de análise dos investimentos - *framework* padrão para realização de entrevistas e análises, independente do gênero dos *founders* - que mitiga o risco de pré-conceitos no processo de decisão de investimento. Com isso, a já investimos em diversas *startups* com fundadoras mulheres, como a SafeSpace e Theia - com 100% de fundadoras do sexo feminino - e outras como a Gupy, Unbox, Z1, Divibank, Nil e Zubale que possuem ao menos uma mulher como founder.

Outras iniciativas realizadas pela MAYA Capital para garantir a diversidade de gênero consistem no próprio acompanhamento das empresas do portfólio, em que são mensuradas KPIs de diversidade de gênero nas posições de liderança e no time como um todo. Há necessidade de garantir que essa diversidade esteja em constante evolução, de modo que, ao garantir um número maior de mulheres na liderança dessas empresas reflita em um número maior de novas *startups* formadas por empreendedoras no futuro.

Para mulheres que estão nessa jornada, recomendamos que não se subestimem, procurem reverter todas perguntas e análises de forma positiva e busquem investidores que sejam parceiros e que valorizem sua jornada. Nos momentos que receber um não, é importante entender como um aprendizado, perceber onde errou e tentar novamente, como diria Michelle Obama: "Você nunca deve ver os seus desafios como uma desvantagem. Em vez disso, é importante entender que as experiências que você adquire enquanto enfrenta e supera as adversidades é, na verdade, uma das suas maiores vantagens". Na MAYA, sempre encorajamos as mulheres a terem coragem (uma das origens do nosso nome) e atacarem os maiores problemas da nossa região. E quando decidirem enfrentar esses desafios, venham falar conosco porque queremos conhecê-las/ajudá-las!

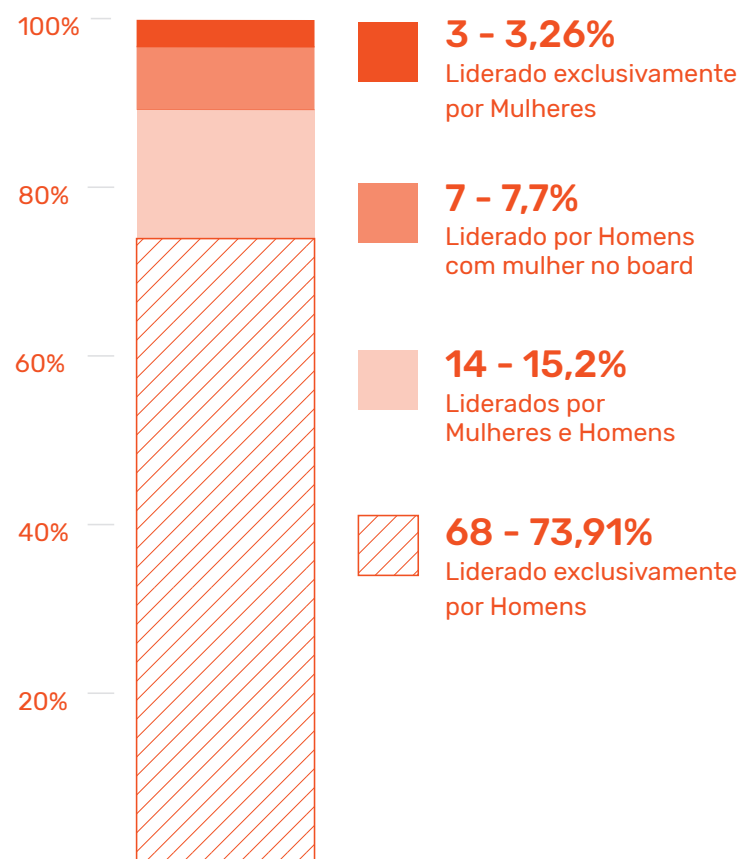
A PRESENÇA DE MULHERES NA INDÚSTRIA DE VENTURE CAPITAL É IMPORTANTE PARA DIMINUIR O *GAP* DE INVESTIMENTOS DE RISCO

Os fundos de *venture capital* são majoritariamente liderados por homens, 74% deles não têm mulheres como *founders* ou no *board* e apenas 3% têm mulheres como *founders*.

Segundo a Oliver Wyman²⁰ nas empresas de fundos de *private equity* e *venture capital*, a participação de mulheres em cargos seniores é significativamente menor que em outros setores da economia. A América Latina chega a ter apenas 8% de mulheres nessas posições.

A desigualdade de gênero na indústria de VC/PE provoca, dentre outros fatores, o viés de similaridade. Isso é, se os investidores forem em sua maioria homens, eles tendem a investir em homens. Como resultado, essa desigualdade na indústria de *venture capital* gera alocação desigual de capital entre empresas lideradas por homens e mulheres.

DISTRIBUIÇÃO DE GÊNERO EM VCS



19. MOVING TOWARD GENDER BALANCE IN PRIVATE EQUITY AND VENTURE CAPITAL

Fonte: Distrito Dataminer

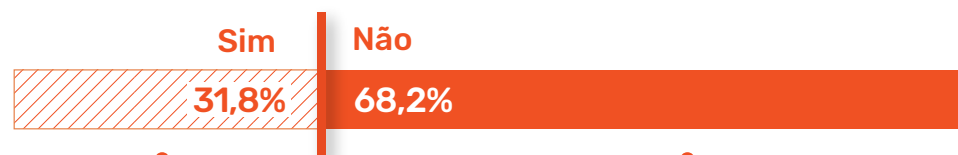
CAPTAR É AINDA MAIS DIFÍCIL PARA QUEM **NÃO SE VÊ REPRESENTADA** NA COMPOSIÇÃO DE FUNDOS DE INVESTIMENTO (1/2)

O questionário aplicado com 400 fundadoras de empreendimentos inovadores permitiu entender a tomada de decisão de financiamento das empreendedoras e quais os desafios enfrentados para acessar capital.

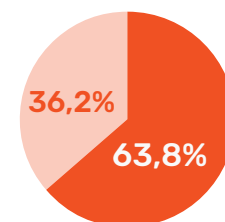
Mais de 30% das mulheres respondentes haviam tentado ou participado de um processo de captação.

Buscou-se, então, entender quais aspectos estavam relacionados à não entrada de quase 70% dessas fundadoras no processo de captação. Descobriu-se que 25% não buscaram captação de recursos pois havia capital suficiente e 15% indicaram não ter conhecimento sobre como proceder para pleitear investimento.

VOCÊ JÁ TENTOU CAPTAR OU CAPTOU DINHEIRO COM INVESTIDORES?

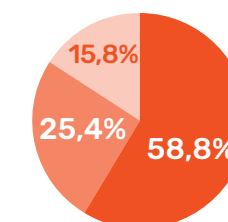


RECEBEU O INVESTIMENTO PLEITEADO?



Sim
Não

ASPECTOS RELACIONADOS A NÃO ENTRADA NO PROCESSO DE CAPTAÇÃO



Ainda não, mas pretendo no futuro
Não precisei, meu capital foi/é suficiente
Não, porque não sei como é o processo

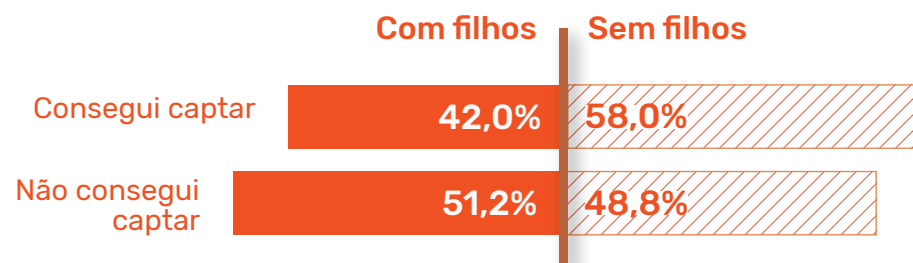
Fonte: Distrito Dataminer

CAPTAR É AINDA MAIS DIFÍCIL PARA QUEM **NÃO SE VÊ REPRESENTADA** NA COMPOSIÇÃO DE FUNDOS DE INVESTIMENTO (2/2)

Entre as que tentaram captar recursos, pouco mais de 60% conseguiram o investimento.

Para melhor compreender os aspectos envolvidos na decisão pelo investimento, foram olhadas as mesmas repostas **entre o grupo com filhos e sem filhos.**

VOCÊ JÁ TENTOU CAPTAR OU CAPTOU DINHEIRO COM INVESTIDORES?



Já tive investimento recusado (não sem antes uma conversa bizarramente constrangedora) por eu ser mulher e estar grávida, como se isso fosse ser um problema para o meu negócio (detalhe: meu negócio é justamente uma solução para famílias com filhos na primeira infância!).”

Fonte: Distrito Dataminer

GÊNERO DEVERIA SER RELEVANTE PARA A CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTO?

Mulheres enfrentam diversos outros obstáculos durante sua busca por capital apenas pelo fato de serem mulheres. 72,4% das fundadoras que passaram pelo processo de captação de recursos afirmaram ter sofrido assédio moral* vinculado a questões relacionadas a gênero e/ou à maternidade.

Mais de 60% das mulheres afirmaram que já foram questionadas por investidores se “teriam condições” de conduzir o negócio.

Quase 1/3 das fundadoras foram perguntadas se eram mães, e, na maioria dos casos, a pergunta ainda foi aprofundada para se os filhos estavam na primeira infância. Esse dado mostra que, infelizmente, gênero é relevante para alguns fundos de *venture capital*, sendo levado em conta no processo de tomada de decisão pelo investimento.

DURANTE O PROCESSO DE CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTO VOCÊ JÁ FOI QUESTIONADA...



*Foram listadas possíveis situações que se enquadram como assédio moral e a entrevistada deveria responder “sim” ou “não” para cada um dos cenários exemplificados.

Fonte: Distrito Dataminer

VIÉS NO MOMENTO DE CAPTAÇÃO

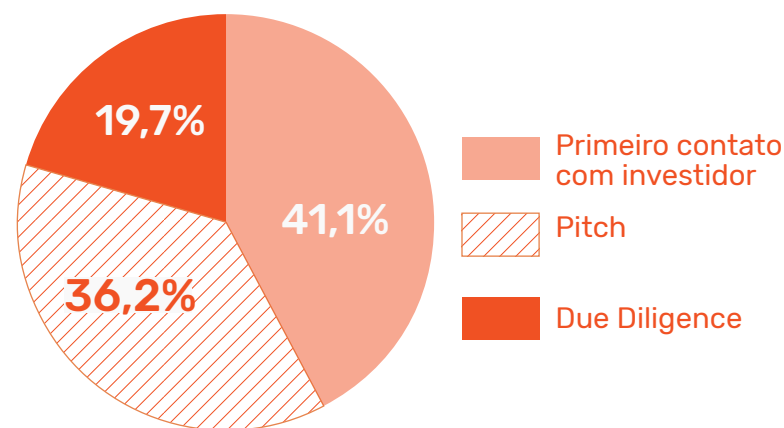
A fase de captação mais difícil para as fundadoras é o primeiro contato com o investidor. Esse dado indica que há uma dificuldade para ingressar na rede de contatos desses fundos, fator determinante para o início da captação e muitas vezes levado em conta pelos investidores para tomar a sua decisão, dado que a recomendação por outro investidor de sucesso tem um peso relevante.

Além do primeiro contato, o *pitch* também é desafiador para as empreendedoras por estar mais suscetível ao viés²¹. Por causa do viés, investidores tendem a preferir empreendedores em comparação com empreendedoras durante o *pitch*, mesmo quando o conteúdo do argumento de venda era exatamente o mesmo²².

20. [How the VC Pitch Process Is Failing Female Entrepreneurs](#)

21. [Investors Prefer Entrepreneurial Ventures Pitched by Attractive Men](#)

EM QUAL FASE DO PROCESSO DE CAPTAÇÃO VOCÊ SENTIU MAIS DIFICULDADE?



Me perguntaram se eu era namorada do meu sócio em um *pitch*."

Fonte: Distrito Dataminer

OS INVESTIMENTOS EM STARTUPS (CO)FUNDADAS POR MULHERES SÃO MENORES EM **LATER-STAGES**

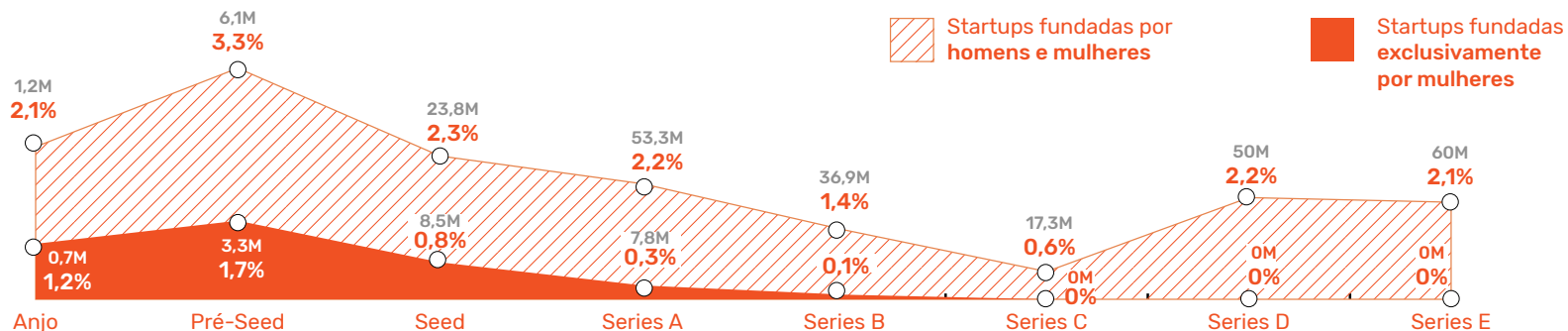
Quando, finalmente, mulheres conseguem captar, ainda encontram um cenário desigual. Em todas as séries o ticket médio para soluções com fundadoras mulheres é menor do que com fundadores apenas homens, mostrando novamente o quão discrepante é o acesso ao capital para mulheres.

Essa discrepância é ainda maior nos estágios mais avançados de investimento, a partir de Series B, em especial em relação ao volume de capital aportado

nas *startups*. Importante ressaltar que a partir das Series C não há investimentos alocados em *startups* com fundadoras exclusivamente mulheres.

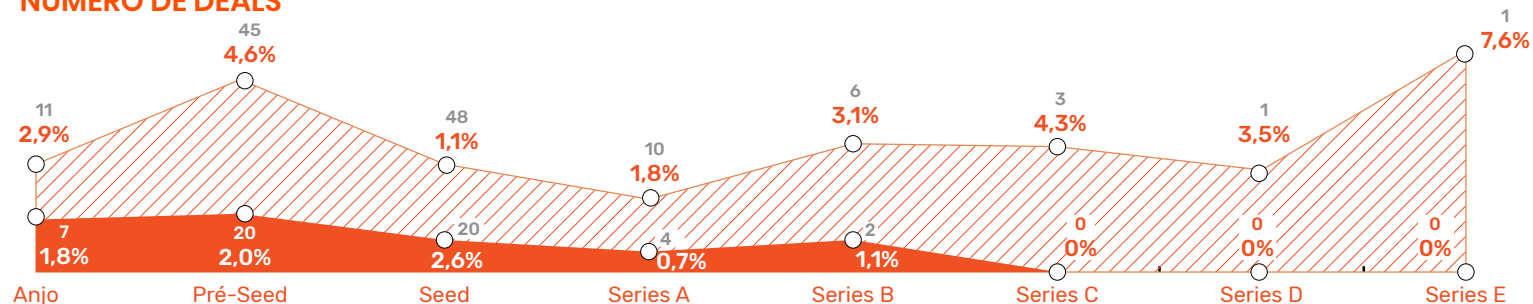
Segundo a Oliver Wyman²³, mulheres CEOs são ligeiramente menos propensas a garantir uma rodada subsequente de financiamento após o primeiro investimento. Essa falta de capital na fase de expansão e profissionalização da empresa compromete seu crescimento no médio e longo prazo.

VOLUME INVESTIDO



22. MOVING TOWARD GENDER BALANCE IN PRIVATE EQUITY AND VENTURE CAPITAL

NÚMERO DE DEALS



Fonte: Distrito Dataminer

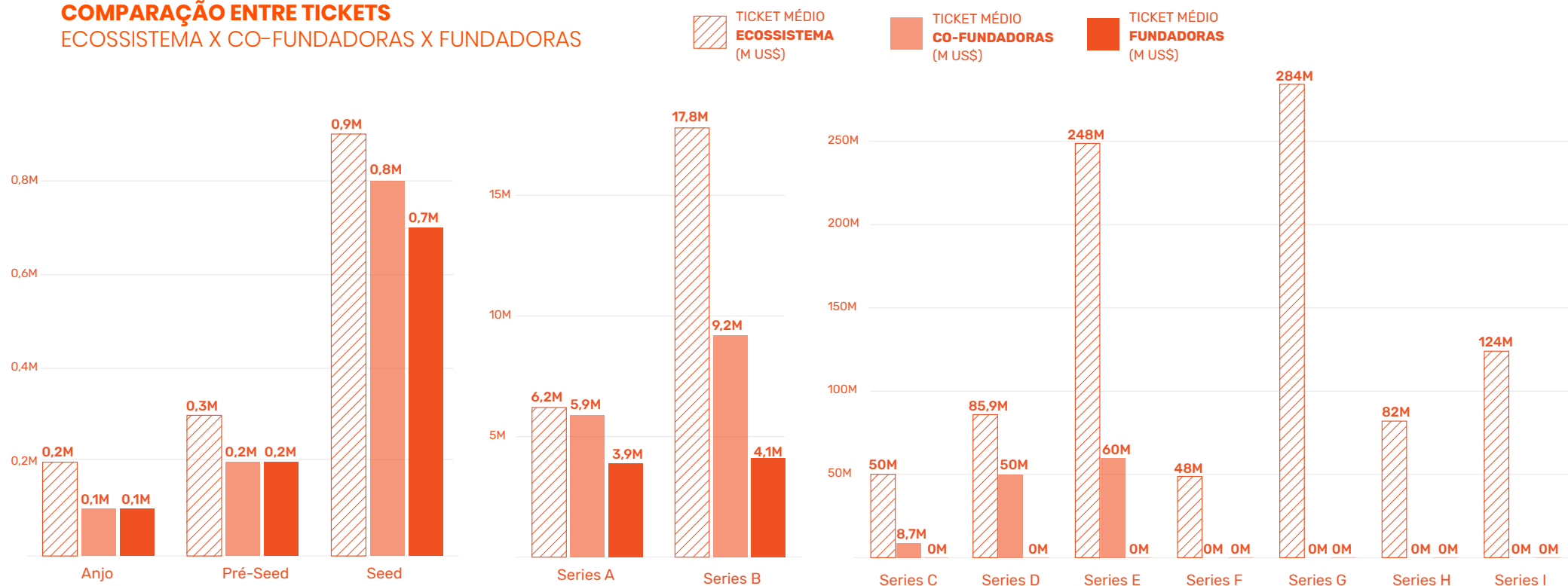
TICKET MÉDIO É MENOR NA EVOLUÇÃO DAS RODADAS

O ticket médio por estágio mostra a discrepância entre o valor recebido entre homens e mulheres ao captarem investimentos no Brasil. Discrepância que fica maior conforme o estágio aumenta: em rodadas Anjo a média recebida por startups com fundadores é 2x maior, já em soluções com apenas mulheres no time de fundadores na Series B chegam a receber apenas 1/5 do que o ticket médio do ecossistema.

A maior diferença encontrada foi em Series C para co-fundadoras que foi de apenas 17,4% do recebido na média pelo ecossistema.

Os tickets menores prejudicam as fundadoras do momento da ideação até a expansão, onde esses valores menores podem significar a perda do timing de conquistar o mercado, e ser mais uma dificuldade no caminho das empreendedoras.

COMPARAÇÃO ENTRE TICKETS ECOSISTEMA X CO-FUNDADORAS X FUNDADORAS



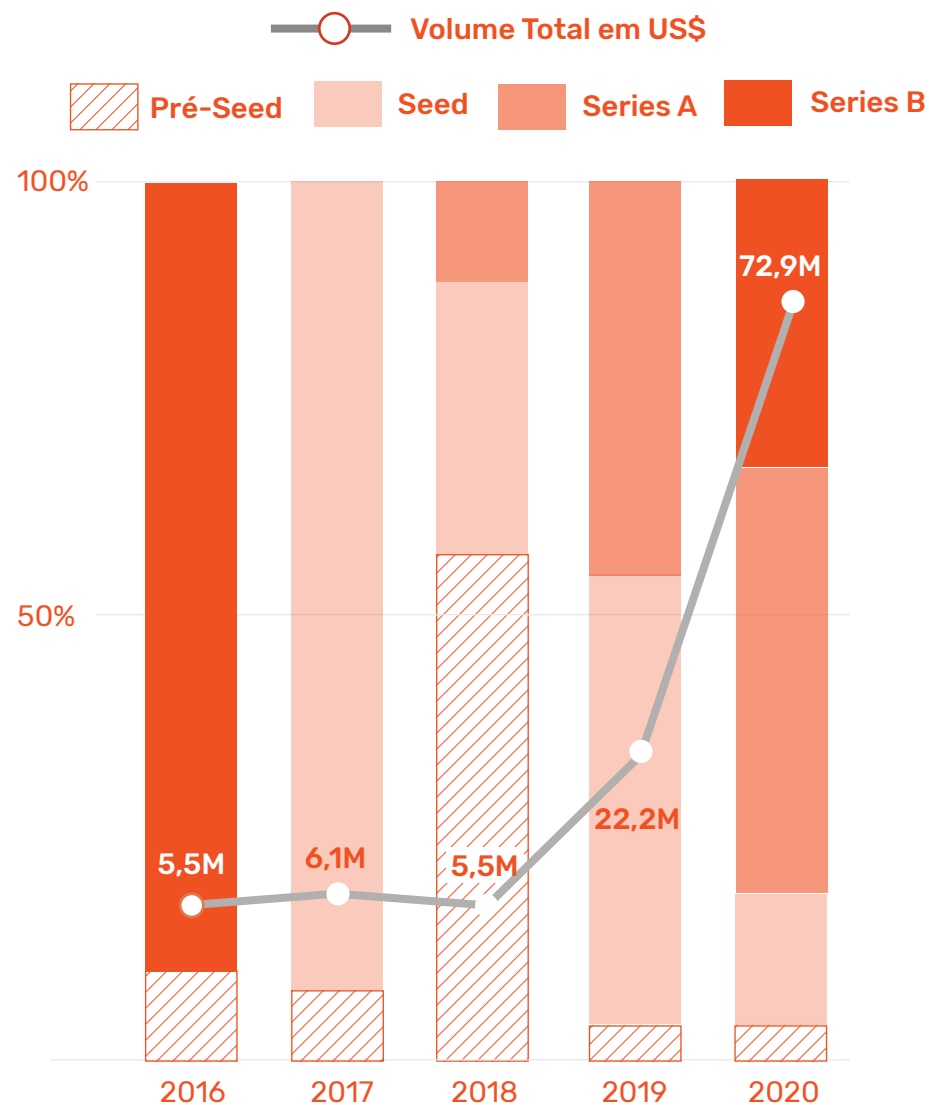
Fonte: Distrito Dataminer

O VOLUME POR ESTÁGIO DOS ÚLTIMOS 5 ANOS: VOLUME EM SÉRIES MAIORES AUMENTA NOS ÚLTIMOS ANOS

Considerando apenas investimentos realizados em *startups* lideradas por mulheres, observa-se um aumento no volume de investimentos de estágios maiores nos últimos 5 anos. Isso indica que os fundos também estão investindo em *startups* lideradas por mulheres em estágios de expansão e profissionalização.

Em 2016, observa-se uma concentração em Series B. Ao longo dos anos essa concentração diminui ao passo que em 2020 todos os estágios são contemplados por investimentos de capital de risco. O último ano marca também o maior montante investido no período: US\$ 72,9 M, sendo 13 vezes maior que o total de US\$ 5,5 M investidos em 2016.

EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM EMPRESAS COM (CO)FUNDADORAS



Fonte: Distrito Dataminer

TICKET MÉDIO CHEGA A SER 100 VEZES MENOR PARA INVESTIDAS EM EMPREENDIMENTOS (CO)FUNDADOS POR MULHERES

Embora haja uma participação maior de empreendedoras em setores como saúde, educação e serviços financeiros, os investimentos por setor não seguem essa mesma ordem. Para fundadoras, houve uma concentração maior nos setores de entretenimento, serviços financeiros, Rh e educação.

Ademais, o ticket médio entre investimentos realizados no ecossistema como um todo e em empresas fundadas por mulheres, em alguns setores, ainda é muito desproporcional.

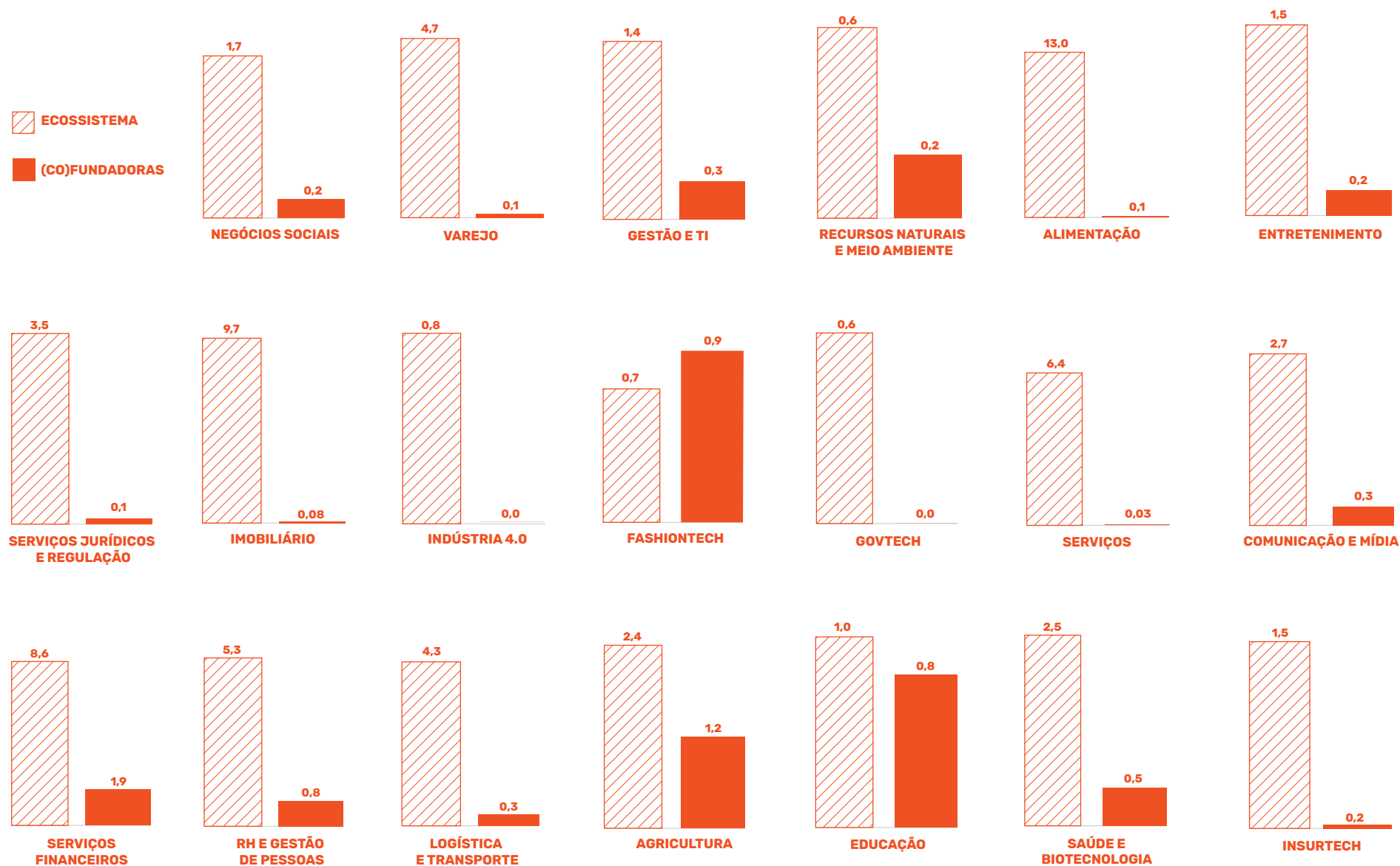
Saúde e Biotecnologia, por exemplo, destaca-se pela quantidade de deals - 25 aportes que resultaram em US\$ 8,1M investidos, representando 15% do número de deals do ecossistema. Porém, o ticket médio nesse setor para fundadoras é quase oito vezes menor do que o ticket médio do ecossistema.

Vale destacar o setor Imobiliário, onde a discrepância é a maior, com o ticket médio das fundadoras representando apenas 0,8% do ecossistema, ou seja, quase 100 vezes menor do que o ticket médio para o setor como um todo. Educação, por exemplo, é o setor com a menor diferença entre tickets, mas ainda assim apresenta uma distância de 24 p.p.. Entre todos os setores, Agricultura e FashionTech são os que demonstram mais equilíbrio entre os tickets médios de (co)fundadoras com o ecossistema.

SETOR	VOLUME (EM US\$) INVESTIDO - MILHÕES		NÚMERO DE DEALS	
	ECOSSISTEMA	(CO)FUNDADORAS	ECOSSISTEMA	(CO)FUNDADORAS
Entretenimento	83,7	1	56	5
Serviços Financeiros	3033,7	39,5	351	21
RH e Gestão de pessoas	387,6	13,9	73	17
Educação	118,6	11,4	118	15
Agricultura	115,2	9,6	97	4
Saúde e Biotecnologia	407,4	12,7	162	26
Comunicação e Mídia	498,2	3,8	186	15
Logística e Transporte	570,2	2,4	132	7
Varejo	906,8	1,4	191	12
Gestão e TI	115,5	1	81	3
Recursos naturais e Meio Ambiente	13,7	1	25	6
Serviços Jurídicos e Regulação	141,4	0,7	41	5
Imobiliário	728,4	0,4	75	5
Alimentação	673	0,3	49	3
Indústria 4.0	31,2	Dados não divulgados	41	3
FashionTech	11	8,2	15	9
Negócios Sociais				
GovTech	3,2	0	5	0
Serviços	456,1	0,1	71	3
Insurtech	138,4	0,1	28	1
Negócios Sociais	42,3	0,2	25	1

Fonte: Distrito Dataminer

TICKET MÉDIO



Fonte: Distrito Dataminer

FUNDOS DE VENTURE CAPITAL

Analisando como os investimentos se distribuíram no ecossistema e em soluções inovadoras com mulheres, alguns fundos podem ser destacados: Bossa Nova, Canary e Redpoint eVentures.

Porém, considerando o número total de investimentos realizados por esses fundos, analisou-se também a proporção entre total e investimentos em *founders* mulheres, filtrando apenas fundos com mais de 10 investimentos no ecossistema.

Com isso, o fundo que mais investe em mulheres proporcionalmente é a Maya Capital, com 29% dos aportes concentrados em fundadoras. Ele é, inclusive, o único fundo com uma fundadora mulher na lista dos 11 fundos que mais investiram.

A Vox Capital também se destaca por ter a segunda maior proporção, e apesar de não ter uma fundadora, tem uma mulher no *board* do fundo.

FUNDO	INVESTIDA EM FUNDADORAS	INVESTIDAS ECOSISTEMA	FUNDADOR(A)	PROPORÇÃO
Bossa Nova	17	150	HOMEM	11%
Canary	9	86	HOMEM	10%
Redpoint eventures	5	82	HOMEM	6%
Maya Capital	4	14	MULHER	29%
Domo Invest	4	37	HOMEM	11%
Vox Capital	3	23	HOMEM	13%
Distrito Ventures	1	11	HOMEM	9%
DGF Investimentos	1	13	HOMEM	8%
KPTL	1	14	HOMEM	7%
OneVC	1	18	HOMEM	6%
SP Ventures	1	29	HOMEM	3%

Fonte: Distrito Dataminer

MAIOR RODADA DE INVESTIMENTO EM 2020 – BRASIL

APENAS HOMENS VS APENAS MULHERES

FUNDADORES HOMENS

ANO DE FUNDAÇÃO	STARTUP	VALOR DA RODADA (US\$)	RODADA
2016	Neon	300M	Series C
2012	Creditas	255M	Series E
1999	Vtex	225M	Series C
2013	CargoX	83M	Series E
2015	Olist	58M	Series D

FUNDADORAS MULHERES

ANO DE FUNDAÇÃO	STARTUP	VALOR DA RODADA (US\$)	RODADA
2017	Dr. Cannabis	0,359M	Seed
2016	Lady Driver	0,263M	Seed
2020	Mimo	0,223M	Anjo
2019	Amyi	0,180M	Pré-Seed
2020	MeddyApp	0,060M	Anjo

Fonte: Distrito Dataminer

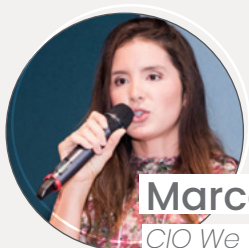


Lícia Souza

CEO We Impact



É a primeira venture builder dedicada a mulheres líderes de startups. Por acreditar na diversidade aliada à tecnologia como driver da inovação, investe capital financeiro e estratégico para ajudá-las a construir empresas tecnológicas, escaláveis e globais. br/



Marcella Ceva

CIO We Ventures



É o primeiro fundo da América Latina 100% dedicado a investimento em mulheres em tecnologia, promovendo o equilíbrio no acesso ao capital e tendo a diversidade como pilar para o desenvolvimento.

ACELERANDO A TRANSFORMAÇÃO

Enquanto dados comprovam a grande desigualdade de gênero no ecossistema, seja pela baixa proporção de *startups* lideradas por mulheres ou pelo baixo fluxo de investimentos que elas recebem, estudos apontam que suas empresas são mais lucrativas.

Essa contradição deixa claro que lidamos com um problema sistêmico, ligado a vieses inconscientes que passam despercebidos aos que não se dispõem a olhar com atenção.

Quem nunca ouviu que “mulheres são de humanas, homens são de exatas”? Indo além, um estudo de 2019 mostrou que 59% dos brasileiros não se sentem confortáveis com uma mulher como CEO, e segundo o IFC só 8% dos fundos de VC e *Private Equity* na América Latina têm mulheres na liderança.

Crenças limitantes, normas sociais e a subrepresentatividade, entre outros fatores, criam um ciclo que não nos estimula a liderar, e muito menos a empreender em tecnologia.

CLOSING THE GAP

O mercado de tecnologia e inovação não se exime da desigualdade de gêneros. Apenas 30% das mulheres escolhem campos de estudos relacionados a ciências, tecnologia, engenharia e matemática, o que se reflete em uma participação abaixo de 25% no mercado STEM e 17% em tecnologia.

Em atividades empreendedoras, a disparidade continua. Em média 10% do total de fundadores são mulheres, apenas 1,7% na área de tecnologia.

Esse cenário não é consequência de diferenças biológicas, mas de questões culturais. Mulheres se deparam com vieses de autopercepção, estereótipos de gênero e falta de representatividade que influenciam negativamente o envolvimento nestas áreas.

A baixa participação econômica gera menor representatividade em posições seniores, resultando no *gap* de salários. E o *gap* entre investidores acentua a concentração de capital: *startups* fundadas por mulheres receberam 2,7% do total investido em 2019, lacuna que fica ainda maior para interseccionalidades de raça, nacionalidade e classe social.

Para uma mudança efetiva, a equidade de gênero deve fazer parte da agenda do ecossistema com soluções estruturadas, avançando da mera intenção à intencionalidade.

Entidades de investimento devem investir em *startups* fundadas por mulheres, mas também contratar e permitir a ascensão de mulheres a seus times de liderança. Fundadores devem incorporar boas práticas de inclusão e diversidade na cultura de suas *startups* e trazer mulheres para todas as funções e níveis de hierarquia. Grandes empresas devem apoiar iniciativas que ajudam a tornar o ecossistema mais diverso, incluindo a causa em suas teses de investimento.

O “novo normal” não é estar em *home office*: é ter mais empresas inclusivas. E o rápido crescimento das *startups* multiplica o impacto positivo que elas podem gerar na sociedade. Só com ações concretas podemos acelerar essa transformação. Ela depende de todos nós e será positiva para todos nós.

A resolução destes *gaps* não beneficia somente mulheres. O PIB mundial crescerá de US\$2.5 a US\$6 trilhões com a paridade de gênero.

Startups com ao menos uma mulher na equipe fundadora apresentam maior retorno e são mais prováveis de realizar saídas em menor tempo.

Uma maior diversidade é fundamental para incorporar diferentes óticas, impulsionando a inovação. E, indo além, o risco de baixa performance é incorporado ao dever fiduciário de investidores e gestores. É evidente a necessidade de adequação a estas novas obrigações.

Precisamos nos comprometer com a equidade de gênero, agindo como investidoras e construtoras de parcerias para que mulheres recebam oportunidades e o apoio necessários para o sucesso e mudança do *status quo*.

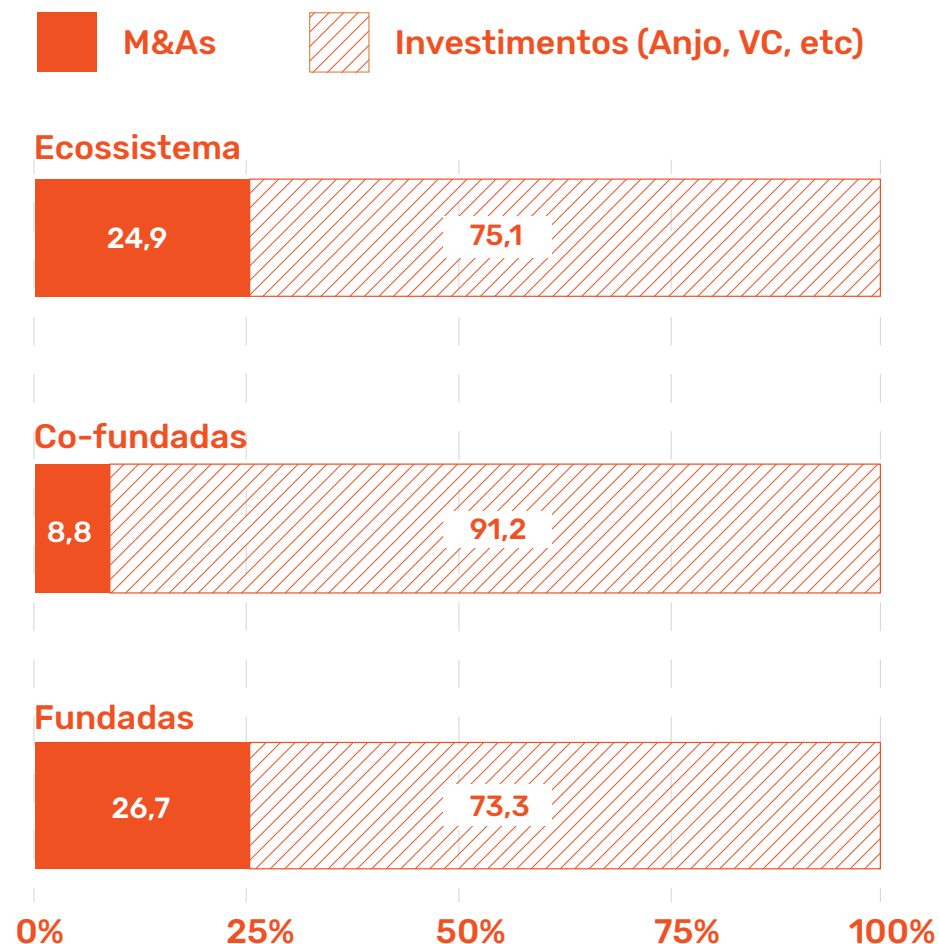
M&AS 2020

O número de M&As em empresas fundadas apenas por mulheres surpreende, sendo que 26,6% dos deals foram aquisições, valor aproximadamente 1p.p. maior que o ecossistema.

Esse valor surpreende justamente por ser próximo ao ecossistema, algo que não acontece proporcionalmente para nenhum outro fator na área de investimentos.

Já soluções co-fundadas por mulheres foram apenas 8,8%, valor significamente menor que o ecossistema, e com o valor bruto menor que fundadas apenas por mulheres, 3 ante a 4 aquisições.

	TOTAL DE DEALS	M&As
Ecosistema	668	166
Co-fundadas	34	3
Fundadas	15	4



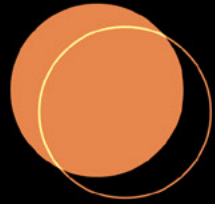
Fonte: Distrito Dataminer

VOCÊ SABIA QUE ESSAS STARTUPS SÃO **FUNDADAS SÓ POR MULHERES?**

STARTUP	SETOR	SCORE DATAMINER*	NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS	DESTAQUE
	SERVIÇOS FINANCEIROS	665	84	Adquirida pela Creditas
	ALIMENTAÇÃO	665	170	Adquirida pela Magalu
	EDUCAÇÃO	648	180	75% dos funcionários são mulheres
	SAÚDE E BIOTECNOLOGIA	642	15	Captou US\$ 1,7M
	EDUCAÇÃO	620	28	Já impactou 170 mil pessoas com as plataformas de carreiras e trabalhabilidade
	SAÚDE E BIOTECNOLOGIA	612	16	Captou US\$ 553K em crowdfunding
	LOGÍSTICA E TRANSPORTE	603	24	Captou US\$ 918K em crowdfunding
	SAÚDE E BIOTECNOLOGIA	601	10	Health Tech mais premiada da América Latina

*Score Dataminer é um indicador de maturidade, proprietário do Distrito, que leva em consideração 7 variáveis: Número de colaboradores; Crescimento do quadro de funcionários; Número de acessos à plataforma (site oficial); Crescimento do número de acessos à plataforma (site oficial); Número de seguidores no LinkedIn; Score de captação de rodadas; Score de faturamento presumido. Quanto mais próximo de "1000" mais madura é a solução.

Fonte: Distrito Dataminer



INVESTIMENTOS: CENÁRIO INTERNACIONAL

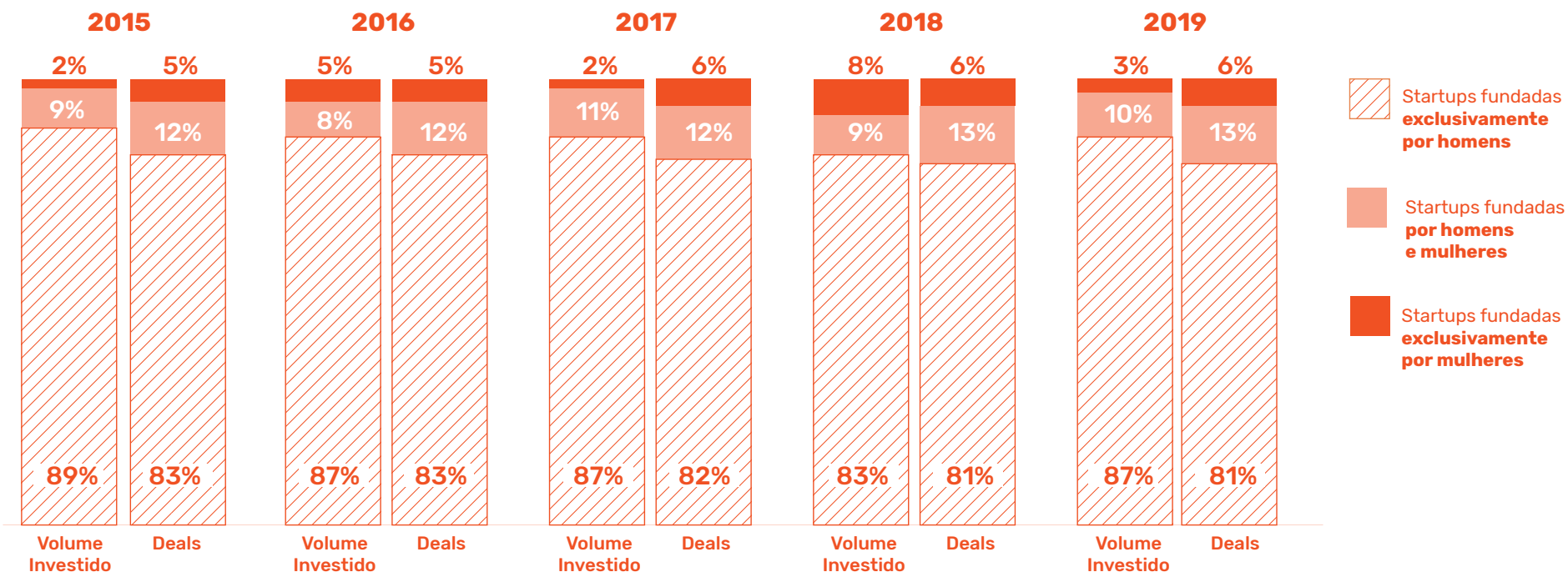
DESIGUALDADE EM INVESTIMENTOS PERMANECEU A MESMA

Para além do Brasil, também foram analisados os investimentos em capital de risco em contexto internacional.

Em comparação ao cenário brasileiro, o cenário internacional se comportou de forma similar: a desigualdade de investimentos entre *startups* fundadas por homens e fundadas por mulheres é nítida e permaneceu praticamente a mesma ao longo dos anos.

Em 2015, *startups* com mulheres no time de fundação recebiam 11% do volume aportado e estavam envolvidas em 17% dos deals. Em 2019, passaram a receber 13% do total de capital, sendo 19% dos deals totais. A mudança de apenas 2 p.p. em 5 anos mostra que não houve evolução na desconcentração de capital entre gênero.

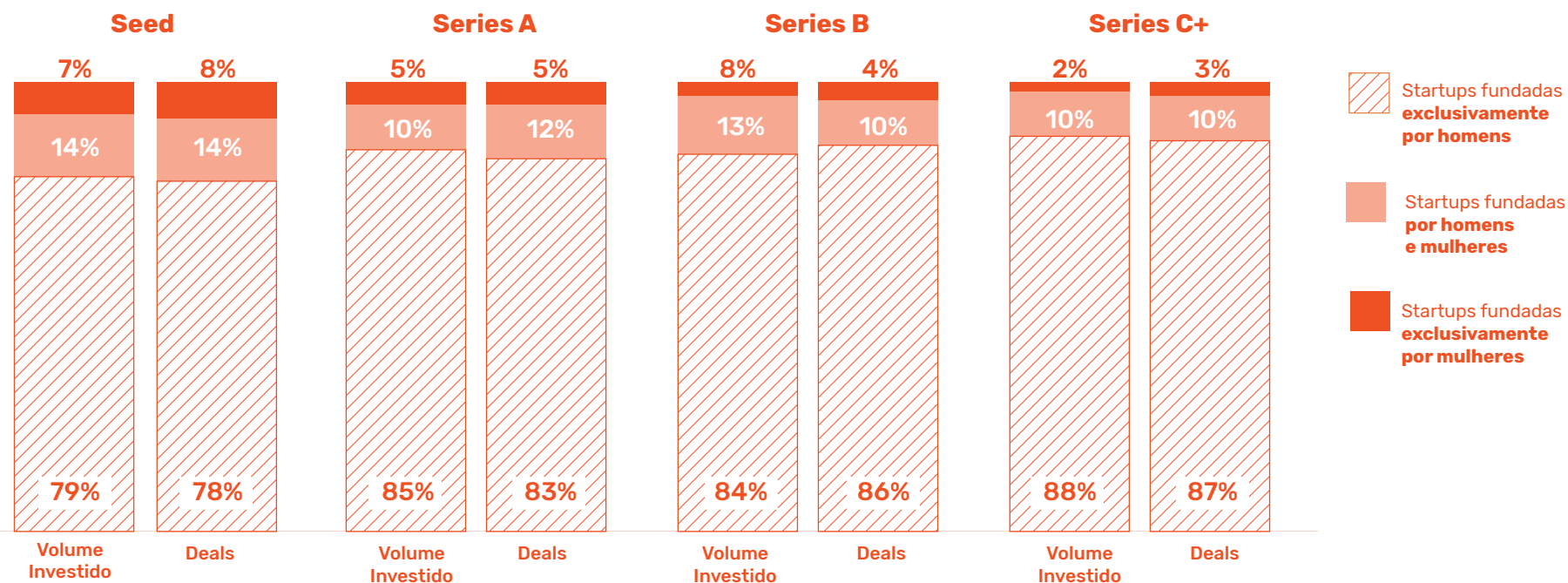
O ano de 2018 foi o mais positivo para as empreendedoras, com 17% do volume sendo investido em *startups* com mulheres no time fundador, mas esse valor voltou a se retrair no ano seguinte, mantendo a desigualdade no ecossistema.



Fonte: Crunchbase

O MENOR NÚMERO DE INVESTIMENTOS EM ESTÁGIOS ELEVADOS É UM DOS MOTIVOS DOS TICKETS MAIS BAIXOS

Ao aprofundar os dados do cenário internacional, observa-se que conforme os estágios de captação aumentam, há cada vez menos participação de mulheres no time de fundadores. Isso mostra que essas empresas não só tem mais dificuldade em captar na boca do funil, como conforme vão crescendo encontram cada vez menos oportunidade de capital, reforçando que o cenário internacional traz dificuldades semelhantes ao brasileiro, apesar da proporção ser levemente maior para mulheres nesse caso.



Fonte: Crunchbase

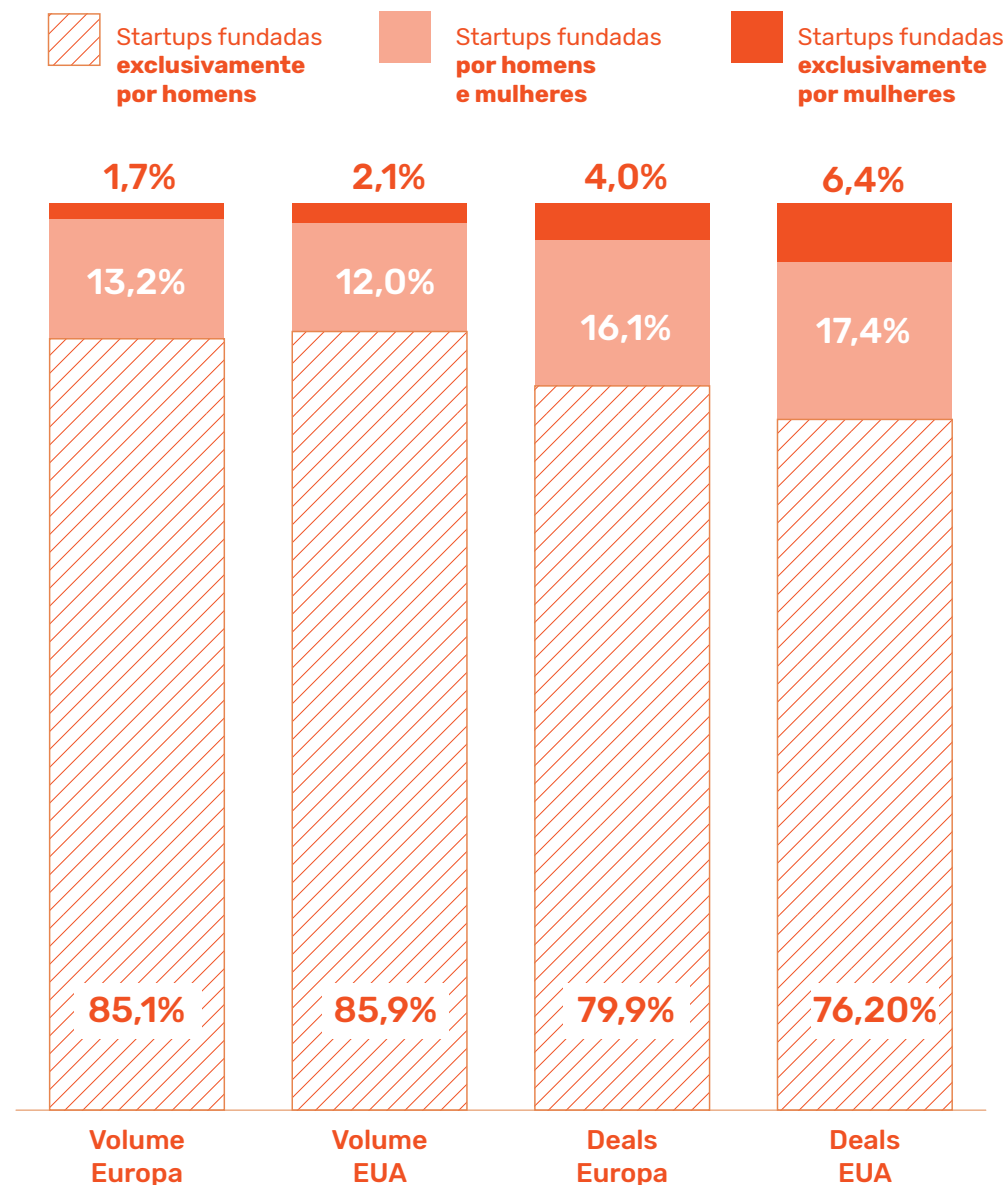
RECORTE NO OCIDENTE EM 2020: EUROPA E EUA TÊM CONCENTRAÇÃO LEVEMENTE MELHOR EM COMPARAÇÃO COM O CONTEXTO MUNDIAL

Apesar das concentrações serem levemente menores nessas regiões, a relação entre deals e volume se mantém (porcentagem de volume menor do que as de aportes).

Mesmo com a menor concentração, em ambas regiões as *startups* com apenas fundadoras mulheres receberam menos aportes e volume do que o restante do mundo.

Esse cenário de concentração de capital nos EUA já foi levantada previamente pela Kaufman Fellows²⁵: em 2018, as *startups* lideradas por homens levantaram US\$100 bilhões, ao passo que *startups* lideradas por mulheres levantaram apenas US\$12 bilhões. Ou seja, para cada dólar captado por uma empreendedora mulher, um empreendedor captou US\$8,33 dólares.

23. [Kaufman Fellows](#)



Fonte: Tracxn

NO MUNDO, O TICKET MÉDIO TAMBÉM É MENOR ENTRE (CO)FUNDADORAS

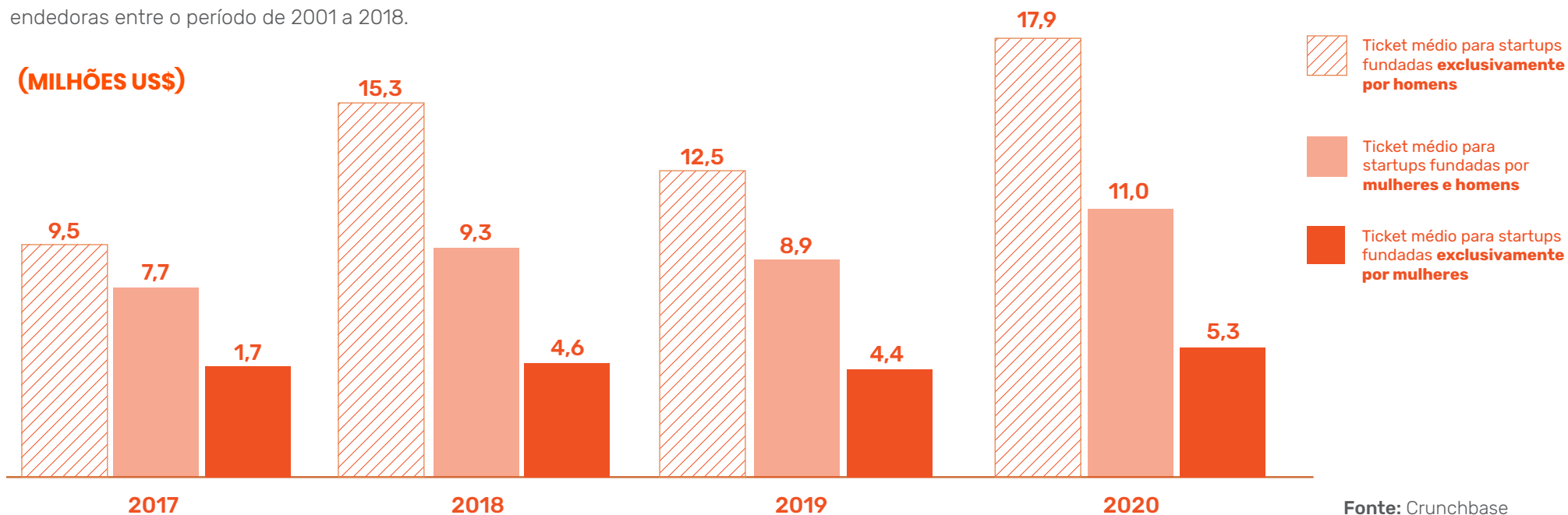
Tanto na Europa quanto nos EUA os dados se repetem, *startups* fundadas só por mulheres recebem menos do que *startups* co-fundadas por mulheres e homens.

Esse dado mostra que os investidores, inconscientemente ou não, confiam menos no potencial de *startups* com apenas fundadoras mulheres, o que indica o machismo estrutural no ambiente de inovação.

Um estudo da Kauffman Fellows²⁶ observou algo similar: entre 2001 e 2018, 80% dos investimentos em *venture capital* nos EUA foram levantados por empresas lideradas por homens. Apenas no ano de 2018, os US\$147 milhões levantados por empreendedores homens excedeu o total levantado pelas mulheres empreendedoras entre o período de 2001 a 2018.

	TICKET MÉDIO PARA STARTUPS FUNDADAS EXCLUSIVAMENTE POR MULHERES (US\$) - MILHÕES	TICKET MÉDIO PARA STARTUPS FUNDADAS POR MULHERES E HOMENS (US\$) - MILHÕES
ANJO/SEED	1,4	2,2
EARLY STAGE	7,7	13,8
LATER STAGE	13,3	21

24. Kauffman Fellows



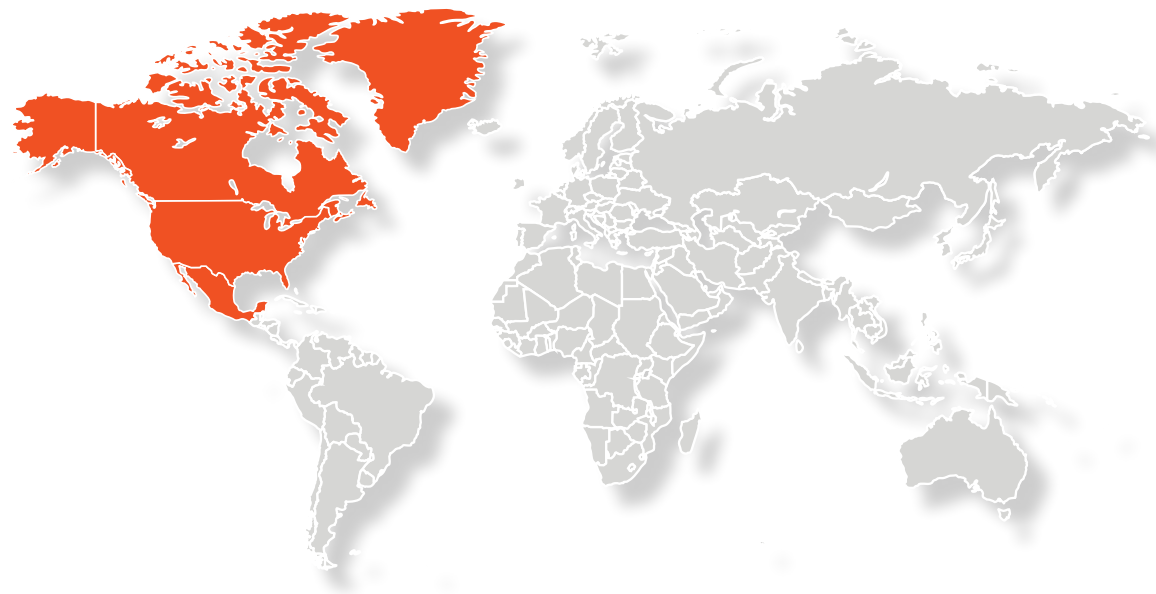
EM 2020, A AMÉRICA DO NORTE TEVE A MAIOR PORCENTAGEM DE DEALS PARA STARTUPS COM MULHERES FUNDADORAS

O valor correspondeu a 17,37% dos deals, porém o volume foi de apenas 15,38%, o que ainda está aquém do esperado dado que hoje 18,6% das *startups* da região tem uma mulher no time de fundadores.

Em uma situação ainda mais crítica está a Ásia, apenas 7,11% do volume foi investido nas *startups* com co-fundadoras, enquanto elas representam 14,36% do ecossistema.

Já a África se destaca por ter destinado 14% do volume total para *startups* fundadas por um time com mulheres, 13% a menos do que o esperado.

Esse cenário já foi abordado pelo Banco Mundial²⁷, que analisou que apenas 7% do total de investimentos de risco nos mercados emergentes são destinados a negócios liderados por mulheres. A média de capital recebido por *startups* lideradas por mulheres é 65% da média recebida por homens, sendo que a maior parte desses investimentos está concentrada no early-stage.



REGIÃO	DISTRIBUIÇÃO DE DEALS CAPTADOS POR (CO)FUNDADORAS	DISTRIBUIÇÃO DO VOLUME CAPTADOS POR (CO)FUNDADORAS	PROPORÇÃO DE STARTUPS (CO)FUNDADAS POR MULHERES
EUROPA	12,3%	11%	15,4%
AMÉRICA DO NORTE	17,4%	13%	18,7%
ÁSIA	9,3%	7,1%	14,4%
ÁFRICA	13%	14%	15,9%

25. Banco Mundial

Fonte: Crunchbase



DIVERSIDADE NO ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO



FOTO: DIVULGAÇÃO/REPRODUÇÃO

Rafaela Bassetti

CEO e Founder da Wishe Women Capital



A Wishe é um hub de investimento focado em startups lideradas por mulheres que elimina o gap de gênero no ecossistema de inovação, levando capital para empresas fundadas por mulheres com alto potencial de crescimento, oferecendo educação e conexão para as investidoras e investidores e gerando valor econômico e impacto social.

Saiba mais em [wishe.com.br](https://www.wishe.com.br)

As *startups* surgem para inovar, questionar o status quo e transformar o mundo. Mas como transformar o mundo fazendo tudo do mesmo jeito de sempre?

O ecossistema de inovação do nosso país segue um padrão de liderança basicamente composto, dos fundadores aos colaboradores, por homens brancos e heterossexuais. Menos de 30% das *startups* não possuem nenhuma mulher em seu time, em nenhum nível.

Programas têm sido criados para oferecer conteúdo, capacitação e mentoria para as fundadoras, mas sem acesso a capital. E a dificuldade em acessar capital para alavancar seus negócios está no topo da lista dos seus desafios. Uma pesquisa da KPMG confirmou que, em épocas de crise, os investidores buscam por negócios que apresentam menos riscos e a tomada de decisão segue o viés inconsciente de, ao buscar por segurança, buscar seus iguais.

As *startups* fundadas por mulheres, assim como as fundadas por outras minorias, geralmente estão focadas em produtos e serviços que endereçam uma necessidade ou ineficiência do mercado, normalmente identificada através da sua experiência pessoal. São novos problemas a serem resolvidos e novos mercados a serem atendidos, exatamente o que buscam os investidores da indústria de venture capital.

Assim, muitas oportunidades de investimento são rapidamente descartadas, muitas vezes ainda na fase do pitch, o que sugere que o problema está mais nas lentes de quem observa do que no objeto de análise.

Para negociar um deal com fundadoras com menos vieses inconscientes, os investidores precisam atuar de forma ativa nesta direção, tendo como premissa que esses investimentos trazem melhor retorno financeiro para o seu portfólio. Isso porque a diversidade é driver de inovação e *startups* mais inovadoras performam melhor.

Podemos citar então cinco principais desafios para as fundadoras ao buscarem investimento: 1) elas buscam menos investimento e, quando buscam, pedem por cheques menores, 2) elas têm menos exemplos e cases de sucesso de outras fundadoras para se inspirar, 3) elas têm pouco network, comparativamente com fundadores homens, que as ajudem a impulsionar seus negócios, 4) elas têm menos acesso a investidores e ainda menos a investidoras, que ainda não minoria no mercado, e 5) elas ainda precisam se educar mais a respeito do processo de investimento.

Diante deste cenário, a forma mais efetiva de mitigá-los é se conectar a redes de empreendedorismo feminino, onde podem aprender sobre processo de investimento e se conectar com fundadoras que já captaram, encontrar mentores para seus negócios e conhecer investidores que focam em diversidade e, em especial, com investidoras e fundos com mulheres em sua liderança.

Se as *startups* solucionarem os grandes problemas da sociedade, elas devem ser inovadoras e inclusivas, através da diversidade. E não veremos isso de forma concreta no ecossistema enquanto não alocarmos capital com este foco.

MAIOR RODADA DE INVESTIMENTO EM 2020 – EUA APENAS HOMENS VS APENAS MULHERES

FUNDADORES HOMENS

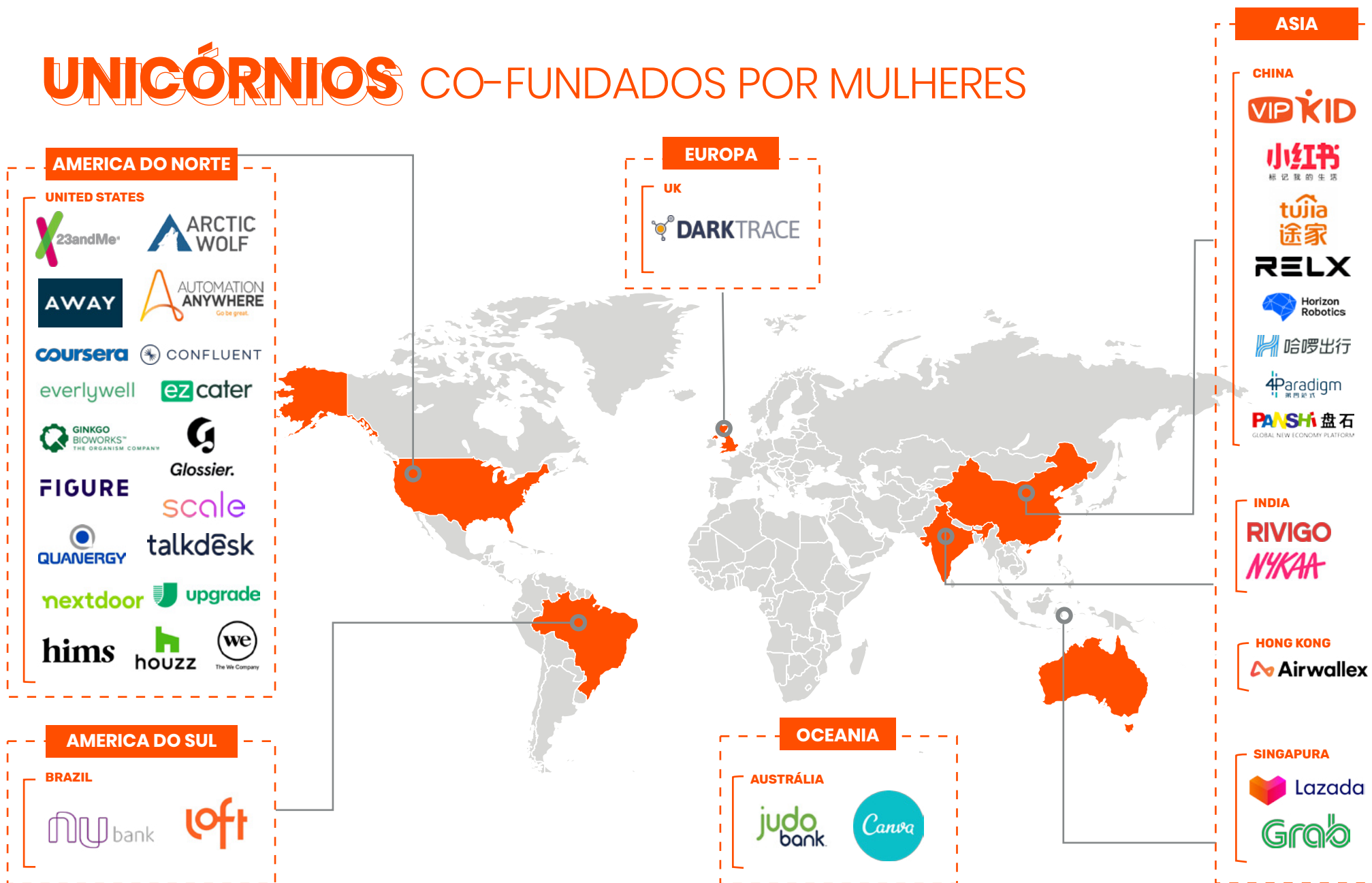
ANO DE FUNDAÇÃO	STARTUP	VALOR DA RODADA (US\$)	RODADA
2018	Sana Biotechnology	700M	Series A
2010	Stripe	600M	Series G
2011	Sila Nanotechnologies	590M	Series F
2009	Joby Aviation	590M	Series C
2013	Chime	534M	Series F

FUNDADORAS MULHERES

ANO DE FUNDAÇÃO	STARTUP	VALOR DA RODADA (US\$)	RODADA
2015	EverlyWell	175M	Series D
2018	Insitro	43M	Series B
2002	Talaris Therapeutics	115M	Series B
2018	RayzeBio	105M	Series B
2014	Spruce Biosciences	88M	Series B

Fonte: Crunchbase

UNICÓRNIOS CO-FUNDADOS POR MULHERES



CASE INTERNACIONAL

Darktrace

A Darktrace é a empresa britânica líder mundial em inteligência artificial cibernética, ela foi fundada em 2013 com a missão de proteger dados de empresas contra ameaças cibernéticas em ambientes Cloud, email, IoT para redes corporativas e sistemas industriais. Suas três fundadoras em meio à cinco fundadores, **Emily Orton, Nicole Eagan e Poppy Gustafsson**, são reconhecidas por serem especialistas na área, inclusive Nicole foi nomeada “Líder de IA do ano” em 2017 na Tech Leaders Awards por implementar inovações na área de cyberssegurança se utilizando de machine learning em variadas empresas. No mesmo ano, Poppy foi nomeada “Empreendedora do Ano” pela City A.M. em Londres e se estabelece ainda como a CEO da empresa.

A Darktrace é criadora da tecnologia de resposta autônoma, a IA de autoaprendizagem concebida pela

empresa de baseia no sistema imunológico humano e pode detectar qualquer tipo de ameaça, seja esta nova ou pré-existente. Como ela consegue detectar ameaças com facilidades, o sistema também consegue responder de forma eficiente, como se fosse um anticorpo. Ela também oferece serviços como acervos de proteção e recuperação de dados.

A empresa possui uma gama de prêmios, como o título de “Melhor Empresa de Segurança do Ano 2015” no Info Security Global Excellence Awards e foi nomeada “Technology Pioneer 2015” pelo World Economic Forum e “Melhor Produto de AI em Segurança” pela CogX Awards em 2019. Em 2018, a Darktrace fechou uma rodada de investimentos de \$50 milhões na série E, levando a Darktrace a ser avaliada em \$1,65 bilhões e entrando para a categoria de unicórnios.



**ANO
FUNDAÇÃO
2013**

LOCALIZAÇÃO



LONDRES (UK)

FUNDADORES(AS)

DAVE PALMER;
EMILY ORTON;
JACK STOCKDALE;
NICOLE EAGAN;
POPPY GUSTAFSSON

**SITE
LINKEDIN**

ANO DE CAPTAÇÃO	VALOR (US\$)	ESTÁGIO	PRINCIPAIS INVESTIDORES
2018	50M	Series E	Vitruvian Partners
2017	75M	Series D	Insight Partners
2016	65M	Series C	Kohlberg Kravis Roberts
2015	22,5M	Series B	Summit Partners
2015	18M	Series A	Talis Capital, Invoke Capital Partners

CASE INTERNACIONAL

Karma Kitchen

A Karma Kitchen é uma foodtech britânica fundada em 2018 com objetivo de transformar espaços industriais em cozinhas comerciais, áreas de co-working e armazenamento, com o intuito de fornecer espaços para aluguel para que seus clientes cresçam e escalem seus negócios. As irmãs e fundadoras, **Francesca Newton e Georgina Newton**, fundaram também a Karma Cans em 2014, 'dark kitchen' que produzia saladas frescas para a região comercial de Londres.

Os seus serviços incluem um espaço de trabalho que abrange todos os adornos

necessário para o negócio de alimentos e bebidas, desde carregadores de cozinha, gestores comunitários até equipamento de ponta, o que permite aos empresários e empresas do ramo alimentar terem espaços de cozinha partilhados a baixo custo.

Em julho de 2020, a Karma Kitchen captou sua primeira rodada de investimento em uma série A liderada pela Vengrove no valor de L252 milhões para abrir novas instalações pela Europa, uma vez que a pandemia intensificou ainda mais a demanda por negócios neste modelo.

ANO DE CAPTAÇÃO	VALOR (US\$)	ESTÁGIO	PRINCIPAIS INVESTIDORES
2020	314M	Series A	Vengrove



ANO FUNDAÇÃO
2018

LOCALIZAÇÃO



LONDRES (UK)

FUNDADORES(AS)

FRANCESCA NEWTON;
GEORGINA NEWTON

SITE
LINKEDIN

CASE INTERNACIONAL

Vinted

A Vinted é uma fashiontech lituana fundada em 2008 e focada na venda de roupas e acessórios de segunda mão de uma maneira inovadora e mais sustentável, que envolve as trocas entre consumidores. A única fundadora dentre os três fundadores da Vinted, **Milda Mitkute** é experiente na área de marketing e branding e responsável pela área de expansão dos negócios da Vinted.

O produto da Vinted é um marketplace P2P, onde é possível comprar, vender e trocar roupas de segunda-mão. Desta maneira, a Vinted criou uma comunidade de clientes que moldam os novos hábitos diários de consumo, criando novas formas personalizadas de comprar no mundo da moda.

A Vinted é considerada o maior marketplace P2P da Europa no ramo de roupas e utensílios semi novo. Em 2019, logo depois de ter adquirido o marketplace online Chicfy, captou sua última rodada de investimento em uma série E. O valor da rodada foi de de E128 milhões, levando a fashiontech para a categoria dos unicórnios, avaliada em \$1 bilhão. Já em outubro de 2020, a Vinted adquiriu a United Wardrobe, a network para moda de segunda mão.

ANO DE CAPTAÇÃO	VALOR (US\$)	ESTÁGIO	PRINCIPAIS INVESTIDORES
2019	140,8M	Series E	Lightspeed Venture Partners
2018	60M	Series D	Sprints Capital
2015	16,7M	Series C	Burda Principal Investments
2014	26,8M	Series B	Insight Partners
2013	7,3M	Series A	Accel

Vinted

ANO FUNDAÇÃO

2008

LOCALIZAÇÃO



VILNIUS (LITUÂNIA)

FUNDADORES(AS)

JUSTAS JANAUSKAS;
MANTAS MIKUCKAS;
MILDA MITKUTE

SITE

LINKEDIN



Ana Drummond

*Co-fundadora e Sócia da
Somos Todas Marias*



Somos Todas Marias é um negócio de impacto social, fundado por quatro mulheres, que se uniram em torno do propósito de destravar o potencial de empreendedoras das periferias; através de nossa jornada educacional. Não somos assistência. Somos parceria, e visamos transformar a consciência e oportunidades de mulheres de baixa renda.

Saiba mais em **SOMOS TODAS MARIAS**

REPORT • FEMALE FOUNDERS

MICROEMPREENDEDORAS E DONAS DE SALÕES DE BELEZA NAS **PERIFERIAS BRASILEIRAS** REPRESENTAM UM MERCADO POTENTE E INVISÍVEL

Em 2018, eu e mais uma cofundadora da STM fomos a Daca, capital de Bangladesh, epicentro dos Negócios Sociais. O propósito da viagem era estudar o modelo junto ao professor Muhammad Yunus, ganhador do Prêmio Nobel da Paz. Em uma visita a uma dona de salão de beleza, para ela, um bom dia de trabalho era quando conseguia resgatar mulheres vítimas da violência doméstica. Reconhecemos nosso privilégio, e o usamos como ferramenta de transformação.

Portanto, quem somos nós? Somos Todas Marias é um negócio de impacto social, fundado por quatro mulheres, que se uniram em torno do propósito de destravar o potencial de empreendedoras das periferias; através de nossa jornada educacional. Não somos assistência. Somos parceria, e visamos transformar a consciência e oportunidades de mulheres de baixa renda.

Unir gestão de negócios com impacto social é nosso ideal. Há crenças que primeiro precisamos prosperar, para então investir na transformação do contexto em que vivemos. Vou na contramão: acredito na imersão dos dois mundos, fazendo com que uma escolha viabilize a outra – embora tenha sido testada em relação a isso, sigo adiante com a mesma motivação.

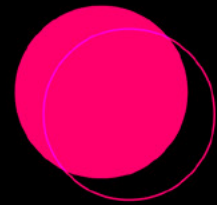
Quando citada a realidade de Bangladesh, também questionei a similaridade com o Brasil. Encontramos um ponto em comum. Em ambos países, mulheres não possuem as mesmas oportunidades, direitos e acessos. São milhares de mulheres invisíveis, que sustentam famílias e não são alvos de atenção de pesquisadores e investidores tradicionais deste sistema. Crédito e negociação de dívidas, por exemplo, privilegia homens simplesmente por serem homens, embora mulheres sejam melhores pagadoras e fiéis ao propósito transformador do investimento.

Um salão de beleza é um pequeno varejo e espaço de muitas confidências cotidianas, sobretudo, no que diz respeito a violências, discriminações e outras violações de direitos sofridas. Por que não olhar mais de perto a realidade das donas de salões das periferias do Brasil, sendo que existem mais salões de beleza do que botecos?

Após extensa pesquisa, formamos uma jornada pedagógica com o objetivo de potencializar a mulher de dentro para fora, com três pilares de formação: educação emocional, inteligência financeira e direitos humanos. Com auxílio do Marco Gorini, cofundador da Din4mo, mergulhamos em hipóteses e testes sobre as dores das Marias, e então fizemos a escolha de sermos curadoras para uma solução sistêmica.

Para a jornada acontecer, passamos a nos deslocar à Poá semanalmente, cidade a 100 km da capital de São Paulo. Optamos em entrar no território, permeado por trabalhos sociais desenvolvidos por diversas ONGs, com a liderança do Eduardo Lyra, Gerardo Falcões. Entrar numa cidade, comunidade, arranjo social sem pertencer a ele requer muita escuta, humildade e capacidade de redesenhar estratégias e planos. Escutamos as Marias. As primeiras incubadas acreditaram em nosso propósito, e se colocaram a disposição em testar e validar nosso modelo de negócio.

Como aprendizado, Marias enfatizaram a necessidade por educação emocional antes da formação financeira. Atentas ao chamado, formamos uma rede de impacto, e nosso legado é a continuidade desse empoderamento através de seus espaços de beleza. Hoje, nosso desafio é estabelecer parcerias com organizações sérias e coerentes, para que a inclusão produtiva de mulheres apenas cresça. Desistir não é uma opção. Seguiremos para dar visibilidade a essas mulheres, e garantir que transformem as comunidades onde vivem através de seus exemplos. Afinal, Somos Todas Marias.



ECOSSISTEMA



INICIATIVAS

● #ElaFazHistória

O #ElaFazHistória é o programa oficial do Facebook para empoderar mulheres com espírito empreendedor. Em parceria com a Aliança Empreendedora e o Tamo Junto, oferece capacitações em Educação Financeira, Marketing Digital e Formalização.

● #Eusaltoalto

O #EuSaltoAlto é uma Escola de Negócios para Capacitação e Desenvolvimento de Mulheres Empreendedoras. Diferentemente de treinamentos de gestão que focam exclusivamente em técnicas de administração e ignoram os aspectos pessoais e comportamentais de cada empreendedora, a iniciativa conecta todas as pontas necessárias para que uma empreendedora possa se desenvolver em sua vida pessoal e empresarial.

● BDMG – Empreendedoras de Minas

Linha de crédito para micro e pequenas empresas com controle majoritário de mulheres.

● Cia. Empreendedora

A missão da CIA. Empreendedora é promover o *networking* entre as Empreendedoras, além de valorizar a troca de experiências, a possibilidade de aprimorar o seu *Pitch*, conhecer outras empresas, usando como pano de fundo palestras de qualificação com temas práticos e de importância para essas mulheres.

A qualquer momento, clique no nome da iniciativa para saber mais

● Codamos

Uma vitrine de EVENTOS, meetups, cursos, workshops, bootcamps, canais, palestras e palestrantes. O objetivo do Codamos é promover eventos com foco em ser um espaço seguro para todas as pessoas.

● Consulado da mulher

Desde 2002, o Instituto Consulado da Mulher, ação social da marca Consul, trabalha na transformação social por meio do incentivo ao empreendedorismo feminino. Nacionalmente, o Instituto seleciona, apoia e empodera mulheres empreendedoras, oferecendo assessoria na gestão de micro negócios e capacitações para que empreendam de forma mais eficiente.

● Cloud Girl

Acreditamos que apenas com a capacitação e distribuição de conhecimento é possível construir uma sociedade mais justa. O Cloud Girls proporciona às suas participantes a possibilidade de aperfeiçoamento, recolocação, *networking* e muita diversão em um momento exclusivo para as mulheres.

INICIATIVAS

● Diver.SSA

Iniciativa focada em fomentar o empreendedorismo feminino de impacto social no Norte/Nordeste. Os programas promovem acolhimento estratégico para lideranças femininas em contextos de vulnerabilidades sociais e urgências econômicas; uso e acesso a tecnologias e inovação social para resolução de problemas reais enfrentados por mulheres em territórios vulneráveis; educação empreendedora e desenvolvimento pessoal para mulheres; fomento e sensibilização dos ecossistemas de empreendedorismo para garantia da equidade de gênero, feminilidades, geração de renda e empregabilidade; acesso e conexão com especialistas, oportunidades e investidores.

● Entre

Iniciativa da agência Publicis para promover o ingresso de mulheres negras no mercado criativo com um curso de formação que abrange processo e execução na área. Preparar o time munindo-o de informação por meio da promoção de palestras, painéis e discussões sobre o tema da inclusão e diversidade de gênero.

● Feira Preta

A maior feira de cultura negra da América Latina. Um conjunto de iniciativas colaborativas, coletivas que reforçam a identidade afro-brasileira e estimulam o empreendedorismo étnico na economia nacional.

● Female Tech Leaders

A Female Tech Leads atua em três áreas de interesse: Oferecendo dicas, conselhos e orientações de outras mulheres de negócios; *Networking* e debate para discutir o papel das mulheres nos negócios modernos; e, Magazine para compartilhar e encorajar as mulheres a se destacarem, inspirarem e motivarem outras.

● Filhos no currículo

Existimos para provar que filho é potência na vida profissional de pais e mães. Convidamos empresas a repensarem as suas relações de trabalho e desconstruírem vieses para que se tornem um lugar inspirador onde pessoas queiram entrar, estar e construir uma carreira. Para profissionais, oferecemos um "cinturão de utilidades" com ferramentas de desenvolvimento pessoal, enquanto pais e profissionais. Acreditamos que é possível construir uma relação de vínculo e presença com os filhos sem desconstruir uma carreira.

● Grupo mulheres do Brasil

O Grupo Mulheres do Brasil foi criado em 2013 por 40 mulheres de diferentes segmentos com o intuito de engajar a sociedade civil na conquista de melhorias para o país. É presidido pela empresária Luiza Helena Trajano e tem mais de 41 mil participantes no Brasil e no exterior. Somos políticas, sim, mas a nossa única bandeira é a do Brasil.

● Indique uma Mina

O IUM é uma empresa de recrutamento, headhunting e consultoria especializada. Há 2 anos pesquisa e desenvolve técnicas efetivas para, simultaneamente, aumentar o valor de empresas e a gerar oportunidade para mulheres no mercado de trabalho.



Silvia Motta

Diretora da Estratégia e M&A da Movable

movile

A Movable é uma empresa que investe e desenvolve negócios de tecnologia e pessoas, para que alcancem o máximo de seu potencial. Temos um time apaixonado por desafios e que sonha grande, com o objetivo de impactar a vida de 1 bilhão de pessoas. Somos especialistas em finanças, gestão, cultura e inovação. Trabalhamos diariamente para apoiar as empresas do nosso ecossistema a atingirem crescimento exponencial e os profissionais a se desenvolverem de forma acelerada.

Saiba mais em movile.com.br/

REPORT • FEMALE FOUNDERS

COMO TEMOS CRIADO ESPAÇO PARA QUE O EMPREENDEDORISMO FEMININO FLORESÇA NO GRUPO MOVILE

Apesar de serem a maioria entre os brasileiros com Ensino Superior completo, as mulheres ainda são apenas 9,8% entre as fundadoras de *startups* no país¹. E mesmo quando olhamos para o mercado em geral, apesar de serem 34% entre os cargos de liderança sênior (diretoria executiva)², 3 em cada 10 pessoas admitem que se sentem desconfortáveis em ter uma mulher como chefe³.

Estando à frente do maior Grupo de tecnologia do Brasil, temos olhado para diversidade e nos movimentado há algum tempo para mudar esse cenário. Muito além de ser o certo a se fazer, é um ponto de virada se quisermos criar um ambiente verdadeiramente inovador, com pontos de vista diferentes sendo colocados na mesa para criar produtos que atendam a todos e todas. Sabemos que para alcançar nosso sonho grande de impactar 1 bilhão de vidas, as nossas pessoas devem refletir a pluralidade que queremos atingir.

Mas o que estamos fazendo enquanto empresas e sociedade para tornar essa jornada um desafio prazeroso para as mulheres? No Grupo Movable, a diversidade se tornou meta estratégica, para que isso seja priorizado e concretizado. Com o apoio do RESPECT, nosso grupo de diversidade, criamos diversas ações que nos ajudam a sensibilizar e educar o nosso público interno para que conheçam diferentes realidades e fomentem um ambiente mais seguro. E, abrindo o jogo, estamos falando de investimentos e de tecnologia – ambientes extremamente masculinizados ao longo de tantos anos. Ao mesmo tempo, felizmente, temos mulheres que estiveram à frente de empresas em que investimos (como fundadoras ou C-Level) ou outros negócios próprios compondo nossos times. Com isso tudo, entendemos que essas iniciativas precisam ser focadas em avançar a carreira dessas mulheres e outros grupos minorizados.

No ano passado, a celebração no dia 8 de março foi um treinamento para as mulheres da Movable sobre Síndrome da Impostora. Foi feito um estudo de gênero com dados de todas as empresas do Grupo para avaliar se havia diferença salarial entre homens e mulheres. Garantindo o comprometimento da alta liderança, nossos executivos, Business Partners e recrutadores tiveram horas intensas de treinamentos sobre vieses inconscientes para garantir avaliações de desempenho e recrutamentos mais justos. As políticas e benefícios de maternidade e paternidade foram revisadas. E, no fim, todas essas ações foram feitas sem buquê de flores e sem reduzir a apenas um dia a celebração da força e coragem femininas.

No fundo, o que queremos dessas mulheres é o que sempre incentivamos em todos os colaboradores do Grupo Movable – que sejam ousados, que não tenham medo de errar e que, com isso, escrevam a própria carreira de acordo com seus sonhos e objetivos. O empreendedorismo, assim como o intraempreendedorismo, é amplamente incentivado aqui dentro. Para nós, mulheres, talvez o que nos falte é coragem, apoio e direcionamento.

É importante dizer que erramos muito no caminho e estamos certos de que para atingir a equidade, ainda há um longo percurso. Mas o constante aprendizado e nossa genuína vontade de criar um ambiente mais justo, inclusivo e empoderador é combustível para todos os grandes feitos que temos pela frente. Daqui a alguns anos, nosso desejo é que as estatísticas mostradas nesta pesquisa tenham evoluído consideravelmente e esperamos poder dizer que fizemos parte disso.

¹ Segundo dados desse *report*

² Segundo o *International Business Report* da Grant Thornton, realizado em 2020 com 4.812 empresas em 32 países

³ “Atitudes Globais pela Igualdade de Gênero” – Ipsos; 2020

INICIATIVAS

● Itaú Mulher Empreendedora

Ser mulher empreendedora no Brasil é um grande desafio. Mesmo assim, mais de 25 milhões de brasileiras empreendem no país e esse número aumenta a cada ano. Elas estão em diversos setores da economia gerando emprego, provendo sustento para suas famílias e transformando comunidades. Por isso foi criado o Itaú Mulher Empreendedora, que há 6 anos apoia e estimula o empreendedorismo feminino no Brasil. O programa conta com 25 mil empreendedoras e disponibiliza uma série de conteúdos e estímulos para net.

● Laboratoria

A Laboratória existe para impulsionar uma economia digital que dê oportunidades para todas as pessoas igualmente.

● Mulheres em Sinergia

Mulheres em sinergia é uma plataforma de incentivo ao empreendedorismo feminino na cidade de Pará de Minas.

● Maria Lab

A MariaLab é uma associação sem fins lucrativos e sem vínculo político-partidário que atua na intersecção entre política, gênero e suas tecnologias. Trabalham pela valorização do autocuidado nos meios digitais, levando a tecnologia para espaços feministas e o feminismo para espaços de tecnologia, construindo ambientes seguros, virtuais e físicos, com recortes sociais, étnicos ou econômicos por entenderem que somente assim se constrói aprendizados através da troca e acúmulo de saberes entre todas.

● Minas Programam

O Minas Programam é uma iniciativa criada em 2015 para desafiar os estereótipos de gênero e de raça que influenciam a relação com as áreas de ciências, tecnologia e computação. Promovem oportunidades de aprendizado sobre programação para meninas e mulheres, priorizando àquelas que são negras ou indígenas.

● Movimento mais mulheres

Movimento tecnofeminista maker para empoderar e incentivar mais mulheres na atuação em Ciência, Tecnologia & Inovação, em especial no universo do Movimento Maker, do Tecnofeminismo e do Empreendedorismo Feminino.

● Movimento Muitas Mulheres

Objetivam movimentar o mundo, no microambiente e globalmente. Seja no mercado de trabalho, na criação dos filhos e filhas, na arte ou no pensamento crítico, buscam proporcionar, assim, segurança às próximas gerações de meninas e meninos conquistarem seus desejos e anseios.

INICIATIVAS

● Mulheres com propósito

Mulheres com Propósito é um programa desenvolvido por Pepsico e Fundes para apoiar milhares de mulheres como você, criando uma comunidade de mulheres que querem melhorar suas oportunidades de trabalho ou os seus negócios, por meio de um programa de aprendizagem feito à sua medida para lhe ajudar a alcançar os seus objetivos.

● Mulheres de produto

Uma comunidade de mulheres interessadas ou que já atuam com Produtos Digitais.

● Mulheres em IA

Tem como missão desenvolver e fomentar uma comunidade global que empodere mulheres através da troca de conhecimentos em IA e trabalhos de mentoria. Um lugar seguro, cujos três pilares são: diversidade, equidade e inclusão. Através dos eventos e programas, promovem as habilidades necessárias para conquistas profissionais e dão suporte à nova geração de mulheres em IA.

● Mulheres Inspiradoras

Promove o desenvolvimento, *networking* e experiência para mulheres líderes, como a Confraria Mulheres Inspiradoras, primeira confraria a juntar líderes de sucesso do Brasil para debater temas femininos.

● Mulheres Inovadoras

O Programa Mulheres Inovadoras é uma iniciativa da Finep e do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) para estimular *startups* lideradas por mulheres, de forma a contribuir para o aumento da representatividade feminina no cenário empreendedor nacional, por meio da capacitação e do reconhecimento de empreendimentos que possam favorecer o incremento da competitividade brasileira. Serão selecionadas até 30 *startups*, lideradas por mulheres, para um processo de aceleração; e até 10 *startups* para receber o Prêmio Mulheres Inovadoras, no valor de R\$ 100 mil cada. As inscrições vão até 8 de março de 2021.

● Mulheres na Computação

O Projeto “Mulheres na Computação” visa estimular e reter mulheres nos cursos de computação/tecnologia da informação disponíveis no Centro Multidisciplinar de Pau dos Ferros (CMPF) da UFERSA. Atualmente, a porcentagem de mulheres nestes cursos é de apenas 28%. Este projeto tem por objetivo levantar dados sobre a participação feminina na área de Computação e sugerir alternativas para provocar maior participação feminina nesta área.

● Mulheres no e-commerce

Comunidade para promover o empreendedorismo feminino dentro e fora das empresas através de comunidade. A iniciativa acolhe, apoia, empodera e cria conexões valiosas para a vida toda entre as mulheres. São grupos de Whatsapp, acima de 200 integrantes cada um, com empreendedoras, intraempreendedoras e varejistas, trabalhando na indústria, no varejo e na tecnologia.

INICIATIVAS

● Mulheres SA

Uma Instituição que ampara e auxilia no desenvolvimento de mulheres empreendedoras de baixa renda.

● Negras Plurais

Negras Plurais é um projeto que enfatiza o respeito à diversidade dentro do universo das mulheres negras. Seja sob o aspecto das características físicas, da orientação sexual, das habilidades ou da atuação profissional de cada uma. Além disso, Negras Plurais estimula a conexão entre mulheres que têm potencial para serem protagonistas de suas próprias histórias, reunindo, então, uma grande equipe com profissionais das mais diversas áreas para troca de experiências. A rede é composta por eventos, meetings, workshops para o compartilhamento de informações, ideias que inspiram e geram novas atitudes de empreendedorismo, autoestima e atitude protagonista entre mulheres negras.

● NOIX

A comunidade trabalha para derrubar muros e construir pontes no empoderamento de jovens empreendedores da periferia para gerar impacto social nas suas comunidades! Através dessa iniciativa, facilita-se o desenvolvimento de um ecossistema empreendedor autossustentável nas comunidades periféricas brasileiras.

● Pitaco para elas

O Projeto Pitaco para Elas tem como foco apoiar o empreendedorismo feminino e materno por meio de conteúdos, workshops, cursos e eventos. A iniciativa busca falar sobre marketing e comunicação para negócios de uma forma descomplicada e prática.

● Programaria

Um meta-site sobre mulheres e tecnologia. A PrograMaria é um convite para refletir, se inspirar e aprender. Objetiva contribuir para que mais meninas e mulheres sintam-se motivadas e confiantes a explorar os campos da tecnologia, da programação e do empreendedorismo; incentivar o debate sobre a falta de mulheres nesses campos; promover oportunidades e ferramentas para que elas deem os primeiros passos na aprendizagem da programação.

● PyLadies

O PyLadies é uma comunidade mundial que foi trazida ao Brasil com o propósito de instigar mais mulheres a entrarem na área tecnológica.

● Rail Girls

O Rails Girls é um projeto sem fins lucrativos, que proporciona a mulheres de todas as idades e que tem pouca ou nenhuma experiência com programação uma ótima experiência inicial em desenvolvimento de software. A ideia é mostrar que TI não é um “bicho de sete cabeças” e que elas podem, SIM, fazer parte desse mundo!



Fernanda Caloi

Gerente de Programas, Google for Startups Latin America

Google for Startups

Google for Startups é a iniciativa do Google para dar suporte a startups e ajudá-las a crescer em qualquer lugar do mundo. Reunimos os melhores recursos, produtos, boas práticas e conexões do Google para que as startups possam construir produtos e serviços ainda melhores.

Saiba mais em startup.google.com.br/

REPORT • FEMALE FOUNDERS

VAMOS JUNTOS PARA UM **ECOSSISTEMA MAIS IGUAL?**

No Google, levamos muito a sério o compromisso com a igualdade de oportunidades para grupos minoritários. É uma bandeira levantada há muitos anos, que trabalhamos todos os dias para defender. Quando o Google for Startups chegou ao Brasil, em 2016, a lacuna entre homens e mulheres passou a se refletir também na formação da nossa comunidade de membros e participantes de programas – a presença feminina na época era de 31% e, desde então, temos trabalhado ativamente para mudar esse cenário.

Ao longo de quase cinco anos, foram diversas ações. Inauguramos no Campus o Family Lounge – espaço do nosso prédio dedicado para empreendedoras(es) acompanhados de crianças de até 3 anos; realizamos o Launchpad *Female Founders*, e o Campus for Moms, programas para ajudar mulheres e mães empreendedoras nas suas jornadas; além de colaborarmos com uma série de iniciativas de organizações relevantes no mercado, como a B2Mamy, com quem realizamos dezenas de programas e eventos. Também sempre tivemos a preocupação de garantir que os painéis e mesas redondas tanto dos eventos nos quais participamos, quanto que organizamos, tenham presença feminina.

Todas essas ações em conjunto surtiram um efeito positivo: em 2020, as mulheres passaram a representar 43% da nossa comunidade, uma diferença de 12 pontos percentuais, equivalente a um aumento de 38%. Acreditamos que o fato inédito de termos conseguido formar a nossa 5ª turma do Programa de Residência, em 2020, com 50% de *startups* lideradas por mulheres foi um dos reflexos mais significativos de todo esse trabalho ao longo dos anos. Mas sabemos que ainda existe um grande caminho a ser

percorrido – quando olhamos só para o universo de fundadores e C-levels de *startups* da nossa comunidade, por exemplo, a diferença ainda é muito gritante: a participação masculina é 2.5x maior, com 72% do grupo sendo composto por homens. Além disso, percebemos que o acesso à capital também privilegia os homens. O valor médio levantado por fundadores homens é 16% maior que o valor médio levantado por mulheres, e cerca de 2.6x mais *startups* fundadas por homens levantaram investimento, em relação às fundadas por mulheres.

A ONU estima que mais igualdade entre homens e mulheres na economia poderia impulsionar o PIB global em mais de 6 trilhões de dólares. No Campus, aspiramos chegar, por exemplo, a 50% da comunidade. Ver resultados para o trabalho incansável que fizemos ao longo dos anos traz um sopro de esperança e funciona como impulsionador para seguirmos percorrendo de maneira acelerada esse caminho. Em 2021, a primeira edição do Google for Startups Accelerator será 100% composta por empresas que tenham fundadoras ou C-levels mulheres.

Sabemos, no entanto, que o universo de *startups* vai muito além da nossa comunidade. Ainda me pergunto constantemente o que mais podemos fazer para atingir o equilíbrio. Como podemos construir um ecossistema que ofereça oportunidades equivalentes? Convido a todos e todas a se fazerem a mesma pergunta. Não só em relação às mulheres, mas a todos os grupos minoritários. Somente unindo forças, conseguiremos atingir esse objetivo de igualdade. Juntas somos mais fortes!

INICIATIVAS

● Rede Mulher Empreendedora – RME

A primeira e maior rede de apoio ao empreendedorismo feminino do Brasil. Por meio de programas contínuos, a rede apoia a integração, capacitação e troca de conhecimento entre mulheres que possuem ou buscam abrir o próprio negócio, espalhadas por todo o país. O programa RME Acelera, por exemplo, foi criado em 2018 pela Rede Mulher Empreendedora para a aceleração de negócios com alto potencial de crescimento, fundados e liderados por mulheres.

● Rede em poder delas

União de pequenas empreendedoras das periferias do DF, direcionada a independência financeira, emocional e cultural. Entendendo o contexto da mulher periférica brasileira, a rede pretende buscar oportunidades e acessos a espaços, onde elas possam adquirir conhecimentos ou acentuar e potencializar a expansão do *expertise* já adquiridas, bem como incentivar e acompanhar o crescimento das integrantes que diretamente são estimuladas através do universo digital – 170 integrantes assíduas em um grupo de whatsapp e +1000 no instagram.

● Rede mulheres decidem

A Rede Mulheres que Decidem, foi fundada em 27 de junho de 2013, com o propósito de apoiar, capacitar e conectar mulheres empreendedoras, através de uma comunidade que fomenta, gera negócios e *networking* entre as participantes, criando um ambiente de troca de informações e grandes oportunidades de geração de renda.

● Reprograma

{Reprograma} é uma iniciativa de impacto social que foca em ensinar programação para mulheres cis e trans que não têm recursos e/ou oportunidades para aprender a programar.

● She’sTech

She’sTech é um movimento que visa fortalecer a presença feminina no setor da tecnologia através de 3 pilares: inspirar, engajar, capacitar mulheres a buscarem conhecimento e empreenderem em carreiras e em negócios com base tecnológica.

● She’s the boss

Criada por Renata Carvalho, a plataforma tem por objetivo promover discussões sobre as dores de ser mulher que busca galgar o caminho profissional e pessoal de sucesso e prosperidade.

● Somos todas Marias

Rede dedicada a estimular o empreendedorismo feminino na periferia das grandes cidades do Brasil.

● UX para Minas Pretas

UX para Minas Pretas é uma iniciativa por e para mulheres negras com foco em UX. Promovem a equidade de mulheres negras no mercado de tecnologia com foco em UX, por meio de ações de formação, empoderamento, compartilhamento de conhecimento e articulação em rede.

INICIATIVAS

● Think Olga, Think Eva

A Think Eva e a Think Olga são duas organizações irmãs que compartilham uma mesma missão: sensibilizar a sociedade para as questões de gênero e intersecções, além de educar e instrumentalizar pessoas que se identificam como agentes de mudança na vida das mulheres. Ambas as organizações de inovação social utilizam a comunicação como principal ferramenta, aliada à tecnologia e estratégias de educação, para criar impacto positivo na vida das mulheres do Brasil e do mundo. A Think Olga é uma ONG que atua junto à sociedade civil enquanto a Think Eva é uma consultoria de inovação social que articula o setor privado.

● WE IMPACT

Auxiliam empreendedoras a construir empresas tecnológicas, escaláveis e globais. Investindo capital estratégico e financeiro, apoiam o crescimento com suporte hands-on nos três principais pilares para o sucesso de *startups*: conhecimento específico, *networking* e acesso a capital.

● Women in law Mentoring

O WLMBR é uma associação sem fins lucrativos cujo objetivo é promover o desenvolvimento continuado de advogadas, estimulando a criação de futuras lideranças femininas. O grupo promove anualmente um programa de mentoria, bem como cursos de aperfeiçoamento pessoal e profissional.

● Women in Cyber Security

Rede de apoio e cooperação para inclusão das mulheres na nova economia.

● Women Will

O Women Will é um programa Cresça com o Google com impacto em 49 países que incentiva o potencial econômico das mulheres por meio de habilidades digitais e desenvolvimento da comunidade.

Caso conheça outra iniciativa voltada ao fomento do empreendedorismo feminino, que não tenha sido mencionada nas páginas anteriores, fique à vontade para encaminhá-la pra gente: dataminer@distrito.me.



Dani Junco

Fundadora e Ceo da B2Mamy



A B2Mamy é a primeira empresa que capacita e conecta mães ao ecossistema de inovação e tecnologia por meio de uma comunidade multiplataforma especialista na jornada da maternidade que abre caminhos para o protagonismo e a liderança, transformando a relação da sociedade com as mães.

Saiba mais em b2mamy.com.br/

REPORT • FEMALE FOUNDERS

“ESTOU COM MEDO DE CONTAR QUE ESTOU GRÁVIDA. SÓ QUE A EMPRESA É MINHA.”

Deixa eu te contar uma coisa: gravidez e carreira não são desafios só para quem está no mundo corporativo. Há 4 anos, quando me aprofundi no universo das *startups*, notei algo que está passando despercebido: As fundadoras e CEOs escondem a gravidez durante rodadas de investimento, fusões e aquisições.

“Dani, não posso falar nada nessa fase. Não sei como o investidor reagiria. A equipe achou melhor esconder, mas estou engasgada me sentindo uma fraude e não honrando a felicidade que cresce em mim. Estou errada?”

O que responder nessa hora? Eu acolho e deixo meus canais de comunicação à disposição – qualquer que seja a decisão, ela terá meu apoio – Mas, convindo a pensar que, ao esconder a gestação por medo, atrasamos uma transformação necessária – Segundo pesquisa da FGV, 48% das mulheres são demitidas após a licença maternidade. Dados do IBGE mostram o nascimento de 320 crianças por hora no Brasil – um segmento que fatura 50 bilhões de reais por ano. É um paradoxo retirar do “jogo” quem precisa consumir quase 3 vezes mais do que consumia antes da maternidade – O medo dessas mulheres em serem demitidas, fica claro.

De acordo com a pesquisa feita pela Boston Consulting Group (BCG) em parceria com a Mass Challenge, *startups* fundadas por mulheres recebem em média US\$935 mil em investimentos, contra US\$ 2,1 milhões em aportes de capital de risco por empresas fundadas por homens – mesmo dando um retorno maior a longo prazo – Esse desequilíbrio ocorre por vários fatores, um deles o número discrepante de mulheres atuando na área de tecnologia.

No entanto, vejo uma luz no ecossistema em que estou inserida, onde empresas escaláveis resolvem problemas

reais, com mais dificuldades em encontrar linhas de investimento no formato “normal”. Por isso, há tantos movimentos de linhas de créditos e fundos se formando somente para fomentar negócios liderados por mulheres. Recortar ainda é preciso e muito, quando uma mulher consegue os primeiros processos para as rodadas, a gravidez vem com um recado de que a “full life” da CEO, deverá ser reorganizada em suas prioridades. Alguns pontos:

- 1) Se crianças não nascem, seu dinheiro não faz sentido
- 2) A mãe não é a única pessoa responsável por criar uma criança. Durante a amamentação essa dependência é mais evidente, mas a primeira coisa que aprendemos é desenvolver uma rede de apoio. E pisme, você pode ser uma dessas pessoas
- 3) Embora o caos da primeira infância exista, estamos no nosso estado mais criativo, produtivo, alerta e pleno. Estamos fazendo um ser humano sobreviver
- 4) Quem nos acolhe nessa fase com boa vontade, vai experimentar um senso de compromisso e gratidão nunca antes visto, porque remetemos ao nosso filho esse carinho;
- 5) Estamos na quarta revolução industrial, experimentando a nova economia em que os maiores unicórnios do país possuem comunidade, colaboração e compartilhamento em seu modelo de negócio – essas palavras estão em cada célula do nosso corpo;
- 6) Outra coisa relevante: a empresa é dela. Ela é a fundadora. Decidiu empreender no que ela sonhou e agora chegou a um programa de aceleração natural porque nossos filhos nos dão uma energia dobrada para lutar pelo que acreditamos.

HUBS E ACELERADORAS/PROGRAMA DE ACELERAÇÃO

● 10.000 Mulheres FGV

Lançado em 2008, o 10.000 Mulheres é um programa global do banco de investimentos Goldman Sachs e da Goldman Sachs Foundation, que proporcionou educação em administração e gestão de negócios a mulheres empreendedoras, a fim de ajudar a melhorar a qualidade da educação empresarial nos países em desenvolvimento.

● B2Mamy

B2Mamy é a primeira empresa que capacita e conecta mães ao ecossistema de inovação e tecnologia para que elas sejam líderes e livres economicamente. Por meio de uma comunidade multiplataforma especialista na jornada da maternidade, abre caminhos para o protagonismo e a liderança, transformando a relação da sociedade com as mães. Em cinco anos, já capacitou mais de 30 mil mulheres nos seus programas de educação e ampliou as conexões em comunidade, movimentando mais de R\$ 6 milhões.

A B2Mamy tem o HUB Casa B2Mamy Wishe que é o primeiro hub family friendly do Brasil, oferecendo espaço físico de conexão entre as *startups* inovadoras lideradas por mulheres e as investidoras e investidores que buscam retorno financeiro enquanto mudam o mundo. Da Casa, você pode trabalhar, se conectar, participar de eventos e também pode testar os seus produtos na Lab Store. A primeira Casa B2Mamy fica em São Paulo e tem a parceria da Wishe Woman Capital, mas está em expansão para outros estados, já chegando à Salvador-BA.

● Be Labs

Uma das primeiras aceleradoras exclusivas para mulheres no Brasil, trabalhando pela promoção da equidade de gênero e do poder econômico das mulheres. O design de futuros e a experiência empreendedora estão em nossa alma e, juntamente com nosso programa de aceleração para mulheres empreendedoras, oferecemos workshops virtuais exclusivos e treinamento para empresas em todo o mundo.

● Brava

Proporciona espaço dedicado à discussão e à difusão de trabalhos feitos por mulheres. A casa é o lugar onde todas se sentirão seguras e capacitadas para gerarem oportunidades e fortalecerem a comunidade feminina. Mais que um coworking e espaço para eventos – são uma rede acolhedora que tem como principal objetivo apoiar e fazer com que todas sejam vistas e ouvidas.

● BlackRocks

BlackRocks Startup nasceu em 2016 com o objetivo de promover acesso à população negra em ambientes altamente inovadores e tecnológicos. Empresa liderada por mulheres negras que apoiam pessoas e negócios inovadores, lucrativos e tecnológicos. São um *hub* preto que conecta empreendedores a capital e oportunidades no ecossistema de *startup*. Busca promover no ecossistema empreendedor brasileiro, o aumento da diversidade racial, através de soluções escaláveis e rentáveis, potencializando oportunidades e conexões transformadoras que fomentem a inovação.

HUBS E ACELERADORAS/PROGRAMA DE ACELERAÇÃO

● Entrepreneurial Winning Women™ Brasil

O programa de mentoria, com duração de um ano, proporciona às empreendedoras a oportunidade de aperfeiçoar conhecimentos essenciais ao mundo dos negócios, tais como *branding*, liderança, gestão e relacionamento. O grupo também passa a participar de eventos e reuniões promovidas pela EY, como Encontros Semestrais, o Programa Empreendedor do Ano e treinamentos que contribuem positivamente para fortalecimento dos seus negócios. Por fim, elas passam a ter acesso a uma rede de organizações e profissionais que podem apoiá-las em sua jornada.

● Future females

O programa apoiará 50 brasileiras fundadoras de empresas de base tecnológica para iniciar, crescer, escalar e se tornar mais sustentável, promovendo impacto social, econômico ou ambiental positivo.

● Movimento Black Money

São encontros de empreendedores e profissionais, que desejam começar ou melhorar seus negócios (*Start*), dentro de uma pauta identitária (*Black*) com a finalidade de juntar talentos, formar *network* e incentivar conexões com investidores que auxiliem a ignição de novos empreendimentos.

● Poder Rosa

Comunidade para acelerar o crescimento de empresas fundadas por mulheres. Oferece informação, apoio para atrair investimentos, negociar com grandes empresas e se beneficiar do efeito multiplicador da rede de parceiros.

● PretaHub

Hub de criatividade, inventividade e tendências pretas. É o resultado de dezoito anos de atividades do Instituto Feira Preta no trabalho de mapeamento, capacitação técnica e criativa, aceleradora e incubadora do empreendedorismo negro no Brasil. É a compreensão de que muito já foi feito, mas que o futuro é promissor, vasto e precisa ser olhado a partir da inventividade preta para fazer negócio. Inventividade que não é apenas potente, mas o que de mais criativo e inovador existe nas práticas de um mercado saturado da falta de representação e proporcionalidade em seus modos de criar, desenvolver e escoar produtos e serviços.

Caso conheça outro *hub* e/ou aceleradora voltada ao fomento do empreendedorismo feminino, que não tenha sido mencionada nas páginas anteriores, fique à vontade para encaminhá-la pra gente: dataminer@distrito.me.

VENTURE CAPITAL

● Maya Capital

Fundo de *venture capital* focado na América Latina, a MAYA Capital nasceu em 2018 com o propósito de liderar o movimento transformacional na região impulsionado pelo empreendedorismo. O *Female Force Latam* é uma iniciativa criada para eliminar travas no empreendedorismo liderado por mulheres e reduzir a discrepância entre o número de fundadoras mulheres e fundadores homens na América Latina. A plataforma conecta empreendedoras no início de sua jornada a empreendedoras experientes e inspiradoras para a realização de mentorias pontuais.

● We Venture

Fundo idealizado pela Microsoft e pela Bertha Capital para investir em negócios de tecnologia pilotados por mulheres.

● MIA – Mulheres Investidoras Anjo

A *ventura* busca sensibilizar e capacitar mulheres para atuar como investidoras anjo, pois mulheres ainda são pouco presentes no ecossistema de investimento anjo e empreendedorismo de alto impacto. Acreditam no valor da diversidade no desenvolvimento de negócios inovadores.

● Wishe Woman Capital

Um *hub* de investimentos que conecta *startups* inovadoras lideradas por mulheres a investidoras e investidores em busca de retorno financeiro aliado à transformação socioeconômica coletiva.

● Elas

O único fundo brasileiro de investimento social voltado exclusivamente para a promoção do protagonismo das mulheres. Entendem que investir nelas é o caminho mais rápido para o desenvolvimento de um país.

CONCLUSÃO

Quando começamos esse *report*, o fizemos a partir do conhecimento prévio de que há desigualdade significativa de gênero no ecossistema brasileiro de empreendedorismo de inovação. Essa desigualdade se manifesta sob diversas formas que compreendem desde a composição das empresas, e os tipos de soluções que oferecem, até os fundos de *Venture Capital*. De modo a quantificar e melhor entender esse cenário, optamos por analisar em detalhes a composição de gênero a partir dos fundadores - uma dimensão extremamente importante, mas também simbólica, posto que são esses os visionários que representam as *startups* para o público.

Por mais que soubéssemos se tratar de um ambiente desigual, constatamos que somente um décimo das *startups* é fundada ou co-fundada por mulheres, uma discrepância enorme e que ecoou em diversas outras dimensões, a exemplo do grau de investimento, onde vimos que as *startups* fundadas apenas por mulheres receberam apenas 0,04% do total aportado em 2020. Trata-se de um dos mais completos documentos até agora sobre a desigualdade de gênero em nosso meio, a partir do qual, esperamos, possamos adotar ações propositivas baseadas em dados no afã de transformar essa realidade.

No entanto, não é do nosso interesse fazer desse *report* apenas um levantamento sobre a desigualdade: buscamos aqui exaltar as realizações das fundadoras que, a despeito de todos os obstáculos, dão exemplo de resiliência, inventividade e força, fazendo valer a sua competência para conquistar espaço no ecossistema de inovação. Trata-se de um ecossistema jovem, onde mais da metade das *startups* está no início das operações, mas extremamente promissor.

Se a superação de dificuldades e a capacidade de adaptação são marcas dos bons empreendedores, há muitas lições que se pode aprender

a partir das experiências de nossas fundadoras. Há que se tomar cuidado apenas para não romantizar essas trajetórias, ao ponto de equiparar as dificuldades inerentes ao empreendedorismo, que por si só já são muitas, com a discriminação de gênero.

Não bastasse ser imoral e afrontosa à dignidade humana, a discriminação é incompatível com o princípio da livre-iniciativa, uma vez que ela impede que os indivíduos sejam avaliados por seu caráter, inteligência e capacidade de realização. Trata-se de um enviesamento que impede que as iniciativas empreendedoras sejam avaliadas por seus méritos e potencialidades intrínsecos. Não bastasse, outras dimensões incidem sobre quadro, a exemplo da questão racial, tornando ainda mais dificultoso o êxito de algumas mulheres - 76,7% das fundadoras são brancas, sendo o restante distribuído entre pardas, pretas, indígenas, entre outros grupos étnicos minoritários.

Em vista do vão enorme que hoje identificamos entre os gêneros, são bem-vindas as iniciativas de aceleração demograficamente focadas, que buscam derrubar as barreiras de entrada para as empreendedoras e promover o empreendedorismo feminino. Em consonância com as muitas especialistas e empreendedoras ouvidas no decorrer desse estudo, nós - Distrito, Endeavor e B2Mamy - buscamos expandir o acesso a conhecimento, mercado, capital e infraestrutura para que tenhamos igualdade de oportunidades.

Essa é a lição maior das fundadoras, exemplificada também nas lutas de outros grupos sub-representados em nosso ecossistema. É necessário que nosso meio se faça cada vez mais diverso - e competitivo - para que alcancemos as soluções inovadoras que tanto precisamos. Mulheres empreendedoras são sinônimo de empresas bem-sucedidas, maior diversidade de negócios e impacto positivo na economia da nação.

Я YOU READY FOR THE DATA-DRIVEN WORLD?

O Dataminer é a área de pesquisa de mercado e inteligência de dados do Distrito.
A partir da maior e mais profunda base de dados sobre startups do Brasil, produzimos dezenas de reports setoriais e regionais e também inteligência customizada para as decisões da sua empresa.

Quer saber mais? distrito.me/dataminer



DATA IS OUR SUPER POWER

TERMOS DE USO E REPRODUÇÃO DESTE MATERIAL

Todas as informações e conteúdos presentes neste material são propriedade dos seus realizadores. É vedada sua utilização para finalidades comerciais e publicitárias sem prévia autorização. Estão igualmente proibidas a reprodução, distribuição e divulgação, total ou parcial, dos textos, figuras, gráficos que compõem o presente *report*, sob qualquer adulteração e sem que a sua fonte seja citada.

QUER ENTENDER COMO USAR OS DADOS DO ECOSISTEMA
BRASILEIRO DE INOVAÇÃO PARA SAIR NA FRENTE EM SEU NEGÓCIO?

DATAMINER@DISTRITO.ME



FEMALE

FOUNDERS

REPORT

2021

