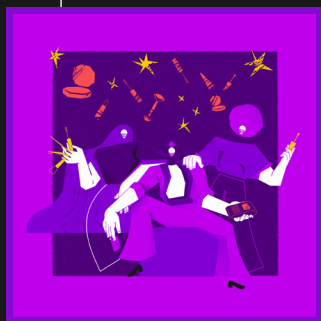
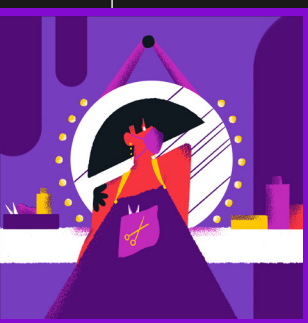


Mulher, Empresária Individual

Um retrato da relação de
donas de pequenos negócios
com o dinheiro na pandemia



Data Nubank

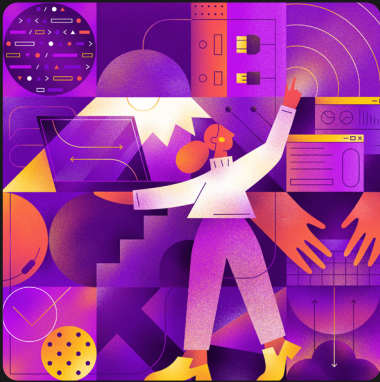
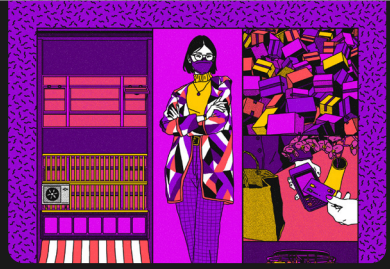
O **Data Nubank** é a plataforma de análises e divulgação de pesquisas sobre finanças do Nubank. O Nubank é uma das maiores **plataformas financeiras digitais** do mundo. Nossa missão é trazer informação confiável de forma objetiva e transparente para facilitar o entendimento dos assuntos relacionados ao bolso do brasileiro.

Nessa quinta edição, analisamos o contexto de empresas lideradas por mulheres, antes e durante a pandemia do coronavírus. O estudo, que marca o primeiro ano do Data Nubank, faz essa leitura com base no comportamento de clientes Nubank e traz também dados do SEBRAE e explorações do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em uma parceria inédita entre as três instituições.

Buscamos, em conjunto com estas duas entidades que são referência no assunto, entender as principais características dos microempreendimentos femininos, suas diferenças em relação aos negócios geridos por homens, e como a crise provocada pela pandemia impactou as mulheres.

Por fim, buscamos possíveis caminhos e soluções para amenizar o problema da equidade de gênero no ambiente do empreendedorismo, e seguir em direção a um futuro mais justo e promissor para as mulheres que decidem enfrentar os desafios de ter seu próprio negócio.

O [Data Nubank](#) é um projeto multidisciplinar liderado pelo time de Conteúdo do Nubank, em parceria com outros times, como Relações Institucionais, com o intuito de traduzir conteúdos relacionados a finanças de forma simples e transparente.



CARTA AOS LEITORES

Vida de empreendedora, por Monique Evelle

Este texto é mais uma breve carta para você.

Eu não te conheço, não sei quais são seus sonhos e desafios, mas muito provavelmente, se você empreende, teremos pontos de interesse em comum.

O primeiro ponto em comum é a nossa jornada tripla. Dar conta da vida pessoal, dos negócios e ainda dos velhos costumes da sociedade. Estou falando do machismo, racismo, LGBTQIA+fobia e tantas outras opressões. É uma jornada exaustiva.

O segundo é a nossa teimosia de comparar o nosso início com o meio das pessoas que admiramos. Essa é a pior estratégia que uma empreendedora poderia ter. Fiz isso quando estava começando a empreender aos 16 anos.

Por isso, te digo que a comparação faz com que você paralise, questione suas potencialidades, e acredite que outras empreendedoras são ameaças e não aliadas. Por favor, fuja dessa cilada. Quando esses sentimentos de autossabotagem surgirem, troque o termo "se" pelo "quando". O motivo é simples. A partir do momento que utilizamos o "se", criamos o imaginário do impossível. Parece que nada do que planejamos irá acontecer. Agora, falando "quando", a gente consegue imaginar o futuro, enxergar o passo a passo para tangibilizar nossos sonhos e negócios.

Além disso, acredito que nosso ponto de interesse é fazer nosso empreendimento dar certo. Esse foi meu sonho aos 16 e, mesmo com tantos desafios, esse interesse que está mais para sonho, se tornou realidade. Hoje, 10 anos depois, estou aqui, escrevendo esta carta para você.

Poderia continuar essa breve carta destacando todos os desafios que enfrentei e ainda irei enfrentar. Mas você já deve ter uma noção deles. E com tantos desafios, por que não desistimos? Não sei você, mas eu não quero chegar atrasada na vida das pessoas. Não quero que as ferramentas e soluções cheguem atrasadas na vida das pessoas.

Tenho me movimentado para que o ecossistema empreendedor realmente funcione, para transformar o que você sabe fazer como fonte de renda, criar seu próprio negócio e enxergar a sua vida pela lente da abundância e não da escassez. Você, que está lendo esta carta, não se esqueça de que não está sozinha ou sozinho. Pedir ajuda nunca foi motivo de vergonha, e vulnerabilidade nunca foi sinônimo de fracasso. E sabe o que eu e o Nubank temos em comum? Nós enxergamos você e a sua empresa.

Não se esqueça disso.

MONIQUE EVELLE

Fundadora da *Inventivos* e Consultora de Inovação no Nubank

APRESENTAÇÃO

Os desafios do empreendedorismo feminino no Brasil

Empreendedores, tecnicamente, são donos ou donas de algum negócio, de pequeno, médio ou grande porte. São empregadores ou, desde a criação da Microempresa Individual (MEI), que passou a valer em 2009, trabalhadores que atuam por conta própria de maneira independente e têm um CNPJ.

O que classifica, formalmente, as pessoas como empreendedoras é o trabalho a partir de um CNPJ. É quando elas deixam de exercer suas atividades como pessoas físicas para se tornarem pessoas jurídicas (empresas). Apesar disso, as fronteiras entre esses dois mundos estão cada vez mais turvas, como mostrou a [edição anterior](#) do Data Nubank.

Quando falamos de micro e pequenas empresas, que são o foco deste estudo, não se trata de grandes corporações com muitos funcionários e quantias monumentais de dinheiro. É sobre um universo de negócios com faturamento de até R\$ 81 mil por ano, no caso das MEIs, e de até R\$ 360 mil anuais,

para as Microempresas. **Neste estudo, nos debruçamos sobre o perfil de microempreendedorismo feminino.**

Os dados mostram uma evolução na participação de mulheres à frente de micro e pequenos negócios ano após ano no Brasil. Mas esse cenário de avanço não contava com um revés que aconteceu no começo de 2020: o início da pandemia do coronavírus. Com a crise que se desdobrou a partir das restrições de circulação, muitos estabelecimentos fecharam as portas, e foram elas as que mais sofreram as consequências diante do cenário de incerteza, como vamos analisar mais à frente.

E, ao avaliar os negócios liderados por mulheres, é preciso considerar a perspectiva sócio-econômica. Mesmo antes da crise sanitária, elas já dedicavam 10,4 horas a mais que homens por semana para atividades domésticas e de cuidado com a família, segundo o IBGE. Com o fechamento de creches e escolas, também foram elas as primeiras a sofrer com o acúmulo de jornadas de trabalho, o que impossibilitou muitas dessas mulheres de darem continuidade às suas carreiras.

As mulheres também colaboraram de forma expressiva para a criação de novos negócios na pandemia, em especial entre os MEIs. Se em um primeiro momento

o dado parece animador, há evidências de que esse crescimento tem origem na desigualdade de gênero quando o assunto é ocupação formal. O empreendedorismo por necessidade, ou seja, aquele que busca unicamente meios de sustento, se intensificou com a pandemia, principalmente entre as mulheres mais jovens.

O estudo do Data Nubank em parceria inédita com BID e SEBRAE traz à tona esses e outros pontos que impactaram as mulheres empreendedoras, investiga o comportamento financeiro e busca entender de que forma elas reagiram à crise provocada pela pandemia da Covid-19.

Quais políticas públicas precisam ser desenvolvidas para corrigir essas desigualdades? Como reduzir os danos aos empreendimentos femininos causados pela pandemia?

Essas questões ultrapassam a exploração desse estudo. Mas entender o perfil das mulheres microempreendedoras e como elas têm respondido a uma crise sem precedentes nos dá ferramentas para começar a pensar em caminhos.



Objetivos

Esta edição visa conhecer o **impacto financeiro nos negócios femininos** decorrentes dos efeitos da pandemia.

Ilustração de:
Ing Lee

Destques

Esta parte do estudo explica brevemente a metodologia, o recorte de tempo analisado e os principais achados sobre o tema. Aqui a gente vai resumir os principais pontos da pesquisa, que vai ser analisada em profundidade mais adiante.

É importante destacar que os dados públicos analisados apontam o empreendedorismo como alternativa de subsistência diante da tripla jornada de mulheres, que são mais afetadas pelo desemprego do que os homens.

PERÍODO DE ANÁLISE

Janeiro de 2014 a Novembro de 2020¹.

1. Como o estudo engloba diversas fontes de informação, nem todos os gráficos remontam ao mesmo período de análise. No caso do SEBRAE, os estudos abrangem os anos de 2002 a 2020. Os dados do Nubank se referem a análises realizadas entre 2019 e 2021.

BASE DE ANÁLISE

Nubank

comportamento de consumo de clientes, tendo como público-alvo mulheres e homens segundo a autodeclaração de gênero na abertura da conta pessoal e da conta PJ, donas e donos de micro e pequenos negócios.

SEBRAE

Dados gerados, interpretados e apresentados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)

Análises e recomendações sobre Políticas Públicas com base em dados públicos.

IMPORTANTE

O estudo foi realizado seguindo as diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), levando em consideração a privacidade e a proteção de dados desde sua concepção. Foram utilizados dados anonimizados para a realização do estudo. Nenhum cliente do Nubank teve seus dados analisados a nível individual – e foram consideradas apenas informações agregadas dos grupos que são objeto do estudo.

As análises realizadas foram feitas seguindo as bases legais previstas na LGPD, e também exigidas no convênio de cooperação técnica entre as partes. O tratamento de dados observou os princípios da finalidade, adequação, necessidade, transparência, qualidade e segurança das informações. Os relatos de empreendedoras clientes do Nubank que ilustram o estudo foram obtidos de forma voluntária por meio da NuCommunity, a comunidade de clientes do Nubank, e com a autorização de cada uma das clientes participantes.

DESCOBERTAS DE ACORDO COM O SEBRAE

1. O impacto da pandemia sobre o fechamento de empresas das mulheres foi proporcionalmente maior, principalmente para negócios mais antigos.

Dados da PNAD, utilizados nos estudos do SEBRAE, mostram que, no pior período da crise, no segundo trimestre de 2020, o número de mulheres empreendedoras (Empregadoras +

Conta Própria) em atividade, formais e informais, caiu 15%. Já entre os homens empreendedores, na mesma base de comparação, houve uma queda de 10%. Ou seja: em termos percentuais, elas apresentaram uma queda 50% maior do que a deles. Por outro lado, a pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor), também realizada pelo SEBRAE em parceria com o IBQP, evidencia que, no primeiro ano da pandemia, houve uma paralisação

"Sendo empreendedora, tive algumas conquistas que para muitos podem parecer coisas bobas. Consegui bater a minha primeira meta de receita com a empresa depois de 4 anos ralando bastante para que isso acontecesse. Conquistei minha independência financeira e hoje consigo me bancar."

MARCELLA STERZA
NICOLETTA

Empresária no ramo de assessoria executiva e cliente do Nubank

proporcionalmente maior dos negócios mais antigos e tocados por mulheres.

Nos primeiros meses da pandemia, verificou-se – independentemente da autodeclaração de gênero – também uma forte saída de empreendedores mais experientes, ao lado da forte entrada daqueles com menos tempo de experiência na atividade empreendedora. Ainda assim, o saldo líquido no total de empreendedores, tanto homens quanto mulheres, é de queda.

2. Em 2020, os negócios administrados por mulheres intensificaram suas vendas no ambiente online – redes sociais, aplicativos e internet.

Mais de 70% dos empreendimentos chefiados por mulheres passaram a comercializar produtos e serviços online, em comparação com 64% dos dirigidos por homens. Além disso, 17% delas concentram a maior parte das vendas no digital, contra 14% deles.

DESCOBERTAS DE ACORDO COM O NUBANK

3. A desigualdade aumentou: a diferença entre a receita média de MEIs de mulheres e homens cresceu consideravelmente entre 2020 e 2021.

Em 2020, MEIs liderados por homens apresentaram uma receita média 10,8% superior à dos negócios chefiados por mulheres. Só nos sete primeiros meses de 2021, essa diferença já aumentou para 23%, mostrando que a desigualdade entre gêneros cresceu.

4. Homens pediram mais empréstimos na crise para manter seus negócios abertos.

Durante a crise, 53% dos donos de micro empresas contraíram empréstimos para manter seus negócios, enquanto 47% das donas usaram desse recurso. Apesar de recorrerem menos aos empréstimos, elas obtiveram mais êxito quando o

fizeram: 54% das MEIs geridas por mulheres tiveram seus pedidos de crédito aprovados, versus 50% dos homens, de acordo com dados do Nubank.

5. Mulheres conseguiram guardar menos dinheiro do que homens e, em 2021, esse comportamento se intensificou.

Na função [Guardar Dinheiro](#) do Nubank, a diferença entre os depósitos de mulheres e homens só tem crescido. Em 2019, elas conseguiram guardar 17,2% a menos do que os homens em volume financeiro. Em 2021, essa diferença entre o montante guardado por eles e por elas aumentou para 47,6%.

6. Elas fizeram menos retiradas de reservas financeiras em momentos de emergência quando comparados a eles.

O dado anterior observou que as mulheres economizaram menos dinheiro do que os homens. Isso explica, também, o maior percentual de retirada entre eles. Em 2019, por exemplo, empreendedores homens haviam sacado de suas reservas um volume financeiro 32,6% superior em comparação ao valor retirado por elas, segundo dados do Nubank. Essa diferença saltou para 47,6% em junho de 2021.

7. Em 2021, 21,5% das mulheres escolheram aplicar seus recursos em investimentos mais conservadores, como tesouro direto e renda fixa.

Entre os homens, 15,1% têm perfil mais conservador, segundo dados da [Nulvest](#). No quesito experiência com investimentos, cerca de 21% das mulheres têm conhecimento no assunto, em comparação com 37,9% deles.

A metodologia para descobrir o perfil de investimento é definida pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais por meio da aplicação do [suitability](#) – [um formulário obrigatório](#) que é preenchido pelo investidor antes de começar a investir.



Introdução

Apresentação do perfil das mulheres microempendedoras.

Ilustração de:
Clara Candelot

Em 2019, cerca de um em cada três brasileiros que empreendiam eram mulheres. Este foi o cenário apresentado pelo IBGE na PNAD Contínua de 2019, antes da pandemia do coronavírus.

QUEM SÃO ELAS

O dado, analisado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) para a produção deste material, revela mais. Desse total de empreendedores, 17% são mulheres de cor branca e amarela, e as outras 18% são pretas, pardas e indígenas, quase meio a meio.

O perfil dessas mulheres carrega algumas diferenças em comparação aos empreendedores homens. De maneira geral, as administradoras de negócios

mulheres são um pouco mais jovens do que eles: 43,7% delas têm até 40 anos, enquanto 38,4% deles estão nessa mesma faixa etária. As mulheres também têm maior escolaridade: 61,7% delas têm ensino superior ou médio completo, enquanto esse percentual é de 44,5% entre os homens – e boa parte delas continua estudando.

SETORES DE ATUAÇÃO

Enquanto o foco dos negócios liderados por mulheres está principalmente nos setores de educação, saúde, serviços sociais, indústria geral, alojamento e alimentação, o masculino se concentra no agropecuário, na construção e no transporte.

Quase metade dos negócios comandados por mulheres (44,7%) fica na região Sudeste do país, de acordo com [pesquisa](#) do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME), realizada em 2020. Outros 20,3% estão no Nordeste, 17,7% no Sul, 10,3% no Norte e 7% no Centro-Oeste.

DIMENSÃO DAS EMPRESAS

Outro fato importante observado pelo BID sobre a PNAD Contínua: os negócios comandados pelas mulheres costumam ser menores. Geralmente essas micro empresas não empregam outras pessoas, mas, quando têm funcionários, 83% do quadro é composto por outras mulheres, o que gera um ciclo virtuoso de emprego entre elas.

SOBRE OS EMPREENDIMENTOS

Esses negócios também são recentes. Segundo o IRME, 68% existem há menos de 3 anos, e metade deles têm faturamento médio mensal de até R\$ 2.500. Se compararmos com os negócios comandados por homens, o rendimento das empresas delas é 24% inferior ao das empresas deles. Ou seja: para cada R\$ 1.000 que a empresa administrada por um homem fatura, a de uma mulher vai faturar R\$ 760, uma diferença relevante.

Diante desse cenário já desafiador, a pandemia do coronavírus trouxe novos obstáculos. Segundo a PNAD, antes de 2020

as mulheres já dedicavam menos tempo do que os homens ao seu empreendimento, por acumularem com frequência mais de um emprego e as tarefas domésticas.

Com a crise sanitária, isso se intensificou: 7 em cada 10 mulheres sentiram aumento nos cuidados com o lar, o que refletiu em seus negócios, segundo a pesquisa "As Empreendedoras e o Coronavírus" realizada em abril de 2020 pelo IRME em parceria com o Instituto Locomotiva com mais de mil mulheres que possuem negócio próprio ou se consideram empreendedoras.

Para ilustrar melhor como elas foram afetadas pela pandemia do coronavírus, analisamos o comportamento de consumo de clientes do Nubank que são MEIs e produzimos as análises que você lê a seguir.



Contexto

Esta seção traz, em números, **o retrato da mulher empreendedora na pandemia.**

Ilustração de:
Leticia Vieira

Empreendedoras sofreram mais com a crise sanitária

Segundo dados da mesma pesquisa da Rede Mulher Empreendedora em parceria com o Instituto Locomotiva mencionada anteriormente, 39% dos empreendimentos liderados por mulheres tiveram que paralisar suas atividades devido à pandemia. A pesquisa realizada em abril de 2020 mostra que, com a crise provocada pela pandemia de Covid-19, o abismo entre homens e mulheres MEIs – que já existia – ficou ainda mais evidente.

Por isso, ao falar das diferenças de trabalho autônomo entre eles e elas, é impossível evitar a análise de contextos sociais. Historicamente, mulheres acumulam jornadas: trabalho, família e cuidados com a casa. Isso, no momento em que escolas e creches ficaram fechadas, inviabilizou a dedicação de muitas delas à vida profissional.

No decorrer da pandemia, outros movimentos puderam ser notados, como o crescimento no número de novas mulheres MEIs – empurradas para o empreendedorismo pelo desemprego – e maior desigualdade de renda entre homens e mulheres autônomos.

CENÁRIO

No Brasil, ao falarmos de empreendedorismo, é preciso tocar em outro assunto que anda lado a lado: o desemprego. Hoje, existem 14,8 milhões de desempregados no país, e o perfil médio do desempregado brasileiro é de uma mulher, jovem e negra, de acordo com os dados do Ipea.

Em resposta a essa conjuntura, desde 2012 tem crescido o número de microempreendedores no Brasil. A Pnad Contínua aponta que, depois de uma forte queda no início da pandemia, houve um crescimento recorde na criação de MEIs entre o segundo semestre de 2020 e o primeiro de 2021. Contudo, o empreendedorismo por necessidade tem se tornado cada vez mais o motivo por trás da criação desses negócios.

Segundo a Pesquisa GEM, durante o primeiro ano da pandemia, em 2020, 50% dos empreendedores iniciais começaram seu negócio “por necessidade”. Esta foi a maior taxa de empreendedorismo por necessidade dos últimos 18 anos. Neste mesmo ano, saíram do mercado muitas mulheres empreendedoras

experientes (com mais de 3,5 anos na atividade) enquanto ingressaram muitas mulheres menos experientes na atividade empreendedora.

Os dados evidenciam que as chamadas empresas consolidadas sofreram impacto, assim como as mulheres, que foram as mais impactadas pelo desemprego e se tornaram, também, parte expressiva dos novos MEIs (45,6%) .

Os três recortes combinados (de desemprego, de fechamento de empresas consolidadas e de abertura de empreendimentos por necessidade) deixam claro que as mulheres ocupam uma posição mais vulnerável do que os homens do ponto de vista sócio-econômico.

OPORTUNIDADES

Entendendo a relevância das mulheres empreendedoras para a economia brasileira, compreender quem são, como se comportam financeiramente e as principais diferenças entre elas e eles nesse segmento é fundamental para conhecer o cenário brasileiro de MEIs hoje.

O RETRATO DA EMPREENDEDORA MULHER NA PANDEMIA EM NÚMEROS DO NUBANK E DO SEBRAE

Mulheres representam **33,6%** dos donos de negócio no Brasil;

53%
delas têm até 44 anos;

47%
são pretas ou pardas;

39%
têm ensino médio e 29%
chegou ao ensino superior;

43%
estão na região sudeste;

48%
dos negócios liderados por elas interromperam temporariamente as atividades, em abril de 2020 (primeiro mês da pandemia), em comparação com 44% dos negócios liderados por homens;

45,6%
dos novos MEIs
são mulheres;

A renda média das mulheres MEIs clientes do Nubank é 24,6% menor do que a dos homens em 2021 ;

53%
delas pediram algum empréstimo para a empresa durante a crise.



Descobertas

Esta seção traz, os **principais achados do estudo**, no detalhe.

Ilustração de:
Auí Mendes

O impacto da crise sanitária

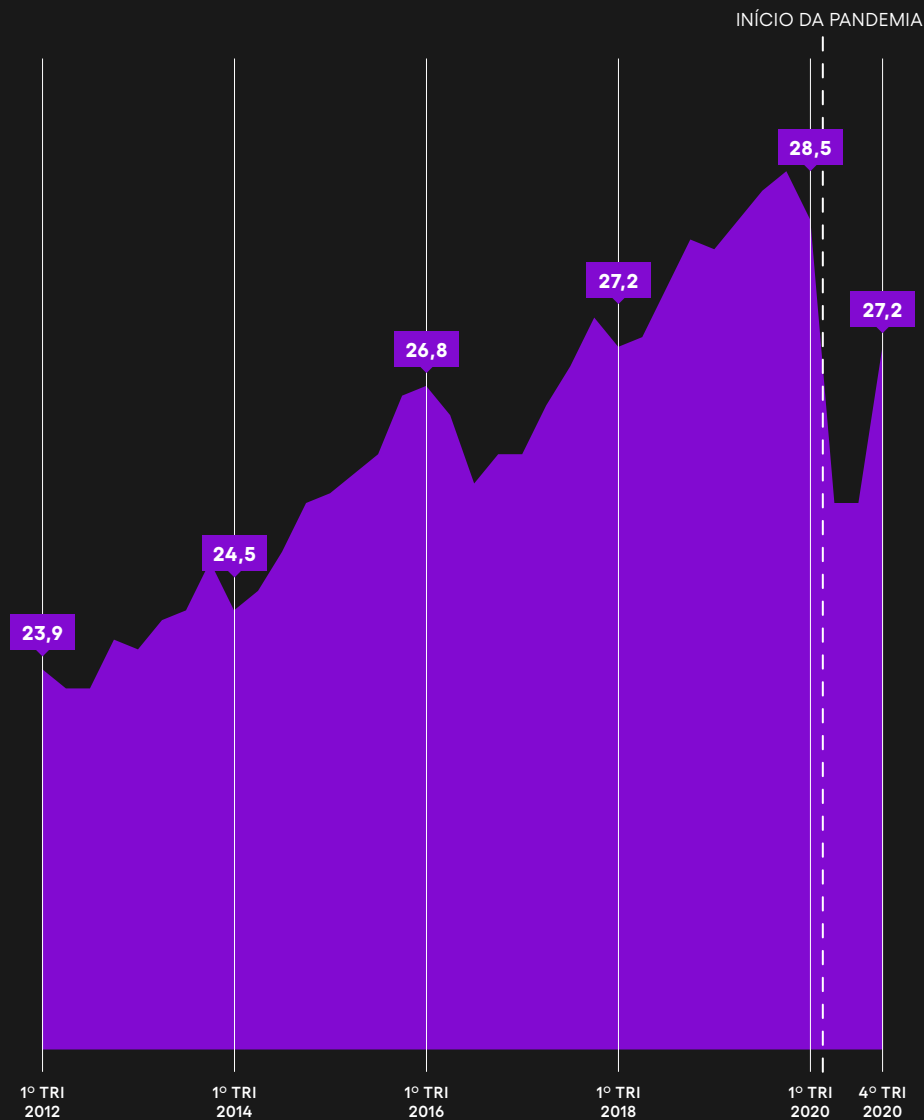
Ainda nos primeiros meses da pandemia, o efeito sobre o empreendedorismo já pôde ser sentido intensamente. O número de empreendedores (com e sem CNPJ) como um todo diminuiu (**Gráfico 1**), mas a redução foi mais significativa entre os informais (**Gráfico 3**).

Por conta da redução da circulação de pessoas e do consumo, caiu também a demanda por atividades de serviços pessoais, como de cabeleireira e manicure, alojamento (albergues, pensões, campings), bares, restaurantes e comércio de rua – que são algumas das principais atividades exercidas pelas mulheres. Diante desse cenário, muita gente optou por sair totalmente do mercado.

O número total de donos de negócios (Empregadores e Conta Própria somados) caiu de 29 milhões no quarto trimestre de 2019 para 25,6 milhões no segundo trimestre de 2020. A partir do terceiro trimestre de 2020, se manteve praticamente estável apesar da menor restrição à circulação, mas no quarto trimestre de 2020 houve uma recuperação de 6,3% do número de empreendedores ativos.

1

Número total de donos de negócio: empreendedores e conta própria, em milhões



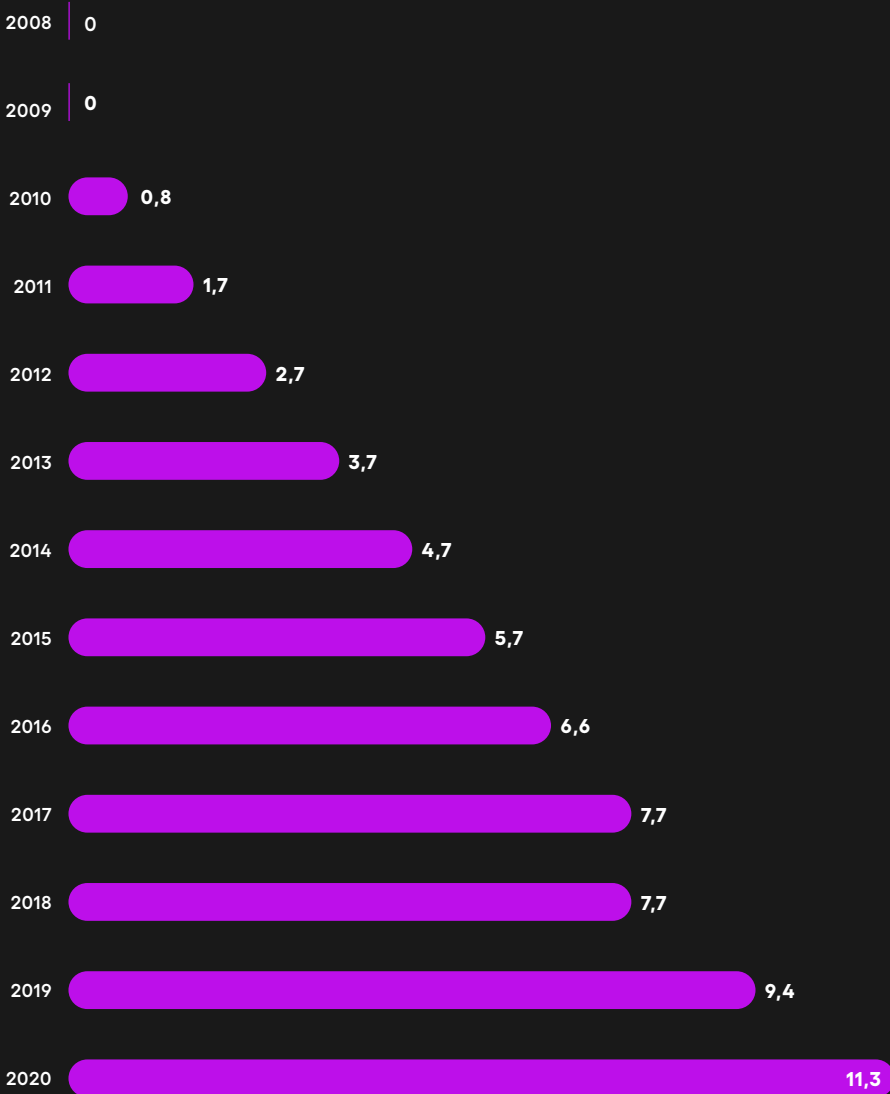
O impacto negativo maior entre os informais era esperado. Apesar dos incentivos para a formalização por meio das MEIs, o país ainda tem uma forte presença de trabalhadores informais. Esse tipo de negócio também tem um papel muito importante para a atividade econômica: gera rendimentos, contribui para a economia com a venda de bens, prestação de serviços e geração de consumo.

Contudo, a informalidade também tem seu lado negativo. Pelo fato desses empreendedores não serem formalizados, eles ficam descobertos de garantias institucionais que ajudam a manter o negócio aberto em situações extremas, como uma pandemia. Ou seja, eles também são os primeiros a sair do mercado em contextos de crise.

Quando falamos de empreendedores formalizados, ou seja, aqueles com um CNPJ, observa-se uma forte tendência de crescimento, que inclusive bateu recorde em 2020.

De acordo com [dados da Receita Federal](#) analisados pelo SEBRAE de variação anual do número de MEIs (**Gráfico 2**), o número de microempreendedores individuais no Brasil aumentou na faixa de 1,8 milhão em 2020.

2 Número de MEIs ativos por ano, em milhões



O EFEITO NAS MULHERES

Aprofundando o olhar da crise para o recorte de gênero, os dados do IBGE mostram que o impacto da pandemia sobre as mulheres empreendedoras foi ainda maior do que sobre os homens, como mostra o **Gráfico 3**.

No período mais agudo da pandemia, no segundo trimestre de 2020, o número de mulheres empreendedoras caiu 15%, enquanto a queda entre os homens foi de 10%. O perfil médio das pessoas

mais afetadas é predominantemente constituído por mulheres negras, pessoas com até 34 anos, sem instrução e sem CNPJ.

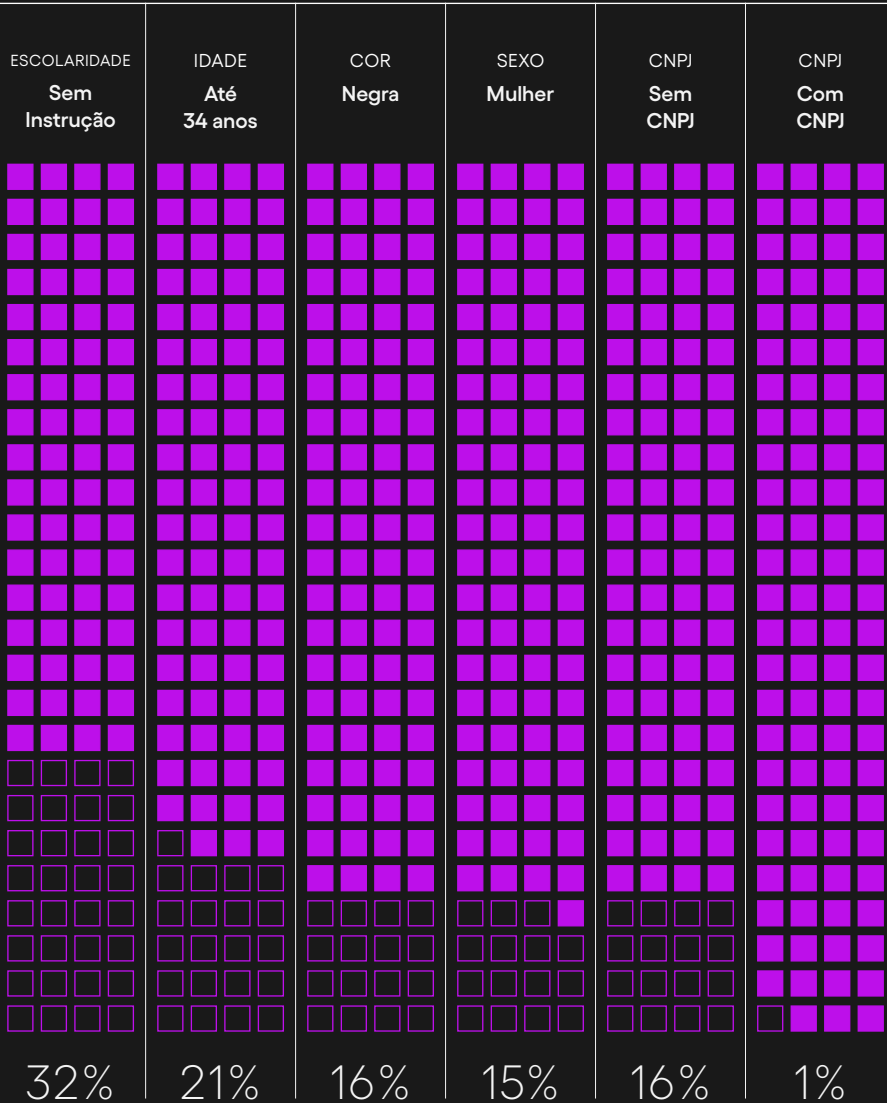
Antes da pandemia, ainda de acordo com o **IBGE**, as mulheres já dedicavam 10,4 horas a mais do que os homens por semana às atividades domésticas. Com o fechamento de creches e a restrição de circulação, uma hipótese é a de que tenha recaído sobre as mulheres o aumento do tempo dedicado ao cuidado de crianças, idosos e familiares com problemas de saúde.

"Meu maior obstáculo sempre foi ser mulher na área de tecnologia. Desde 2014, na faculdade, percebi uma luta por reconhecimento. É louco pensar que em uma área tão dinâmica existam pessoas que ousam olhar para uma mulher e dizer que ela não é capaz"

BRUNA GARCIA

Empreendedora do setor de desenvolvimento de software e cliente do Nubank.

3 Redução dos donos de negócios na pandemia, por categoria



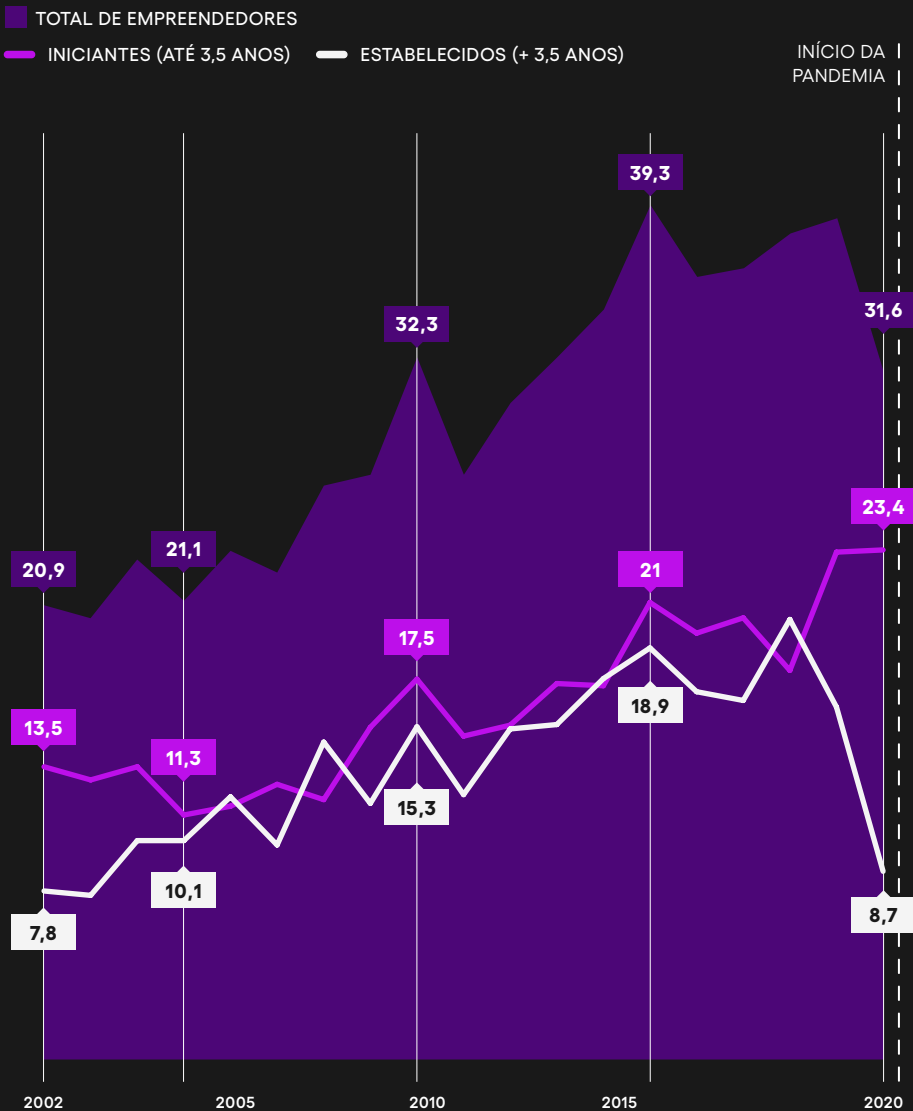
NOTA Dados de 2019 a 2020

FONTE SEBRAE (2021), "Empreendedorismo Informal no Brasil" a partir de dados da PNAD do IBGE

EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

As condições de mercado desfavoráveis são um fator decisivo para o abandono da atividade empreendedora. Segundo a pesquisa [Global Entrepreneurship Monitor](#) (GEM 2020), conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), houve uma saída maior de mulheres da atividade **(Gráfico 5)**, em especial aquelas que já tinham um negócio há mais tempo **(Gráfico 4)**.

4 Evolução das taxas de empreendedorismo, % população adulta



NOVOS NEGÓCIOS POR NECESSIDADE

Entre as empreendedoras nascentes (com até 3 meses de operação e/ou que ainda não têm seu próprio negócio, mas nos últimos 12 meses realizou alguma ação visando ter um) subiu 49% o número de negócios que são liderados por mulheres, de acordo com dados do GEM 2020. Na mesma base de comparação, o aumento dos empreendimentos chefiados por homens foi de 7% (**Gráfico 5**).

Entre os empreendedores nascentes, com até três meses de atividade, houve uma entrada de pessoas mais jovens. Vale destacar que essas pessoas têm menos tempo de experiência, são de baixa renda e têm menos escolaridade, como mostra o **Gráfico 5**.

Tudo isso indica que, em momentos menos promissores da economia, as mulheres ingressam no empreendedorismo por necessidade, e não como uma escolha de trajetória profissional, como mostra um [estudo do SEBRAE de 2019](#).

5 Variação de empreendedores nascentes e estabelecidos, em %

■ NASCENTES (ATÉ 3 MESES)¹ ■ ESTABELECIDOS (+ 3,5 ANOS)



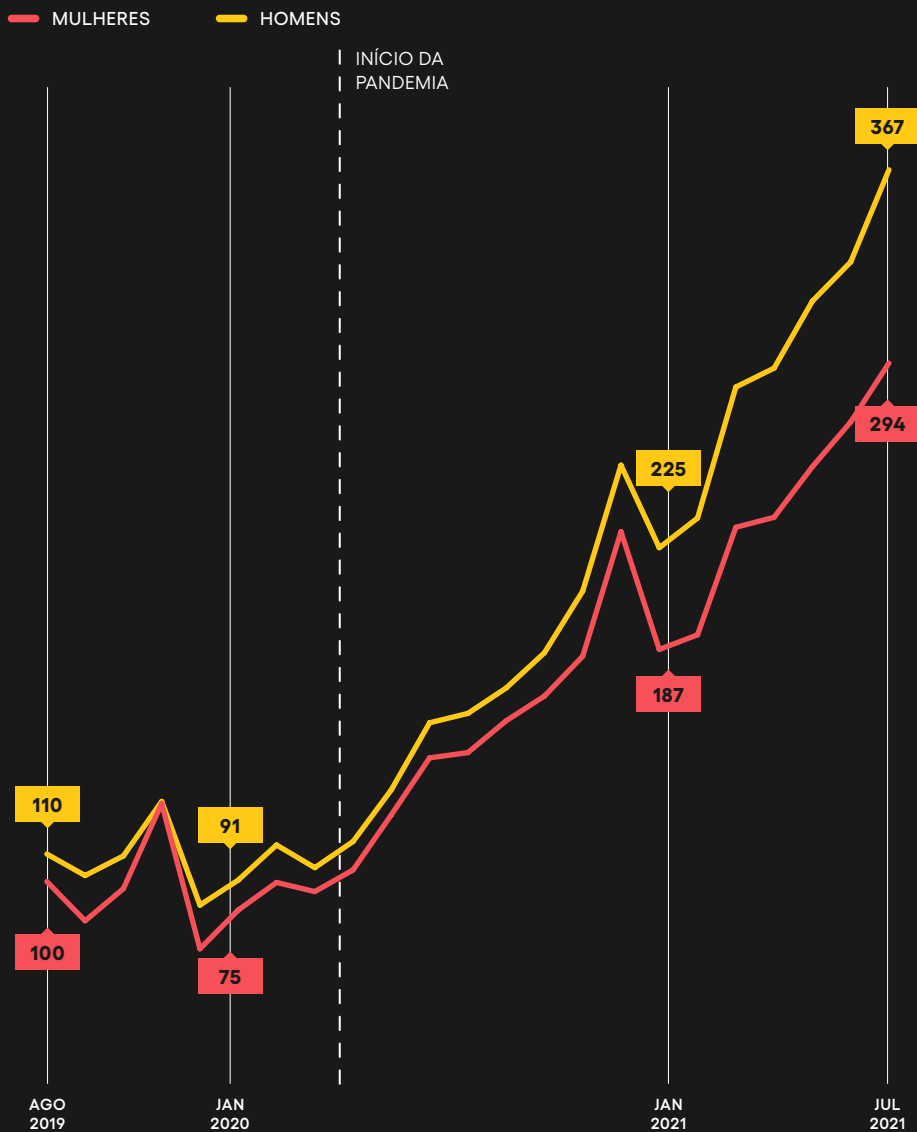
1. ou que ainda não têm seu próprio negócio, mas nos últimos 12 meses realizou alguma ação visando ter um negócio próprio. nota Variações entre 2019 e 2020.

IMPACTO NAS FINANÇAS

Construir um negócio sólido do ponto de vista financeiro é o objetivo de qualquer empreendedor, mas, no Brasil, homens já partem de um patamar mais alto e têm condições financeiras mais adequadas para fazer isso acontecer. Afinal, os dados mostram que eles são mais bem remunerados do que elas: segundo o IBGE, em 2019 os homens tinham salários quase 30% maiores do que os das mulheres.

Na vida empreendedora não é muito diferente. O **Gráfico 6** mostra que, desde o início da série, homens empreendedores que são clientes do Nubank e têm conta PJ obtêm uma receita média 16,2% maior do que as mulheres. Em 2020 essa diferença era de 10,8%, e apenas nos sete primeiros meses de 2021 já saltou para 23%. Ou seja: além de terem uma receita maior, a distância entre as receitas de empresas geridas por homens e por mulheres tem crescido durante a pandemia, aumentando a desigualdade de renda entre os gêneros.

6 Receita média dos MEIs por gênero, em base 100



As pesquisas do SEBRAE mostram um dado que pode até parecer contraditório em um primeiro momento, mas que se mostra coerente quando aprofundamos o estudo sobre o comportamento das mulheres: durante a pandemia as empreendedoras buscaram menos crédito do que os homens.

Posto isso, é necessário avaliar que a busca de mulheres por crédito é menor não porque elas precisem menos, mas porque elas possuem negócios mais recentes (**Gráfico 5**) e, portanto, com menos histórico. Esses fatores, em conjunto, dificultam a conquista de crédito no mercado e podem inibir as mulheres de sequer tentar.

É importante observar que foram consideradas todas as categorias de pequenas empresas para a pesquisa do SEBRAE: Microempreendedor Individual (MEI); Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP).

Entre os negócios que já solicitaram empréstimo bancário, os homens lideram: 53% deles já pediu empréstimo, ante 47% delas, como mostra o **Gráfico 7**.

Apesar de mulheres empreendedoras solicitarem empréstimos com menos frequência, a proporção de aprovação entre as que pediram foi maior quando comparado aos homens, como pode ser observado no **Gráfico 8**.

8

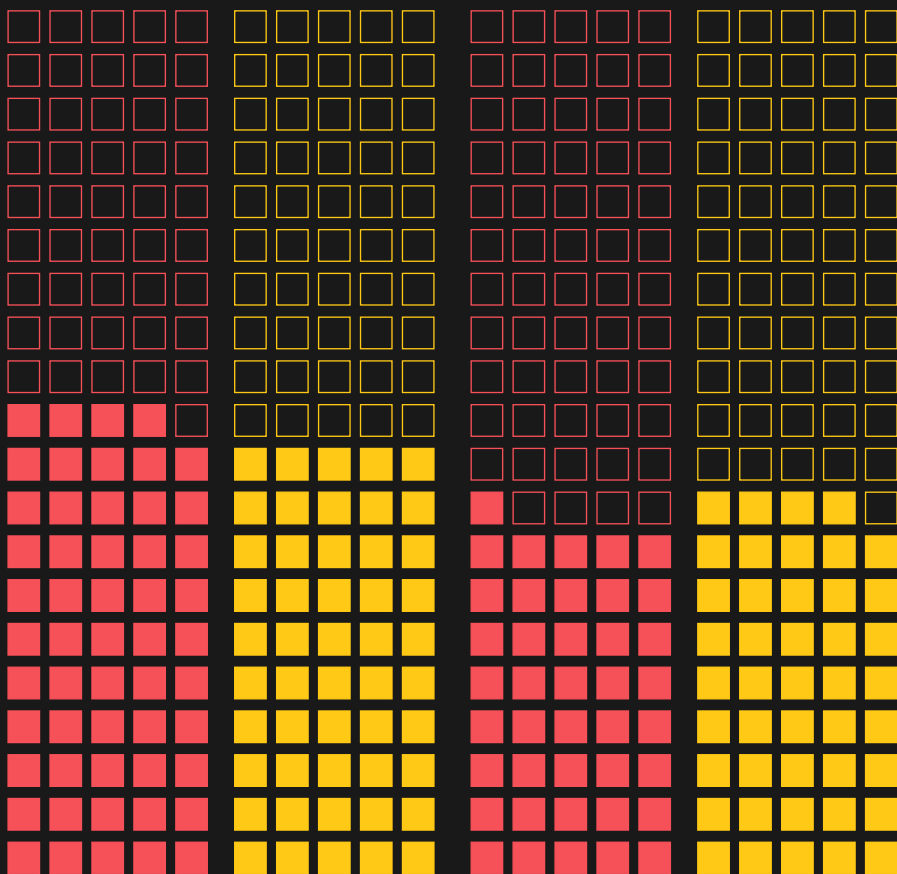
Proporção de pequenos negócios que conseguiu empréstimo

MULHERES (MEI + ME + EPP)

HOMENS (MEI + ME + EPP)

Conseguiu empréstimo

Não conseguiu



54%

50%

41%

44%

COMÉRCIO ONLINE

Para faturar é necessário vender. Como as pequenas empresas encontraram meios de comercializar seus produtos e serviços em meio às restrições da crise sanitária?

A pandemia trouxe outros desafios além da instabilidade financeira e do desemprego. Restrições de circulação para prevenir a disseminação do vírus levaram muitos consumidores [a privilegiar as compras online.](#)

"A maior conquista é a pessoal, é saber que com muito trabalho e dedicação eu estou conseguindo tocar o meu negócio. É olhar para tudo o que está acontecendo e pensar: 'Puxa, olha onde eu já cheguei, e ainda tenho tanto pra alcançar!'"

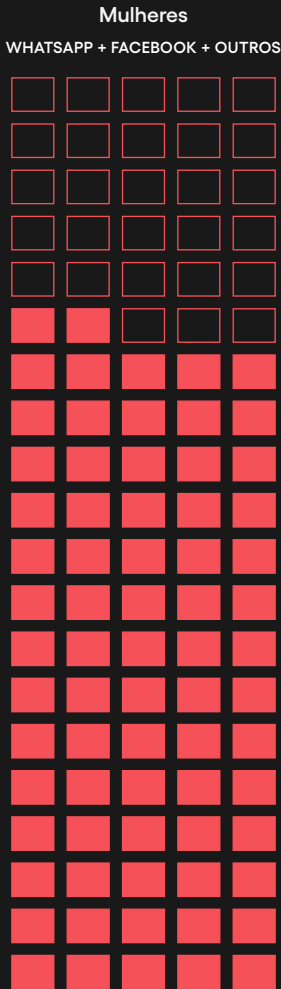
ÉLEN PEREIRA

Empreendedora no ramo de presentes e cliente do Nubank.

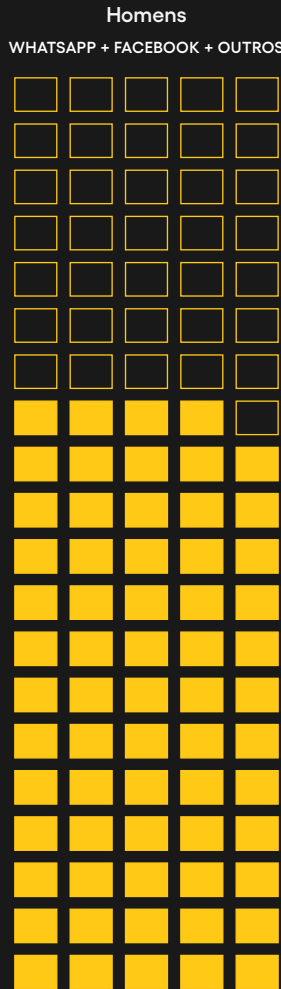
Os dados do SEBRAE (Gráfico 9) mostram que as empresas comandadas por mulheres responderam ligeiramente mais rápido a essa nova realidade do varejo. Afinal, 72% das empreendedoras concentram suas vendas no ambiente online, enquanto 64% dos homens MEIs fazem o mesmo – uma diferença de 8 pontos percentuais.

9

Proporção de pequenos negócios que vende por meio das redes sociais



72%



64%

Acompanhando essa tendência, também são as mulheres empreendedoras que proporcionalmente vendem mais online do que os homens – considerando apenas os negócios que comercializam produtos e serviços pelas redes sociais (Gráfico 10).

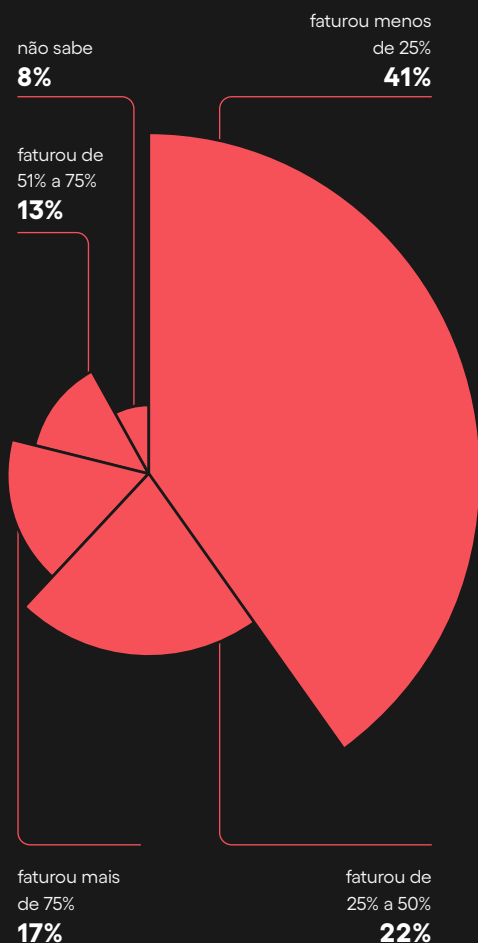
A maior participação nas vendas online, contudo, ainda não é suficiente para aumentar a rentabilidade dos negócios liderados por mulheres, que faturam menos em comparação com os dos homens. E essa baixa rentabilidade traz impactos negativos do ponto de vista financeiro do negócio.

E por que elas concentram mais as vendas nos meios online quando comparadas aos homens? A principal hipótese é de que seja uma resposta à tripla jornada de trabalho e à flexibilidade de horários por meio dessa modalidade de vendas. Mas isso já é assunto para uma próxima edição do Data Nubank. Outro aspecto que deve colaborar para a maior inserção digital das mulheres empreendedoras é a sua maior escolaridade média, quando comparadas aos homens empreendedores.

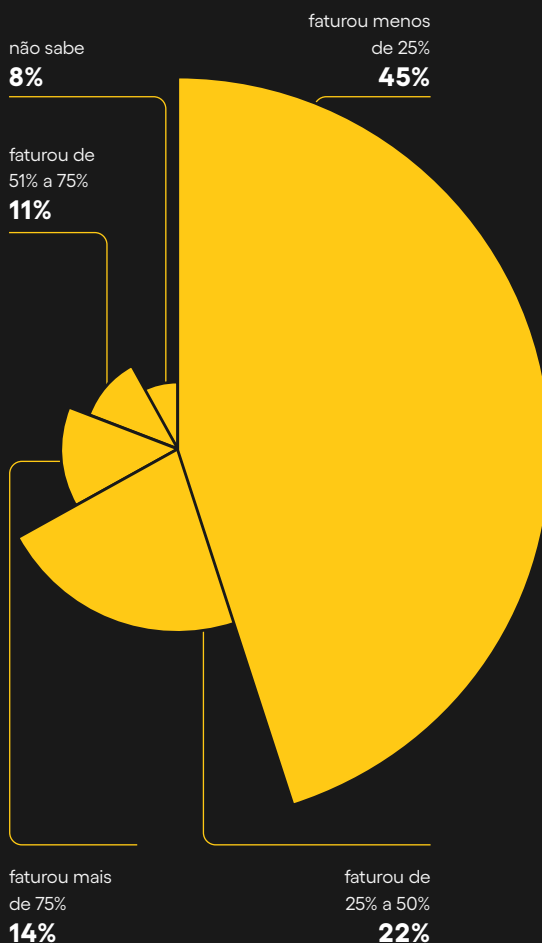
10

Faturamento por meio das redes sociais dos pequenos negócios

Mulheres
MEI + ME + EPP



Homens
MEI + ME + EPP



QUEM MAIS ECONOMIZA E QUEM MAIS RESGATA?

Ao analisar mais a fundo os dados do Nubank, é possível perceber uma grande diferença entre os gêneros no uso da função Guardar Dinheiro – considerando clientes MEI que também possuem conta de Pessoa Física no Nubank, já que a funcionalidade ainda não está disponível para clientes PJ.

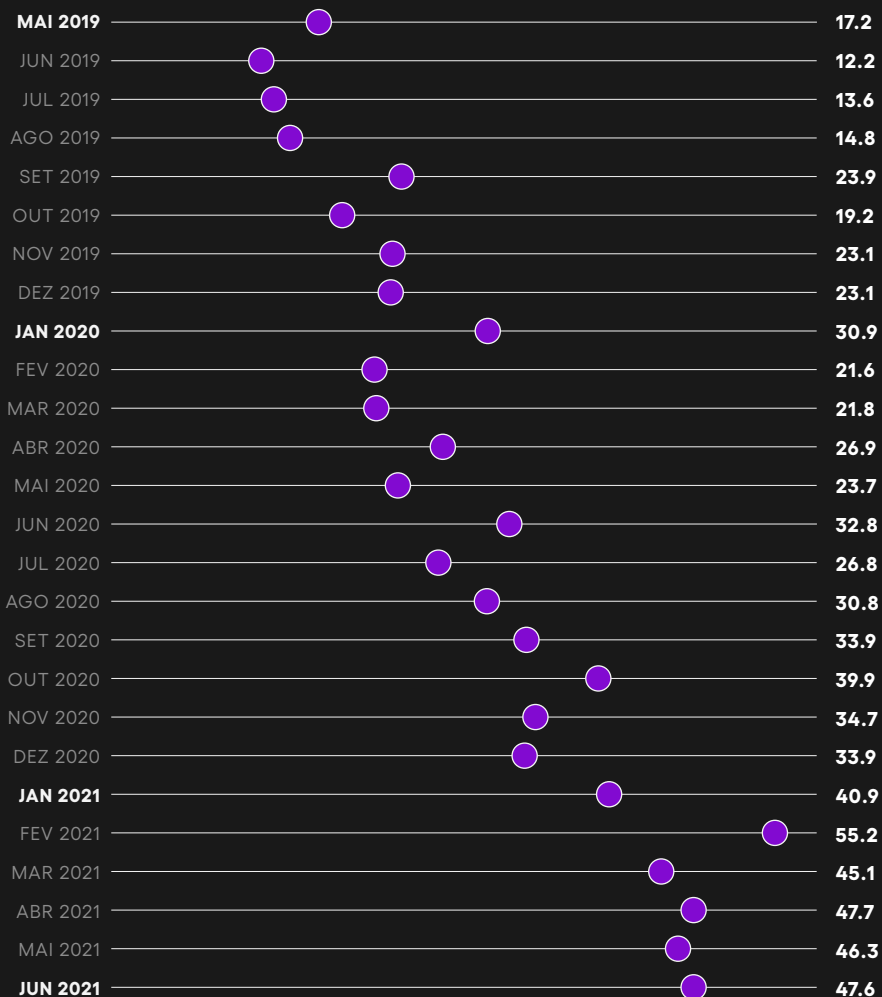
Essa diferença, assim como a de receita, também só tem crescido na pandemia. Conforme representado no **Gráfico 11**, em 2019 os homens poupavam 17,2% a mais que as mulheres. Já em junho de 2021, o percentual saltou para 47,6% – mais do que o dobro do número anterior.

Por dedução, ao faturarem mais, a tendência é de que homens guardem mais dinheiro. O que chama atenção não é o fato deles fazerem mais uso dessa função, mas um aumento tão significativo dessa distância entre os gêneros durante o período da pandemia.

11

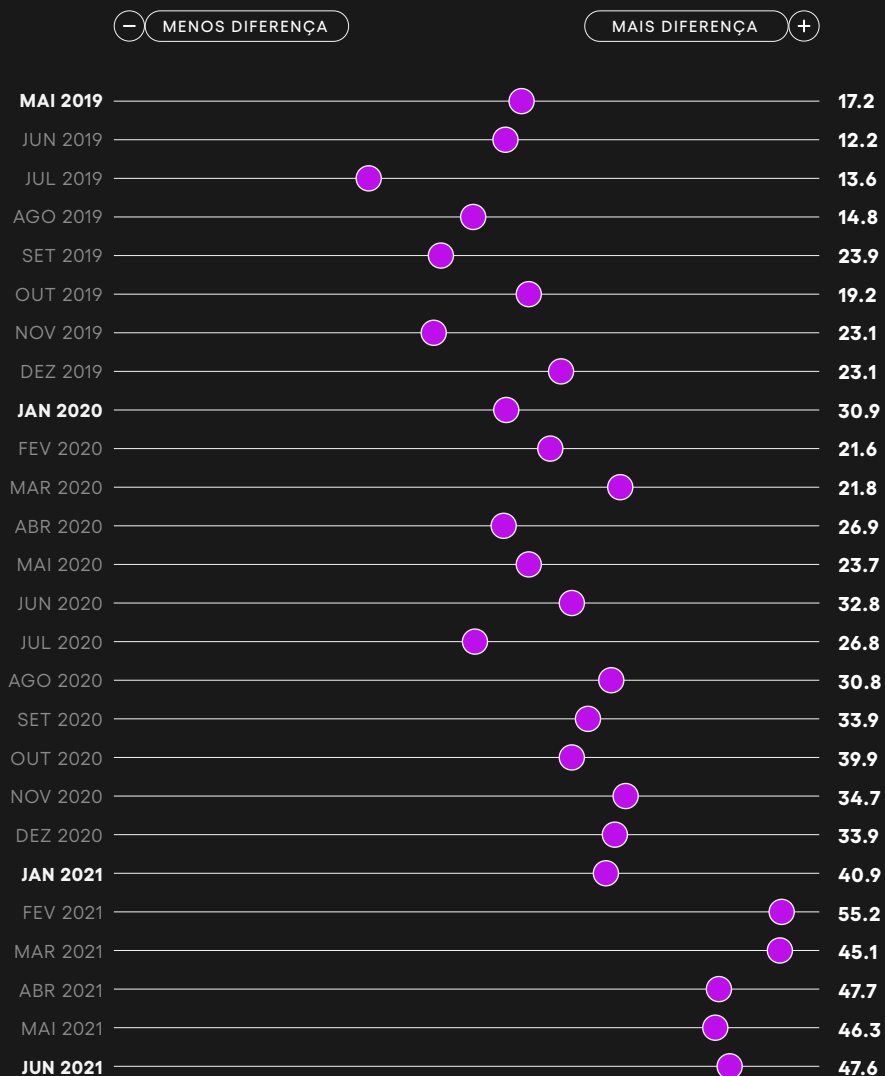
Diferença de depósitos na função Guardar Dinheiro entre gêneros, em %

MENOS DIFERENÇA
 MAIS DIFERENÇA



12

Diferença da retirada na função Guardar Dinheiro entre gêneros, em %



A reserva financeira pode ser fundamental em situações extremas, como o momento de crise atual, e pode ser a diferença entre a sobrevivência ou o fim do negócio.

O **Gráfico 12** ilustra as retiradas na função Guardar Dinheiro, o que mostra a desigualdade entre gêneros. Desde o começo da série, a diferença nas retiradas tem apresentado uma tendência de crescimento. Ou seja, homens têm resgatado mais dinheiro de suas reservas financeiras do que mulheres.

Em maio de 2019, pré-pandemia, os homens retiravam valores 32,6% superiores às mulheres. Esse número saltou para 47,6% em junho de 2021. É possível interpretar esses números como uma consequência do impacto da crise sanitária nesses microempreendedores. Isso quer dizer que, como os homens tinham mais recursos para socorrer os seus negócios, eles também usaram mais esse dinheiro para suavizar os efeitos negativos da crise.

Como consequência, é possível supor, também, que os empreendimentos chefiados por homens têm maior probabilidade de sobreviver do que os das mulheres, graças a essa reserva mais robusta para casos de emergência.

AS DIFERENÇAS NO PERFIL DE INVESTIMENTO

Quando observado o perfil de risco de empreendedores que são clientes da NuInvest, a plataforma de investimentos do Nubank, ficam nítidas as diferenças no comportamento entre gêneros.

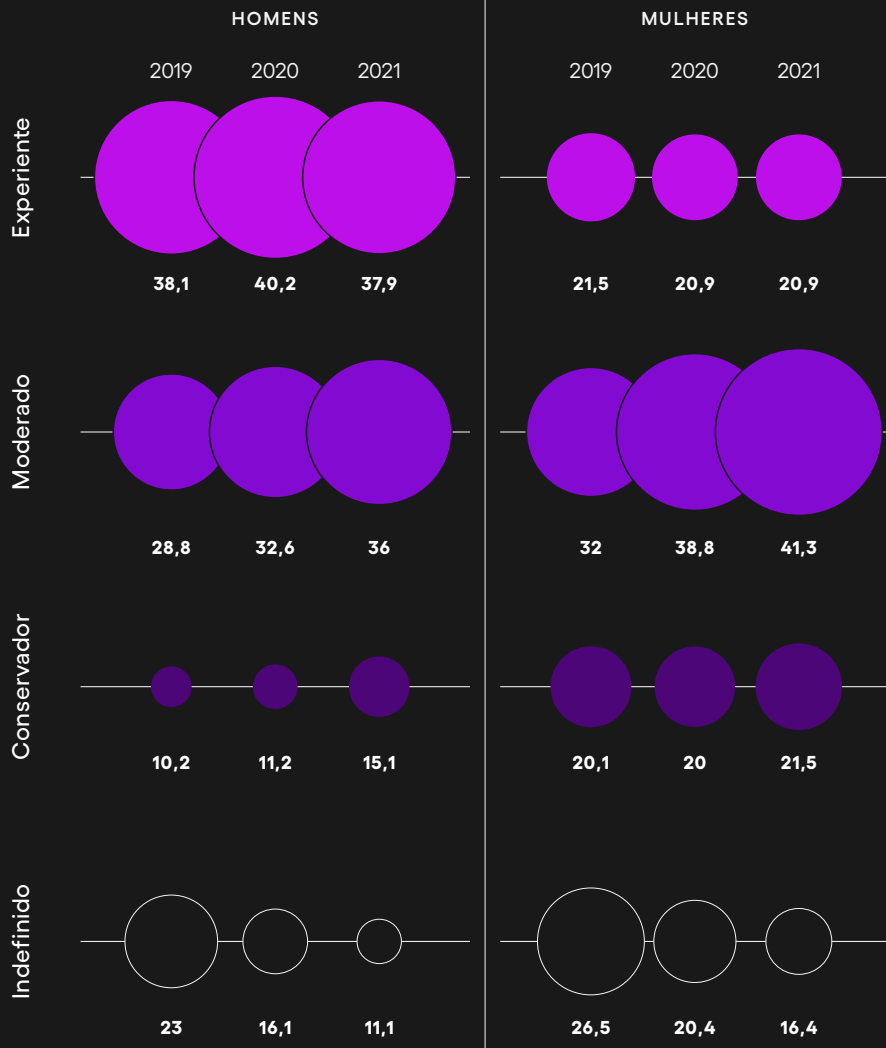
Como representado no **Gráfico 13**, em 2019, 20,1% das mulheres MEIs eram consideradas conservadoras ao investir. Já entre os homens, apenas 10,2% apresentavam esse perfil.

Ao longo da crise provocada pela pandemia houve uma mudança no perfil de risco em direção a um perfil mais conservador. Ou seja, de acordo com a metodologia de Suitability, diminuiu, para ambos os gêneros, a tendência de fazer investimentos mais arriscados.

Percentualmente, o crescimento do número de homens empreendedores com perfil de investimento conservador foi maior (apesar de eles ainda serem menos representativos entre os conservadores).

13

Diferença de depósitos na função Guardar Dinheiro entre gêneros, em %



Em 2021, a porcentagem de mulheres com perfil de investimento conservador subiu de 20,1% para 21,5%, enquanto o deles saltou de 10,2% para 15,1%.

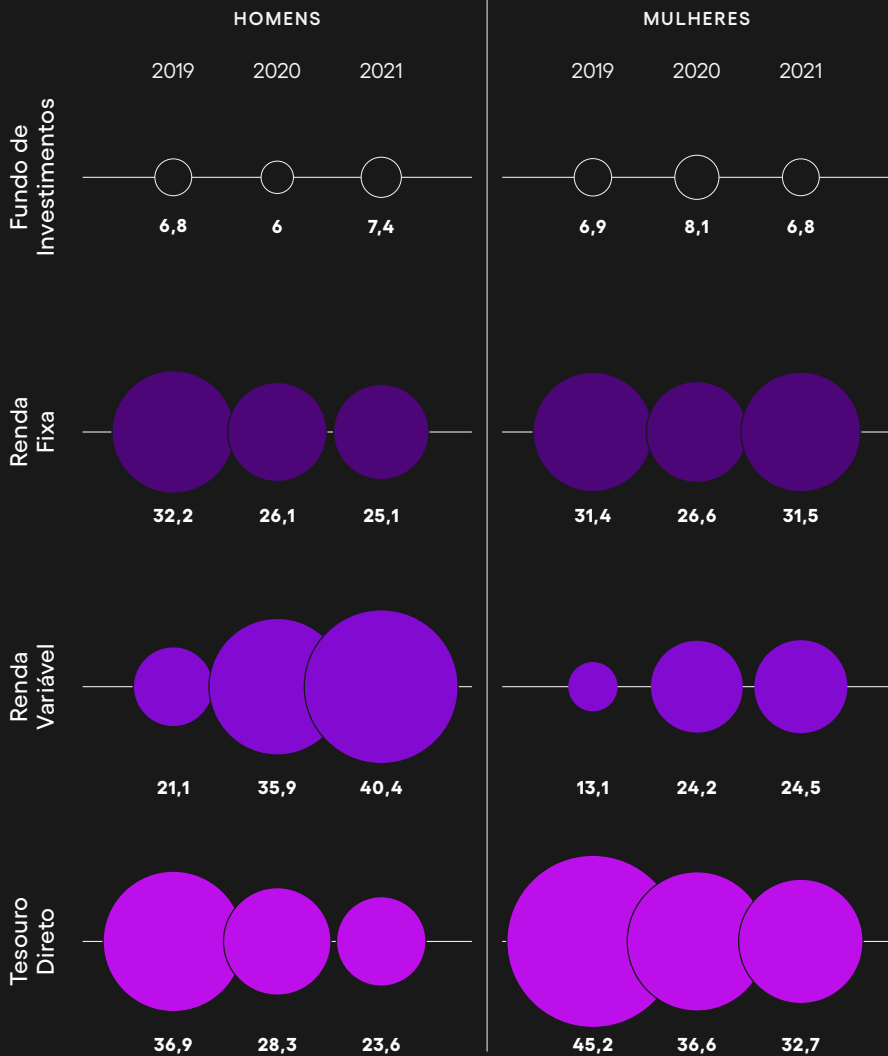
A composição total dos clientes, sejam homens ou mulheres, tem caminhado para um perfil mais conservador. Este dado pode ser interpretado como uma tentativa de proteger as economias diante da instabilidade econômica causada pela pandemia. Ou seja, as pessoas em geral buscaram investimentos mais seguros e arriscaram menos no período de incerteza.

Também no **Gráfico 13** é possível observar o nível de experiência de investimento entre homens e mulheres. Em 2019, 38,1% dos homens eram considerados experientes, enquanto apenas 21,5% das mulheres estavam neste mesmo patamar. Em 2021, o percentual de mulheres experientes caiu para 20,9%. A redução entre os homens foi menos significativa, já que, neste ano, 37,9% passaram a ser considerados experientes.

O **Gráfico 14** mostra os quatro investimentos preferidos entre os empreendedores, divididos por gêneros. Em 2019, 45,2% das mulheres investiam no Tesouro Direto, que é considerado um investimento de baixo risco. Em 2020, o número caiu para 36,6%, e em 2021 diminuiu para 23,6%, o que representa uma queda total de 21% de 2019 a 2021.

Vale destacar que a queda absoluta entre os homens foi ainda maior, mas é importante lembrar que eles também apresentam um perfil de investimento menos conservador. Ao observarmos, por exemplo, as aplicações de maior risco, como renda variável, houve um crescimento no número de investidores homens nesse tipo de produto – mesmo com o agravamento da Covid-19 entre 2020 e 2021.

14 Proporção das categorias de investimento, por gênero



Em 2019, mais de 20% deles investiam em renda variável. O percentual saltou para 35,9% em 2020 e chegou a 40,4% em 2021. O aumento, portanto, é de cerca de 19% no período total. O resultado é surpreendente, já que, em um momento como esse, era esperado que o comportamento dos investidores fosse no sentido de migrar para ativos de menor risco. Ainda mais quando consideramos os dados do Suitability, demonstrados acima, que evidenciaram o crescimento do perfil conservador entre os homens.

INSTABILIDADE NA RENDA DE HOMENS E MULHERES MEIS

Como já foi evidenciado neste estudo, existe uma diferença de renda entre homens e mulheres empreendedoras. No entanto, os dados indicam pouca diferença na volatilidade de renda entre gêneros.

A volatilidade na renda nada mais é do que a variação da renda no período analisado. Se uma pessoa ganha em um mês R\$ 1 mil, no seguinte R\$ 3 mil, e no próximo volta a R\$ 1 mil, por exemplo, pode-se

dizer que ela tem uma renda volátil, algo comum entre empreendedores individuais pelas incertezas das vendas.

Homens MEIs parecem ter um pouco mais de instabilidade de renda do que mulheres MEIs, como demonstrado no **Gráfico 15**.

"Minhas clientes normalmente não confiavam em mim, achavam que era muito nova e que não conseguiria entregar os pedidos da forma que demandavam. Felizmente, isso foi mudando com o tempo."

**MARCELLY BASTOS
NASSAR**

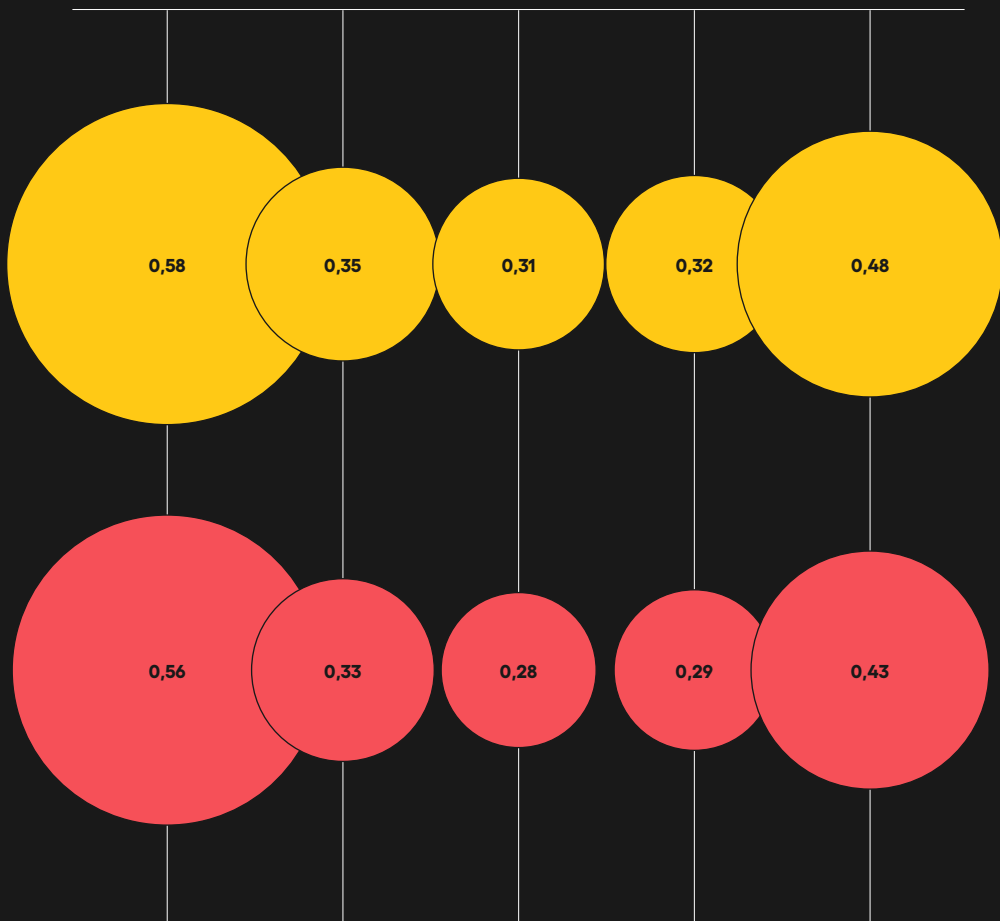
Empreendedora no setor de alimentação e cliente do Nubank.

15 Volatilidade de renda, por gênero e faixa de renda

● HOMENS (MEI) ● MULHERES (MEI)

− MENOR RENDA MÉDIA

MAIOR RENDA MÉDIA +



Em uma análise da renda de clientes da conta PJ do Nubank, eles foram divididos em 5 faixas de rendimentos. Em cada um desses grupos foi calculada a volatilidade média de renda, que é a oscilação entre as entradas em dinheiro desses clientes, quando comparada à renda média dos clientes PJ.

No gráfico, é possível perceber que a volatilidade de renda média dos homens MEIs é levemente superior à das mulheres. O que chama mais atenção no gráfico, no entanto, é que na menor faixa de renda, a faixa 1, a volatilidade do grupo é maior do que das demais faixas. Ou seja, as pessoas com menor renda também sofrem com maior incerteza.

Essa informação não é exatamente inesperada, quando comparamos esses dados com os da ***PNAD Contínua*** do IBGE, que permitem acompanhar o mesmo grupo de pessoas ao longo dos anos. Segundo o IBGE, a variação de renda entre as famílias mais pobres é quatro vezes maior do que entre as ricas em um período de um ano.



Conclusão

Uma **reflexão sobre as descobertas** apresentadas nesse estudo

Ilustração de:
La Minna

Todos os dados apresentados mostram que as mulheres sofreram de forma muito mais intensa as consequências negativas da pandemia sobre os seus negócios.

Os números confirmam o quanto a lacuna entre gêneros ainda é um dos desafios mais evidentes e persistentes do empreendedorismo no Brasil.

Vale observar que esses números também partem de um contexto social complexo e histórico de desfavorabilidade das mulheres em relação aos homens.

Por outro lado, apesar de serem mais afetadas pela crise, as mulheres MEIs também inovaram mais em seus negócios, como demonstrado pelos dados do SEBRAE de maior participação nas vendas online.

Também são elas que têm puxado para cima o número de empreendimentos nascentes, abrindo novos negócios. Mas vale destacar que o empreendedorismo continua sendo uma alternativa de renda para milhares de trabalhadoras porque foram excluídas do mercado formal de trabalho, como bem demonstra o estudo do SEBRAE sobre empreendedorismo por necessidade.

O estudo do Data Nubank conseguiu demonstrar que os impactos da pandemia de Covid-19 foram mais intensos para as mulheres, tanto do ponto de vista profissional (faturamento, funcionamento, investimentos), quanto do pessoal (tempo disponível para o trabalho e divisão dos afazeres domésticos).

Contudo, entender todos os motivos disso e quais caminhos seguir para minimizar essa situação extrapola as análises deste levantamento.

Por fim, é fundamental questionar o que podemos fazer enquanto sociedade para superar os desafios do empreendedorismo feminino, e batalhar para que as lacunas de gênero sejam, se não eliminadas, ao menos reduzidas.

Para entender as possibilidades a serem perseguidas, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) propôs algumas recomendações¹ específicas sobre crédito e fomento a novos empreendimentos para este material.

1. Baseadas em:

- [*Marco de acción de empleo con perspectiva de género*](#)
- [*La gran oportunidad: De la crisis a la transformación del empleo femenino*](#)
- [*wX Insights 2020: The Rise of Women STEMpreneurs*](#)

BID: CRÉDITO E FOMENTO AOS NOVOS EMPREENDIMENTOS

Para recuperar e transformar o empreendedorismo feminino no Brasil, é essencial dar crédito às Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs), além de apoiar a criação de startups. Existem algumas formas para viabilizar esse suporte, como a criação de incentivos financeiros para empresas lideradas por mulheres ou comprometidas com a equidade de gênero.

De acordo com o BID, há instrumentos financeiros inovadores, como bônus de gênero, para que se acelere o acesso ao crédito para empresas lideradas por mulheres e se financiem projetos que visam a igualdade de gênero e o empoderamento feminino.

É fundamental, ainda, prestar assistência às empresas criadas por mulheres, incluindo apoio à inovação, à transformação digital e à entrada em mercados mais dinâmicos e rentáveis. A oferta de capital paciente para empresas lideradas por

mulheres, e segundo estágios de desenvolvimento, também pode contribuir ao financiamento de atividades ligadas à Agenda 2030 da ONU e aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.

Vale destacar, ainda, que minimizar as lacunas de gênero no mercado de trabalho e no empreendedorismo é essencial para uma sociedade mais inclusiva e produtiva. Ao redor do mundo, existem muitas evidências de que a diversidade traz enormes benefícios, inclusive do ponto de vista financeiro.

As empresas com maior diversidade de gênero em seu conselho de administração tendem a ser mais lucrativas e maiores do que companhias com menos diversidade. Quando os negócios têm equipes equilibradas em termos de gênero, seus retornos podem ser até 20% maiores. Além disso, equipes lideradas por mulheres geram um retorno 35% maior do que aquelas lideradas apenas por homens.

Por fim, se as lacunas de gênero fossem devidamente eliminadas, estima-se que teríamos um aumento potencial de 26% do PIB global anual, da ordem de US\$ 160 trilhões de riqueza de capital humano; 15% mais probabilidade de melhor desempenho nos negócios; e de \$5,9 trilhões de recursos com origem na capitalização de mercado global adicional. Ou seja, um acréscimo na soma de todos os investimentos captados no mercado de ações que é direcionado aos negócios.

Em um cenário de equidade, portanto, independentemente do gênero, todos seriam beneficiados.

CONTEÚDO EXTRA

Leia a entrevista com as mulheres empreendedoras criativas que ilustraram esta edição do Data Nubank.

Lorena Araújo



Fortaleza/CE

COMO É O SEU**PROCESSO CRIATIVO?**

"Tenho formação em arquitetura, mas hoje trabalho com design gráfico, artes visuais e ilustração. Meu processo criativo é muito fluido e mutável, não

tenho uma fórmula certa para criar. Mas acho que existe uma grande conexão e troca pessoal com o trabalho que estou desenvolvendo, seja algo comercial ou pessoal e de experimentação de ideias."

VOCÊ SENTE OU SENTIU**DESAFIOS SENDO MULHER****EMPREENDEDORA CRIATIVA?**

"Os desafios por ser mulher estão presentes todos os dias e em todos os lugares, e no mercado criativo não é diferente. Eu cheguei a achar que por estarmos inseridas em um campo com mais liberdade, a questão de gênero não fosse uma barreira. Mas, pelo simples fato de eu ser mulher, algumas competências profissionais são questionadas. A confiança e credibilidade são algumas delas."

COMO VOCÊ FAZ A SUA ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA?

"Por muito tempo gerei a parte financeira do meu estúdio às cegas, sem muita noção de como administrar e direcionar. Não existe educação financeira sendo ensinada nas escolas, e criou-se uma cultura em que aprender a cuidar do dinheiro ainda é algo distante e difícil. Hoje consigo separar as contas pessoais das do estúdio, ter um fluxo de caixa, salário, reserva, tudo organizado. Assim fica bem mais tranquilo de trabalhar."

VOCÊ ENCONTROU BARREIRAS PARA SEGUIR COMO EMPREENDEDORA NA PANDEMIA?

"Sim, a pandemia está sendo um período complicado, principalmente para



precificar nosso trabalho, levando em consideração a situação de todos. Por outro lado, vejo um movimento grande – seja por necessidade ou disposição – de pessoas começando a abrir seus próprios negócios. Vejo muitas mulheres indo por esse caminho, de buscar sua autonomia, mas acreditando em uma ideia e um sonho e os colocando pra frente."

CONTEÚDO EXTRA

Leia a entrevista com as mulheres empreendedoras criativas que ilustraram esta edição do Data Nubank.

Ing Lee



Belo Horizonte/MG

COMO É O SEU**PROCESSO CRIATIVO?**

"Eu atuo como ilustradora e quadrinista freelancer, e sou co-fundadora do selo editorial *O Quiabo*. Gosto de lidar com a ilustração como uma forma de narrar histórias,

trazendo dinâmicas e retratando cenas diversas. Também tenho a questão ancestral na minha arte, ressignificando referências étnico-culturais enquanto coreano-brasileira."

VOCÊ SENTE OU SENTIU**DESAFIOS SENDO MULHER****EMPREENDEDORA CRIATIVA?**

"Um dos maiores desafios acontece não apenas como mulher, mas também com a intersecção racial, de deficiência e sexualidade. Sinto que muitas vezes sou vista como "a artista asiática" ou "a artista PcD" (pessoa com deficiência, já que sou surda oralizada). O mercado artístico é dominado não somente por homens, como também pela branquitude, pessoas sem deficiência e cis-heterossexuais."

COMO VOCÊ FAZ A SUA ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA?

"Enquanto freelancer, é algo que para mim ainda é meio imprevisível, e vou dando meus pulos. Apesar de estar conquistando mais estabilidade e volume de trabalhos a longo prazo, é preciso se preparar para qualquer tipo de imprevisto. Por isso, tento sempre guardar uma parte do que recebo de todo trabalho que faço e poupar para o caso de surgir alguma urgência."

VOCÊ ENCONTROU BARREIRAS PARA SEGUIR COMO EMPREENDEDORA NA PANDEMIA?

"Uma questão grande anda sendo encarar meus limites. Tem vezes que, embora eu consiga



criar coisas na minha cabeça, não dou conta de executá-las. E vice-versa também, o esgotamento psíquico é real. Aprendi muito sobre como respeitar ritmos, mesmo que eu precise recusar trabalhos. Compreendi qual o momento de fazer uma pausa, respirar e descansar, priorizando a minha saúde física e mental."

CONTEÚDO EXTRA

Leia a entrevista com as mulheres empreendedoras criativas que ilustraram esta edição do Data Nubank.

Clara Candelot



Rio de Janeiro/RJ

COMO É O SEU**PROCESSO CRIATIVO?**

"Sou designer gráfica de formação, mas me encontrei profissionalmente na ilustração. Sempre gostei de criar, já passei pelo bordado, pela tapeçaria, pela pintura,

e todos eles são formas diferentes de ilustrar. Estou sempre em busca de novos jeitos de ilustrar e de me comunicar com o mundo."

VOCÊ SENTE OU SENTIU**DESAFIOS SENDO MULHER****EMPREENDEDORA CRIATIVA?**

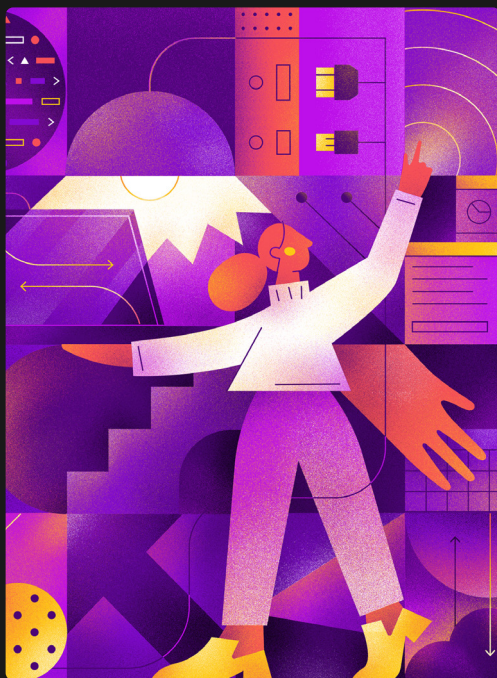
"Não é incomum passar pela situação de eu ser a única mulher na equipe e sempre me causa incômodo observar que as mulheres têm barreiras imensas para vencer no mundo profissional. Acredito que uma das maiores dificuldades da artista mulher é ser ouvida com o mesmo grau de atenção e respeito que artistas homens, independente do contexto de trabalho."

**COMO VOCÊ FAZ
A SUA ORGANIZAÇÃO
FINANCEIRA?**

"Como profissional autônoma que não tem renda fixa, manter a organização financeira não é tarefa fácil, mas é muito necessária. Aprendi a ficar de olho no fluxo de caixa para não tomar sustos ou surpresas indesejadas. Comecei a separar as minhas finanças pessoais das contas da minha empresa já faz um ano e sinto que ficou bem mais fácil ter organização e controle financeiro."

**VOCÊ ENCONTROU
BARREIRAS
PARA SEGUIR COMO
EMPREENDEDORA
NA PANDEMIA?**

"Na verdade, só sou empreendedora hoje por causa da pandemia.



Fui demitida logo no início e comecei a divulgar meu trabalho nas redes sociais. Foi incrível ver como, em pouco tempo, surgiram oportunidades para vários trabalhos legais – e me pagando bem mais do que eu recebia quando trabalhava fixo. No início era difícil me organizar sozinha e dar conta de tudo, mas aos poucos fui aprendendo e conhecendo meus limites."

CONTEÚDO EXTRA

Leia a entrevista com as mulheres empreendedoras criativas que ilustraram esta edição do Data Nubank.

Leticia Vieira



Natal/RN

COMO É O SEU**PROCESSO CRIATIVO?**

"Trabalho com ilustração digital há mais de 3 anos e tenho uma conexão profunda com todos os meus trabalhos. Independente do que foi

exigido pelo cliente, sempre tento colocar um pouco de mim nas ilustrações, trazendo as referências que me fizeram chegar até aqui. Acredite: em tudo o que já produzi, tem um pedaço de mim."

VOCÊ SENTE OU SENTIU**DESAFIOS SENDO MULHER****EMPREENDEDORA CRIATIVA?**

"Entrar no mercado de trabalho sendo uma mulher é desafiador. Ainda mais sendo uma mulher preta e ilustradora. É proteger e lembrar que seu trabalho é muito maior do que os números que colocam (e nem sempre são altos). E, acima de tudo, ter coragem para ocupar espaços que sempre lhe foram negados, ou que sequer foram oferecidos."

COMO VOCÊ FAZ A SUA ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA?

"Nem sempre se tem de onde tirar o dinheiro, e esse é um dos maiores desafios do trabalho de freelancer. A constante dúvida se vou receber o suficiente no próximo mês faz com que eu salve dinheiro para tentar cobrir algum gasto inesperado. Trabalhar com internet custa caro, material bom, licença de programa, internet e luz também não são baratos. Para mim, o gasto pessoal anda de mãos dadas com o do negócio."

VOCÊ ENCONTROU BARREIRAS PARA SEGUIR COMO EMPREENDEDORA NA PANDEMIA?

"Durante a pandemia confesso que tive sorte:



a demanda de trabalho acabou sendo mais alta por conta do aumento no fluxo de acesso à internet durante esse período. Mas não vou mentir que foi fácil. Eu me desdobrei, abri uma lojinha com ilustrações minhas impressas, entrei para o ramo de tecelagem, vendi macramê, fiz de tudo."

CONTEÚDO EXTRA

Leia a entrevista com as mulheres empreendedoras criativas que ilustraram esta edição do Data Nubank.

Auá Mendes



Mauá/SP

COMO É O SEU**PROCESSO CRIATIVO?**

"Eu trabalho com artes visuais, sou grafiteira, ilustradora, pixadora, performer, diretora de arte, palestrante e designer gráfica. Meu

processo criativo começa pela necessidade de comunicar realidades que vejo e vivo."

VOCÊ SENTE OU SENTIU**DESAFIOS SENDO MULHER****EMPREENDEDORA CRIATIVA?**

"Sinto bastante, ainda mais sendo indígena. Os estereótipos são colocados em meu corpo e posturas a todo tempo, mas não deixo isso ser um empecilho. É, sim, uma fortaleza para continuar em busca da construção do meu caminho, para que muitas como eu possam trilhar possibilidades infinitas, acreditando no seu potencial."

COMO VOCÊ FAZ A SUA**ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA?**

"É feita com muita cautela pois meu

costume no passado era de não ter algo pra comer, e hoje a realidade é um pouco diferente. Portanto, hoje o controle é feito visualizando as necessidades fixas da casa, e em seguida as dos meus negócios. Eu lido bem com os fluxos mas preciso de controle nos gastos. Muitas vezes fico no negativo, as despesas se unem e fica mais difícil selecionar qual precisa de mais atenção."

**VOCÊ ENCONTROU
BARREIRAS
PARA SEGUIR COMO
EMPREENDEDORA
NA PANDEMIA?**

"Encontrei sim porque eu usava apenas a internet para construir meu fluxo de produtividade. Ele não



era tão bem sucedido, mas as indicações em momentos certos me possibilitaram continuar meu trabalho, acreditando no meu potencial e em suas possibilidades."

CONTEÚDO EXTRA

Leia a entrevista com as mulheres empreendedoras criativas que ilustraram esta edição do Data Nubank.

La Minna



Rio de Janeiro/RJ

COMO É O SEU**PROCESSO CRIATIVO?**

"Sou designer e atualmente atuo como freelancer com foco em ilustração. Em toda ilustração, procuro não me distanciar das minhas referências como

Djanira da Motta, Heitor dos Prazeres, obras do modernismo brasileiro e temáticas sobre gênero, direitos LGBTQI+. Minhas referências são o que me projetam, são parte de mim e do que eu vivo."

VOCÊ SENTE OU SENTIU**DESAFIOS SENDO MULHER****EMPREENDEDORA CRIATIVA?**

"Ainda não tenho a resposta exata, já que atuo como empreendedora há pouco tempo. Mas já ouvi frases como: "Você ganha dinheiro com isso? É isso que você faz?". A partir daí já dá pra ter uma ideia da encrenca. Acho que a maior dificuldade, além de se firmar no mercado, é a de ser vista com seriedade e principalmente ser ouvida."

COMO VOCÊ FAZ A SUA ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA?

"Sempre fui organizada financeiramente por necessidade. Antes de começar a empreender fui atrás de manuais de sobrevivência para freelancers e entendi que o dinheiro que entra com o trabalho não é meu, mas da minha empresa. Todo o processo fiscal é anotado em planilhas. Tenho controle de tudo pra só depois pensar no lucro."

VOCÊ ENCONTROU BARREIRAS PARA SEGUIR COMO EMPREENDEDORA NA PANDEMIA?

"A minha barreira foi a de estar desempregada durante a pandemia. A verdade é que eu me tornei empreendedora na marra, para conseguir



pagar as contas. Ralei demais, montei portfólio voltado para a área, disparei mil e-mails, fui atrás de contatos. Não me lembro de me sentir tão feliz com meu trabalho e minha entrega. Por sorte ou destino, gostei da coisa. Hoje eu percebo que meu perfil sempre foi de empreendedora."

Expediente

COORDENAÇÃO DATA NUBANK E EDITORIAL

Ellen Pacheco

Gerente de Comunicação
no Nubank

LIDERANÇA DE CONTEÚDO DATA NUBANK

Paula Rothman

Lead de Conteúdo
no Nubank

PROJETO GRÁFICO

**Guilherme
Falcão**

Direção Criativa
e Produção

EDITORIAL

Victor Gouvêa

Editor de conteúdo
no Nubank

Joyce Afonso

Produtora de conteúdo
no Nubank

**Cristina
Kashima**

Direção de Arte
e Infografia

ILUSTRAÇÕES

**Auá Mendes, Clara Candelot,
Ing Lee, Lana Barcellos, Leticia
Vieira e Lorena Araujo**

Racoon

Programação

COORDENAÇÃO DATA NUBANK E EDITORIAL

**Rafaela
Nogueira**

Doutora e Mestre em
Economia pela EPGE/
FGV | Gerente de Relações
Institucionais no Nubank

CARTA AOS LEITORES

**Monique
Evelle**

Fundadora da Inventivos
e Consultora de
Inovação no Nubank

PESQUISADORES

**Bruno
Fonseca**

Especialista em Marketing
Analytics no Nubank

**Erick
Reis**

Analista de Negócios
no Nubank

**Flávia
Trovão**

Analista de Negócios
no Nubank

**Giselle
Mendes**

Especialista em
Relações Públicas
no Nubank

**Manoel
Bonfim**

Cientista de
Dados no Nubank

**Matheus
Morgado**

Cientista de
Dados no Nubank

**Tatyana
Zabanova**

Cientista de
Dados no Nubank

SEBRAE
ANALISTAS DE DADOS

Fausto Keske
Cassemiro,
Alexandre Ambrosini,
Marco Aurelio Bedê,
Tomaz Carrijo,
Karina de Souza,
Kennynston Lago

BID
(BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO)

Vanderleia
Radaelli

Especialista Líder em Ciência,
Tecnologia e Inovação

Nathália
Pufal

Consultora em
Competitividade,
Tecnologia e Inovação

Livia Gouvêa Gomes

Especialista em Mercado de Trabalho

COLABORAÇÃO

Alana
Morganti

Social Media Content
Lead no Nubank

Ana Beatriz
Oliveira

Designer no Nubank

Felipe
Daniel

Audiovisual no Nubank

Gabriela
Moribe

Advogada na área de
Proteção de Dados e
Privacidade no Nubank

Guilherme
Ritsu

Social Media no Nubank

Larissa
Cortez

Social Media Content
no Nubank

Lucas
Polido

Analista de Sucesso do
Cliente no Nubank

Luiza
Gurgel

Audiovisual no Nubank

Marcelo
Campos

Community Manager
no Nubank

Mari
Crestani

Audiovisual no Nubank

Mariana
Caparelli

Advogada e DPO no
Nubank CIPP/E, formada
pela PUC/SP, especialista
em Proteção de Dados
pelo Data Privacy Brasil

Nicole
Samperi

Audiovisual no Nubank

Rafael Souza

Audiovisual no Nubank

Sofia Chang

Advogada na área de
Proteção de Dados e
Privacidade no Nubank

Vitor Leite

Produtor de Conteúdo
no Nubank

HISTÓRIAS DE CLIENTES

Bruna Garcia
de Almeida

Serra (ES) | Ágile
Soluções Tecnológicas

Élen
Pereira

Canoas (RS) | Presenteia
Kits Personalizados

Marcella
Nicoletta

São Paulo (SP) |
Empresa: Nicoletta
Assessoria Executiva

Marcelly
Nassar

Osasco (SP) | M's Bolos

Direitos

Esta publicação é uma produção exclusiva da plataforma **Data Nubank**, criada, desenvolvida e distribuída pelo Nubank, em parceria inédita junto ao SEBRAE e BID. A reprodução de trechos do conteúdo, na forma autorizada pela Lei de Direitos Autorais (Lei Federal 9.610/98), é permitida sem qualquer tipo de alteração na sua forma original e desde que a fonte seja citada. O **Data Nubank** é a plataforma de análises e divulgação de pesquisas sobre finanças do Nubank. O Nubank é uma das maiores plataformas financeiras digitais do mundo. Nossa missão é trazer informação confiável de forma objetiva e transparente para facilitar o entendimento dos assuntos relacionados ao bolso do brasileiro.

**Data
Nubank**

© Copyright
Nu Pagamentos S.A.
Todos os direitos reservados.

