

2019

Igualdade de Gênero no Setor de Pequenas Empresas em Crescimento (SGB – Small and Growing Business)

Estudos Setoriais da ANDE

ÍNDICE

Visão Geral	4
Principais Descobertas	4
Evidências Atuais	5
Estratégias	8
Métricas Relevantes	12
Sobre	14

Estudos Setoriais da ANDE

Este estudo setorial faz parte de uma série publicada pela ANDE em 2019 que foi projetada para criar uma base de conhecimento comum a partir da qual o setor de Pequenas Empresas em Crescimento (SGB na sigla em inglês) pode trabalhar na esperança de avançar em direção aos Objetivos de Desenvolvimento selecionados. Cada breve resumo destaca como as SGBs podem desempenhar um papel importante nesse progresso. Esta série servirá como ponto de partida para impulsionar a conversa e moldar a estratégia da ANDE em relação a cada uma dessas áreas-chave, com o reconhecimento de que essa não é uma coleção aprofundada da pesquisa/literatura sobre esses tópicos.

VISÃO GERAL

Se metade da população mundial é deixada para trás, é impossível um progresso significativo nos ODS. Como aponta a ONU Mulheres, “todos os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) dependem da consecução do Objetivo 5, que exige alcançar a da igualdade de gênero e do empoderamento de todas as mulheres e meninas.”¹

Juntamente com outros stakeholders, como governo, organizações internacionais e entidades corporativas, o setor de Pequenas Empresas em Crescimento (SGB)ⁱ tem um papel importante a desempenhar na conquista do ODS 5. Este estudo examina como o setor de SGB pode contribuir para alcançar o ODS 5, e particularmente a Meta 5.5, para “garantir a participação plena e eficaz das mulheres e oportunidades iguais para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública”.¹

No nível mais amplo, a literatura atual e a experiência do setor sugerem que o setor de SGB pode contribuir para o ODS 5 por meio de três categorias de ações.

- 1 Promover investimentos e serviços de apoio eficazes para as SGBs lideradas por mulheres.**
- 2 Melhorar as políticas de inclusão de gênero na empregabilidade nas SGBs e nas organizações intermediárias,** incluindo o aumento do desenvolvimento das mulheres em papéis de liderança e o fornecimento de políticas sensíveis a gênero para funcionários de todos os níveis.
- 3 Escalar modelos de negócios focados em gênero por meio de SGBs,** incluindo a integração de empresas pertencentes ou lideradas por mulheres em cadeias de suprimentos ou canais de distribuição corporativos e fornecendo bens ou serviços benéficos para mulheres e meninas.

PRINCIPAIS DESCOBERTAS

- Há evidências significativas de que as mulheres empreendedoras têm menos acesso ao capital e experimentam menos benefícios dos serviços de assistência técnica em comparação com seus colegas do sexo masculino, o que restringe o crescimento dos negócios para as SGBs lideradas por mulheres. As organizações que apoiam as SGBs devem examinar suas estratégias e ofertas para incorporar uma lente de gênero que atenda diretamente a essa lacuna.
- As práticas de emprego com inclusão de gênero são essenciais para o desenvolvimento de uma sociedade equitativa e para impulsionar o crescimento dos negócios; no entanto, o setor de SGB não está fazendo o suficiente para promover e incentivar essas práticas entre as empresas.
- O design de produtos e serviços para beneficiar as mulheres deve ir muito além de uma abordagem “rosa” e, ao invés disso, considerar profundamente as necessidades e experiências das mulheres como consumidoras.
- As corporações multinacionais (MNCs) são importantes stakeholders para engajar em programas que envolvem as SGBs para apoiar a equidade de gênero, pois as MNCs podem usar suas políticas de fornecimento para proporcionar fortes incentivos para práticas equitativas entre as SGBs.

As seções a seguir fornecem mais detalhes sobre as atuais evidências para cada uma dessas categorias, seguidas de estratégias específicas que as organizações do setor podem adotar para promover mudanças.

ⁱA ANDE cunhou o termo “Small and Growing Business” (SGB), ou Pequenas Empresas em Crescimento para descrever o setor de pequenas empresas em mercados emergentes. SGBs em geral buscam capital entre US\$20,000 e US\$2 milhões e empregam entre 5 a 250 funcionários. Veja a definição completa em <https://www.andeglobal.org/page/aboutandesgbs>.

EVIDÊNCIAS ATUAIS

Promover investimentos e serviços de apoio eficazes para as SGBs lideradas por mulheres

Existe uma lacuna significativa no financiamento para mulheres empreendedoras. O International Finance Corporation (IFC) estima um déficit de financiamento para mulheres empreendedoras em pequenas e médias empresas do setor formal nos países em desenvolvimento de US\$ 320 bilhões,² com o déficit de crédito para PMEs lideradas por mulheres na América Latina, estimado em apenas US\$ 93 bilhões.³ Os dados da Global Accelerator Learning Initiative (GALI), estudo liderado pela ANDE, estendem esse resultado a startups orientadas para o crescimento, constatando que, em média, os negócios fundados só por mulheres em mercados emergentes levantam aproximadamente um quarto do financiamento de equity se comparados com equipes fundadas por homens (US\$ 16.006 vs. US \$ 61.562).⁴

Pesquisas sugerem que o viés do investidor contra mulheres ou mesmo aquelas que exibem “comportamento feminino estereotipado”²³ pode contribuir para essa lacuna de investimento. Essa falta de acesso ao capital é uma grande restrição ao crescimento. Em uma análise de 14 avaliações de impacto em dez países, o Banco Mundial descobriu que “mulheres empreendedoras na África têm níveis sistematicamente mais baixos de capital de negócios - incluindo equipamentos, inventário e propriedades - em relação aos seus pares do sexo masculino” e que “diferenças de gênero no capital ... estão associados a homens que têm lucros maiores que as mulheres.”⁵

Além disso, há razões para acreditar que essa lacuna se estende além do financiamento para outros serviços de apoio, que podem ser menos eficazes para as mulheres em relação aos homens, segundo estudos. Um estudo de 2018 sobre o impacto do crédito e do treinamento no desempenho das micro e pequenas empresas (MPE) etíopes constatou que “MPEs de mulheres não se beneficiam do acesso a tratamentos (somente crédito, somente treinamento ou ambas)”⁶ enquanto um estudo na eSwatini (Suazilândia) descobriu que o treinamento de negócios tem um impacto positivo e estatisticamente significativo no desempenho de homens, mas não de mulheres.⁷ Os dados da GALI também mostram que os serviços de apoio são muitas vezes ineficazes no fechamento do gap de financiamento, constatando que o déficit de financiamento entre homens e mulheres recebendo equity não é fechado pela participação em um programa de aceleração.⁸

Os benefícios desproporcionalmente baixos dos serviços de apoio a mulheres empreendedoras podem ser devidos, pelo menos em parte, à necessidade desses programas de abordar melhor as normas e redes de contatos. Uma análise de várias avaliações de impacto do Banco Mundial constatou que as mulheres empreendedoras na África são menos propensas do que os homens a confiar em suas habilidades ou pensar que são boas líderes e “não têm o mesmo acesso que os homens a grandes e diversas redes de contato que podem apoiar o crescimento e a competitividade de seus negócios.”⁵ As restrições culturais também desempenham um papel importante, com mulheres empreendedoras com menor probabilidade de acessos a setores com alta possibilidade de crescimento, que tendem a ser dominados por homens.⁵ Por exemplo, mulheres africanas operam mais no setor de varejo, enquanto os homens trabalham no setor de manufatura de alto crescimento.⁵

Melhorar as políticas de emprego com inclusão de gênero nas SGBs e nas organizações intermediárias

A participação plena e equitativa das mulheres na força de trabalho é fundamental para impulsionar o crescimento e eliminar a pobreza. Segundo a OCDE, reduzir em 50% a desigualdade de gênero nas taxas de emprego de um país pode levar a um ganho de 6% no PIB⁹ e o crescimento da participação das mulheres na força de trabalho desde o início dos anos 2000 nos países da América Latina e do Caribe foi reconhecido por diminuir a pobreza extrema em 30%.¹⁰

No entanto, há evidências significativas de que as mulheres precisam de uma proteção mais forte contra a discriminação no local de trabalho em todos os tipos de organizações, incluindo as SGBs. Observemos um aspecto da política de emprego com inclusão de gênero: a licença maternidade. Referindo-se à proteção dos funcionários para manter seus empregos enquanto tiram licença maternidade, a Organização Internacional do Trabalho (OIT) considera que aproximadamente “830 milhões de trabalhadoras não têm proteção adequada (licença maternidade), estando a maioria dessas mulheres na Ásia e na África” e muitas trabalham no setor de micro, pequenas e médias empresas (MPME).¹⁶ A falta de proteção à licença parental impede as mulheres de participarem efetivamente da força de trabalho e contribui para menos “divisão equitativa dos cuidados não remunerados em casa”¹⁶, já que “as mulheres gastam aproximadamente três vezes mais horas no trabalho doméstico e de cuidados não remunerados que os homens.”¹

As organizações de apoio ao setor de SGB geralmente não abordam diretamente essas questões. Dados das organizações de apoio da Pesquisa de Impacto da ANDE mostram que quase metade dos entrevistados não incorpora uma avaliação da equidade de gênero no processo de triagem ou seleção da SGB.²⁴ Além disso, embora se possa esperar que as SGBs orientadas para o impacto tenham mais consciência das questões de gênero no emprego do que modelos de negócios tradicionais, devido ao seu interesse mais amplo no bem social, os dados do British Council sugerem que a disparidade salarial nas empresas sociais entre homens e mulheres ainda é de 24%.¹¹

As políticas de emprego com inclusão de gênero são, em um nível básico, uma parte crítica de uma sociedade equitativa. E elas também fazem sentido nos negócios. Um estudo sobre equipes de pesquisa e desenvolvimento em mais de 4.000 empresas constatou que a diversidade de gênero “gera dinâmicas que se prestam à inovação radical”.¹² Outro estudo realizado em uma fabricante de roupas no Vietnã descobriu que oferecer benefícios direcionados as mulheres, como uma clínica de serviços para mulheres e creche, permitiram que elas trabalhassem com mais consistência e, finalmente, diminuíram a rotatividade de pessoal em um terço.²⁵ O apoio às mulheres empreendedoras também pode criar um ciclo virtuoso, aumentando a participação geral das mulheres na força de trabalho, como descobriu o Banco Mundial: “mulheres empreendedoras são muito mais propensas do que homens empreendedores a empregar mulheres.”⁵

Escalar modelos de negócios focados em gênero por meio das SGBs

Modelos de negócios focados em gênero representam uma enorme oportunidade em mercados emergentes. Em 2018, as mulheres controlaram cerca de US\$ 40 trilhões em gastos de consumo em todo o mundo,³² um número que dobrou em uma década,³³ enquanto os chamados produtos “femtech”ⁱⁱ gerarão mais de US\$ 50 bilhões em receita até 2025.³⁴ Fechar a divisão digital de gênero representa uma oportunidade de mercado particularmente forte, com US\$ 50 bilhões adicionais prontos para serem desbloqueados, fornecendo acesso à Internet a 600 milhões de mulheres.¹³

“ O objetivo é criar oportunidades e reduzir riscos, projetando produtos e serviços (e suas cadeias de valor) que capacitam mulheres e meninas e melhoram suas vidas. Isso significa mudar o processo de design, de projetar para mulheres para projetar com mulheres. Não se trata de pegar produtos e torná-los rosados. Os sucessos na produção de fogões limpos, na redução da mortalidade infantil, na melhoria da higiene feminina e em outras áreas vêm da inovação colaborativa. ”

– Sarah Kaplan & Jackie VanderBrug, The Rise of Gender Capitalism, Stanford Social Innovation Review

Embora atualmente não exista evidência no mercado para negócios focados especificamente em gênero entre as SGBs nos mercados emergentes, os principais investidores de SGB já obtiveram sucesso em focar em consumidoras mulheres com produtos e serviços benéficos a elas. Por exemplo, o International Centre for Research on Women (ICRW) descobriu que mais da metade do portfólio da Acumen visava explicitamente mulheres como clientes, com 41% das investidas relatando que as mulheres representam mais de 50% de suas clientes.¹⁴

Modelos de negócios focados na integração de mulheres nas cadeias de suprimentos também representam uma oportunidade de crescimento significativa. Globalmente, apenas 28% das empresas abordam a igualdade de gênero entre seus fornecedores.²⁹ As entidades corporativas podem abordar as barreiras culturais e financeiras específicas de PMEs lideradas por mulheres no acesso às cadeias de suprimentos,³⁰ aumentando a diversidade de seus fornecedores, permitindo que acessem um recurso pouco desenvolvido para suas cadeias de suprimentos.³¹

ⁱⁱFemtech é definido como “Software, diagnóstico, produtos e serviços que usam tecnologia para melhorar a saúde da mulher, também conhecida como tecnologia feminina”. Frost & Sullivan. (2018). Femtech - Hora de uma revolução digital no mercado de saúde da mulher.

ESTRATÉGIAS

Investimento com Lente de Gênero

Dada a evidência esmagadora de que as restrições de capital desempenham um papel importante no desenvolvimento de mulheres empreendedoras, uma abordagem de investimento focada em gênero é uma estratégia clara para melhorar as oportunidades para as mulheres no setor de SGB. O investimento com lente de gênero “é uma forma de investimento em que os investidores buscam gerar retorno financeiro positivo sobre seu investimento e um impacto benéfico na vida das mulheres.”²⁶ Para fins de pesquisa, a ANDE considera que os fundos incluem gênero, se o fundo tiver um mandato declarado para investir em pelo menos um dos seguintes itens:

- empresas pertencentes ou administradas por mulheres
- negócios com mulheres adequadamente representadas no conselho diretor
- empresas que contratam ou incorporam mulheres em cadeias de suprimentos de maneira benéfica
- empresas que fornecem um produto ou serviço socialmente benéfico voltado para mulheres ou meninas

A intenção de investir nesses negócios deve ir além da consideração desses fatores nas decisões de investimento e exigir explicitamente que o fundo faça investimentos em negócios com essas características. Em 2018, a ANDE constatou que dos 56 veículos de investimento recém-lançados, 17% atendiam a esses critérios.

Apesar das evidências de que o investimento com lente de gênero pode trazer benefícios para o portfólio, ele ainda não é uma prática comum. A pesquisa Impact Capital²⁷ da Calvert cita duas questões importantes que impedem os investidores:

- 1** O business case ainda precisa ser construído nos mercados privados, pois as evidências atuais vêm principalmente de mercados públicos com pouca representação de exemplos do mercado privado.
- 2** Os investidores estão confusos sobre como aplicar uma lente de gênero. A exploração da ANDE sobre lente de gênero no setor confirma que há pressão para adotar uma lente de gênero, mas pouca orientação sobre como executar efetivamente uma estratégia.

Aceleração e treinamento em lentes de gênero

Estratégias específicas de gênero na aceleração e treinamento de negócios de mercados emergentes também podem desempenhar um papel no apoio ao crescimento de SGBs lideradas por mulheres. Os programas de aceleração podem adotar uma lente de gênero ao longo do ciclo de programação, desde a divulgação e direcionamento até a seleção e o design do programa. O alcance intencional e inclusivo pode ajudar a superar o fato de que as empresas pertencentes a homens são “mais propensas a participar de programas de treinamento do que as empresas pertencentes a mulheres”.⁵

Em termos de modelos de programa, a Village Capital analisou seu modelo de investimento de seleção por pares para determinar os resultados para as mulheres empresárias participantes e descobriu que a seleção por pares, em vez da seleção por especialistas ou investidores externos, mostrou resultados na “redução do viés implícito” e que “os resultados parecem sugerir que a seleção por pares é menos excludente.”¹⁹

ⁱⁱⁱ Consulte o Impact’s Just Good Investing da Calvert: Por que gênero é importante para o seu portfólio e o que você pode fazer para saber como ele avaliou seu portfólio e encontrou benefícios para a diversidade de gênero.

Treinamentos sobre liderança e modelo mental também podem ser uma parte importante de uma programação eficaz para mulheres empreendedoras. A Africa Growth Initiative da Brookings Institution publicou recentemente idéias sobre por que os programas atuais para capacitar mulheres empreendedoras ficam aquém, sugerindo que “fornecer treinamento em habilidades de negócios é um passo básico para capacitar mulheres empreendedoras, mas para alcançar verdadeiramente mudanças transformadoras, os programas de treinamento precisam abordar restrições psicológicas e sociais mais profundas que as mulheres enfrentam.”²⁰ Um programa de treinamento de modelo mental do World Bank Gender Innovation Lab no Togo, por exemplo, mostrou melhorias significativas no desempenho dos negócios com um aumento forte e permanente de iniciativa pessoal e habilidades socioemocionais para as mulheres participantes.²¹ Uma análise abrangente dos programas de treinamento do Banco Mundial constata que “os programas de treinamento que abordam habilidades socioemocionais e conteúdo específico de gênero - em oposição aos programas padrão de treinamento gerencial - provaram ser eficazes em vários contextos na África e se pagam com lucros crescentes a longo prazo.”⁵

Finalmente, programas de aceleração e treinamento podem ajudar as mulheres a desenvolver redes de contato favoráveis ao seu crescimento e mudar as normas sociais que as impedem de entrar em setores mais competitivos, porém mais produtivos. O Banco Mundial descobriu que “as mulheres optam por não participar da competição mesmo quando são qualificadas ... perdendo ganhos significativos em comparação aos homens mais capacitados”⁵, mas que as mulheres nos setores tradicionalmente dominados por homens mostram retornos equivalentes sobre investimentos de forma tão eficiente quanto os homens. Programas que incorporam deliberadamente redes de mentoras e profissionais experientes para mulheres do mesmo setor ou de outros setores podem ajudar a fornecer condições equitativas para mulheres empreendedoras.

Engajamento Corporativo

“**As empresas estão bem posicionadas para promover a igualdade de gênero e empoderar as mulheres em seus locais de trabalho, em suas comunidades e por meio de suas políticas e práticas de compras. O grande tamanho e volume de compras corporativas em todo o mundo significa que as empresas têm o potencial de influenciar drasticamente a maneira como os fornecedores e as cadeias de suprimentos operam.**”

- ONU Mulheres

A Pesquisa de Impacto da ANDE 2018 revelou que a maioria dos membros da ANDE se envolve com entidades corporativas por meio de uma unidade de negócios principal (em vez da área de responsabilidade social corporativa ou de sua fundação ou instituto empresarial), com os dois interesses específicos mais comuns sendo “abrir novos mercados / fortalecer redes de distribuição” e “facilitar aquisição de bens ou materiais de SGBs.”¹⁵ Uma vez que as mulheres superaram obstáculos para iniciar e promover seus próprios negócios, as organizações de apoio à SGB que possuem entidades corporativas em suas redes podem se concentrar em alavancar essas conexões para beneficiar a corporação e a SGB. A ONU Mulheres publicou um manual sobre como apoiar o fornecimento de empresas pertencentes a mulheres, sugerindo as seguintes estratégias:

- 1** Advogar em prol das SGBs lideradas por mulheres e mostrar a relevância da inclusão de SGBs lideradas por mulheres em suas cadeias de valor;
- 2** Estabelecer programas de extensão para abordar algumas das principais barreiras “que impedem as mulheres empreendedoras de acessar as cadeias de suprimentos corporativas”, incluindo uma “falta de contato com tomadores de decisão corporativos [ou] relacionamento com compradores”²⁸

- 3** Oferecer assistência técnica por meio de “alcance corporativo, agências governamentais, instituições educacionais e instituições de apoio ao comércio - incluindo principalmente associações e organizações empresariais de mulheres”;²⁸
- 4** Prestar assistência financeira para resolver a falta de acesso ao capital; e
- 5** Mentorar as líderes mulheres para promover maior confiança em suas habilidades de negócios.

Desenvolvimento de produtos e serviços para mulheres

Algumas das maiores empresas do mundo caíram na armadilha de tentar atingir consumidoras mulheres adotando a abordagem “rosa” (“make it pink”).³³ Esse tipo de abordagem não atende às necessidades das mulheres como consumidoras e clientes do sexo feminino. Para acessar a enorme oportunidade que existe para atingir as consumidoras, as necessidades das mulheres devem ser consideradas durante todo o processo de design, desenvolvimento e implantação do produto. Originalmente sugerido no contexto do design de produtos financeiros para mulheres de baixa renda, o Business for Social Responsibility sugere as seguintes práticas que podem ser aplicadas de maneira mais ampla ao design de produtos e serviços para mulheres.³⁵

- 1** “Adote uma abordagem centrada no cliente. O desenvolvimento de produtos para mulheres deve começar pela compreensão de seus desejos e necessidades [.]”
- 2** “Melhore as soluções atuais. Os produtos devem incorporar lições dos produtos e soluções existentes que as mulheres usam e gerar valor adicional.”
- 3** “Pense digital”. À medida que mais mulheres obtêm acesso à economia digital, também aumentam as oportunidades de mercado; a aplicação de uma lente de gênero ao design do produto permitirá o acesso a essa nova participação no mercado e aumentará a inclusão digital das mulheres.

Melhoria nas políticas de emprego

Educar líderes da SGB sobre a importância da participação das mulheres e ter políticas internas claras e por escrito, abordando as lacunas de gênero é um importante ponto de partida para garantir a equidade entre as SGBs e as organizações de apoio à SGB. As organizações desenvolvedoras de capacidade que realizam treinamentos para as SGBs para melhorar a eficiência organizacional podem considerar adicionar um componente específico de gênero ao treinamento. Por exemplo, o programa SCORE da OIT oferece um treinamento em sala de aula para gerentes e funcionários que trabalham em PMEs, com foco em “alcançar uma participação equilibrada em termos de gênero entre treinadores e estagiários; garantir que as vozes de mulheres (e homens) sejam ouvidas e valorizadas na empresa, além de melhorar as práticas relacionadas ao gênero no local de trabalho.”¹⁷ O programa viu uma adoção aprimorada de políticas sensíveis a gênero entre as PME que passaram pelo treinamento; em casos específicos, isso incluía uma revisão completa das descrições de cargos e políticas de contratação para incorporar mais mulheres à força de trabalho e ajustes para tornar o local de trabalho mais seguro para as mulheres.¹⁷

Além de incorporar uma lente de gênero nos esforços de capacitação, os intermediários da SGB também devem procurar internamente garantir a adoção de políticas de emprego específicas para cada gênero. A ONU Mulheres publicou materiais sobre como as organizações de apoio podem analisar suas próprias práticas de emprego, oferecendo recursos e exemplos de “estratégias de equilíbrio de gênero”¹⁸, como o Plano de Igualdade de Gênero da OIT.

CONSIDERAÇÕES

Enquanto as organizações do setor de SGB trabalham para aumentar sua contribuição para o ODS 5, há vários pontos finais importantes a serem considerados:

- Dadas as várias maneiras pelas quais as SGBs podem ajudar a alcançar a igualdade de gênero, os profissionais precisam considerar como desenvolver os conhecimentos necessários e priorizar suas potenciais contribuições, com recursos limitados. As organizações talvez precisem formar parcerias para aproveitar as experiências de outras pessoas e aumentar seus próprios conhecimentos. Por exemplo, as organizações de apoio às empresas que não possuem conhecimentos específicos em políticas de emprego com inclusão de gênero podem trabalhar com organizações ou consultores mais experientes para incorporar um foco nessas políticas.
- Os mercados emergentes diferem amplamente em seus contextos econômicos e culturais em relação à questão de gênero. As organizações devem analisar e considerar o contexto local específico e as barreiras que impedem a plena participação econômica das mulheres.
- Houve avanços significativos nas abordagens para medir questões relacionadas à temática de gênero, indo muito além da desagregação básica dos dados de gênero. Encontrar a estratégia de mensuração apropriada é uma etapa fundamental em uma organização que quer entender como suas abordagens podem contribuir para a equidade de gênero. Os membros da ANDE já estão identificando essas medidas; por exemplo, as métricas de 2019 da conferência Ground Up se concentraram especificamente em gênero na mensuração de impacto e identificaram uma variedade de [recursos relevantes](#).
- As organizações que usam práticas focadas em gênero para apoiar ou financiar as SGBs devem ter cuidado com os incentivos que “brincam com o sistema” (“game the system”). Seguindo a [Lei de Goodhart](#), uma vez que uma métrica específica de gênero se torna regra com incentivos vinculados a ela, ela poderá não ser mais significativa. As organizações devem ter cuidado com metas e incentivos excessivamente simplistas, que podem levar a um foco superficial ou falso em mulheres para acessar investimentos direcionados a gênero.

MÉTRICAS RELEVANTES

Métricas para investimentos e serviços de apoio disponíveis para as SGBs lideradas por mulheres

Para acompanhar e demonstrar o progresso em equidade de gênero, o setor da SGB precisará de um conjunto comum de indicadores. A ONU define metas e indicadores específicos para medir o progresso em direção a cada ODS. Como os objetivos foram originalmente concebidos como metas nacionais para os países trabalharem, muitos dos indicadores não são adaptados para organizações privadas (embora alguns sejam). No entanto, organizações como a Global Impact Investing Network (GIIN) projetaram sistemas de métricas alinhados com os ODS. Embora as métricas abaixo sejam dos ODS, outras métricas relevantes podem ser encontradas no catálogo de métricas IRIS + da GIIN.

- 1** Mudança na quantidade e proporção de capital em estágio inicial destinado às SGBs lideradas por mulheres
 - a. Proporção de negócios (deals) destinados a SGBs lideradas por mulheres
 - b. Financiamento total e médio recebido pelas SGBs lideradas por mulheres

- 2** Mudança no nível de serviços de apoio disponíveis para as SGBs lideradas por mulheres
 - a. Proporção de SGBs lideradas por mulheres que recebem serviços de apoio (número de novos instrumentos de investimento em lentes de gênero inclusivos para SGB ou proporção de novos instrumentos com lentes de gênero)
 - b. Proporção de serviços de apoio direcionados explicitamente a mulheres empreendedoras

- 3** Eficácia dos serviços de apoio às SGBs lideradas por mulheres
 - a. Sucesso após o apoio a SGBs lideradas por mulheres em relação às SGBs lideradas por homens

Métricas para políticas de emprego com inclusão de gênero nas SGBs e intermediárias

- 1** Mudança na proporção de mulheres em cargos de liderança nas SGBs
 - a. Métrica ODS 5.5.2: Proporção de mulheres em cargos gerenciais (aplicada a SGBs e/ou organizações de apoio a SGBs)
- 2** Mudança na proporção de SGBs com práticas de empregabilidade com inclusão de gênero
 - a. Porcentagem de SGBs de alto crescimento com fortes políticas de gênero na contratação
 - b. Porcentagem de SGBs de alto crescimento que empregam pelo menos 50% de mulheres
- 3** Mudança no número de organizações de apoio a SGBs que foram submetidas a treinamentos sobre gênero
 - a. ODS Objetivo 5.1: Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas em todos os lugares
 - b. Indicador 5.1.1: Existência ou não de estruturas legais para promover, fazer cumprir e monitorar a igualdade e a não discriminação com base no sexo

Métricas para escalar modelos de negócios focados em gênero por meio das SGBs

- 1** Mudança no crescimento das SGBs focadas em gênero
 - a. Número de SGBs focadas em gênero que alcançam crescimento continuado
- 2** Integração de SGBs pertencentes a mulheres nas cadeias de suprimentos
 - a. Número de SGBs lideradas por mulheres conectadas a cadeias de suprimentos corporativas

RECURSOS

Geral

1. UN Women. [SDG 5: Achieve gender equality and empower all women and girls.](#)
2. Kipnis, H. (2017). Women Entrepreneurs Are Essential for Private Sector Development in Emerging Markets. International Finance Corporation.
3. International Finance Corporation. (2017). [MSME Finance Gap - Assessment of the Shortfalls and Opportunities in Financing Micro, Small and Medium Enterprises in Emerging Markets.](#) Washington, DC.
4. [GALI website](#)
5. The World Bank Group, [Profiting from Parity](#) (2019)
6. Araar, A., et. Al. (2018). [Impact of credit and training on enterprise performance: Evidence from urban Ethiopia.](#)
7. Brixiová, Z. & Kangoyez, T. (2018). [Skills as a Barrier to Women's Start Ups: A Model with Evidence from Eswatini,](#) Economic Research Southern Africa.
8. [GALI data](#)
9. Kiviniemi, M. (2015). [Why a Push for Gender Equality Makes Sound Economic Sense.](#) OECD.
10. OECD Development Centre. (2017). [Latin America and the Caribbean: Social Institutions & Gender Index Regional Report.](#)
11. Richardson, M., Tsui, J. (2017). [Activist to Entrepreneur: The role of social enterprise in supporting women's empowerment in the UK.](#) British Council.
12. Plataforma SINC. (2014, March 19). [Gender diversity promotes radical innovation, study finds.](#) ScienceDaily.
13. The Business of a Better World, Women Deliver, Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands. (2016). Women's Empowerment in Global Value Chains.
14. Acumen, [Women and Social Enterprises: How Gender Integration Can Boost Entrepreneurial Solutions to Poverty.](#) (2015)
15. ANDE State of the Sector 2018 Report

Para políticas de emprego

16. Kring, S.A. (2017). [Gender in employment policies and programmes: What works for women?](#) Working Paper No. 235. International Labour Office. Geneva.
17. International Labour Organization. (2015). [Gender Equality in the Workplace: SCORE contributes to gender equality in SMEs in developing countries.](#)
18. UN Women. [Gender Parity in the United Nations: Strategies and tools.](#)

Para aceleradoras

19. Village Capital. (2019). [Flipping the Power Dynamics.](#)
20. Siba, E. (2019). [Empowering Women Entrepreneurs in Developing Countries: Why current programs fall short.](#) Africa Growth Initiative at Brookings.
21. Science Mag, [Teaching personal initiative beats traditional training in boosting small business in West Africa.](#) (2017)
22. For examples of SGBs designing products for women, we suggest visiting the [Spring Accelerator website](#)

Para investidores

23. Balachandra, L., Briggs, T., Eddleston, K., Brush, C. (2017). [Don't Pitch Like a Girl!: How Gender Stereotypes Influence Investor Decisions.](#) Sage Journals.
24. Trager, L. (2019). [Addressing Gender Diversity in Impact Investing.](#) Morgan Stanley.
25. International Finance Corporation. (2017). [Investing in Women: New Evidence for the Business Case.](#) World Bank Group.
26. Wharton Social Impact. [Thematic research on Impact Investing.](#)
27. Calvert Impact Capital. (2018). Just Good Investing: Why gender matters to your portfolio and what you can do about it.

Cadeia de valor

28. UN Women. (2017). [The Power of Procurement: How to Source from Women-Owned Businesses.](#)
29. The Economist Intelligence Unit, [No More Excuses: Responsible Supply Chains in a Globalised World.](#)
30. World Bank Group, [Women in the Supply Chain.](#)
31. International Finance Corporation, [A guide to getting started in local procurement for companies seeking the benefits of linkages with local SMEs.](#)

Desenvolvimento de produtos e serviços para mulheres

32. The Boston Consulting Group (BCG), "Women Want More: Updated Findings on the World's Largest, Fastest-Growing Market," Webinar Presentation, September 2013.
33. Sayre, K., Silverstein, M.J. (2009). [The Female Economy](#). Harvard Business Review.
34. Frost & Sullivan. (2018). [Femtech—Time for a Digital Revolution in the Women's Health Market](#).
35. Shields, L. (2015). [Four Ways to Design Financial Products for Low-Income Women](#). Business for Social Responsibility.

Para mais informações sobre os Estudos Setoriais da ANDE,
por favor entrar em contato com o Matthew Guttentag no email
matthew.guttentag@aspeninstitute.org



Produzido pelo Aspen Network of Development Entrepreneurs © 2019
Foto da capa por John-Michael Mass/Darby Communications