

Mulheres, ainda temos um longo caminho pela frente

por Ana Paula Kagueyama, Head Global de Soluções para Clientes do PayPal

É claro que muita coisa mudou para melhor no decorrer dos últimos 50 anos quando pensamos nas oportunidades abertas no mercado de trabalho para nós, mulheres. E também é verdade que temos visto, em todos os veículos de comunicação (impressos, televisivos, radiofônicos, online etc.), mais e mais executivas de sucesso sendo perfiladas. É orgulho que chama, né? Sem dúvida. Mas, ao mesmo tempo, é preciso mantermos um pé na realidade que nos cerca.

Digo isto porque, estes dias, pensando na chegada de mais um mês de março – e do Dia Internacional da Mulher –, deparei com uma nova pesquisa sobre equidade de gênero no mercado de trabalho brasileiro. E os resultados não são animadores como gostaríamos. Realizado pelo LinkedIn, o estudo revela, entre outras coisas, que o principal obstáculo enfrentado pelas mulheres é o “condicionamento social” que faz com que elas se sintam menos merecedoras do que os homens, “criando uma lacuna de direitos que afeta diretamente suas vidas profissionais”.

Não é fácil lidar com isso, sabemos. Ainda há muito preconceito. Mas a porcentagem de brasileiras entrevistadas que acreditam ter menos direitos do que os homens no ambiente de trabalho é de inacreditáveis 82%. E atenção: quase metade (47%) dessas profissionais nunca pediu um aumento ou promoção fora da sua avaliação de desempenho anual, mesmo sentindo que sua performance é acima do esperado para o atual cargo. É a tal Síndrome da Impostora em modo full.

Síndrome que, diga-se, nos assombra em qualquer momento de nossas vidas. Haja visto que a pesquisa, feita em parceria com a ONG inglesa [The Female Lead](#), entrevistou mais de 2.000 profissionais entre 25 e 55 anos, durante o mês de fevereiro.

Diferentemente dos homens, que “aplicam” para cargos de maior responsabilidade mesmo sem estarem 100% prontos para a missão, as mulheres, a partir do momento em que sentem que merecem uma promoção, costumam esperar, em média, 1 ano e 3 meses para conversar com seus/suas superiores. A pergunta que fica é simples: por quê? No caso de mulheres negras, então, a questão se torna ainda mais séria. Cerca de 25% das entrevistadas admitiram esperar até 2 anos para tentar uma negociação.

Aliás, negociação é palavra-chave também no momento da contratação. Segundo o LinkedIn apurou, na hora de aceitar um emprego em uma nova empresa, 37% das mulheres se contentam com a primeira oferta de salário – e 44% afirmam não se sentir confortáveis em ter esse tipo de conversa.

O levantamento também aponta que 48% das mulheres dizem “esperar vivenciar um momento em suas carreiras em que reduzirão as expectativas e reavaliarão o progresso que acreditam ser possível”. Isso significa, em resumo, que, a partir de um certo cargo conquistado na organização, elas parecem se conformar com um “teto” intransponível e param de tentar evoluir.

Acha que não pode ser pior? Pois pode. De acordo com o estudo, as mulheres começam a se sentir assim com, em média, 29 anos de idade. **Vinte e nove anos!** Entre os principais motivos citados estão o entendimento de que a sociedade ainda não superou a desigualdade de gênero (37% das respostas), o aumento da carga mental causada pela responsabilidade de gerenciar vida profissional e vida pessoal (32%) e o medo de que uma licença maternidade ou pausa na carreira possa significar o fim do ciclo de evolução dentro da empresa (21%).

Se levarmos em conta que a segunda e a terceira porcentagens são sintomas da mesma causa (ter ou não ter uma família) e representam 53% das respostas, chama a atenção o fato de a maternidade ainda ser percebida como um dilema tão devastador na evolução profissional das mulheres.

“ Neste Dia Internacional da Mulher (e em todos os outros dias de nossas vidas), precisamos discutir o chamado “viés inconsciente”, poderoso limitador do avanço das mulheres no mundo profissional ”

Neste Dia Internacional da Mulher (e em todos os outros dias de nossas vidas), precisamos discutir o chamado “viés inconsciente”, poderoso limitador do avanço das mulheres no mundo profissional. E, justiça seja feita, neste caso, a pesquisa do LinkedIn nos traz um pequeno alento: 67% das profissionais entrevistadas se consideram, sim, ambiciosas – ou seja, não se deixam intimidar pelo cenário. A motivação dessas mulheres? Busca por reconhecimento e valorização no trabalho (resposta de 80% delas) e o desejo de ser um exemplo e incentivo para outras pessoas (71%).

Como combater esse preconceito? Com números. É preciso que as corporações entendam, de uma vez por todas, que, economicamente, ter mulheres em cargos de liderança faz diferença positiva. Sim, [elas trazem mais lucro](#) para as empresas.

Também por causa disso, no PayPal, equidade de gênero é um assunto cotidiano e muito sério. Desde 2016, a empresa paga os mesmos salários para homens e mulheres que ocupem a mesma função, por exemplo. Isso faz todo o sentido, porque é preciso que as mulheres se valorizem para poder almejar cargos mais altos, postos de direção e o topo de qualquer pirâmide. Pagar os mesmos salários deveria ser algo óbvio, mas sabemos que isso [ainda não acontece na imensa maioria das empresas](#) – aqui e lá fora. Quando nosso CEO, Dan Schulman, falou sobre esse assunto, no final de 2015, muita gente na empresa imaginou que era preciso um longo planejamento para colocar essa visão em prática. E ele disse: “Quero que isso esteja resolvido amanhã! Somos uma companhia grande, financeiramente sólida, precisamos fazer isso imediatamente”. Simples assim.

Desde 2007, quando criamos o Unity, grupo de afinidade dedicado à promoção de mulheres no PayPal, mantemos uma série de ações internas para garantir essa ascensão a postos de liderança. Atualmente, 50% do conselho global da empresa é formado por mulheres ou minorias étnicas. No Brasil, 50% da nossa liderança está nas mãos delas. E quando falamos sobre nossa área de Operações, esse índice chega a 70%. Sempre que há uma vaga no PayPal Brasil, fazemos questão de incluir CVs de mulheres. Mantemos na companhia valores globais sobre os quais nos baseamos – e nos dedicamos ao máximo para levá-los a todas as partes do mundo.

Porque todo dia deveria ser Dia Internacional da Mulher.

https://newsroom.br.paypal-corp.com/dia_internacional_mulher_2021