

Pesquisa demonstra que Brasil avançou na equidade de gênero em 2020 – mas precisamos fazer mais

por Paula Paschoal, diretora sênior do PayPal Brasil

Saiu do forno, no finzinho do ano passado, a terceira edição da pesquisa Mulheres na Liderança, um estudo que identifica as melhores práticas e políticas que estimulam a equidade de gênero e promoção de mulheres na liderança das principais empresas do Brasil.

Trata-se de uma parceria da WILL (Women in Leadership in Latin America) com o Valor Econômico e a Editora Globo, que conta com apoio metodológico do Instituto Ipsos, parceiro do PayPal em tantos estudos no decorrer dos últimos anos.

Fiquei muito orgulhosa em ver o PayPal classificado na 17ª posição no ranking geral – entre as 162 companhias participantes – e na 15ª no quesito "Qualificação e incentivo à liderança feminina". Além disso, o PayPal ficou em 2º lugar em seu ranking específico, de Serviços Financeiros. É prova de que estamos fazendo as escolhas certas desde que aportamos no Brasil, em 2010.

Quem me conhece sabe o quanto o tema liderança feminina me move todos os dias. E os resultados da pesquisa demonstram que, em diversos campos, pudemos observar avanços interessantes em 2020 – mesmo com o País (e o mundo) em "modo pandemia".

Em 2020, as práticas de equidade de gênero na agenda da alta liderança das empresas se desenvolveram em muitos aspectos:

-- 68% das empresas têm lideranças formais em seu corpo de diretores com a missão específica de promover a equidade de gênero (em 2019, esse percentual era de 56%).

-- 66% das empresas contam com o tema da equidade na agenda de seus altos executivos de forma prioritária (eram 52% em 2019).

Já o combate à cultura do preconceito é derivado de políticas internas e campanhas de conscientização:

-- 88% das empresas têm políticas que proíbem a discriminação em razão do gênero (eram 87% em 2019).

-- 78% lançaram campanhas internas de conscientização para aumentar a compreensão sobre a valorização da mulher (eram 70% em 2019).

Em comparação com o ano passado, a pesquisa percebeu uma mudança positiva na maneira como as empresas lidam com a questão da equidade de gênero. Em 2019, a maioria das empresas (47%) tinham apenas ações pontuais ao invés de políticas formais que estimulassem a igualdade de gênero. Em 2020, houve um crescimento importante no número de empresas que implementaram políticas formais para promoção de equidade de gênero (são 53% agora).

Apesar disso, ainda que as mulheres sejam a maior parte da população brasileira (52%, segundo dados da PNAD 2019), ainda são o gênero que menos ocupa posições de liderança e de tomada de decisões dentro do ambiente corporativo.

Uma das conclusões da pesquisa, portanto, é que "apesar do aumento das mulheres no mercado de trabalho, o desnivelamento das oportunidades se materializa em diversos níveis, desde a maior dificuldade das mulheres em processos seletivos, até a difícil quebra de barreiras para ocupação de cargos de liderança".

No PayPal Brasil, as mulheres ocupam mais de 50% dos cargos de gerência, o que nos coloca em uma posição de destaque sempre que o tema surge em palestras que realizamos para nossos funcionários e colaboradores e

*“ Quem me conhece sabe o quanto o tema liderança feminina me move todos os dias. E os resultados da pesquisa demonstram que, em diversos campos, pudemos observar avanços interessantes em 2020 – mesmo com o País (e o mundo) em 'modo pandemia' ”*

também quando eu e outras executivas da companhia participamos de painéis e eventos sobre o assunto.

Sabemos que o Brasil ainda caminha a passos lentos na evolução das agendas que tratam da igualdade e diversidade em comparação a outros países da América Latina e do mundo. Porém, no contexto corporativo, tanto a questão de gênero quanto a da diversidade apresentam uma tendência de evolução positiva, segundo a pesquisa da WILL.

De acordo com o estudo, fica cada vez mais claro o quanto as ações das empresas são importantes para mudar o quadro de desigualdade de oportunidades. Mais mulheres na liderança e mais políticas de diversidade significam empresas mais competitivas e também mais democráticas.

Nos últimos 10 anos, vimos, sim, uma [mudança no cenário da equidade de gênero no mundo inteiro](#). E também no Brasil. Mas, apesar de todos os avanços, ainda temos um longo caminho a trilhar para assegurar uma verdadeira voz para as mulheres no País. Ainda ocupamos menos de 10% das cadeiras do Congresso Nacional, e na iniciativa privada temos participação reduzida em cargos de gestão. Em geral, a remuneração das mulheres é mais baixa do que a dos homens nas mesmas posições.

Diversos estudos (como [este](#), da McKinsey, realizado no começo de 2020) demonstram que a inclusão das mulheres na atividade econômica representaria um aumento de trilhões de dólares ao PIB mundial. E organismos multilaterais, como a OCDE (Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico), já adotam a equidade de gênero como capítulo obrigatório em seus acordos. É um tema, como se vê, urgentíssimo, e o Brasil precisa continuar a evoluir.

---

<https://newsroom.br.paypal-corp.com/pesquisa-demonstra-que-Brasil-avancou-na-equidade-de-genero-em-2020-mas-precisamos-fazer-mais>