

economia

Mulheres ocupam só 20% dos cargos de liderança no mercado financeiro

Pesquisa com dados de 1,7 mil empresas revela que três em cada dez não têm lideranças femininas

/ SETOR FINANCEIRO

Gabriel Margonar
gabrielm@jcrs.com.br

O mercado financeiro brasileiro passou por uma revolução nos últimos anos. Fintechs surgiram, pagamentos digitais ganharam espaço e novas tecnologias transformaram a relação dos brasileiros com o dinheiro. Mas, enquanto a inovação avançou, uma característica antiga permaneceu: os homens continuam dominando os espaços de decisão. Atualmente, as mulheres ocupam apenas 20,4% das posições de liderança analisadas em instituições reguladas pelo Banco Central.

O dado integra a segunda edição do levantamento Women

in Fintech: Da presença ao protagonismo, elaborado pelo escritório Silva Lopes Advogados. A pesquisa analisou 15.475 posições em 1.744 instituições do Sistema Financeiro Nacional e identificou que 523 delas, o equivalente a 30%, não possuem nenhuma mulher entre os dirigentes registrados.

Nos cargos mais altos, a desigualdade é ainda maior: a participação feminina é de 11,4% nas presidências e de aproximadamente 11% nas vice-presidências.

Para Daniela Froener, sócia e COO do Silva Lopes Advogados, a explicação está, em parte, na própria origem das fintechs. Embora sejam empresas associadas à modernidade, muitas nasceram a partir da experiência de profissionais que já atuavam em ban-



Cristina Junqueira, cofundadora do Nubank, é uma das executivas que superaram o cenário retratado no estudo

cos e outras instituições tradicionais, historicamente dominadas por homens.

“Quando houve essa migração de profissionais do sistema financeiro tradicional para o mercado que se abriu em 2013, essa predominância masculina acabou sendo reproduzida”, explica. Segundo ela, a natureza inovadora das fintechs poderia sugerir uma participação feminina maior, mas o setor acabou herdando características das institui-

ções que pretendia transformar.

A desigualdade também aparece nas áreas diretamente ligadas à inovação. Entre 72 posições de diretoria de tecnologia analisadas, apenas seis são ocupadas por mulheres, uma participação de 8,3%.

O problema, porém, não se resume à quantidade de profissionais que chegam ao topo. Entre as 102 mulheres ouvidas na etapa de percepção da pesquisa, 67,6% afirmam sentir necessida-

de de demonstrar mais competência do que os colegas homens para serem consideradas igualmente capazes.

“Imagina uma reunião em que apenas 20% das pessoas com poder de decisão são mulheres. Normalmente, quando uma mulher chega a uma mesa para debater determinado assunto, ela está cercada por homens. Para conseguir que sua voz seja ouvida, precisa chegar muito mais embasada em fatos”, relata Daniela.

Maternidade e cultura empresarial dificultam avanço

Quando questionadas sobre os obstáculos ao crescimento profissional, 59,8% das entrevistadas apontaram o ambiente predominantemente masculino, enquanto 52% mencionaram a cultura organizacional. Apenas 2,9% disseram não perceber barreiras na carreira.

A maternidade e as responsabilidades familiares também aparecem entre os fatores que dificultam o acesso a cargos executivos. Para Daniela, o problema não está necessariamente na conciliação entre filhos e trabalho, mas na maneira como as organizações enxergam essa realidade.

Ela cita como exemplo Cristina Junqueira, cofundadora do Nubank e mãe de quatro filhos. Na avaliação da executiva, a presença de uma mulher com essa trajetória entre os fundadores da instituição pode contribuir para uma cultura empresarial mais receptiva à maternidade.

“Acho que ainda existe muito estigma em relação à maternidade e à carreira das mulheres. Talvez, com o passar do tempo e com exemplos positivos como esse, a cultura organizacional e a própria sociedade consigam superar essas barreiras”, avalia.

O estudo também encontrou uma relação entre representatividade e reconhecimento. Nas empresas com nenhuma ou apenas uma mulher na diretoria, 61,1% das participantes consideram que suas ideias recebem a mesma atenção dada às dos homens. Quando há duas ou mais mulheres na liderança, esse percentual sobe para 75%.

A diversidade, além disso, é percebida como uma vantagem competitiva. “Quando tu tens equipes diversas, formadas por pessoas com experiências e perspectivas diferentes, surgem novas ideias, novas formas de pensar e novas soluções para os problemas”, argumenta Daniela.

Quem são as mulheres do mercado brasileiro de fintechs?

85,3% possuem entre 26 e 45 anos de idade

71,6% estão localizadas no estado de São Paulo

63,7% são pós-graduadas ou cursaram MBA

62,7% já ocuparam algum cargo de coordenação ou superior ao longo da carreira

17,6% estão em cargos de diretoria ou C-Level

52% trabalham em empresas que atuam na parte de pagamentos e infraestrutura

21^{de}
OUT
a partir das 12h

Tá na
Mesa
FEDERASUL

Apoio:
Jornal do Comércio
O Jornal de economia e negócios do RS

BRASIL: QUEM ESTÁ
PAGANDO A CONTA?
AS DECISÕES DE HOJE E SUAS CONSEQUÊNCIAS
PARA AS PRÓXIMAS GERAÇÕES

Sebastião Melo

Ricardo Gomes

CORSAI
taxgroup
STIHL
SETORGE
sulgás
CDL POA

ICAÍU
rio grande
FIEVAL
LAVRAS DO SUL

banrisul
BRCE
Unimed A