

Um retrato da liderança feminina no Brasil

As executivas que atuam no ambiente corporativo são cautelosas, resilientes, detentoras de vasta experiência e atentas às oportunidades

Por **Janine Goulart**, sócia-líder de People Services e líder do KPMG's Network of Women (KNOW) da KPMG no Brasil.

KPMG Business Insights

91º edição | Fevereiro de 2023





Janine Goulart

Como as executivas brasileiras avaliam o atual cenário econômico no País e no mundo? Que desafios esperam enfrentar? E qual é o perfil predominante entre elas – suas perspectivas, formação acadêmica etc.?

Estas e muitas outras respostas estão presentes no recorte nacional do estudo **Global Female Leaders Outlook 2022**. A análise traça um retrato das lideranças femininas do mundo corporativo e mostra seus pontos de vista acerca de temas diversos – da macroeconomia à transformação digital, da agenda ESG aos desafios da inclusão e da construção da efetiva equidade entre gêneros no ambiente empresarial.

Para a elaboração do estudo global, foram consultadas 884 executivas. Neste artigo, **abordaremos as opiniões e os pontos de vista daquelas que atuam no Brasil**. A pesquisa aponta que as executivas do nosso País são majoritariamente de nacionalidade brasileira (95%), têm mais de 50 anos (68%), fizeram mestrado (64%) ou bacharelado (20%) e têm filhos (77%).

O percentual de executivas que estão no mesmo cargo há mais de cinco anos é de 14%; a maioria (64%) desempenha funções de liderança há pelo menos 16 anos. Metade das respondentes atua em empresas que tiveram receita menor que US\$ 500 milhões no último ano fiscal; 77% delas tiveram acréscimo em suas receitas na comparação com o exercício anterior.

Otimistas e confiantes

Um percentual de 16% confia que haverá um crescimento da economia nacional. Mas, quando questionadas sobre as perspectivas de crescimento para o setor em que atuam, elas se mostram mais otimistas: 48% estão confiantes.

Quando falam de riscos, elas se preocupam com os desafios de atrair e reter talentos (45%) e com a segurança cibernética (43%). Para responder a essas ameaças, elas apostam em estratégias como: agregar valor ao que é ofertado aos profissionais, como forma de atrair e reter pessoas (34%); expandir a digitalização para áreas operacionais (23%); e aprimorar a resiliência em segurança cibernética (16%).

Impactos da pandemia

Se um dos desafios que mais preocupam as executivas é a retenção de talentos, claro que elas estão dispostas a priorizar aspectos como o bem-estar das pessoas. E, por reconhecerem que a pandemia transformou as relações de trabalho, uma em quatro executivas afirma que a adoção de uma nova cultura empresarial é prioridade, com políticas que permitam, aos profissionais, encontrar um melhor equilíbrio entre vida pessoal e trabalho.

Elas também enfatizam a criação de uma cultura orientada por propósitos e valores, em que os líderes de fato pratiquem o que preconizam e incorporem inclusão, diversidade e igualdade para que nenhum

Para 32% das respondentes, haverá incremento de até 6% no seu quadro de pessoal; e 34% apostam em um crescimento de 6% a 25% no número de profissionais de suas respectivas empresas.



indivíduo ou grupo se sinta em desvantagem ou desprivilegiado.

Transformação digital

As oportunidades digitais estão na mira das executivas brasileiras: 86% afirmam ter transferido investimentos para esse campo e 82% reconhecem que novos parceiros serão fundamentais para prosseguir com a transformação digital no ritmo necessário ao bom andamento dos negócios.

Mesmo com essa disposição em priorizar a digitalização e em fazer investimentos nessa área, elas enfrentam desafios – dentre eles, uma certa dificuldade em tomar decisões rápidas quando se trata de tecnologia (18%) e em fazer a efetiva implementação, com a escala necessária, dos projetos pilotos (18%).

Elas apontam, ainda, a necessidade de melhorar a resiliência digital, sendo que 24% optam pelo estabelecimento de uma cultura digital e de *cyber security*, capitaneadas pelas lideranças sêniores.

Em relação aos riscos de sofrer um ataque cibernético, menos da metade (37%) das respondentes considera que suas organizações estejam bem ou muito bem-preparadas para lidar com esse desafio.

Inovação, tecnologia, propósito...

Sem inovação, uma empresa não sobrevive mais. Esta convicção é compartilhada por 84% das executivas; **75% delas apostam, sobretudo, no uso de Inteligência Artificial e machine learning**. Ademais, 52% pretendem priorizar o uso de nuvens e 34% querem investir nas oportunidades possibilitadas pelo 5G.

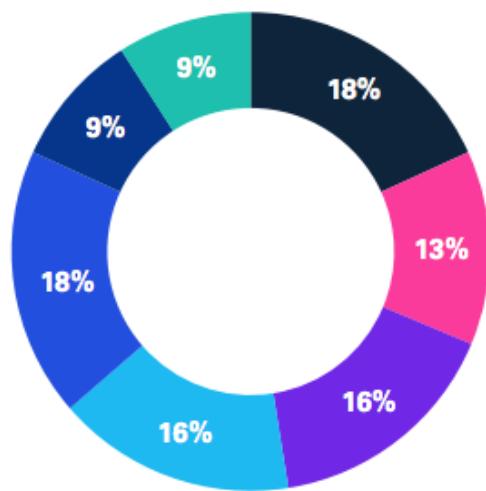
Quanto aos investimentos para alcançar suas metas de crescimento e transformação, as executivas destacaram o desenvolvimento das capacidades e habilidades da força de trabalho (68%).

Mas, não basta ser inovador e investir em tecnologia se o negócio não for movido por um propósito, acreditam as executivas brasileiras: 80% asseguram que as empresas em que atuam têm um propósito claramente definido e 83% confiam que esse propósito corporativo tem sido fundamental para os *stakeholders*.

Para 20% das entrevistadas, o relacionamento com o cliente é a área da empresa mais impactada pelo propósito corporativo, enquanto 15% consideram que o propósito impulsiona o desempenho financeiro.

Coerentes com essa valorização do propósito – ou seja, não basta “fazer”, mas é preciso fazer “do

Quais são os dois principais desafios encarados pela sua empresa no que se refere à aceleração da transição digital?



- Desafio em transpor os testes e projetos pilotos, com a escala necessária, à efetiva implementação
- Falta de capital para acelerar o progresso
- Falta de habilidades e capacidade na organização de TI
- Nós não temos as pessoas certas em posições-chave
- Dificuldade para tomar decisões rápidas quando o assunto em questão é de tecnologia
- Falta de visão sobre futuros cenários operacionais
- Não há uma visão coerente acerca das principais tendências tecnológicas, sobre as quais seria necessário agir

Questão de múltipla escolha, com porcentagens baseadas no número de respostas obtidas



jeito certo" –, muitas dessas profissionais estão conscientes de que os pilares ESG serão cada vez mais relevantes. Quase metade delas (45%) pretende enfatizar a letra S (social).

Vale ressaltar que 98% concordam/concordam fortemente com a afirmação de que "os CEOs serão cada vez mais pessoalmente responsáveis por impulsionar o progresso na abordagem de questões sociais."

Os *stakeholders* também estão mais exigentes quando o assunto é transparência, assinalam 48% das executivas brasileiras; e 50% garantem que os investidores são os agentes externos que mais exigem transparência sobre os pilares ESG.

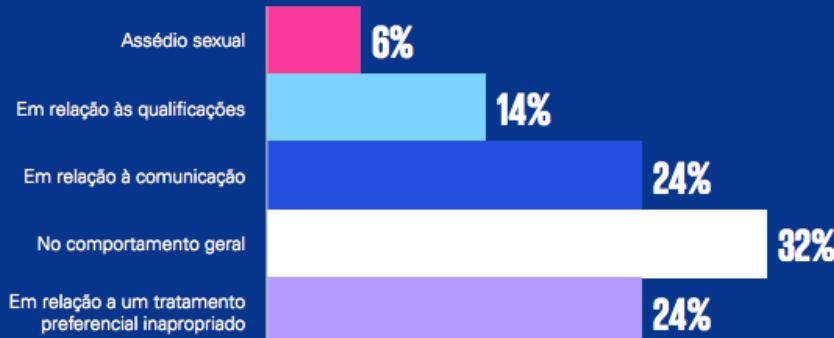
Promoção e remuneração

Quanto às expectativas de promoção, 39% esperam ser promovidas; no entanto, 32% acreditam que só conseguirão obter um maior reconhecimento se mudarem de empresa.

No que diz respeito à equidade de salários entre os diferentes gêneros, 45% dizem que suas organizações são transparentes em relação ao tema, contra 32% que não consideram a empresa transparente.

Sobre inclusão, 96% consideram que as empresas em que atuam ainda têm muito a realizar para que a diversidade de gênero seja efetiva nos cargos gerenciais e nos assentos dos conselhos. Elas apontam que as principais razões para as mulheres ocuparem poucos cargos de comando são a cultura corporativa masculina (33%) e o fato de a sociedade permanecer atrelada a modelos estereotipados (27%).

Em quais situações você encontrou estereotipagem ou viés?



Questão de múltipla escolha, com porcentagens baseadas no número de respostas obtidas

Por falar em estereótipos e desigualdades, 86% das executivas já se depararam com situações de intolerância e estereotipagem.

Conclusões

Madura, com uma formação acadêmica sólida, vasta experiência e atuação em diversos setores e negócios, a executiva brasileira enfrenta preconceitos e estereótipos, mas ocupa espaço crescente em conselhos e alta direção.

Com uma visão acurada e abrangente acerca das oportunidades de crescimento e perspectivas de mercado, ela reconhece os desafios que enfrenta, vislumbra soluções e se prepara tanto para crescer profissionalmente quanto para colocar as empresas

que lidera nos trilhos da transformação digital e das melhores práticas ESG. Afinal, ela sabe que esses temas estarão na mira de reguladores, consumidores e demais *stakeholders* de forma cada vez mais enfática pelos próximos anos.

Embora cautelosa quanto às perspectivas econômicas globais e nacionais, essa executiva confia na resiliência dos seus segmentos de atuação e de suas empresas. Além disso, ela sabe que o mundo pós-pandemia oferece novos caminhos e está disposta a trilhá-los, construindo o futuro que almeja.

<https://home.kpmg/br/pt/home/insights/2023/01/lideranca-feminina-esta-atenta-esg-retencao-talentos.html>

