

**Inspere Instituto de Ensino e Pesquisa**

**Faculdade de Economia e Administração**

**Daniela Barbara Santoro**

**MULHERES E O MERCADO FINANCEIRO: O MOTIVO POR TRÁS DA  
DESpropORCIONALIDADE DE GÊNERO NO AMBIENTE**

**São Paulo**

**2019**

Daniela Barbara Santoro

**Mulheres e o mercado financeiro: o motivo por trás da  
desproporcionalidade de gênero no ambiente**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Bacharel do Insper Instituto de Ensino e Pesquisa.

Orientadora: Prof. Luciana Yeung Luk Tai

**São Paulo**

**2019**

Santoro, Daniela Barbara

Mulheres e o mercado financeiro: o motivo por trás da desproporcionalidade de gênero no ambiente / Daniela Barbara Santoro – São Paulo, 2019.

23 f.

Monografia – Insper, 2019.

Orientadora: Prof. Luciana Yeung Luk Tai

1. Disparidade de gênero
2. Mercado Financeiro
3. Processo de Análise Hierárquica

Daniela Barbara Santoro

**Mulheres e o mercado financeiro: o motivo por trás da  
desproporcionalidade de gênero no ambiente**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Bacharel do Insper Instituto de Ensino e Pesquisa.

**Data de aprovação:** \_/\_/\_

**Banca Examinadora**

---

Prof. Luciana Yeung Luk Tai  
Orientadora

---

Prof. Ricardo Humberto Rocha  
Examinador(a)

## Resumo

Santoro, Daniela Barbara. Mulheres e o mercado financeiro: o motive por trás da desproporcionalidade de gênero no ambiente. São Paulo, 2019. 23p. Monografia – Faculdade de Economia e Administração. Insper Instituto de Ensino e Pesquisa.

Com o fortalecimento do feminismo nos dias atuais, a participação das mulheres no mercado de trabalho tornou-se uma importante pauta de discussão social e econômica. Este estudo tem como objetivo analisar o motivo por trás da desproporcionalidade de gênero em um nicho específico do mercado, o financeiro. Para tanto, um questionário foi aplicado em meninas que cursam administração, economia ou engenharia, possibilitando o entendimento do processo de tomada de decisão deste grupo na hora da escolha um emprego por meio do Processo de Análise Hierárquica (AHP). Foram considerados como critérios para esta análise a flexibilidade, bem-estar, reputação, salário e dinamismo que o futuro trabalho teria a oferecer, sendo estas as variáveis do estudo, as quais foram ponderadas por nível de importância em relação as demais variáveis para cada indivíduo da amostra, descobrindo assim sua escala de prioridade. Por fim, partindo deste resultado, foi feita a média destas prioridades para descobrir a escala do coletivo, assim confirmando que o mercado financeiro ainda não é um ambiente no qual as mulheres teriam interesse de adentrar. Para uma mudança começar a ser vista, dentre outros, seria necessário, i) uma maior participação feminina em cargos de liderança, ii) a presença de uma psicóloga para os membros do mercado e iii) uma mudança na estratégia de divulgação das campanhas de incentivo ao público feminino.

**Palavras-chave:** Disparidade de gênero. Mercado financeiro. Processo de análise hierárquica.

## **Abstract**

Santoro, Daniela Barbara. Women and the financial markets: the reason behind the area gender desproporcionality. São Paulo, 2019. 23p. Monograph – Faculdade de Economia e Administração. Insper Instituto de Ensino e Pesquisa.

As the feminism is strengthening nowadays, women's participation in the labor force has become an important agenda on social and economic discussions. This study aims to analyze the reason behind gender disproportionality in a specific market niche, the financial one. To do so, a questionnaire was applied to girls who attend business, economics or engineering, making it possible to understand this group decision making process when choosing a job through the Analytic Hierarchy Process (AHP). Flexibility, well-being, reputation, salary and dynamism that the future work would have to offer were considered as criteria for this analysis, being some of the thesis variables, which were weighted by level of importance in comparison with the other variables for each individual of the sample, therefore obtaining the priority scale. Finally, based on the individual results, an average was made to discover the collective preference, thus confirming that the financial market is not yet an environment in which women would have an interest to be part of, since it does not provide the most relevant characteristics for this class. For a change start to be seen, among others, it would be necessary i) a higher women participation in leadership positions, ii) a psychologist for the employees and iii) a change on the female public incentive campaigns divulgation strategy.

**Keywords:** Gender disparity. Financial Market. Analytic Hierarchy Process.

## Sumário

1. Introdução .....	P . 8
2. Revisão da Literatura .....	P. 10
3. Metodologia .....	P . 12
4. Resultado .....	P. 17
5. Conclusão .....	P. 20
Referências .....	P. 22

## 1. INTRODUÇÃO

A cada ano que passa, o feminismo é fortalecido mundialmente e as mulheres lutam pela garantia de seus direitos (INGLEHART; NORRIS, 2013). A necessidade de igualdade de gêneros é tanta que se tornou um dos objetivos da Organização das Nações Unidas (ONU) para transformação do mundo.

A disparidade pode ser vista em diversos âmbitos sociais e econômicos, principalmente no mercado de trabalho. O problema é tanto que não apenas há um gap salarial de 23% entre gêneros, como também uma desproporcionalidade na quantidade de mulheres que ingressam na força de trabalho – enquanto 94% dos homens estão inseridos, esse número cai para 63% quando estamos tratando do público feminino (UN WOMEN, 2018).

Esse percentual é ainda menor quando olhamos para o território brasileiro, caindo para apenas 52,8% (PNAD-C, 2016). Esta problemática afeta as mulheres em qualquer rumo profissional que esta queira seguir, principalmente quando se trata do mercado financeiro.

Historicamente, este é um ambiente predominantemente masculino (CETINA; PREDA, 2005). De acordo com relatos de mulheres que vivenciaram a experiência deste mercado, havia barreiras invisíveis ao grupo, a partir de uma exigência comportamental que só ocorre para as mesmas - a feminilidade não era bem vista, os preconceitos eram diversos (CNBC, 2018).

Porém, bancos e fundos de investimento vêm se conscientizando nos últimos anos e estão criando diversos eventos, como o “Girls on the move”, do banco americano JP Morgan, para atração do público feminino para o processo seletivo de suas vagas de estágio. Em medidas ainda mais drásticas, bancos brasileiros como o BTG Pactual, assim como os estrangeiros Morgan Stanley e Goldman Sachs estão criando processos seletivos exclusivos para mulheres ou definindo que, no mínimo, metade dos seus novos entrantes deverão ser do gênero. De acordo com o departamento de recursos humanos destas instituições, apesar da preocupação, a proporção de mulheres inscritas no processo seletivo continua menor em comparação com o público masculino.

Considerando a situação atual em que o mercado vêm buscando, de forma mal sucedida, a diminuição da desproporcionalidade de gêneros, torna-se necessária uma análise acerca da mentalidade feminina, e seu processo de tomada de decisão, sendo este o objetivo deste estudo – entender quais as prioridades para as mulheres quando estão escolhendo seu futuro emprego, para que desta forma fique claro em que ponto estes ambientes estão falhando. Devido à importância da igualdade, da escassa literatura acerca do tema e da grande demanda atual por uma solução, esse estudo não só busca entender o motivo por detrás desta falta de interesse, e consequentemente, da disparidade dos gêneros, como também criar um plano de ação.

Este estudo se baseia no Processo Analítico Hierárquico (AHP) de Thomas Saaty, o qual foi criado com o intuito de auxiliar as pessoas em suas escolhas. Por meio de uma metodologia de comparação de importâncias para obtenção de uma prioridade global, o estudo consegue capturar o efeito de cada critério analisado (salário, reputação, bem-estar, flexibilidade e dinamismo) no processo de tomada de decisão, de forma a justificar o motivo pelo qual as mulheres decidem por não seguir para o mercado financeiro.

A aplicação deste processo analítico foi feita por meio do uso de uma base de dados própria, contendo uma amostra de 43 meninas, graduandas de administração, economia ou engenharia – cursos que representam a principal proxy dos integrantes do mercado financeiro, ou seja, as mulheres que este mercado teria o maior potencial de captação.

O restante do trabalho está organizado em quatro seções. Nas duas primeiras, encontra-se um suporte para o estudo, sendo estas as literaturas utilizadas como base para a pesquisa e a descrição completa sobre a metodologia utilizada na tese, respectivamente.

Nas duas seções seguintes, é exposto que os critérios mais relevantes para as mulheres na hora de definir qual carreira gostariam de seguir é a flexibilidade e bem-estar, em relação as demais variáveis, sendo estes os critérios de menor peso no mercado financeiro, de forma que o diagnóstico da

não inserção do público é definido. Com isso em mente, a adoção de uma psicóloga para consulta interna poderia ser considerada pelos estabelecimentos.

## **2. REVISÃO DA LITERATURA**

O mercado financeiro é masculinizado (COLLINI, 2018). De acordo com a economista Itali Collini, especialista em questões de gênero, até mesmo a linguagem utilizada no ambiente é voltada para homens. Uma pesquisa do canal de notícias CNBC apontou que as experiências vividas nesse espaço de trabalho são diferentes de acordo com o gênero do funcionário, de forma que as mulheres acreditam que são excluídas de momentos de oportunidades sociais fora do ambiente de trabalho, sendo um dos motivos pelos quais o ambiente continua majoritariamente masculino.

Analisando essa questão da disparidade no Brasil, foi observado que a literatura acerca do tema é extremamente escassa, trabalhos acadêmicos ou mesmo pesquisas são raros, sendo este um diferencial deste estudo. Dado esta limitação, foram utilizados estudos em relação a realidade vivida pelas mulheres nos Estados Unidos, país referência na área financeira e predecessor dos movimentos que as filiais brasileiras devem seguir, tornando-se uma base essencial.

Segundo Andrew Jones (1998), este ambiente de trabalho exige uma expressão de masculinidade e busca apenas aqueles que combinam com esta cultura organizacional. Isto explicaria o motivo pelo qual foram necessários 226 anos para que a bolsa de valores de Nova York tivesse sua primeira presidente mulher, ou mesmo o fato de que o número de mulheres nas áreas de front-office é irrisório, porém nos últimos anos, a busca por uma maior participação do público feminino passou a se tornar uma realidade.

Bancos nacionais, como o BTG Pactual, assim como estrangeiros (ex. JP Morgan, Morgan Stanley e Goldman Sachs) estão realizando desde apresentações até mesmo criando cotas para acabar com esta desproporcionalidade, porém o efeito ainda não foi alcançado. De acordo com a área de recursos humanos do banco americano Morgan Stanley, apesar das

iniciativas, o número de mulheres inscritas no processo seletivo para vagas de estágio continua inferior ao número de homens.

Com o objetivo de propor uma iniciativa realmente eficaz para esta problemática, este estudo analisa o processo de decisão do público feminino no momento de definir seu futuro emprego por meio da aplicação do Processo Analítico Hierárquico (AHP) (SAATY, 2008).

Este processo parte da definição do problema e dos critérios que serão utilizados para hierarquizar as preferências dos indivíduos. Estes critérios então são pareados comparando a importância de cada um deles em relação ao outro, de forma que uma escala de prioridades é formada, possibilitando a hierarquização.

A partir deste dado, o estudo consegue captar dentre os critérios estipulados – bem-estar, flexibilidade, reputação, salário e dinamismo -, qual é a prioridade global para o gênero feminino, de forma a transformar o processo de tomada de decisão em algo menos subjetivo, permitindo que não apenas o motivo pelo qual o mercado financeiro não se mostra atrativo para as mulheres atualmente seja descoberto como também um plano de ação seja aplicado.

De acordo com Louise Roth (2006), foram encontradas evidências de que o mercado financeiro está relacionado a cultura de dedicação total ao trabalho – é um ambiente de pouca flexibilidade, o qual exige longas jornadas de trabalho. A esfera pessoal é minimizada para estes trabalhadores, de forma que o bem-estar se torna uma de suas menores exigências. Por outro lado, de acordo com o guia salarial divulgado pela consultoria Robert Half, os funcionários do mercado financeiro são os mais bem pagos. De tal forma, a atratividade do mercado financeiro se dá para aqueles que presam por um maior salário e reputação, em detrimento da flexibilidade, bem-estar e dinamismo.

Apesar de estudos anteriores já apresentarem as preferências do público feminino, a disparidade dos resultados demonstra como o passar dos anos realoca as preferências dos indivíduos. Enquanto Jungersen (1978) encontrou que as mulheres prezam mais que os homens por segurança e clima agradável

com os colegas de trabalho, Lacy, Bokemeier e Shepard (1983) obteve a segurança como um dos fatores menos relevantes para este público, ou seja, um diferencial deste trabalho é a capacidade de entender a atual preferência das mulheres e, conseqüentemente, a atual desproporcionalidade de gêneros no mercado financeiro brasileiro por meio da aplicação do AHP.

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1 Amostra e dados

Com o intuito de responder o questionamento deste estudo, um questionário de 19 questões foi realizado para construção da base de dados, das quais 10 delas são para a aplicação do AHP, sendo estas uma comparação de importância entre 5 critérios considerados na hora da escolha de um emprego – flexibilidade, bem-estar, reputação, salário e dinamismo.

**Tabela 1 – Perguntas para aplicação do teste AHP**

Perguntas para aplicação do teste AHP
Escolha de 1 a 5 para as seguintes questões sobre quais são os principais fatores para sua escolha profissional, sendo: 1) Mesma importância, 2) Menos importante, 3) Muito menos importante, 4) Mais importante, 5) Muito mais importante.
1. Para você qual a importância da flexibilidade em relação ao bem-estar?
2. Para você qual a importância da flexibilidade em relação a reputação?
3. Para você qual a importância da flexibilidade em relação ao salário?
4. Para você qual a importância da flexibilidade em relação ao dinamismo?
5. Para você qual a importância do bem-estar em relação a reputação?
6. Para você qual a importância do bem-estar em relação ao salário?
7. Para você qual a importância do bem-estar em relação ao dinamismo?
8. Para você qual a importância da reputação em relação ao salário?
9. Para você qual a importância da reputação em relação ao dinamismo?
10. Para você qual a importância do salário em relação ao dinamismo?

Fonte: Autor

Apesar destas serem as perguntas mais importantes para a análise deste estudo, as demais questões eram essenciais para uma maior definição da base de dados e como um espaço para exposição de opiniões e sugestões, as quais tem a capacidade de fortalecer suposições e dar mais clareza ao plano de ação.

As questões focadas em definir a base permitiram restringir a amostra para apenas meninas que atualmente cursam administração, economia ou engenharia, de forma que a pesquisa fosse focada em graduandas com maior

tendência a ter interesse, mesmo que apenas técnico, pelo mercado financeiro. As demais questões realizadas podem ser encontradas abaixo:

**Tabela 2 – Perguntas do questionário**

Perguntas do questionário
1. Você já sabe em que área gostaria de trabalhar?
2. Se sim, em qual área?
3. Você já teve interesse em trabalhar no mercado financeiro?
4. O que te motiva? Ou o que te afasta?
5. Você já ouviu falar e/ou participou de alguma iniciativa de bancos para atrair o público feminino?
6. Em relação ao ambiente de trabalho, quão relevante para você seria o fato do local apresentar mulheres em posição de poder?
7. Você tem alguma sugestão ao mercado financeiro, para que este se torne um ambiente mais atrativo para você?

Fonte: Autor

Foi obtida uma amostra de 45 mulheres, ao longo das 3 semanas em que o questionário ficou disponível, de diversos semestres e faculdades do estado de São Paulo, desde alunas de faculdades privadas, como o Insper e a FGV, a alunas de faculdades públicas, como a USP e UFSCAR.

### 3.2 Variáveis

O teste proposto para este estudo tem como variáveis de interesse os critérios de análise, ou seja, flexibilidade, bem-estar, reputação, salário e dinamismo.

Como definido no questionário, *flexibilidade* trata sobre a possibilidade de o indivíduo ter horários e locais de trabalho flexíveis, enquanto *dinamismo* é relacionado a possibilidade de ter um dia a dia variável, com recorrentes atividades inéditas. *Reputação*, por sua vez, é o orgulho do seu emprego assim como renome da instituição, já o *salário* é justamente a remuneração pelas horas trabalhadas. E por fim temos a variável *bem-estar*, que representa o clima do local, a possibilidade de vestimenta a seu critério e ao sentimento de pertencimento e inclusão.

Cada um desses critérios é avaliado em comparação com os demais, de forma que seus valores podem variar de 1 a 5, como observado no quadro abaixo:

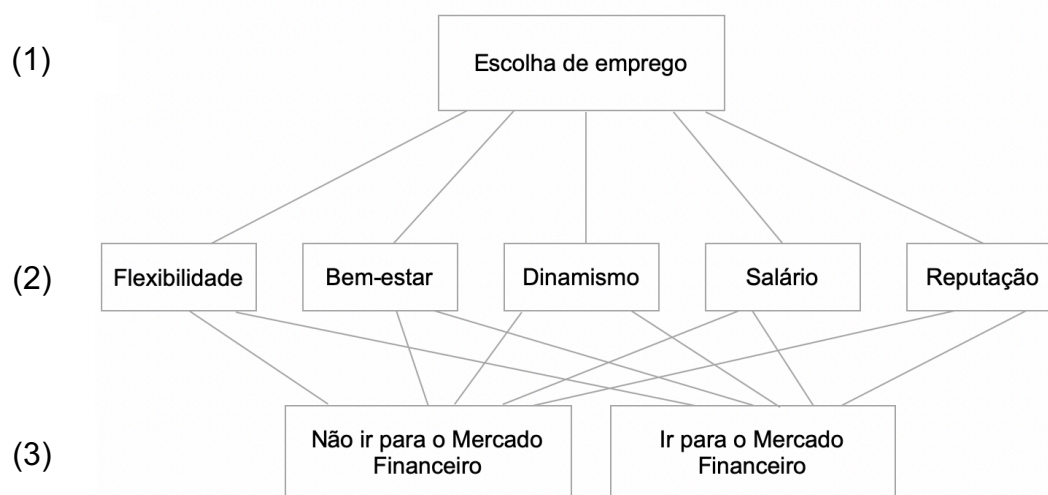
**Tabela 3** – Respostas do questionário

Valor	Significado
1	Mesma importância
2	Menos importante
3	Muito menos importante
4	Mais importante
5	Muito mais importante

Fonte: Autor

### 3.3 Processo Analítico Hierárquico (AHP)

A primeira etapa do Processo Analítico Hierárquico (SAATY, 2008) é a decisão do problema (1), critérios de análise (2) e possíveis decisões (3), de forma que se torne possível a estruturação de uma hierarquia de escolha global.

**Figura 1** – Estrutura da decisão hierárquica

Fonte: Autor

A partir da obtenção desta estrutura, foi construída a matriz de preferência para cada critério. Para tal, ambas as possíveis decisões finais são comparadas com cada um dos critérios, criando-se matrizes de decisão quadrada (vide Tabelas 4-8). A definição do peso das importâncias de cada critério para a

escolha pela entrada no mercado financeiro (MF) foi baseada nos estudos de Louise Roth (2006) e da consultoria Robert Half, os quais demonstraram que o salário e a reputação são prioritários em relação ao bem-estar, flexibilidade e dinamismo.

**Tabela 4 – Flexibilidade**

Critério 1	MF	Não MF
MF	1	1/4
Não MF	4	1

**Tabela 5 – Bem-estar**

Critério 2	MF	Não MF
MF	1	1/5
Não MF	5	1

**Tabela 6 – Dinamismo**

Critério 3	MF	Não MF
MF	1	1
Não MF	1	1

**Tabela 7 – Salário**

Critério 4	MF	Não MF
MF	1	5
Não MF	1/5	1

**Tabela 8 – Reputação**

Critério 5	MF	Não MF
MF	1	4
Não MF	1/4	1

Fonte: Autor

Cada uma destas tabelas foi normalizada e a média aritmética de cada linha foi tirada, assim obtendo a seguinte matriz de prioridades, nas quais as linhas representam as possíveis escolhas e as colunas os pesos de cada critério:

**Tabela 9 – Matriz de prioridades**

	Critério 1	Critério 2	Critério 3	Critério 4	Critério 5
MF	0,200	0,167	0,500	0,833	0,800
Não MF	0,800	0,833	0,500	0,167	0,200

Fonte: Autor

Com esta matriz finalizada e os pesos de cada critério em relação as escolhas já definidas o processo segue para sua próxima etapa. Nesta, o raciocínio por detrás é o mesmo, porém agora os critérios passam a ser comparados com os próprios critérios, ou seja, a partir das respostas obtidas no questionário, uma matriz de preferências foi feita para cada um dos indivíduos, normalizada e com a média aritmética de suas linhas tirada, de forma a alcançar a escala de prioridade individual (tabela 10). Baseado nos resultados de cada individuo da amostra, uma média é tirada das médias individuais, assim alcançando a escala de prioridade coletiva (tabela 11).

**Tabela 10** – Exemplo de matriz individual de prioridade.

	Critério 1	Critério 2	Critério 3	Critério 4	Critério 5	Média
Critério 1	0,370	0,671	0,286	0,328	0,146	0,360
Critério 2	0,074	0,134	0,071	0,410	0,585	0,255
Critério 3	0,093	0,134	0,071	0,016	0,049	0,073
Critério 4	0,093	0,027	0,357	0,082	0,073	0,126
Critério 5	0,370	0,034	0,214	0,164	0,146	0,186

Fonte: Autor

**Tabela 11** – Matriz de prioridades global

	Critério 1	Critério 2	Critério 3	Critério 4	Critério 5	Média
Critério 1	0,222	0,444	0,091	0,190	0,133	0,216
Critério 2	0,111	0,222	0,364	0,190	0,533	0,284
Critério 3	0,222	0,056	0,091	0,048	0,133	0,110
Critério 4	0,222	0,222	0,364	0,190	0,067	0,213
Critério 5	0,222	0,056	0,091	0,381	0,133	0,177

Fonte: Autor

O vetor *média* da tabela 8 é então multiplicado pela matriz de prioridade (tabela 9), assim obtendo o resultado final, sendo este o caminho pelo qual as mulheres preferem seguir, definido pelo peso que cada critério tem para este grupo. Aqui é importante ressaltar que o dado de maior relevância para este

estudo não é a decisão final, mas sim que critérios levaram a esta escolha, pois este representa o diagnóstico da problemática enfrentada atualmente.

## 4. Resultados

### 4.1 Análise descritiva

A amostra de 45 indivíduos, das mais diversas faculdades de São Paulo, é totalmente composta por mulheres. A mesma está dividida em alunas de três cursos – administração, economia e engenharia. As futuras administradoras representam 53.3% da amostra, enquanto as engenheiras 26.7% e as economistas 20%.

Apesar de toda a amostra ser composta por graduandas, há indivíduos cursando todos os possíveis semestres. Tanto a média quanto a mediana nos mostram que a maioria das estudantes já vivenciaram mais da metade do seu respectivo curso (vide tabela 12), de forma que já estão em semestre de procura de estágio ou até mesmo já estagiando.

**Tabela 12 – Análise descritiva**

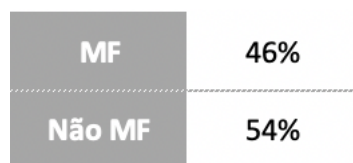
Análise descritiva	Média	Mediana	Desvio Padrão
Semestre	6	6	2

Fonte: Autor

### 4.2 Resultados obtidos

#### 4.2.1 Resultado do Teste AHP

O resultado do Teste AHP está demonstrado na tabela 9. Nesta, pode-se observar que nos moldes atuais, as mulheres têm uma forte tendência a não escolher seguir para o mercado financeiro.

**Tabela 13 – Decisão final das mulheres**

Fonte: Autor

Este resultado confirma a problemática atual – independente das iniciativas que os bancos vêm propondo, as mulheres não querem ir para o mercado financeiro.

Aqui, vale retomar a tabela 11, a qual mostra o real diagnóstico pelo qual esta é a decisão final do público feminino. Nesta pode ser observado que os dois principais critérios para as mulheres na hora de sua escolha são a *flexibilidade* e *bem-estar*, sendo estes os dois critérios menos relevantes na realidade do mercado financeiro (tabela 9), assim como afirmado na revisão da literatura, a qual demonstra a cultura *workaholic* como principal prioridade (ROTH, 2007).

Estes critérios são tão relevantes para o público que apenas 5 pessoas afirmam considerar o *salário* mais importante que o *bem-estar*, e este número cai para apenas 3 quando comparado com a *reputação*.

Apesar do tamanho da amostra se provar uma limitação do estudo, estes resultados conseguem expor uma forte tendência acerca da mentalidade feminina, a qual já é suficiente para que um plano de ação seja desenvolvido.

#### 4.2.2 Demais resultados

Respostas alinhadas tanto com a revisão da literatura quanto com o teste realizado foram obtidas nas demais questões do questionário. Ao terem a oportunidade de expor o motivo que as afasta do mercado financeiro as principais respostas foram relacionadas justamente a baixa flexibilidade do mercado, assim como a perda na qualidade de vida. Palavras como “hostil” e “machista” ainda foram muito utilizadas para descrever a percepção em relação ao ramo.

**Tabela 14 – Motivos para não querer o mercado financeiro**

O que te afasta?
Hostilidade no ambiente de trabalho em muitas instituições e pouca representatividade
O que me afasta é a falta de bem estar e o machismo dessas corporações
Tenho uma visão do mercado financeiro como uma área com menor flexibilidade e rotina mais maçante
Tamanho da jornada de trabalho, perda na qualidade de vida
Possível dano na minha saúde me afasta
Me afasta o tempo de trabalho, pra mim a família é mais importante do que o salário
O que afasta é a falta de flexibilidade, cultura decadente, antiquada e misógina
Me afasto por receio de ser um mercado muito engessado, pouco aberto a mudanças e conhecido como um mercado em que o bem-estar não é prioridade
O que me afasta: principalmente qualidade de vida, pressão e machismo
Ambiente machista, homofóbico e racista

Fonte: Autor

Isto se deve principalmente a falta de representatividade neste mercado. De acordo com a pesquisa, aproximadamente 76% das mulheres consideram extremamente relevante o fato do seu futuro local de trabalho apresentar mulheres em posição de poder. Este detalhe é tão importante, que ao terem a oportunidade de sugerirem ao mercado financeiro atitudes que tornariam o ambiente mais atrativo (tabela 15) pediram por mulheres em situação de poder, assim como também pedem por políticas de igualdade de gênero e iniciativas para atração do público.

**Tabela 15 – Sugestões ao mercado financeiro**

Você tem alguma sugestão ao mercado financeiro, para que este se torne um ambiente mais atrativo para você?
1. Mulheres em situação de poder; 2. Ouvir discussões sobre igualdade de gênero; 3. Ver inovações e ver esse mercado como dinâmico
Mais movimentos de inclusão e dar mais abertura para mulheres chegarem a cargos altos
Programas de Segurança e apoio emocional para mulheres que se sentem assediadas ou com menos voz no seu ambiente de trabalho
Mudanças não só na forma de recrutamento e seleção, mas políticas internas e canal de denúncia de assédio consolidado e difundido
Que as pessoas não julguem as mulheres como menos capaz simplesmente pelo fato de serem mulheres
Iniciativas específicas para atrair mulheres
Não é só fazer eventos que chamem mulheres, mas é ter tutoras, líderes mulheres e programas internos que mostrem que isso não é algo somente na seleção

Fonte: Autor

Este pedido por iniciativas é interessante, dado que a grande maioria dos bancos já realizam estas propostas atualmente, provando um resultado essencial desse estudo: mais de 60% dos indivíduos da amostra nunca ouviram falar de alguma iniciativa dos bancos para atração do público feminino.

Vale ressaltar que mais de 60% das mulheres afirmaram que pelo menos em algum momento já tiveram interesse pelo mercado financeiro, ou seja, há

potencial para que estas escolham este ramo, mas para isso mudanças precisam ser realizadas.

## 5. Conclusão

A Organização das Nações Unidas (ONU) definiu a igualdade de gêneros como um de seus objetivos de transformação mundial. Dentre os diversos âmbitos sociais e econômicos que necessitam mudanças, temos o mercado de trabalho, no qual a inserção feminina ainda é falha. Esta problemática é ainda maior quando relacionado ao mercado financeiro – ambiente que historicamente é predominantemente masculino.

Apesar da vasta literatura disponível acerca do ambiente financeiro no mercado americano, ainda há uma escassez de estudos nessa área para o mercado brasileiro. Este estudo surgiu com o intuito de contribuir para a literatura acerca da não inserção das mulheres no mercado financeiro, sob a ótica feminina.

Como metodologia da tese, foi aplicado o Processo Analítico Hierárquico (AHP), sob uma base de dados própria, formada por alunas de economia, administração e engenharia ao redor do estado de São Paulo, de forma a determinar quais são as prioridades das mulheres na hora da sua tomada de decisão em relação ao futuro emprego. Além disso, o questionário realizado permitiu uma maior observação da opinião feminina acerca das barreiras deste mercado em específico.

Segundo apresentado nos resultados, as prioridades femininas para a escolha de sua futura carreira são *flexibilidade* e *bem-estar*, características que em conformidade com a revisão da literatura, ainda não são o foco deste mercado, motivo pelo qual estas optam por não adentrar esta área.

Observa-se também que há uma possibilidade de alavancagem neste grupo, pois 60% da amostra considerou em algum momento este trabalho, porém ainda não se sentam parte e/ou seguras (vide Tabela 15). Como primeiro passo para atrair este público seria indispensável a contratação de uma psicóloga interna para os membros da instituição.

Tratando das demais questões do questionário, não relacionadas ao teste AHP, pode-se perceber dois aspectos em que os ambientes financeiros precisam focar para alcançarem a mudança que almejam: i) é necessário a presença de mulheres em posição de poder; ii) uma melhor estratégia de divulgação das iniciativas propostas, assim como seus formatos.

Ademais, vale ressaltar que este estudo apresenta limitações. Dado que o questionário obteve apenas 45 respostas, esta amostra pode não ser suficiente para representar a opinião de todo o público feminino, de forma que para um próximo estudo um aumento desta base de dados seria de suma importância. Outra possível sugestão seria explorar a aplicabilidade das sugestões aqui propostas e seu nível de impacto de forma mais quantitativa.

## Referências

- BOORSTIN, Julia. *Survey: It's Still Tough to Be a Woman on Wall Street – but Men Don't Always Notice*. CNBC, 2018. Disponível em: <[www.cnbc.com/2018/06/25/surveyon-wall-street-workplace-biases-persist---but-men-dont-see-t.html](http://www.cnbc.com/2018/06/25/surveyon-wall-street-workplace-biases-persist---but-men-dont-see-t.html)>. Acesso em: 12 abr, 2019.
- CETINA, K. K.; PREDA, A. (2005). *The Sociology of Financial Markets*. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- COLLINI, I (2018). “O mercado financeiro é masculinizado”. Verios, 2018. Disponível em: <<http://www.verios.com.br>> Acesso em: 15 sep, 2019.
- IBGE (2016). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD-C) 2016*. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso em: 2019.
- HALF, R. (2019). *Guia Salarial 2019*. Disponível em: <<https://www.roberthalf.com.br/guia-salarial>> Acesso em: 12 abri, 2019.
- INGLEHART, R.; NORRIS, P. (2003). *Rising Tide: Gender Equality and Cultural Change around the World*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
- JONES, A. (1998). *(Re)producing Gender Cultures: Theorizing Gender in Investment Banking Recruitment*. *Geoforum*, 29(4), pp. 451-474.
- JURGENSEN, C. E. (1978). *Job preferences (What makes a job good or bad?)*. *Journal of Applied Psychology*, 63(3), pp. 267-276.
- LACY, W. B.; BOKEMEIER, J. L.; SHEPARD, J. M. (1983). *Job attribute preferences and work commitment of men and women in the United States*. *Personnel Psychology*, 36(2), pp. 315-329.
- ROTH, L. M. (2007). *Women on Wall Street – Despite Diversity Measures, Wall Street Remains Vulnerable to Sex Discrimination Charges*. *Academy of Management Perspectives*.

ROTH, L. M. (2006). *Selling Women Short: Gender and Money on Wall Street*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2006.

SAATY, T. L. (2008). *Decision making with the analytic hierarchy process*. Int. J. Services Sciences, vol. 1, No 1, pp. 83-98.

SAATY, T. L. (1990). *How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process*. European Journal of Operational Research, 48, issue 1, pp. 9-26.

UN WOMEN HEADQUARTERS (2018). *Turning promises into action: gender equality in the 2030 agenda for sustainable development*. 2018. Disponível em: <<http://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2018/2/gender-equality-in-the-2030-agenda-for-sustainable-development-2018#view>> Acesso em: 12 abr, 2019.