



Desigualdade de gênero nos investimentos, finanças e startups

Itali Collini (*)

Para falar de igualdade de gênero no ecossistema de startups nós precisamos endereçar a questão dos vieses inconscientes

Isso porque sabemos que, em sociedade, o ser humano reproduz comportamentos, crenças e julgamentos que têm origem na maneira como foram socializados. Isso significa que boa parte das vezes nós agimos automaticamente imitando nosso grupo social.

Quando somos questionados argumentamos com crenças do nosso grupo e quando precisamos defender alguém defendemos primeiro gente do nosso grupo. A desconfiança, o senso de pertencimento e a expectativa pelo erro se concentram nas pessoas do outro grupo, vistas como intrusas, outsiders.

Quando a PHD Dana Kanze analisou transcrições de sessões de Q&A (perguntas e respostas) entre centenas de investidores de venture capital e empreendedores através de um software de linguística, ela descobriu que venture capitalists faziam perguntas diferentes para empreendedores homens e mulheres. Na amostra de Kanze, os investidores adotaram o que é chamado de orientação de promoção ao questionar os fundadores do sexo masculino, o que significa que eles se concentraram em

esperanças, realizações, avanços e ideais.

Por outro lado, ao questionar as fundadoras, eles adotaram uma orientação preventiva, que diz respeito à segurança, responsabilidade, segurança e vigilância. 67% das perguntas feitas aos empresários do sexo masculino eram voltadas para a promoção, enquanto 66% das perguntas feitas às empresárias eram voltadas para a prevenção. Como os empreendedores tendem a responder no mesmo tom em que a pergunta é feita, o impacto dessa disparidade de abordagem é imenso.

Os founders que responderam principalmente a perguntas de prevenção levantaram uma média de US\$ 2,3 milhões em investimento para suas startups até 2017 – cerca de 7x menos do que os US\$ 16,8 milhões arrecadados em média por aqueles que responderam principalmente a perguntas de promoção. Interessante notar que isso também acontece, embora em menor grau, quando as investidoras são mulheres.

O que nos traz de volta aos vieses. Se enquanto investidores não admitirmos que temos um 'defeito de fábrica' no que diz respeito a selecionar fundadoras para investir, como vamos fazer parte da solução?

(*) - É economista, Investidora Anjo e diretora da Potencia Ventures.

O Pix molda o comportamento de pagamento e parcelamento no e-commerce

Nos últimos anos, observa-se uma significativa mudança nos hábitos de pagamento dos consumidores brasileiros

Jean-François Laloux (*)

Um fator determinante nessa transformação é, sem dúvida, o Pix, que tem ganhado cada vez mais relevância mês após mês, estabelecendo-se como o meio de pagamento preferido em 33,8% das transações no e-commerce, com um movimento financeiro que ultrapassou os R\$ 32 bilhões ao longo de 2023.

De acordo com um estudo conduzido pela Neotrust, empresa do ecossistema da Confi, especializada em inteligência de dados, em parceria com mais de 5 mil varejistas, no primeiro trimestre de 2024, 67,9% das transações foram realizadas à vista nos e-commerces.

Esse número representa um aumento de 2,4 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2023, quando o percentual era de 65,5%. "No nosso ranking dos 50 principais e-commerces, 100% oferecem o Pix como meio de pagamento, e 46% oferecem descontos especiais para os clientes que optam por essa



AmeyPopov_CANVA

modalidade", afirma Jean Laloux, consultor de dados da Neotrust.

Contudo, é importante compreender a disparidade nos meios de pagamento no e-commerce. Tanto o tipo de produto adquirido quanto o seu valor exercem influência na escolha do método de pagamento e, consequentemente, no número de parcelas.

Observa-se que 91,8% das transações com valores abaixo de R\$ 100 são realizadas à vista. Já para pedidos com valores acima de R\$ 500, apenas 50,1% são pagos à vista, sendo que somente 45% dos pedidos com va-

lores superiores a R\$ 1.000 são liquidados dessa forma.

Analisando o parcelamento, é perceptível que produtos na faixa de R\$ 500 a R\$ 1.000 são parcelados em mais de 4 vezes em 33,7% das transações, enquanto produtos na faixa de R\$ 1.000 a R\$ 2.000 são parcelados em mais de 4 vezes em 49,3% das transações. Já para pedidos acima de R\$ 2.000, o parcelamento em 7 vezes ou mais ocorre em 46,4% das transações.

Outra pesquisa conduzida pela Neotrust, que analisa a relação entre o parcelamento e a categoria de produtos, revela que os pedidos de

alimentos são parcelados em 12,1% dos casos, enquanto os relacionados à saúde apresentam um índice de 17,4%. Por outro lado, mais de 55,1% dos eletrodomésticos são adquiridos mediante parcelamento, sendo que dois terços desses parcelamentos são efetuados em mais de 7 vezes.

É interessante notar que o pagamento por cartão de crédito está diminuindo em geral, com uma preferência crescente pelo Pix. No entanto, uma análise mais detalhada revela que o Pix está substituindo rapidamente o pagamento à vista por cartão de crédito, enquanto as compras parceladas ainda são predominantemente realizadas por meio do cartão de crédito.

Portanto, observamos uma situação em que o consumidor utiliza o Pix quando costumava usar o cartão de crédito à vista, e opta pelo parcelamento no cartão de crédito quando o valor excede um determinado limite.

(*) - É especialista de dados da Neotrust (<https://confi.com.vc/neotrust>).

500 mil vagas temporárias devem ser criadas no 2º trimestre

O Trabalho Temporário – previsto na Lei Federal 6.019/74 e no Decreto nº 10.854/2021 – é uma espécie de termômetro da atividade econômica no país. Isso significa que o volume de contratações temporárias pode oscilar de acordo com as variáveis do mercado. Para o 2º trimestre de 2024, a Asserttem prevê a abertura de cerca de 500 mil vagas temporárias.

"Observamos uma certa preocupação com a economia por parte dos empresários. Por isso, a projeção é cautelosa para os meses de abril, maio e junho deste ano", afirma o presidente da associação, Alexandre Leite Lopes, ao explicar que historicamente o Trabalho Temporário tem a tendência de antecipar o que vai acontecer no mercado de trabalho, bem como na economia de forma geral.

"Isso porque as empresas se apoiam no regime jurídico de contratação para atender às demandas extraordinárias de acordo com o que planejam entregar para os meses seguintes", frisa. Segundo a Asserttem, neste 2º trimestre as contratações temporárias devem ser puxadas pelo setor da Indústria (45%), seguido pelo de Serviços (35%), Comércio (15%) e outros (5%).

"Devido às datas sazonais como Dia das Mães e Dia dos Namorados, as áreas produtivas que devem garantir um maior volume de vagas são: a indústria têxtil; de linha branca; eletroeletrônica; bem como a de logística, puxado principalmente pelo comércio online, para a distribuição das compras dessas datas sazonais", reforça Lopes.

E se a projeção para o 2º trimestre é cautelosa, a As-



serttem celebra os bons números alcançados nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2024. Dados apontam que foram geradas aproximadamente 780 mil vagas temporárias. Um aumento de 6% em relação ao mesmo período de 2023.

"Houve um deslocamento produtivo para o 1º trimestre do ano. Ou seja, a cautela do empresário o fez antecipar sua produção e, consequentemente, as contratações temporárias. O que resultou nesse incremento de 6%", explica o presidente da Asserttem.

Assim, a associação espera uma estabilidade no volume de vagas temporárias ofertadas no 1º semestre de 2024, em relação a 2023, quando foram geradas mais de 1,2 milhão de vagas nos seis primeiros meses do ano. - Fonte e mais informações: (<https://asserttem.org.br>).

Empresas
& Negócios

www.netjen.com.br

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3043-4171

Educação Inclusiva amplia competitividade das empresas

A educação inclusiva no ambiente corporativo tem se mostrado uma alternativa interessante para a promoção da diversidade nas empresas e para o treinamento de profissionais qualificados. Porém, apesar de ser considerada importante por 84% dos profissionais empregados e por 75% dos recrutadores, apenas 16% das empresas oferecem programas deste tipo para grupos minorizados, segundo a 27ª

edição do Índice de Confiança da Robert Half.

Por outro lado, de acordo com 21% dos recrutadores entrevistados, suas companhias aplicam treinamentos relacionados à agenda de Diversidade e Inclusão, mesmo que não sejam exclusivos para esses grupos. "Grupos minorizados como mulheres, pessoas negras, LGBTQIA+, PCDs e profissionais com mais de 50

anos enfrentam preconceitos estruturais no trabalho.

A promoção da educação inclusiva contribui para a construção de um ambiente mais diverso e acolhedor. Investir na capacitação de grupos minorizados também amplia a competitividade das organizações em um cenário de alta demanda por profissionais especializados", destaca Fernando Mantovani, diretor-

geral da Robert Half América do Sul. A pesquisa ainda indica que pouco mais do que um terço das empresas (35%) está considerando a aplicação de treinamentos inclusivos em um futuro próximo. Chama a atenção, contudo, que 28% das organizações não apostem nesta estratégia. É válido reforçar que a preparação de profissionais para o mercado atenua a escassez de mão de obra qualificada, problema latente no mercado de trabalho atualmente.

"A educação inclusiva não é apenas uma questão de justiça social como também uma estratégia inteligente para potencializar o talento humano e impulsionar o crescimento sustentável das companhias no mercado atual. A diversidade é um ativo valioso que, quando valorizado e nutrido, contribui significativamente para o sucesso e a inovação organizacional", completa Mantovani. - Fonte: (<https://www.roberthalf.com>).