

O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher



INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

Patrocinadores

BankBoston

Na carta de valores do BankBoston lê-se que "respeitamos e valorizamos as diferenças entre nós e ajudamos todos a desenvolver seu pleno potencial". Promover a igualdade de oportunidades vai além da busca de boas estatísticas. São as mudanças duradouras nas práticas institucionais, na organização do trabalho e no desenvolvimento pessoal que permitem às mulheres conciliar vida familiar e funcional e alcançar as mais altas posições, contribuindo para sua valorização na sociedade como um todo. Por acreditar nisso, o BankBoston patrocina esta publicação.

O Boticário

Para O Boticário, a responsabilidade social se traduz na condução dos negócios da organização com base no compromisso contínuo com a qualidade de vida atual e das gerações futuras, por meio de um comportamento ético, que contribua para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, conseguindo incorporar os interesses das diferentes partes, integrando-as nas suas estratégias e na implementação das atividades. Por isso, é muito importante patrocinarmos iniciativas que ajudem a promover a diversidade em todas as suas dimensões, como este projeto.

Multibrás

No Ano Nacional da Mulher, a Multibrás decide patrocinar esta publicação porque acredita que muitas organizações podem reconhecer nela práticas possíveis de ser aplicadas em seus projetos sociais, direcionando ações em prol da mulher e de sua valorização. A Multibrás acredita na mulher brasileira.

O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher



INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

São Paulo, setembro de 2004

O **Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher** é uma publicação do Instituto Ethos, distribuída gratuitamente a seus associados.

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Rua Francisco Leitão, 469, 14º. andar, conj. 1407 — Pinheiros — 05414-020 — São Paulo, SP
Tel.: (11) 3897-2400
Site: www.ethos.org.br

Coordenação Editorial

UniEthos — Educação para a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável

Patrocínio Institucional

Banco Safra

Patrocínio

BankBoston, O Boticário e Multibrás

Apoio Institucional

Inter-American Foundation (IAF) e Organização Intereclesiástica para a Cooperação ao Desenvolvimento (ICCO)

Colaboradores do Instituto Ethos

Karina Bidermann Forlenza (captação de patrocínio), Leno F. Silva, Oded Grajew, Paulo Itacarambi (direção editorial) e Zuleica Goulart

Colaboradores do UniEthos

Benjamin S. Gonçalves (coordenação e edição), Carmen Weingrill e Ricardo Young

Colaboradores Convidados

Ana Maria Krigner (CUT – Central Única dos Trabalhadores), Ângela Fontes e Márcia Leporace (SPM – Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres), Cidinha da Silva (Geledés – Instituto da Mulher Negra), Guacira César de Oliveira (Cfemea – Centro Feminista de Estudos e Assessoria), Jacira Melo (Articulação de Mulheres Brasileiras), Júnia Puglia (Unifem – Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher), Jurema Werneck (Criola – Organização de Mulheres Negras), Maria Aparecida Barbosa e Neusa Barbosa de Lima (Força Sindical), Maria Aparecida Silva Bento (Ceert – Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades), Reinaldo Bulgarelli (Txai – Cidadania e Desenvolvimento Social), Rosa Alegria (Núcleo de Estudos do Futuro, da PUC-SP), Solange Sanches (OIT-Brasil – Organização Internacional do Trabalho) e Valéria Pandjarian (Cladem – Comitê Latino-Americano e do Caribe para a Defesa dos Direitos da Mulher).

Redação

Luci Ayala (Coringa Editorial)

Pesquisa e Reportagem

Luci Ayala e Suzana Soares (Coringa Editorial)

Revisão

Márcia Melo

Projeto e Produção Gráfica

Waldemar Zaidler e William Haruo (Planeta Terra Design)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher. — São Paulo : Instituto Ethos, 2004	
ISBN 85-88046-17-2	
Vários colaboradores.	
1. Discriminação de gênero no trabalho 2. Empresas — Responsabilidade social 3. Mulheres — Emprego 4. Mulheres — Trabalho.	
04-5313	CDD-331.4

Índices para catálogo sistemático:

1. Mulheres : Trabalho : Economia 331.4

Tiragem: 5.000 exemplares
São Paulo, setembro de 2004.

É permitida a reprodução desta publicação, desde que citada a fonte e com autorização prévia do Instituto Ethos.

Esclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos:

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos “selo” com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo serviço “Fale Conosco”, do site www.ethos.org.br.



Índice

A Mulher e as Metas do Milênio

As Metas do Milênio	8
A Mulher nas Conferências e Encontros de Cúpula da ONU	10

O Movimento de Responsabilidade Social Empresarial, o Pacto Global e as Metas do Milênio

A Mulher, as Metas do Milênio e os Indicadores Ethos	14
Valorizar a Participação Feminina Faz Bem às Empresas	14
A Mulher e o Mercado Consumidor	15

A Mulher no Mundo do Trabalho

Indicadores de Desigualdade	17
Participação no Mercado de Trabalho	18
Perfil da Ocupação Feminina	21
Mulher Negra: Dupla Diferenciação	23
A Pirâmide Ocupacional nas Grandes Empresas	23
A Globalização, a Crise Econômica e o Empobrecimento das Brasileiras	24
Trabalho Doméstico de Meninas: Exploração e Risco	26
Mulheres Chefes de Família	27
Flexibilização das Relações de Trabalho	28
Trabalho Clandestino – o Caso das Costureiras	28

Os Condicionantes do Trabalho Feminino

Divisão Sexual do Mercado de Trabalho	29
Discriminação contra a Mulher e Suas Conseqüências	30
Maternidade – Principal Fator de Discriminação contra a Mulher	30
A Dupla Jornada de Trabalho	31
Violência Contra a Mulher	31
Desenvolvimento Sustentável e Equidade de Gênero – os Países Nórdicos	32

Avanços e Conquistas

O Que Vem Sendo Feito	33
Princípios Calvert	34

Casos de Referência no Brasil

ABN Amro Real: Compromisso com a diversidade e com os grupos em desvantagem social	36
Avon: Investimento na promoção da saúde e da cidadania das mulheres	37
BankBoston: Investindo na igualdade de oportunidades	38
Basf: Comitê de Diversidade amplia o debate contra preconceitos	39
O Boticário: Uma empresa em que as mulheres são maioria	40
CPFL: Empresa realiza censo interno para iniciar seu Programa de Valorização da Diversidade	41
Fersol: Licença-maternidade ampliada e adequação da linha de produção para as mulheres	42
GE: Uma rede mundial para promover o crescimento das mulheres na empresa	43
IBM: Política de diversidade para promover talentos na empresa e na comunidade	44
Multibrás: Relacionamentos focados na prática da diversidade e na inclusão social	45
Xerox: Número de mulheres nos cargos de direção proporcional ao total de mulheres na organização	46

O Que Pode Ser Feito

Plataforma de Ações de Responsabilidade Social Empresarial para a Promoção da Equidade entre Homens e Mulheres	47
Dez Compromissos para a Valorização da Mulher	51

Censo Interno

Diversidade e Equidade: Ferramenta de Auto-Avaliação	53
--	----

Referências

Publicações, Artigos e Documentos	64
Seminário – Relatórios	64
Referências na Internet	64

Apresentação

Um dos efeitos do processo de globalização da economia foi mostrar que os graves e principais problemas enfrentados pelos diferentes povos – sejam eles no terreno econômico, social ou ambiental – têm também uma dimensão global. Tentar dar uma diretriz comum para o enfrentamento desses problemas, no sentido de construir um mundo mais próspero e mais justo, foi um dos objetivos da Cúpula do Milênio, encontro que reuniu dirigentes de 147 países do mundo no ano 2000, ao formular a Declaração do Milênio, da qual se originaram as Metas do Milênio*.

As desvantagens das mulheres no mundo do trabalho e na sociedade em geral são um desses problemas globalizados. E justamente por isso ele se tornou uma das Metas do Milênio, um conjunto de oito grandes objetivos a ser atingidos pelas nações até 2015.

A realização das Metas do Milênio requer um grande esforço coordenado de todos – dos governos, das várias agências das Nações Unidas, das organizações da sociedade civil e das empresas. Ao mesmo tempo, elas próprias representam um fator de mobilização e de harmonização de esforços.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social vem trabalhando no sentido de aprofundar o debate sobre as Metas do Milênio e suas relações com as práticas de responsabilidade social empresarial em várias frentes, entre as quais a promoção da diversidade, da equidade e da inclusão social. Com a pesquisa *Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas*, realizada pelo Instituto Ethos em 2003, foi possível radiografar a situação da desigualdade nas grandes organizações. A pequena participação feminina nos cargos de direção e de chefia nas companhias pesquisadas foi uma evidência das desvantagens das mulheres no mundo do trabalho. Com esta nova publicação – **O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher** –, o Instituto Ethos oferece subsídios para que as organizações incorporem as políticas de promoção da equidade entre os gêneros em suas práticas de responsabilidade social cotidianas, tanto as dirigidas ao público interno quanto aquelas voltadas para as relações com a comunidade ou para as demais empresas de sua cadeia de negócios.

* A Declaração do Milênio foi posteriormente traduzida nos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODMs), expressos num conjunto de alvos a ser atingidos até 2015. A esses oito objetivos estamos chamando de Metas do Milênio, que no Movimento Nacional pela Cidadania e Solidariedade foram identificadas pelos oito ícones utilizados nesta publicação e denominadas “8 Jeitos de Mudar o Mundo”.

Esta publicação apresenta, inicialmente, as relações existentes entre a valorização das mulheres e o enfrentamento da pobreza, mostrando os vínculos entre as ações de responsabilidade social empresarial voltadas para a promoção da equidade de gênero e a realização das Metas do Milênio e dos princípios do Pacto Global. Em seguida, traça o perfil da participação da mulher no mercado de trabalho no Brasil, bem como os fatores que condicionam essa participação e resultam em grandes desvantagens não só para as mulheres, mas também para as próprias empresas.

A terceira parte da publicação mostra os avanços que vêm sendo obtidos nesses terrenos tanto em termos de políticas públicas quanto nas práticas empresariais. A título de exemplo, são apresentados programas e ações que várias empresas têm desenvolvido no Brasil, no sentido de valorizar as mulheres, seja em suas políticas internas, seja na comunidade.

Por fim, a publicação traz um conjunto de propostas para as empresas que queiram aprofundar suas políticas de responsabilidade social nesse sentido, mostrando um conjunto de ações voltadas para promoção da igualdade de condições entre homens e mulheres na empresa e fora dela. Apresenta, também, dez compromissos básicos que sintetizam os principais pontos a ser observados para a valorização da mulher no mundo do trabalho.

A Mulher e as Metas do Milênio

A eliminação da pobreza extrema e o direcionamento das atividades econômicas para um modelo de desenvolvimento social e ambientalmente sustentável são os grandes desafios para a humanidade neste início de século XXI.

A Secretaria Geral da Organização das Nações Unidas (ONU) avalia que existem cerca de 1,2 bilhão de pessoas em todo o planeta vivendo abaixo da linha de extrema pobreza, com o equivalente a menos de 1 dólar por dia (ajustado em cada país pela paridade do poder de compra). Desse total, 70% são mulheres, fenômeno identificado como a "feminização da pobreza". Essa situação de extrema pobreza não só impede as mulheres de viver plenamente seus direitos de cidadania, como também dificulta sua capacidade de reagir. Com isso, forma-se um círculo vicioso que piora cada vez mais a qualidade de vida de milhões de mulheres em todo o mundo e, conseqüentemente, de seus filhos. Quebrar esse círculo vicioso é uma das condições para diminuir a pobreza no mundo. E um dos meios de atingir esses objetivos é o fortalecimento da mulher, ampliando seus espaços de trabalho e garantindo a igualdade de oportunidades para ambos os sexos tanto no interior das organizações quanto no conjunto dos espaços sociais.

Construir a autonomia feminina e promover a equidade entre homens e mulheres foi um dos consensos estabelecidos na Cúpula do Milênio, evento promovido pela ONU em setembro de 2000 – o maior encontro de dirigentes mundiais já realizado, que contou com a participação de 147 chefes de Estado. O resultado da reunião foi expresso na Declaração do Milênio, documento referendado por 191 países, que estabelece um consenso sobre os graves problemas atuais de nosso planeta e o compromisso de enfrentá-los.

Para as lideranças mundiais, trata-se de tentar corrigir a distribuição profundamente desigual tanto dos benefícios quanto dos custos da globalização e construir as bases para um mundo mais justo, mais equilibrado e mais pacífico. A estabilidade do desenvolvimento econômico requer sua sustentabilidade social e ambiental. O desequilíbrio ambiental, a extrema pobreza, as doenças endêmicas, a violação dos direitos humanos e as profundas desigualdades sociais e de gênero, além de intoleráveis, configuram-se como limites reais para o desenvolvimento a médio e longo prazo. São problemas que se articulam e se agravam mutuamente e cujas soluções são profundamente interligadas.

Para avançar na direção da solução desses problemas, a Cúpula do Milênio estabeleceu um programa mínimo de oito pontos – as Metas do Milênio –, com objetivos a ser alcançados até o ano de 2015. Os chefes de Estado propuseram, também, que a ONU monitore a realização dessas metas, com a publicação de relatórios periódicos, para que se possa medir os resultados alcançados e providenciar os ajustes que se façam necessários.

As Metas do Milênio



Cerca de 1,2 bilhão de pessoas sobrevivem com menos do que o equivalente a 1 dólar por dia. Mas tal situação já começou a mudar em pelo menos 43 países (entre os quais o Brasil), cujos povos somam 60% da população mundial. Nesses lugares, houve avanços rumo à meta de, até 2015, reduzir pela metade o número de pessoas que ganham quase nada e, por falta de emprego e de renda, são vulneráveis à fome.



Estão fora da escola 113 milhões de crianças no mundo. Mas há exemplos viáveis de que é possível diminuir o problema – como na Índia, que se comprometeu a ter 95% das crianças na escola já em 2005.

Depois da matrícula, levará algum tempo para aumentar o número dos que completam o ciclo básico, mas o resultado será um número maior de adultos alfabetizados e capazes de contribuir para a sociedade como cidadãos e profissionais. O Brasil praticamente já atingiu a meta de incluir todas as crianças na escola. Aqui, o esforço é pela melhoria da qualidade do ensino e pela ampliação do número de anos de estudo.



Dois terços dos analfabetos do mundo são mulheres, e 80% dos refugiados são mulheres e crianças. Superar as disparidades gritantes entre meninos e meninas no acesso à escolarização formal será um dos alicerces para capacitar as mulheres a ocupar papéis cada vez mais ativos na economia e na política de seu país. No Brasil, o nível de escolaridade das mulheres já é maior que o dos homens, e elas são quase metade da população economicamente ativa. Aqui, trata-se de combater o preconceito, ampliar as chances das mulheres no

mercado de trabalho e sua capacitação para funções especializadas, com melhores empregos, salário igual ao dos homens para iguais funções e acesso a cargos de direção.



Todos os anos, 11 milhões de bebês morrem de causas diversas. É uma quantidade alarmante, ainda que venha caindo desde 1980, quando as mortes somavam 15 milhões. O caminho para reduzir esse número dependerá de muitos e variados meios, recursos, políticas e programas, dirigidos não só às crianças, mas também às famílias e comunidades.



Nos países pobres e em desenvolvimento, as carências no campo da saúde reprodutiva levam a que a cada 48 partos uma mãe morra. A redução da

mortalidade materna é um objetivo que só será alcançado com a promoção integral da saúde das mulheres em idade reprodutiva. A presença de pessoal qualificado na hora do parto será, portanto, o reflexo do desenvolvimento de sistemas integrados de saúde pública.



Em grandes regiões do mundo, epidemias mortais vêm destruindo gerações e cerceando qualquer possibilidade de desenvolvimento. No entanto, a experiência de países como Brasil, Senegal, Tailândia e Uganda vem demonstrando que é possível deter a expansão do HIV. Seja no caso da Aids, seja no de outras doenças, como a tuberculose e a malária, que ameaçam acima de tudo as populações mais pobres e vulneráveis, parar sua expansão e depois reduzir sua incidência dependerá fundamentalmente do acesso da população à informação e aos meios de prevenção e de tratamento, sem descuidar da criação de condições ambientais e nutritivas que estanquem os ciclos de reprodução dessas doenças.



Cerca de 1 bilhão de pessoas no planeta ainda não têm acesso à água potável. Ao longo da década de 1990, no entanto, quase o mesmo número de pessoas ganhou acesso à água, bem como ao saneamento básico. A água e o saneamento são dois fatores ambientais básicos para a qualidade da vida humana. Junto com as florestas, as fontes energéticas, o ar e a biodiversidade, compõem o amplo leque de recursos naturais de que dispomos e de cuja proteção dependemos nós e todas as demais formas de vida do planeta. Sem a adoção de políticas e programas ambientais, nada se conserva em grande escala, assim como sem a posse segura de suas terras e habitações, poucos se dedicarão à conquista de condições mais limpas e saudáveis para seu próprio entorno.



Muitos países pobres gastam mais com os juros de suas dívidas do que para superar seus problemas sociais. Já se abrem perspectivas, no entanto, para a redução da dívida externa de muitos países pobres altamente endividados. Os objetivos levantados para atingir esta meta levam em conta uma série de fatores estruturais que limitam o potencial para o desenvolvimento da imensa maioria dos países do sul do planeta. Entre os indicadores escolhidos está a ajuda oficial para a capacitação dos profissionais que pensarão e negociarão novas formas de organização da economia e de distribuição de riqueza.

A realização das Metas do Milênio exige um grande esforço dos países e dos organismos internacionais para mobilizar recursos, criar sinergias, desenvolver competências e promover oportunidades, bem como traduzi-las para as realidades locais. Elas foram estabelecidas com base em indicadores gerais, com referências comuns a praticamente todos os países. E agora cada país tem de cotejar essas referências gerais com sua realidade, a fim de estabelecer suas próprias metas. No Brasil, as organizações da sociedade civil, as empresas e os organismos do governo devem estabelecer um amplo debate em torno das Metas do Milênio, avaliando seu significado para o país e adequando-as às nossas condições objetivas. A Meta 2, por exemplo – “Atingir a

A Mulher nas Conferências e Encontros de Cúpula da ONU

As questões relativas ao fortalecimento das mulheres vêm recebendo cada vez mais atenção dos organismos internacionais e ganhando espaço nas agendas institucionais e das organizações da sociedade civil. Tem-se aprofundado, também, a compreensão das relações entre a importância de fortalecer as mulheres e a de eliminar suas desvantagens sociais como estratégia de desenvolvimento e combate à pobreza.

O primeiro grande marco desse processo foi a Conferência Mundial da Mulher, realizada no México, em 1975, com o tema Mulher e Desenvolvimento. O reconhecimento das mulheres como um grupo mais vulnerável desencadeou a construção dos primeiros espaços institucionais dedicados à promoção da

condição feminina, como secretarias de governo e conselhos ligados ao Estado. A Conferência Mundial de Nairóbi, no Quênia, realizada em 1985 com o tema Gênero e Desenvolvimento, avançou em relação à primeira ao dar relevo às condições desiguais da mulher na sociedade e seus efeitos na reprodução da pobreza. Essa conferência trouxe um grande estímulo para a multiplicação de secretarias e conselhos femininos em vários países, notadamente na América Latina. No Brasil, o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM) foi criado em 1985, época em que a sociedade brasileira começava a fazer a transição entre a ditadura militar e os governos civis.

Entre a Conferência de Nairóbi, em 1985, e a IV Conferência das Nações Unidas sobre a Mulher, realizada em Pequim, na China, em 1995, a questão da mulher esteve presente em pelo menos

mais quatro encontros internacionais promovidos pela ONU, cada um deles com uma contribuição específica para o entendimento da importância das questões de gênero para o enfrentamento da pobreza e promoção do desenvolvimento.

Na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a Rio 92, foi enfatizada a importância da participação da mulher nas instâncias de decisão política para a promoção do desenvolvimento sustentável. A Conferência Mundial dos Direitos Humanos, ocorrida em 1993, em Viena, na Áustria, declarou que os direitos das mulheres são direitos humanos e que as mulheres devem ter pleno acesso à vida civil, econômica, social e cultural. Enfatizou, também, a importância de combater todas as formas de discriminação e de violência contra as mulheres e meninas.

universalização do ensino fundamental" —, já foi parcialmente alcançada no Brasil, no que diz respeito ao acesso à escola. Hoje, nosso grande desafio nesse sentido é melhorar a qualidade do ensino ministrado no país e ampliar o tempo de permanência das crianças na escola, pelo menos até concluírem o ensino fundamental. A Meta 3 — "Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia da mulher" — tem também suas particularidades no Brasil. Aqui, a desigualdade de acesso ao ensino entre homens e mulheres, por exemplo, já foi superada, enquanto no mundo do trabalho a desvantagem feminina ainda é evidente.

A IV Conferência Mundial sobre População e Desenvolvimento, no Cairo, no Egito, em 1994, além de ressaltar o prejuízo de uma educação diferenciada entre meninos e meninas, enfatizou a participação feminina nos processos políticos, a importância da educação e capacitação das mulheres para o trabalho e a garantia de seu acesso ao emprego e à seguridade social. A conferência também chamou a atenção para a responsabilidade dos homens no planejamento familiar, no cuidado com as crianças e na realização das tarefas domésticas necessárias para a manutenção da família.

No ano seguinte, a Cúpula do Desenvolvimento Social, reunida em Copenhague, na Dinamarca, ressaltou que as mulheres são mais vulneráveis aos efeitos da pobreza, do desemprego, da degradação ambiental e da guerra. Enfatizou a importância da equidade de gênero para o

desenvolvimento sustentável, elegendo-a como um dos elementos indispensáveis nas estratégias de desenvolvimento.

Esses avanços foram consolidados em 1995, na IV Conferência das Nações Unidas sobre a Mulher, em Pequim, o maior encontro já realizado entre representantes oficiais de governos e organizações da sociedade civil. Com o tema Igualdade, Desenvolvimento e Paz, a Conferência aprovou uma plataforma de ação para o fortalecimento da mulher, propondo que as questões relativas à promoção da equidade de gênero fossem incorporadas como tema transversal em todas as políticas públicas dos governos ali presentes. Os países participantes, inclusive o Brasil, comprometeram-se a desenvolver ações para o fortalecimento das mulheres, como capacitação para o trabalho, estímulo à

participação política, proteção social e medidas contra todas as formas de discriminação.

A plataforma aprovada em Pequim foi reafirmada nos encontros de cúpula e conferências da ONU realizados posteriormente: o Habitat II, em Istambul, na Turquia, em 1996; a Cúpula da Alimentação, em Roma, na Itália, em 1997; a Conferência Mundial de Educação de Adultos, em Hamburgo, na Alemanha, em 1997; e a Conferência Mundial contra o Racismo e Todas as Formas de Intolerância, em Durban, na África do Sul, em 2001. Esta última trouxe uma contribuição específica para a construção da equidade de gênero ao enfatizar a profunda desvantagem vivenciada por mulheres e meninas negras em todo o mundo, ressaltando a importância das políticas afirmativas para sua inclusão em situação de igualdade.

Além de buscar a adequação de cada uma das Metas do Milênio, podemos estabelecer outros objetivos a atingir, que respondam às condições específicas de nossa sociedade. Realizado esse esforço de definição de metas sociais, os governos, especialmente nos países em desenvolvimento, precisam incorporá-las às políticas públicas. Também as empresas e as organizações da sociedade civil podem incorporar tais objetivos às suas próprias atividades.

No caso específico das mulheres, as políticas que se limitam a tratá-las com igualdade têm sido claramente insuficientes, pois tratar igualmente pessoas que estão em situações profundamente desiguais não altera as desvantagens iniciais. Tampouco se deve considerar as mulheres isoladamente, pois elas ainda são as pessoas centrais nas estratégias de manutenção das famílias. O fortalecimento do papel econômico das mulheres também requer políticas que contribuam para reduzir sua carga de trabalho doméstico, de cuidado com as crianças e com os idosos da família, que estimulem a paternidade responsável e as protejam contra todas as formas de violência.

Os objetivos desta publicação — **O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher** — são contribuir para aumentar a visibilidade da situação atual da mulher no mundo do trabalho e para construir uma plataforma que oriente as ações de responsabilidade social das empresas na promoção da equidade entre homens e mulheres, tanto dentro das organizações quanto em suas cadeias de negócios, na comunidade em que estão inseridas e na sociedade como um todo.

O Movimento de Responsabilidade Social Empresarial, o Pacto Global e as Metas do Milênio

Salários dignos, reconhecimento profissional, oportunidades de capacitação e de carreira são os melhores caminhos para uma efetiva promoção da equidade entre os sexos e para a melhoria da qualidade de vida das mulheres. Nesse sentido, as empresas cumprem papel fundamental na realização das Metas do Milênio ao dar especial atenção às mulheres que empregam e à sua família, bem como às mulheres que de alguma forma se relacionam com sua cadeia produtiva, seja como familiares de seus empregados, como funcionárias de fornecedores, como prestadoras de serviços, como integrantes das comunidades onde a empresa está inserida, seja como consumidoras de seus produtos.

A construção de um modelo de desenvolvimento sustentável vem cumprindo o papel de elo entre as agendas dos governos, das empresas, dos movimentos sociais e das organizações da sociedade civil em todo o mundo. A última década do século XX viu crescer o movimento de responsabilidade social empresarial como balizador das relações de mercado. Grandes corporações internacionais têm adotado a responsabilidade social como um dos critérios para avaliar e selecionar seus fornecedores e parceiros. Bancos e agências financiadoras vêm incluindo cláusulas sociais e ambientais em suas políticas e nos contratos de concessão de crédito.

As empresas brasileiras também participam dessa tendência. O crescimento do próprio Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é um indicador desse fato. Criado em 1998 por um grupo de apenas 11 empresas, o Ethos conta hoje com 876 associadas, cujo faturamento totalizado equivale a 30% do PIB brasileiro. Em todo o país, cada vez mais empresas têm considerado as práticas de responsabilidade social como critério para selecionar fornecedores, conceder crédito ou mesmo dirigir seus investimentos.

Em 1999, essa tendência foi consolidada, adquirindo novo direcionamento. Foi quando Kofi Annan, secretário-geral da ONU, lançou o Pacto Global (Global Compact), dirigido para a comunidade empresarial. O programa, que definia inicialmente um conjunto de nove princípios como parâmetros básicos para a atuação das empresas nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho e meio ambiente, acaba de incorporar um décimo princípio, voltado para o combate à corrupção. O objetivo do Pacto Global é estimular boas práticas empresariais nesses terrenos para que os melhores exemplos possam ser multiplicados por outras empresas.

Agora, o Instituto Ethos convida as organizações empresariais para aprofundar ainda mais suas políticas de responsabilidade social, participando da realização das Metas do Milênio de forma articulada com os princípios do Pacto Global. Pondo em prática esses princípios, as empresas estarão contribuindo efetivamente para que as metas sejam atingidas.

A Mulher, as Metas do Milênio e os Indicadores Ethos

 <p>IGUALDADE ENTRE SEXOS E VALORIZAÇÃO DA MULHER</p>	<p>Indicadores Ethos</p> <ul style="list-style-type: none">9. Valorização da diversidade10. Política de remuneração, benefícios e carreira11. Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho12. Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade32. Liderança e influência social
--	---

Fonte: O Compromisso das Empresas com as Metas do Milênio, Instituto Ethos, 2004

A promoção da equidade entre os sexos e da autonomia das mulheres é uma dessas metas. Sua realização articula-se com os princípios do Pacto Global, especialmente com aqueles relativos ao respeito aos direitos humanos, ao estímulo à diversidade e ao combate à discriminação no emprego. Assim como os princípios do Pacto Global, os compromissos com a equidade de gênero devem integrar o plano de ação estratégica das organizações e se traduzir em metas a ser alcançadas, em programas e em políticas cujos resultados podem ser medidos e avaliados objetivamente. Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial são uma das ferramentas que permitem às empresas avaliar suas práticas e medir os avanços alcançados, bem como harmonizar suas ações com as Metas do Milênio e os princípios do Pacto Global. Oferecem, também, parâmetros claros para a promoção da igualdade de oportunidades entre homens e mulheres nas relações de trabalho e na comunidade.

Valorizar a Participação Feminina Faz Bem às Empresas

Os entraves à participação plena das mulheres no mercado de trabalho resultam em grandes perdas – para as mulheres, para as empresas e para o país. Alterar esse quadro é vantajoso sob vários aspectos. Para as empresas, investir na promoção da diversidade entre seus funcionários, com forte recorte de gênero, representa a possibilidade de aproveitamento de um potencial, ainda pouco explorado, de criatividade, capacidade de gerenciamento e produtividade de suas equipes. A diversidade em todas as instâncias da empresa tem se traduzido em equipes mais eficientes, em funcionários mais satisfeitos e em redução da rotatividade.

Promover as mulheres no mundo do trabalho em geral também é interessante para as empresas, pois isso colabora para aumentar a qualificação dos profissionais disponíveis no mercado. Além disso, mulheres mais qualificadas e com maior renda resultam num mercado consumidor maior e mais dinâmico, com repercussões positivas em toda a economia. Outro aspecto significativo é o crescente segmento do mercado consumidor que orienta suas opções de compra por critérios de responsabilidade social. Uma empresa que contribui para a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres é reconhecida pela sociedade, especialmente pelas próprias mulheres, que hoje representam uma grande força na opinião pública e no mercado consumidor.

A Mulher e o Mercado Consumidor

Metade da população brasileira, as mulheres também são uma força no mercado consumidor. Além de serem as maiores responsáveis pelas decisões de compra de alimentos, cosméticos, jóias, roupas e eletrodomésticos, sua opinião também tem peso na aquisição de produtos como microcomputadores, previdência privada e seguro de vida e é decisiva na hora de escolher

bens de consumo duráveis, como o carro da família. Metade dos cartões de crédito existentes no país está em mãos de mulheres.

Pesquisa realizada em 2003 pela Ipsos-Marplan, num universo de 35,8 milhões de pessoas das quais 53% eram mulheres, detectou seu poder de compra como consumidoras. Do total das mulheres pesquisadas, 84% faziam supermercado, 57% tinham telefone celular, 26% possuíam microcomputador e 22% tinham cartão de crédito.

A pesquisa indica também que 42% das pessoas que decidem a marca e o modelo do carro a ser adquirido são mulheres, e que elas representam 53% dos proprietários de telefone celular, 40% dos que têm seguro de vida, 45% dos que têm plano de previdência privada e 50% dos donos de microcomputador. Do total de entrevistados pela Ipsos-Marplan, 2% tinham laptop; destes, 47% eram mulheres.

A Mulher no Mundo do Trabalho

Indicadores de Desigualdade

No mundo inteiro, as mulheres ocupam menos de 3% dos altos cargos executivos das grandes empresas, apenas 11% dos cargos no parlamento e representam somente 1% das lideranças sindicais, embora constituam 40% da população sindicalizada. No Brasil, considerando apenas as maiores empresas estabelecidas no país, as mulheres ocupam apenas 9% dos cargos de direção, conforme a pesquisa *Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas*, realizada pelo Instituto Ethos em 2003.

Nos países desenvolvidos, há menos garotas na escola do que garotos, e elas têm maior índice de abandono escolar, de acordo com o *Calvert Women's Principle*. No mercado de trabalho, as mulheres ganham o equivalente a 77% do salário masculino — índice que cai para 73% nos países em desenvolvimento. No Brasil, embora as meninas estudem por mais tempo que os meninos, as mulheres enfrentam muitas desvantagens no mercado de trabalho.

Na Europa e na América do Norte, as duas grandes guerras mundiais provocaram a entrada em massa da mulher no mercado de trabalho, ainda na primeira metade do século XX. No Brasil, o ingresso das mulheres no mercado de trabalho foi mais lento até a década de 1970, quando, então, passou a crescer em ritmo acelerado. Até a virada do milênio, praticamente dobrou, saltando de 21% para 40% da população economicamente ativa (PEA), o equivalente a 33 milhões de trabalhadoras.

A presença feminina no mercado de trabalho é tão marcante que já nos acostumamos à afirmação de que a mulher conquistou definitivamente seu espaço, ocupando até esferas profissionais antes consideradas redutos masculinos, como de jogadores e juizes de futebol, soldados, executivos e operadores de plataformas marítimas de petróleo, entre tantas outras — aliás, casos que obtêm projeção justamente por sua raridade.

A participação feminina no mundo do trabalho é marcada por salários muito inferiores aos dos homens em iguais funções e por maiores dificuldades em fazer carreira — fatos captados pelas pesquisas de emprego e desemprego realizadas pelo IBGE e pelo Dieese. As mesmas pesquisas revelam que as mulheres são as primeiras a ser demitidas em momentos de crise e têm mais dificuldade de recolocação. O cuidado dos filhos e as tarefas domésticas são atividades atribuídas às mulheres, mesmo quando profissionais ativas no mercado de trabalho. Para as mulheres negras, as desvantagens são ainda maiores, pois além da discriminação em relação ao sexo, são vítimas do racismo.

Na política, as mulheres brasileiras estão sub-representadas. São apenas 8,2% na Câmara dos Deputados e 14,8% no Senado. Nos legislativos estaduais, somam 12,5% do total de deputados. Dos 27 estados da federação, apenas dois são governados por mulheres. Dos 5.561 municípios existentes no Brasil no início de 2004, apenas 6% são chefiados por mulheres, e, nas câmaras municipais, as vereadoras não ultrapassam 12%.

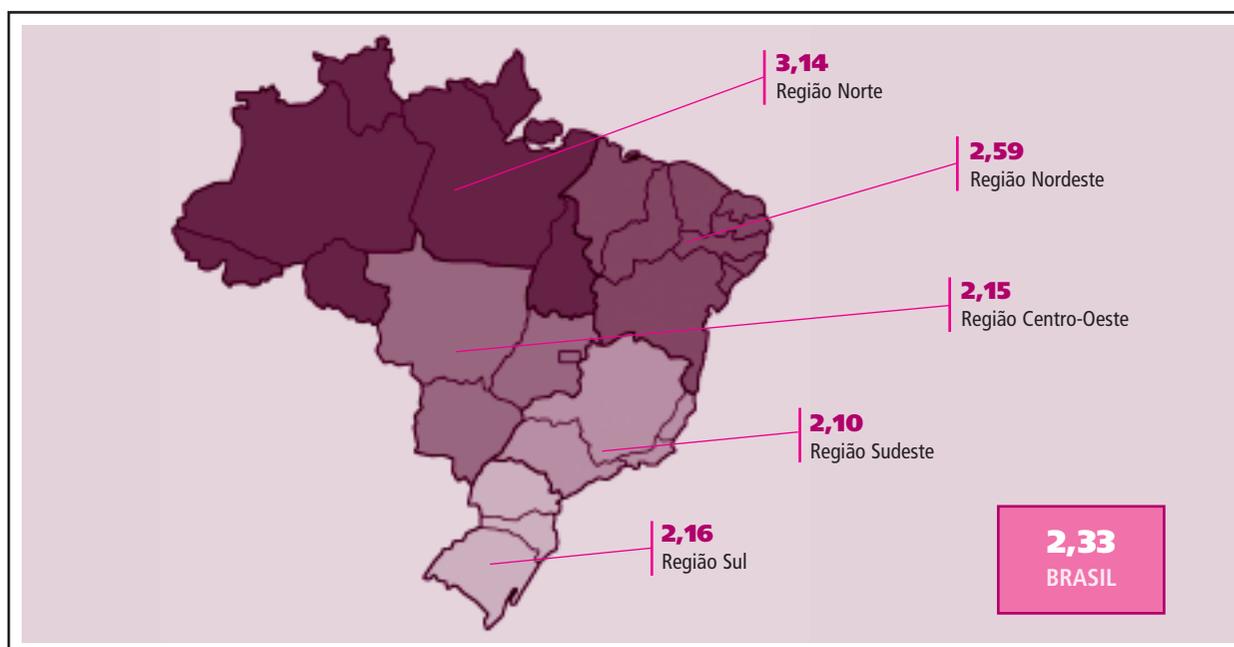
Participação no Mercado de Trabalho

Constituindo mais da metade da população brasileira (50,5%), as mulheres já representam 45,3% da PEA, a parcela da população efetivamente voltada para o mercado de trabalho, segundo estimativas do IBGE para abril de 2004. Entre os efetivamente ocupados, as mulheres são 38%. Vale lembrar que os conceitos de ocupação e desocupação não incluem o trabalho doméstico não-remunerado, geralmente exercido pelas mulheres da família, de cuidar das crianças e dos idosos, cozinhar e cuidar da roupa e da casa. As mulheres que "não trabalham fora" fazem parte da chamada população economicamente não-ativa, embora suas atividades sejam fundamentais para que outros membros da família possam exercer atividades remuneradas, o que garante a elas um peso específico no conjunto da economia do país.

O crescimento acelerado das mulheres no mercado de trabalho nesses trinta anos mudou o perfil das trabalhadoras. Até os anos de 1970, elas eram majoritariamente jovens, solteiras e sem filhos.

Taxa de Fecundidade no Brasil

Número médio de filhos por mulher

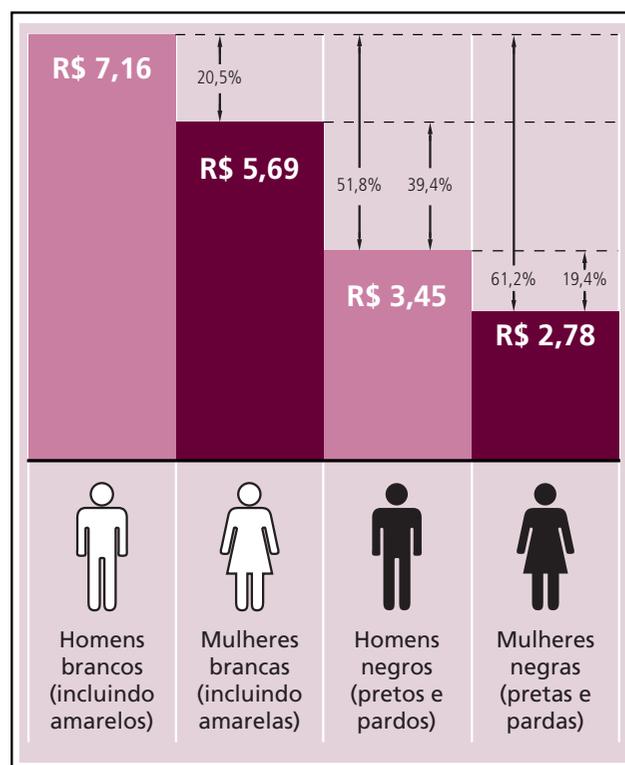


Fonte: IBGE/DPE/Departamento de População e Indicadores Sociais, 2000

Hoje, a maioria é de mulheres mais velhas, casadas e mães. Ou seja, o aumento da participação feminina no mercado de trabalho foi sustentado pelo ingresso de mulheres em idades mais elevadas, ou pela permanência daquelas que entraram jovens e não se retiraram ao se tornarem mães. Contribuiu para isso a constante redução da taxa de fecundidade feminina no Brasil: o número de filhos por mulher em fase reprodutiva caiu de 5,8 em 1970 para 2,3 no ano 2000.

Entre 1985 e 1995, 12 milhões de novas trabalhadoras ingressaram no mercado de trabalho. A maioria, no entanto, em condições bem mais precárias que as dos homens e recebendo menos que eles, mesmo em cargos semelhantes. As mulheres negras (pretas e pardas) estão em condições ainda piores do que as não-negras (brancas e amarelas). De acordo com os dados preliminares da Pesquisa Mensal de Emprego e Desemprego divulgada pelo IBGE em junho de 2004, as mulheres brancas (incluindo as amarelas) ganhavam, em média, 20,5% menos do que os homens brancos (incluindo os amarelos), enquanto as mulheres negras (pretas e pardas) ganhavam em média 19,4% menos do que os homens negros (pretos e pardos) e 61,2% menos do que os homens brancos.

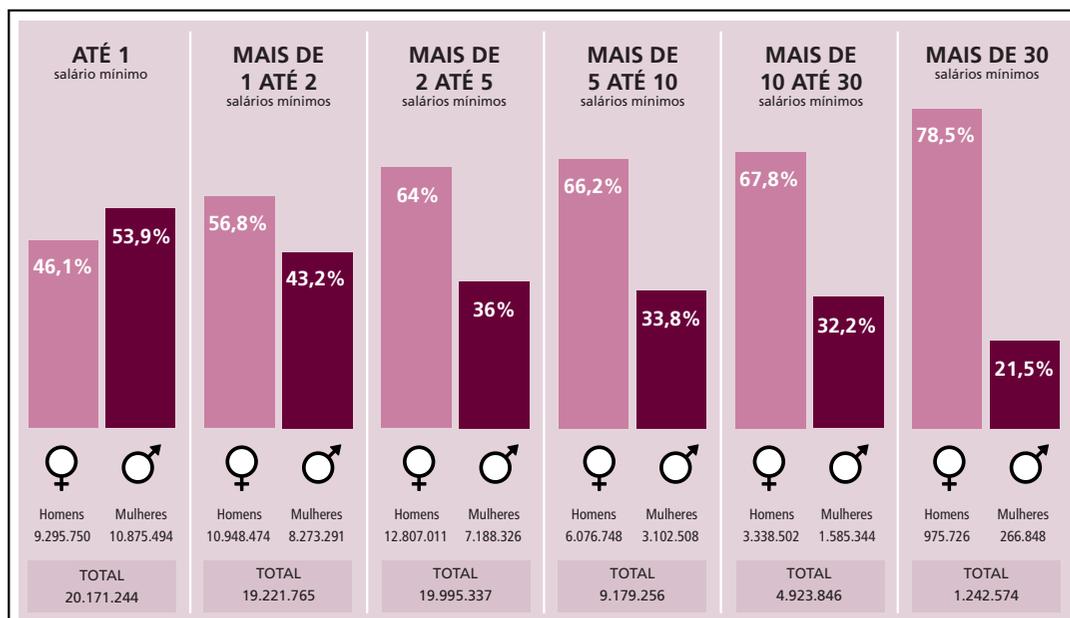
Diferenças Salariais entre Homens e Mulheres
Salário por hora (em média)



Fonte: Pesquisa Mensal de Emprego, IBGE, junho de 2004

As mulheres são a maioria (53,9%) entre os que ganham entre meio e um salário mínimo por mês, e essa é a única faixa de rendimentos em que são majoritárias. Quanto mais cresce o salário, menor é a participação feminina. Na faixa acima dos que ganham até 30 salários mínimos, elas são minoria, mal passando de um quinto dos trabalhadores.

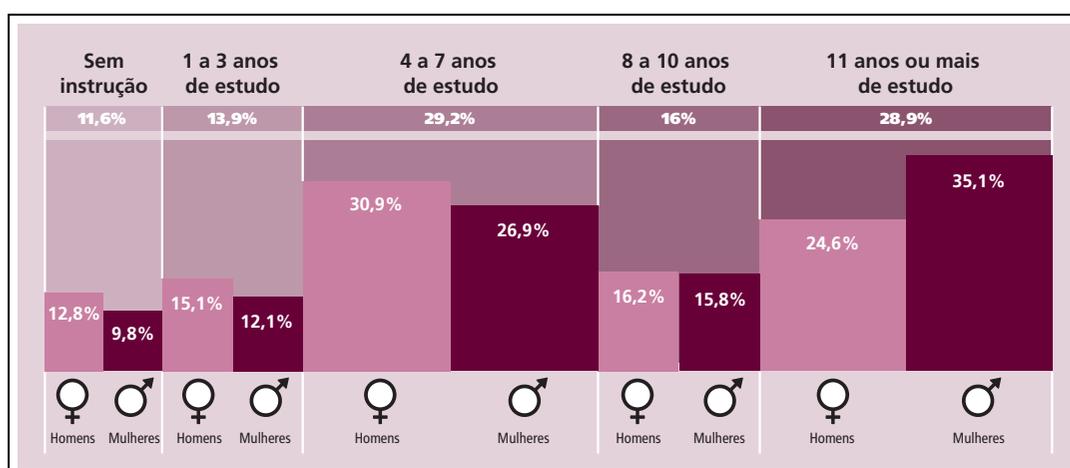
Rendimento Mensal de Homens e Mulheres



Fonte: IBGE-PNAD, 2001

Os baixos salários pagos às mulheres e as dificuldades que elas enfrentam para ascender profissionalmente nas empresas não podem ser atribuídos ao seu nível de escolarização, pois, em média, elas têm mais anos de estudo que os homens. Entre os homens, mesmo aqueles que não têm instrução conseguem trabalho com mais facilidade do que as mulheres. Considerando o conjunto das pessoas ocupadas com 11 anos ou mais de estudos, as mulheres somam 35,1%, enquanto para os homens o percentual é de 24,6%.

Tempo de Estudo das Pessoas Ocupadas

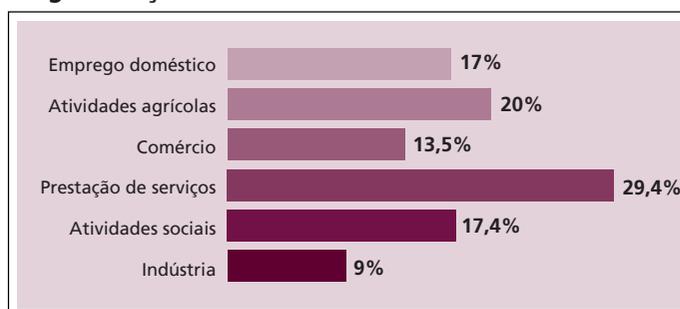


Fonte: IBGE-PNAD, 2001

Perfil da Ocupação Feminina

Seja pelo tipo de formação, seja por falta de oportunidades, a atividade feminina se concentra fortemente em alguns segmentos do setor de serviços, como administração pública, saúde, ensino, serviços comunitários, serviços pessoais e comunicação. Na indústria de transformação, as mulheres são apenas 9% da mão-de-obra, e, mesmo assim, estão, em sua grande maioria, nos segmentos mais tradicionais, como vestuário e alimentação.

Segmentação do Trabalho Feminino



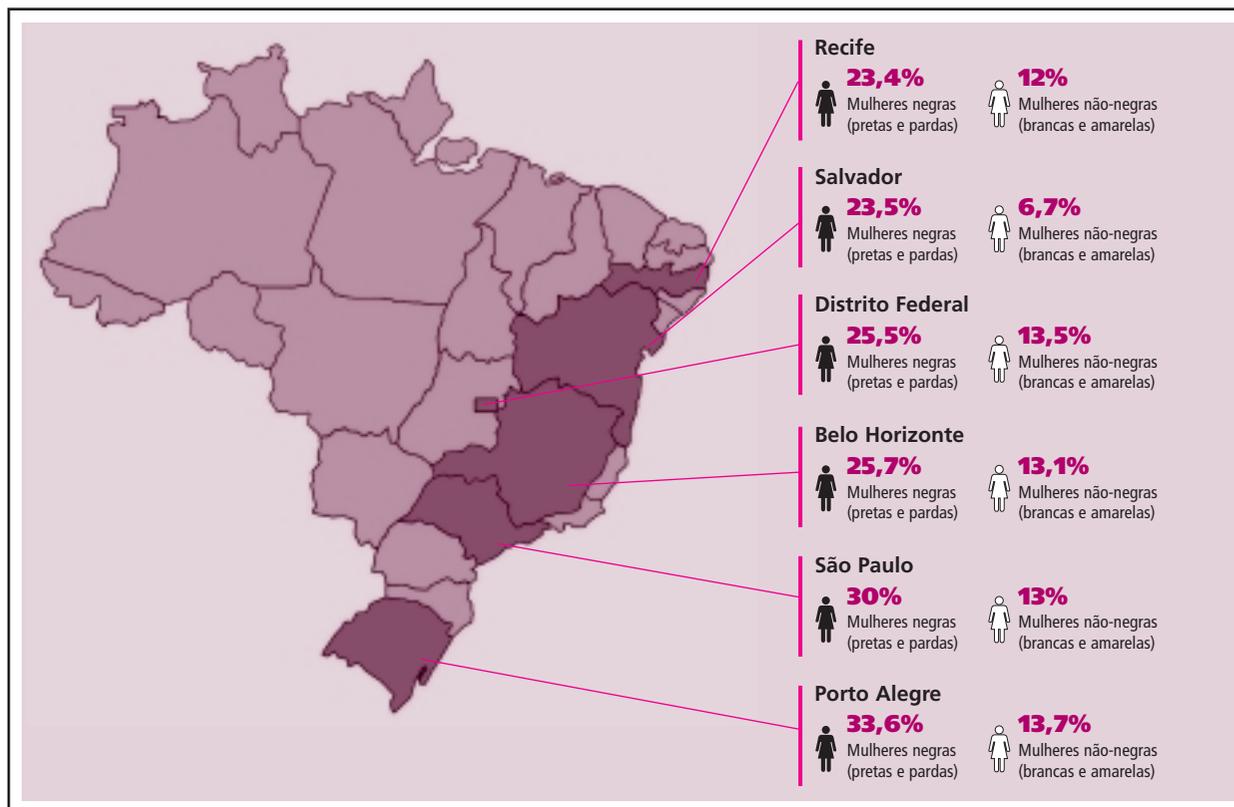
Fonte: Dieese, 2001

No meio rural, as mulheres são maioria entre os que trabalham sem remuneração, em atividades para o próprio consumo ou na produção familiar. No entanto, a diversificação das atividades no meio rural – a expansão da agroindústria, dos serviços públicos e de novas atividades como o turismo rural e o lazer – e o aumento da opção por morar fora dos centros urbanos vêm se traduzindo em novos postos de trabalho remunerados fora do setor agrícola. Muitas mulheres residentes rurais têm trocado o trabalho agrícola não-remunerado por esses novos postos de trabalho, principalmente serviços domésticos e de limpeza.

Para as mulheres negras, a concentração no setor de serviços é ainda maior, chegando a 41,6% na região metropolitana de São Paulo e a 57% no Distrito Federal. Os serviços domésticos são a segunda opção das mulheres negras.

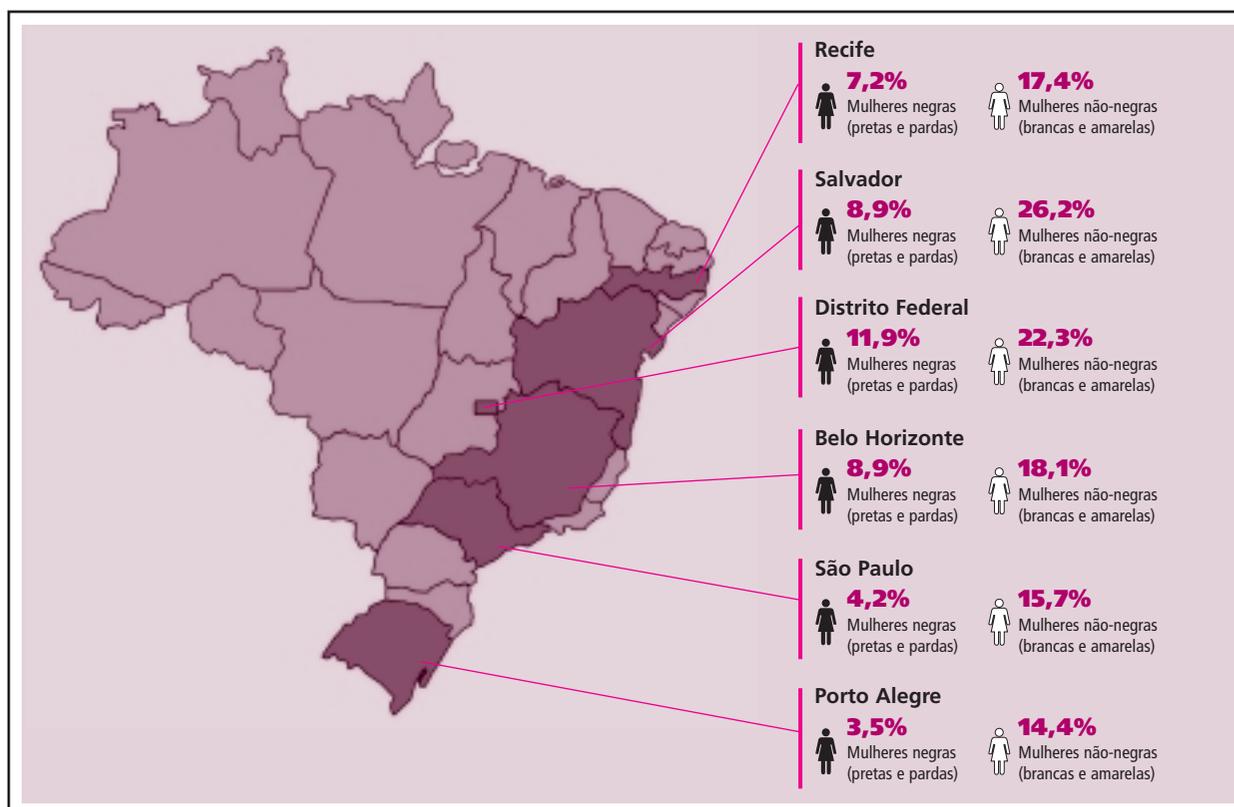
Nos cargos de direção e planejamento das empresas, que são os mais bem pagos na estrutura salarial, a participação feminina em geral é muito restrita e a das mulheres negras é bem menor que a das não-negras.

População Feminina no Emprego Doméstico



Fonte: Pesquisa de Emprego e Desemprego, Dieese/Seade, 2001-2002

Mulheres em Cargos de Direção e Planejamento



Fonte: Pesquisa de Emprego e Desemprego, Dieese/Seade, 2001-2002

Mulher Negra: Dupla Diferenciação

Se a discriminação de gênero faz com que as mulheres em geral tenham mais desvantagens em relação aos homens no mercado de trabalho, a dupla discriminação, de sexo e de cor, produz desvantagens ainda maiores. As trabalhadoras negras se enquadram entre as mais pobres, trabalham em situações mais precárias, têm menos anos de estudo, menos possibilidades de carreira, rendimentos mais baixos e as mais altas taxas de desemprego.

A Pesquisa de Emprego e Desemprego realizada pelo Dieese/Seade em 2001 e 2002 em cinco regiões metropolitanas e no Distrito Federal demonstrou que a inserção da população negra no mercado de trabalho é

caracterizada por ingresso precoce, abandono tardio e alto percentual de desempregados. Segundo a Pesquisa Mensal de Emprego do IBGE, de junho de 2004, as mulheres negras ganham, em média, 61,2% menos que os homens brancos, 51,1% menos do que as mulheres brancas (incluindo as amarelas) e 19,4% menos que os homens negros.

A maioria das mulheres negras trabalha no setor de serviços — 41,6% na região metropolitana de São Paulo e 57% no Distrito Federal. O segundo setor em que as mulheres negras mais trabalham é o de serviço doméstico, de baixa qualificação e baixos rendimentos.

O número de mulheres negras em cargos de direção é ínfimo.

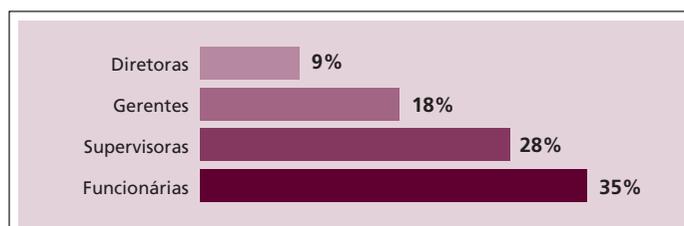
A pesquisa Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Políticas Afirmativas, realizada pelo Instituto Ethos em 2003, apurou que, das 339 mulheres que pertenciam ao quadro executivo daquelas empresas, apenas três eram negras, o que corresponde a menos de 0,1% delas.

Dificultando a transformação desse quadro de ocupações precárias, graves entraves para a ascensão profissional e rendimentos reduzidos, estão os obstáculos que as mulheres negras enfrentam para completar sua escolarização. Em São Paulo, apenas 6,6% delas concluíram o ensino superior. Para as mulheres brancas, essa porcentagem é de 26,2%.

A Pirâmide Ocupacional nas Grandes Empresas

Embora seja crescente o número de mulheres em postos de comando, elas ainda são minoria. A pesquisa *Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas*, realizada pelo Instituto Ethos em 2003, mostra que a pirâmide ocupacional nas grandes organizações empresariais é extremamente excludente para as mulheres. Analisando o perfil das maiores empresas do país, a pesquisa revelou que a maioria, 58%, não tem mulheres nos cargos diretivos. Na média geral da amostra, apenas 9% dos cargos de direção são ocupados por mulheres, um número muito pouco expressivo diante da participação feminina nessas empresas. A explicação para esse fato não reside no nível de escolaridade das brasileiras, mas sim nas barreiras invisíveis para a carreira das mulheres no mundo do trabalho.

Participação das Mulheres nas Grandes Empresas



Fonte: Instituto Ethos – 2003

Apesar dessa defasagem entre homens e mulheres na estrutura das empresas, a pesquisa revelou também que são poucas as organizações – apenas 3% da amostra – que têm políticas claras de promoção da equidade de gênero, com programas para redução das desigualdades salariais e de capacitação profissional específicos para melhorar a qualificação de mulheres. As desvantagens das mulheres negras nas empresas analisadas são ainda maiores: sua participação nos cargos de gerência é de apenas 1% e nos cargos executivos é de 0,1%. Os dados revelam também que ainda é incipiente o aproveitamento do potencial que a diversidade representa para as organizações.

Muitas empresas argumentam que não mantêm políticas específicas de promoção das mulheres porque trata todos os seus funcionários com igualdade, valorizando-os por meio de processos seletivos objetivos, centrados na avaliação de seus perfis e competências e amplamente divulgados na empresa. Aqui, vale lembrar o que já foi dito sobre a importância das políticas públicas de promoção das mulheres: tratar igualmente pessoas em condições desiguais não altera as desvantagens de origem.

A Globalização, a Crise Econômica e o Empobrecimento das Brasileiras

Se o processo de globalização criou ótimas oportunidades para muitas mulheres participarem da economia de mercado, também contribuiu para o aumento da desigualdade de gênero tanto no interior das sociedades quanto entre diferentes sociedades. Para os grupos socialmente mais vulneráveis, principalmente as mulheres pobres, a globalização tem sido particularmente desfavorável.

No mundo inteiro, o empobrecimento das mulheres cresce a um ritmo maior do que o do aumento da pobreza. O risco de empobrecer também é maior entre as mulheres pela perda do cônjuge, por viuvez ou abandono, e pelo menor acesso aos sistemas previdenciários. Estes, além de não reconhecerem o trabalho realizado para a manutenção da família, baseiam seus benefícios no

tempo e na constância da contribuição. No entanto, muitas mulheres, principalmente as mais pobres e com menor qualificação, não conseguem manter vínculos de trabalho duradouros, realizando várias entradas e saídas no sistema. Com isso, têm grandes dificuldades para se beneficiar dos recursos previdenciários.

No Brasil, com a economia pressionada por uma imensa dívida externa e interna, a crise econômica é pior para as mulheres. A adequação da economia brasileira à lógica da globalização soma-se aos ajustes estruturais relativos à dívida, presididos por instituições econômicas multilaterais. Os acordos de reestruturação da dívida, que exigem a formação de altos superávits nas contas públicas, provocaram o enxugamento dos investimentos públicos tanto nas atividades de infra-estrutura, como água e saneamento, transportes e geração de energia, quanto nos serviços e nas políticas sociais – educação, saúde, previdência e bem-estar social.

Seus efeitos sobre as empresas, a máquina do Estado e as políticas públicas já são razoavelmente conhecidos. Suas conseqüências sobre o mercado de trabalho – o desemprego, o rebaixamento salarial e a queda da qualidade de vida da população – são muito mais perversas para as mulheres, dentro e fora de casa.

O desemprego na família e o rebaixamento do valor da mão-de-obra provocaram o aumento da presença feminina no mercado de trabalho para compensar a perda do poder aquisitivo do grupo familiar. É marcante o número de mulheres mais velhas que ingressou no mercado, principalmente em atividades informais e mal-remuneradas.

Cerca de 12 milhões de mulheres trabalham em condições precárias no Brasil – mais de um terço da população feminina ocupada – e 4,8 milhões são empregadas domésticas. A jornada de trabalho das mulheres também ficou mais extensa – elas precisam trabalhar por mais horas para garantir o sustento da família.

Os cortes nos gastos sociais transferem várias atividades do mercado de trabalho para a ação não-remunerada das mulheres, em casa. Ou seja, a dupla jornada de trabalho também se intensifica. A falta de investimento público em creches ou em escolas de tempo integral, por exemplo, reduz os postos de trabalho e faz com que uma parcela das atividades de educação e dos cuidados com as crianças recaia sobre as mães, tias, avós e irmãs. Segundo dados do IBGE, mais de 2 milhões de crianças brasileiras são cuidadas pelas avós.

A inserção das crianças em instituições de educação infantil de qualidade é muito importante tanto para sua socialização quanto para o pleno desenvolvimento de suas habilidades e competências. Falhas na educação infantil repercutem em toda a vida escolar posterior e na vida adulta, pessoal e profissional. Esse é um exemplo concreto de como o empobrecimento e a queda de qualidade de vida das mulheres contribuem para a reprodução ampliada da pobreza.

Trabalho Doméstico de Meninas: Exploração e Risco

O trabalho infantil é proibido no Brasil. Ainda assim, segundo dados divulgados pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), mais de 3 milhões de crianças e adolescentes menores de 14 anos passam o dia trabalhando – na agricultura, em carvoarias, pedreiras, canaviais, oficinas mecânicas, no tráfico de drogas, nos lixões, na prostituição, pedindo dinheiro em semáforos e esquinas. Só o trabalho infantil doméstico envolve quase meio milhão de crianças e adolescentes entre 5 e 17 anos. A maioria absoluta é de meninas (93%), negras (61%), e quase metade tem menos de 16 anos (45%).

Cerca de 50% dessas crianças vêm de famílias que recebem menos de meio salário mínimo mensal e 30% são filhas de pais analfabetos ou com poucos anos de estudo. Considerando-se sem condições de criar os filhos, famílias pobres simplesmente entregam as crianças, principalmente meninas, para uma família de mais posses "criar

e educar". Ao fazer isso, estão na realidade entregando as meninas à própria sorte.

Por ser realizado em ambiente residencial e familiar, longe de qualquer forma de fiscalização, o trabalho infantil doméstico expõe a menina a uma exploração sem controle, baixa remuneração, longas jornadas de trabalho e até a abuso sexual e a outras formas de violência.

As conseqüências desse tipo de trabalho foram demonstradas por dados da Unicef de 1997, divulgados pela Andi: muitas meninas passam a sofrer de doenças nervosas, como problemas estomacais e dores de cabeça, têm seu desenvolvimento psicológico alterado, com amadurecimento acelerado, e, privadas da convivência familiar, deixam de se sentir como parte de um grupo social.

Ainda segundo a Andi, as pequenas empregadas domésticas trabalham muito e ganham muito pouco – quando ganham. Na faixa de 5 a 9 anos, chegam a cumprir até 21 horas por semana, o que é excessivo para a idade, e recebem, em média, 13 reais por mês. Dos 10 aos 14 anos, ganham em média

56 reais mensais e trabalham cerca de 36 horas por semana, contra a média de 26 horas cumpridas por crianças que trabalham em outras atividades. As adolescentes de 15 a 17 anos recebem em média 97 reais por mês e cumprem uma jornada média superior a 43 horas semanais, seis horas além da média trabalhada por mulheres adultas, com idade entre 24 e 65 anos, a qual, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), é de 36 horas semanais.

Desde 2002, a Organização Internacional do Trabalho (OIT) vem desenvolvendo um projeto de erradicação do trabalho infantil doméstico em toda a América Latina, o qual, no Brasil, recebe o apoio do Ministério Público do Trabalho, dos ministérios do Desenvolvimento Social, do Trabalho e Emprego e da Educação e de um grupo de mais de 127 instituições e organizações. Integradas a esse trabalho, a Fundação Abrinq e a Andi vêm promovendo a sensibilização e conscientização da sociedade, por meio de campanhas nos meios de comunicação, e a criação de grupos de ajuda e de oficinas educativas, entre outras ações.

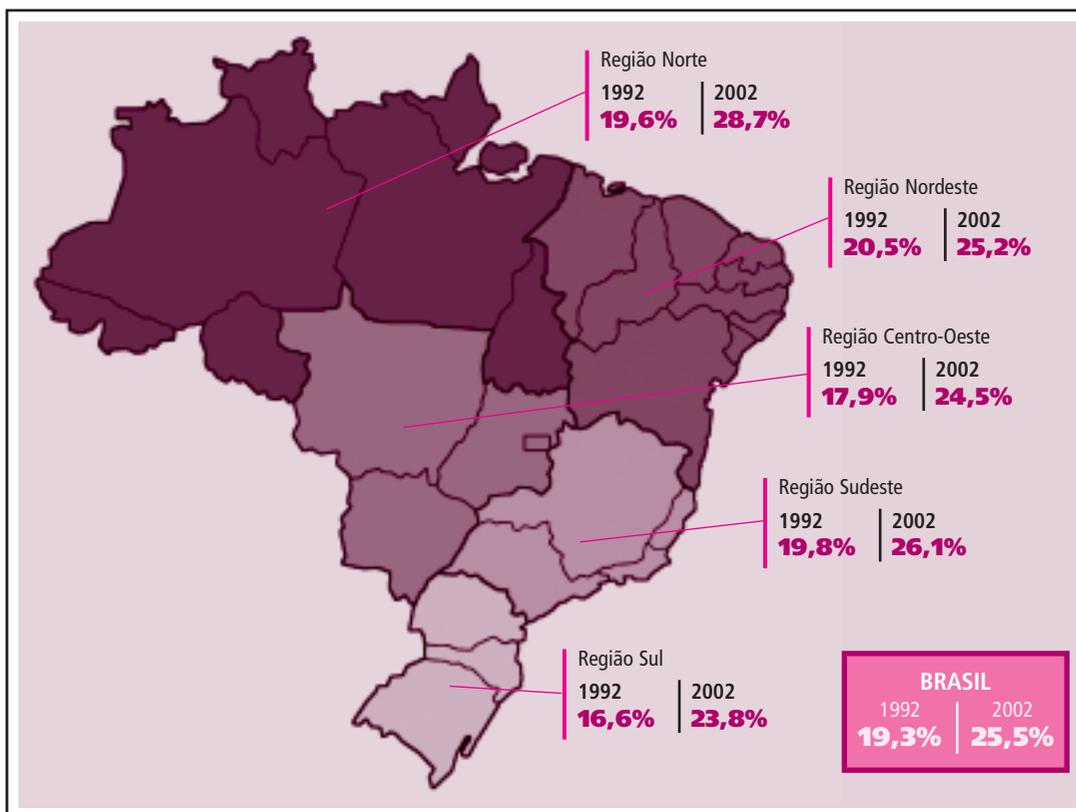
Mulheres Chefes de Família**

Uma das expressões da feminização da pobreza é o número crescente de lares dirigidos por mulheres, cujos ganhos são menores que os dos homens. De acordo com dados levantados em 2003 pelo IBGE/Pnad, em pesquisa por amostragem em todo o país, a renda das famílias chefiadas por mulheres equivale a 75% da renda das famílias chefiadas por homens. Segundo a *Pesquisa de Emprego e Desemprego* realizada no mesmo período pelo Dieese/Seade, em seis regiões metropolitanas, esse índice é ainda menor: 62%.

Embora muitas mulheres vivam e criem seus filhos sem companheiro por opção, as causas mais recorrentes para essa situação são a viuvez, o abandono do lar pelo companheiro e sua migração para outra região. A maioria das mulheres que arcam com as despesas da casa tem baixa escolaridade e já não é jovem – o que se traduz em menores rendimentos e maior dificuldade em conseguir trabalho.

Entre 1992 e 2002, o número de domicílios chefiados por mulheres cresceu 32,1% e hoje representa um quarto dos domicílios brasileiros. Nas áreas urbanas, esse percentual é de 27%; nas áreas rurais, de 13,1%. Cresceu, também, o número de domicílios em que a mulher não tem um parceiro e mantém os filhos sozinha. Os lares nessas condições passaram de 15,1% em 1992 para 17,1% em 1999, segundo o último Censo Demográfico do IBGE.

Domicílios Chefiados por Mulheres



Fonte: IBGE-PNAD

** As mulheres chefes de família são as principais responsáveis pelo sustento da família, tendo ou não um companheiro. A expressão "chefe do domicílio", ou "chefe da família", sempre esteve associada à autoridade e responsabilidade pelos negócios da família e, na maioria dos casos, a mais importante fonte de sustento. No início da década de 1990, as novas pesquisas domiciliares lançadas pelo IBGE passaram a utilizar a designação "pessoa de referência". No Censo 2000, foi usada a expressão "pessoa responsável", que é aquela reconhecida como tal pelos demais moradores do domicílio.

Flexibilização das Relações de Trabalho

Relações de trabalho mais flexíveis têm significados diferentes quando aplicadas a homens ou a mulheres. A flexibilização interna às instituições, que exige integração de tarefas, polivalência, qualificação profissional etc., tende a ser mais acessível aos homens, segundo pesquisas recentes realizadas em países latino-americanos, citadas por Silvia Cristina Yannoulas em seu *Dossiê Políticas Públicas e Relações de Gênero no Mercado de Trabalho*, de 2002. As mulheres teriam menor participação nos processos de reestruturação das empresas pela incorporação de inovações tecnológicas. Já a flexibilização externa, que envolve terceirização de tarefas e horários flexíveis, em geral é obtida mediante o recurso ao trabalho de mulheres, muitas vezes, em empregos precários.

Uma visão panorâmica do cenário do novo mercado de trabalho mostra um grupo de trabalhadores qualificados e bem pagos nas empresas de ponta da cadeia produtiva e uma extensa rede de contratos de prestadores de serviços, com a terceirização de parte da produção e dos serviços como forma encontrada pelas empresas para reduzir custos. Nessas redes predominam contratos flexíveis e relações provisórias ou até mesmo clandestinas.

Trabalho Clandestino: o Caso das Costureiras

A indústria do vestuário foi um dos segmentos da economia mais fortemente atingidos pela concorrência a preços baixos resultante do processo de globalização. Se na década de 1980 o setor empregava na cidade de São Paulo em torno de 125 mil trabalhadores, mulheres em sua grande maioria, hoje o número de empregados não chega aos 70 mil. O processo de

reestruturação desse segmento vem ocorrendo com forte apelo à flexibilização das relações de trabalho. Uma situação comum no setor é a empresa descentralizar o espaço de produção, distribuindo máquinas e matérias-primas pela casa das trabalhadoras. Segundo o Sindicato das Costureiras de São Paulo e Osasco, as mulheres trabalham em casa, sem registro em carteira, e envolvem toda a família na produção, inclusive crianças, por salários baixíssimos.

Pressionadas pelo desemprego e pela falta de suporte social para os cuidados com a família, muitas dessas mulheres consideram a situação até vantajosa, pois podem ficar de olho nos filhos enquanto trabalham.

O sindicato da categoria denuncia que muitos desses trabalhadores entram no país clandestinamente, vindos da Bolívia ou do Paraguai, e vivem na dependência completa de seus empregadores — o que pode configurar trabalho escravo.

Os Condicionantes do Trabalho Feminino

Divisão Sexual do Mercado de Trabalho

Apesar de vivermos num mundo de comunicações instantâneas, de mercado globalizado e de relações de produção extremamente condicionadas pela dinâmica dos avanços tecnológicos, o mundo do trabalho ainda sofre pesada interferência de uma divisão sexual do trabalho, puramente cultural.

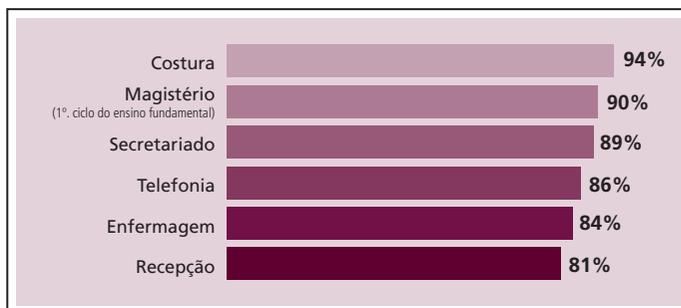
As ocupações femininas concentram-se em atividades derivadas das funções tradicionais, como os serviços domésticos, costura, cuidados com as crianças e com os doentes. Alguns ramos da indústria moderna, como o eletroeletrônico, também empregam mulheres para funções que requerem qualidades culturalmente atribuídas às mulheres, como paciência, docilidade, meticulosidade e delicadeza.

O trabalho considerado feminino, no entanto, não é igual em todos os tempos e lugares. A construção civil, por exemplo, é um dos redutos masculinos no mercado de trabalho em quase todo o mundo, exceto na Índia, onde as mulheres trabalham no setor normalmente, exercendo as mais diferentes funções. A indústria moderna altamente mecanizada, com linhas de produção computadorizadas, nem sequer pode utilizar-se do argumento da força física para não empregar mulheres, já que todas as funções pesadas podem, e devem, ser exercidas por máquinas.

Apesar disso, em pleno século XXI, ainda existem profissões e ramos de atividades que são verdadeiros guetos femininos – em geral espaços de trabalho pouco valorizados socialmente ou cujo valor reconhecido não se traduz em boas remunerações, como a de professora da educação básica.

Guetos Femininos

Ocupação



Fonte: Políticas Públicas e Relações de Gênero no Mercado de Trabalho, Cfemea

Discriminação contra a Mulher e Suas Conseqüências

Existem pelo menos três formas de discriminação da mulher: a direta, a indireta ou não-assumida e a autodiscriminação. A discriminação direta é aquela baseada em regras legais ou institucionais, como o antigo Código Civil Brasileiro, que considerava a mulher como dependente do marido, ou em normas internas de empresas que impediam a contratação de mulheres para determinadas funções. Proibidas por normas internacionais — da ONU e da OIT —, essas regras praticamente foram banidas da legislação dos países ocidentais. No Brasil, são proibidas pela Constituição Federal.

As principais formas de discriminação contra mulheres praticadas atualmente no país são indiretas e não-assumidas. Estruturam-se em práticas cotidianas, em idéias preconcebidas e em estereótipos que atribuem habilidades e competências de acordo com o sexo, a cor da pele, a idade e outros atributos externos para homens e mulheres. Tendem a valorizar a inteligência, a força física, o discernimento e a capacidade de decisão como habilidades masculinas, enquanto as mulheres são afetivas, meticolosas, calmas, inconstantes e indecisas.

Estereótipos se traduzem em "espaços próprios" para cada um dos sexos e também na formação diferenciada para meninos e meninas. E têm como resultado um tipo de discriminação daninha, a autodiscriminação, por meio da qual as próprias mulheres estabelecem limites para seus espaços de atuação, dirigindo-se para as profissões consideradas mais femininas e, normalmente, mais mal remuneradas. É grande o número de mulheres que não ousam se imaginar em espaços profissionais masculinos, como operadoras de máquinas computadorizadas ou pilotas de avião, nem almejam espaços de poder que geralmente são redutos masculinos, como os de diretores de produção, chefes de tecnologia da informação, diretores de empresas, dirigentes sindicais, políticos em cargos executivos etc.

Maternidade — Principal Fator de Discriminação contra a Mulher

Embora a maternidade seja nominalmente valorizada em nossa sociedade e exista uma legislação de proteção às mulheres grávidas, na prática a possibilidade de engravidar, a gravidez e o cuidado com os filhos são os mais fortes motivos de discriminação contra as mulheres no mundo do trabalho. Elas deixam de ser admitidas ou promovidas por causa da possibilidade de gestação, o que sem dúvida representa uma grande perda de talentos para a empresa.

Apesar de a reprodução da espécie dizer respeito ao conjunto da sociedade, as várias tarefas envolvidas com o cuidado das crianças ainda são vistas como atribuições femininas. Exceto a gestação e a amamentação, todos os demais cuidados com as crianças podem ser compartilhados. No entanto, cabe às mulheres a alimentação das crianças, os cuidados com sua saúde, seu acompanhamento escolar etc. Com isso, elas não têm a mesma disponibilidade dos homens para se dedicar ao trabalho, nem sempre podem ficar até mais tarde na empresa ou levar trabalho para casa e, às vezes, faltam ou têm de sair mais cedo por causa das crianças. Isso dificilmente ocorre com os homens. Eles podem ter maior

dedicação ou disponibilidade para o trabalho porque geralmente contam com alguém – uma mulher – para cuidar dos filhos e da casa, mesmo que ela também “trabalhe fora”.

No Brasil, dada a insuficiência das políticas e dos serviços públicos de apoio às famílias e de assistência às crianças, uma mulher com filhos só pode sair de casa para trabalhar se conseguir pôr outra mulher dentro de sua casa para cuidar de sua família e das tarefas domésticas em seu lugar.

Para muitas empresas, a mulher só terá disponibilidade para se dedicar plenamente ao trabalho se não tiver filhos ou se eles já forem adultos – e nesse caso ela pode ser velha demais para disputar bons e bem-remunerados postos de trabalho. Pesquisa realizada no fim da década de 1990 entre mulheres que ocupavam cargos de gerência em indústrias de Belo Horizonte indicava que 47% não tinham filhos e dificilmente teriam, pois já estavam com mais de 40 anos.

A Dupla Jornada de Trabalho

A falta de serviços públicos de qualidade e de uma infra-estrutura de serviços acessível à maioria da população, especialmente aos mais pobres, faz com que o conjunto das tarefas domésticas necessárias para a reprodução da vida cotidiana tenha de ser exercido pelas próprias famílias, principalmente pelas mulheres da família. Após o dia de trabalho em fábricas, lojas, bancos, escritórios e nos mais variados espaços de serviço, as mulheres ainda precisam comprar os alimentos, cozinhar, lavar e passar roupas e manter a arrumação e a higiene doméstica, atividades que também ocupam boa parte de seus fins de semana.

Enquanto as mulheres gastam em média, 4 horas e 30 minutos por dia com tarefas domésticas, os homens empenham 1 hora e 15 minutos, geralmente em atividades de conserto e manutenção da casa. No Brasil, mulheres com maior poder aquisitivo contratam outras mulheres para realizar os serviços domésticos e para cuidar dos filhos. Mesmo assim, têm de gerenciar as empregadas e suas atividades. Mulheres pobres, ao sair para trabalhar, deixam as tarefas domésticas para depois e os filhos pequenos aos cuidados dos maiores, em geral meninas, ou de alguma outra mulher da família ou da vizinhança.

Violência contra a Mulher

Em 2003, as delegacias de polícia do Estado do Rio de Janeiro registraram 31 mil ocorrências de lesões corporais contra mulheres. Nas delegacias paulistas, foram registrados 87 mil casos no mesmo período. As vítimas são mulheres de todas as idades, níveis de instrução e camadas sociais. E os agressores, em sua maioria maridos, namorados, pais, irmãos ou filhos – sempre homens.

Os casos denunciados, segundo os especialistas, representam apenas entre 15% e 20% do número real de ocorrências. Pesquisa da Fundação Perseu Abramo – *A Mulher Brasileira nos Espaços Público e Privado* – realizada em 2001, e considerada a mais abrangente sobre o tema até agora,

indica que 11% das mulheres acima dos 15 anos, o equivalente a 7 milhões de brasileiras, já foram agredidas ao menos uma vez. Os casos que aparecem nas delegacias de polícia envolvem, em sua maioria, a população mais pobre. No entanto, pelo menos 20% dos casos de violência contra as mulheres ocorrem nas classes média e alta. O estresse, a insegurança e o alcoolismo são os fatores desencadeantes, mas as causas residem na educação diferenciada e principalmente na cultura machista, que garante aos homens poder sobre as mulheres.

A violência afeta a saúde física e mental das mulheres, solapando sua autoconfiança e capacidade de trabalho. É impossível ser criativa e produtiva no local de trabalho carregando as marcas físicas e psicológicas do abuso. A experiência da agressão destrói a auto-estima da mulher e a expõe a um risco muito mais elevado de sofrer problemas psicológicos como depressão, estresse pós-traumático, tendência ao suicídio e consumo abusivo de álcool e de drogas.

Desenvolvimento Sustentável com Equidade de Gênero — os Países Nórdicos

Para o Banco Mundial, as mulheres alcançaram a equidade de gênero somente na Dinamarca, na Finlândia, na Noruega e na Suécia, países que conseguiram oferecer a elas amplos direitos de cidadania. Os indicadores utilizados para essa avaliação são a matrícula no ensino médio, a representação parlamentar e a relação de empregos não ligados à agricultura.

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é um indicador criado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Humano (Pnud) para comparar a qualidade de vida das populações de diferentes países.

O índice é calculado com base na esperança de vida, no nível educacional e no poder aquisitivo da população total de um país. A partir de 1995, o relatório de IDH incorporou um componente de gênero, registrando as diferenças de qualidade de vida entre a população masculina e a feminina. Com a incorporação dos dados de gênero, a Suécia, décima colocada no mundo de acordo com o IDH, passaria para o primeiro lugar. Já o Brasil, que na virada do milênio ocupava a 79ª. posição entre os 143 países relacionados no IDH, desceria para a 91ª. posição.

Assim como os demais países nórdicos, a Suécia apostou numa via de desenvolvimento que associava a construção da riqueza com a construção da cidadania social, econômica e

política de toda a sua população, com atenção especial às mulheres. A Finlândia, país considerado pobre no início do século XX e que entrou no novo milênio como o décimo do ranking mundial em expectativa de vida, educação e renda per capita, ilustra como nenhum outro essa atenção à equidade de gênero. Primeiro país do mundo a conceder o direito de voto às mulheres, a Finlândia assistiu no início do século passado a um forte movimento da sociedade civil em prol da educação das mulheres. No pós-guerra, sem apelar para os créditos norte-americanos para sua reconstrução, o país investiu fortemente nas políticas sociais que liberavam as mulheres das tarefas domésticas para poder contar com elas no esforço de reconstrução.

Avanços e Conquistas

O Que Vem Sendo Feito

As mulheres vêm acumulando conquistas em sua trajetória por maior autonomia e equidade. A principal delas é sua crescente participação na população economicamente ativa, sua busca por qualificação e espaço para fazer carreira nas empresas, nos órgãos públicos e nas diferentes organizações da sociedade civil. Sua participação no processo decisório, seja na iniciativa privada, seja na vida pública, tem sido mais lenta, mas também já conta com vários avanços.

Desde os anos de 1980, o movimento de mulheres organizado vem conquistando espaços institucionais – embora nem sempre tenham efetivo poder de decisão e recursos financeiros para atender às demandas do movimento. A lei de cotas, que obriga os partidos políticos a inscrever pelo menos 30% de mulheres entre seus candidatos a cargos legislativos, também tem contribuído para ampliar a representação feminina nos espaços de poder. Cinco dos 23 partidos políticos e as grandes centrais sindicais mantêm políticas de cotas – pelo menos 30% de homens ou de mulheres – para garantir a diversidade em sua direção.

A Constituição brasileira proíbe a discriminação no mundo do trabalho – a diferença de salários, de funções e de critério de admissão em razão de sexo, raça, idade ou estado civil. A exigência de atestado de gravidez ou de esterilização também é proibida por lei. A licença-maternidade e a licença-paternidade são conquistas que vêm sendo ampliadas em acordos coletivos de trabalho e pelas políticas internas de muitas empresas. Tem crescido também o entendimento de que creche e assistência para a educação dos filhos são direitos das crianças, devendo, portanto, ser oferecidas pelas empresas não apenas para as funcionárias mães, mas também para os funcionários pais. Essa política permite que a família possa optar pela melhor assistência quando pai e mãe trabalham fora, garante o direito das crianças e beneficia a companheira dos funcionários quando esta não mantém relações formais de emprego. A lei que proíbe e pune o assédio sexual e a que inclui a violência doméstica no Código Penal, apesar de tratá-la apenas como crime de lesões corporais, também representam avanços.

Nos últimos dez anos, o governo brasileiro vem construindo mecanismos mais democráticos de gestão de políticas públicas, com comitês gestores dos quais participam representantes dos segmentos envolvidos. No caso das políticas públicas voltadas para a geração de trabalho e renda, esses mecanismos têm contribuído para programas de qualificação profissional destinados a mulheres em situação de maior vulnerabilidade, como as chefes de família, as de baixa escolaridade, as jovens e as trabalhadoras rurais. As políticas compensatórias criadas nestes últimos dez anos, como o programa Bolsa-Escola ou, mais recentemente, o Bolsa-Família, ao reconhecerem a mãe da família como interlocutora e beneficiária dos recursos, vêm colaborando para melhorar a condição social de muitas mulheres e crianças. O Programa de Erradicação do

Trabalho Infantil (Peti), por exemplo, conseguiu diminuir em 35% o número absoluto de crianças e adolescentes que trabalhavam em vez de estudar. Segundo pesquisa do IBGE, em parceria com a OIT, esse contingente foi reduzido de 8,4 milhões, em 1992, para 5,5 milhões, em 2001, apesar da grave crise econômica no país e do crescimento da população no período. Ressalva-se porém que, se esses programas entregam os benefícios à mulher como opção mais segura para que os recursos cheguem até as crianças, deveriam também deflagrar uma ampla campanha nacional pela paternidade responsável, sob pena de se tornarem coniventes com uma presumida irresponsabilidade dos pais.

O atual governo brasileiro mostrou-se disposto a ampliar o recorte de gênero nas políticas públicas ao criar a Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, em janeiro de 2003, e atribuir-lhe *status* de ministério.

Princípios Calvert

Os compromissos do Pacto Global com a realização das Metas do Milênio têm contribuído para que as empresas incorporem ou aprofundem o recorte de gênero em suas políticas de responsabilidade social. No plano internacional, um bom exemplo foi dado pela Calvert Group, uma grande organização de previdência privada dos Estados Unidos que pauta seus investimentos pelos critérios de sustentabilidade social e ambiental. Em junho de 2004, o grupo, em parceria com o Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (Unifem), lançou o *Calvert Women's Principles*, um código de conduta corporativa voltado para a promoção da equidade de gênero e fortalecimento das mulheres. Os Princípios Calvert estabelecem as políticas das empresas em relação às mulheres em todas as suas relações — quadros internos, fornecedores, comunidade, consumidoras e nas estratégias de marketing — como um dos critérios para a seleção de seus investimentos em todo o mundo. Além do padrão de conduta, os Princípios Calvert oferecem instrumentos para que o desempenho das organizações na construção da equidade de gênero possa ser avaliado internamente e por seus investidores.

Os princípios propostos pela Calvert têm relação direta com os indicadores utilizados para selecionar seus investimentos a longo prazo, pois a organização acredita que empresas bem governadas, que baseiam sua gestão em práticas de responsabilidade social, têm mais vantagens para lidar com riscos e gerar lucro para seus acionistas a longo prazo. Isso é particularmente verdade para os negócios nas empresas em que as mulheres são tratadas como iguais e desempenham funções de liderança, participando plenamente das tomadas de decisão.

Casos de Referência no Brasil

Políticas de responsabilidade social empresarial com nítido recorte de promoção da equidade entre homens e mulheres ainda são recentes no Brasil, principalmente as voltadas para o público interno das organizações. A revista *Exame* realizou uma pesquisa em 2003 indicando as 40 melhores empresas para as mulheres trabalharem, eleitas pelas próprias funcionárias. Nem todas as organizações relacionadas mantêm políticas explícitas de promoção da equidade de gênero e, muitas vezes, contam apenas com critérios justos de acesso e promoção. Em muitos casos, porém, isso não é suficiente para superar as desvantagens das mulheres no mercado de trabalho, que se expressam na sua reduzida participação na direção e nas gerências das empresas, na menor participação em cursos de capacitação e em um ritmo mais lento na evolução de sua carreira.

Atualmente, a preocupação em garantir as condições para a igualdade de oportunidades começa a ganhar corpo entre as organizações empresariais atuantes no Brasil. Isso pode ser percebido por diferentes indicadores, como a realização de censo interno para mapear a diversidade dentro das empresas e estabelecer novas práticas de seleção e promoção, o estabelecimento de metas para ampliação da participação feminina nos órgãos diretivos ou, ainda, o planejamento de ações de capacitação específicas. Algumas empresas já implantaram políticas claras de valorização das mulheres e seus resultados começam a aparecer.

Os casos relatados não pretendem esgotar os tipos de ação em curso, mas expressam diferentes atitudes voltadas para a valorização das mulheres, seja no interior das empresas, seja nas comunidades onde estão inseridas.

Compromisso com a diversidade e com os grupos em desvantagem social

O ABN Amro Real se propõe a agir no sentido de resgatar o papel dos bancos como agentes de desenvolvimento social, ambiental e econômico. Para que o banco se torne esse estimulador de mudanças, as transformações começam na própria casa — nas políticas e critérios adotados para formatar e oferecer produtos financeiros para os clientes, nos critérios de seleção dos fornecedores e no respeito e valorização da diversidade entre os funcionários.

Desde 2001, com a criação da Diretoria Executiva de Responsabilidade Social, o banco vem promovendo um intenso processo interno de debate e conscientização sobre esse novo papel a ser assumido coletivamente. Um dos temas muito discutidos é como incluir a valorização da diversidade em todos os seus relacionamentos — com funcionários, fornecedores, clientes e a sociedade em geral. Em relação aos funcionários, há o compromisso de ampliar a diversidade no quadro interno, focando o acolhimento de minorias ou grupos em desvantagem social, como negros, pessoas com deficiência e indivíduos com mais de 45 anos.

A situação da mulher e como ampliar a participação feminina no banco também são pautas permanentes do Comitê de Diversidade em funcionamento na empresa, que já realizou pesquisas qualitativas e quantitativas para avaliar, entre outras questões, as melhores estratégias para alavancar a carreira das mulheres na organização.

Atualmente, as mulheres são cerca de 50% do corpo funcional e apenas cerca de 10% do corpo diretivo. Alterar esse quadro já faz parte do Programa de Valorização da Diversidade do ABN Amro Real, assumido não apenas pelo RH, mas pela direção executiva da organização no Brasil.

CONTATO

Lilian Guimarães

diretora-executiva de Recursos Humanos

Tel.: (11) 3174-6542

E-mail: lilian.guimaraes@br.abnamro.com

Site: www.bancoreal.com.br

Investimento na promoção da saúde e da cidadania das mulheres

A Avon é uma empresa dirigida mundialmente por uma mulher, a maior parte de seus funcionários é constituída de mulheres – no Brasil elas são 60% do quadro e ocupam 47% dos cargos de direção. E as mulheres também são a maioria de seu público consumidor. Com essa prevalência de mulheres, era natural que a empresa desenvolvesse vários programas internos para atender às necessidades femininas em geral – ginástica laboral, academia de ginástica e facilidades como manicure, florista e engraxate dentro da companhia – e das mães, em especial – como berçário para que possam amamentar seus filhos durante alguns momentos do expediente.

A companhia investe em programas de saúde da mulher em mais de 50 países, com destaque especial para a prevenção ao câncer de mama e para o condicionamento físico de mulheres de todas as idades. No Brasil, as ações de responsabilidade social da empresa na comunidade são realizadas por meio do Instituto Avon e têm um nítido foco nas mulheres. Um bom exemplo é o programa Saúde Integral da Mulher, em parceria com o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, com o Conselho Estadual da Condição Feminina de São Paulo e com diversos outros conselhos estaduais. É um projeto

de educação sobre a saúde feminina que abrange todas as faixas etárias, da adolescência à menopausa, visando sensibilizar e conscientizar as mulheres sobre seu corpo e seu direito de ser agente da própria saúde e bem-estar.

No terreno da promoção da cidadania, vale destacar o projeto realizado em parceria com o Fundo das Nações Unidas para a Mulher (Unifem) que resultou na produção e distribuição da cartilha Cidadania Também É Beleza, com informações didáticas sobre assuntos que envolvem os direitos, o exercício da cidadania e a promoção da auto-estima das mulheres. Distribuída gratuitamente em todo o Brasil, a cartilha trata de temas como legislação sobre divórcio, investigação de paternidade, registro de nascimento dos filhos e formas de lidar com a violência física, sexual e emocional.

CONTATO

Angela Fioravante

coordenadora de Projetos

Tel.: (11) 5546-7937

E-mail: angela.fioravante@avon.com

Site: www.avon.com.br

Investindo na igualdade de oportunidades

A responsabilidade social está presente nas ações internas e externas do BankBoston – na valorização dos funcionários, nas ações na comunidade e no investimento nos parceiros que conduzem as iniciativas empresariais e sociais da organização. O respeito à diversidade e à igualdade de oportunidades é observado em suas relações.

Um dos projetos para o público externo desenvolvido por meio da Fundação BankBoston é o Geração XXI, uma ação afirmativa inédita no país, que envolve 21 jovens negros – 12 garotas e nove rapazes. Realizado em parceria com o Geledés – Instituto da Mulher Negra e a Fundação Cultural Palmares, e contando com o apoio da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), seu objetivo é garantir a esses jovens condições plenas para seu autodesenvolvimento – boas escolas, acesso aos bens culturais e a outros idiomas, boa alimentação e atenção à saúde. O projeto começou em 1999, quando os jovens estavam na 8ª. série do ensino fundamental, e se estenderá por nove anos, até eles concluírem a universidade. Ao completar dois anos, o Geração XXI desdobrou-se em um segundo

projeto, o Família XXI, focado na capacitação para o trabalho e geração de renda, envolvendo cerca de 100 familiares dos jovens.

Com esse trabalho, o BankBoston tem mostrado que a igualdade de oportunidades é condição essencial para que as pessoas possam desenvolver todo o seu potencial, independentemente do sexo e da cor da pele.

A diversidade também é um valor cultivado nas relações de trabalho internas ao banco. As mulheres compõem quase metade de seu quadro funcional (49%) e é crescente a participação feminina nas gerências, atualmente com 32%, e nos cargos de direção, dos quais 26% são hoje ocupados por mulheres.

CONTATO

Sonia Favaretto

superintendente-executiva de Recursos Humanos do BankBoston e da Fundação BankBoston

Tel.: (11) 3398-4181

E-mail: brazil-fundacaobkb@bkb.com.br

Site: www.bankboston.com.br

Comitê de Diversidade amplia o debate contra preconceitos

Desde o ano passado, a Basf já tem seu Comitê de Diversidade no Brasil. A iniciativa é o ponto de partida para a formação do Conselho Regional de Diversidade da Basf na América do Sul. A exemplo do que acontece nas unidades do Grupo Basf ao redor do mundo, o Comitê de Diversidade brasileiro tem a missão de estabelecer estratégias para ampliar o debate e o estímulo à diversidade na empresa, contribuindo para combater diferentes formas de preconceito.

Para formar o comitê, foi escalado um time de homens e mulheres negros, amarelos e brancos. Essa composição é estratégica e atende ao primeiro propósito do comitê, que é trabalhar com os temas da mulher e do negro, que ainda encontram obstáculos à ascensão profissional nas empresas. "Queremos incorporar os princípios da não-discriminação à cultura da organização, favorecer a formação de uma liderança competente, com características multiculturais, que nos processos decisórios leve em conta os fatores étnicos e de gênero", explica Rui Goerck, vice-presidente da Basf e gestor responsável pela implementação do Conselho de Diversidade na América do Sul. Para a empresa, a política de promoção da diversidade tem como principais resultados o estímulo a seus profissionais e a atração, retenção e desenvolvimento de talentos.

O Comitê de Diversidade brasileiro começou a se reunir em julho de 2003. Nesta primeira fase, que vai até dezembro de 2004, suas atividades estão

voltadas para sensibilizar e mobilizar a liderança da organização para o tema. No primeiro semestre de 2004 realizou-se uma pesquisa qualitativa entre os líderes de diversas áreas da empresa a fim de detectar o conhecimento sobre o assunto, bem como as dificuldades e potencialidades para a valorização da diversidade dentro de cada área. Com base no resultado dessa pesquisa e em experiências já realizadas por outras empresas, o Comitê Gestor está preparando um guia que tem como objetivo auxiliar os gestores nessa tarefa. Com esse documento, será realizado um módulo de treinamento para a liderança.

A Basf também incorporou a questão da diversidade como um dos critérios de seleção para o Projeto Crescer, principal investimento social da empresa. Lançado no início da década de 1980 para apoiar a formação profissional e social de adolescentes, o programa já atendeu 565 jovens de São Bernardo do Campo e de Guaratinguetá, municípios paulistas em que a Basf mantém seu parque industrial. Entre os 120 participantes, incluem-se negros, garotas e 15 deficientes físicos.

CONTATO

Alessandra Marucci

coordenadora de Comunicação Social

Tel.: (11) 4347-1976

E-mail: alessandra.marucci@basf-sa.com.br

Site: www.basf.com.br

Uma empresa em que as mulheres são maioria

Para O Boticário a responsabilidade social permeia a condução dos negócios e faz parte do seu modelo de gestão. A promoção da diversidade é cultivada, pois a empresa considera que a convivência entre pessoas de raças, idades, capacidades e gêneros diferentes proporciona o crescimento de todos e faz bem para os negócios. Atuando na área de cosméticos e perfumaria, que tem nas mulheres seu público majoritário, a empresa é extremamente sensível às questões femininas.

As mulheres são maioria na empresa – representam 65% do quadro funcional e 60% dos cargos de direção. A assistência médica oferecida é adaptada à maioria feminina e inclui orientação nutricional e tratamentos não-convencionais, como acupuntura, medicina ortomolecular, psicoterapia e tratamento de varizes. A maternidade é valorizada de várias formas. O programa Essência de Vida, implantado em 1999, oferece orientações às futuras mães para todas as fases da gestação, para o parto e para o pós-parto. São 14 encontros vivenciais em grupo, que somam cerca de 21 horas, realizados durante o horário de trabalho.

O Boticário mantém o Centro Educacional Annelise Krigsner e oferece para os filhos de seus funcionários um programa de educação infantil em horário integral, até os 6 anos de idade ou até concluírem o Jardim III. A proximidade entre o centro educacional e as instalações da empresa permite que as mães amamentem seus filhos até os 6 meses, em horários negociados com a empresa, e

que pais e mães possam acompanhar mais de perto o desempenho escolar das crianças. As funcionárias que precisam utilizar serviços de outras entidades têm reembolso mensal de despesas com educação infantil para os filhos dos 4 meses aos 6 anos, ou até que eles concluam o Jardim III. A Associação dos Funcionários põe à disposição de todos, incluindo os familiares dos associados, academia de ginástica e salão de beleza.

O Boticário também investe na valorização da figura feminina por diversos meios. Em parceria com o Conselho da Condição Feminina de Curitiba, por exemplo, promove o Prêmio Escalada Feminina, para mulheres que se destacam por seu trabalho na comunidade. O Projeto Mulher 500, que resgata a participação feminina na formação e desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro, realizado em parceria com a Rede de Desenvolvimento Humano e com a Fundação Avina, resultou no livro Um Rio de Mulheres. A empresa também patrocinou recentemente a obra Mulheres Que Abrem Passagem – e o Que os Homens Têm a Ver com Isso, do pesquisador Júlio Lobos, que traça um perfil da mulher executiva no Brasil.

CONTATO

Márcia Valéria Gonçalves Vaz
coordenadora de Recursos Humanos
Tel.: (41) 381-7952
E-mail: marciagv@boticario.com.br
Site: www.boticario.com

Empresa realiza censo interno para iniciar seu Programa de Valorização da Diversidade

O Programa de Valorização da Diversidade da CPFL foi lançado em dezembro de 2003, e uma das primeiras ações planejadas pelo Comitê de Diversidade da empresa foi a realização de um censo interno, no primeiro semestre de 2004. O objetivo dessa ação foi obter um perfil mais realista do quadro de funcionários da empresa para poder atuar sobre ele.

Partindo do pressuposto de que a diversidade é uma riqueza, o censo possibilita elaborar planos de ação para estimulá-la, permitindo à empresa avaliar seus processos e políticas internas, bem como planejar ações afirmativas a partir da identificação de situações críticas. Os resultados do censo – que começaram a ser debatidos internamente no final de julho de 2004 – também contribuem para promover a mobilização de colaboradores para um melhor entendimento dos princípios do Programa de Valorização da Diversidade.

A realização do censo, coordenada pela área de Recursos Humanos, foi precedida de uma ampla divulgação de seus objetivos e do posicionamento da CPFL a favor da diversidade, procurando afastar qualquer preocupação em relação ao uso das informações que não fosse o de contribuir para a valorização da diversidade.

O censo propriamente dito foi um amplo processo de mobilização para que todos os funcionários atualizassem as informações a seu respeito no banco de dados da área de Recursos Humanos, por meio da intranet da empresa ou, em alguns poucos casos de afastamento ou licença, por meio de um questionário impresso. A pesquisa contou com questões de diversidade que geralmente estão

ausentes nos estudos sobre perfil de colaboradores, como religião, raça ou cor, todas elas baseadas em autodeclaração.

A questão da deficiência não foi tratada no levantamento. Os dados constantes do censo se referem ao último exame médico obrigatório, relativo ao período de março a agosto de 2003. Considerou-se que essa fonte seria mais fidedigna, evitando-se distorções por omissão ou uma autodeclaração de deficiência sem respaldo na legislação em vigor.

Para a CPFL, o censo interno é o marco zero em relação a outros processos anuais de levantamento de informações sobre o público interno. Os desafios enfrentados pela empresa na valorização da diversidade são semelhantes aos das demais grandes empresas no país, como revelado na pesquisa Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas, do Instituto Ethos. Contudo, a iniciativa de realizar o censo oferece uma poderosa ferramenta para leitura da realidade interna, das barreiras e das possibilidades de superação das disparidades encontradas, além de se tornar importante fonte para a oferta de informações para diferentes públicos, internos e externos à empresa.

CONTATO

Wagner Celeste Pereira

gerente de Recursos Humanos

Telefone: (19) 3756-8709

e-mail: wagner.pereira@cpfl.com.br

site: www.cpfl.com.br

Licença-maternidade ampliada e adequação da linha de produção para as mulheres

Empresa química localizada no interior paulista, a Fersol constatou que a prática de contratar segmentos historicamente excluídos tem sido um fator importante para o sucesso dos negócios. Quando uma vaga é disputada por homens e mulheres em igualdade de condições, a política da empresa é dar prioridade para as mulheres e, entre elas, para as negras. Hoje, dos seus 270 empregados, 61% são mulheres, proporção que também é mantida nos cargos de chefia e de gerência. A meta da empresa é chegar a 65% de mulheres em seu quadro de funcionários até 2005.

A Fersol não tem distinção de salários para funções iguais, e todos os cargos podem ser ocupados tanto por homens quanto por mulheres. Para garantir essa política, a empresa adaptou sua linha de produção para que as mulheres possam ocupar, sem prejuízo ou dificuldades adicionais, até cargos tradicionalmente masculinos, como o de operador de empilhadeira.

Com tantas mulheres em seus quadros, a empresa dá atenção especial para a informação sobre saúde, proteção à maternidade e direitos da criança. Os cursos sobre direitos reprodutivos, planejamento familiar, parto natural, amamentação, doenças do aparelho reprodutivo e doenças sexualmente transmissíveis são para todos os funcionários.

Para garantir a presença dos pais junto aos recém-nascidos, a empresa ampliou a licença-maternidade e a licença-paternidade. Além dos 120 dias

previstos em lei, as mulheres ganharam mais um mês de afastamento, e ainda podem requisitar suas férias para o mesmo período. Assim, recebendo seu salário integral, conseguem ficar seis meses junto ao filho, podendo amamentá-lo convenientemente.

A licença-paternidade foi ampliada de cinco para trinta dias. Além disso, o pai também pode requisitar suas férias para esse período, ficando então dois meses com o recém-nascido. A única condição exigida é a de que ele viva com a mãe da criança. Esses benefícios também podem ser requisitados para funcionários que adotem crianças de até 6 meses de idade e valem para casais heterossexuais ou homossexuais.

O auxílio-creche é entendido como um direito da criança e, por isso, é concedido a todos os funcionários com filhos pequenos, sejam homens, sejam mulheres. O valor oferecido é maior que o determinado por lei e o tempo do benefício também — de um a quatro anos a mais, dependendo dos serviços disponíveis na cidade onde o funcionário mora.

CONTATO

Rosa Mancheski

responsável pelo Terceiro Setor

Tel.: (11) 4026-6211

E-mail: rosa.mancheski@fersol.com.br

Site: www.fersol.com.br

Uma rede mundial para promover o crescimento das mulheres na empresa

A GE é uma empresa diversificada de tecnologia, mídia e serviços financeiros, que opera em mais de 100 países e emprega mais de 300 mil pessoas. Em todas as suas frentes de atuação, pauta-se por uma política de promoção da diversidade, que considera estratégica para o bom andamento dos negócios. Segundo Jack Welch, ex-presidente mundial da organização e responsável pela implantação dessa política, "se a GE quer competir com sucesso em mercados globais, reunindo seus melhores talentos, precisa quebrar as barreiras culturais que impedem a contratação, o desenvolvimento profissional, a promoção e a retenção das diversidades".

Como parte dessa política de promoção da diversidade, a empresa mantém o GE Women's Network (GEWN), um fórum constituído basicamente por mulheres que tem por objetivo estimular o desenvolvimento profissional das funcionárias da empresa, contribuindo para criar parâmetros e mecanismos para a formação de lideranças femininas na organização. Instituído nos Estados Unidos em 1997, o GEWN assumiu proporções internacionais graças aos resultados alcançados. No Brasil, foi implantado em outubro de 2000 e realiza, em média, dois encontros por ano.

Os temas tratados em cada reunião incluem a apresentação de experiências e trajetórias de mulheres de sucesso no mercado de trabalho e na organização, elementos para o gerenciamento da carreira, as perspectivas e dilemas vividos pelas

mulheres dentro do mundo dos negócios e as questões relativas à condição feminina nas empresas brasileiras.

Para tratar desses temas são convidados homens e, principalmente, mulheres executivas, não apenas da organização, mas também de outras grandes empresas de projeção mundial, além de especialistas em diversos campos relativos às relações de trabalho e carreira no mundo empresarial. Em 2004, já foram realizados três encontros: dois cafés-da-manhã com a participação de executivas que atuam em outros países e, em março, um amplo fórum reunindo 83 mulheres de todas as instalações da empresa no Brasil.

Desde a virada do milênio, a participação feminina na GE do Brasil vem crescendo ano a ano. Em 2004, elas representam 20% do total de funcionários, 18% dos gerentes juniores, 19% dos gerentes seniores e 9% da diretoria. A organização já conta atualmente com duas executivas brasileiras na chefia de operações para toda a América Latina.

CONTATO

Simone Trewikowski

consultora de Recursos Humanos

Tel.: (11) 3067-8103

E-mail: simone.trewikowski@corporate.ge.com

Site: www.ge.com.br

Política de diversidade para promover talentos na empresa e na comunidade

A primeira contratação de uma mulher na IBM foi em 1934, nos Estados Unidos. Doze anos depois, a organização adotou a política de que as mulheres poderiam pedir afastamento na época da maternidade, além dos períodos legais, sem perder seu posto de trabalho – atualmente esse prazo é de três anos. Com uma participação feminina crescente, a IBM foi desenvolvendo programas para atender às necessidades de suas funcionárias e garantir suas oportunidades de carreira. Atualmente, as mulheres representam 30% do grupo de funcionários na IBM Corporate e 23% dos cargos de direção. No Brasil esses números são, respectivamente, 35% e 27%. A empresa mantém uma política de estímulo à carreira de mulheres tanto em seus quadros quanto na comunidade.

A IBM se preocupa em promover e reter talentos e, para isso, investe na qualidade de vida de seus funcionários, garantindo condições que ajudem a harmonizar a vida pessoal e profissional. Organiza censos internos para conhecer suas necessidades e mantém o seu Comitê de Diversidade, no qual atuam mulheres, negros, portadores de deficiência, homossexuais, bissexuais e transexuais, com políticas específicas para cada grupo.

A flexibilidade no trabalho é um dos pilares da estratégia de diversidade da IBM, e a empresa oferece suporte e ambiente para que isso se realize. Mantém ainda vários programas de apoio aos funcionários com filhos – homens e mulheres – e um programa de benefícios específico para casais homossexuais.

A companhia também procura promover a igualdade de oportunidades e a diversidade no mercado de trabalho e nas comunidades. Um dos programas que desenvolve com esse objetivo é o Explorando Interesses em Tecnologia e Engenharia (Exite), uma iniciativa mundial da IBM, que

pretende estimular o interesse de meninas por profissões ligadas à área tecnológica.

No Brasil, o Exite beneficia também portadoras de deficiência e minorias, e já está em seu terceiro ano consecutivo. Em 2002, o programa focou sua ação em meninas deficientes visuais alunas do Instituto Benjamim Constant, no Rio de Janeiro. Participaram 23 garotas, na faixa etária dos 11 aos 24 anos, que realizaram várias atividades com o objetivo de despertar seu interesse pela área de tecnologia, como pesquisas na internet e palestras sobre as experiências profissionais de executivas da IBM. As meninas aprenderam a usar o software IBM Home Page Reader (HPR), que foi criado especialmente para o deficiente visual poder navegar na internet, pois transforma os textos dos sites em voz audível, por meio de um sintetizador. Além das alunas, cinco professoras do Benjamim Constant participaram do treinamento, a fim de se tornar multiplicadoras.

Em 2003, o Exite envolveu 28 meninas indígenas de diversas tribos da Federação das Organizações Indígenas do Alto Rio Negro, em São Gabriel da Cachoeira, Amazonas. Por três dias, elas obtiveram noções básicas de computação, fizeram pesquisas na internet, visitas a sites selecionados e se comunicaram com funcionários da IBM de vários pontos do Brasil.

Em outubro de 2004, as ações do programa serão realizadas com meninas afro-descendentes ligadas a uma ONG do Rio de Janeiro.

CONTATO

Vera Dias

gerente de Comunicação

Tel.: (21) 2132-5252

E-mail: comunica@br.ibm.com

Site: www.ibm.com.br

Relacionamentos focados na prática da diversidade e na inclusão social

O respeito à diversidade é um dos valores que orientam a conduta interna e externa da Multibrás, indústria de eletrodomésticos com sede no Paraná, e está presente nos processos de seleção de pessoal e de promoção interna. A organização acompanha a evolução da participação de diferentes grupos em seus quadros e está implantando mecanismos para medir a rotatividade por gênero. Suas metas de participação feminina no conjunto dos funcionários e nas posições de liderança são estabelecidas anualmente no Balanced Score Card da empresa. Nos últimos três anos, a participação feminina no quadro funcional da empresa cresceu de 19% para 23%, mantendo-se em 15% nos cargos de direção.

O foco para o direcionamento das ações de responsabilidade social da organização para o vetor "comunidades" foi definido após diversas pesquisas. A mais importante indicava que a grande maioria dos projetos sociais no Brasil tinha como alvo a criança. Outra revelava que 95% dos consumidores de produtos de linha branca são mulheres. Com base nesse cenário, a empresa optou pelo desenvolvimento de um projeto voltado para a mulher, protagonista dentro dos lares e, portanto, a maior multiplicadora da educação e do bem-estar na família e na comunidade.

Nesse universo nasceu o Consulado da Mulher, um espaço de educação e capacitação para geração de trabalho e renda que promove a cidadania da mulher por meio da melhoria da qualidade de vida e da mudança nas relações de gênero.

Inaugurados em 2002, em Rio Claro, São Paulo, e em Joinville, Santa Catarina, esses espaços recebem

cerca de 2 mil mulheres todos os meses para participar de seus programas de geração de trabalho e renda, arte e cultura, corpo e mente e inclusão digital. São promovidas oficinas de pintura em tecido, bordado, crochê, culinária, informática e idiomas, entre outras. As oficinas e os acompanhamentos dos grupos são realizados por voluntários da Multibrás ou da própria comunidade, especialmente capacitados para essas tarefas. Durante o processo, as mulheres são convidadas a participar de palestras sobre gênero, empreendedorismo popular e associativismo, além de receber assessoria da Banca da Empreendedora Popular – balcão de informações para as pessoas interessadas em montar o próprio negócio.

Em Rio Claro, o Consulado da Mulher mantém ainda uma incubadora de cooperativas populares nas áreas de lavanderia, padaria e costura. Em Joinville, desenvolve quatro grupos de cooperativas.

Os resultados desse trabalho já começam a se tornar visíveis. Mulheres que participam das atividades do Consulado estão montando o próprio negócio e se integrando a cooperativas de produção em sua cidade.

CONTATO

Inês Meneguelli Acosta

coordenadora-geral do Consulado da Mulher

Tels.: (011) 5586-6077 e 5586-6183

E-mail: ines_meneguelli@multibras.com.br

Site: www.consuladodamulher.com.br

Número de mulheres nos cargos de direção proporcional ao total de mulheres na organização

A Xerox mantém em todas as suas unidades espalhadas pelo mundo um programa de direcionamento de suas políticas de RH voltado para garantir oportunidades iguais de crescimento e de carreira para todas as pessoas que trabalham na organização. Procura sempre contratar e promover os profissionais com base em seu perfil, capacitação, habilidades e contribuição que possam dar para a organização alcançar seus objetivos de negócio, independentemente de gênero, raça, religião ou opção sexual. Consciente da importância da diversidade para seu bom desempenho, a corporação procura, por exemplo, garantir que o número de mulheres em cargos gerenciais seja proporcional ao total de mulheres na organização.

A Xerox Corporation é dirigida por uma mulher, e profissionais do sexo feminino ocupam altos cargos na organização, inclusive no Brasil, onde a empresa conta com executivas seniores. Os salários são rigorosamente iguais para homens e mulheres nas mesmas funções, e a inclusão de dependentes nos planos de saúde da empresa não é prerrogativa dos homens, mas de todos os empregados.

A política de direcionamento de oportunidades e de carreiras do RH faz parte do plano de trabalho anual da empresa — o Plano de Excelência de Performance (PEP) —, que serve de parâmetro para a avaliação anual de todos os seus executivos. No Brasil, a empresa já promoveu workshops específicos para o público feminino interno, a fim

de conhecer suas expectativas e testar sua percepção dos resultados obtidos nas avaliações realizadas, além de orientar e tirar dúvidas sobre a carreira na organização. O plano de direcionamento do RH envolve os profissionais de recursos humanos da Xerox Corporation e dos RHs locais, além do Comitê Executivo e do próprio presidente da empresa.

Os resultados dessa política podem ser medidos, por exemplo, nas pesquisas periódicas de clima organizacional, que demonstram um aumento constante da satisfação do empregado quanto à questão "tratamento consistente para todos".

Foi identificada, também, a oportunidade de ganhos de produtividade. Quando o empregado é reconhecido por sua qualificação profissional e pelas contribuições que dá, ele se torna mais objetivo na busca de metas pessoais. Trabalha-se melhor sabendo-se que existem mecanismos justos de reconhecimento, e, com isso, os resultados de negócio são alcançados mais rapidamente.

CONTATO

Cida Cunha

gerente de Comunicação Corporativa

Tel.: (21) 2271 1689

E-mail: cida.cunha@bra.xerox.com

Site: www.xerox.com.br

O Que Pode Ser Feito

A seguir, reunimos um conjunto de ações que procura responder às diversas situações detectadas em pesquisas sobre a situação da mulher no mundo do trabalho e às demandas das mulheres apresentadas por meio de suas organizações da sociedade civil, em estudos, documentos e conferências sobre o tema da equidade de gênero.

As empresas que desejem aceitar esse desafio e aprofundar suas políticas de responsabilidade social, contribuindo para o fortalecimento das mulheres e para a promoção da igualdade de oportunidades para ambos os gêneros, têm um bom guia de ação nos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. A plataforma apresentada a seguir tomou por base esses indicadores, bem como políticas propostas e implementadas por organizações empresariais no Brasil e no exterior. Nela se discute o âmbito em que o compromisso pela equidade de gênero deve ser assumido, demonstra-se a necessidade de a empresa conhecer a realidade de gênero entre seus colaboradores e, por fim, apresentam-se sugestões para a construção de uma política de equidade não apenas nas relações internas, mas também no relacionamento com a comunidade e com as demais empresas de sua cadeia de negócios.

Plataforma de Ações de Responsabilidade Social Empresarial para a Promoção da Equidade entre Homens e Mulheres

Compromisso público com a igualdade de oportunidades para homens e mulheres

O compromisso da empresa de combater a desigualdade de gênero em todas as suas relações, internas e externas, deve ser público e integrar seu plano de ações estratégicas, com definição de metas a serem atingidas e de parâmetros para medir e monitorar o progresso alcançado. Tornar públicos esses compromissos e incluí-los no plano estratégico da empresa criam as condições para que eles sejam de fato implementados.

Avaliação da situação de gênero

A realização de um censo interno permite à empresa conhecer a realidade de gênero efetivamente praticada, observando também as relações raciais. O censo deve:

- Avaliar a proporção de homens e de mulheres no conjunto dos empregados, em todos os segmentos da empresa e em todos os níveis hierárquicos, observando-se, também, a porcentagem de negros e de negras;
- Observar os níveis salariais de homens e de mulheres em todas as funções, calculando-se as diferenças médias e por função;
- Calcular o tempo de progressão funcional de homens e de mulheres;
- Medir as expectativas quanto à capacitação e observar se há proporcionalidade entre o número de homens e o de mulheres que realizam cursos de capacitação ou especialização, na empresa ou fora dela, ou que recebem estímulo para isso, em relação ao total de funcionários de cada sexo.

O questionário utilizado na pesquisa *Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas*, do Instituto Ethos, pode ser adotado pela empresa como instrumento para a realização do censo interno. Ele está disponível no final desta publicação e também na área "Publicações Ethos" do site do Instituto Ethos (www.ethos.org.br).

Políticas de Promoção de Equidade para o Público Interno

O melhor caminho para promover a equidade de gênero é garantir que as políticas salariais, de contratação, promoção etc. eliminem toda possibilidade de discriminação e de estereótipos relativos ao sexo, à raça ou à cor dos funcionários. A participação de mulheres nos cargos de direção e de gerenciamento da empresa é um indicador do compromisso da organização com a equidade de gênero.

- Recrutar e indicar mulheres para posições gerenciais e cargos de diretoria, assegurando sua participação nas tomadas de decisão e na gestão, em todos os níveis e áreas do negócio;
- Assegurar que os salários e benefícios, incluindo os de previdência social pública e privada, sejam iguais para homens e mulheres em trabalhos equivalentes;
- Estabelecer metas de contratação, treinamento e promoção com vistas à equidade de gênero em todas as áreas da empresa e em todos os níveis hierárquicos;
- Estimular as funcionárias mulheres a realizar cursos de capacitação e de especialização, para progredirem na carreira;
- Proibir tomadas de decisão relativas a contratação, demissão ou promoção de mulheres baseadas no fato de elas serem ou não casadas, no *status* do marido, se têm ou não filhos ou em sua condição reprodutiva;

- Promover a adequação dos espaços de trabalho e dos equipamentos para que sejam compatíveis com as condições físicas das mulheres;
- Estimular a participação das mulheres nas organizações internas da empresa, como Cipa, comitês de produtividade e comissões de fábrica, como maneira de garantir que suas demandas sejam consideradas nesses organismos;
- Proibir atividades no ambiente de trabalho que possam intimidar as mulheres empregadas ou restringir de alguma forma sua liberdade.

Políticas de saúde, bem-estar e proteção contra a violência

A adoção de políticas de saúde, segurança e bem-estar para as mulheres que trabalham faz parte das ações para a construção da equidade de gênero.

- Conceder dispensa às mulheres que estão em tratamento ou precisando de cuidados médicos;
- Facilitar às mulheres informações sobre gravidez e contracepção e garantir-lhes segurança no emprego durante a gravidez e no pós-natal, possibilitando-lhes ausentar-se do trabalho para acompanhamento pré-natal, licença-maternidade e licença para amamentar e cuidar dos filhos;
- Estimular a paternidade responsável, com a sensibilização dos funcionários que são pais para assumirem papel ativo no cuidado e manutenção dos filhos, licença-paternidade, possibilidade de licença para cuidar de filhos doentes e fazer o acompanhamento da vida escolar;
- Considerar creche e assistência à educação como direitos das crianças, acessíveis tanto aos filhos das funcionárias quanto aos dos funcionários;
- Proibir e sensibilizar os funcionários para que evitem todas as formas de violência no local de trabalho, incluindo agressão física, sexual ou verbal, manter canais de denúncia de tais agressões, que preservem a integridade de denunciantes e denunciados, e ter políticas claras e amplamente divulgadas de punição para tais atos;
- Sensibilizar os funcionários para que evitem todas as formas de violência doméstica contra as mulheres – mães, esposas, filhas, irmãs, empregadas – e contra as crianças;
- Sensibilizar os funcionários para que dividam igualmente com a companheira as tarefas domésticas e os cuidados com os filhos;

- Garantir a segurança das mulheres empregadas ou prestadoras de serviço no local de trabalho e procurar garantir-lhes condições seguras de locomoção entre a casa e o local de trabalho;
- Proibir discriminação contra mulheres com problemas de saúde, incluindo portadoras de HIV.

Compromissos com a comunidade

A empresa tende a ser um pólo irradiador nas regiões e comunidades onde está inserida, podendo contribuir de diferentes formas para a ampliação da equidade de gênero nesses locais:

- Apoiar ou desenvolver ações para promover e aprimorar a educação e as oportunidades profissionais de garotas e mulheres na comunidade em que a empresa está inserida;
- Apoiar ou promover campanhas na comunidade contra a violência direcionada a mulheres e meninas e pelo estímulo à paternidade responsável;
- Apoiar campanhas na comunidade ou promover a instalação de serviços públicos que contribuam para reduzir o peso das tarefas domésticas e do cuidado com os filhos, como creches e escolas de tempo integral, serviços de saúde, restaurantes populares, lavanderias públicas etc.

Compromissos na cadeia de negócios

As empresas comprometidas com a equidade de gênero devem estimular esse princípio em toda a sua cadeia de negócios, nas políticas de marketing, na seleção de fornecedores e nos critérios de parceria e financiamento.

- Evitar políticas de marketing que apelem para estereótipos sexuais e atentem contra a dignidade das mulheres;
- Promover e estimular negócios e empreendimentos dirigidos por mulheres, incluindo microempresárias, concedendo-lhes crédito e procurando realizar financiamentos justos;
- Cuidar para que seus fornecedores e parceiros respeitem os direitos trabalhistas de seus empregados e prestadores de serviços e assegurar-se de que não sejam praticadas relações de trabalho não-legais, ilegais ou clandestinas em toda a cadeia produtiva, o que muitas vezes ocorre em segmentos que empregam grande número de mulheres;
- Estimular todas as empresas participantes da cadeia de negócios a adotar políticas de valorização da mulher e de promoção da equidade de gênero em suas relações internas e externas.

Dez Compromissos para a Valorização da Mulher

Este conjunto de dez pontos sintetiza as grandes questões que precisam ser enfrentadas e solucionadas para valorizar a mulher na empresa e no mercado de trabalho em geral.

- 1.** Garantir igualdade de oportunidades de acesso ao emprego e de desenvolvimento de carreira, promovendo, quando necessário, capacitação específica para permitir o progresso funcional das mulheres na empresa.
- 2.** Garantir salários iguais para funções iguais ou equivalentes.
- 3.** Assegurar que a participação de mulheres nos órgãos de direção seja proporcional ao total de mulheres no quadro funcional.
- 4.** Comprometer-se com a proteção da maternidade e com a defesa dos direitos das crianças.
- 5.** Proteger as funcionárias contra a violência física, sexual ou moral no local de trabalho.
- 6.** Sensibilizar os funcionários homens para a divisão das tarefas domésticas, para a paternidade responsável e para que evitem toda forma de violência contra mulheres e crianças.
- 7.** Respeitar o direito de livre associação dos funcionários e estimular as funcionárias a participar das organizações de trabalhadores internas à empresa.
- 8.** Proibir estratégias de marketing que estimulem o tratamento desigual entre os sexos.
- 9.** Apoiar empreendimentos liderados por mulheres por meio de créditos e contratos de fornecimento de produtos e serviços e promover oportunidades de educação para mulheres e meninas na comunidade.
- 10.** Estimular a equidade de gênero entre fornecedores e parceiros.

Censo Interno

Para facilitar o trabalho das empresas que desejam realizar seu censo interno, incluímos nesta publicação o questionário utilizado pelo Instituto Ethos ao fazer a pesquisa *Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas*, publicada em 2003. Este questionário também está disponível na área "Publicações Ethos" do site do Instituto Ethos (www.ethos.org.br).

Diversidade e Eqüidade: Ferramenta de Auto-Avaliação

Instruções Gerais de Preenchimento do Questionário

O questionário está dividido em três partes. A primeira, da página 1 à 4, contém perguntas sobre o perfil da empresa (diretrizes, implementação de ações, opiniões sobre o quadro funcional etc.) e deverá ser preenchida pelo(a) executivo(a) responsável pela organização. A segunda e a terceira parte, da página 5 à 9, contém perguntas para levantar o perfil do quadro executivo e funcional da empresa e poderão ser preenchidas pela pessoa responsável pelo RH ou por alguém indicado.

Na parte 2, que compreende os quadros 1 e 2, cada linha do questionário deve ser preenchida com os dados de um membro da diretoria ou da gerência. Se o número de diretores ou de gerentes ultrapassar a quantidade de linhas disponíveis, tire quantas cópias forem necessárias para completar as informações de forma adequada.

Na parte 3, que compreende os quadros 3 e 4, os espaços devem ser preenchidos levando-se em conta o número total de funcionários daquela categoria, de acordo com cada critério (gênero, raça ou cor, faixa etária etc.). Assim, se, por exemplo, os funcionários que se enquadram na categoria de chefia, supervisão e coordenação forem 100, o número constante na divisão por gênero ou por faixa etária deverá sempre totalizar 100 funcionários em cada uma.

Parte 1

(A ser preenchida pelo executivo responsável pela organização)

Identificação da Empresa

(PREENCHIMENTO DE IDENTIFICAÇÃO NÃO OBRIGATÓRIO)

Nome da empresa: _____

Nome do respondente: _____

Cargo do respondente: _____

Setor da Atividade Primária da Empresa (indique abaixo)

- | | |
|--|-----------------------------------|
| 1. () Água e Saneamento | 14. () Mineração |
| 2. () Alimentos e Produção Agrícola | 15. () Papel e Celulose |
| 3. () Bebidas e Fumo | 16. () Plásticos e Borracha |
| 4. () Comércio Atacadista | 17. () Química e Petroquímica |
| 5. () Comércio Exterior | 18. () Serviços Especializados |
| 6. () Comércio Varejista | 19. () Serviços Médicos |
| 7. () Construção Civil | 20. () Siderurgia |
| 8. () Eletroeletrônica | 21. () Tecnologia da Informação |
| 9. () Energia Elétrica | 22. () Telecomunicações |
| 10. () Farmacêutica | 23. () Têxtil, Couro e Vestuário |
| 11. () Mat. de Construção e Decoração | 24. () Transportes e Logística |
| 12. () Mecânica | 25. () Veículos e Peças |
| 13. () Metalurgia | 26. () Outro. Qual? |

Porte da Empresa (com base no faturamento ANUAL)

- | | |
|--|--|
| 1. () Até R\$ 500 milhões | 3. () De R\$ 1 bilhão a R\$ 3 bilhões |
| 2. () De R\$ 500 milhões a R\$ 1 bilhão | 4. () Acima de R\$ 3 bilhões |

Localização da Matriz da Empresa no Brasil

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| 1. () Região Norte | 4. () Região Sudeste |
| 2. () Região Nordeste | 5. () Região Sul |
| 3. () Região Centro-Oeste | |

Número Total de Funcionários

|_|_|_|_| Funcionários (número exato)

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. () Até 300 funcionários | 4. () De 3.001 a 5.000 funcionários |
| 2. () De 301 a 1.000 funcionários | 5. () Mais de 5.001 funcionários |
| 3. () De 1.001 a 3.000 funcionários | |

P01 A. Na sua opinião, as **mulheres** que trabalham em sua empresa recebem remuneração igual ou superior à dos homens em algum destes níveis?

Diretoria:

1. () Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. () Não. Recebem remuneração inferior
3. () Não há mulheres em nível de diretoria

Gerência:

1. () Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. () Não. Recebem remuneração inferior
3. () Não há mulheres em nível de gerência

Supervisão, Chefia ou Coordenação:

1. () Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. () Não. Recebem remuneração inferior
3. () Não há mulheres em nível de supervisão, chefia ou coordenação

Quadro Funcional:

1. () Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. () Não. Recebem remuneração inferior
3. () Não há mulheres no quadro funcional

P01 B. Na sua opinião, os **negros** que trabalham em sua empresa recebem remuneração igual ou superior à dos demais funcionários em algum destes níveis?

Diretoria:

1. () Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. () Não. Recebem remuneração inferior
3. () Não há negros em nível de diretoria

Gerência:

1. Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. Não. Recebem remuneração inferior
3. Não há negros em nível de gerência

Supervisão, Chefia ou Coordenação:

1. Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. Não. Recebem remuneração inferior
3. Não há negros em nível de supervisão, chefia ou coordenação

Quadro Funcional:

1. Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. Não. Recebem remuneração inferior
3. Não há negros no quadro funcional

P01 C. Na sua opinião, as **pessoas com mais de 45 anos** de idade que trabalham em sua empresa recebem remuneração igual ou superior à dos demais funcionários em algum destes níveis?

Diretoria:

1. Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. Não. Recebem remuneração inferior
3. Não há pessoas com mais de 45 anos de idade em nível de diretoria

Gerência:

1. Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. Não. Recebem remuneração inferior
3. Não há pessoas com mais de 45 anos de idade em nível de gerência

Supervisão, Chefia ou Coordenação:

1. Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. Não. Recebem remuneração inferior
3. Não há pessoas com mais de 45 anos de idade em nível de supervisão, chefia ou coordenação

Quadro Funcional:

1. Sim. Recebem remuneração igual ou superior
2. Não. Recebem remuneração inferior
3. Não há pessoas com mais de 45 anos de idade no quadro funcional

P02. Sua empresa desenvolve alguma política visando à equidade de gênero, raça ou faixa etária de seus funcionários?

1. Sim
2. Não

P03. Caso a resposta seja positiva, quais destas políticas e/ou ações afirmativas sua empresa mantém ou promove?

1. Estabelecimento de programas especiais para contratação de pessoas usualmente discriminadas no mercado de trabalho, como mulheres, negros e indivíduos com mais de 45 anos de idade
2. Manutenção de programa especial para contratação de pessoas com deficiência
3. Estabelecimento de programas de capacitação profissional que visem melhorar a qualificação de mulheres
4. Estabelecimento de programas de capacitação profissional que visem melhorar a qualificação de negros
5. Estabelecimento de programas de capacitação profissional que visem melhorar a qualificação de pessoas com mais de 45 anos
6. Oferecimento de oportunidades de trabalho para ex-detentos
7. Estabelecimento de metas para a redução das desigualdades salariais na empresa (entre homens e mulheres, por exemplo)
8. Estabelecimento de metas para reduzir a diferença entre o maior e o menor salário pago pela empresa
9. Apoio a projetos na comunidade que visem melhorar a oferta de profissionais qualificados provenientes de grupos usualmente discriminados no mercado de trabalho

Parte 2

(A ser preenchida pelo responsável pelo RH ou por alguém indicado)

QUADRO Nº. 1

PERFIL DO QUADRO EXECUTIVO

TOTAL: |___|___| DIRETORES

GÊNERO	RAÇA ou COR	FAIXA ETÁRIA (ANOS)	ESCOLARIDADE	FORMAÇÃO NO EXTERIOR	DEFICIÊNCIAS	TEMPO DE EMPRESA (ANOS)	ACIONISTA
1 Homem 2 Mulher	1 Branca 2 Preta 3 Parda 4 Amarela 5 Indígena	1 16 a 24 2 25 a 35 3 36 a 45 4 46 a 55 5 56 ou mais	1 Da 1ª à 4ª série (Ens. fund.) 2 Da 5ª à 8ª série (Ens. fund.) 3 Da 1ª à 3ª série (Ens. médio) 4 Ensino superior 5 Pós/Mestrado 6 Doutorado/Pós	1 Estágio / Treinamento 2 Ensino superior 3 Pós / Mestrado 4 Doutorado / Pós 5 Sem formação no exterior	1 Física 2 Visual 3 Auditiva 4 Múltiplas 5 Não é portador(a)	1 Menos de 1 2 De 1 a 2 3 De 3 a 5 4 De 6 a 10 5 De 11 a 15 6 Mais de 15	1 Sim, possui mais de 5% das ações da empresa ou tem algum parentesco com alguém que possui 2 Não
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							

QUADRO Nº. 2

PERFIL DO QUADRO DE GERÊNCIA

TOTAL: |___|___| GERENTES

GÊNERO	RAÇA ou COR	FAIXA ETÁRIA (ANOS)	ESCOLARIDADE	FORMAÇÃO NO EXTERIOR	DEFICIÊNCIAS	TEMPO DE EMPRESA (ANOS)
1 Homem 2 Mulher	1 Branca 2 Preta 3 Parda 4 Amarela 5 Indígena	1 16 a 24 2 25 a 35 3 36 a 45 4 46 a 55 5 56 ou mais	1 Da 1ª à 4ª série (Ens. fund.) 2 Da 5ª à 8ª série (Ens. fund.) 3 Da 1ª à 3ª série (Ens. médio) 4 Ensino superior 5 Pós / Mestrado 6 Doutorado / Pós	1 Estágio / Treinamento 2 Ensino superior 3 Pós / Mestrado 4 Doutorado / Pós 5 Sem formação no exterior	1 Física 2 Visual 3 Auditiva 4 Múltiplas 5 Não é portador(a)	1 Menos de 1 2 De 1 a 2 3 De 3 a 5 4 De 6 a 10 5 De 11 a 15 6 Mais de 15
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						

QUADRO Nº. 2

PERFIL DO QUADRO DE GERÊNCIA

TOTAL: |___|___| GERENTES

GÊNERO	RAÇA ou COR	FAIXA ETÁRIA (ANOS)	ESCOLARIDADE	FORMAÇÃO NO EXTERIOR	DEFICIÊNCIAS	TEMPO DE EMPRESA (ANOS)
1 Homem 2 Mulher	1 Branca 2 Preta 3 Parda 4 Amarela 5 Indígena	1 16 a 24 2 25 a 35 3 36 a 45 4 46 a 55 5 56 ou mais	1 Da 1ª à 4ª série (Ens. fund.) 2 Da 5ª à 8ª série (Ens. fund.) 3 Da 1ª à 3ª série (Ens. médio) 4 Ensino superior 5 Pós / Mestrado 6 Doutorado / Pós	1 Estágio / Treinamento 2 Ensino superior 3 Pós / Mestrado 4 Doutorado / Pós 5 Sem formação no exterior	1 Física 2 Visual 3 Auditiva 4 Múltiplas 5 Não é portador(a)	1 Menos de 1 2 De 1 a 2 3 De 3 a 5 4 De 6 a 10 5 De 11 a 15 6 Mais de 15
31						
32						
33						
34						
35						
36						
37						
38						
39						
40						
41						
42						
43						
44						
45						
46						
47						
48						
49						
50						
51						
52						
53						
54						
55						
56						
57						
58						
59						
60						

Parte 3

QUADRO Nº. 3

PERFIL DO QUADRO DE CHEFIA, SUPERVISÃO E COORDENAÇÃO

Lembre-se: a soma dos funcionários em cada critério deve corresponder sempre ao total de funcionários na categoria.

	VARIÁVEIS	NÚMERO	TOTAL
GÊNERO	Homens		
	Mulheres		
RAÇA ou COR	Branca		
	Preta		
	Parda		
	Amarela		
	Indígena		
FAIXA ETÁRIA	16 a 24 anos		
	25 a 35 anos		
	36 a 45 anos		
	46 a 55 anos		
	56 anos ou mais		
ESCOLARIDADE	Ens. fundamental da 1ª à 4ª série		
	Ens. fundamental da 5ª à 8ª série		
	Ens. médio da 1ª à 3ª série		
	Ens. superior		
	Pós-graduação / Mestrado		
	Doutorado / Pós-doutorado		
DEFICIÊNCIAS	Deficiência física		
	Deficiência visual		
	Deficiência auditiva		
	Deficiências múltiplas		
	Pessoas não portadoras de deficiências		
FORMAÇÃO NO EXTERIOR	Estágio / Treinamento		
	Ens. superior		
	Pós-graduação / Mestrado		
	Doutorado / Pós-doutorado		
	Sem formação no exterior		

QUADRO Nº 4

PERFIL DO QUADRO FUNCIONAL

(todos os demais funcionários da empresa sem cargo de chefia)

Lembre-se: a soma dos funcionários em cada critério deve corresponder sempre ao total de funcionários na categoria.

	VARIÁVEIS	NÚMERO	TOTAL
GÊNERO	Homens		
	Mulheres		
RAÇA ou COR	Branca		
	Preta		
	Parda		
	Amarela		
	Indígena		
FAIXA ETÁRIA	16 a 24 anos		
	25 a 35 anos		
	36 a 45 anos		
	46 a 55 anos		
	56 anos ou mais		
ESCOLARIDADE	Ens. fundamental da 1ª à 4ª série		
	Ens. fundamental da 5ª à 8ª série		
	Ens. médio da 1ª à 3ª série		
	Ens. superior		
	Pós-graduação / Mestrado		
	Doutorado / Pós-doutorado		
DEFICIÊNCIAS	Deficiência física		
	Deficiência visual		
	Deficiência auditiva		
	Deficiências múltiplas		
	Pessoas não portadoras de deficiências		
FORMAÇÃO NO EXTERIOR	Estágio / Treinamento		
	Ens. superior		
	Pós-graduação / Mestrado		
	Doutorado / Pós-doutorado		
	Sem formação no exterior		

Referências

Publicações, artigos e documentos

- BATISTA, Carla; FRANCH, Mônica; e CAMURÇA, Sílvia. *Ajuste Estrutural, Pobreza e Desigualdades de Gênero — Caderno Feminista de Informação e Reflexão para Organizações de Mulheres*. Ed. Iniciativa de Gênero/SOS Corpo, Gênero e Cidadania, Recife, 2003.
- The Calvert Women's Principles*. Calvert Socially Responsible Investment Mutual Funds, Estados Unidos, 2004.
- CARNEIRO, Sueli. "Enegrecer o Feminismo: a Situação da Mulher Negra na América Latina a Partir de uma Perspectiva de Gênero", in *Racismos Contemporâneos*. Organização Ashoka Empreendedores Sociais e Takano Cidadania, Rio de Janeiro, Takano Editora, 2003.
- Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade*. Instituto Ethos, São Paulo, 2000.
- O Compromisso das Empresas com as Metas do Milênio*. Instituto Ethos, São Paulo, 2004.
- EISLER, Riane. *Work, Values and Caring: the Economic Imperative for Revisioning the Rules of the Game*. Center of Partnership Study, Pacif Grove, Califórnia, Estados Unidos.
- FREITAS, Ângela. *Mulheres Negras: um Retrato da Discriminação Racial no Brasil*. Articulação de Mulheres Brasileiras, Brasília, 2001.
- Mapa das Questões de Gênero*. Dieese, São Paulo 1999
- MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes. *A Gerência Feminina em Setores Industrial e Bancário: o Conservadorismo Internalizado versus o Moderno em Construção*. Belo Horizonte, c. 2001.
- "A Mulher no Mercado de Trabalho", in *Observatório Social em Revista*, Ano 3, nº. 5. Florianópolis, março de 2004.
- NASCIMENTO, Paulo César. "As Mulheres Vão à Luta". *Jornal da Unicamp*, nº. 205, Campinas, 2004.
- Negociação Coletiva e Equidade de Gênero no Brasil — Cláusulas Relativas ao Trabalho da Mulher — 1996-2000*. Pesquisa Dieese nº. 17, São Paulo, 2003.
- NUNES, Christiane Girard Ferreira. *Dossiê Globalização e Trabalho: Perspectivas de Gênero*. Cfemea/FIG-Cida, Brasília, 2002.
- Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas*. Instituto Ethos, FGV-SP, IPEA, OIT, Unifem e Ibope Opinião, São Paulo, 2003.
- Plataforma Política Feminista*. Conferência Nacional de Mulheres Brasileiras, Brasília, 2002.
- Políticas Públicas para as Mulheres no Brasil — 5 Anos Após Beijing*. Articulação das Mulheres Brasileiras, 2000.
- Pesquisa de Emprego e Desemprego*. Dieese/Seade, 2001-2002.
- Pesquisa Mensal de Emprego*, abril de 2004, dados preliminares. IBGE.
- OLINTO, Gilda; e OLIVEIRA, Zuleica Lopes Cavalcanti de. "A Inserção no Trabalho Segundo a Condição da Família", in *Revista Mulher e Trabalho*, v. 4, FEE, Porto Alegre, 2004.
- PIETILÄ, Hilka. — "Women, Citizenship, and the End of Poverty", in *What Would Democracy Look Like? — Yes! Magazine*, Bainbridge Island, Washington, Estados Unidos, 2003.
- O Trabalho das Mulheres Residentes Rurais no Estado de São Paulo*, Boletim nº 6, Seade, 2001.
- YANNOULAS, Sílvia Cristina. *Dossiê Políticas Públicas e Relações de Gênero no Mercado de Trabalho*. Cfemea/FIG-Cida, Brasília, 2002.

Seminário — Relatórios

- Estratégia das Mulheres para a Rio + 10*. Redeh, 2002
- Igualdade de Oportunidades entre Homens e Mulheres*. OIT, 2003

Referências na Internet

- Articulação de Mulheres Brasileira (AMB): www.articulacaodemulheres.org.br
- Boa Saúde: www.boasaude.uol.com.br
- Calvert Socially Responsible Investment Mutual Funds: www.calvert.com
- Center of Partnership Study (CPS): www.partnershipway.org
- Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades (Ceert) — www.ceert.org.br
- Centro Feminista de Estudos e Assessoria (Cfemea) — www.cfemea.org.br
- Comitê Latino-Americano e do Caribe para a Defesa dos Direitos da Mulher (Cladem) — www.cladem.com
- Criola — Organização de Mulheres Negras — www.criola.org.org
- Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos (Dieese) — www.dieese.org.br
- Fundação Perseu Abramo — www.fpabramo.org.br
- Instituto Brasileiro de Administração Municipal (Ibam) — www.ibam.org.br
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) — www.ibge.gov.br
- Ipsos-Marplan — www.ipsos-marplan.com.br
- Observatório Social — www.observatoriosocial.org.br
- Revista Integração — <http://integracao.fgvsp.br/pesquisas.htm>
- Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM) — www.presidencia.gov.br/spmulheres/
- SOS Corpo — Instituto Feminista para a Democracia — www.soscorpo.org.br
- Yes! Magazine — www.futurenet.org

Realização

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

Patrocínio institucional



Banco Safra

Patrocínio



O Boticário

