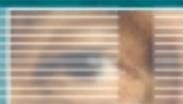
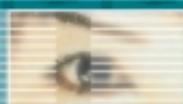


Perfil Social,
Racial e de
Gênero das
500 Maiores
Empresas do
Brasil e Suas
Ações Afirmativas



INSTITUTO
ETHOS

Dezembro/2003

Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas



Pesquisa realizada pelo Instituto Ethos
e executada pelo Ibope Opinião entre
17 de julho e 17 de setembro de 2003,
em parceria com a FGV-SP, o Ipea, a OIT
e a Unifem, com patrocínio do Banco Safra,
da CPFL Energia e da Philips do Brasil,
e apoio institucional da Inter-American Foundation.

Dezembro/2003

Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas

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 / Fax: (11) 3897-2424
Site: www.ethos.org.br

Parceiros

Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Organização Internacional do Trabalho (OIT) e Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (Unifem)

Patrocínio

Banco Safra, CPFL Energia e Philips do Brasil

Apoio Institucional

Inter-American Foundation (IAF)

Execução da Pesquisa

Ibope Opinião: Helio Gastaldi Filho (coordenação geral), Malu Rossi e Fábio Fernandes (técnicos)

Colaboradores do Instituto Ethos

Benjamin S. Gonçalves (coordenação), Carmen Weingrill, Fernando Pacchi, Karinna Bidermann Forlenza (captação de patrocínio), Leno F. Silva e Paulo Itacarambi

Redação

Claudio Pucci (Estação das Mídias)

Edição

Benjamin S. Gonçalves

Revisão

Márcia Melo

Projeto e produção gráfica

Waldemar Zaidler e William Haruo (Planeta Terra Design)

Agradecemos a cooperação de Hélio Santos, Rachel Moreno, Reinaldo Bulgarelli e Rede Saci/USP na avaliação dos dados da pesquisa.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e
Suas Ações Afirmativas / coordenação Benjamin S. Gonçalves. – São Paulo : Instituto Ethos, 2003

Vários colaboradores.

Patrocínio: Banco Safra, CPFL Energia e Philips do Brasil.

Apoio Institucional: Inter-American Foundation.

Bibliografia.

ISBN 85-88046-11-3

1. Ação afirmativa – Programas 2. Discriminação de gênero no emprego 3. Discriminação racial no emprego 4. Empresas – Aspectos sociais – Brasil 5. Pesquisa sociológica 6. Sociologia industrial
I. Gonçalves, Benjamin S.

03-6846

CDD-301.072

Índices para catálogo sistemático:

1. Perfil social, racial e de gênero : Empresas :
Brasil : Pesquisa sociológica 301.072

Tiragem: 10 mil exemplares
São Paulo, dezembro de 2003.

Permitida a reprodução desta publicação, desde que previamente autorizada, por escrito, pelo 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.

Caso tenha alguma dúvida ou queira nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, por meio do serviço "Fale conosco", disponível em nosso site (www.ethos.org.br). Assim será possível identificar e designar a área mais apropriada para atender você.

Índice

APRESENTAÇÃO	5
Metodologia	6
O PERFIL DA AMOSTRA	8
RESULTADOS	11
Quadro Geral	11
Composição por Gênero	14
Composição por Raça	15
Pessoas com Deficiência	16
Faixa Etária	17
Tempo de Empresa	18
Escolaridade	19
Formação no Exterior	20
Relacionamento com Acionistas	21
A Percepção do Presidente	22
Promoção da Equidade	23
A IMPORTÂNCIA DA DIVERSIDADE PARA AS EMPRESAS	25
COMO A EMPRESA PODE INCENTIVAR A DIVERSIDADE	28

A P R E S E N T A Ç Ã O

A pesquisa **Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas** é uma realização do Instituto Ethos, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP), o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), a Organização Internacional do Trabalho (OIT) e o Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (Unifem). Teve apoio institucional da Inter-American Foundation (IAF) e patrocínio da CPFL Energia, da Philips do Brasil e do Banco Safra.

O objetivo do Ethos com esta iniciativa foi lançar um olhar sobre a diversidade e a equidade nas empresas, de modo a estimulá-las a desenvolver ações que contribuam para a superação das desigualdades observadas.

Conduzida pelo Ibope Opinião entre 17 de julho e 17 de setembro de 2003, a pesquisa procurou levantar o perfil das 500 maiores companhias que operam no país, de acordo com o *Balanço Anual da Gazeta Mercantil*, verificando a composição de gênero e raça, a presença de pessoas com deficiência e a faixa etária e escolaridade dos funcionários de todos os níveis hierárquicos. O estudo se propunha a levantar também as iniciativas das empresas em favor da diversidade e da equidade. E uma série de questões dirigidas aos presidentes das organizações buscava identificar sua percepção sobre a situação das mulheres, dos negros e das pessoas com mais de 45 anos que trabalham na empresa.

O que se conclui é que há ainda muito que avançar na promoção da diversidade de gênero, raça e faixa etária e da equidade no tratamento de todos os grupos presentes nas empresas. Confirma-se a predominância de homens brancos com alto grau de instrução nos principais cargos executivos, já detectada pela primeira pesquisa desse tipo, realizada pelo Ethos em 2001 e publicada em janeiro de 2002, a qual se restringia às diretorias e presidências das 500 maiores empresas do país.

A pesquisa atual constata que a presença de mulheres e de negros nas empresas ainda é reduzida se comparada à participação desses grupos na sociedade brasileira ou até na população economicamente ativa. Em nível de diretoria, o índice de participação das mulheres é de 9% e o dos negros, 1,8%. Esses percentuais aumentam à medida que se desce na escala hierárquica. As mulheres formam 28% do nível de supervisão e 35% do quadro funcional, enquanto os negros são 13,5% dos supervisores e 23,4% do quadro funcional. Tais resultados mostram que um dos desafios a enfrentar é a dificuldade de ascensão desses grupos aos postos mais altos da carreira.

Com relação à presença nas empresas de pessoas com deficiência, os índices podem ser considerados promissores para um processo de inclusão que está apenas começando, embora sejam insuficientes quando comparados ao percentual registrado no país.

De acordo com a percepção dos presidentes das empresas, 74% delas não têm negros na diretoria e em 58% não há mulheres nesse nível hierárquico. A baixa representação dos dois grupos nos postos mais altos corrobora vários dados estatísticos sobre sua situação no mercado de trabalho. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por exemplo, o salário médio mensal da população feminina ocupada com 11 anos ou mais de estudo equivale a 57,1% do salário médio da população masculina nas mesmas condições. Na Região Sudeste, há 42,8% mais homens do que mulheres com rendimento acima de cinco salários mínimos. Aliás, as mulheres só são maioria nas classes de rendimento até dois salários mínimos.

Ainda segundo o IBGE, o rendimento médio mensal da população negra ocupada é 50% menor que o salário médio da população branca. Além disso, para cada ano de estudo a mais, os brancos têm sua renda elevada em 1,25 salário mínimo, enquanto para os negros essa elevação é de 0,53 salário mínimo.

Em relação às iniciativas das empresas em favor da diversidade, o resultado da pesquisa é animador: 40% das que responderam dizem promover ações desse tipo. Há bem pouco tempo a relevância do tema era quase ignorada no meio empresarial brasileiro. Entretanto, o resultado também indica que, embora já estejam agindo, as empresas podem e devem avançar bem mais em suas práticas em favor da inclusão, do reconhecimento e da valorização da diversidade.

Dentre as iniciativas, no entanto, poucas organizações priorizam a contratação de pessoas com mais de 45 anos ou têm políticas claras de promoção de diversidade étnica ou de gênero. Um dado que chama a atenção, porém, é a existência de projetos de ação afirmativa e inclusão, principalmente de pessoas com deficiência, sinal de que muitas empresas já puseram em prática ações de responsabilidade social para atender a critérios de diversidade.

Aliás, os resultados desta pesquisa deixam evidente a necessidade de fortalecer os trabalhos de promoção da diversidade, levando em conta a igualdade de oportunidades para todos os grupos raciais e para ambos os gêneros. Isto é, diversidade com equidade.

Metodologia

OBJETIVO DO ESTUDO

Levantar o perfil social, racial e de gênero dos funcionários das 500 maiores empresas do Brasil, por faturamento, segundo classificação do *Balanço Anual da Gazeta Mercantil*

MÉTODO UTILIZADO

Pesquisa quantitativa, com aplicação de questionário para autopreenchimento

UNIVERSO

Todos os funcionários das 500 empresas indicadas

AMOSTRA

247 questionários preenchidos

A pesquisa foi conduzida pelo Ibope Opinião, por meio de questionário enviado pelo correio aos presidentes das empresas. Coube também ao Ibope monitorar o recebimento, o preenchimento e a devolução do questionário pelas empresas e tabular os resultados.

A primeira parte da pesquisa apresentava ao dirigente da organização uma série de perguntas sobre sua percepção a respeito da situação das mulheres, dos negros e das pessoas com mais de 45 anos que trabalham na empresa. Listava também políticas e ações afirmativas em favor

desses grupos, e de pessoas com deficiência e ex-detentos, para que fossem indicadas as que eventualmente tivessem sido adotadas pela empresa.

A segunda parte do questionário solicitava informações sobre todos os funcionários da empresa relativas a gênero, raça, faixa etária e formação intelectual, entre outras características. Dividiu-se em quatro painéis, um para cada nível hierárquico, assim designados: quadro executivo, que incluía presidente, vice-presidentes e diretores; quadro de gerência; quadro de supervisão, chefia e coordenação; e quadro funcional, este para identificar os empregados sem posto de comando.

Os painéis referentes ao quadro executivo e à gerência requeriam informações individualizadas, enquanto os relativos ao nível de supervisão e ao quadro funcional pediam apenas os totais de cada grupo.

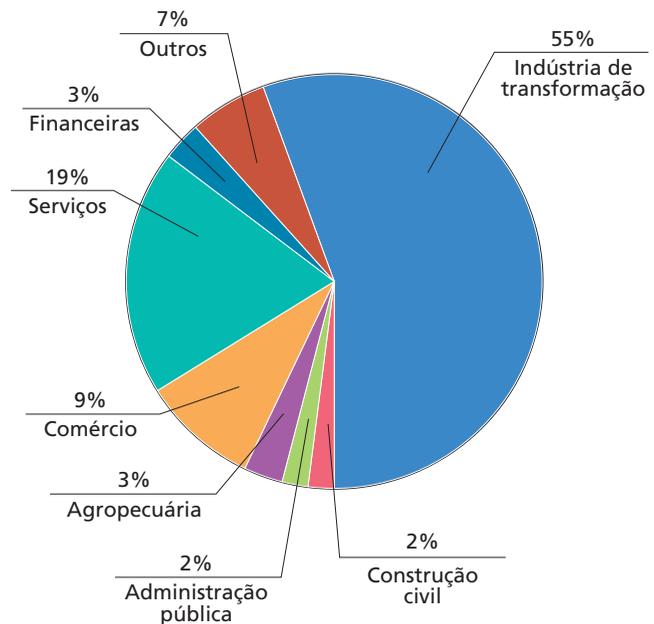
Na designação das raças ou etnias, empregou-se neste estudo a nomenclatura adotada pelo IBGE – branca, preta, parda, amarela e indígena –, denominando-se negra a população formada por pretos e pardos.

A amostra foi de 247 questionários preenchidos, equivalentes a 49,4% do total enviado, com dados sobre um contingente de cerca de 1,2 milhão de funcionários. Algumas empresas não preencheram as questões relativas a um ou mais quadros, fazendo com isso variar o tamanho da amostra, conforme indica a tabela a seguir.

Nível Hierárquico	Empresas (questionários preenchidos)	Total de Funcionários
Quadro executivo	246	3.688
Gerência	221	33.283
Supervisão, chefia e coordenação	213	88.172
Quadro funcional	222	1.045.454
Total	247	1.170.597

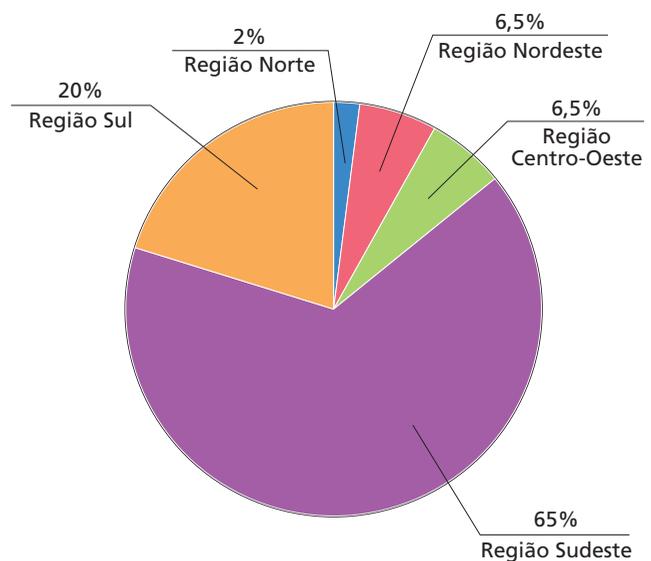
SETOR DE ATIVIDADE PRIMÁRIA

A indústria de transformação concentra a maioria das empresas que responderam à pesquisa, com 55% do total, seguida pelas empresas de serviços, com 19%, e do comércio, com 9%.



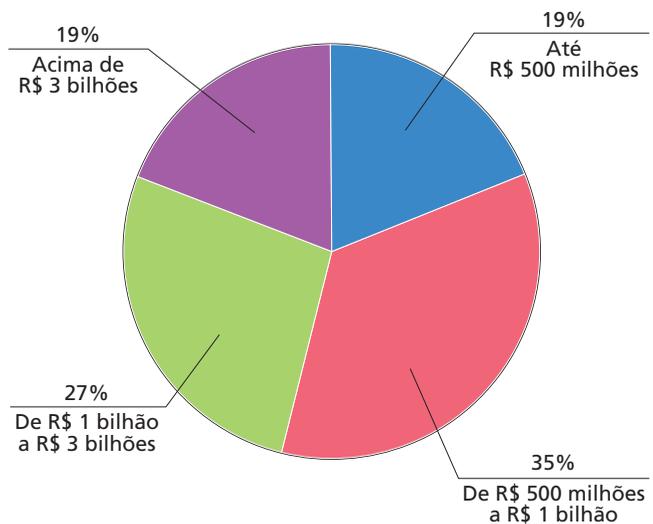
LOCALIZAÇÃO DA MATRIZ DA EMPRESA

O maior contingente da amostra está na Região Sudeste – 65% do total. A Região Sul reúne 20% e as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste abrigam, juntas, 15% das organizações.



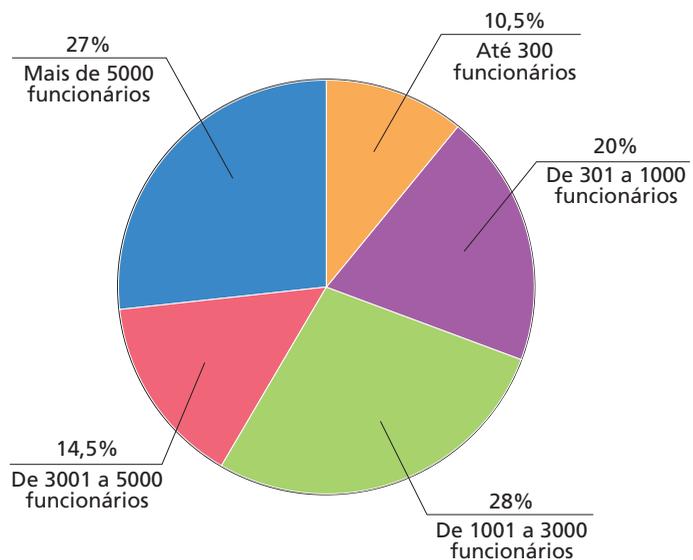
PORTE POR FATURAMENTO

Cerca de um quinto (19%) das empresas tem faturamento acima de R\$ 3 bilhões, mas a maioria delas (35%) está na faixa de R\$ 500 milhões a R\$ 1 bilhão.



NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

A maior parte das empresas (42,5%) tem de 1.001 a 5.000 funcionários e 27%, mais de 5.000. Um terço delas tem até 1.000 empregados, e algumas destas seriam consideradas médias se o critério adotado na pesquisa não fosse o do faturamento.



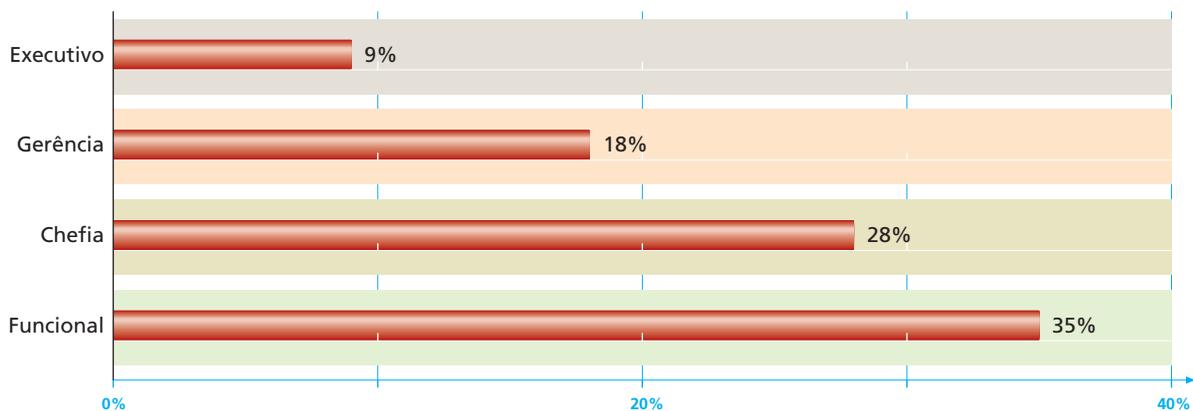
R E S U L T A D O S

Dos 500 questionários enviados às empresas, foram preenchidos e devolvidos 247, ou seja, 49,4% do universo visado. Essa taxa de retorno é muito superior à média para pesquisas que envolvem executivos, entre 5% e 10%.

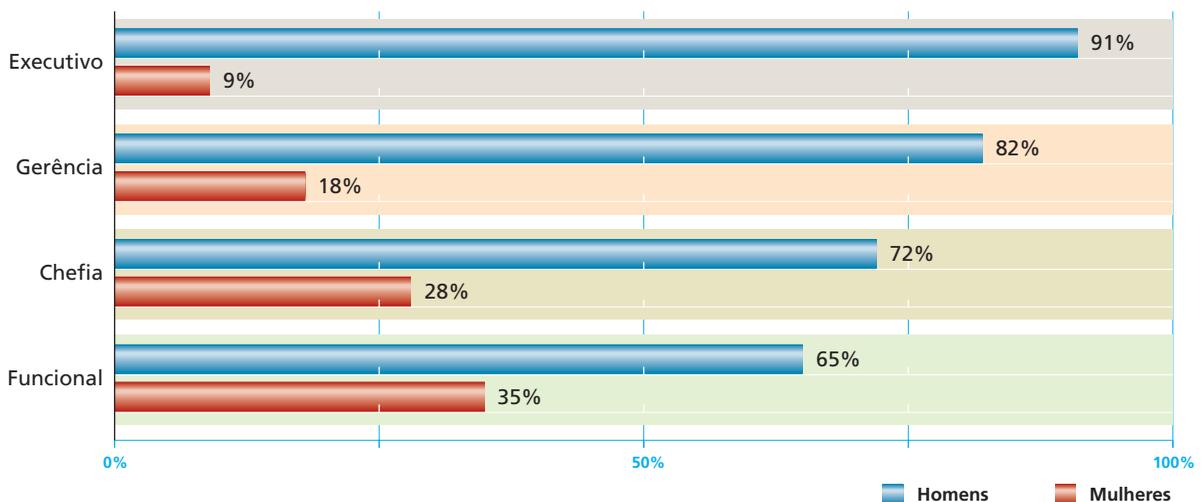
Quadro Geral

Os primeiros resultados que apresentamos dão uma visão geral sobre a presença nas empresas de mulheres, de negros e de pessoas com deficiência nos quatro níveis hierárquicos, bem como a faixa etária e o grau de escolaridade de todos os funcionários envolvidos no estudo.

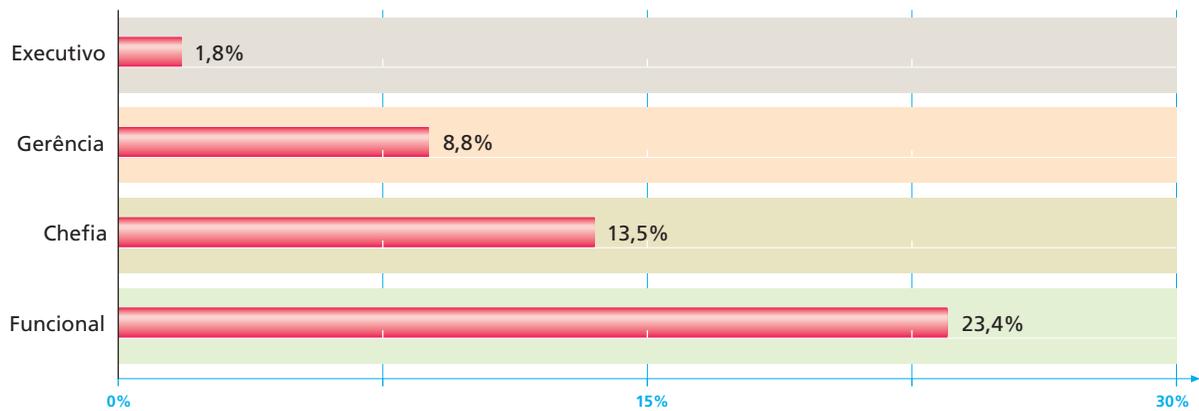
Participação das Mulheres nas Empresas



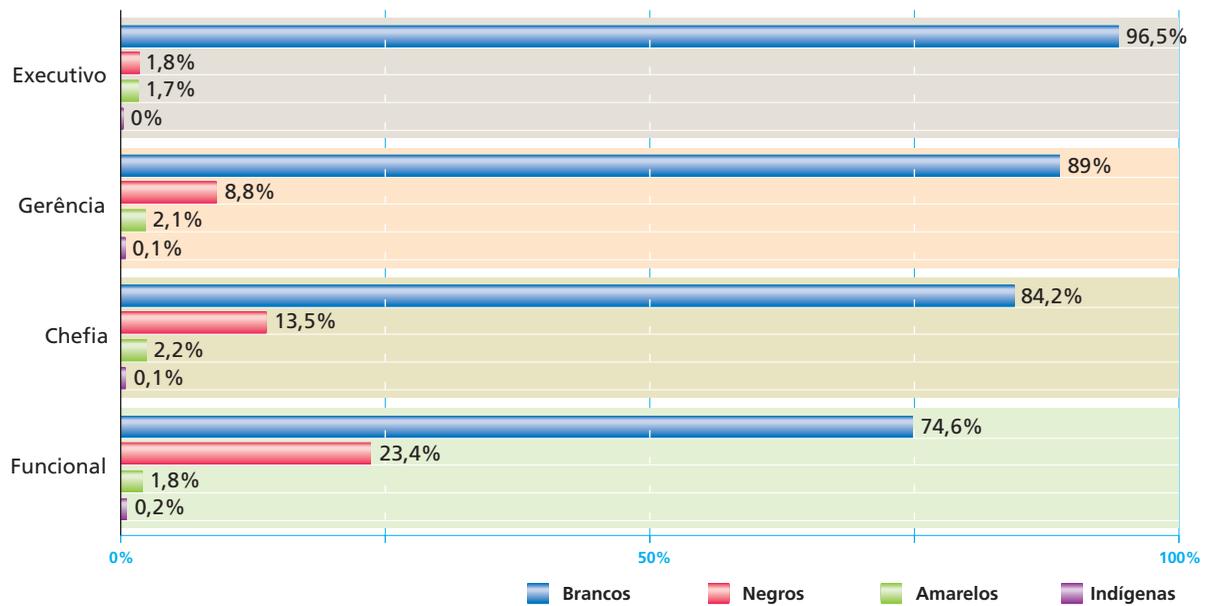
Distribuição por Gênero



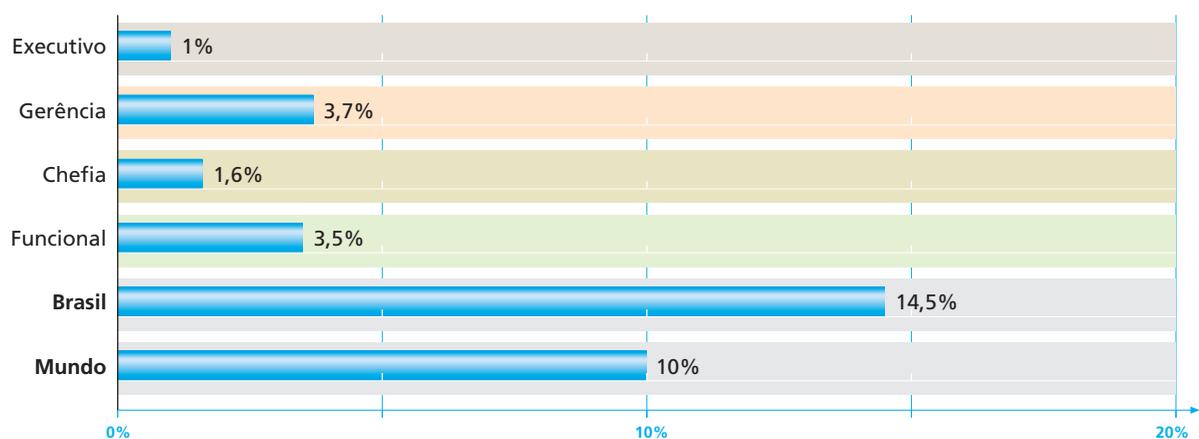
Participação dos Negros nas Empresas



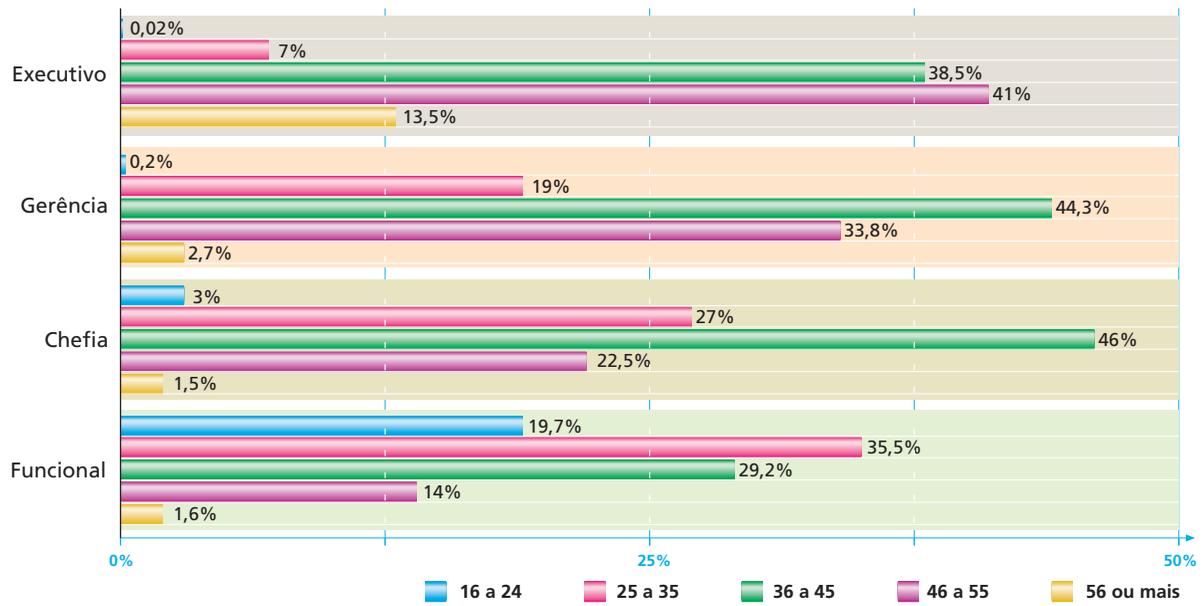
Distribuição por Raça ou Cor



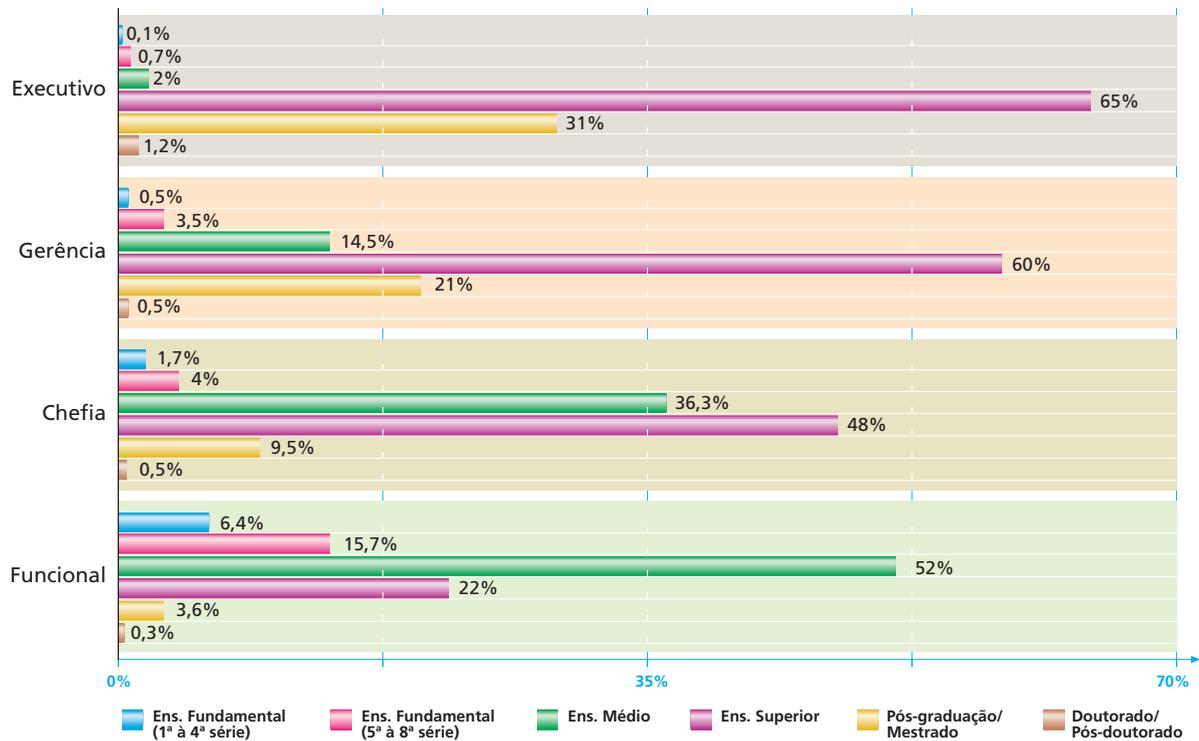
Participação de Pessoas com Deficiência nas Empresas



Faixa Etária



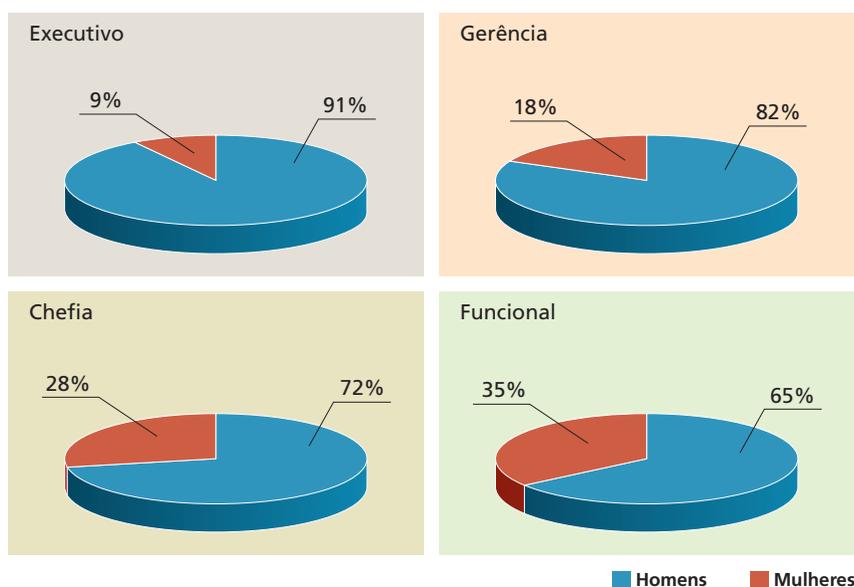
Distribuição por Níveis de Escolaridade



A seguir, apresentamos os resultados de acordo com a composição por gênero, raça, faixa etária, tempo de empresa, escolaridade e formação no exterior, relacionamento com acionistas e a presença de pessoas com deficiência nos diferentes níveis hierárquicos.

Em cada item há ainda uma comparação dos dados desta pesquisa relativos ao quadro executivo com os obtidos na pesquisa *Perfil Social, Racial e de Gênero das Diretorias das Grandes Empresas Brasileiras*, realizada pelo Instituto Ethos em 2001, enfocando apenas as diretorias das empresas.

Composição por Gênero



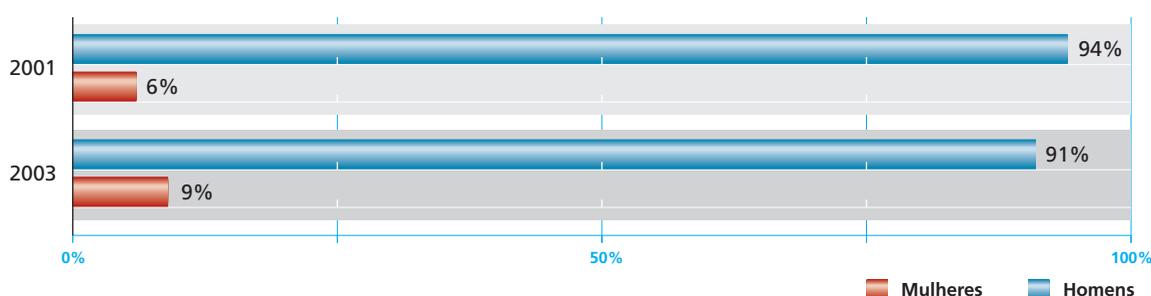
A presença de mulheres nas empresas da amostra é menor quanto mais elevado é o nível hierárquico: 35% no quadro funcional, 28% no quadro de supervisão, chefia e coordenação, 18% no quadro de gerência e 9% no quadro executivo.

Esses percentuais — calculados a partir de informações objetivas fornecidas pelo departamento de recursos humanos de cada empresa — estão bem abaixo da porcentagem de mulheres na sociedade brasileira, que é de 50,8%*. São menores também que a

participação feminina na população economicamente ativa (41,4%) ou na população ocupada (40,7%).

Observe-se ainda que, na população economicamente ativa com ensino superior, 52,3% são mulheres e, na população ocupada, 35,4% das mulheres têm 11 anos ou mais de estudo, enquanto a parcela dos homens nessa condição é de 24,8%. Essa situação não se reflete na composição dos quadros de liderança das empresas.

COMPARAÇÃO



Considerando a primeira pesquisa do Instituto Ethos, verifica-se uma variação que pode indicar uma tendência de aumento da participação das mulheres nos quadros executivos das empresas. Mas é necessário

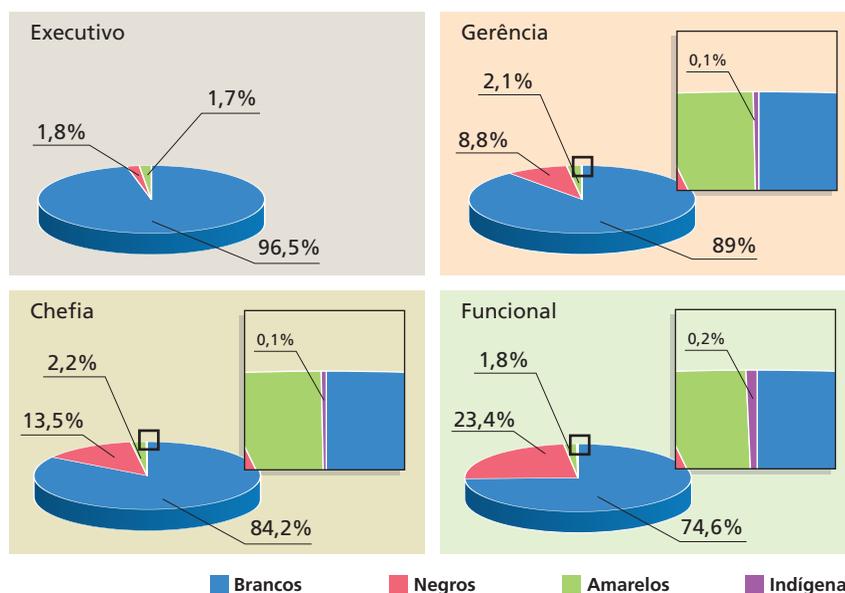
relativizar esse dado, lembrando que as amostras estudadas são de tamanho muito diferente: 89 das 500 maiores empresas responderam à primeira pesquisa, enquanto esta foi respondida por 247.

Chama a atenção a situação da mulher negra — a mais desfavorecida, conforme indicam os dados objetivos da pesquisa referentes à presença da mulher no quadro de gerência e no quadro executivo. Em números absolutos: de 6.016 mulheres existentes na gerência, só 372 são negras (pretas ou pardas); entre as 339 mulheres do quadro executivo, há apenas três mulheres negras. Esse dado indica a necessidade da adoção de medidas que facilitem a ascensão desse grupo dentro das empresas.

Situação das mulheres negras nos quadros executivo e de gerência

	%	Nº de casos	Nº total
Executivo	0,1	3	3.688
Gerência	1	372	33.283

Composição por Raça



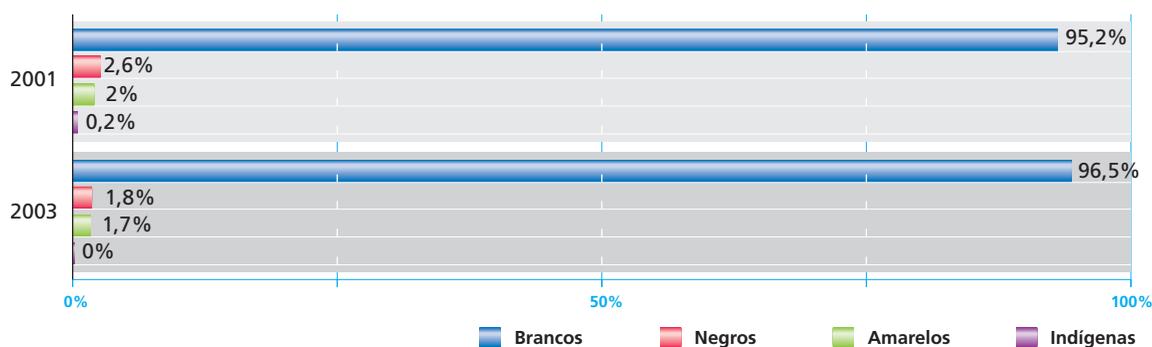
As empresas que informaram a participação negra na composição de seu pessoal apresentaram estas porcentagens: 23,4% no quadro funcional, 13,5% no quadro de supervisão, chefia e coordenação, 8,8% na gerência e apenas 1,8% no quadro executivo.

A baixa representação de negros nas empresas que formam a amostra da pesquisa chama ainda mais a atenção que a das mulheres. O Brasil tem uma população autodeclarada

negra de 46%, dos quais 5,6% são pretos e 40,4% pardos. A população economicamente ativa conta com um contingente negro de 43,3%, e, só para citar os principais indicadores, os negros formam 45% da população ocupada.

As não-respostas à pergunta sobre cor ou raça dos funcionários oscilaram entre 23% e 27%. Isso indica haver certa dificuldade nas empresas para tratar do assunto. As informações completas talvez alterassem o quadro observado.

COMPARAÇÃO



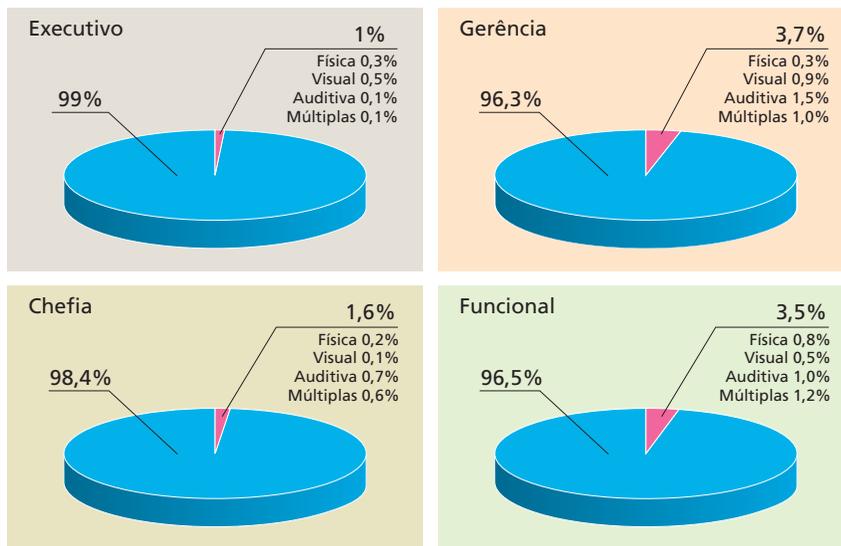
No que se refere à composição por raça do quadro executivo, não houve mudanças significativas entre os resultados da pesquisa de 2001 e os deste levantamento. As pequenas variações observadas podem explicar-se pela diferença de tamanho das amostras.

No relatório publicado sobre a pesquisa de 2001, informava-se apenas a porcentagem de

executivos brancos em relação à de "outras etnias". Para poder comparar os resultados dos dois estudos, foi necessário voltar aos dados de 2001 e desmembrá-los. A diferença entre os resultados publicados naquela época e os que utilizamos nesta comparação se deve ao fato de termos descontado as não-respostas a este quesito em ambas as pesquisas.

Apesar de os amarelos representarem apenas 0,4% da população brasileira e os pretos 5,6%, a pesquisa aponta três vezes mais amarelos no quadro executivo (1,7%) do que pretos (0,5%). É maior a presença de amarelos que de pretos também no quadro de gerência (2,1% contra 1,6%) e no nível de supervisão, chefia e coordenação (2,2% contra 1,9%). Apenas no quadro funcional o total de pretos (6,3%) supera o de amarelos (1,8%).

Pessoas com Deficiência



■ Pessoas com deficiência

É alto o percentual de não-respostas à pergunta sobre a existência de pessoas com deficiência em cada nível hierárquico: 29% na diretoria, 44% na gerência, 45% na supervisão, chefia e coordenação e 45% no quadro funcional.

As empresas que responderam registram percentuais ainda baixos de indivíduos nessa condição, tendo em vista que no Brasil existem 24,6 milhões de pessoas com deficiência, ou 14,5% da população. Entretanto, chama a atenção o fato de haver pessoas com deficiência em todos os níveis hierárquicos.

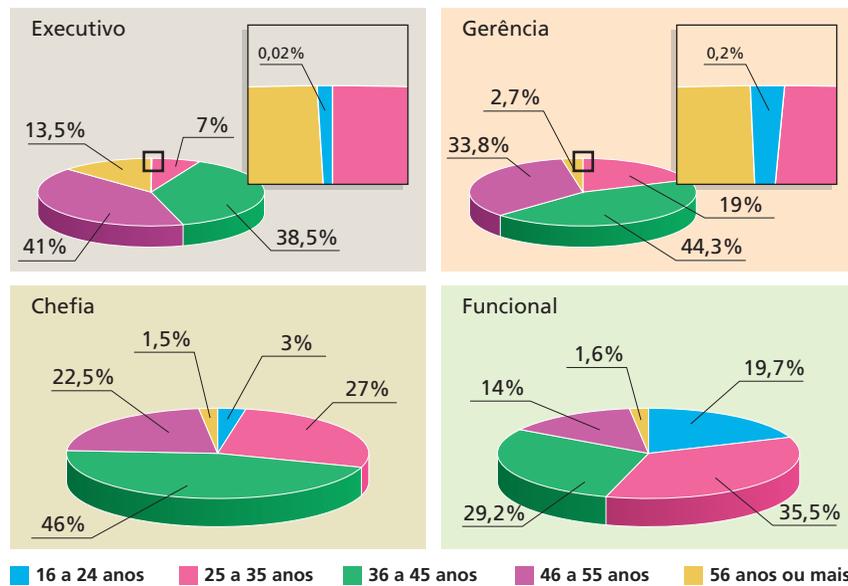
A inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho é apoiada por legislação que prevê, entre outros pontos, o funcionamento de um sistema de cotas, conforme o artigo 93 da Lei 8.213, de 1991, pelo qual "a empresa com 100 ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% a 5% dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência, habilitadas, na seguinte proporção: até 200 empregados, 2%; de 201 a 500, 3%; de 501 a 1.000, 4%; de 1.001 em diante, 5%".

Cerca de 610 milhões de pessoas em todo o mundo – 10% da população do planeta – apresentam algum tipo de deficiência física ou mental, segundo estimativa da Organização Mundial de Saúde (OMS).

Desse grupo, 386 milhões (62%) fazem parte da população economicamente ativa.

Ainda de acordo com a OMS, 80% (488 milhões de pessoas) vivem nos países em desenvolvimento.

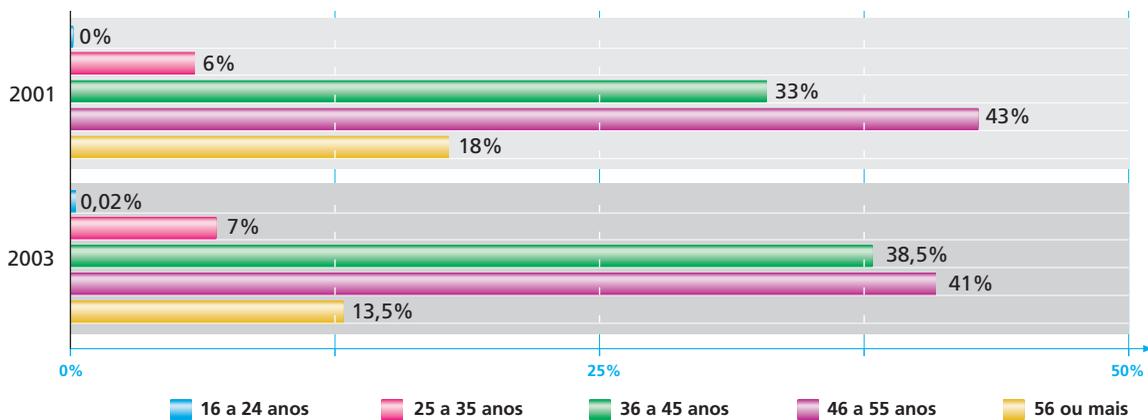
Faixa Etária



Os indivíduos de 46 anos ou mais são maioria no quadro executivo, formando um contingente de 54,5%, sendo que 13,5% do total têm 56 anos ou mais.

Os mais jovens, com até 45 anos, têm as maiores parcelas nos níveis hierárquicos inferiores: 84,4% no quadro funcional, 76% no quadro de supervisão, chefia e coordenação, e 63,2% na gerência.

COMPARAÇÃO

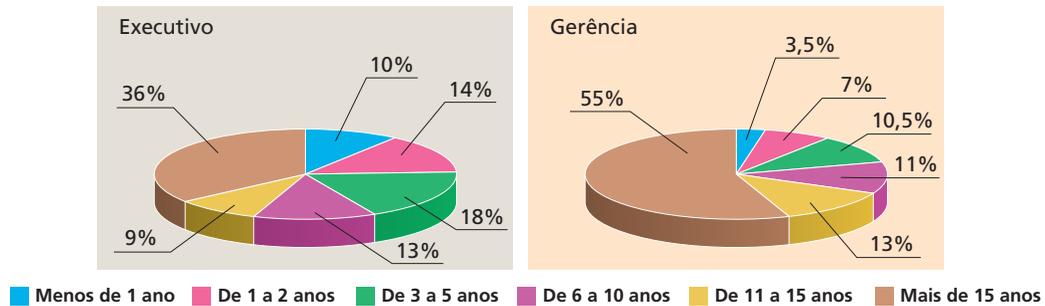


Comparando os dados atuais com os da pesquisa de 2001 relativos a este item, observamos uma mudança significativa nas faixas de 36 a 45 anos e de 56 anos ou mais, que pode estar indicando tendência a um

rejuvenescimento do quadro executivo das empresas. Haveria outro indicio dessa possibilidade no tempo de empresa dos executivos registrado em ambas as pesquisas, como se vê no próximo item.

Observa-se um grande desnível entre a faixa etária de 46 a 55 anos e a de 56 anos ou mais, não apenas no quadro executivo (de 41% para 13,5%), mas também nos outros níveis hierárquicos: de 33,8% para 2,6% na gerência, de 22,5% para 1,5% na supervisão e de 14% para 1,6% no quadro funcional. Esse panorama demonstra a necessidade de ações voltadas para pessoas de 56 anos ou mais.

Tempo de Empresa (Quadro Executivo e Gerência)

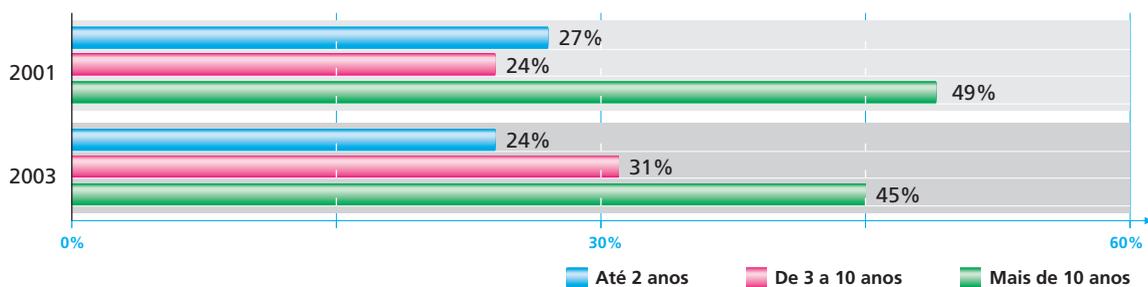


É bem maior o contingente de gerentes (68% do quadro) do que de diretores (45% do quadro) com 11 anos ou mais de empresa. Não é descabida a hipótese de que indivíduos com mais tempo de casa, e portanto com mais idade, parem na escala hierárquica, sendo ultrapassados por profissionais com menos tempo de casa.

A comparação com os resultados de 2001 apresentada a seguir parece indicar que isso esteja ocorrendo.

Chama também a atenção o fato de 42% dos diretores terem até cinco anos de casa, indicando que boa parte deles foi trazida de fora da empresa.

COMPARAÇÃO

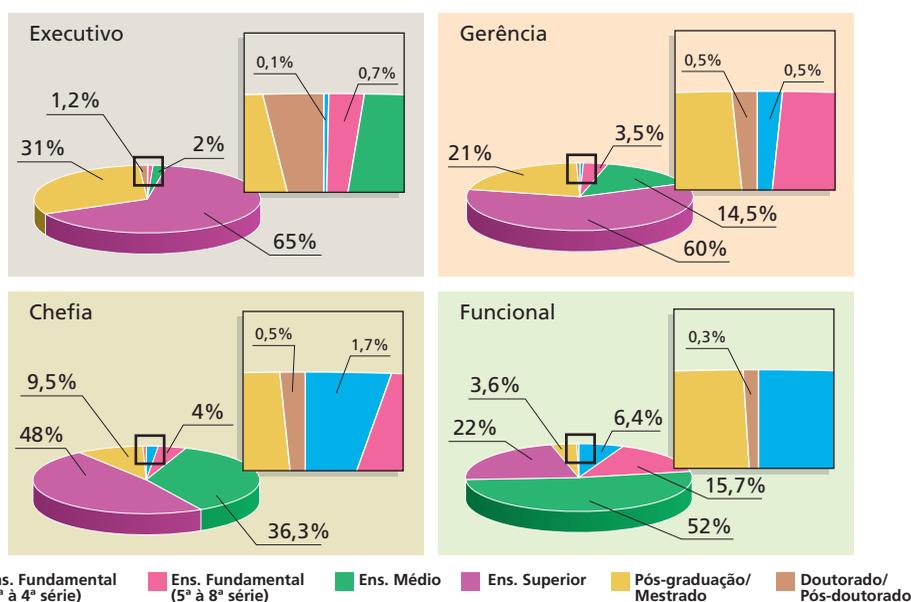


Considerando-se os resultados da pesquisa de 2001, observa-se um aumento do grupo com três a dez anos de casa,

de 24% para 31%, e a diminuição do contingente com mais de dez anos, de 49% para 45%.

A maioria dos negros do quadro executivo (53,8%) tem mais de 15 anos de empresa. Estão na mesma condição 37,4% dos executivos brancos e 29,7% dos amarelos. Isso significa que os poucos negros a atingir o topo demoraram mais tempo para consegui-lo que os executivos de outras raças.

Escolaridade

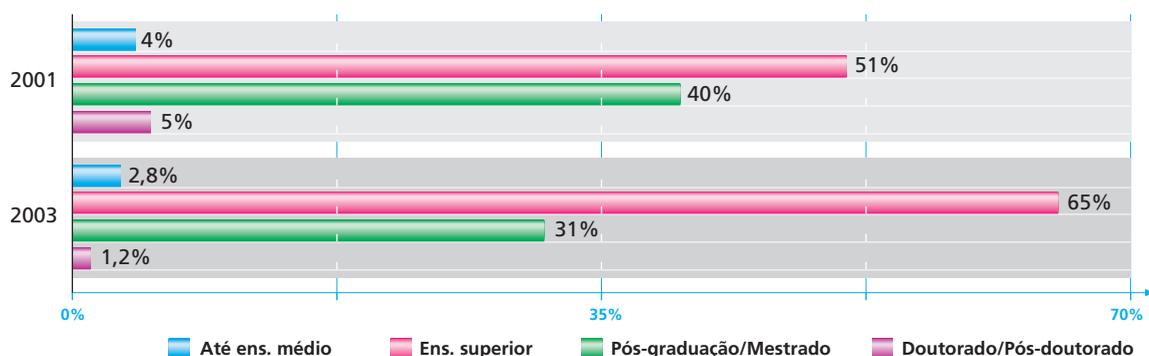


Dos que responderam a este quesito, a quase totalidade dos diretores (97,2%) e a maioria dos gerentes (81,5%) têm formação superior.

Apesar da clara correlação entre nível hierárquico e grau de formação, verifica-se

que há 2% dos diretores e 14,5% dos gerentes no nível médio e 0,8% dos diretores e 4% dos gerentes no fundamental. Por outro lado, mais da metade dos supervisores e um quarto do quadro funcional têm formação superior.

COMPARAÇÃO

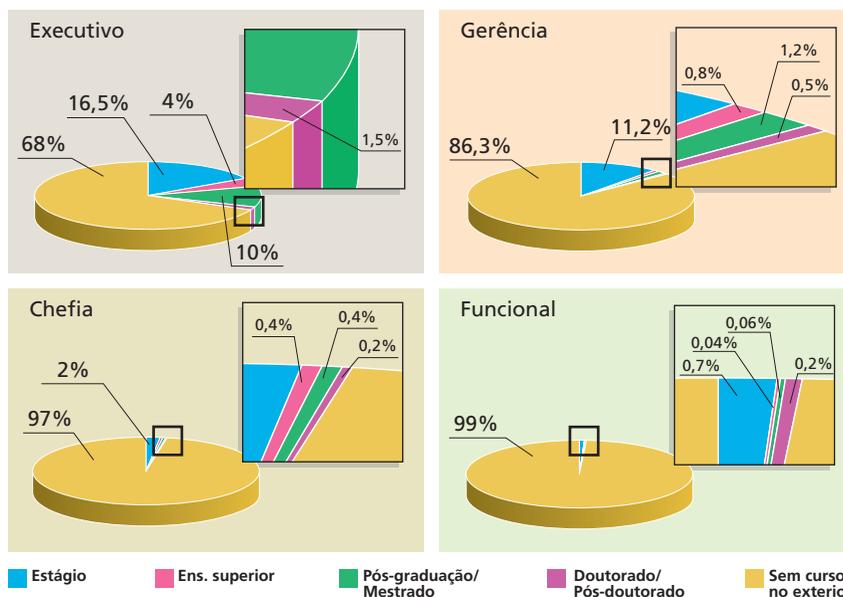


Considerando-se a primeira pesquisa do Instituto Ethos, constata-se que, de 2001 para 2003, o percentual de diretores com ensino superior aumentou significativamente. Caiu, porém, o dos que têm

pós-graduação/mestrado e dos que têm doutorado. Mas, como já foi dito, é preciso relativizar as conclusões obtidas ao comparar os dados dos dois estudos, pois as amostras são diferentes.

Entre os diretores com pós-graduação ou mestrado, o grupo racial que mais se destaca são os pardos: 44,7% deles estão nesse grau de escolaridade. Seguem-se os amarelos, com 40,5%, os brancos, com 31,9%, e os pretos, com 21,5%.

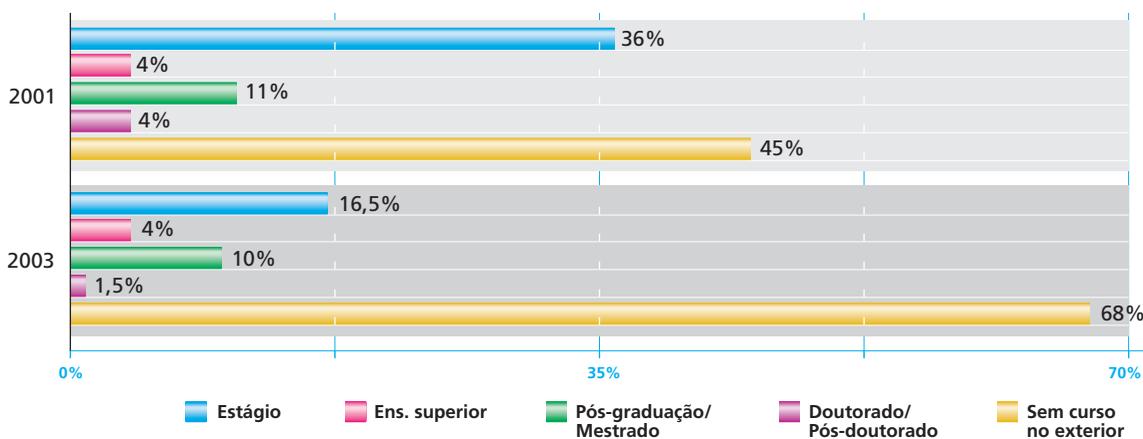
Formação no Exterior



O percentual de diretores com algum curso ou estágio no exterior é nitidamente maior que o de funcionários de outros níveis hierárquicos na mesma

condição. Isso indica que esse quesito ainda é um diferencial competitivo para a ascensão na carreira profissional.

COMPARAÇÃO



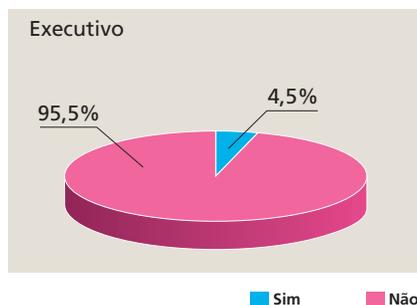
Na comparação dos resultados dos dois estudos realizados pelo Instituto Ethos, vê-se que aumentou bastante a parcela de diretores que não fizeram nenhum tipo de curso no exterior. E a maior parte dessa diferença se deve à grande diminuição do grupo dos que fazem ou

fizeram estágio ou treinamento em outro país.

É importante, porém, cotejar esses dados com a devida reserva, não esquecendo de que foram coletados de amostras de tamanhos diferentes.

Excluindo-se as empresas que não forneceram informações sobre a questão (24% não preencheram este item), conclui-se que, na diretoria, o grupo racial que apresenta maior porcentagem de executivos com curso no exterior são os amarelos, com 42,5%, seguido de longe pelos brancos (16%) e pelos negros (7,7%).

Relacionamento com Acionistas (Quadro Executivo)

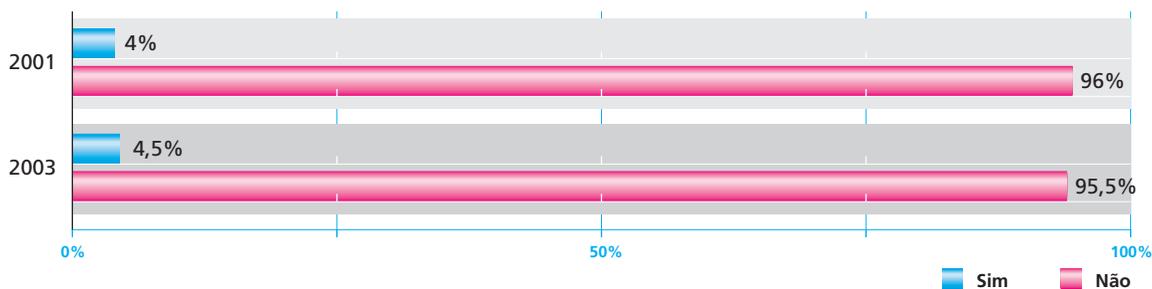


Foi perguntado às empresas se os executivos teriam alguma relação familiar com acionistas que possuísem mais de 5% das ações da empresa, ou se eles mesmos teriam esse volume de ações da corporação. Consideradas apenas as empresas que responderam a este item,

observamos que somente 4,5% dos executivos estão numa dessas condições.

Esse dado indica que a quase totalidade das diretorias das grandes empresas foi formada utilizando-se critérios profissionais.

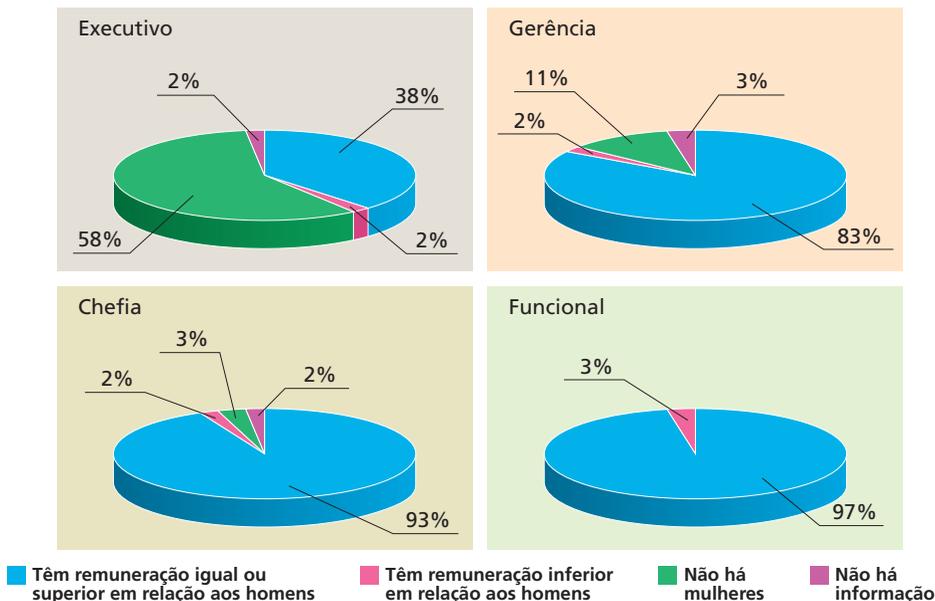
COMPARAÇÃO



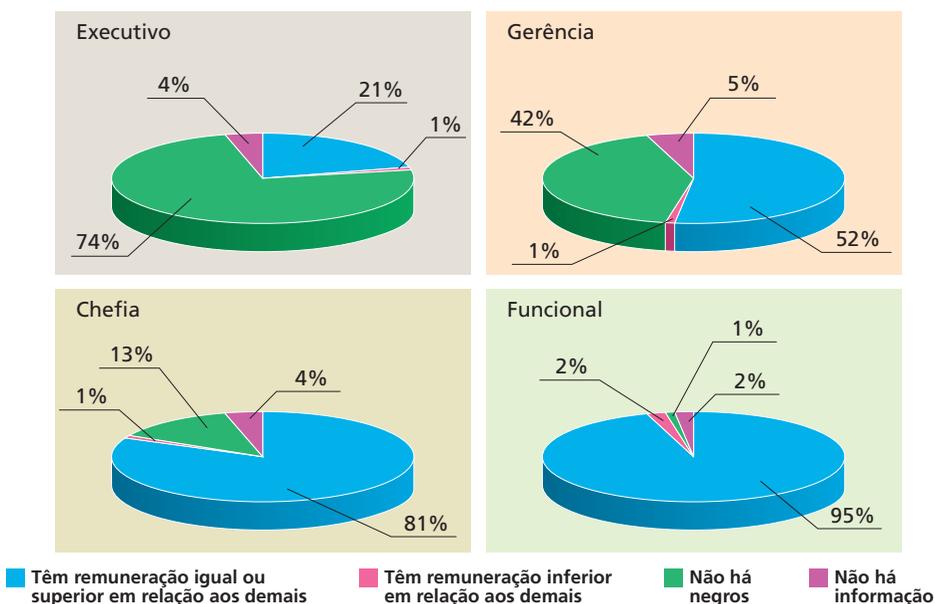
Apesar de o tamanho das amostras das duas pesquisas ser bem diferente, o resultado é praticamente o mesmo.

A Percepção do Presidente

Sobre a situação das mulheres na empresa



Sobre a situação dos negros na empresa



Nesta parte do questionário, solicitava-se que o presidente desse sua opinião sobre a situação das mulheres e dos negros em cada nível hierárquico da empresa.

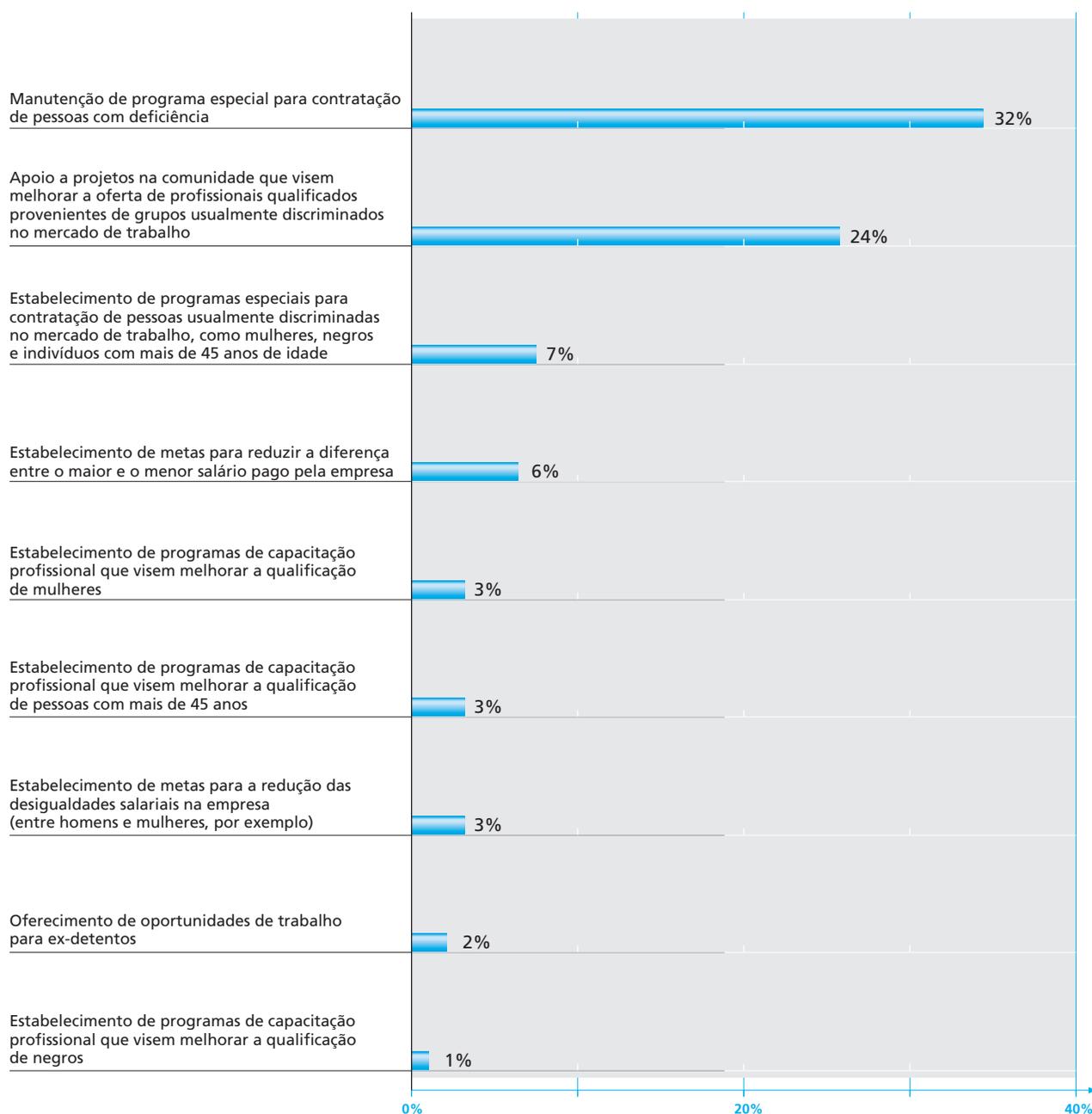
Pelas respostas obtidas, 58% das empresas da amostra não têm mulheres na diretoria e 2% delas dizem não ter essa informação. Em números absolutos, apenas 98 empresas da amostra afirmam ter mulheres no quadro executivo, o que resulta numa média de 3,5 diretoras por empresa.

No caso dos negros, a situação é ainda pior: em 74% das empresas não há negros no quadro

executivo e 4% não têm essa informação. Os 22% que afirmam ter diretores negros correspondem a 54 empresas. Como a pesquisa aponta apenas 52 negros em nível de diretoria em toda a amostra, há, em média, menos de um diretor negro para cada empresa que afirma ter negros no quadro executivo.

É também alto o índice de empresários que declaram não haver negros em nível de gerência (42%), e chama a atenção o fato de 1% deles admitir que não há negros nem mesmo no quadro funcional.

Promoção da Equidade



Das empresas da amostra, 40% dizem desenvolver alguma política ou ação afirmativa para compensar as desvantagens de grupos sociais tradicionalmente discriminados.

De acordo com o resultado obtido a partir de uma lista com nove opções apresentada no questionário, a manutenção de programa especial para contratação de pessoas com deficiência é a política afirmativa mais difundida, praticada por 32% das empresas. É provável que essa ampla adesão se deva não apenas à legislação existente para garantir a inclusão de pessoas com

deficiência, mas também, ou principalmente, a uma mudança de mentalidade, com a crescente valorização da responsabilidade social.

É significativo também o apoio a projetos na comunidade que visem melhorar a oferta de profissionais qualificados provenientes de grupos usualmente discriminados no mercado de trabalho, citado por 24% das empresas. Por outro lado, apenas 1% das empresas diz manter programas para melhorar a capacitação profissional de negros, que constituem 43,3% da população economicamente ativa.

A I M P O R T Â N C I A D A D I V E R S I D A D E P A R A A S E M P R E S A S

Os dados obtidos por esta pesquisa reforçam a idéia de que é necessário promover ações em favor da diversidade nas empresas. Por esse motivo, decidimos anexar a este estudo um resumo dos principais pontos enfocados pelo manual Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade, publicado pelo Instituto Ethos em setembro de 2000. Observamos, no entanto, que apenas a diversidade não basta. É preciso promover também a equidade.

O cenário econômico contemporâneo apresenta fortes demandas não só por produtividade e competitividade, mas também em relação ao caráter ético e legal da atuação das empresas.

Diante da tendência de disponibilidade cada vez maior dos recursos tecnológicos, a vantagem competitiva de uma empresa será determinada em grande medida pela qualidade da relação que ela mantém com as pessoas, interna e externamente. E essa qualidade está diretamente relacionada ao problema da inclusão ou exclusão de diferentes grupos sociais.

A diversidade é associada, mais freqüentemente, a gênero e raça. As empresas, no entanto, vêm ampliando o conceito e passando a considerar questões como condição socioeconômica dos empregados, idade, estado civil, nacionalidade, orientação sexual, deficiências, estilo de trabalho e visão de mundo, entre outras diferenças.

Valorizar e praticar a diversidade, combatendo a discriminação e o preconceito, são princípios da responsabilidade social empresarial.

FATOR CRÍTICO DE SUCESSO

Implementar eficazmente estratégias de diversidade da mão-de-obra pode ser um fator crítico para o sucesso dos negócios. As políticas de diversidade incrementam a competitividade, ao possibilitar que as empresas usufruam de todo o potencial resultante das diferenças positivas entre seus empregados. Também é crescente a tendência de valorização de marcas e bens produzidos por organizações que projetam uma imagem pluralista e de responsabilidade social.

ADAPTAÇÃO AO PERFIL DOS CLIENTES

Para que as empresas permaneçam competitivas na economia globalizada, a composição de sua força de trabalho deve refletir a diversidade e as mudanças na composição dos clientes e dos mercados. As empresas com mão-de-obra diversificada têm melhores condições de colocar seus produtos e serviços no mercado, atendendo a consumidores cada vez mais diferenciados e exigentes.

DESEMPENHO FINANCEIRO FORTALECIDO

Diversos estudos de âmbito internacional já indicaram que programas de diversidade influem positivamente no bom desempenho financeiro das empresas. Os programas de diversidade também têm sido um fator diferencial para muitas empresas na atração de novos investidores.

ROTATIVIDADE REDUZIDA

A experiência de várias empresas mostra que a atenção à diversidade pode conduzir a uma redução da troca de mão-de-obra.

PRODUTIVIDADE MELHORADA

Um ambiente baseado na diversidade tende a ser mais estimulante e produtivo, favorecendo a elaboração de novos projetos e soluções. A valorização da diversidade contribui para a obtenção de um clima positivo que, pelo combate à intolerância, estimula a cooperação e a sinergia entre os profissionais da organização em torno de seus objetivos comuns. Com isso, cria-se um ambiente que reforça os vínculos dos funcionários com o trabalho e sua identificação com a empresa.

AUMENTO DA SATISFAÇÃO NO TRABALHO

Ao avaliar o alcance dos programas que incluem oportunidades iguais de desenvolvimento, a não-discriminação e o respeito, pode-se concluir que empregados que têm no local de trabalho um ambiente de incentivo mostram-se mais satisfeitos com suas atividades profissionais e são mais leais.

MENOR VULNERABILIDADE LEGAL

As empresas que estabelecem programas de diversidade e métodos de gestão voltados para detectar e prevenir situações potenciais de discriminação são menos vulneráveis frente às exigências legais.

IMAGEM CORPORATIVA VALORIZADA

Quando se constata que a valorização da diversidade é uma macrotendência verificável nos mais diferentes países, percebe-se a importância estratégica de praticá-la internamente. O tema tem sido alvo de atenção constante da mídia, especialmente quando empresas dão exemplos de racismo ou discriminação sexual. A publicidade em torno de uma prática discriminatória pode ser bastante negativa para a organização, afetando sua imagem perante os consumidores e a opinião pública. Por outro lado, se a diversidade for um atributo característico das atividades da empresa, tornando-a conhecida como um bom lugar para trabalhar, com um ambiente aberto e inclusivo, ela pode agregar qualidades positivas à imagem da corporação no mercado.

MAIOR FLEXIBILIDADE

Incorporações, fusões e desmembramentos de empresas têm sido cada vez mais comuns. Também é crescente a tendência à terceirização de operações. Uma cultura organizacional pluralista favorece a adaptação a essas mudanças. São processos que muitas vezes impõem a convivência de grupos com diferentes culturas e particularidades. Uma política de promoção da diversidade pode tornar a empresa mais flexível, aumentando sua capacidade para se adaptar a novas situações.

RECONHECIMENTO ADEQUADO

Na medida em que o estímulo à diversidade representa um reforço à expressão dos talentos e potencialidades individuais, ele torna a empresa mais bem capacitada para avaliar e promover seus empregados tendo por base sua efetiva competência. Um ambiente de discriminação pode reprimir talentos e comprometer a capacidade da empresa de reconhecer adequadamente o desempenho de seus funcionários e dirigentes.

COMO A EMPRESA PODE INCENTIVAR A DIVERSIDADE

Realize um acompanhamento das informações a respeito de seus empregados, identificando as discrepâncias e mudanças nas situações comparativas de mulheres, negros ou outros grupos relevantes para a empresa.

Comprometa-se a contratar e promover pessoas com experiências e perspectivas diferentes. Recrute seu pessoal de formas e fontes diversificadas.

Adote a diversidade como um parâmetro orientador das políticas de desenvolvimento, manutenção, encareiramento e remuneração das pessoas da empresa.

Inclua em seus programas de integração a atenção para a diversidade, favorecendo a transposição de barreiras hierárquicas e a permeabilidade de grupos já constituídos internamente.

Promova ações de treinamento e comunicação regulares para todos os funcionários.

Torne o desempenho da diversidade parte da avaliação periódica de todos os gestores e empregados.

Dimensione sua necessidade de apoio externo e contrate especialistas e instituições tecnicamente capacitadas para subsidiar a implementação de políticas de diversidade.

Busque multiplicar a cultura da diversidade entre as demais empresas de seu setor de atividade, por meio de entidades associativas ou sindicatos patronais.

Implemente iniciativas para disseminar sua política de diversidade entre seus parceiros, consumidores, clientes, fornecedores e nas comunidades em que atua.

Estabeleça parcerias e intercâmbios com entidades e instituições da comunidade voltadas para a promoção da diversidade.

Reforce as relações comunitárias da empresa.

Assegure que os princípios de diversidade orientem as campanhas de publicidade e marketing de seus produtos. Faça também marketing institucional de suas iniciativas pela valorização da diversidade.

Realização

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

www.ethos.org.br

Parceria



ipea



Execução da pesquisa

IBOPE

Patrocínio



PHILIPS

Apoio institucional

