



A MULHER NA ECONOMIA : RESULTADOS QUE TRANSFORMAM

Yêda Fernal

Caxias do Sul

Março - 2016

Mas onde fica BH?

ENTRE O

Ôxe e o Bah,
UAI!



PREFEITURA
BELO HORIZONTE

www.pbh.gov.br



VAMOS TEORIZAR?!!

- Segundo Nizan Guanaes, publicitário, o mundo tradicional é masculino , mas o futuro e as empresas líquidas (modelos de gestão e inovação) do futuro são femininas.
- Ainda, segundo ele:
O GRANDE HOMEM É, EM GERAL, UM CASAL!





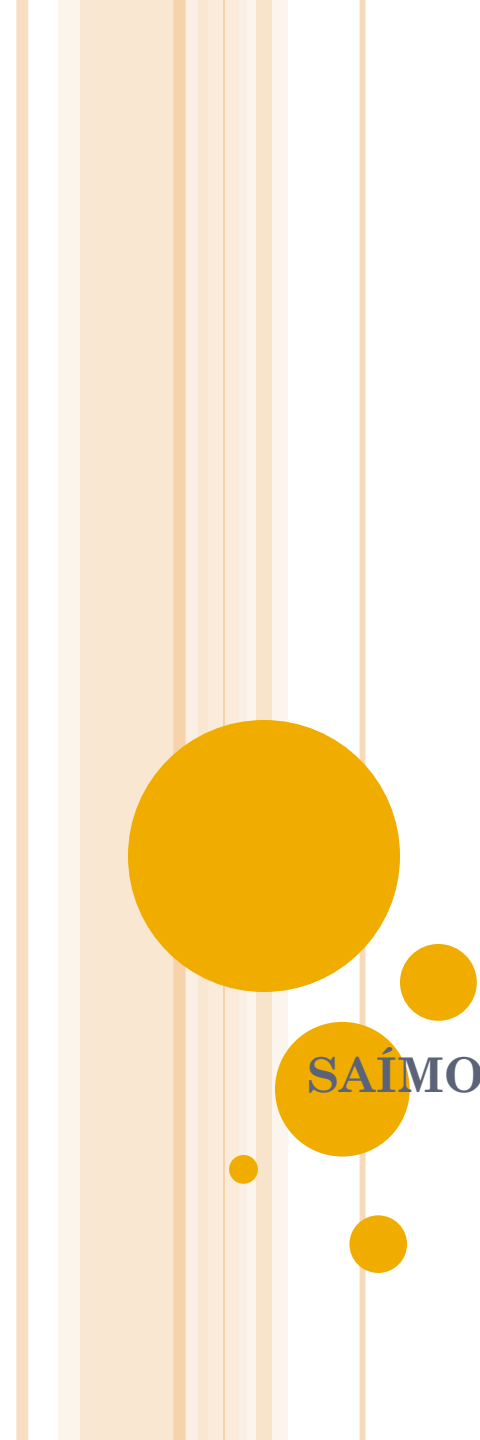
Um estudo realizado em 2006 pelo Fórum Econômico Mundial concluiu que, quanto maior é a participação das mulheres na vida econômica de um país, mais desenvolvido ele é. Ou seja, lugar de mulher é na ECONOMIA !!



A MULHER E SUAS POSIÇÕES

- NO BRASIL SOMOS 52% DA POPULAÇÃO E 51% DE ELEITORAS
- RECEBEMOS REMUNERAÇÃO INFERIOR A DOS HOMENS
- NOSSA JORNADA DE TRABALHO AINDA INCLUI A ADMINISTRAÇÃO DO LAR
- SOMENTE EM DEZ/2015 AS MULHERES DA ARÁBIA SAUDITA CONQUISTARAM O DIREITO AO VOTO E CANDIDATURAS
- NOS CARGOS DE CEO SOMOS APENAS 6%
- ATINGIMOS NOSSA PLENITUDE CORPORATIVISTA NOS CARGOS DE GERÊNCIA

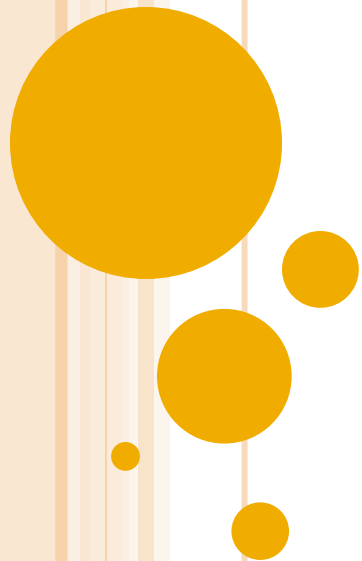


The slide features a decorative left margin with vertical stripes in shades of orange and yellow, and several overlapping circles of varying sizes in a golden-yellow hue. The main text is centered in a dark blue, serif font.

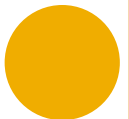
**O SÉCULO XX VAI FICAR
CONHECIDO COMO O SÉCULO
EM QUE AS MULHERES
SAÍRAM DA INVISIBILIDADE
(SOLANGE JUREMA)**

SAÍMOS DE 04 PAREDES E GANHAMOS AS RUAS

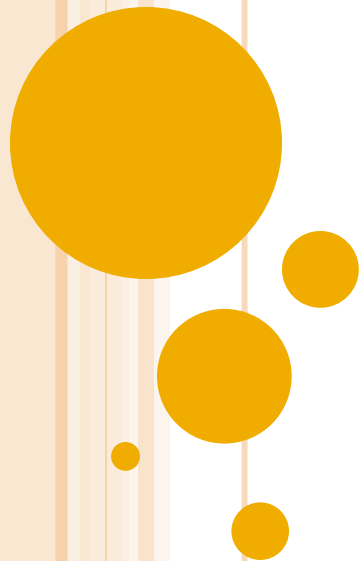
O SÉCULO XXI
PASSA PELO
FEMININO



- **Segundo Rose Marie Muraro**, o movimento feminista “mudou a consciência do mundo, porque transformou as mulheres. A mulher muda a consciência dos filhos e, mudando a consciência dos filhos, ela muda a consciência das gerações. Então, se você muda uma mulher, você muda o correr das gerações”.



A MULHER NAS
EMPRESAS
X
ESPAÇOS DE
PODER



ESPAÇOS DE PODER

- A ascensão das mulheres às altas esferas corporativas é rara; elas ocupam menos de 20% dos cargos de responsabilidade nas 500 empresas mais importantes do mundo, segundo a lista elaborada pela [*Fortune*](#)
- Na América Latina, 47 das 100 maiores empresas da região não possuem uma única mulher em seu conselho de administração (relatório da [Corporate Women Directors International](#) , grupo de pesquisa com sede em Washington.



- Entre as empresas que contam com mulheres em seus altos cargos administrativos, 43% possui apenas uma mulher. Elas representam, em média, apenas 6,4% dos assentos nos conselhos de administração destas grandes empresas da região
- No Brasil, a média é de 6,3%. Estamos atrás da América do Norte (19,2%), da Europa (20%) e da região Ásia-Pacífico (9,4%).



Levantamento com 97 companhias do Grupo de Líderes Empresariais (Lide) mostra que 15% das mulheres têm cargo de diretoria e apenas 5% são vice-presidentes e presidentes.

“Para atingir determinados cargos, as mulheres se esforçam mais, precisam provar um pouco mais que são competentes”, diz Chieko Aoki, presidente do Blue Tree Hotels e do Grupo de Mulheres Líderes (Lidem).

É uma vantagem delas: a versatilidade e a facilidade de adaptação a muitos afazeres simultâneos. “A mulher corporativa trabalha em equipe e ainda toma conta da casa e cria os filhos sem culpa”, diz Viviane Martins, responsável pela área de compras da Bayer.



Elas detêm 50,2% dos cartões de crédito... (Fonte: Itaucard)

...e representam 44% da população economicamente ativa. (Fonte: OIT)

Mas ocupam apenas 15% dos cargos diretivos nas empresas (Fonte: Lidem)



COMANDO FEMININO NAS MICRO EMPRESAS EM MINAS GERAIS SEBRAE MG

- As mulheres são donas de 31% das micro e pequenas empresas de Minas Gerais.
- Elas são maioria (82%) entre os administradores dos negócios de micro porte e apresentam maior intenção de investir em estratégias de redução de custos.
- Case de Juruiaia MG – A Capital da Lingerie



- Em Minas Gerais somos aproximadamente 10 milhões de mulheres.
- No empreendedorismo, a participação das mineiras é bastante expressiva: 60% delas empreendem por oportunidade (e não por necessidade),
- 51% estão com seus negócios em estágio inicial, mas 41% já têm estabelecimentos consolidados, com mais de 42 meses de existência.

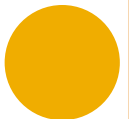


EM LINHAS GERAIS

- Homens e mulheres seguem padrões similares de administração , mas as empresárias são mais incisivas nas estratégias de gestão estabelecidas para 2014.
- Pode-se destacar que 86% delas pensam em reduzir custos operacionais (eles, 83%);
- 87% pensam em fortalecer a marca (eles, 85%);
- e 70% delas pretendem lançar novos produtos e serviços (eles, 65%).



- Entre os gestores de empresas, 41% das mulheres têm curso superior (o número chega a 32% dos homens)
- Das executivas e proprietárias, 35% possuem Ensino Superior completo e 6% fizeram cursos de pós-graduação (respectivamente, 26% e 3% no lado masculino)
- De acordo com Carolina, do Sebrae MG “características marcantes do gênero feminino, como flexibilidade, entusiasmo, motivação e busca pelo novo” contribuem para esse bom resultado.



- Segundo o relatório [Women Matter 2013](#), da consultoria internacional [McKinsey](#), a mulher se destaca pela capacidade de tomar decisões de forma participativa e pelo seu envolvimento no desenvolvimento das pessoas, entre outras.
- “Homens e mulheres costumam entrar nas empresas na mesma proporção, mas enquanto eles vão subindo no organograma, elas vão ficando pelo caminho. O *networking* é muito importante na hora de ascender, e elas não têm acesso ou não se fazem presentes.”



- Embora representem 44% da força de trabalho, as brasileiras ainda são minoria nos cargos de comando. O que torna a igualdade de gênero nas empresas um grande desafio no país.
- Apenas 5% das brasileiras integram o seletivo grupo de mulheres à frente de grandes empresas.



ALGUNS DIFERENCIAIS

- Há um estudo da ONU que diz que quanto mais mulheres tiverem em altos cargos, menor será a corrupção.
- Quero destacar , também, o comprometimento feminino e a responsabilidade por tarefas assumidas
- Educação profissional e acadêmica



PORQUE SUA EMPRESA PRECISA DE MULHERES

- a promoção da igualdade é um *plus* para a imagem da empresa, funcionando como marco civilizatório.
- A igualdade de gênero foi reconhecida como um direito humano desde a criação das Nações Unidas.
- Portanto, para uma empresa, aderir a esse compromisso é um sinal de responsabilidade social, fortalecendo sua reputação.



The left side of the slide features a decorative design consisting of several vertical stripes in shades of light orange and beige. Overlaid on these stripes are several circles of varying sizes, all in a vibrant orange color. The largest circle is positioned near the top left, with smaller circles scattered below and to its right.

A MULHER E O CONSUMO

Novas Tendências de comportamento

- **O avanço das mulheres no mercado:** o avanço das mulheres no mercado de trabalho cresce ano após ano e está criando novos padrões de consumo e comportamento. A perspectiva de venda dos produtos dedicados ao público feminino é grande.
- **Mais casais sem filhos:** Há cada vez mais casais que decidem não ter filhos ou postergam a paternidade para aproveitar a vida sem preocupações com gastos
- **Cresce o número de pessoas morando sozinhas:** este consumidor geralmente é ávido por tecnologia, conforto e praticidade.
- **Mais consumidores de meia-idade:** uma legião de cinqüentões com alta renda está adotando hábitos mais saudáveis e dedicando mais tempo ao lazer.
- **Uma vida mais longa e melhor:** cresce o número de pessoas na terceira idade, que já têm os filhos criados e querem aproveitar a vida com saúde e tranquilidade.

**Os homens
compram,
as mulheres
vão às
compras!!**



The left side of the slide features a decorative design consisting of several vertical stripes in shades of light orange and beige. Overlaid on these stripes are several circles of varying sizes, all in a vibrant orange color. The largest circle is positioned near the top left, with smaller circles scattered below and to its right.

PORQUE VENDER PARA MULHERES

- A MULHER SABE QUANTO E COMO GASTAR
- COLOCA, EM 1º LUGAR O QUE É NECESSÁRIO E, DEPOIS, O QUE AGRADA A CADA PESSOA DA CASA
- RESPONDE MELHOR ÀS MÍDIAS E AÇÕES DE MARKETING
- DEMORA MAIS A TOMAR A DECISÃO DE COMPRA ALIANDO ASPECTOS PSICOLÓGICOS E EMOCIONAIS



- É responsável por 72% do consumo de bens e serviços
- Se passarmos para a ótica do lar : 85% das decisões de compra passam pela mulher
- Ela administra melhor a “carteira” do marido
- Possuem taxas de inadimplência menor
- É responsável por 39,8 % dos lares brasileiros, segundo o IBGE.
- Seu dinheiro gera reinvestimento social



NOSSO PERFIL

- Somos donas de casa, cuidamos dos filhos, trabalhamos, escolhemos os produtos a serem consumidos pela família e ainda damos a palavra final na hora de comprar um carro.
- Esse é o perfil da nova mulher brasileira, que, desde a década de 1990, conquista um papel de destaque na sociedade e na economia, fruto do crescimento da renda, do investimento em educação e do aquecimento do mercado de trabalho.
- Com essa pujança, dados de 2013, o público feminino incrementou o consumo com R\$ 1,1 trilhão. Em 2003, o valor era de R\$ 602 bilhões. O aumento foi de 83%. O dos homens cresceu 45%.



- A pesquisa “Tempo de mulher”, do instituto Data Popular, apontou que:
- 86% das esposas decidem as compras feitas no supermercado,
- 79% escolhem o destino de férias das famílias,
- 58% definem o modelo e a marca do carro e
- 53% estabelecem que computador será comprado para a casa.



Na avaliação do presidente do Data Popular, Renato Meireles, o público feminino é protagonista do novo Brasil que consome mais a cada ano.

Para ele, as empresas precisam se adequar a essa nova realidade para conquistar cada vez mais espaço em um mercado competitivo. “As mulheres são a bola da vez”, afirmou.



DESAFIOS

- TRABALHO INFORMAL
- ADMINISTRAÇÃO DO TEMPO
- GESTÃO TÉCNICA E EMOCIONAL
- EDUCAÇÃO E QUALIFICAÇÃO
- REMUNERAÇÃO MENOR
- COMPARTILHAMENTO DE ESPAÇOS DE PODER



A NATUREZA É :

- SOL E LUA
- DIA E NOITE
- MONTANHA E MAR
- SERRA E ABISMO
- CLARO E ESCURO
- MACHO E FÊMEA
- PERPETUAÇÃO DA ESPÉCIE





- MESMO ,
- AINDA,
- “PISANDO EM OVOS”
- MAS DE SALTO ALTO,
- SEGUIMOS , SEMPRE EM FRENTE !!

- E QUEREMOS NOSSOS COMPANHEIROS AO NOSSO LADO!!

- FELIZ , MULHER!!

- OBRIGADA!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

