

Pesquisa sobre a **MULHER** na Comunicação Corporativa

Realização:



ABERJE

ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
COMUNICAÇÃO
EMPRESARIAL

Instituto ABERJE de Pesquisa

Março de 2005

Patrocínio:



PESQUISA SOBRE A MULHER NA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

O Instituto ABERJE de Pesquisas realizou uma pesquisa sobre a Mulher na Comunicação Corporativa, com o patrocínio da Natura e da Multibrás, e ouviu 206 profissionais da área em 193 empresas de todo o País. A maioria das empresas (62,6%) é associada à ABERJE, e 37,4% não são associadas.

As empresas representadas pelas participantes da pesquisa estão classificadas entre as 1.000 Maiores Empresas do País, de acordo com publicação Valor 1000, edição 2004. A amostra é composta por 63,1% de indústrias, 5,3% do comércio e 31,6% do ramo da prestação de serviços. Foram consultadas empresas de 58 cidades.

Dentre as empresas representadas, 55,8% são de capital nacional, 35% de capital estrangeiro e 8,3% de capital misto.

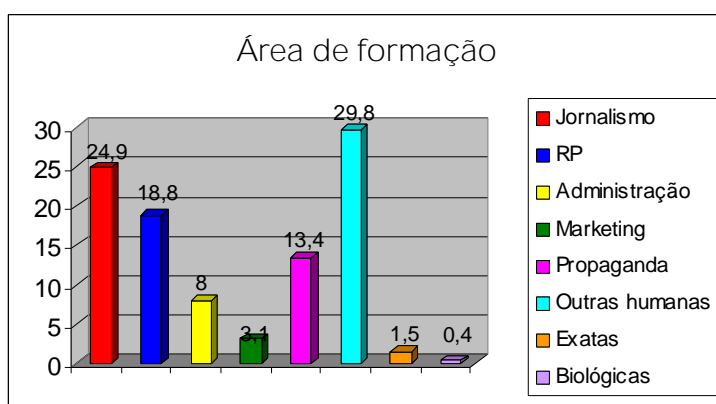
Os questionários, formatados com perguntas fechadas e abertas, foram aplicados por meio de abordagem telefônica no período de 15 a 24 de fevereiro de 2005. Cerca de 30 questionários foram aplicados pessoalmente.

A pesquisa foi coordenada por Paulo Nassar, presidente executivo da ABERJE e professor da ECA-USP e Suzel Figueiredo, diretora do Instituto ABERJE de Pesquisa. O levantamento de campo esteve a cargo da NetTown Pesquisas, com supervisão de Carolina Navarro.

Perfil das mulheres participantes

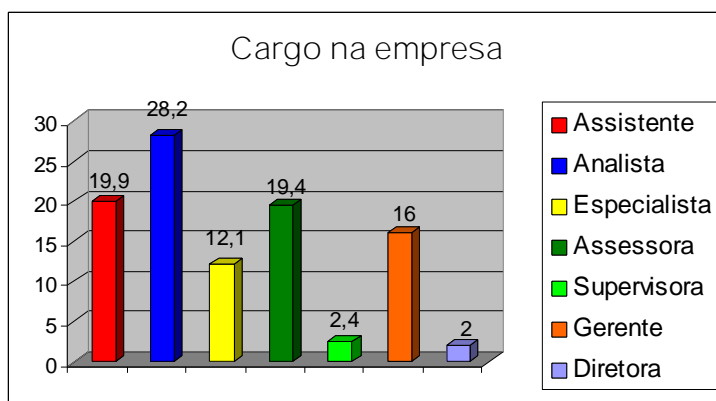
A área de Comunicação Corporativa agrega profissionais de diversas formações. Foram identificadas, além das profissionais de cursos afins (Jornalismo, Relações Públicas, Propaganda), outras áreas de formação humanística, tais como Rádio e Televisão, Secretariado, Psicologia, Pedagogia, Sociologia, Antropologia, Letras, Hotelaria, Serviço Social, Recursos Humanos, Tradução, Filosofia, dentre outras.

Um quarto das profissionais entrevistadas é graduada em Jornalismo (24,9%), seguida de 18,8% profissionais de relações públicas.



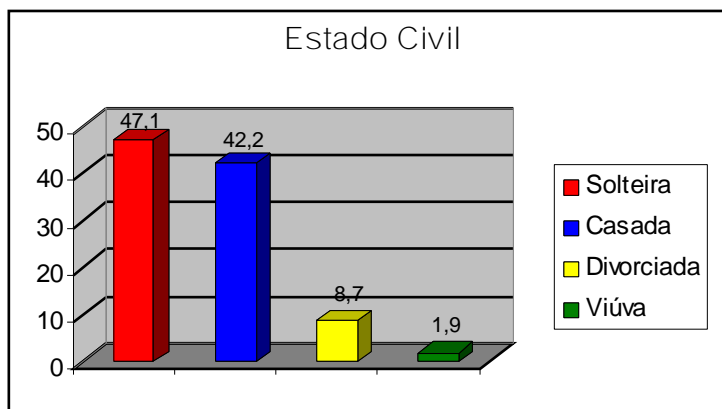
Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

A amostra entrevistou profissionais de comunicação de todos os níveis hierárquicos, desde assistentes até diretoras.



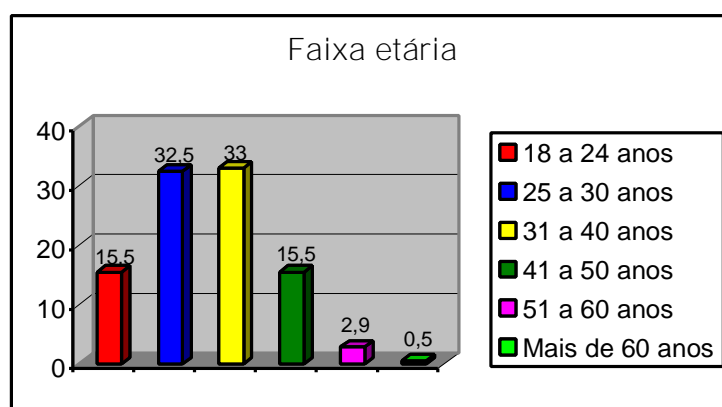
Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Mulheres casadas e solteiras dividem eqüitativamente as funções na Comunicação Corporativa.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

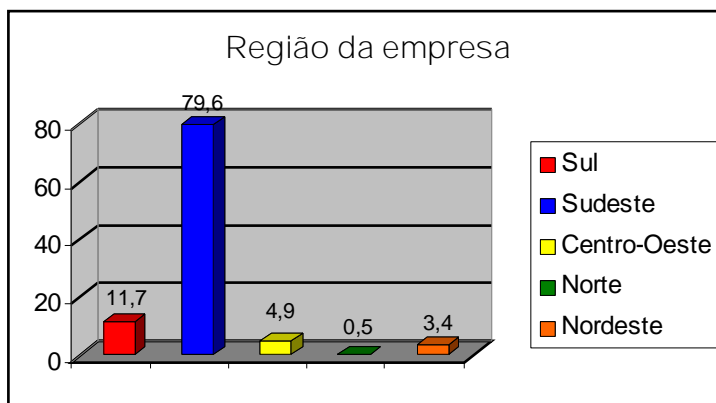
As mulheres entre 25 e 40 anos ocupam 65,5% das posições na área de Comunicação.



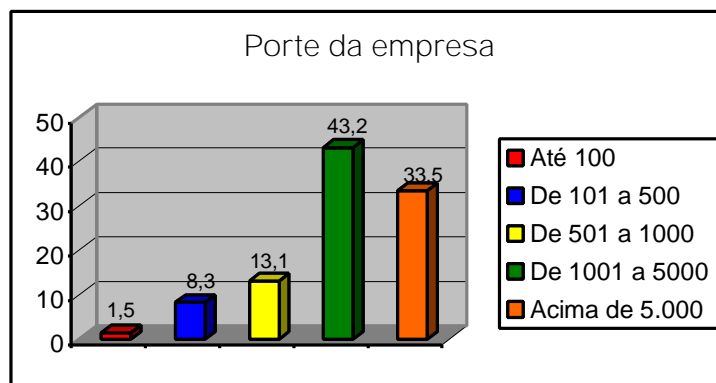
Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Empresas ouvidas estão concentradas no Sudeste E tem grande número de funcionários

Mais de 70% das mulheres ouvidas trabalham em empresas com mais de 1000 funcionários, sendo que 33% delas em empresas com mais de 5.000 funcionários. A região Sudeste está representada na amostra com 79% das empresas, seguida da região Sul, com 11,7%.



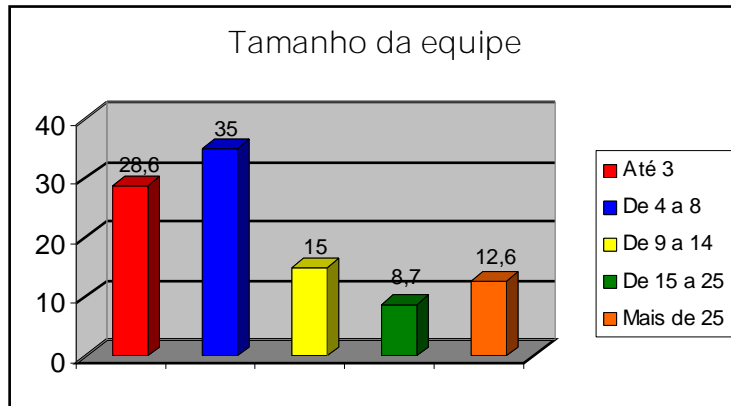
Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

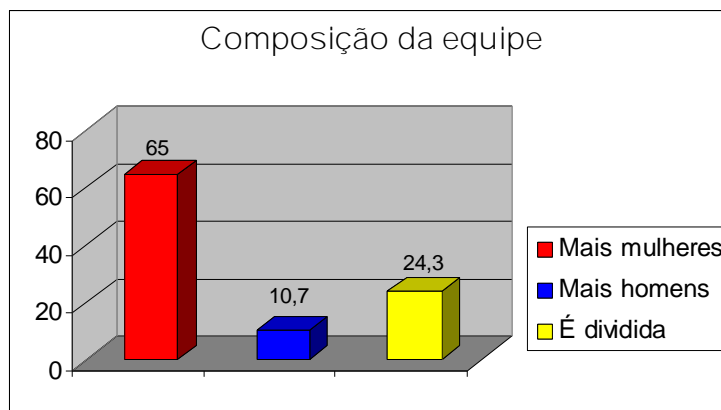
Equipes enxutas e femininas são maioria na Comunicação Corporativa

As equipes de comunicação corporativa das maiores empresas do Brasil são enxutas: 63,6% têm menos de 8 pessoas. As maiores equipes, com mais de 25 pessoas, estão concentradas no ramo da prestação de serviços.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

A composição das equipes tem forte predominância feminina. Em 65% das empresas a maioria da equipe da Comunicação Corporativa é composta por mulheres. É nas indústrias que estão a maior parte das equipes com maioria masculina.

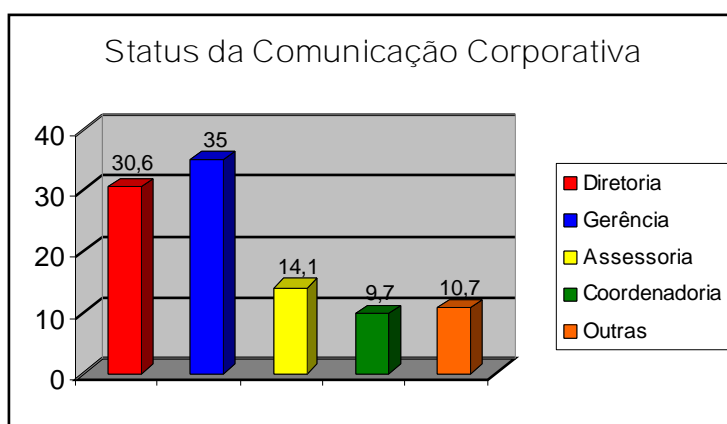


Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Comunicação Corporativa já é diretoria em quase um terço das grandes empresas

Em 30,5% das empresas onde trabalham as mulheres entrevistadas já existe uma diretoria para os assuntos da Comunicação Corporativa, embora em muitos casos esta não seja a nomenclatura. Em 35% das empresas a área é representada por uma gerência.

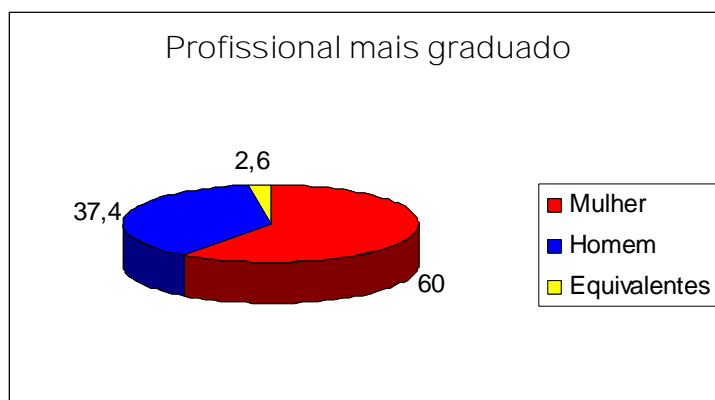
Nas empresas de capital estrangeiro encontram-se mais diretorias de Comunicação Corporativa que nas de capital nacional, numa proporção de 44,6% para 22,6%.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Em 60% das empresas a pessoa mais graduada na Comunicação Corporativa é uma mulher. No entanto onde a Comunicação Corporativa é uma diretoria, em 42,3% quem a ocupa é um homem contra 22,7% de mulheres.

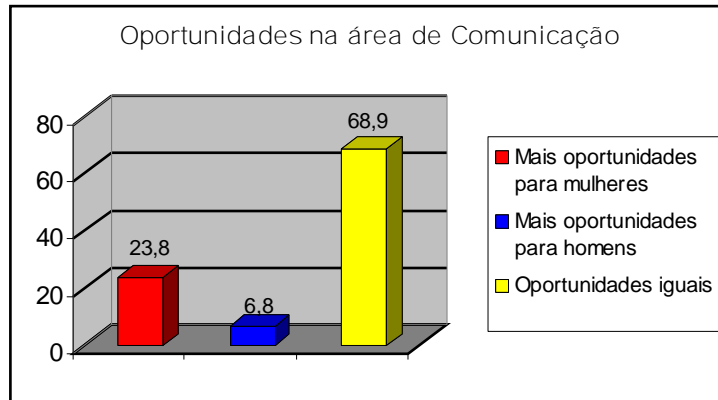
Já nos casos das gerências, as mulheres lideram com 37,3% e homens representam 32,1%. Existem mais diretorias de comunicação nas indústrias (35%) que no ramo da prestação de serviços (20,7%).



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

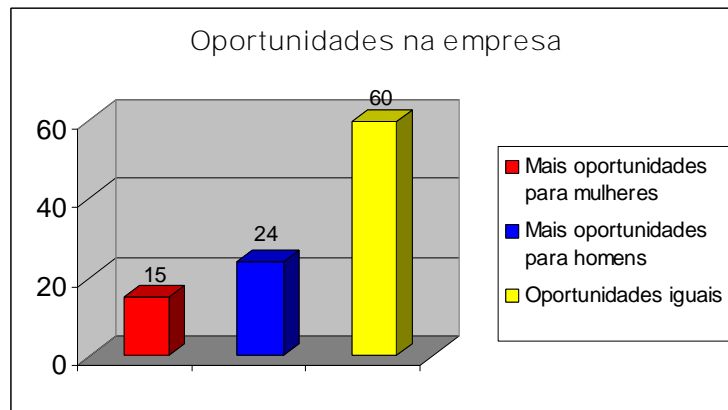
Comunicação Corporativa oferece oportunidades iguais para homens e mulheres

As mulheres entrevistadas acreditam que a Comunicação Corporativa proporciona oportunidades iguais para profissionais de ambos os sexos. O mercado seria mais promissor para as mulheres para 23,8% das entrevistadas.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Mas quando questionadas sobre como são as oportunidades na empresa onde trabalham, as chances para as mulheres se reduzem e os homens ficam em vantagem (24% contra 15%).

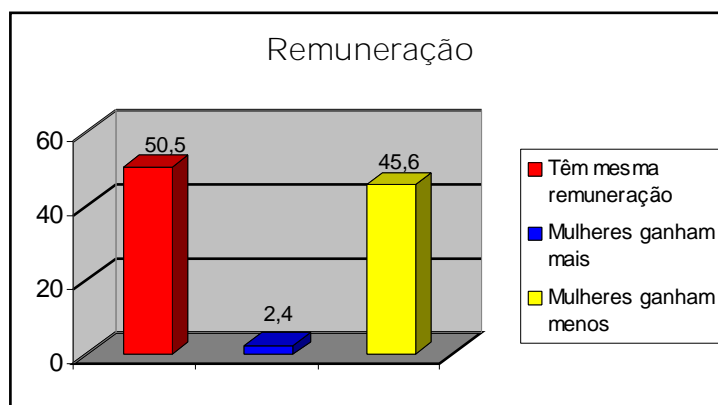


Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Metade das mulheres considera que já tem mesma remuneração que os homens

Quase ninguém (2,4%) acredita que as mulheres ganhem mais que os homens na Comunicação Corporativa, mas metade das entrevistadas considera que ambos tenham a mesma remuneração.

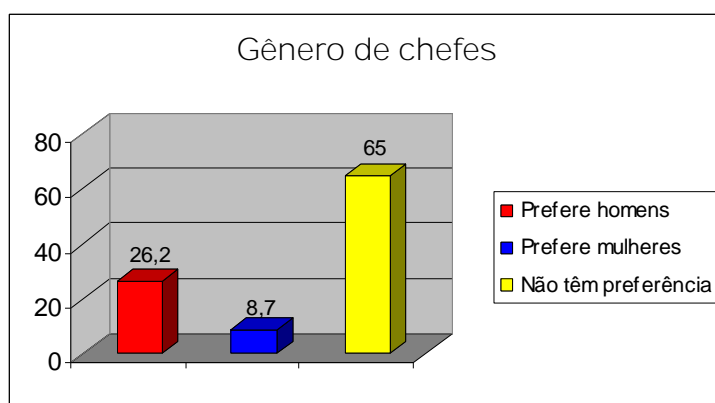
Outra metade (45,5%) acha que as mulheres ganham menos que os homens.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Apesar da diferença apontada a favor dos homens na questão da remuneração, quando se considera o relacionamento hierárquico não existe preferência das mulheres por homens ou mulheres. A maioria 65% não tem preferência pelo gênero dos chefes, embora 26,2% prefiram ser lideradas por homens.

Quando questionadas sobre subordinados, 77,3% não tem preferência pelo sexo.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

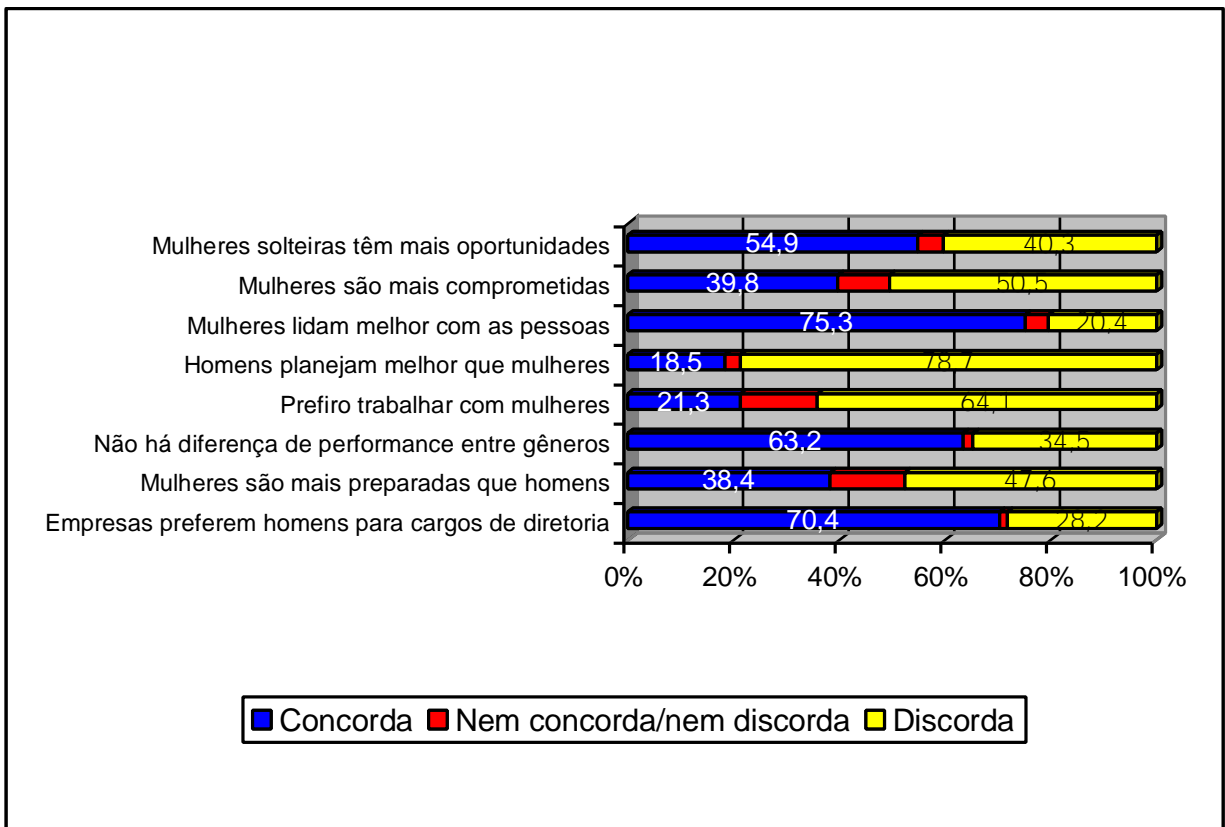
Elas lidam melhor com as pessoas.
Mas as empresas preferem diretores homens

As mulheres entrevistadas foram solicitadas a apontar seu grau de concordância com algumas frases.

75% das mulheres concordam que lidam melhor com as pessoas que os homens e 70% delas concordam que as empresas preferem homens para cargos de diretoria.

A maioria (78,7%) discorda que os homens planejam melhor que as mulheres e 64,1% discordam que preferem trabalhar com mulheres.

É curioso notar que dentre as mulheres que concordam que as solteiras têm mais chances que as casadas, a maioria é casada.

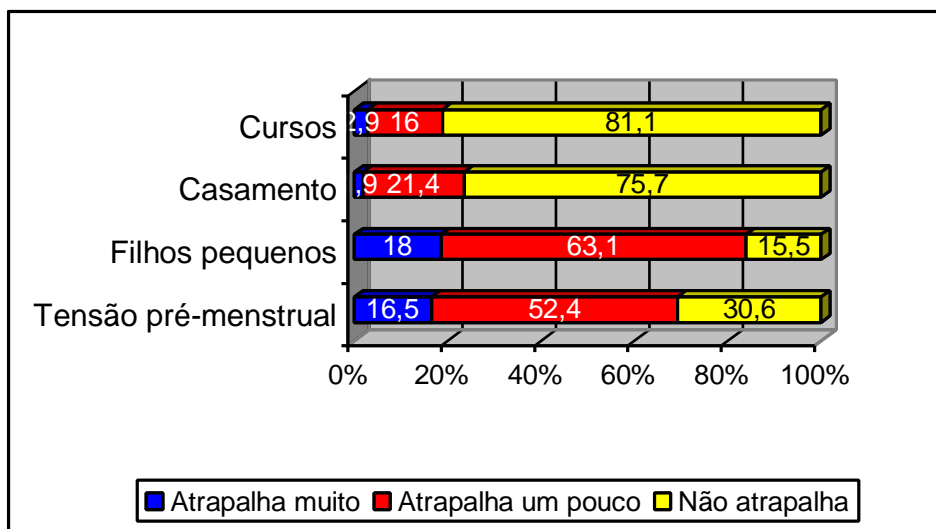


Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Filhos pequenos e TPM atrapalham a vida profissional das mulheres

O casamento não atrapalha a vida para 75,7% das mulheres, mas os filhos pequenos atrapalham. 81,1% das mulheres entrevistadas afirmaram que atrapalham muito ou um pouco.

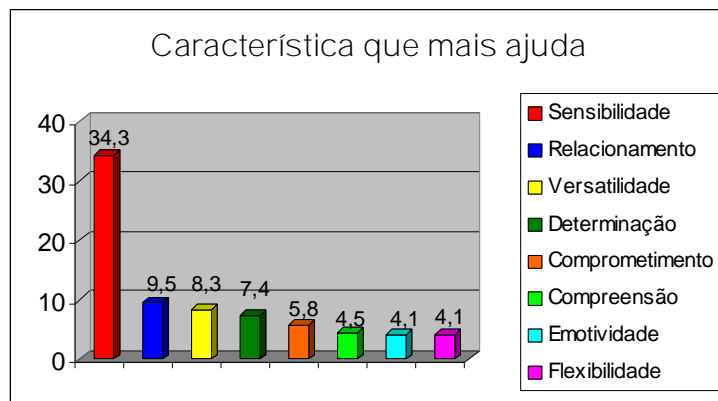
A Tensão Pré-Menstrual vem em segundo lugar como fator que atrapalha a vida profissional, com 68,9 das menções.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

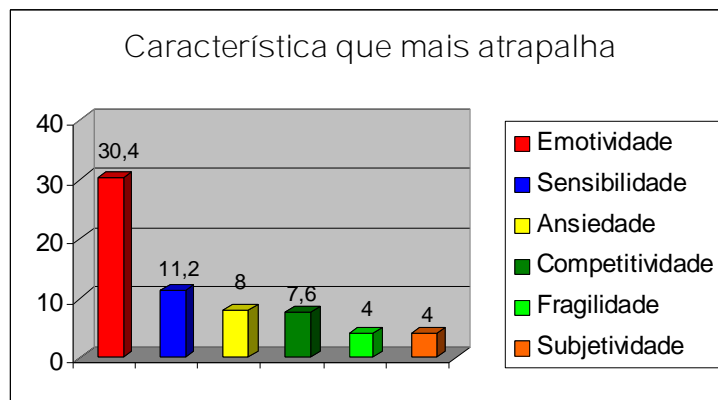
Sensibilidade e emoção, características que ajudam e atrapalham as mulheres

As mulheres entrevistadas se descreveram com mais de 30 diferentes características. Várias envolvem habilidades de gestão, tais como jogo de cintura, conciliação, paciência, tolerância, poder de negociação, dentre outras. No entanto a característica mais citada foi a sensibilidade por um terço das entrevistadas. (34,3%).



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

A emotividade foi citada com a característica que mais atrapalha as mulheres, seguida da sensibilidade, que também é a característica que mais ajuda. Outras citações registradas, com poucas menções, foram submissão, insegurança, vaidade, inveja, ser fofoqueira, dentre outras.

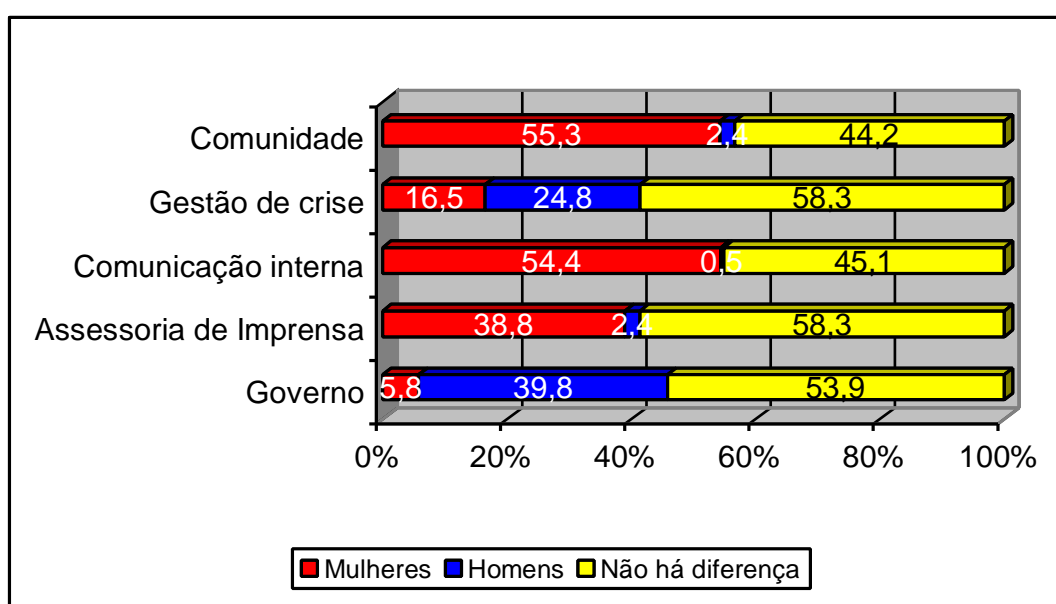


Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Mulheres desempenham melhor em comunicação interna e com a comunidade

As profissionais entrevistadas indicaram que desempenham melhor que os homens nas áreas de comunicação interna e relacionamento com a comunidade. Eles, por sua vez, são mais reconhecidos pelas mulheres no relacionamento com o governo e na gestão de crise, embora a maioria das mulheres acredite não exista diferença de desempenho entre os sexos nestas duas atividades.

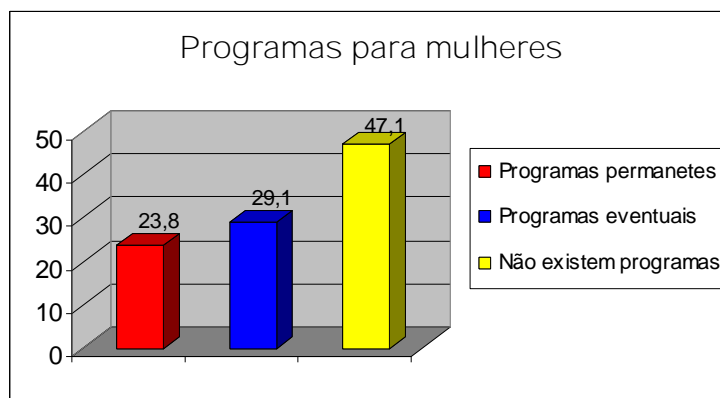
Da mesma forma a assessoria de imprensa é desempenhada de forma competente por ambos os sexos.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Menos de um terço das empresas mantém programas para mulheres

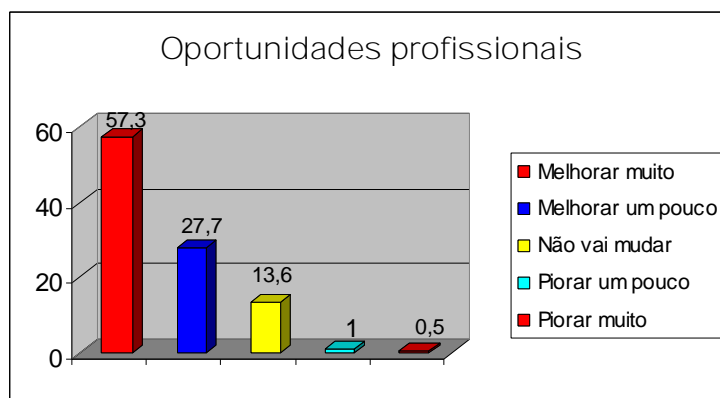
As indústrias são as empresas que mais mantêm programas dirigidos para as mulheres. O comportamento entre empresas de capital nacional e estrangeiro não varia.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa

Mulheres estão otimistas em relação ao futuro profissional

Para 85% das entrevistadas as oportunidades para as mulheres na Comunicação Corporativa vão melhorar muito (57,3%) ou um pouco (27,7%). Dentre as mais otimistas estão as mulheres que trabalham no ramo da prestação de serviços (63%) acham que vai melhorar muito e as mais jovens, até 25 anos, que vislumbram um futuro muito promissor.



Fonte: Instituto ABERJE de Pesquisa