

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONOMICO
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
MONOGRAFIA – CNM5420

**Mercado de trabalho informal feminino: revenda de cosméticos,
no Município de Florianópolis-SC**

CAROLINA MORAES

Florianópolis

2008

CAROLINA MORAES

**Mercado de trabalho informal feminino: Revenda de Cosméticos,
no Município de Florianópolis-SC**

Monografia apresentada para
conclusão do Curso de Graduação
em Ciências Econômicas pela
Universidade Federal de Santa
Catarina.

Orientador: Prof. Helton Ricardo
Ouriques.

Florianópolis

2008

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

A banca examinadora resolveu atribuir a nota 8,5 a aluna Carolina Moraes (Matrícula 9720710-1) na disciplina CNM5420 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Helton Ricardo Ouriques
Presidente

Prof. Dr. Marcos Valente
Membro

Prof. Lairton Marcelo Comerlatto
Membro

Dedicatória

Este trabalho é a maior prova de minha capacidade de superação, sendo assim dedico-o a Deus e a toda espiritualidade amiga, que me guiaram e confortaram nos momentos em que imaginava que não seria possível realizá-lo.

Agradecimentos

Primeiramente agradeço a Deus, por me conceder forças, saúde, persistência, discernimento e concentração, atributos indispensáveis e necessários para a conclusão deste trabalho.

Agradeço a minha mãe e meu pai, que cada um, a sua maneira sempre me incentivaram a realizar um curso de graduação. Mesmo diante de muitos percalços e dificuldades, a persistência sempre fez parte da nossa trajetória, então, terminar este curso de economia não entraria na listagem de algo não realizado. Agradeço também a paciência e amor que sempre tiveram para comigo, e um dos ensinamentos adquiridos através deles foi que “podem lhe tirar tudo, menos seu intelecto e conhecimento”.

Mesmo vivendo uma vida inteira não conseguiria retribuir o amor, a compreensão, o incentivo, o carinho e as lições de vida recebidas por dois indivíduos maravilhosos, Marta e Camponês. Com relação à Marta, é difícil descrever o sentimento que tenho, pois foi essencial o tempo despendido por ela, na missão de me convencer a retornar meus estudos. O Camponês, quantos colos e puxadas de orelha, primordiais para a conclusão desse percurso. Agradeço ao amor incondicional recebido. Sem esquecer dos meus amigos do Centro Espírita a Caminho da Luz, que sempre tiveram uma palavra amiga, muito amor e compreensão para comigo, mesmo nos momentos mais difíceis.

Regina e Naira agradeço todo o amor que recebi no momento em que mais precisei, realmente encontramos amigos verdadeiros nas adversidades. Sem esquecer a Dona Nena e Claudia que sempre disponibilizaram uma palavra amiga e o almoço de domingo.

Nossa! Quantos amigos feitos no curso de economia, mas jamais poderia esquecer de agradecer e mencionar o nome dessas pessoas: Caroline Nogueira, Thaís Lanzioti, Airton Seminotti Júnior e Jacksson Hester Giacomini, amigos que jamais esquecerei, pois sempre me incentivaram a estudar, e principalmente foram as pessoas que mais me deram força e que acreditaram na conclusão da minha monografia. E as amigas Franciellen Rose e Nádia, fortes colaboradoras.

Marquinhos e Valmor, dois amigos que me ajudaram a retornar para o curso de economia desta faculdade. Quanta luta, mas com amigos assim, tudo foi possível.

Sr. Mauro, Ana, Neusa, Roberto e Marilucia, agradeço imensamente por toda atenção, compreensão e carinho, vocês são ótimos profissionais, como seria bom se o mundo fosse feito só de pessoas como vocês.

Agradeço a todos os professores do curso de economia, pelos conhecimentos e ensinamentos disponibilizados a nós alunos. Sem esquecer aqueles que entraram na minha história acadêmica como professores e principalmente como amigos: Helton Ricardo Ouriques e Renato Lebarbechon. Mencionando também um excelente professor e profissional, Wagner Leal Arienti, pois com o seu modo firme e exigente de comandar uma coordenação de curso, me incentivou a retornar ao curso de economia com muito gosto e vontade; e também o professor Milton Biage, agradeço toda a confiança e atenção despendida.

Enfim, agradeço a Deus, a toda minha família, amigos, todos que de alguma forma me incentivaram e acreditaram na realização e término do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Santa Catarina.

Resumo

MORAES, C. **Mercado de trabalho informal feminino: Revenda de Cosméticos, no Município de Florianópolis-SC.** 2008. Monografia (Ciências Econômicas), Centro Sócio Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

O mercado de trabalho formal no Brasil e no mundo vem sendo cada vez mais excludente ao longo dos anos, em função do ingresso de novas tecnologias no processo de produção, da necessidade do indivíduo apresentar maior escolaridade, entre outros, reflexos da globalização assumida. Diante deste fato cresce significativamente a informalidade no Brasil, pois o indivíduo necessita desempenhar alguma atividade que promova a sua subsistência, sendo essa alternativa meio para enfrentar o desemprego. Tendo em vista esses apontamentos, este trabalho teve como objetivo identificar e avaliar as formas de flexibilização, individualização e precarização do trabalho, no mercado de trabalho contemporâneo. Pretendeu-se realizar uma breve revisão teórica a cerca do tema da emancipação da mulher. Dimensionar e avaliar os reflexos do mercado de trabalho informal na economia brasileira, atributos essenciais para compreensão deste setor. Através do embasamento teórico, o universo de pesquisa limitou-se ao trabalho realizado pelas revendedoras da empresa Avon cosméticos Ltda., no mercado de vendas diretas de cosméticos no município de Florianópolis-SC, e conseqüências econômicas e sociais atribuídas às mulheres a partir dessa oportunidade de trabalho. O trabalho das revendedoras Avon, evidencia e problematiza a variável gênero, sendo que 99% das entrevistadas foram mulheres, que atuam na atividade de venda direta de cosméticos da empresa Avon no município de Florianópolis, como forma de valorização social e econômica, complemento de renda, sendo uma oportunidade de trabalho que proporciona valorização e satisfação pessoal.

Palavras-chave: Individualização do trabalho, informalidade, trabalho feminino.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Empreendimentos do comércio e reparação que funcionavam fora do domicílio do proprietário, segundo o local de funcionamento – Brasil-2003.

Gráfico 2: Empreendimentos do comércio e reparação que funcionavam dentro e fora do domicílio do proprietário, segundo o local de funcionamento – Brasil-2003.

Gráfico 3: Faixa etária das revendedoras Avon do setor 340, do município de Florianópolis – SC.

Gráfico 4: Diferentes graus de escolaridade das revendedoras Avon do setor 340, do município de Florianópolis – SC.

Gráfico 5: Atividades desenvolvidas pelas revendedoras Avon do setor 340, do município de Florianópolis – SC.

Gráfico 6: Remuneração das Revendedoras Avon do setor 340, do município de Florianópolis- SC.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Rendimentos dos proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação, segundo grupos de atividades – Brasil – 2003 (em R\$).

Tabela 2: Rendimento dos proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação, segundo grau de instrução – Brasil – 2003 (em R\$).

Tabela 3: Rendimento dos proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação, segundo faixa etária – Brasil 2003 (em R\$).

Tabela 4: Rendimento dos proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação, segundo sexo – Brasil e Grandes Regiões 2003 (em R\$).

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEVD	Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta
ABHIPEC	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
CPF	Cadastro de Pessoa Física
DIEESE	Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos Economia Informal Urbana
ECINF	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBGE	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPEA	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OCDE	Organização Internacional do Trabalho
OIT	Produto Interno Bruto
PIB	World Federation of Direct Selling Associations
WFASA	

SUMÁRIO

RESUMO.....	VI
LISTA DE GRÁFICOS.....	VII
LISTA DE TABELAS.....	VIII
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS.....	IX
1 INTRODUÇÃO.....	12
2 FLEXIBILIZAÇÃO E INDIVIDUALIZAÇÃO NO TRABALHO CONTEMPORÂNEO.....	16
2.1 Flexibilização nas formas de trabalho.....	17
2.2 Precarização nas condições de trabalho.....	20
2.3 Inserção feminina no mercado de trabalho contemporâneo.....	27
3 MERCADO DE TRABALHO INFORMAL BRASILEIRO.....	31
3.1 Definição de trabalho informal.....	31
3.2 Histórico do mercado de trabalho informal brasileiro.....	32
3.3 Ilegalidade ou forma de sobrevivência.....	40
3.4 Dados da economia informal urbana, numa perspectiva do setor comercial.....	41
4 MERCADO DE TRABALHO INFORMAL FEMININO – UM ESTUDO DE CASO.....	48
4.1 Sistema de venda direta.....	48
4.2 Dados do setor de cosméticos no sistema de venda direta.....	50
4.3 História da empresa Avon Cosméticos.....	51
4.3.1 História da fundação da Avon em 1886-USA.....	51
4.4 Avon no Brasil.....	54
4.5 Trabalho das mulheres na Avon.....	55
4.5.1 Cadastro da Revendedora Avon.....	58
4.5.2 Características dos catálogos.....	59
4.5.3 Sistema de compensação.....	59

	12
4.5.4 Programas sociais.....	60
4.6 Pesquisa desenvolvida com as revendedoras.....	60
4.6.1 Depoimentos das revendedoras, executivas de vendas e gerentes	66
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	69
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO SUBMETIDO ÀS REVENDEDORAS DA AVON DO SETOR 340.....	75

1. INTRODUÇÃO

Estudar a informalidade significa entender as relações trabalhistas impostas pelas transformações do mundo capitalista, que não estão amparadas pela Consolidação das Leis do Trabalho, consideradas formas de trabalho autônomo, sem nenhum vínculo empregatício.

Segundo Scott (2003), “o setor informal abriga uma grande parcela dos empregos tanto em países menos desenvolvidos como em países industrializados, representando 30% - 70% da mão de obra na América Latina”, em virtude da falta de políticas públicas dos órgãos governamentais vigentes, necessárias para o ingresso dessa mão de obra disponível no mercado de trabalho formal.

Tanto na América Latina como no Brasil em especial, o mercado de trabalho informal vem crescendo, em decorrência de um sistema tributário que não garante aos empresários melhores condições de contratação de pessoal, fugindo cada vez mais do pagamento dos custos de seguridade social, entre outros encargos; o que gera uma grande evasão fiscal através da sonegação de impostos, aumentando bruscamente o mercado de trabalho informal.

O setor informal se propaga de acordo com o nível de desenvolvimento e a estrutura econômica de cada país, “caracterizando-se pela produção em pequena escala, baixo nível de organização, e pela quase inexistência de separação entre capital e trabalho, enquanto fatores de produção”. (IBGE, 2003).

No Brasil a informalidade é reconhecida onde quer que se vá, e já passou a ser característica dos grandes centros do país. A partir do momento em que um indivíduo perde seu emprego, fica totalmente a mercê da sociedade capitalista, muitas vezes tratado como “exército de reserva” segundo (Pimenta, Saraiva e Correa, 2006), tendo como solução o trabalho informal, oportunidade que possa lhe conceder uma forma de sobrevivência.

Com o aumento do desemprego no Brasil e da informalidade conseqüentemente, a presença das mulheres neste setor vem aumentando bruscamente, já que essas necessitam aumentar o ganho familiar, dado as novas formas organizacionais do trabalho. Historicamente o trabalho feminino sempre veio em segundo lugar, onde o trabalho masculino se prevalecia nos melhores salários, cargos, níveis de escolaridade, mas a presença feminina também se destacou, pois mesmo trabalhando em casa com

seus afazeres domésticos, estava também inserida na produção ou mesmo tinha um trabalho fora de casa. A mulher sempre conseguiu se flexibilizar entre o trabalho doméstico, com o trabalho fora de casa criando riqueza social. Ainda que a posição da mulher no mercado de trabalho tenha mudado, pois já há uma grande concorrência entre homens e mulheres por novos postos de trabalho e que disputam na mesma proporção de escolaridade entre outros, há também muitas mulheres que não tiveram oportunidade de se expandir intelectual e naturalmente são inseridas pelo mercado de trabalho informal.

A Avon Cosméticos Ltda., através da venda direta de cosméticos, atividade inserida no mercado de trabalho informal, gera oportunidade de trabalho para milhares de mulheres e homens. A empresa atua no mercado de cosméticos e tem como lema “o pioneirismo na transformação do papel da mulher na sociedade e nas políticas empresariais e a preocupação com o bem-estar e a saúde da mulher” (Avon, 2008). Sendo a empresa de cosméticos líder em venda direta no mundo com mais de cinco milhões de revendedoras, só no Brasil com um milhão delas, com a visão de “ser a companhia que melhor entende e satisfaz as necessidades de produtos, serviços e auto-realização das mulheres no mundo todo” (Avon, 2008). Segundo a Avon a venda direta se dá através de um sistema de comercialização de bens de consumo e serviços diferenciados, baseado no contato pessoal, entre vendedores e compradores, fora de um estabelecimento comercial fixo. Caracterizada como venda porta a porta, onde a Avon foi uma das pioneiras nessa nova forma de comercialização e que se tornou um modelo de sucesso absorvido por outras empresas no novo sistema capitalista. Por meio das relações pessoais a empresa se faz capaz de agregar valor aos seus produtos e serviços, aumentando seu canal de distribuição e expandindo seu raio de abrangência no mercado consumidor. E para as revendedoras, “é uma alternativa ao emprego tradicional, que possibilita trabalhar em horários flexíveis, ganhar conforme a dedicação e crescer como pessoa e como profissional” (Avon,2008).

A descrição do mercado de trabalho informal, e do trabalho realizado pelas revendedoras da empresa Avon nos coloca algumas questões: Como se originou o crescimento do mercado de trabalho informal no Brasil? Esse movimento dos trabalhadores formais para uma atividade informal advém de que motivos? Como funciona o mercado de venda direta de cosméticos no Brasil? Qual a posição da empresa Avon neste mercado? Quão essa atividade das revendedoras Avon, influencia na vida econômica e pessoal delas?

A partir dessas indagações delimita-se como objeto de pesquisa a análise do mercado de trabalho informal no setor de cosméticos, no município de Florianópolis, um estudo de caso das revendedoras da Avon. Esse estudo tem como premissa teórica, a individualização, flexibilização, precarização do trabalho e a fragmentação das sociedades, que segundo Castells (1999), surge uma nova forma de organização social e econômica apontando para uma administração descentralizadora, individualização do trabalho e mercados cada vez mais personalizados fragmentando as sociedades e segmentando o trabalho.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

Descrever o mercado de trabalho contemporâneo, realizando um estudo de caso do mercado de trabalho informal no setor de cosméticos que a empresa Avon realiza com as suas revendedoras no município de Florianópolis- SC.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar um estudo das perspectivas e dificuldades do mercado de trabalho contemporâneo.
- Descrever como se desenvolveu o mercado de trabalho informal no Brasil, um breve histórico, e quais os motivos e conseqüências que levam o indivíduo a ingressar neste setor.
- Mostrar como se desenvolve e quais as características e perspectivas, do mercado de trabalho informal do setor de cosméticos no município de Florianópolis.

1.2. Metodologia

Para o desenvolvimento da pesquisa, se fez necessário uma fundamentação teórica acerca do tema, um procedimento metodológico capaz de trazer a realidade dentro do processo histórico e não de forma isolada.

Faz-se necessário analisar de uma perspectiva histórica do mercado de trabalho contemporâneo, através de uma pesquisa bibliográfica acerca do tema.

Em segundo lugar, descrever o mercado de trabalho informal, e descrevê-lo também no setor de cosméticos, realizando um estudo de caso das revendedoras da Avon no município de Florianópolis. Concomitante a isso é necessário realizar uma pesquisa de campo com aplicação de questionário às revendedoras da Avon, para se obter dados para a fundamentação do trabalho aqui proposto.

Depois de ter delineado o mercado de trabalho informal, suas características de tamanho e crescimento, serão realizadas considerações sobre os principais resultados do estudo, bem como resultados sobre os reflexos do mercado de trabalho informal no setor de cosméticos, trabalho das revendedoras da empresa Avon no município de Florianópolis.

No primeiro capítulo são apresentados os objetivos, justificativas e bases norteadoras do estudo com a proposta de analisar o trabalho informal, mais precisamente o trabalho informal feminino, amparados nessa visão sistêmica da economia e do mundo, tentando identificar estruturas e períodos específicos.

No capítulo 2 faz-se necessário descrever as relações trabalhistas impostas pelas transformações do mundo capitalista, discutindo em nível conceitual e com base em pesquisa bibliográfica, a problemática da flexibilização, individualização e da precarização do trabalho; e descrever o papel da mulher no mercado de trabalho contemporâneo.

No capítulo 3, será realizada uma pesquisa bibliográfica e documental, descrevendo o mercado de trabalho informal no Brasil: um breve histórico, sua dimensão, os reflexos e o papel que desenvolve na economia brasileira. Descrever a posição do setor de comércio dentro do mercado de trabalho informal brasileiro.

No capítulo 4, será descrito o funcionamento e regulação do mercado de vendas diretas no Brasil; o posicionamento da empresa Avon cosméticos Ltda. neste mercado no Brasil; um breve histórico da empresa no Brasil e mundo; mecanismo da venda direta de cosméticos através da revendedora Avon; e a partir de uma pesquisa de campo realizada com as revendedoras da Avon no município de Florianópolis, descrever e relatar a quão essa oportunidade de trabalho significa e muda economicamente e socialmente a vida dessas mulheres.

A recuperação do conteúdo desta monografia, do percurso realizado e das descobertas mais significativas, será o objeto da conclusão, apresentado no capítulo 5.

2. FLEXIBILIZAÇÃO E INDIVIDUALIZAÇÃO NO TRABALHO CONTEMPORÂNEO

Nos dias atuais o desemprego, a falta de bons empregos, perspectivas de carreira entre outras dificuldades no mundo do trabalho contemporâneo, estão muito evidenciados em todos os países desenvolvidos e em desenvolvimento. Como esses problemas são características antigas nos países mais pobres, suas populações já estão acostumadas a viverem de bicos, comércio ambulante, prestações de serviços; e o desemprego de certa forma vem contribuindo para o aumento dessa pobreza.

Colocando o desemprego em perspectiva, Paul Singer, enfatiza “o fato de que se necessita de ocupação, que não é sinônimo de emprego” (Singer, 1998, p. 12), deixa claro que o indivíduo pode ter uma ocupação economicamente ativa e não necessariamente ser um trabalhador do mercado de trabalho formal, aquele que tem carteira de trabalho assinada, direitos garantidos etc. Ocupações essas enquadradas no mercado de trabalho informal, tais como trabalho autônomo, prestações de serviços entre outros. Quando Singer (1998), fala em “sinônimo de emprego”, implica o modo como o indivíduo será remunerado, que é através do assalariamento, onde uma empresa dá a oportunidade de trabalho a alguém. Paul Singer (1998) critica tal definição, argumentando que ninguém dá emprego a ninguém, e sim há uma compra da força de trabalho do indivíduo caracterizando uma relação de compra e venda. Para o autor não são os empresários que ofertam emprego, mas é o trabalhador que oferece sua capacidade de produzir. Infelizmente nos deparamos com uma triste realidade para o trabalhador, pois nesta situação “os consumidores estão acostumados a ser bajulados e seduzidos porque os ofertantes precisam deles mais do que ao contrário”. (Singer, 1998, p.13). Isso se dá pelo poder que os empresários obtêm sob a classe trabalhadora, que por necessidade de emprego fica na mão dos compradores de sua capacidade de produzir.

2.1 Flexibilização das formas de trabalho

Segundo Castells (1999), o que mais assombra a Europa é o aparecimento de uma sociedade sem empregos diante do impacto das tecnologias da informação inseridas no setor de serviços, nas fábricas e escritórios. Isto acontece devido ao surgimento de uma nova forma organizacional da jornada de trabalho, que se caracteriza por ser uma jornada de trabalho flexível, mesmo não havendo dados atuais, projeções que evidenciem esses temores em longo prazo.

Assim são as instituições e organizações sociais de trabalho, e não a tecnologia, que aparentam desempenhar papel preponderante na causa da criação ou destruição do emprego. De certa forma a tecnologia vai então transformar significativamente a natureza do trabalho e a organização da produção.

Neste contexto, Castells (1999) confirma sua hipótese central que consiste na individualização do trabalho e na fragmentação das sociedades. Essa nova forma de organização social e econômica aponta para uma administração descentralizadora, individualização do trabalho e mercados cada vez mais personalizados fragmentando as sociedades e segmentando o trabalho. O trabalho tende a ser cada vez mais flexibilizado, de acordo com a inserção da tecnologia e da concorrência global. Os métodos de produção com recursos escassos seguem juntos às práticas empresariais de terceirização, subcontratação, estabelecimento de negócio no exterior, produção sob encomenda e consultoria. Havendo uma menor rigidez quanto as horas de trabalho, não há necessidade de um compromisso com a permanência no emprego, não há compromisso com o local de trabalho, também não existe um contrato social entre empregado e empregador.

Dadas essas idéias Castells (1999) comenta que:

A reestruturação de empresas e organizações, possibilitada pela tecnologia da informação e estimulada pela concorrência global, está introduzindo uma transformação fundamental: a individualização do trabalho no processo de trabalho. (...) O surgimento dos métodos de produção enxuta segue de mãos dadas com as práticas empresariais reinantes de subcontratação, terceirização, estabelecimento de negócio no exterior, consultoria, redução do quadro funcional e produção sob encomenda. Tendências para a flexibilidade – motivadas pela concorrência e impulsionadas pela tecnologia – fundamentam a atual transformação dos esquemas de trabalho. (Castells, 1999, p. 330)

Diversos dados dos países da OCDE evidenciam que 30% da sua força de trabalho apresentam-se sob regime de jornadas flexíveis, percebendo-se que muitos são os países que se deparam com o trabalho flexível e autônomo. Existem casos específicos que o processo de flexibilização segue o crescimento da economia garantindo a estes trabalhadores salário desemprego, pensão, planos de saúde e invalidez, reduzindo de forma considerável os níveis de desemprego.

Percebe-se que tanto as empresas quanto os trabalhadores ganham com a flexibilização do trabalho, já que estes podem agregar serviços, aumentando a renda gerada para a empresa. Este sistema de trabalho, além de ser altamente dinâmico, interage com as instituições trabalhistas de cada país de forma que quanto maior o poder de negociação dos sindicatos e quanto maiores as restrições à flexibilidade, menores serão os impactos sobre os salários e benefícios, e menores serão as possibilidades de criação de empregos permanentes. Com isso: “no geral, a forma tradicional de trabalho com base em emprego de horário integral, projetos profissionais bem delineados e um padrão de carreira ao longo da vida estão sendo extintos de forma lenta, mas indiscutível.” (Castells, 1999, p. 339).

Segundo Castells (1999) é levantada a questão de por que e como essa reestruturação das relações capital-trabalho ocorreu no início da era da informação, afirmando que esta resultou de circunstâncias históricas, de oportunidades tecnológicas e de imperativos econômicos.

Richard Sennet (1999) também coloca que as grandes organizações empresariais, estão optando por contratos de trabalho mais flexíveis, onde o empregado possa fazer seu próprio horário e não necessariamente ocupar algum espaço físico dentro da empresa, pode estar trabalhando em sua própria residência, sem deixar de produzir seu trabalho, muitas vezes a produtividade se torna ainda maior com tais procedimentos que se intensificaram com o desenvolvimento de redes de comunicação. Características essas que encontramos no mercado de trabalho informal onde os indivíduos procuram, desenvolvem e atuam em diversas áreas, encontrando novas formas de gerar renda já que o mercado de trabalho formal é cada vez mais seletivo.

Para Richard Sennet (1999), o comportamento humano flexível, deve ser adaptável a circunstâncias variáveis, mas não deixar-se levar por elas. Tanto que a sociedade atual cria instituições mais flexíveis, no intuito de destruir os males que a

rotina capitalista impõe. A partir da concentração de práticas flexíveis nas forças que dobram as pessoas, a nova economia política produz novas estruturas de poder e controle, ao invés de criar condições mais favoráveis de trabalho aos indivíduos. “O termo conhecido para essas práticas é “reengenharia¹”, o fato mais destacado na reengenharia é a redução de empregos”. (Sennet,1999, p. 56).

Castells (1999) afirma que, a evolução histórica do emprego foi caracterizada principalmente pela tendência de aumento da produtividade do trabalho humano, ressaltando que as inovações tecnológicas e organizacionais permitiram que a produção de mercadorias, com melhor qualidade e menor esforço e recursos, fosse aumentada. Conseqüentemente, o trabalho e os trabalhadores mudaram da produção direta para a indireta; do cultivo, extração e fabricação para o consumo de serviços e trabalho administrativo; e de um pequeno conjunto de atividades econômicas para um universo profissional cada dia mais complexo.

O grau de autonomia das empresas vem crescendo acirradamente, de acordo com as transformações que o emprego vem sofrendo, acompanhado das mudanças no padrão de uso e remuneração da força de trabalho, trazendo maior desregulamentação no mercado de trabalho, flexibilização de contratos de trabalho, queda da sindicalização, conseqüências essas que dão maior autonomia para as empresas. Com a busca de maior produtividade, competitividade e qualidade dos produtos, as empresas optam por uma flexibilização qualitativa necessária para que esta possa se manter no mercado, com parâmetros produtivos e tecnológicos exigidos pela “Terceira Revolução Industrial”. A concorrência desregulada impõe a necessidade de maiores ganhos de produtividade, intensificando programas de qualidade total, reengenharia e outros dentro das empresas, segundo Pochmann (1999).

Castells (1999) ressalta que, a observação empírica da evolução do emprego nos países do G-7 revela alguns aspectos básicos que parecem ser características das sociedades informacionais. Entre estes aspectos estão a eliminação gradual do emprego rural; o declínio estável do emprego industrial tradicional; o aumento dos serviços relacionados à produção e dos serviços sociais; a crescente diversificação das atividades do setor de serviços como fontes de emprego; a rápida elevação do emprego para administradores, profissionais especializados e técnicos; a formação de um proletariado

¹ Ação de reorganizar uma empresa, reduzindo o número de departamentos e ou níveis hierárquicos, muitas vezes com a dispensa de funcionários.

“de escritório”; a relativa estabilidade de uma parcela substancial do emprego no comércio varejista; o crescimento simultâneo dos níveis superior e inferior da estrutura ocupacional; e a valorização relativa da estrutura ocupacional ao longo do tempo, com crescente especialização e qualificação da mão-de-obra. Porém, todos estes aspectos não significam que as qualificações especializadas, a educação, as condições financeiras, bem como o sistema de estratificação das sociedades melhoraram. Segundo o autor, um impacto desta estrutura do emprego mais valorizada sobre a estrutura social vai depender da capacidade que as instituições tem de incorporar a demanda de trabalho e de valorizarem os trabalhadores na proporção dos conhecimentos que possuem.

Por fim, Castells (1999) afirma que, de qualquer maneira, há necessidade de uma análise cultural e social das variações da estrutura do emprego visando descobrir as razões da diversidade das sociedades informacionais. Além disso, ele afirma que as distintas expressões desses modelos em cada um dos países do G-7 dependem de sua posição na economia global, ou seja, quando um país encaixa-se no modelo de “economia de serviços” isto quer dizer que outros países estarão atuando no papel de economia de produção industrial. Assim, ao passo que as economias evoluem a caminho da integração e interpenetração, o mercado de trabalho decorrente deste processo vai refletir a posição de cada nação e região na estrutura global de interdependência econômica.

2.2 Precarização nas condições de trabalho

Segundo Pochmann (1999), logo após a Segunda Guerra Mundial, difundiu-se um padrão sistêmico de integração social, questionado pela crise econômica dos anos setenta; que trouxe desemprego, desigualdade e exclusão social, derrubando tal padrão de integração social, rompendo com os compromissos das políticas macroeconômicas com o pleno emprego. Diante da precária situação da economia, o aumento do desemprego foi significativo, fazendo-se necessário a busca por novas formas de ocupação. Para Pochmann “as novas formas de uso e remuneração parecem apontar para uma maior diferenciação no rendimento dos ocupados e para a ampliação da pobreza, implicando um processo de exclusão, muito mais do que integração social” Pochmann (1999, p.12).

Neste contexto Pochmann (1999) aponta que, nos anos oitenta e noventa, houve um fraco desempenho econômico e social, que resultou num aumento do desemprego e da pobreza, através da ampliação das desigualdades no mercado de trabalho, tais como a flexibilização da mão de obra, tanto no uso como na remuneração, criando uma grande insegurança para o trabalhador.

A adoção de políticas neoliberais reforça a predominância do caráter financeiro sobre o produtivo no processo de acumulação de capital. Ao mesmo tempo, os movimentos de desregulamentação das economias e de flexibilização dos mercados de trabalho tendem a provocar traços de desindustrialização e dificuldades na retomada de maiores níveis de investimentos para alguns países. (Pochmann, 1999, p.17e18).

O autor destaca que uma maior participação dos encargos financeiros dificulta a dinamização das economias, e também os processos de reestruturação das forças produtivas, através das inovações tecnológica e organizacional transformando o uso e a remuneração da força de trabalho.

Quanto maior o desenvolvimento tecnológico no sistema capitalista contemporâneo, maior será a instabilidade no mundo do trabalho, precarização das relações, condições de trabalho e número de desempregados na sociedade. Em decorrência de um capitalismo contemporâneo “desprovido de uma coordenação favorável à produção e ao emprego, que limita as possibilidades de ampla difusão de um padrão de crescimento sustentado e de melhor enfrentamento da exclusão social”. (Pochmann, 1999, p.19).

Pochmann (1999) enfatiza que dado o baixo dinamismo econômico e a fragilização das condições de proteção social, a situação das classes trabalhadoras fica mais vulnerável. Com o aumento das desigualdades das relações de trabalho, nasce uma nova fase de exclusão social nas economias capitalistas, apesar das importantes diferenças entre as nações. Sendo o emprego um fator chave na definição de exclusão social.

Embora os excluídos sejam parte integrante das sociedade em cada país (estado de privação), estes tendem a se encontrar desprovidos das condições materiais que o possibilitem usufruir de benefícios socioeconômicos (emprego, rendimento) ou de condições institucionais (direitos e deveres) possíveis nos marcos do desenvolvimento capitalista. Se a inclusão depende da capacidade de o indivíduo participar do processo de tomada de decisão e negociação-, a exclusão pode ser associada à inexistência de condições básicas para a participação e negociação.(Pochmann,1999, p.20).

Quando o indivíduo é excluído do mercado de trabalho, não fica apenas privado a aquisição material, mas sim restrito de direitos, de segurança socioeconômica e de auto-estima. O desemprego pode ser visto como um risco que trás maior fragilidade na sociedade, diante de um sistema capitalista que por muito tempo deu garantias de pleno emprego e bem estar social. No processo de globalização, a elevação do emprego industrial se dá apenas para poucos países, “enquanto outros se sustentam por meio de políticas *stop and go*. O avanço comercial de uns pode ser, em algumas situações, o retrocesso de outros”. (Pochmann,1999, p.23).

De acordo com as mudanças nas formas de organizar e novas tecnologias do mercado de trabalho contemporâneo, o empregado tem menor valor na produção, estando mais vulnerável e ameaçado pela dispensabilidade, dando oportunidade para que o trabalhador assalariado venha a desaparecer. O empregado chega a uma situação de subsistência, não só como meio de sobreviver, mas também de “tentar sobreviver ao trabalho”. (Cherques, 2004), que segue sua vida mantendo tal modo de sobrevivência, pois não pode abrir mão do trabalho, independente das adversidades encontradas ainda mais com todo o poder de dispensabilidade que as organizações possuem. Para isso é necessário que o empregado aceite as formas de trabalho disponibilizadas, trabalhando num sistema capitalista que a qualquer momento poderá dispensá-lo, adaptando-se cada vez mais a essas novas formas de trabalho e sujeitando-se a executar tarefas (perigosas, repetitivas e sem sentido). Adaptado a esse sistema o trabalhador se protege das pressões econômicas, reunindo estratégias para resistir ao ambiente adverso e competitivo que se encontra.

Para Cherques (2004, p.17) “o desaparecimento do trabalho rompe um laço vital na nossa existência”, pois o indivíduo de acordo com a história econômica está acostumado a ter um trabalho, a ser útil através da função que exerce e quando se vê ameaçado pelas novas formas de trabalho das organizações, tecnologia que estão ocupando o espaço da sua força de trabalho, o empregado se comporta como se não houvesse mais força vital para continuar sobrevivendo. Já que “os tipos de trabalho são compelidos a se transformar ou condenados ao desaparecimento de modo totalmente inesperado” (Cherques, 2004, p.19). Reforçando a necessidade que o trabalhador tem de manter, estar apto e adaptar-se ao trabalho, Karl Marx sustentou que “o homem, pelo trabalho, transforma a natureza e, nesse processo, transforma a si mesmo” (Cherques, 2004, p. 22). De acordo com Karl Marx o trabalho humaniza o homem, seguindo o mesmo raciocínio podemos dizer que também dignifica e o mantém motivado apesar

das dificuldades que encontra em mantê-lo. O trabalhador encara a situação de manter seu emprego como sinônimo de angústia pelo desconhecido, quando se depara com as transformações sócio econômicas que o mercado de trabalho apresenta, e também pelas idéias arcaicas que este trás das formas de trabalho onde não havia tamanha insegurança e prevalecia a utilidade, encarando como algo muito estranho as novas perspectivas do trabalho como negócio.

Quando um trabalhador deseja se manter nas grandes organizações, na atualidade, é condição *sinequanon* que se adapte as transformações que o mercado de trabalho exige, principalmente encarando e desempenhando tal trabalho como se fosse o seu negócio, trazendo lucro par a empresa. Cherques (2004) enfatiza que quando o trabalhador aceita, se adapta e está apto ao “fascínio do mecanismo da produção”, “sai da vida transforma-se em autômato, em engrenagem, em componente” (Cherques, 2004, p. 50). De acordo com essa posição, o trabalhador tende a valorizar e considerar mais importante, as máquinas do que as pessoas. A imagem que o trabalhador transparece nesse caso se depara com a parte que trabalha sendo necessária para que a parte que vive subsista. Passam o dia em postos de trabalho, onde a informatização toma conta de todo o processo produtivo, “muitos só mexem os dedos e o fazem tão rapidamente que o movimento chega a ser desumano”. (Cherques, 2004, p. 52).

Assim é fácil perceber o quanto a informatização trouxe de positivo, mas ao mesmo tempo causou mudanças muito bruscas no mecanismo de produção, onde a maioria dos trabalhadores estava despreparada e conseqüentemente instalou-se a insegurança da perda de seus postos de trabalho, por “famílias de *softwears* compatíveis”. (Cherques, 2004). As formas de produção moderna desequilibraram e desqualificaram o ser humano, impossibilitando o trabalhador de permanecer no sistema. ”O estranhamento, a inconciliável cisão entre vida e trabalho, a indiferença e a submissão resignada não deixam alternativa a não ser o afastamento” (Cherques, 2004, p. 55).

Para Cherques (2004) não há como fugir do sistema, mas a vida não se dá sem o sistema, sem ter o trabalho para poder sobreviver, “viver a plenitude da vida seria sair do sistema, mas não há como”. Quem sabe haja sim alguma forma de sobreviver sem fazer parte do sistema, não esquecendo que na falta de trabalho o indivíduo adquiri uma indiferença moral, paralisando-o, deixando-se levar pelas dificuldades apresentadas. E por fim na maioria das vezes, esse acaba se conformando com a situação sendo passivo ante as ameaças das novas tecnologias e novas formas de organização. A conformidade

dos constrangimentos sofridos pelo sistema, segundo Cherques (2004), se dá como uma “opção intelectual ante o inescrutável e o inevitável”, fazendo com que as pessoas se rendam a tal sistema sem alguma possibilidade de compreensão e de influência, pois no mundo do trabalho é melhor calar-se do que bater de frente com o gigante sistema capitalista estabelecido. Para que o indivíduo seja reconhecido pela sociedade, é necessário que tenha um trabalho estabelecido, onde este determina a função social que ocupa e o qualifica como ser, caso venha a perder tal trabalho, perde-se também a condição humana.

Considerando-se que o emprego representa o elo entre uma pessoa e o mercado de trabalho, pode-se afirmar que o emprego torna-se elementar para manter as pessoas incluídas no circuito social. O emprego é o meio através do qual o indivíduo, na sociedade capitalista contemporânea, ascende ao status de cidadão. (Ouriques e Ramos, 2006 p.142,143).

O mercado de trabalho formal também é afetado pelas políticas fiscais e monetárias exercidas nos países, impedindo o aquecimento da economia, fazendo com que haja uma grande oferta de força de trabalho disponível, Paul Singer destaca ainda que “o desemprego não é um mal, mas um efeito funcional de políticas de estabilização exitosas” (Singer, 1998, p.13). De acordo com a diminuição da demanda por mercadorias, naturalmente a produção dessas também é reduzida e conseqüentemente o número de empregos diminui, expandindo ainda mais o *exército de reserva*² de mão de obra disponível no mercado. Nesses momentos de recessão os desempregados se sustentam com ocupações precárias, mas que de certa forma lhe trazem certo sustento, até o momento em que as compras de capacidade de produzir se expandam novamente, sendo os indivíduos candidatos potenciais ao emprego.

Para que a sociedade consiga combater o desemprego é necessária a retomada do desenvolvimento econômico, o aumento do gasto público e o comprometimento do sistema político, para a conquista do pleno emprego. As transformações recentes do mundo do trabalho se dão pela ampliação da competitividade, da concorrência entre as empresas, que buscam atualização para manterem-se no mercado globalizado. Essas estão estruturando-se, tendendo-se a uma “maior flexibilização do uso do capital e trabalho, tendo por meta a redução de custos, da ociosidade e dos riscos ampliados pela instabilidade financeira e dos mercados. Se por um lado essa flexibilização pode ser entendida como funcional à emergência deste novo paradigma tecnológico e produtivo,

² Expressão para designar o conjunto dos trabalhadores desempregados.

por outro é resultado do processo de concorrência desregulada promovido com a modernização conservadora.” (Pochmann, 1999, p.25).

Os problemas que afetam o mundo do trabalho, tais como desemprego, precarização, elevação da jornada de trabalho entre outros, só poderão ser amenizados se houver políticas públicas trabalhando em conjunto com políticas diretas ao mercado de trabalho, atuando e desenvolvendo medidas de regulação e apoiando novas formas de ocupação e trabalho. Com tamanha insegurança no mundo do trabalho, que vive a sociedade capitalista contemporânea, nota-se também a dificuldade de expansão do crescimento sustentado e durável, gerando outras formas de insegurança nas sociedades que estiveram baseadas por muito tempo no trabalho formal. Evitando tais tendências, se faz necessário a efetivação de negociações e políticas setoriais, nacionais e internacionais que impeçam que a competitividade se dê a base de reduções salariais, desemprego e da desigualdade social, segundo (Pochmann,1999).

A terceira revolução industrial afeta os processos de trabalho, expulsando milhões de trabalhadores que exercem funções rotineiras, com conhecimentos limitados e nenhum poder de improviso diante de situações imprevistas. “... O cérebro eletrônico se mostra superior ao humano, tanto em termos de eficiência quanto de custos” (Singer,1998, p.18), apesar da microeletrônica criar novos postos de trabalho com menor intensidade. O autor caracteriza também a globalização como precarização do trabalho, pois os novos postos de trabalho que surgem através das novas tecnologias e da divisão internacional do trabalho, não proporcionam a segurança das leis, contratos coletivos e compensações que o trabalhador possuía.

(...) Emprego estável só será assegurado a um núcleo de trabalhadores de difícil substituição em função de suas qualificações, de sua experiência e de suas responsabilidades. Ao redor deste núcleo estável gravitará um núcleo variável de trabalhadores periféricos, engajados por um prazo limitado, pouco qualificados e, portanto, substituíveis.(...) (Gorz, 1988, p. 69).

A precarização do trabalho se dá com maior força a partir da decadência do movimento operário, que tem como integrantes os sindicatos e partidos políticos. Ainda mais quando o partido que é ligado aos trabalhadores passa a ser governo, assim se desliga do movimento sindical permitindo a precarização do trabalho. As mudanças tecnológicas trazidas pela informática, afetam os trabalhadores que são trocados pelos grandes programas de computadores, devastando a classe operária.

A problemática dos sindicatos, com sua incapacidade de representar categorias emergentes e crescentes de trabalhadores, foi o principal obstáculo à estratégia unilateral de reestruturação, gerando como consequência a desestruturação e o enfraquecimento dos sindicatos, que ficaram a margem de qualquer tipo de transformação. Com isso, o que possibilitou essa redefinição histórica das relações capital-trabalho foi a utilização de poderosas tecnologias da informação e das formas organizacionais viabilizadas pelo novo meio tecnológico de comunicação. A capacidade de reunir e dispersar a mão-de-obra, em qualquer lugar, a qualquer hora, fez com que a empresa virtual se tornasse uma entidade funcional. Desta maneira, o rompimento de barreiras institucionais e a obtenção de concessões dos trabalhadores e dos sindicatos, tornaram-se apenas um detalhe para o prosseguimento do processo de virtualização.

O aumento extraordinário de flexibilidade e adaptabilidade possibilitadas pelas novas tecnologias contrapôs a rigidez do trabalho à mobilidade do capital. Seguiu-se uma pressão contínua para tornar a contribuição do trabalho a mais flexível possível. A produtividade e a lucratividade foram aumentadas, mas os trabalhadores perderam proteção institucional e ficaram cada vez mais dependentes das condições individuais de negociação e de um mercado de trabalho em mudança constante. (Castells, 1999, p. 350).

A globalização trouxe muitos avanços em vários setores, mas também proporcionou a precarização do trabalho excluindo uma grande massa de trabalhadores de usufruírem seus direitos legais, e consolidou um significativo exército de reserva onde as condições qualitativas deste estão se deteriorando.

Segundo Singer (1998), o que necessitamos é de ocupação e não de emprego, a falta de emprego caracterizamos de desemprego, pressupondo que a única forma de trabalho é vender a capacidade de produzir aos capitalistas, esquecendo as inúmeras formas de sustento e trabalho existentes fora do mercado de trabalho formal. Tais como as atividades autônomas que vem crescendo constantemente no mundo e no Brasil, caracterizando uma nova tendência sócio – ocupacional, inversa ao padrão do trabalho formal. Diante desta realidade os trabalhadores autônomos, ou por conta própria necessitam trabalhar muito mais horas para garantirem seu sustento.

2.3 Inserção feminina no mercado de trabalho contemporâneo

A inserção massiva do trabalho feminino na economia mundial vem aumentando significadamente, processo que se intensificou a partir da reestruturação capitalista imposta pelas crises econômicas das últimas décadas do século XX, e também em virtude da necessidade da mulher em ingressar-se ao mercado de trabalho, com o objetivo de complementar a renda familiar, tornando-se atualmente, em várias situações, a provisora da renda familiar. Dadas as dificuldades do mundo capitalista, a mulher deixou de realizar apenas o trabalho domiciliar, passou a inserir-se ao mercado de trabalho contemporâneo, e com muito desempenho está altamente capacitada a exercer quaisquer funções. Com formação educacional adequada se destaca e está apta a trabalhar em grandes empresas. Mas infelizmente ainda sofre certa discriminação quando o assunto é remuneração, os homens ainda são os que possuem melhores salários do mercado de trabalho, mesmo quando o assunto é o reconhecimento pelas funções exercidas, as mulheres estão no mesmo nível de aptidão para o trabalho.

Ao longo dos últimos três séculos, as conquistas no mercado de trabalho alcançadas pelos movimentos feministas, foram insuficientes para colocar a mulher em posição igualável a dos homens, independente da mulher estar, na maioria dos casos, com mais e melhores qualificações para o trabalho. A mulher ainda é subordinada aos homens em muitos momentos, mesmo com várias organizações locais e nacionais que lutam constantemente pela “ampliação dos direitos civis e pela promoção social das mulheres.” (Ramos, 2006, pág 66). A realidade do mercado de trabalho atual revela que a força de trabalho feminina tem posição e remuneração inferior ao trabalho masculino.

Numa retrospectiva da contribuição laboral das mulheres em diversos estágios sócio-produtivos, Saffioti (1979) aponta, na idade média, a presença das mulheres no campo, nas manufaturas, minas, tecelagem e no lar; na idade moderna, elas atuavam no emprego doméstico, nas guildas e no lar; já na idade contemporânea, as mulheres aparecem trabalhando na agricultura, na indústria, no comércio (serviços) e no lar. (Ramos, 2006, p. 67).

A força de trabalho feminina está numa condição marginalizada, pelos vários modos de produção impostos pela história econômica brasileira, pois a mulher sempre se adaptou conforme os modos de produção vigentes de cada época; e também pela

necessidade do sistema de produção de agregar esta força de trabalho feminino, sem deixar de lado a tradição cultural de submissão da mulher perante a figura do homem.

A partir da década de 1970, houve uma massiva inserção de mulheres no mercado de trabalho brasileiro, segundo Ramos (2006, p. 71), “no Brasil, houve um acréscimo de 25 milhões de trabalhadoras entre 1976 e 2002”, sendo que “em 1976, 28 em 100 mulheres trabalhavam, o século XXI iniciou com a metade das mulheres trabalhando ou procurando trabalho.” Um dos motivos dessa inserção feminina no mercado de trabalho se deu pela necessidade de ter um trabalho, fora do ambiente domiciliar, completando a renda familiar, em decorrência das crises impostas pelo sistema econômico brasileiro da época; e também pelo aumento da escolaridade feminina, o que proporcionou um maior ingresso das mulheres no mercado de trabalho.

Segundo Camarano (2008), a participação feminina no mercado de trabalho vem aumentando, por haver estreita relação com o aumento da proporção de domicílios chefiados por elas. A mulher passa a ser a cuidadora e também a provedora, posição esta última que antes era função dos homens, constatação adquirida pelo aumento da contribuição de renda das mulheres no sustento das famílias brasileiras.

Por exemplo, em 1985, a mulher era a principal provedora em 16,4% dos domicílios brasileiros. Em 2006 a proporção comparável foi de 25,6%. Mais expressivo foi o aumento da proporção de mulheres conjugues que contribuem para a renda das famílias. Passou de 32,5% para 64,5%. No conjunto, entre 1992 e 2006, a contribuição da renda das mulheres na renda das famílias brasileiras passou de 30,1% para 40,1%. (Camarano, 2008, p. 1)

Diante de toda a evolução e conquista de posições no mercado de trabalho, a mulher brasileira assume um papel de provedora perante a renda da família, mas ainda é a principal responsável pelo cuidado dos afazeres domésticos, caracterizando sua dupla jornada de trabalho. Independente do trabalho realizado fora do lar, a mulher dificilmente vai deixar de ocupar-se com as tarefas tradicionais domiciliares, como cuidar da casa e da família. Infelizmente a emancipação da mulher em alguns momentos, não a liberou da administração ou exercício das tarefas domésticas. (Camarano, 2008) “Em todas as épocas e lugares tem elas contribuído para a subsistência de sua família e para criar riqueza social” (Ouriques e Ramos, 2006, p. 145.)

As conquistas das mulheres, tanto no âmbito do trabalho, como no social, tais como o direito a voto, os direitos trabalhistas entre outros; não as libertaram das amarras que o sistema capitalista às impôs e impõe, pois a maioria das conquistas só foi

alcançada, por estarem condizentes aos interesses das classes capitalistas, limitando as vitórias femininas.

Ramos (2006, p. 63), afirma que a emancipação da mulher sob a ótica socialista, está subordinada à luta de classes, mas sem “haver ruptura do sistema dominação-exploração homem/mulher”. Mesmo com toda luta por condições salariais e sociais, as mulheres estão atreladas ao sistema capitalista que às impõe historicamente estarem num ciclo de subordinação e exploração perante a figura dos homens. Diante dessas circunstâncias a emancipação tão sonhada e conquistada de certa forma, ainda não se deu por completo, pois a emancipação da mulher foi baseada no ingresso ao mercado de trabalho, onde o “movimento feminista baseado no pensamento pequeno burguês que vê como emancipação as conquistas salariais e de jornada de trabalho” (Ramos, 2006, p. 63), em outras palavras, apesar de tantas conquistas já alcançadas a mulher continua subordinada ao sistema de dominação capitalista, pois é através deste que seu o nível de emancipação foi alcançado.

O papel da mulher perante o patriarcado³, é de reprodutora, protetora e responsável pelos afazeres do lar, o que impede na maioria dos casos seu reconhecimento social no mercado de trabalho. Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2005, p. 29), “o trabalho da mulher, é consequência de uma ordem de gênero (que inclui não somente o trabalho, como todas as outras dimensões da vida social) e de uma divisão social do trabalho”, que restringe ao trabalho feminino a esfera do ambiente doméstico, atribuindo a essa esfera “um valor social inferior ao mundo público”, desconhecendo seu valor econômico diante da sociedade. O trabalho da mulher por longo tempo é marcado pela desvalorização, reconhecido pelo patriarcado como inferior e, portanto de menor valor.

O trabalho feminino contemporâneo no Brasil é dividido em dois contingentes de mulheres, segundo Bruschini e Lombardi (2000). As mulheres com falta ou pouca escolaridade são as que “se inserem no mercado de trabalho em um pólo no qual se incluem as posições menos favoráveis e precárias, quanto ao vínculo de trabalho, à remuneração, à proteção social ou às condições de trabalho propriamente ditas”, esse contingente de mulheres representa “40% da força de trabalho feminina”. E as mulheres que por mérito escolheram e tiveram opção de se escolarizar, ocupam hoje cargos no mercado de trabalho que a décadas atrás eram exercidos por homens,...“a expansão da

³ Regime em que o chefe de família tinha poder absoluto em sua casa, neste caso o homem era o chefe da família.

ocupação feminina em profissões de nível superior de prestígio, como a Medicina, a Arquitetura, o Direito e mesmo a Engenharia, áreas até há bem pouco tempo reservadas a profissionais do sexo masculino. O movimento de ingresso das mulheres nessas áreas científicas e artísticas tem-se dado na esteira dos movimentos políticos e sociais deflagrados nas décadas de 60 e 70 aqui incluído o movimento feminista e da mudança de valores culturais deles decorrentes, que se refletiram, entre outras coisas, na expansão da escolaridade das mulheres e, em consequência, em seu ingresso maciço no ensino de 3º grau em uma gama mais ampla de carreiras universitárias.” (Bruschini e Lombardi, 2000, p. 2).

Bruschini e Lombardi (2000) especificam dois mundos diferentes entre a força de trabalho feminina no Brasil, as que se encontram em funções que necessitam de pouca escolaridade e qualificação, ou quase nenhuma para exercê-las; e as funções onde a escolaridade é princípio básico na conquista de posição e melhores salários no mercado de trabalho. A inserção feminina no mercado de trabalho, por opção ou necessidade, gerou um crescimento da participação da mulher nos ambientes públicos, oportunizando a ascensão feminina em outros segmentos da sociedade.

A inserção massiva da força de trabalho feminina no mercado de trabalho contemporâneo cresce, em decorrência da conquista de novas posições e melhor remuneração, através da maior escolaridade e eficiência nas habilidades exigidas pelo mercado; mas também pela necessidade que a mulher tem de contribuir para a sobrevivência da família, ingressando nas mais variadas atividades, principalmente aquelas em que não se exige qualificações, como as atividades do mercado de trabalho informal.

3. MERCADO DE TRABALHO INFORMAL BRASILEIRO

3.1 Definição de trabalho informal

Neste capítulo, faz-se necessário uma breve reflexão histórica do trabalho informal no Brasil, suas características e como se desenvolve perante o sistema econômico brasileiro; partindo do pressuposto que a compreensão conceitual de trabalho informal é o trabalho desenvolvido autonomamente sem vínculo empregatício, não havendo contribuição com a seguridade pública social (apenas se o indivíduo contribuir por livre espontânea vontade, como autônomo), e sem direitos previdenciários e trabalhistas.

Foi na Organização Internacional do Trabalho (OIT), que surgiu a expressão “Trabalho Informal”, de acordo com os estudos realizados do Programa Mundial de Emprego de 1972, aparecendo nos relatórios das condições de trabalho em Gana e Quênia, na África.

A OIT toma como ponto primordial de exame e classificação do trabalho informal, as unidades econômicas, que se caracterizam pela produção em pequena escala, com escasso emprego de técnicas produtivas e difícil separação entre capital e trabalho. E também pela baixa capacidade de acumulação de capital e pela oferta de emprego ser instável e com rendas reduzidas. Para OIT, o trabalho informal, está inserido num campo onde há falta de relações contratuais trabalhistas entre os agentes econômicos. Desse modo, o trabalho informal acaba sendo visto, no âmbito das relações sociais, como um trabalho de baixas remunerações e falta de direitos sociais dos trabalhadores. “As unidades do setor informal caracterizam-se pela produção em pequena escala, baixo nível de organização e pela quase inexistência de separação entre capital e trabalho, enquanto fatores de produção” (IBGE, 2005).

Na maioria dos casos, o trabalho informal é caracterizado como um setor “não-organizado”, “trabalho clandestino”, “economia subterrânea”, mas o que dá impulso para o crescimento desse setor, é a precariedade das unidades e relações de trabalho, passando a ser um problema a solucionar, principalmente quando é comparado às formas que compõem o trabalho formal. Mas em contra partida, o trabalho informal

pode ser analisado positivamente, pois retrata a resistência dos agentes econômicos com relação às ações do governo, sendo uma solução para os desempregados, diante do cenário não muito favorável ao emprego formal.

O setor informal é abordado por diversas vertentes teóricas, as quais muitas vezes apresentam interpretações diferenciadas. As maiores questões sobre este tema são o porquê ocorrem as migrações do trabalho formal, trabalho este que é baseado na Consolidação das Leis Trabalhistas, para o trabalho informal, atividades em que os indivíduos exercem para garantir sua subsistência.

O conhecimento e o debate entre os marcos teóricos mais importantes na literatura acerca do setor informal são o que fundamentam esse trabalho. A primeira abordagem, de forma geral, apresenta o histórico do setor informal do Brasil, havendo uma análise dos processos da informalidade ao longo da história econômica do Brasil.

A abordagem de mais de duzentos anos de história econômica do Brasil, revela um conjunto de atividades econômicas e relações de trabalho, que ocupavam a maior parte da população brasileira, não tinham nenhuma característica de trabalho escravo ou de trabalho assalariado, sendo esse setor denominado de setor de subsistência. A pesquisa deste setor não é muito aprofundada, mesmo sendo 2/3 da força de trabalho da economia industrial e urbana do século XX, segundo Ramalho e Arrouchellas (2004).

3.2 Histórico do mercado trabalho informal Brasileiro

O mercado de trabalho no Brasil tem como característica histórica, as relações de trabalho não assalariadas, denominadas de setor de subsistência, setor este que atende as necessidades básicas dos indivíduos e como uma relação econômica sem amparo da lei.

No Brasil, a informalidade surgiu voltada a suprir as necessidades básicas da maioria da população, mantendo assim as condições de subsistência dos indivíduos. Esse segmento é caracterizado pelas “relações de trabalho não assalariadas e motivação produtiva de caráter mais consuntivo (atendimento de necessidades do consumo) que lucrativo.” (Ramalho e Arrouchellas, 2004).

O setor de subsistência na história da economia brasileira é retratado negativamente, pois não fazia parte das principais atividades econômicas, mas sim

dependia e era dominado por essas, parecendo ser um setor que não tenderia a modernidade capitalista.

Ramalho e Arrouchelas (2004), apresentam as abordagens de Caio Prado Junior, Celso Furtado e Raimundo Faoro, a respeito da formação histórica do setor de subsistência no Brasil. Na formação da história econômica do Brasil, o setor de subsistência é caracterizado por Caio Prado Junior como:

- 1-atividade subsidiária que depende ora exclusivamente ora parcialmente da grande lavoura;
- 2-setor produtor de bens de consumo destinados ao auto consumo da fazenda ou o consumo interno da economia interna (da colônia) e não à exportação;
- 3- especialização na produção de alimentos – um valor de uso, distinto das mercadorias produzidas para o mercado externo;
- 4- a estrutura produtiva é distinta da grande lavoura, visto que no setor de subsistência praticamente não se utiliza do trabalho escravo, nem se baseia na monocultura, e o estabelecimento produtivo é em geral de dimensões reduzidas (familiar), voltado para algum ou alguns produtos com mão-de-obra própria e/ou participação de variadas relações de trabalho (depende da atividade) que em geral não são nem de trabalho escravo, nem de trabalho assalariado. (Ramalho e Arrouchelas, 2004, p. 47).

De acordo com Caio Prado Junior, o setor subsistência encontrava-se junto da grande propriedade, nas extremidades das lavouras, sujeitando-se é claro, às relações de dominação que se apresentavam. Em contrapartida os agricultores do setor de subsistência tinham certa autonomia, pois detinham contratos de parceria na pecuária com os proprietários das terras, diferentes dos contratos dos “moradores de condição” da grande lavoura. Da mesma forma que o setor não era valorizado perante a economia da época, já tinha um relacionamento mercantil diferenciado dos demais. (Ramalho e Arrouchelas, 2004).

Para Celso Furtado, no setor de subsistência eram exercidas funções econômicas e não econômicas que se interligavam as grandes propriedades, tais funções estavam sempre dependendo da produção dominante, mas também se reproduziam naturalmente independente de qualquer crise da economia mercantil, como por exemplo, a pecuária. Celso Furtado caracteriza o setor de subsistência, assim:

- 1 - a produção de alimentos e outros recursos para suprir o autoconsumo das fazendas e atender o mercado consumidor urbano e as demandas da grande lavoura;
- 2- albergar uma espécie de reservatório de força de trabalho, sob controle do grande proprietário territorial, a quem os ocupantes devem uma certa sujeição econômica e principalmente lealdade social;
- 3- O setor de subsistência caracteriza-se por um nível técnico de produção muito baixo, condição que lhe confere reduzida capacidade de produção de excedentes, expressos sob a forma de fluxos monetários pela venda da

produção ou pelo pagamento de rendas econômicas apropriáveis pelo grande proprietário territorial;

4- as unidades econômicas de subsistência – em geral a unidade familiar – apresentam-se altamente dispersas pelo interior do país, seguindo o rastro da pecuária, e na maioria das vezes sem contar com o trabalho escravo ou o trabalho assalariado sistemático. (Ramalho e Arrouchelas. 2004, p. 49).

De acordo com Celso Furtado o maior crescimento do setor de subsistência, foi no último quartel do século XVIII, e na primeira metade do século XIX, pois o ouro vem a se extinguir em Minas Gerais e o açúcar tem forte declínio com a entrada da concorrência das Antilhas. Diante dessa crise do açúcar o setor de subsistência foi grande mantenedor da economia colonial, dando oportunidade para a ocupação do país por esses homens livres até a chegada da cultura do café no Brasil. (Ramalho e Arrouchelas, 2004).

Para Raimundo Faoro, no período de 1750 a 1850 onde houve uma diminuição do setor exportador da economia colonial e a população cresceu bruscamente, foi o setor de subsistência que manteve a economia local, daí pode-se observar a dimensão desse setor que chega até a atualidade com tanta expressão na economia. (Ramalho e Arrouchelas, 2004).

O reconhecimento do setor de subsistência e sua dimensão se deram através de indicadores diretos e indiretos o que demonstrou o tamanho da população e do território em que o setor atuava no período colonial, e também que já havia outras relações de trabalho sem ser o trabalho escravo. Sendo a grande propriedade territorial peça fundamental para o setor de subsistência nas abordagens históricas dos autores. (Ramalho e Arrouchelas, 2004).

O setor de subsistência historicamente presente na economia brasileira, não pode ser visto como uma reserva de mão de obra causada pelas grandes transformações econômicas que tivemos ao longo da história, pois “cerca de 60% da população brasileira hoje depende e mais da metade da população sempre retiraram seus meios de subsistência dessas e nessas relações de trabalho.” (Ramalho e Arrouchelas, 2004, p. 70).

No Brasil, desde o período Colonial, buscou-se a tão sonhada modernidade, o desenvolvimento que de acordo com as transições da economia, as mudanças nas forças produtivas da época, houve exclusões imensas da força de trabalho dos setores produtivos, ocasionando concomitantemente o progresso e o atraso. Pois da mesma forma em que as grandes estruturas fundiárias se desenvolviam, proporcionando certo

progresso, uma massa de trabalhadores era excluída do sistema, restando-lhes apenas o trabalho informal e de subsistência.

No período de 1930-45, com o discurso do governo de atingir o desenvolvimento num curto período de tempo, através do autoritarismo, encontrava-se a modernização relacionada com industrialização e o capital industrial, e a luta de se construir uma estrutura governamental, capaz de viabilizar essa modernização. Mas é apenas nos anos 50 que a idéia de desenvolvimento se concretiza, através da “industrialização por substituição de importações” (Tavares, 1973).

Segundo Ramalho e Arrouchellas (2004), junto com o estado de desenvolvimento, introduzia-se ao cenário econômico, o subdesenvolvimento, de acordo com o estado de subordinação e dependência em relação aos países centrais. Como esse modelo de “industrialização por substituição de importações” não vigorou, “sobretudo em face do novo cenário internacional em termos de financeirização (Chesnais, 1994), fizeram dos anos 80 a chamada “década perdida”, na qual o país experimentou reduzidas taxas de crescimento econômico, em exorbitante processo inflacionário, crescimento das dívidas interna e externa e desmantelamento do Estado gestor do desenvolvimento.” (Ramalho e Arrouchellas, 2004, p. 25). Como a meta era atingir o desenvolvimento a qualquer preço, denunciava-se cada vez mais a situação de subdesenvolvimento, sendo associado pela presença de um segmento não-moderno – setor subsistência (Ramalho e Arrouchellas, 2004).

Mesmo com todas as mudanças feitas nas leis trabalhistas, as vantagens e direitos adquiridos com tal “desenvolvimento” obtido no governo Vargas, ficou impossível manter um Estado de desenvolvimento com a crise dos anos 70, e todo o desempenho pró-ativo da época foi revertido em uma grande crise econômica, vivida na década de 80. Nesta época, viveu-se um período inflacionário excedente, crise no mercado de trabalho formal motivado pelas grandes falências, que trouxeram grande número de trabalhadores desempregados para o mercado de trabalho informal ou de subsistência.

O Brasil passa de um período de “busca de certo desenvolvimento”, para retornar, de acordo com a situação econômica da época, para um estado de subdesenvolvimento, dado que nunca deixou de ser subdesenvolvido, pois as bases do complexo produtivo do país eram atividades agrícolas, e o setor industrial da época estava dependente do investimento e crédito externo, sujeito as grandes taxas de juros, comprometendo a dinâmica dos resultados esperados.

Ramalho e Arrouchelas (2004), destacam o subdesenvolvimento com uma perspectiva dualista, detentora de realidades distintas e em oposição. Onde de um lado está a parte moderna, “com padrões de produção e consumo similares ao mundo desenvolvido; de outro, a parte não moderna, arcaica, em que se reproduziram formas rudimentares de produção e de consumo (incluindo aqui o auto-consumo de subsistência)” (Ramalho e Arrouchelas, 2004, p. 31). Essa visão dualista é encontrada em vários trabalhos, tendo certa perspectiva consensual, destacando aqui a visão de Singer:

A economia subdesenvolvida se caracteriza por um complexo produtivo relativamente indiferenciadas em que as atividades agrícolas e manufatureiras se acham estreitamente entrelaçadas. Distinguímos, no entanto, neste complexo dois setores: (i) Setor (ou economia) de Subsistência; (ii) Setor (ou economia) de Mercado. (Singer, 1977, p. 42).

As características de uma economia subdesenvolvida apresentada se encontram em todo processo de desenvolvimento de um país, evidenciando o contraste do moderno com o arcaico, que segundo Ramalho e Arrouchelas (2004) “o lado arcaico” apresenta dois subconjuntos; o da produção primária, descrevendo o setor de subsistência; e o setor informal urbano, dado pela migração de força de trabalho para os grandes centros e que se reproduz com atividades de baixa produtividade. Esses subconjuntos do “lado arcaico” são o que asseguram uma condição de subsistência em momentos de crise e transição econômica. E no Brasil esta realidade é marcada ao longo da história sócio-econômica do país.

De acordo com o grande crescimento da economia, a partir dos anos 50, houve também várias transformações sociais significativas. A partir da urbanização, crescimento e fortalecimento do mercado interno surgiu uma classe média consumidora, que proporcionou o alcance de padrões de produção e consumo em grande escala, similar ao de países desenvolvidos. Mas Ramalho e Arrouchelas (2004), deixam bem claro que, o setor de subsistência e informal também fez parte dessa situação, mesmo sendo esquecida sua existência pelos governantes. A partir daí, fazem críticas à modernidade assumida, com práticas arcaicas exercidas. As formas arcaicas de trabalho conviviam e sobreviviam com a modernidade. Não deixando de mencionar a posição das mulheres nesse processo, pois as mulheres da classe média buscaram suas posições no mercado de trabalho, à custa do trabalho doméstico de muitas, que aceitavam esse tipo de trabalho por necessidade de sobrevivência.

O setor de subsistência ou o informal, deve ser visto como forma de resistência à modernidade inserida no mercado de trabalho, antes mesmo de ser prejudicado como forma de atraso. A desigualdade na economia brasileira é reproduzida pela modernidade assumida nas formas de produção, e também pelas formas institucionais que excluem progressivamente os trabalhadores do mercado de trabalho formal.

Segundo (Rossi e Urani, 2008) o Brasil foi um dos poucos países do mundo, que teve um período de crescimento entre 1947 e 1980, tão expressivo que o PIB (Produto Interno Bruto) foi multiplicado quase por 11, um crescimento explosivo, que mudou radicalmente o cenário do país. Neste mesmo período, a população passou de 60 para 120 milhões de habitantes, havendo também um alarmante êxodo rural, as pessoas vieram para os grandes centros com a expectativa de melhores condições de vida. Com o aumento da população nos grandes centros, a infra-estrutura desses não foi suficiente para acomodar dignamente tal volume de pessoas, proliferando o número de favelas, o subemprego e o trabalho por conta própria. De acordo com tais fatos, o perfil da pobreza mudou, deixando de ser rural para ser urbana, com forte ampliação da desigualdade de renda, apesar do crescimento econômico que o período obtinha. Para o governo, na época, o desenvolvimento se dava no aumento da renda per capita; e a idéia de distribuição de renda foi esquecida. O objetivo era crescer aceleradamente, industrializar-se cada vez mais para recuperar o tempo perdido, com investimentos de milhões em capital físico (máquinas e equipamentos) e novas tecnologias, esquecendo de investir em capital humano.

Com a grande intenção de mudar por completo a estrutura produtiva e a economia brasileira, o crescimento desordenado acabou gerando desequilíbrios na esfera social, fiscal e financeira.

Nos anos 80 viveu-se a decadência desse modelo de desenvolvimento, que a economia do país levou quase uma década para começar a se reerguer, mas uma das coisas que não foi feita apesar do tempo árduo que o país enfrentou, foi a mudança e regulação da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), não houveram ajustes que dessem incentivos aos empresários para a contratação de pessoal, permitindo a proliferação do trabalho informal. (Rossi e Urani, 2008).

A década de noventa, foi caracterizada pelo aumento do desemprego e da queda da renda, fortalecendo o desenvolvimento do trabalho informal. Segundo dados do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), nos primeiros anos da década de noventa, o trabalho informal cresceu nas regiões metropolitanas de um percentual de

40% para 47,5%; e com a crise econômica que o país enfrentou nos anos de 1998 e 1999, o percentual passou da faixa de 50%, permanecendo nessa média até 2002. (Rossi e Urani, 2008).

Um dos motivos de tamanho crescimento do trabalho informal nas grandes metrópoles foi a competitividade acirrada do setor industrial, ocasionada pela abertura comercial que o país vivia, e para que essas empresas se mantivessem no mercado era necessário que se tornassem mais competitivas em mão-de-obra também. Com dada pressão do mercado, e a falta de incentivos do governo em diminuir encargos trabalhistas, não houve saída a não ser investir em novas tecnologias, que substituiu em grande volume a mão-de-obra assalariada, pela mão-de-obra especializada. O trabalhador brasileiro não estava preparado para tais mudanças, com as exigências do mercado de trabalho e o tipo de emprego oferecido pelas empresas, desencadeou-se um desequilíbrio entre o que os empresários necessitavam e o potencial que o trabalhador oferecia, crescendo ainda mais o desemprego e a informalidade, segundo Rossi e Urani (2008).

A demanda por mão-de-obra qualificada cresceu paralelamente à modernização tecnológica da indústria, mas a oferta dessa mão-de-obra qualificada exigida não cresceu ao mesmo ritmo da nova tecnologia, o que intensificou a migração do trabalho formal para o informal.

Rossi e Urani (2008) defendem um modelo de desenvolvimento que proporcione uma melhor distribuição de renda, através da progressiva “participação do trabalho na renda nacional”. Para esses, existem três fatores decisivos para que isso aconteça:

- a) O aumento do poder de barganha da classe trabalhadora. Os sindicatos de trabalhadores têm que se tornar mais fortes e representativos dos interesses de suas bases do que são hoje. Para que os sindicatos sejam fortes, em larga escala (e não apenas nos setores mais oligopolizados da economia), deve haver liberdade sindical e o famigerado imposto sindical tem que ser substituído por um sistema de contribuições voluntárias. No contexto brasileiro atual, os sindicatos não são confrontados a incentivos que os levem a ter que prestar serviços às suas bases de representação para sobreviver; consequentemente têm baixa capacidade de representar os interesses de suas bases.
- b) As relações de trabalho devem ser mais estáveis e duradouras, ou seja, tem que diminuir a rotatividade (que continua uma das mais elevadas do mundo) - de maneira a fazer com que as empresas sejam mais propensas a investir na qualidade de seus empregados do que são hoje.
- c) Finalmente, os custos de empregar mão-de-obra devem ser reduzidos, de forma a incentivar uma maior contratação. Dado que não é desejável que isto ocorra através de uma diminuição de salários, é preciso desonerar a folha de salários. (Rossi e Urani, 2008).

Infelizmente, nos dias atuais, a classe trabalhadora está totalmente desprovida de um sindicato que seja representativo e que defenda seus direitos perante o governo e a classe empresarial. Não encontramos mais os militantes que defendiam os interesses dos trabalhadores, essa classe não é mais tão organizada como a 20 anos atrás, onde a massa de trabalhadores se unia e reivindicava seus interesses em conjunto. Hoje a realidade é outra, estamos na época da individualização, cada um por si, e quem sabe alguém faça alguma coisa pela coletividade. Diante dessa realidade, o trabalhador tende a aceitar as condições impostas pelo mercado de trabalho, que é cada vez mais precário em assegurar os direitos dos trabalhadores. O trabalhador também fica nas mãos da classe empresarial, pois necessita de emprego e acaba aceitando as condições impostas por esses. E quando não perde seu emprego por não estar mais apto ao tipo de trabalho exigido, é trocado por novas tecnologias inseridas no processo de produção. Essa troca vem a ser muito mais lucrativa para os empresários, que não suportam mais tantos encargos trabalhistas do processo de contratação de pessoal, assim a mão-de-obra humana é trocada pela tecnologia. Segundo Castells (1999), diversos fatores aceleraram a mudança do processo de trabalho.

Então, a nova tecnologia da informação está redefinindo os processos de trabalho e os trabalhadores e, portanto, o emprego e a estrutura ocupacional. Embora um número substancial de empregos esteja melhorando de nível em relação a qualificações (...), muitos empregos estão sendo eliminados gradualmente pela automação da indústria e de serviços. (Castells, 1999, p. 315).

Concluindo, deve-se considerar então que a polarização da mão-de-obra e a exclusão dos menos qualificados não são conseqüências do avanço tecnológico na economia informacional, mas sim resultado dos meios que o capitalismo utilizou para realizar sua reestruturação. Com isso, para o autor, são as instituições e organizações sociais de trabalho, e não a tecnologia, que aparentam desempenhar papel preponderante na causa da criação ou destruição do emprego. Apesar da tecnologia não gerar, nem destruir empregos, esta vai então transformar significativamente a natureza do trabalho e a organização da produção.

Como fazer com que os indivíduos que não tem acesso ao estudo, a novas tecnologias, não passem do mercado de trabalho formal para o informal, se esta vem a ser uma das últimas tentativas de sobrevivência de tantos pais e mães de família. O governo, apesar de seu empenho dos últimos anos, não consegue empregar, trazer tantas pessoas para o trabalho formal, pois a carência de investimento em educação e os encargos sociais impostos a novas contratações são exorbitantes.

3.3 Ilegalidade ou Forma de Sobrevivência ?

O setor informal é conceituado por Pamplona e Romeiro (2008) de duas formas básicas. A primeira consiste em descrever o setor informal, através do “critério da ilegalidade”, conjunto de atividades produtivas sem registro nas leis vigentes; “seriam um conjunto de atividades econômicas não-registradas, não-declaradas ao Estado, extraleais, porém socialmente lícitas.” Fatores como natureza tecnológica, tamanho das unidades produtivas, interações com o mercado, não são considerados neste conceito, de acordo com os autores. A economia informal tem grande abrangência em países em desenvolvimento, por ser um conjunto de atividades desenvolvidas através do trabalho familiar, que com os meios de produção adquiridos garantem o sustento e o emprego da família como um todo. A segunda, seria considerar o setor informal “como um conjunto de unidades de produção não tipicamente capitalistas”. Pamplona e Romeiro (2008) argumentam que o trabalho informal não tem características capitalistas, pois é uma atividade que não visa o lucro como prioridade, sendo a manutenção da família seu principal objetivo, e depois viria a preocupação de manter o negócio alcançando o retorno do investimento. Proporcionar emprego e renda aos indivíduos inseridos nas unidades produtivas, é o maior objetivo dos trabalhadores do setor informal, considerando que são atividades de pequenas escalas, unipessoais, tecnologia e relação capital e trabalho são baixos; a tecnologia empregada tende a ser intensiva em trabalho (Pamplona e Romeiro, 2008). Apesar da realidade compreendida da economia informal, essa permanece diretamente vinculada à economia capitalista, pois seu crescimento é determinado pelo desempenho desta.

Os autores descrevem as relações da economia informal com a formal, como se fossem uma continuação uma da outra, e não de forma bipolar formal/informal, se há alguma barreira que separa os dois setores, são apenas barreiras econômica e social (estrutural) e não barreiras legais. A Ilegalidade é compreendida como uma consequência e não a causa da economia informal. As unidades produtivas do setor informal, não são criadas para viverem na ilegalidade, perante o Estado, mas para garantir alguma forma de sustento para as famílias, que com a renda gerada, fica impossível cumprir com todas as normas, todos os impostos atribuídos a essa forma de trabalho sem ameaçar sua própria sobrevivência.

O setor informal pode ser considerado como uma forma de sobrevivência, como também uma forma de ascensão social, principalmente por não haver critérios básicos de exclusão, sendo apenas necessário a vontade de trabalhar e investimento irrisório de capital. Os trabalhadores que atuam no mercado de trabalho informal, muitas vezes estão nessa situação por necessidade, falta de melhores oportunidades no mercado de trabalho formal, que é cada dia mais excludente. As transformações nas relações de trabalho e no processo produtivo contemporâneo exigem que se encontrem alternativas para os trabalhadores que não estão inseridos no mercado de trabalho formal.

3.4 Dados da economia informal urbana numa perspectiva do setor comercial.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) publicou em 2005 uma pesquisa sobre o setor informal brasileiro denominada Economia Informal Urbana (Ecinf, 2003), com a finalidade de identificar as características dos trabalhadores ocupados nos pequenos empreendimentos informais e dimensionar o setor informal dentro da estrutura do mercado de trabalho urbano brasileiro. Adotou como unidades de investigação “os estabelecimentos não-agrícolas por conta-própria ou empregador com até cinco empregados caracterizados pela produção em pequena escala, baixo nível de organização e pela quase inexistência de separação entre capital e trabalho enquanto fatores de produção”. (SEBRAE e DIEESE, 2007).

Alguns dados da Ecinf (2003) caracterizam o setor informal brasileiro:

- em 2003, havia 10,3 milhões de pequenos empreendimentos informais, com um contingente de mais de 13 milhões de ocupados. Levando-se em conta a redução de oportunidades formais de trabalho, causada pelas mudanças tecnológicas e nos processos de produção das grandes empresas, fica explícita a tendência deste segmento se tornar cada vez mais representativo para a geração de oportunidades de trabalho e renda no país;
- em 2003, aproximadamente 90% das empresas da economia informal urbana não obtinham constituição jurídica (característica predominante nesses empreendimentos) com 93% das empresas conta-própria e 56% das empresas de empregadores;
- 88% dos empreendimentos pertenciam aos trabalhadores por conta-própria; com apenas 12% de pequenos empregadores em 2003;

- As atividades econômicas mais desenvolvidas no setor informal, eram comércio e reparação com 33%; construção civil com 17% e indústria de transformação e extrativa com 16%;
- Dos empreendimentos pesquisados, 95% tinham um único proprietário e 80% apenas uma pessoa ocupada. Esses dados mostram que esses empreendimentos eram desenvolvidos por trabalhadores por conta-própria que trabalhavam sozinhos.

As quatro tabelas citadas a seguir informam os rendimentos dos trabalhadores no contexto brasileiro, conforme quatro categorias: i) rendimento conforme os grupos de atividades; ii) rendimento segundo grau de instrução; iii) rendimento segundo faixa etária; iv) rendimento segundo sexo, no Brasil e grandes regiões.

Tabela 1 - Rendimentos dos proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação, segundo grupos de atividades – Brasil – 2003 (em R\$).

Grupos de atividade	Conta Própria	Empregador
Indústria de Transformação e Extrativa	417	1.229
Construção Civil	465	884
Comércio e Reparação	609	1.451
Serviço de Alojamento e Alimentação	449	1.346
Transporte, Armazenagem e Comunicações.	818	1.754
ATV. Imobiliárias, Aluguéis e Serviços Prestados às Empresas.	1.432	2.754
Educação, Saúde e Serviços Sociais.	1.310	3.388
Outros Serviços Coletivos, Sociais e Pessoais.	534	1.154
Total (1)	623	1.606

Fonte: IBGE, Ecinf.

Elaboração: DIEESE

Nota: (1) inclusive as pessoas ocupadas em outras atividades e atividades mal definidas.

OBS: a) Corresponde ao rendimento médio mensal em todos os trabalhos, em outubro.

Tabela 2 - Rendimento dos proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação, segundo grau de instrução – Brasil – 2003 (em R\$).

Grau de Instrução	Conta Própria	Empregador
Sem instrução ou menos de um ano de estudo	279	713
Ensino fundamental ou 1* grau incompleto	427	1.066
Ensino fundamental ou 1* grau completo	559	1.044
Ensino médio ou 2* grau incompleto	570	1.236
Ensino médio ou 2* grau completo	819	1.582
Superior incompleto	1.102	1.796
Superior completo	1.827	3.089
Total (1)	623	1.606

Fonte: IBGE, Ecinf.

Elaboração: DIEESE

Nota: (1) inclusive as pessoas sem declaração de grau de instrução.

OBS: a) Corresponde ao rendimento médio mensal em todos os trabalhos, em outubro.

Tabela 3 - Rendimento dos proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação, segundo faixa etária – Brasil 2003 (em R\$).

Faixa Etária	Conta Própria	Empregador
10 a 17 anos	121	1.186
18 a 24 anos	402	1.047
25 a 39 anos	618	1.506
40 a 59 anos	708	1.728
60 anos ou mais	471	1.656
Total	623	1.606

Fonte: IBGE, Ecinf.

Elaboração: DIEESE

OBS: a) Corresponde ao rendimento médio mensal em todos os trabalhos, em outubro.

Tabela 4 - Rendimento dos proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação, segundo sexo – Brasil e Grandes Regiões 2003 (em R\$).

Brasil e Grandes Regiões	Conta Própria			Empregador		
	Homens	Mulheres	Total (1)	Homens	Mulheres	Total (1)
Norte	571	364	497	1.406	1.449	1.415
Nordeste	470	282	398	1.373	1.154	1.317
Sudeste	807	490	704	1.776	1.332	1.654
Sul	953	527	814	1.827	1.398	1.705
Centro-Oeste	798	477	687	2.074	1.676	1.984
Brasil	727	424	623	1.701	1.341	1.606

Fonte: IBGE, Ecinf.

Elaboração: DIEESE

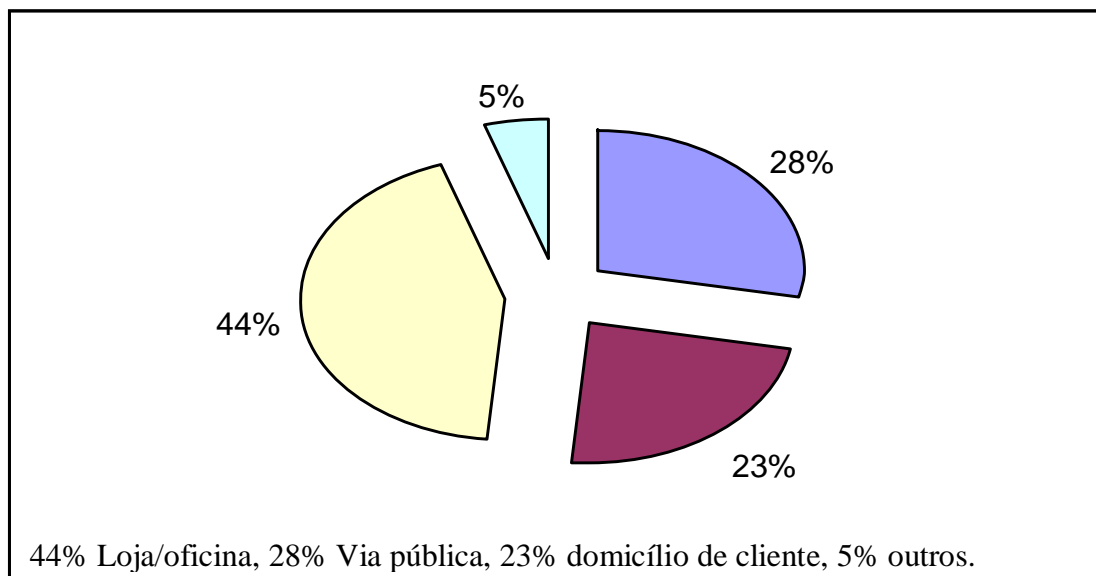
Nota: (1) inclusive as pessoas sem declaração de grau de sexo.

OBS: a) Corresponde ao rendimento médio mensal em todos os trabalhos, em outubro.

As análises relacionadas abaixo se referem aos resultados dos trabalhadores conta-própria (Tabela 1, 2, 3 e 4):

- O rendimento segundo os grupos de atividades, do setor de comércio e reparação, está na quarta posição das atividades com melhor remuneração;
- O rendimento aumenta segundo o grau de instrução;
- O rendimento segundo a faixa etária, se concentra em maiores proporções entre as faixas etárias 25 a 39 anos e 40 a 59 anos; sem esquecer de mencionar que o rendimento dos 60 anos ou mais, se comportou maior dos 18 a 24 anos, comprovando que a idade no mercado de trabalho informal não influencia nos rendimentos dos trabalhadores;
- O rendimento segundo o sexo, prova a diferença da remuneração das mulheres em comparação com a dos homens; conforme abordado no capítulo 2 o papel e situação das mulheres no mercado de trabalho contemporâneo;

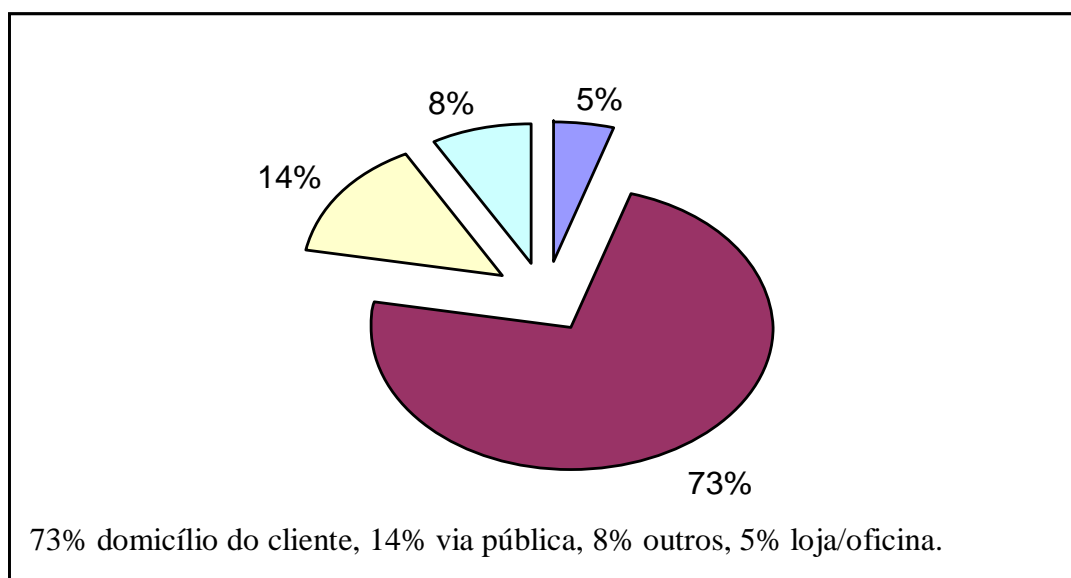
O gráfico 1 identifica o local de funcionamento dos empreendimentos do comércio e reparação, as atividades desenvolvidas fora dos domicílios dos trabalhadores, sendo 44% os trabalhadores que possuem lojas ou oficinas, 28% trabalham em via pública como camelô/ambulante, 23% trabalham no domicílio de seus clientes, e 5% outros.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Economia Informal Urbana 2003.

Gráfico 1 - Empendimentos do comércio e reparação que funcionavam fora do domicílio do proprietário, segundo o local de funcionamento - Brasil - 2003.

Já o gráfico 2 identifica o local de funcionamento dos empreendimentos do comércio e reparação, onde as atividades são desenvolvidas dentro e fora dos domicílios dos trabalhadores, sendo 73% os trabalhadores que atendem, trabalham no domicílio de seus clientes, 14% trabalham em via pública como camelô/ambulante, 8% outros, 5% os trabalhadores que possuem lojas ou oficinas.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Economia Informal Urbana 2003.

Gráfico 2 - Empendimentos do comércio e reparação que funcionavam dentro e fora do domicílio do proprietário, segundo o local de funcionamento - Brasil - 2003.

A partir dos dados apresentados do ECINF (2003), as atividades comerciais e de reparo foram as que mais se destacaram na pesquisa, com um percentual de 33% das atividades econômicas desenvolvidas no setor informal brasileiro. As atividades são desenvolvidas por trabalhadores autônomos ou conta-própria que trabalham sozinhos, representando 95% dos entrevistados.

Constata-se a partir da leitura dos gráficos apresentados que independente do funcionamento dos empreendimentos, serem dentro ou fora dos domicílios dos proprietários, há uma grande proporção de atendimento, ou trabalho dentro do domicílio do cliente. Esse tipo de atendimento ao cliente, revela a grande tendência mundial de venda de produtos e serviços diretamente ao consumidor, quer dizer o atendimento domiciliar para se estabelecer as relações comerciais, mesmo mantendo suas estruturas comerciais como lojas etc. O trabalhador tende a servir no domicílio dos clientes, e também o trabalho individualizado, tende a trazer mais flexibilidade de horários aos trabalhadores, favorecendo o atendimento personalizado aos clientes.

Entre 1997 e 2003, os estabelecimentos da economia informal urbana na região sul do Brasil, tiveram crescimento com variação positiva de 4,1%, e quanto à ocupação em estabelecimentos informais, registrou uma proporção de 16% de ocupados neste setor, segundo (SEBRAE e DIEESE, 2007).

A partir dos dados apresentados, o setor informal é indispensável para a economia do país, e também para o mercado de trabalho contemporâneo, pois proporciona renda e ocupação para milhões de trabalhadores que na maioria dos casos estão fora do mercado de trabalho formal, garantindo a subsistência das famílias. Independente se a renda gerada é através de atividades precarizadas ou não, se o governo tem ou não políticas públicas para combater o desemprego no mercado de trabalho formal; o setor informal dá oportunidade para qualquer indivíduo, pois não os exclui por grau de instrução, idade, gênero apenas exige força de trabalho e empenho para realizar tais funções, com irrisório investimento de capital. Sendo evidente, que essa proporção de informalidade apresentada, é resultado de duas décadas de baixo crescimento econômico, com grandes problemas sociais tais como, desigualdade de renda, elevadas taxas de desemprego e irrisória remuneração do trabalhador.

A realidade acima descrita do mercado de trabalho informal brasileiro e o trabalho das mulheres no mundo contemporâneo poderão ser mais bem compreendidos no próximo capítulo, onde se buscou analisar o mercado de trabalho informal feminino no setor de comércio de cosméticos. Um estudo de caso do trabalho das revendedoras

autônomas da empresa Avon Cosméticos LTDA, no município de Florianópolis-SC, mais especificadamente no setor 340 (setor de referência da empresa), onde foi aplicado questionário, levantando dados sobre remuneração, escolaridade, faixa etária, opiniões sobre o trabalho realizado e sobre a empresa Avon Cosméticos Ltda.

4. MERCADO DE TRABALHO INFORMAL FEMININO – UM ESTUDO DE CASO

4.1 Sistema de venda direta

O sistema de venda direta no Brasil é regulamentado pela Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta (ABEVD) uma associação criada com o objetivo de representar os interesses do setor no Brasil. Segundo a ABEVD, o conceito de venda direta, e vendedor direto é:

A comercialização de bens e serviços de consumo diretamente aos consumidores, em suas residências ou nas de outros, em seus locais de trabalho e em outros locais fora de estabelecimentos comerciais, usualmente através de explicações ou demonstrações dos bens e serviços por um vendedor direto. O vendedor direto pode ser revendedor autônomo, agente comercial independente, representante comercial, distribuidor, franqueado, contratado por empreitada ou similar. (ABEVD, 2008)

O vendedor direto é o indivíduo que está ingresso no sistema de distribuição e venda de produtos, de uma empresa de venda direta, sem ter nenhum vínculo empregatício com esta empresa.

A ABEVD possui um código de conduta de venda direta diante dos vendedores diretos e entre as empresas associadas, e é publicado de acordo com o modelo proposto pela *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA). Esse código tende a controlar as relações das empresas de venda direta com os vendedores diretos, e as empresas de venda direta entre si. O código tem por finalidade “á proteção dos vendedores diretos, á promoção da concorrência leal, respeitando a livre iniciativa, à disseminação da imagem pública da venda direta e à percepção pela sociedade da atividade de venda direta como oportunidade de trabalho e geração de renda.” (ABEVD, 2008).

O código de conduta de venda direta é adotado pelas empresas associadas de venda direta e os vendedores; através do incentivo das empresas associadas, de acordo com as normas de conduta apresentadas pelo código, proporcionando mais segurança ao vendedor direto ou revendedor autônomo, pois fica claro que ele está desempenhando uma atividade baseada em normas, ética, e amparada pelas leis vigentes do país. Este código não compreende todas as obrigações legais aplicáveis e exigidas pela atividade

de venda direta, mas assume como premissa básica um padrão de comportamento ético das empresas associadas.

Com relação ao recrutamento e informações negociais as empresas de venda direta, não devem usar práticas enganosas, dúbias e discriminatórias. As empresas não devem exagerar nas alegações sobre ganhos diante dos vendedores diretos, devem relatar informações sobre futuros ganhos baseados em fatos documentados. Deve ser firmado com os vendedores diretos, através de documento, o relacionamento comercial entre as partes. Podendo haver práticas de fidelização, dos vendedores diretos para com as empresas de venda direta, mas sem implicar subordinação ou exclusividade.

É necessário que a empresa de venda direta, apresente aos vendedores diretos extratos de contas dos lucros, bônus e descontos comerciais, conquistados pelos vendedores diretos através dessa atividade, com pagamento dos valores devidos sem atrasos.

As empresas de venda direta disponibilizarão programas de educação e treinamento aos vendedores diretos, com o objetivo de prepará-los para execução da atividade, de acordo com os padrões éticos e comerciais da empresa de venda direta.

Com relação ao consumidor, há um código de conduta diante dos consumidores, também publicado pela ABEVD, de acordo com o modelo proposto pela WFDSA. Este código “destina-se à satisfação e proteção dos consumidores, à promoção da concorrência leal, respeitando a livre iniciativa, e à disseminação da imagem pública da venda direta”. (ABEVD, 2008)

O sistema de venda direta é um sistema de comercialização de bens de consumo e serviços diferenciados, baseado nos relacionamentos pessoais, ou seja, através do contato pessoal entre os vendedores diretos e seus clientes, fora de um estabelecimento comercial fixo. Esse sistema atinge dimensões globais, pois a venda direta é praticada de forma “pessoa a pessoa”, por catálogos (de produtos de limpeza, cosméticos, até a venda de automóveis), se destaca pela capacidade de expandir-se geograficamente, representando um ótimo canal de distribuição de produtos, que agrega valor aos produtos e serviços por meio das relações pessoais. A enciclopédia Britânica foi uma das primeiras empresas a adotar este sistema de comercialização de mercadorias no final do século XVII, a partir de seus vendedores porta a porta, conquistando mais clientes através dos relacionamentos pessoais. (ABEVD, 2008)

A ABEVD foi fundada em 1980, com a missão de desenvolver e valorizar esse sistema de venda direta de mercadorias no Brasil, a partir de relações éticas com os

consumidores, vendedores diretos e entre as empresas associadas, proporcionando a auto-regulação do setor.

Todo vendedor direto no Brasil, é um revendedor autônomo independente, que é associado a alguma empresa de vendas direta, onde o vendedor direto adquire os produtos e os revende, com uma margem de lucro. De acordo com isso, os revendedores possuem natureza jurídica de comerciantes, a partir da promulgação da lei n° 6.586, de 06.11.1978. A lei menciona que “Considera-se comerciante ambulante aquele que, pessoalmente, por conta própria e a seus riscos, exerce pequena atividade comercial em via pública, ou de porta em porta”. (ABEVD, 2008)

4.2 Dados do setor de cosméticos no sistema de venda direta

O Instituto de Pesquisas Euromonitor, responsável pelo levantamento do consumo de cosméticos no mundo, divulgou que o Brasil está na terceira posição do ranking mundial de consumo de cosméticos, ultrapassando países como a França, a Alemanha e a Inglaterra. “O aumento no consumo dos produtos do setor no Brasil foi de 26%, contra um crescimento estimado de 1,2% no mercado global”. Com vendas de US\$18,2 bilhões, fica atrás apenas dos Estados Unidos (primeiro no ranking) e Japão (segundo no ranking). (Xeyla, 2007).

Segundo a ABEVD, no primeiro semestre de 2008 o mercado movimentou R\$3,7 bilhões, com um crescimento nominal de 15,2% em relação ao mesmo período de 2007, esse desempenho sinaliza um grande aquecimento do setor.” Para Rodolfo Guttilla, presidente da ABEVD, "o ritmo mais forte de crescimento se explica pela recuperação do segmento de cosméticos e higiene pessoal, cuja representatividade ainda predomina sobre os demais com folga no modelo de vendas diretas, embora o mercado destes esteja adquirindo mais importância”. Atualmente o setor gera renda para cerca de 1,8 milhões de revendedoras no país, segundo IBGE. Tal desempenho do setor de cosméticos se confirma através do trabalho das maiores companhias de vendas diretas no país, como a Avon (líder de vendas diretas de cosméticos) que obteve um crescimento de 60% nos negócios no Brasil em 2007. “A manutenção desse ritmo para o primeiro trimestre de 2008 fez com que a norte-americana tivesse alta de 23% no seu

lucro líquido, saltando para US\$ 184,7 milhões, ante os US\$ 150 milhões apurados no ano passado. A receita total subiu 14%”. (ABEVD, 2008).

4.3 História da Avon Cosméticos.

A empresa Avon cosméticos LTDA tem por sua história a característica principal, de ser uma empresa totalmente voltada para a valorização das mulheres tanto no lado profissional como social, valores esses nutridos e transmitidos há mais de um século desde sua fundação. Considerada como “A Empresa voltada para as Mulheres”, a Avon foi fundada por David Hall McConnell em 1886, nos Estados Unidos, que na época era vendedor de livros porta a porta e que para fidelizar seus clientes, os presenteava com uma amostra de perfume, que logo após passou a ser seu negócio principal, pois as mulheres estavam mais interessas em comprar os perfumes aos livros. Como já trabalhava com o sistema de venda porta a porta de livros, para McConnell não foi difícil implantar o mesmo sistema de vendas no ramo de cosméticos, que para a época considerou-se muito revolucionário a intenção de recrutar mulheres para vender perfumes porta a porta, pois era raro encontrar uma mulher que trabalhava fora de casa, pois ainda não tinham nem direito a voto.

Contudo, a visão de mercado e iniciativa de McConnell de criar um negócio voltado ao universo feminino, foi bem além da realidade da época, tanto para o consumo como para o mercado de trabalho feminino, dando oportunidade para as mulheres se desenvolverem economicamente e socialmente.

4.3.1 História da Fundação da empresa em 1886 - USA.

David McConnell um homem com a característica de ser trabalhador desde garoto, quando começou a tocar o negócio da família numa fazenda em *Southwest Oswego*, centro oeste do estado de Nova York. Mesmo com o trabalho no campo não desistiu dos estudos, pois tinha prazer em ir à escola, e que por algum tempo idealizou a carreira de professor de matemática. Em um dos verões durante o recesso escolar decidiu ser vendedor de livros, na *Union Publishing House* na cidade de Nova York, um trabalho temporário e bem diferente da rotina que tinha no campo, que lhe proporcionou

a aptidão de vendedor porta a porta e que conforme seu trabalho criava estratégias mais eficientes para abordar seus clientes. (Klepack, 2006).

Depois de outro verão trabalhando como vendedor de livros resolveu parar seus estudos em Oswego, pois o trabalho era compensador e queria trabalhar tempo integral. Com alguns anos de experiência nessa área, McConnell teve a oportunidade de comprar a editora de livros. Em 1886 já vendia livros há oito anos e ansiava por criar outros negócios, mas não se esquecendo de desenvolver novas estratégias de vendas para atrair novos clientes já que o negócio de livros lhe remunerava muito bem. Uma de suas mais novas estratégias era recompensar seus clientes com brindes, e assim comprou algumas fragrâncias de um amigo químico, fortalecendo ainda mais suas vendas de livros. Conforme o passar do tempo percebeu que as mulheres, grandes compradoras de seus livros começavam a pedir pelas fragrâncias e a partir daí surgiu sua nova oportunidade de negócio que tanto ansiava.

A partir de um planejamento estratégico, avaliou minuciosamente o mercado de perfumes, concluindo que era um ramo que só tendia a crescer e que a probabilidade de sucesso era grande.

Assim fundou-se a California Perfumes Company em 1886 (hoje a denominada Avon), em Manhattan USA, com uma coleção de cinco fragrâncias, o compromisso com a qualidade dos produtos e a garantia de satisfação com devolução do dinheiro, em caso de insatisfação do cliente, eram a base de marketing da nova empresa (que continua até hoje). Uma das estratégias estabelecidas era concentrar investimento nas melhores fragrâncias, com uma embalagem mais simples e melhorando esta gradativamente conforme o crescimento das vendas, que se dava por meio de catálogos, o que acontece até hoje. (Klepack, 2006).

Em 1892 deixou o negócio de livros, para investir mais tempo na nova empresa que se expandia, concentrando esforço e tempo no desenvolvimento de novas fragrâncias, em seu laboratório caseiro.

A base de negócios da Avon desde o início, era e é investir no potencial feminino e colaborar para a mudança do papel das mulheres na sociedade. Florence Albee foi a primeira revendedora da Avon, numa época em que o trabalho feminino era escasso, a realidade do mercado de trabalho feminino se limitava ao ambiente doméstico, e que as mulheres nem haviam conquistado seu direito a voto. Florence e McConnel começaram uma rede de revendedoras de cosméticos, porta a porta, sistema

de vendas muito eficaz e lucrativo no ramo de livros, e que viria a ser mais próspero no ramo de cosméticos.

McConnel acreditava que através do contato pessoal, relacionamentos e bons produtos, criariam uma rede de revendedoras dos cosméticos, e focou seu novo negócio na parceria e prospecção de mulheres para realizar tal atividade, acreditava no potencial feminino de diálogo e relacionamento, pois as mulheres são mais atenciosas e gostam de criar redes de relacionamento; então essa foi a base do negócio de venda porta a porta da Avon, valorização da mulher e dos relacionamentos. Numa época em que a mulher não era valorizada pelo seu potencial empreendedor, nem muito menos como indivíduo capaz de gerar renda através de sua força de trabalho, Florence começou seu trabalho de venda de produtos porta a porta, e conforme conquistava novos clientes para os produtos também recrutava novas revendedoras. O que não se pode esquecer de mencionar, que na época essas mulheres revendiam apenas perfumes, que inicialmente começou com no máximo cinco fragrâncias.

Como o sucesso dos perfumes Avon foi crescente nos Estados Unidos, em 1950, houve a expansão dos negócios para os cinco continentes, proporcionando uma transformação da empresa, a partir daí deixa de ser uma multinacional e atuar como organização global.

Em New York, Estados Unidos, está a matriz da empresa que funciona como centro de negócios, e as filiais (tais como a Avon do Brasil, e dos outros países) atuam como divisões autônomas. Os produtos de todas as filiais são testados pela matriz, de acordo com as exigências de cada mercado local, proporcionando às unidades a realização de pesquisas técnicas e mercadológicas, comercialização de matérias primas e produtos acabados. Os produtos da Avon são testados pelos mais avançados laboratórios internacionais, seguindo rigorosamente as mais eficientes normas de qualidade; a empresa possui atualmente mais de trezentos cientistas, desenvolvendo as mais revolucionárias tecnologias aplicadas em cosméticos. “A Avon produz perfumes, maquiagem, cremes, loções, produtos para o cabelo, pele e cuidados diários, entre outros.” (AVON, 2008).

No ramo de cosméticos e produtos de beleza, a Avon é a líder mundial em venda direta, atuando em mais de 144 países, contando com mais de 5 milhões de revendedoras (es) autônomas. Aproximadamente quarenta milhões de mulheres no mundo, já realizaram venda direta de produtos da Avon. Com um faturamento líquido

de US\$ 8 bilhões ao ano em média, colocando Avon entre as primeiras empresas no ranking mundial no segmento de beleza. (AVON, 2008).

David McConnell, sempre teve como princípio básico a responsabilidade da cidadania corporativa da empresa, contribuindo para o bem estar da sociedade, principalmente no que dizia respeito a mulher; seu objetivo não era só oferecer produtos de alta qualidade e satisfação para as revendedoras e consumidoras, mas garantir melhor qualidade de vida através da busca incessante da emancipação da mulher em todos os aspectos. A Avon foi uma das empresas pioneiras em proporcionar oportunidade de trabalho e renda para as mulheres, McConnell acreditava que através da independência financeira, as mulheres saíam do ambiente doméstico e conquistariam seu espaço e valor perante a sociedade.

4.4 Avon no Brasil

A Avon se instalou no Brasil em 1958, inovando e criando oportunidade de trabalho para as brasileiras, com o objetivo de “ser a empresa que melhor entende os desejos e as necessidades das mulheres” (AVON, 2008). Desenvolvendo os melhores produtos, e com uma estrutura que assegure a chegada desses produtos nas mãos das revendedoras, o que garantiu a liderança em vendas diretas de cosméticos. O trabalho das revendedoras proporcionou transformações na vida dessas mulheres, que através dele adquiriram autoconfiança, auto-estima e oportunidade de melhorar financeiramente suas realidades.

“Mais autonomia e realização para quem descobria uma opção de trabalho, mais confiança e auto-estima para quem revendia e comprava bons produtos”⁴.

Em 2008 a Avon completa 50 anos de atividades no Brasil, com muito empenho no desenvolvimento feminino, gerando oportunidades de trabalho e conquistando o respeito das revendedoras, funcionários, consumidores e da sociedade brasileira. Para Luis Felipe Miranda, presidente da Avon Brasil, “essa evolução é motivo de orgulho e também de responsabilidade, porque o nosso compromisso é o de sempre fortalecer esses relacionamentos, produzindo novos rumos para o futuro”⁵.

A Avon do Brasil se tornou a segunda unidade da corporação, pois conquistou a posição de ter o maior número de revendedoras, com um contingente de

⁴ Encarte publicitário dos 50 anos da Avon Cosméticos, 2008 (Folheto).

⁵ Encarte publicitário dos 50 anos da Avon Cosméticos, 2008 (Folheto).

aproximadamente um milhão e duzentos e vinte mil revendedoras autônomas; com uma força de vendas dessa grandeza não deixaria de ter tais resultados:

- No Brasil a cada dois batons vendidos, um é da empresa Avon.
- A cada dois produtos antiidade (cremes) vendidos, um é da linha Renew Avon.
- Seu faturamento bruto em 2005, foi de aproximadamente R\$ 4 bilhões.
- Possui cerca de 6 mil funcionários.

Segundo a gerente da Avon da Divisão Floripa (gerente do Estado de Santa Catarina), Eliana Talarico, “A transformação da empresa, da marca, se deu com as mudanças exigidas pelo mercado, com investimentos intensos em tecnologia, contratação de pessoas mais capacitadas (pessoas bem conceituadas no mercado) que trouxeram novas idéias e foram primordiais para o crescimento e liderança da marca Avon no Brasil. Essa transformação foi essencial para a empresa e principalmente para as revendedoras, pois a lucratividade com os produtos aumentou muito.” Um dos aspectos importantes para o crescimento da marca, foi o intensivo marketing dos produtos nos melhores veículos de comunicação do país, nas mais importantes emissoras de televisão, revistas e outdoors; o que ajudou a conquistar mais clientes e principalmente clientes de todos os níveis de poder aquisitivo.

4.5 Trabalho das mulheres na Avon

A Avon divide sua área de atuação conforme a localidade, por divisões e setores, por exemplo, o estado de Santa Catarina corresponde a Divisão Floripa e o município de Florianópolis é dividido por dois setores, e o setor 340, é o setor que foi base da pesquisa realizada com as revendedoras da Avon.

Para administrar cada setor temos a gerente de setor que desenvolve vendas, prospecta novas revendedoras, dá suporte técnico e pessoal para eventuais problemas entre outros; ou seja, faz gestão de pessoas, com planejamentos estratégicos. Mas para efetuar essas funções, conta com o trabalho das Executivas de vendas, que são as promotoras de vendas, as líderes de cada equipe; como por exemplo, o setor 340 tem aproximadamente 900 revendedoras e a gerente de setor não tem condições de desenvolver vendas entre outras funções sozinha, necessita das líderes de equipe, o setor é dividido por regiões que tem uma executiva de vendas para cada uma delas. “O programa executiva de vendas foi criado para fortalecer o relacionamento entre as revendedoras, com o

objetivo de desenvolver os potenciais de cada uma delas, podendo assim aumentar seus lucros”⁶. O perfil e funções das executivas de vendas:

- Ser empreendedora, gostar de trabalhar com pessoas, ser comunicativa para proporcionar segurança e bem estar para as revendedoras;
- Estar disposta a trabalhar em grupo, ensinando e dando suporte no desenvolvimento de vendas para as revendedoras;
- Prospectar, cadastrar, desenvolver e motivar as revendedoras para o aumento da lucratividade e o crescimento do negócio;
- Ensinar às revendedoras que através do relacionamento familiar, vizinhos, amigos etc, há uma oportunidade de trabalho a partir da venda direta de cosméticos da empresa Avon, criando uma rede de clientes, que na maioria dos casos já conhecem e consomem os produtos Avon; negócio este que pode lhe proporcionar independência financeira, autonomia com flexibilidade de horários;
- Mostrar para as revendedoras a lucratividade com os produtos, traçar metas diárias para o alcance dos objetivos através do treinamento e desenvolvendo de técnicas de vendas. Deixar claro para a revendedora que ela é autônoma, e que o lucro quem faz é ela, então trabalhar com os objetivos, sonhos, delas é princípio básico para o desenvolvimento das vendas na equipe;
- Desenvolver nas revendedoras o espírito empreendedor, incentivando o total conhecimento dos produtos entre as revendedoras, pois essa é uma das maiores ferramentas para o aumento das vendas. A partir do momento em que a revendedora conhece todas as características e benefícios dos produtos que revende, ela transpõe segurança para suas clientes, e pode usar esse conhecimento ao seu favor na hora de indicar algum produto, pois saberá qual será mais eficiente conforme a necessidade de cada cliente. Ensinar que quanto maior for o número de catálogos adquiridos, maiores serão suas chances de vendas e lucros, e com o tempo obter uma pronta entrega para melhor atender seus clientes, fidelizando-os a cada venda;
- Através de visitas frequentes, a executiva de vendas, cria um relacionamento com a revendedora e conseqüentemente estabelece uma relação de confiança, um dos princípios básicos desse trabalho de pessoas para pessoas;

⁶ Material de treinamento da Avon cosméticos, 2008 (Folheto).

- Ensinar as revendedoras a realizar seus pedidos, que pode ser tanto via folha de pedidos, como via internet; é importante ressaltar que muitas revendedoras foram inseridas no mundo tecnológico (computador, internet, etc...) através dessa atividade, pela praticidade do pedido via internet;
- Ser capaz de identificar oportunidades de novos negócios, através dos relacionamentos, tanto para prospectar novas revendedoras, como para as revendedoras no momento de criar novas clientes.

Diante das funções e perfis das executivas de vendas descritos acima, podemos constatar a grande estrutura que dá suporte para que todas essas atividades sejam realizadas com o maior profissionalismo possível. A Avon proporciona um sistema de treinamento contínuo, tanto para as gerentes de setor, executivas de vendas e revendedoras. A cada 19 dias a Avon lança uma campanha, ou seja, um catálogo novo, com promoções diferentes, lançamentos de novos produtos, oportunidades de descontos imperdíveis em vários produtos, a cada campanha há um enfoque em algum produto chave ou lançamentos, o que dá oportunidade de apresentar sempre características novas dos produtos aos clientes, incentivando a venda de produtos diferenciados. Também há a cada 19 dias uma reunião para as revendedoras, a gerente de setor realiza esse encontro para promover a integração com as revendedoras, disponibilizando treinamentos de vendas, reconhecimentos de níveis alcançados, apresentação de lançamentos (novos produtos) e solução de problemas e dúvidas eventuais. E é na reunião de vendas que as revendedoras criam maior relacionamento com a gerente de setor e sua executiva de vendas, e também tem a oportunidade de entregar sua folha de pedido, quando não é efetuado pela internet.

Logística do produto até chegar a casa das revendedoras

- 1) Laboratório - Centro global de pesquisa e desenvolvimento da Avon nos Estados Unidos, onde é desenvolvido enumeras fórmulas para os produtos;
- 2) Avon do Brasil, em São Paulo situa-se a moderna fábrica, com mais de 40 mil metros quadrados, e tecnologia inserida de última geração. Os produtos são fabricados, envasados e embalados, com padrões rigorosos de qualidade.
- 3) Da fábrica segue para os centros de distribuição, localizados em São Paulo, Ceará e Bahia. Nos centros de distribuição são efetuados, separados os pedidos das revendedoras, compondo suas caixas.
- 4) Um transportador exclusivo da Avon levará a caixa até a residência da revendedora, com toda segurança e conforto;⁷

⁷ Manual de negócios das executivas de vendas, Avon, 2008.

4.5.1 Cadastro da Revendedora Avon.

Para cadastrar-se como revendedora autônoma da Avon, é necessário ser maior de 18 anos, comprovarem carteira de identidade, CPF, comprovante de residência, e assinar um contrato com a empresa Avon, com direitos de revender seus produtos através do sistema de venda direta, baseado nas normas e legislações da ABEVD. As revendedoras Avon são autônomas, sem nenhum vínculo empregatício com a empresa, tendo o direito de parar essa atividade a qualquer momento, sem nenhuma exigência de multas por parte da empresa. Para cadastra-se é necessário o pagamento do valor de um kit para novas revendedoras, que será cobrado nos dois primeiros pedidos. A Avon envia sempre as mercadorias a crédito para as revendedoras, pois o pagamento dos produtos é efetuado apenas depois do recebimento. A remuneração da revendedora autônoma se dá, a partir da diferença obtida entre o preço de revenda para seus clientes e o preço que pagam pelos produtos para a Avon. Por ser uma revendedora autônoma tem a liberdade de definir suas estratégias comerciais, no caso de oferecer descontos e crédito ao cliente, fica por sua conta o risco, podendo ter lucro ou prejuízo como em qualquer negócio tradicional; entrando assim o trabalho da gerente de setor e da executiva de vendas em orientar como exercer bem essa atividade sem prejuízos.

O cadastro da nova revendedora se dá a partir de uma visita da executiva de vendas a casa da interessada, onde é realizada a apresentação da empresa Avon e as principais características dessa oportunidade de trabalho, tais como:

- Apresentação da posição da empresa no mercado de venda direta de cosméticos no Brasil e no mundo;
- Explicação da logística do produto, desde o desenvolvimento do produto até a chegada do pedido na casa da revendedora;
- Demonstração de como se desenvolve a venda direta dos produtos Avon, através do ciclo de relacionamento que a interessada possui;
- Apresentação dos catálogos e devidas porcentagens de lucro adquiridas com a revenda dos produtos Avon;
- E por último, a executiva de vendas cadastra a nova revendedora, através da assinatura do contrato de revendedor autônomo dos produtos Avon.

O único meio de se tornar revendedora Avon, é através da visita das executivas de vendas ou gerente de setor. O indivíduo até pode efetuar o cadastro dos dados e

contato via internet, e logo após a Avon encaminha uma de suas executivas de vendas para realizar o cadastro de revendedor autônomo de seus produtos; dando ênfase ao slogan da Avon “A gente conversa, a gente se entende”.

4.5.2 Características dos Catálogos

Os catálogos⁸ ou folhetos representam a vitrine dos produtos comercializados pela Avon, se comportando como uma loja de produtos de altíssima qualidade, com inúmeras novidades e ofertas.

São dois tipos de catálogos oferecidos para as clientes, o de cosméticos (com 30% de lucro para a revendedora) que oferece produtos para pele, cabelos, fragrâncias, maquiagem entre outros. E o Avon moda e casa (com 20 a 25% de lucro para a revendedora, dependendo dos produtos), este catálogo oferece produtos diversos em cama, mesa e banho, decoração, lingerie, bijuterias entre outros. Sem esquecer de mencionar um dos principais catálogos para a revendedora, o Lucros e Novidades, que é um catálogo especialmente para ela, onde encontra os lançamentos e pré-lançamentos antes mesmo de estar disponível para as clientes, e com preços especiais e opções de parcelamentos, ponta de estoque, onde a revendedora pode adquirir os produtos por preços especiais aumentando assim seus lucros. Este catálogo é um dos principais veículos de comunicação da Avon com as revendedoras, pois trás as últimas notícias de lançamentos, dicas de vendas, compra de amostras, material de apoio e etc.

4.5.3 Sistema de Compensação

A Avon tem um dos maiores sistemas de compensação no sistema de venda direta de cosméticos, investindo em incentivos para suas revendedoras, que além de lucrar com a revenda dos produtos, pode conquistar muitos prêmios conforme seu volume anual de vendas. Esse sistema de compensação chama-se Clube das Estrelas, onde encontramos as melhores revendedoras de cada setor e do Brasil como um todo. O Clube trás algumas vantagens além das premiações: descontos em pré-lançamentos, pagamento com cheque, maior prazo para quitação do boleto, envio de pedidos múltiplos por campanha, cartão de vantagens com descontos em estabelecimentos

⁸ Folhetos ou Catálogos da Avon : Avon (cosméticos), Avon moda e casa e Lucros e Novidades.

parceiros entre outros. Os revendedores que mais se destacam são premiados com carros, viagens internacionais e eletrodomésticos. Sendo a premiação uma das ferramentas mais eficazes no sistema de vendas diretas.

4.5.4 Programas Sociais

Hoje a Avon desenvolve importantes programas sociais nos países em que atua, garantindo saúde, bem estar e a total inserção da mulher na sociedade e mercado de trabalho. Através da Avon Foundation, fundação criada para proporcionar as mulheres bem estar, cuidados com a saúde e segurança. A partir dos programas que a Avon desenvolve nos países, destaca-se o programa “UM Beijo Pela Vida”, que tem por objetivo a luta contra o câncer de mama, disseminando informações sobre a doença e prevenção, para o maior número de mulheres no país, e a partir de alguns produtos do catálogo a Avon doa 5 % do valor desses produtos para essa causa, e já reverteu milhões para a compra de equipamentos para hospitais, etc. Um outro programa é o Fundo Viva o amanhã, que premia projetos para o desenvolvimento de mulheres e crianças, onde a revendedora pode indicar projetos da sua comunidade. O último programa lançado pela Avon com parceria com o Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher, uma campanha lançada mundialmente, para o fim da violência doméstica. No Brasil essa causa tem por objetivo, a divulgação da Lei Maria da Penha⁹ (lei instituída no país, assegurando as mulheres contra a violência doméstica), destinada a mulher conhecer seus direitos, aos juízes, delegados e advogados estarem mais preparados para atender as necessidades das vítimas e de suas famílias. (AVON, 2008).

4.6 Pesquisa desenvolvida com as Revendedoras da Avon

A pesquisa de campo compreendeu um questionário sócio econômico (Anexo 1) com as revendedoras da Avon do setor 340, do município de Florianópolis – SC, o que abrange praticamente a metade da Ilha, (bairros Centro, Trindade, Santa Mônica, Carvoeira, Saco dos Limões, Lagoa da Conceição e todo sul da Ilha). Os dados foram coletados com as revendedoras que freqüentam as reuniões de vendas, realizadas pela

⁹ Mais informações acessar : http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11340.htm

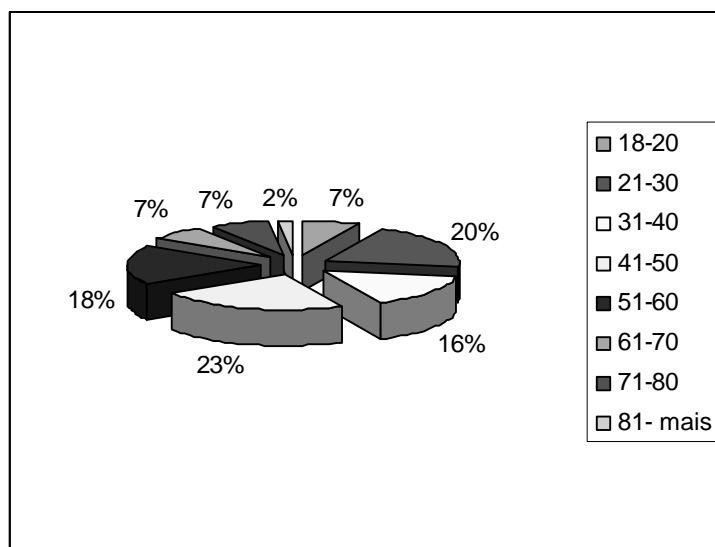
gerente de setor no centro de Florianópolis. Foram aplicados 100 questionários aleatoriamente sem discriminação de nenhum gênero, o único pré-requisito era ser uma revendedora autônoma da Avon.

De acordo com os dados coletados na pesquisa de campo, foi identificado que a venda direta dos produtos Avon, está associada ao trabalho feminino. Os dados apontaram que 99% das revendedoras autônomas entrevistadas são mulheres.

A análise dos resultados da pesquisa demonstrou que a inserção das mulheres na atividade de venda direta dos cosméticos Avon se deve a uma série de fatores:

- a) oportunidade de trabalho independente da escolaridade e idade;
- b) atividade que ocupa o tempo ocioso;
- c) atividade que proporciona a saída de casa, trabalho na rua construindo relacionamentos;
- d) conquista da independência financeira;
- e) flexibilidade dos horários de trabalho;
- f) aumento e intensificação dos círculos de amizades;
- g) complemento de renda, o que aumenta a renda familiar;
- h) gosto por vendas (muitas já trabalhavam com vendas);
- i) resolveram ser revendedoras, por já serem consumidoras e gostarem dos produtos Avon;
- j) pela qualidade dos produtos Avon, as chances de vendas são garantidas;
- l) em virtude de a Avon ser uma empresa muito bem conceituada no setor de cosméticos;
- m) pela satisfação pessoal em vender produtos de qualidade, deixando os clientes mais bonitos, aumentando a auto-estima das pessoas;
- n) pela lucratividade e premiações que este trabalho oferece.

As diferentes faixas etárias das revendedoras entrevistadas estão apresentadas no gráfico 3.

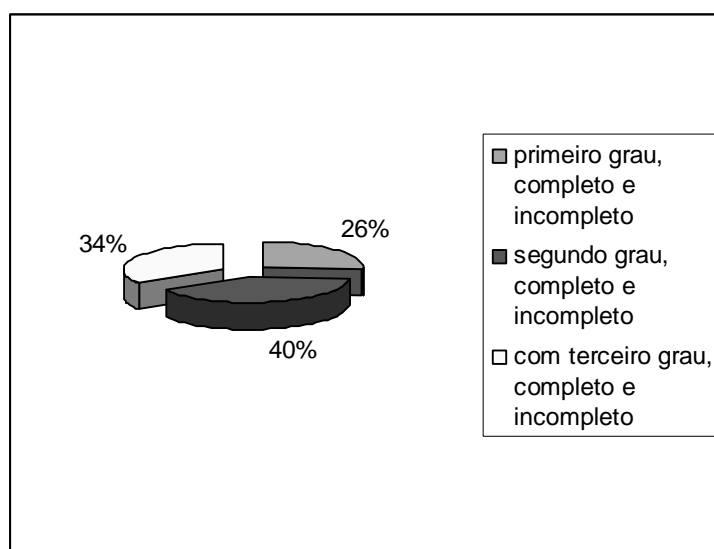


Fonte: Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 3 – Faixa etária das revendedoras Avon do setor 340, do município de Florianópolis – SC.

Esse trabalho de revenda de cosméticos Avon, através do sistema de venda direta, dá oportunidade de trabalho para todas as faixas etárias (57% das mulheres entrevistadas tem mais de 40 anos), diferente da realidade do mercado de trabalho formal.

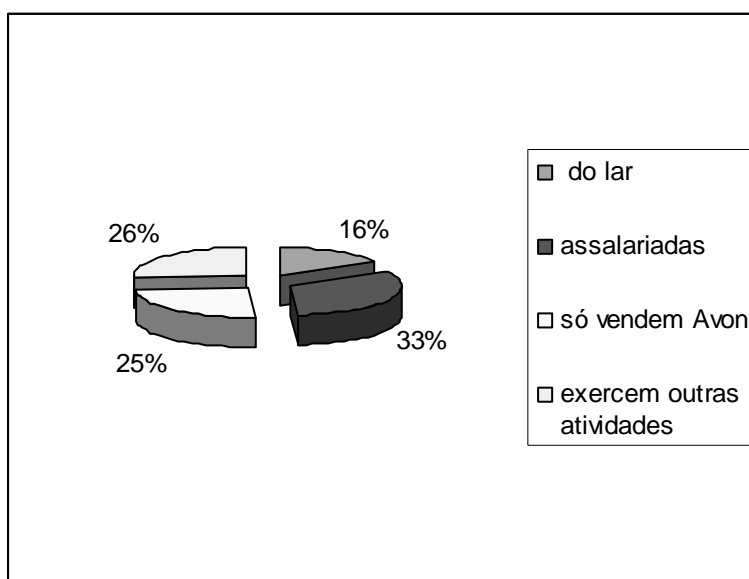
As revendedoras Avon apresentam diferentes níveis de escolaridade (Gráfico 4).



Fonte: Gráfico elaborado pela autora.

Gráfico 4 – Níveis de escolaridade das revendedoras Avon do setor 340, do município de Florianópolis – SC.

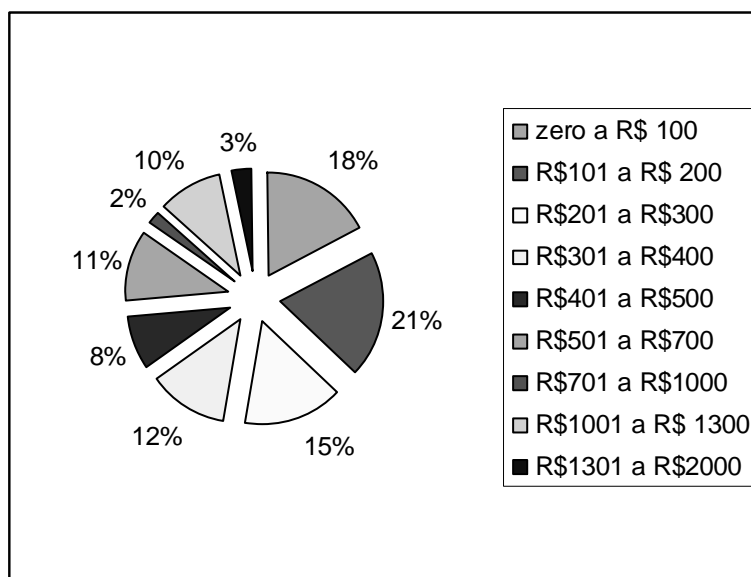
Algumas das entrevistadas desempenham outras atividades, além de revenderem os produtos Avon (Gráfico 5), sendo que 26% são estudantes, profissionais de vendas e desempenham outras formas de trabalho.



Fonte: elaborado pela autora.

Gráfico 5 – Atividades desenvolvidas pelas revendedoras Avon do setor 340, do município de Florianópolis – SC.

As revendedoras Avon tem por rendimento médio mensal com esta atividade, em duas campanhas que duram em média 30-35 dias trabalhados.



Fonte: elaborado pela autora.

Gráfico 6 – Remuneração das Revendedoras Avon do setor 340, do município de Florianópolis- SC.

Sendo que 3% das revendedoras não quiseram revelar o rendimento com esta atividade. E essa remuneração é baseada no lucro de 30% em média que as revendedoras tiveram com as vendas de duas campanhas.

Quando perguntadas como encaram esse trabalho, a partir das opções, profissão, hobby e consumo individual, obteve-se como resposta:

- 45% encaram o trabalho como profissão;
- 30% como hobby;
- 25% como consumo individual.

Quando perguntadas, sobre o que influenciou a se tornar uma revendedora Avon, constatou-se variadas respostas tais como:

- 40% das entrevistadas resolveram se tornar revendedoras por si mesmas, pois já conheciam os produtos e viam frequentemente o marketing da empresa em revistas e televisão, ou foram abordadas pelas funcionárias da Avon.
- 19% foram indicadas por amigas, que já eram revendedoras Avon;
- 11% não eram cadastradas como revendedoras ainda, mas ajudavam as amigas a vender, assim tiveram contato inicial com a atividade e depois resolveram se cadastrar;
- 8% foram indicadas pela mãe que já era revendedora Avon;
- 6% por indicação médica, pois a maioria dessas mulheres estava sofrendo de processos depressivos, e o médico indicou realizar essa atividade, por ser uma atividade que as fariam sair de casa, relacionar-se com pessoas, e os cosméticos lhes fariam mais bonitas, construindo uma auto - estima, tornando-as mais felizes;
- 16% revelaram que a qualidade e o valor dos produtos, foram aspectos decisivos para se cadastrar como revendedora autônoma da Avon.

Esse trabalho de revenda de cosméticos Avon, através do sistema de venda direta, dá oportunidade de trabalho para todas as faixas etárias, fato que limita o ingresso das mulheres no mercado de trabalho formal; 57% das mulheres entrevistadas têm mais de 40 anos.

As mulheres entrevistadas são em média escolarizadas, bem instruídas, não houve nenhum caso de analfabetismo, já que o nível de escolaridade do município de

Florianópolis é alto; o que chamou a atenção, pois os trabalhadores autônomos de vendas diretas de cosméticos são pré-julgados muitas vezes pela sociedade, como sendo pessoas mal instruídas e de pouca escolaridade.

Verifica-se que 34% das revendedoras entrevistadas do setor 340, obtêm um rendimento, aproximado ou maior que um salário mínimo (renda de R\$ 400, ou mais). Apesar de que 45% delas, responderam que encaram esse trabalho como profissão, 30% como hobby (revendedoras que ingressaram nesta atividade porque gostam dos produtos, de vender, mas não fazem dessa atividade um meio de sustento da família, apesar do lucro ser considerado como complemento de renda) e 25% como consumo individual (são as revendedoras que são cadastradas apenas para consumo próprio e da família, pois sempre foram consumidoras dos produtos Avon, e resolveram se cadastrar para ter os descontos nos produtos; o que de certa forma não as impedem de vender para as amigas etc.).

As revendedoras que obtêm um rendimento de R\$100 à R\$ 400 em média, representam 63% das entrevistadas; e comparando esse resultado com a soma dos resultados das revendedoras que encaram essa atividade como hobby 30% e consumo individual 25%, de certa forma confirma-se a pesquisa com uma margem de erro de apenas 8%; sem esquecer que esses dados foram coletados aleatoriamente, considerando que as respostas revelam a realidade dessa atividade no setor 340. Também não esquecendo de mencionar que esses valores dos rendimentos, comprovam uma atividade realizada como complemento da renda familiar.

Já as revendedoras que obtêm mais de R\$400 de renda, verificou-se que quanto mais tempo de atividade maior o rendimento, e o que mais chamou a atenção foi que as revendedoras mais antigas nessa atividade, conseqüentemente as de mais idade, são as que mais faturam, pois possuem uma grande rede de clientes e se destacam como revendedoras estrelas.

Quando perguntadas sobre o que as fizeram se cadastrar como revendedoras autônomas dos produtos Avon, 44% das revendedoras foram indicadas por alguém (amigas mães e médicos); 56% foram incentivadas pela qualidade dos produtos, marketing da empresa e pelas executivas de vendas; concluindo que os relacionamentos são ferramentas importantíssimas tanto nas vendas como na decisão de se cadastrar, e que o marketing da Avon, qualidade dos produtos e o trabalho das executivas de vendas, são eficientes.

4.6.1 Depoimentos das revendedoras, executivas de vendas e gerentes.

Estou na Avon a uns quatro ou cinco meses, sou assalariada, esse trabalho está trazendo maior integração com as minhas amigas, e lucros com os produtos... O que percebo é que a Avon melhorou muito, a linha de maquiagem é 100%, o próprio site da empresa mostra o quanto a empresa é grande no mundo, sendo uma boa empresa de se trabalhar, querendo ou não é currículo”. (Tainá, 20 anos, universitária, assalariada e Revendedora Avon).

“Eu decidi revender Avon, pelos ótimos produtos, e por já conhecer e consumir muito, minhas amigas me incentivaram a me cadastrar, assim elas viraram minhas clientes, então já comecei o trabalho com uma clientela muito boa... estou cadastrada a dois meses...(Ângela 28 anos, revendedora Avon).

A partir do depoimento das revendedoras Tainá e Ângela, constata-se que esse trabalho é exercido por pessoas inseridas também no mercado de trabalho formal, tendo essa atividade como complemento de renda. A integração social adquirida através desse trabalho é característica encontrada em todos os depoimentos, e a satisfação com relação aos produtos também é fator primordial no ingresso a essa atividade.

Tenho 81 anos, comecei a revender Avon porque passeava muito, ia à casa de uma amiga que revendia os produtos e ela queria que eu levasse os catálogos para minha família... foi aí que comecei a ajudá-la... revendia bastante... e depois ela me convenceu a ser uma revendedora Avon mesmo... Já vendo Avon há 20 anos, e continuo nessa atividade porque faço muitas amizades, tenho muitas freguesas boas e porque tenho como sair de casa para vender a meu “Avon”...(Claudina, 81 anos, Revendedora Avon)

Através da qualidade, do marketing que a empresa desenvolve com os produtos, dos catálogos muito bem elaborados, fica fácil para as revendedoras o incentivarem e influenciarem suas amigas a se tornarem revendedoras Avon, já que o marketing boca a boca, e indicação de amigos são muito poderosos para uma tomada de decisão, principalmente para a efetuação do cadastro de revendedora Avon.

Quando comecei a revender Avon éramos pobres... então tinha que dar um jeito para ir para frente, vendia Avon, vendia tudo que tinha nos catálogos... (Josephina Girardi Dalanhol, 80 anos, 27 anos como revendedora Avon).

Vendo porque minha mãe começou a vender e automaticamente eu assumi essa função... a Avon tem excelentes produtos e acho gratificante revender, pois fazemos amizades e eu sempre procuro ajudar e atender sempre o que o cliente me pede... (Vanilde Dalanhol, 58 anos, revendedora estrela).

Nos anos 70, incentivada pela minha mãe e também por um médico, pois estava com esgotamento nervoso, resolvi em vez de ficar atrás de um balcão ir à rua, às casas e portas procurar novas amigas que comprassem Avon...assim eu comecei...tanto é que com a minha primeira comissão eu comprei uma boneca muito linda para minha filha, com o meu dinheiro...assim percebi que sendo uma revendedora Avon eu faria muitas amizades e poderia ajudar a minha família...ajudei nos estudos dos meus filhos, os enxovais deles foram comprados com o dinheirinho da Avon;... Ajudei também na construção da casa, na compra do primeiro carro...Então eu não gosto que falte Avon para mim, pois assim eu tenho um incentivo e luto para o alcance de alguma coisa a mais...e neste ano completo 38 anos de revenda Avon.(Vilma Dalanhól, 64 anos, revendedora estrela).

De acordo com o depoimento das revendedoras Josephina, Vanilde e Vilma Dalanhól, verifica-se que esta atividade em muitos casos, é desenvolvida pela família, como uma forma de remuneração que passa de pai para filho, atividade que já está inserida no meio familiar a muitos anos e que perdura até hoje. Também destaca-se a grande importância que esta atividade possui na vida de muitas mulheres, pois foi motivo de melhora da saúde e oportunidade de grandes conquistas pessoais.

Estou cadastrada na Avon a 8 meses, entrei como revendedora, logo em seguida fui convidada a trabalhar como executiva de vendas.Realizo um serviço de rua, prospectando e convidando as mulheres que querem ganhar um dinheiro extra, realizo visitas ajudando a desenvolver vendas, para que as revendedoras sejam bem sucedidas nessa atividade.A Avon é uma empresa que dá oportunidade de crescimento profissional, carreira dentro da empresa. Vanessa, 28 anos, Executiva de Vendas.

Tenho maior orgulho de ter participado da transformação da Avon, pois com 30 anos de trabalho na empresa, a Avon continua sendo uma empresa de vanguarda, mas jovem e moderna, uma empresa que outras pessoas se norteiam pelo exemplo dela, quando se fala em venda direta a Avon é referência. Essa é uma grande oportunidade para as revendedoras, para os funcionários, e para as revendedoras mesmo sendo autônomas a Avon dá oportunidade de um plano de carreira. Quantas mulheres sustentam a família ou realizam sonhos através do seu ganho com a venda direta, com a atividade de revender os produtos Avon. Eliana Talarico, gerente da Divisão Floripa.

Com 42 anos, primeiro eu me dediquei à família e agora resolvi me dedicar a minha carreira profissional,...então eu escolhi a Avon para trabalhar, porque é uma multinacional, uma empresa forte, que trás satisfação para as pessoas além de se preocupar com o bem estar delas, e da natureza em geral.....decidi realizar o trabalho de executiva de vendas, e em pouco tempo a empresa reconheceu meu trabalho dando a oportunidade de fazer um plano de carreira dentro da empresa.....hoje depois de um ano me tornei gerente adjunta Avon.....A Avon é uma empresa que valoriza o ser humano, independente da idade, o que é motivo de exclusão em outras empresas...(Elizabeth dos Santos, 42 anos, gerente adjunta Avon).

A empresa Avon, além de dar oportunidade de trabalho para muitas através do trabalho autônomo, também incentiva o desenvolvimento de um plano de carreira

dentro da empresa, o que trás o indivíduo do mercado de trabalho informal para o formal independente da faixa etária.

Diante de todos os depoimentos relatados anteriormente, e dos resultados da pesquisa de campo, verificou-se que o trabalho das revendedoras Avon, independente de ser encarado como profissão ou não e da remuneração adquirida, de certa forma se torna um meio de integração social, principalmente para as mulheres de mais idade pois esse trabalho as mantém ativas, o que aumenta a auto-estima e o ciclo de amizades. A revendedora Avon através dessa atividade comercial de venda direta de cosméticos, não apenas revende ótimos produtos, mas realiza um trabalho que lhe traz felicidade, tanto em deixar suas clientes mais bonitas, e também pela satisfação pessoal alcançada. Para muitas revendedoras é gratificante ser uma representante da empresa Avon, pois essa atividade influencia diretamente na vida pessoal dessas mulheres, pois foi motivo de melhora da saúde de muitas, emancipação financeira, realização de sonhos etc.

Num mundo onde o mercado de trabalho formal é extremamente competitivo, excludente, e que a maioria trabalha insatisfeito, e que a mulher ainda sofre preconceitos em função da figura do homem; encontramos uma atividade que pela teoria é precarizada pela falta de vínculos empregatícios, mas que proporciona aos seus trabalhadores autônomos satisfação pessoal, oportunidade de fazer carreira numa multinacional, que é líder mundial em venda direta de cosméticos e que a valorização do ser humano, independente de idade, escolaridade, gênero e classe social, é princípio básico para que se tenha sucesso nessa atividade. Confirmando-se o objetivo de David McConnell, pois essa atividade gera independência financeira para muitas mulheres, e também tem uma forte influência nos aspectos sociais, pois inclui as mulheres no mercado de trabalho, desenvolvendo a auto-realização, auto-estima, felicidade, prazer em realizar este trabalho, aspectos importantes para a busca da emancipação feminina.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realidade do mercado de trabalho contemporâneo faz com que a sociedade, os indivíduos busquem novas formas e alternativas de trabalho, submetendo-se a situações em que a renda e as condições de trabalho são muito inferiores as necessárias, o que ocorre na maioria dos casos no mercado de trabalho informal. O indivíduo se submete a tais situações em função da necessidade que possui de estar ocupado, garantindo a sua sobrevivência e de sua família. O trabalhador busca alternativas para satisfazer suas necessidades independentemente de estar inserido ou não no mercado de trabalho formal, necessita garantir o suprimento dessas através de qualquer oportunidade que lhe conceda remuneração e que o faça estar ocupado, evidenciando o grande valor do trabalho para as pessoas. O estar ocupado, não significa estar empregado com carteira assinada, com todos os direitos garantidos, entre outros, o indivíduo pode ter uma atividade economicamente ativa através de contratos flexíveis de trabalho, prestações de serviços e trabalhado autônomo.

Com a globalização e novas tecnologias inseridas nos atuais processos produtivos, uma massa de trabalhadores foram excluídos do mercado de trabalho formal, em virtude das formas flexíveis da jornada de trabalho. Segundo Castells (1999), a nova forma de organização social e econômica tende a ser mais descentralizadora, com individualização do trabalho e com mercados cada vez mais personalizados fragmentando as sociedades e segmentando o trabalho.

A flexibilização da mão de obra, tanto para uso como para remuneração, criou uma grande insegurança para o trabalhador, principalmente nos anos oitenta e noventa diante do fraco desempenho econômico e social vivido, gerando um aumento do desemprego e da pobreza.

O trabalhador então fica a mercê das mudanças nas organizações do trabalho, das tecnologias, dos empresários, lhe restando inserir-se ao mercado de trabalho informal, onde o trabalho autônomo garantirá sua sobrevivência, já que é caracterizado pela produção em pequena escala e de escasso emprego de técnicas produtivas.

Com trabalho informal, principalmente para o trabalhador desempregado, tende a ser uma solução, uma forma de sobrevivência, já que mercado de trabalho formal está cada vez mais excludente e que não garante mais a criação de bons empregos para as massas que não detém de alto nível de escolaridade.

No entendimento do mercado de trabalho contemporâneo, a mulher sempre esteve inserida no processo produtivo, e com muito empenho vem quebrando grandes barreiras contra o patriarcado ainda enraizado no mercado de trabalho atual, a mulher ainda sofre grandes discriminações com as questões salariais em relação aos homens, mesmo sendo altamente capacitadas para exercerem grandes funções. As mulheres, além de seus afazeres domiciliares, já são com grande porcentagem as provedoras do sustento familiar, o que antigamente era função dos homens, caracterizando um maior potencial empreendedor, intelectual e de trabalho, pois exercem dupla jornada de trabalho.

A pesquisa apresentada sobre o mercado de trabalho informal, evidencia e problematiza a variável gênero, sendo que 99% das entrevistadas são mulheres, que atuam na atividade de venda direta de cosméticos da empresa Avon no município de Florianópolis, como forma de valorização social e econômica, complemento de renda, sendo uma oportunidade de trabalho que proporciona valorização e satisfação pessoal.

A informalidade caracterizada pelo trabalho das revendedoras autônomas da Avon, no mercado de venda direta de cosméticos, indica que existe a satisfação em desenvolver esta atividade, independentemente da teoria indicar como atividade precarizada, por não haver vínculos empregatícios com a empresa.

O trabalho das revendedoras Avon, apesar de ter relação direta e concomitantemente com o trabalho domiciliar e o cuidado com a família, também está inserido na vida de mulheres que são assalariadas, que têm profissão, desmistificando a idéia de que a revenda de cosméticos pelo sistema de venda direta é atividade desenvolvida apenas como estratégia de sobrevivência e complemento de renda familiar. Também ficou evidenciado que esta atividade não é exercida somente por mulheres de baixo nível social, de remuneração e de escolaridade, o que mostra outra visão do mercado de trabalho informal, já que a sociedade tende a precarizá-lo como atividade desenvolvida por pessoas com baixo nível de informação.

Além de ser uma atividade que proporcione renda, é uma grande oportunidade de trabalho para muitas mulheres com idade avançada, que pela idade são totalmente excluídas do mercado de trabalho formal. A partir dos dados coletados com as revendedoras, percebeu-se que esta atividade é exercida por todas as faixas etárias o que chamou a atenção é que as revendedoras mais antigas, de mais idade, geralmente são as mais produtivas. O que não acontece no mercado de trabalho formal, onde a exclusão e substituição da mão de obra se dão muitas vezes em função faixa etária do indivíduo.

O crescimento dessa atividade se dá principalmente, pela oportunidade que a mulher encontra de complementar a renda familiar, sem prejudicar de modo algum seu cotidiano, bem pelo contrário, além de proporcionar renda promove ascensão social, auto-estima, saúde; essa atividade se encaixa perfeitamente na vida das mulheres do lar, profissionais, assalariadas, estudantes etc. Destacando o papel que a mulher contemporânea desenvolve com o trabalho fora de casa e o trabalho domiciliar, ainda encontra tempo e um meio de complementar a renda do grupo familiar através dessa atividade.

O mercado de trabalho informal feminino, caracterizado pelo trabalho das revendedoras Avon, é uma das formas que muitos indivíduos garantem sua sobrevivência, complemento de renda, ou até fazem desta atividade uma forma de ascensão social, aumento da auto-estima e oportunidade de estar exercendo alguma atividade que lhe garanta a ascensão como cidadão, já que as oportunidades do mercado de trabalho formal estão cada vez mais excludentes.

REFERÊNCIAS

AVON Cosméticos Ltda.

Disponível em : <<http://www.br.avon.com/>>

Acesso em 08/04/2008.

AVON. **Manual de Negócios da Executiva de Vendas.** Folheto da Avon.

ABEVD. **Vendas diretas no País faturam R\$ 3,7 bi no primeiro trimestre, alta de 15,2%.** Disponível em: <<http://www.abevd.org.br>>

Acesso em 08/06/2008.

BRUSCHINI, Cristina; LOMBARDI, Maria Rosa. **A bipolaridade do trabalho feminino no Brasil contemporâneo.** Disponível em: <<http://www.scielo.br>> Acesso em 12/04/2008.

CAMARANO, Ana Amélia. **As novas mulheres brasileiras.** Disponível em:

<<http://desafios2.ipea.gov.br> >

Acesso em 14/06/2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHESNAIS, François. **La mondialisation du capital.** Paris: Syros, 1994. (Col. Alternatives Économiques.).

CLT. **Consolidação das Leis do Trabalho.**

Disponível em: <<http://www.trt02.gov.br>>

Acesso em 02/09/2008.

DIEESE; **Anuário dos trabalhadores: 2007.** São Paulo : DIEESE, 2007.

Disponível em: <<http://www.dieese.org.br>>

Acesso em 02/06/2008.

GORZ, André. **Métamorphoses du travail: quetê du sens.** Paris: Galilée, 1988.

IBGE; **Economia Informal Urbana: Ecinf, 2003.** Rio de Janeiro, 2005.

Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>

Acesso em 30/05/2008.

KLEPACKI, Laura Ann. **Avon.** Rio de Janeiro: Best Seller, 2006

OIT. **Manual de Capacitação e Informação sobre Gênero, Raça, Pobreza e Emprego.** Módulo 1- Tendências, problemas e enfoques: um panorama geral.

Disponível em: <<http://www.oitbrasil.org.br>>

Acesso em 03/05/2008.

OURIQUES, Helton Ricardo; RAMOS, Ivonete da Silva. **Trabalho feminino no terceiro setor: mito da emancipação feminina.** In: PIMENTA, Solange Maria ; SARAIVA, Luiz Alex Silva ; CORRÊA, Maria Laetitia. Terceiro Setor: dilemas e polêmicas. São Paulo: Saraiva, 2006.

PAMPLONA, João Batista; ROMEIRO, Maria do Carmo. **Desvendando o setor informal: relatos de uma experiência Brasileira.** Disponível em: <<http://www.abet-trabalho.org.br>>

Acesso em 05/04/2008.

PIMENTA, Solange Maria; SARAIVA, Luiz Alex Silva; CORREA, Maria Laetitia. **Terceiro setor: dilemas e polêmicas.** São Paulo: Saraiva, 2006.

POCHMANN, Marcio. **O Trabalho sob fogo cruzado: exclusão, desemprego e precarização no final do século.** São Paulo: Contexto, 1999.

RAMOS, Ivonete da Silva. Mulheres no terceiro setor da economia: o mito da emancipação feminina. Dissertação submetida ao departamento de pós-graduação em economia. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

RAMALHO, Jether Pereira; ARROCHELLAS, Maria Helena. **Desenvolvimento, subsistência e trabalho informal no Brasil.** São Paulo: Cortez ; Petrópolis, RJ: Centro Alceu Amoroso Lima para a Liberdade – CAALL, 2004.

ROSSI, João Arnaldo; URANI, André. **Relações de trabalho e desenvolvimento.** Disponível em: <<http://www.iets.org.br>>

Acesso em 17/05/2008.

SCOTT, MAGGIE; **Terceiro ensaio: Emprego e Desenvolvimento Econômico Local.** São Paulo, 2003.

SEBRAE, DIEESE; **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa: 2007.** Brasília, Distrito Federal : DIEESE, 2007. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br>> Acesso em 01/06/2008.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo.** Rio de Janeiro: Record, 1999.

SINGER, Paul. **Desenvolvimento e crise.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, v.16, 1977. (Col. Estudos Brasileiros).

SINGER, Paul. **Globalização e desemprego: diagnóstico e alternativas.** São Paulo: Contexto, 1998.

TAVARES, Maria da Conceição. **Da substituição de importações ao capitalismo financeiro: ensaios sobre a economia brasileira.** Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. **Sobreviver ao Trabalho**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

XEYLA, Regina. **Brasil é o terceiro maior consumidor de cosméticos do mundo**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br>>
Acesso em 09/06/2008.

ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO SUBMETIDO ÀS REVENDEDORAS DA AVON DO SETOR 340

Questionário sócio econômico das revendedoras da Avon, no município de Florianópolis.

1-Idade

2-Nível de escolaridade

3-Atividade :

Do lar Assalariada Só vende avon Outros

Se você possui outra ocupação por que vende Avon?

Se não tem outra ocupação por que exerce essa atividade?

4-Faixa de rendimento mensal com essa atividade:

100 101,200 201,300 301,400 401,500 501,700
701,1000 1001,1300 1301,2000 2001,2500 ou mais

5- Essa atividade é encarada como?

Hobby Consumo individual Profissão

6- O que a Avon traz de bom para sua vida e suas clientes?

7- O que fez você ser uma revendedora Avon?