



DE&I e Líderes de Negócios

AGOSTO 2023

Data-Makers

DE&I no Brasil: onde estamos e para onde vamos?

Nos últimos anos venho investigando o tema de DE&I. Em 2019, atuando como Head de Insights pela Meta, conduzi um estudo em seis países da América Latina que revelou a importância do tema para a sociedade em geral, não apenas para os grupos de interesse.

No ano seguinte, realizamos estudos qualitativos para entender de forma mais profunda a perspectiva dos grupos de diversidade.

No total, foram mais de 30 estudos sobre o tema, mas faltava ouvir um agente central neste ecossistema, o líder de negócios.

Agora, com este estudo, viabilizado pela iniciativa Data-Leaders, ouvimos CEOs e C-Levels. Com isso, fechamos um ciclo ao ouvir os principais atores do tema: a população geral, os grupos de diversidade e os executivos.

Neste estudo, desmistificamos a visão simplista do executivo 100% orientado a resultados, para revelar as barreiras que os CEO's e C-Levels enfrentam na vida real para implementar ações de diversidade e inclusão. Com uma abordagem propositiva esperamos contribuir para discussão do tema na comunidade de negócios.

Bons insights!



Fabrício Fudissaku
CEO Data-Makers





Data-Leaders

Movimento de empresas parceiras para gerar insights sobre CEO's e C-Level's brasileiros, que aborda temas como: **ESG, D&I, Transformação Digital, Inteligência Artificial**, entre outros assuntos de relevância para a comunidade de negócios brasileira.

Nossos parceiros

Com o objetivo de tornar possível o projeto Data-Leaders, unimos parceiros que compartilham de um mesmo propósito: gerar insights para ajudar na tomada de decisão dos líderes de negócios do Brasil.

A participação de empresas de áreas distintas assegura à nossa iniciativa de pesquisas quantitativas uma base diversificada e sólida de participantes, para representar com exatidão a perspectiva dos executivos.

CDN

PageExecutive

MUNDO DO
MARKETING

LIGA
VENTURES

CELINT

CONSUMIDOR
MODERNO

Apoio:

Data-Crush

MARTIN LUZ

CROSS HOST

BRASIL
EVENTOS

Data-Makers

O estudo

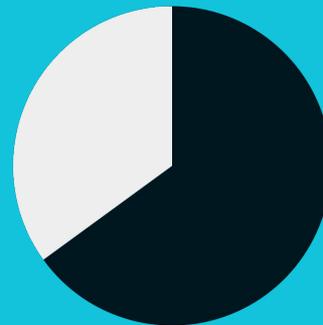
170
entrevistados.

Entrevistas online com CEOs e C-Levels de empresas brasileiras de todos os portes e setores.



Gênero

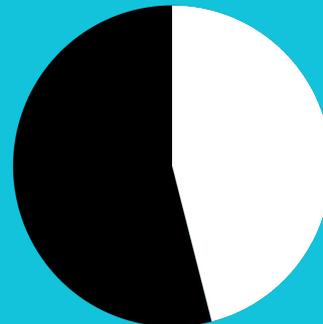
Feminino
35%



Masculino
65%

Cargo

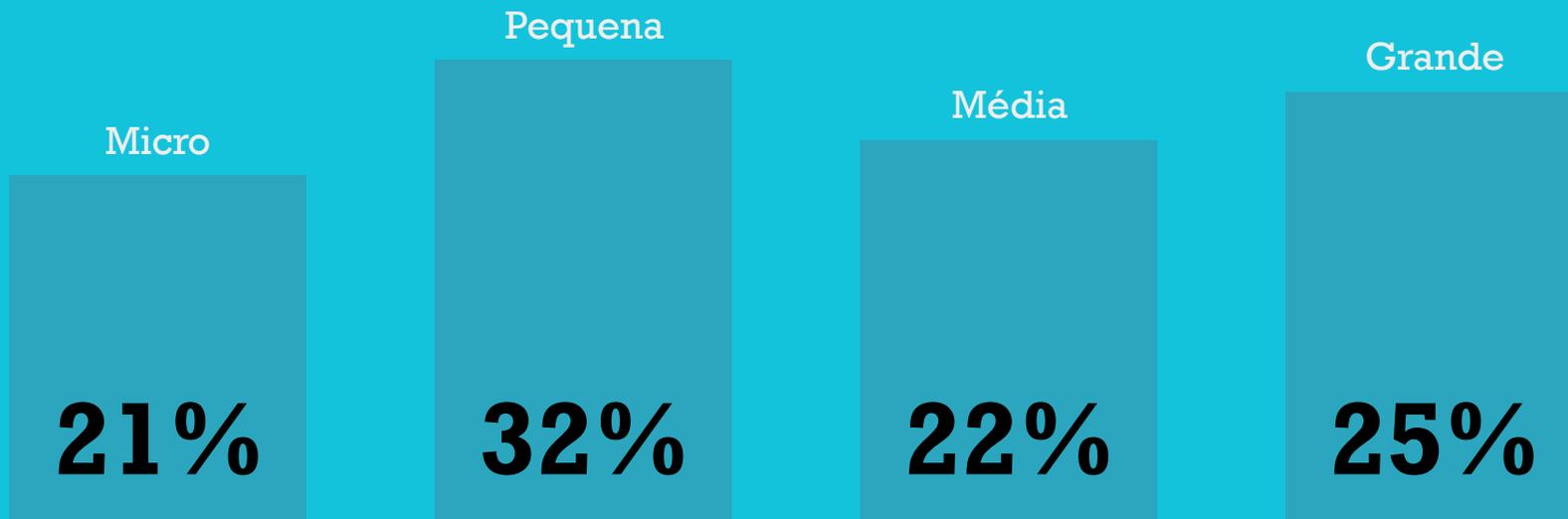
CEO
46%



C-Level
54%

O estudo

Porte de empresa



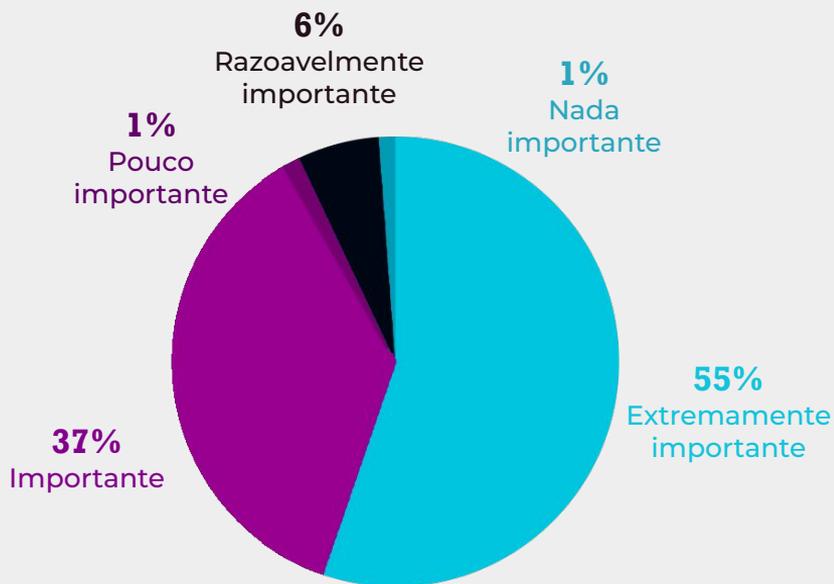
O estudo



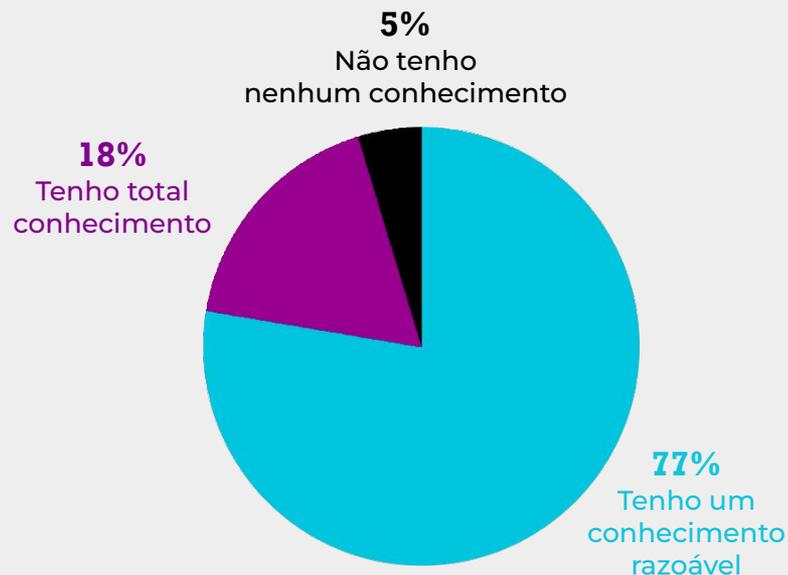
Importância e Conhecimento

DE&I no Brasil

Importância para o futuro dos negócios



Conhecimento sobre DE&I



DE&I como imperativo para o futuro dos negócios

55%

dos executivos acredita que o tema DE&I é extremamente importante para os negócios. Esse número é significativo, especialmente somado aos 37% que qualificam o tema como importante.

A imensa maioria dos executivos acredita que o tema Diversidade, Equidade e Inclusão é, no mínimo, importante. Ao avaliarmos o conhecimento dos entrevistados sobre o tema, menos de um quinto dos resposta disseram ter conhecimento profundo sobre o tema.

Assim como vimos em ESG, DE&I é mais um tema de altíssimo recall, mas baixa profundidade de conhecimento entre os líderes do Brasil. Mais do que informação, para tornar o tema realidade no mundo real das empresas, é fundamental realizar um diagnóstico de dentro para fora das organizações.



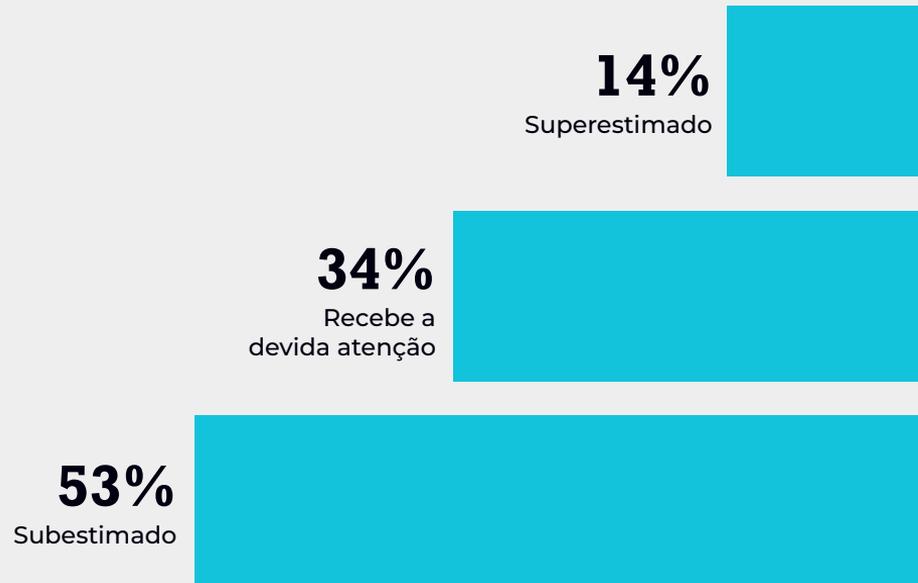
A atenção à DE&I

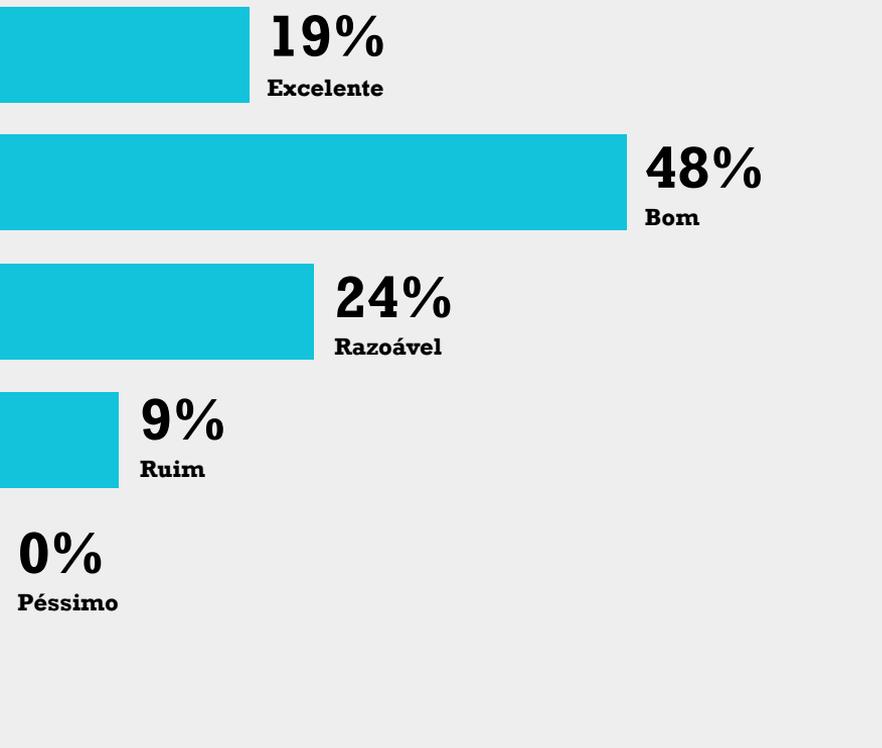
Diferenças entre CEO's e C-Levels

De forma geral, os executivos reconhecem a atenção dada ao tema como insatisfatória. Mais da metade afirmou que o tema é subestimado no Brasil, enquanto, para um terço, DE&I tem a atenção devida.

Quando olhamos os perfis de respondente por cargo, vemos uma diferença significativa. 64% dos CEO's acreditam que o tema é subestimado e 23% a atenção é devida. Já entre os C-Levels, 43% acreditam que o tema recebe a atenção que merece, e apenas 41% creem que DE&I é subestimada.

Atenção ao tema DE&I





O desempenho das empresas

em relação à DE&I

De acordo com os seus próprios líderes

A maior parte dos líderes de negócios qualificou positivamente a atuação da empresa em relação ao tema DE&I. Mais de dois terços avaliaram o desempenho de sua empresa como excelente ou bom.

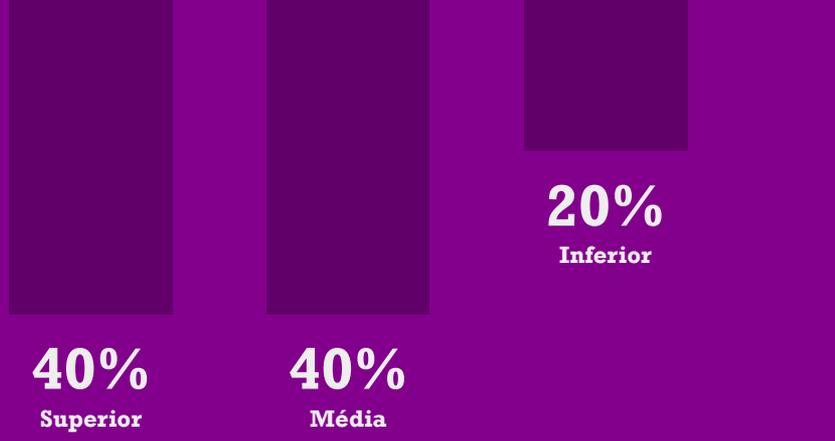
Não houve diferenças significativas na comparação das respostas entre CEO's e C-Levels.

E na comparação com o mercado?

Como os líderes avaliam as práticas DE&I de suas empresas em comparação com o mercado?

A análise comparativa com o mercado também é predominantemente positiva. Quatro entre dez executivos acreditam que a atuação da empresa é superior à concorrência, o mesmo número acredita que a empresa está na média do mercado neste tema.

- CEOs tendem a fazer uma avaliação mais próxima à média do mercado, enquanto os C-Levels avaliam mais próximos aos extremos: superior e inferior.
- As diferenças mais significativas vêm da análise do porte das empresas. Executivos de grandes empresas apresentaram uma visão mais positiva, 62% avaliaram a atuação DE&I de suas empresas como acima da média, versus 19% dos líderes de pequenas empresas.



Motivadores para a adoção de iniciativas de DE&I



“Reputação corporativa e imagem de marca são dois dos principais fatores de motivação para a adoção de iniciativas de diversidade, equidade e inclusão.

É evidente que é necessário ter políticas concretas de DE&I, para não descolar prática e discurso, mas esse dado do estudo mostra o quanto é importante que as empresas abram

diálogo com todos os seus públicos e invistam em uma estratégia de comunicação que dê vazão inteligente a todo esse movimento.”



Fabio Santos
CEO CDN

Contribuição para a sociedade e engajamento do público interno são os principais motivadores para a adoção de ações de DE&I

Os executivos mostraram um entendimento sobre a importância em promover iniciativas de DE&I para além da imagem da marca ou da corporação. O entendimento de tais ações para a contribuição para a sociedade e o público interno indicam um conhecimento avançado no tema.

“Observamos que as empresas que priorizam o reforço das estratégias de diversidade e inclusão têm um melhor desempenho estratégico.

Ao promover uma cultura inclusiva em sintonia com nosso perfil cultural, atraímos profissionais mais diversos e alinhados com nossos valores, o que, por sua vez, fortalece a marca empregadora e o engajamento da equipe.

Esses elementos são essenciais para uma transformação cultural de longo prazo, contribuindo para nosso sucesso e crescimento sustentável.”



Ricardo Basaglia
CEO Michael Page

Nossa luta continua

Valdir Nascimento

Neste artigo, resgato minha história porque nossa luta continua.

Continua porque 'quatro gerações' é um período pequeno comparado com a história de nosso país. Minha bisavó nasceu exatamente no dia da lei do Ventre Livre. Minha avó Maria, com quem eu dividia o quarto durante a infância, me contava histórias da senzala. Demorei muito tempo para entender quão profundamente esses fatos me afetaram.

Morava com meus pais e dois irmãos mais velhos. Com eles tive as primeiras conversas difíceis: como se comportar em uma abordagem policial. Coisas que meus amigos brancos nunca viveram.

Em toda a minha vida acadêmica eu era um dos pouquíssimos negros e não tinha referências para discutir questões raciais. Por muitos anos, não foi diferente ao longo de minha carreira na área de marketing. É muito recente a presença de outras pessoas pretas nestes ambientes, sobretudo em posições de liderança.

Fico feliz em ter sido referência profissional para muitos, mas não quero que a próxima geração carregue o peso de ser único ou pioneiro. Tive a honra de encontrar profissionais negros incríveis que não apenas impactaram a minha trajetória, mas me fazem acreditar que outro futuro é possível.



Valdir Nascimento
Gerente Executivo de Mktg,
Nestlé

A escassez de profissionais capacitados e a atenção da liderança também estão impedindo a adoção DE&I

01 02 03 04 05

Falta de profissionais preparados

59%

Tema não é prioridade

48%

Liderança não está comprometida

40%

Ausência de dados sobre os temas

21%

Pressão por resultados de curto prazo

18%

"A ausência de profissionais capacitados para implementar a diversidade é uma preocupação válida no cenário atual.

No contexto do recrutamento de tomadores de decisão, sugerimos adotar

uma abordagem estratégica e considerar o desenvolvimento de programas de capacitação para toda a empresa, principalmente para a liderança, como uma poderosa

ferramenta para a transformação corporativa. Isso pode ajudar a superar as barreiras enfrentadas atualmente de maneira eficaz e progressiva."



Ricardo Basaglia
CEO Michael Page

Dificuldade na contratação de profissionais e a falta de priorização são as principais barreiras para a adoção DE&I

A dificuldade na contratação de profissionais especialistas em DE&I foi apontada como principal barreira na adoção de iniciativas sobre o tema. A falta de uma orientação sobre como dar os primeiros passos no tema, explica a necessidade dos líderes em buscar o apoio de um especialista.

Por outro lado, os executivos reconhecem a falta de priorização e de comprometimento da liderança e a pressão por resultados de curto prazo como barreiras relevantes, o que evidencia que, mais do que a dimensão tática do “como fazer”, há um desafio estrutural em tornar o colocar o assunto *Diversidade, Equidade e Inclusão* na agenda das organizações.

A importância do entendimento do consumidor para a evolução das marcas

Cynthia Fajardo

Sou economista, com mais de 20 anos de experiência em cuidar de marcas, ouvir consumidores e estudar mercados.

Vivi a experiência transformadora de ter sido a primeira mulher na direção da Playboy do Brasil, empresa de conteúdo adulto por assinatura, cujos produtos são controversos, mas, ao mesmo tempo, consumidos por um terço da população.

Assumi uma marca que se deparava com um novo espírito do tempo. Encarei o desafio de ampliar o alcance dos canais e incluir a população LGBTQIA+; mulheres (como consumidoras); e pessoas com deficiências visual e auditiva.

Escutar e entender o público sempre foram prioridades para mim. Acompanhei diversas pesquisas, observando o comportamento dos consumidores, suas motivações e desejos. Com apoio de estudos, repositionei a marca, adequei a mensagem e lancei produtos para diferentes momentos de consumo e públicos.

Essa experiência confirmou minha crença de que as marcas evoluem quando se abrem de verdade para ouvir seus públicos - e quando se preocupam em tratar todos da forma como eles querem e merecem ser tratados.



Cynthia Fajardo
Executiva de Marketing e Negócios

CEOs e RH

são os tomadores de decisão para DE&I

Em pouco mais de um terço das empresas, a liderança é a principal responsável por tomar decisões relacionadas ao tema DE&I. Como vimos no tema ESG, embora aparentemente isso possa parecer positivo, ter o CEO como principal decisor pode ser o reflexo da ausência de um organograma estruturado para a tomada de decisão.

O RH é o responsável pelo tema em 29% das empresas. Chama atenção o fato de que em apenas 1% das empresas há uma área dedicada à DE&I.



35%

CEO

29%

RH

15%

Conselho de Administração

9%

Comitê Interdisciplinar

1%

Área dedicada

11%

Outros

Investimentos em DE&I



Em contraste com o alto nível de importância dada ao tema, vemos uma tendência de manutenção dos investimentos pela maioria das empresas, 51%.

Apenas 28% devem aumentar os recursos financeiros direcionados à iniciativas DE&I. E chama atenção os 14% dos líderes que não souberam apontar uma tendência, uma evidência de distanciamento em relação ao tema.

Analisando as empresas pelo porte, vemos as grandes organizações com uma perspectiva mais otimista, 43% indicaram aumento na verba. Para as menores empresas, a tendência é de manutenção do orçamento para Diversidade, Equidade e Inclusão.

Investimentos em DE&I nos próximos 12 meses

7%

Diminuir

14%

Não sabem

28%

Aumentar

51%

Manter o mesmo nível

DE&I e o Mercado

Gabriela Joubert

Nos últimos anos a agenda ESG tem ganhado relevância no radar dos investidores. Dentre as pautas, o aumento da diversidade, a busca por equidade e a constante inclusão de grupos minoritários se destacam.

Mas o processo ainda encontra desafios. O aumento da diversidade por si pode não trazer os resultados esperados se não houver equidade. Indo além, a “corrida” pela imagem ESG também tem levado a falsos milestones, com números apresentados pelas empresas que, muitas vezes, apresentam uma realidade que não existe.

Nós, investidores, temos o dever de buscar e questionar estas informações, cobrando maior transparência e efetiva mudança destes paradigmas e não apenas o apoio “para inglês ver”.

Vimos muitas empresas avançarem em ESG enquanto os números assim a favoreciam, mas colocar estes aspectos em segundo plano quando a situação financeira não era favorável.

Devemos lembrar que o objetivo primordial de uma empresa é dar lucro, a fim de garantir sua perpetuidade. Assim, entender que diversidade e equidade ajudam neste objetivo é fundamental para que as companhias continuem a perseguir esta agenda, mesmo em tempos mais desafiadores.

A mudança deve ser cultural e estrutural e não apenas em planilhas. Só assim, tanto os acionistas quanto sociedade poderão colher os frutos deste processo.



Gabriela Joubert
Estrategista-chefe
Banco Inter

MARKET
MARKET
MARKET
MARKET
MARKET

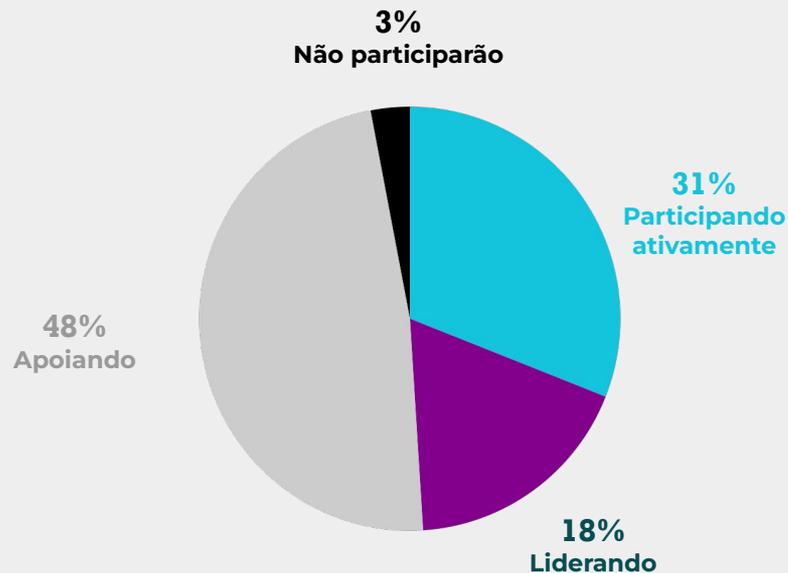
Líderes dispostos a colocar a **mão** na massa

Para compensar o cenário de manutenção de investimentos, a grande maioria dos líderes irá se envolver em iniciativas DE&I.

Enquanto CEO's estão mais propensos a apoiar (51%) e liderar (23%) tais iniciativas, os C-Levels destacam-se pela participação ativa nos projetos (37%).

Nas grandes e médias empresas, vemos líderes dispostos a apoiar as iniciativas (57% e 63%, respectivamente), enquanto nas pequenas empresas, vemos a participação direta como principal forma de colaboração (48%).

ATUAÇÃO DOS EXECUTIVOS EM DE&I





Inovação e o papel das Startups em DE&I

Na jornada de desenvolvimento e capacitação DE&I, a **interação com startups** pode potencializar a adoção das empresas às práticas relacionadas ao tema.

Seja por meio de processos de benchmarking, desenvolvimento de novos produtos ou inspiração de lideranças, o envolvimento com startups tem o potencial de gerar uma relação ganha-ganha para as empresas, independentemente de seu porte, setor ou nível de maturidade DE&I.



As agendas de Sustentabilidade e Inovação hoje em dia se cruzam. É improvável que uma grande empresa consiga transformar seu negócio e bater todas as suas metas de DE&I sem contar com soluções inovadoras criadas por startups. Contar com essas empresas jovens permite escalar com mais velocidade a virada dos negócios para gerar também impacto.

Guilherme Massa
Cofundador Liga Ventures

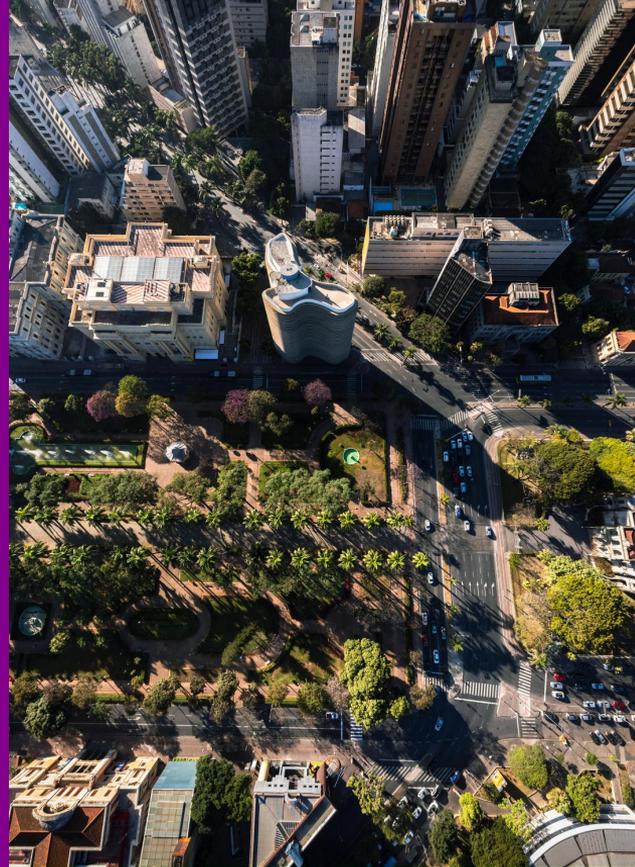
Quem se destaca em DE&I?



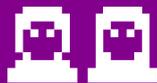
Empresas

A Natura foi a organização líder em menções com 13%. A Magazine Luiza foi lembrada por 9% dos entrevistados e O Boticário, Nubank e J&J dividem o terceiro lugar com 5%. No total, 53 empresas foram citadas, e a pulverização das respostas é outro indicador do estágio incipiente do tema no Brasil.

O estudo revela a dificuldade dos executivos em apontar uma empresa com destaque em DE&I, o que pode ser explicado pelo fato de que o tema é relativamente novo no Brasil. **22% dos líderes não souberam indicar uma empresa como referência na atuação DE&I.**



Quem se destaca em DE&I?



Profissionais

Os líderes também tiveram dificuldade para nomear profissionais de destaque. **Luiza Trajano foi a executiva mais lembrada pela atuação DE&I**, com apenas 6% das menções.

No total, 37 profissionais foram citados, um cenário pulverizado em que há poucos profissionais se destacando. **55%, não souberam indicar nenhum profissional de referência**, o que revela uma grande oportunidade de posicionamento para profissionais especialistas no tema.



Destques do estudo

Os quatro principais insights da pesquisa:



Motivadores para adoção DE&I

O apelo da causa

A contribuição para a sociedade e o engajamento do público interno foram apontados como maiores motivadores para a adoção de iniciativas DE&I, à frente de imagem da marca e reputação corporativa, o que revela um amadurecimento do tema no Brasil.



Barreiras para adoção DE&I

O desafio de colocar DE&I na prática

A falta de profissionais preparados e a baixa prioridade foram apontados como barreiras de adoção, o que revela o desafio de dar os primeiros passos sem um especialista e em traduzir a importância declarada em uma prioridade de negócios para a organização.



Investimentos em manutenção

Perspectivas conservadoras para o próximo ano

A maioria das empresas terão um cenário de manutenção do investimento em DE&I. A boa notícia é que nas grandes empresas, onde há maior potencial de impacto, há uma tendência de alta.



À procura de uma referência

Empresas e profissionais de destaque.

A relativa recenticidade do tema contribui para a ausência de referências de atuação DE&I entre empresas e profissionais. O lado positivo é a oportunidade de posicionamento para novas referências.

A close-up, profile view of a man wearing glasses, looking intently at a screen. The reflection of green code is visible on his glasses. The background is dark and blurred, suggesting a computer workstation.

Transformação Digital

Em nossa próxima edição, descubra
a visão dos executivos do Brasil sobre o tema.

Data-Makers
data-makers.com
@data.makers

Iniciativa Data-Leaders
data-makers.com/data-leaders

Muito
obrigado