



INDICADORES ETHOS

PARA NEGÓCIOS
SUSTENTÁVEIS
E RESPONSÁVEIS

INDICADORES ETHOS - MM360
PROMOÇÃO DE EQUIDADE DE GÊNERO

INSTITUTO
ETHOS

+Mulher360
MOVIMENTO EMPRESARIAL
PELO DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO DA MULHER



INDICADORES **ETHOS** PARA NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS E RESPONSÁVEIS

Ciclo 2017/2018

Indicadores Ethos - Guia Temático: Promoção da Equidade de Gênero (“indicadores Ethos- MM360”)

é uma publicação do Instituto Ethos e da Associação Movimento Mulher 360, disponibilizada gratuitamente a suas empresas associadas.

Realização**Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social**

Rua Bela Cintra, 952, 9º andar

01415-904 - São Paulo, SP

Tel.: (11) 3897-2400

Fax: (11) 3897-2424

E-mail: atendimento@ethos.org.br

Visite nosso site: www.ethos.org.br

Associação Movimento Mulher 360

E-mail: www.movimentomulher360@mgoldenberg.com.br

Visite nosso site: www.movimentomulher360.com.br

Parceiros Institucionais do Instituto Ethos

Alcoa, Carrefour, CPFL Energia, Natura, Shell e Walmart Brasil

Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis

Patrocínio: Instituto Abradee e Shell

Apoio: Vale

Guia Temático: Promoção da Equidade de Gênero (“Indicadores Ethos- MM360”)

Patrocínio: Instituto Walmart e Associação Movimento Mulher 360

Apoio Técnico: Insper e ONU Mulheres

Colaboradores do Instituto Ethos

Ana Leticia Mafrá Salla, Ana Lucia de Melo Custodio (coordenação), Caio Magri, Celina Carpi, Erica Ramos da Cunha, Gabriela Santos, Grazielle Campos, Juliana Soares (pesquisa), Leila Meneses, Lisandra Carvalho, Marina Estima e Thais Curia

Colaboradores da Associação Movimento Mulher 360

Luciana de Freitas Rego, Margareth Goldenberg e Tatiana Trevisan

Colaboradores Convidados

Adriana Carvalho (ONU Mulheres), Mércia Consolação Silva (InPacto) e Regina Madalozzo (Insper)

Edição de Texto

Benjamin Gonçalves

Projeto e Produção Gráfica

Projeto Original: 113 DC Design + Comunicação

Adaptação: Fabio Meneguini e Mariana Peixoto

Pesquisa e Desenvolvimento (Versão Original)

BSD Consulting Ltda. (Beat Gruninger, Felipe Nestrovsky, Joyce Fernandes e Mariana Fernal)

São Paulo, fevereiro de 2017.

É permitida a reprodução do conteúdo desta publicação, desde que citada a fonte e com autorização prévia do Instituto Ethos.

Esclarecimentos sobre as atividades do Instituto Ethos

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não damos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos “selo” com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, pelo e-mail atendimento@ethos.org.br

ÍNDICE

Prefácio	p.07
Equidade de Gênero: benefícios para todos	p.08
Contribuindo para o Empoderamento da Mulher	p.09
Apresentação	p.10
Mapa de Indicadores	p.16
WEPs	p.18
Dimensão Visão e Estratégia	p.20
Dimensão Governança e Gestão	p.23
Dimensão Social	p.29
Questões quantitativas - parte 1 Censo	p.40
Questões quantitativas - parte 2 por Indicador	p.43
Patrocinadores	p.49

PREFÁCIO

Em outubro de 2010, demos início a um amplo processo participativo com o desafio de compreender o papel dos Indicadores Ethos em um contexto no qual a responsabilidade social empresarial (RSE) não era mais novidade para as empresas e para os interessados. Tínhamos um plano trilhado e a intenção de ouvir e receber a influência real dos nossos *stakeholders* no desenvolvimento de uma nova geração dos Indicadores Ethos. Nosso objetivo era traduzir a aprendizagem em sustentabilidade e responsabilidade social adquirida com sua aplicação, conferindo-lhe utilidade e convergência com diferentes iniciativas disponíveis no mercado, para que a sustentabilidade se integre efetivamente nos negócios.

Mais do que nosso próprio entendimento sobre essa iniciativa e o que pretendíamos com ela, quisemos envolver as pessoas, fossem elas usuárias da ferramenta, especialistas em RSE ou apenas interessadas no tema; fossem de empresas, organizações da sociedade civil ou órgãos governamentais. Quisemos pôr em prática, de forma efetiva, o engajamento das partes interessadas que tanto estimulamos as empresas a adotar. Por essa razão, estabelecemos um processo *multistakeholder*, formalizando instâncias que apoiaram todo esse processo.

Isso nos levou a vários desafios, dos quais o principal foi equilibrar diferentes expectativas e visões sobre os mesmos propósitos: atualizar os Indicadores Ethos trazendo novos aspectos e avanços do movimento de responsabilidade social, sem que eles ficassem longos, exaustivos e difíceis de aplicar; torná-los mais amigáveis e mais simples, sem perder a consistência de sua proposta; auxiliar as empresas em um uso eficiente, que lhes seja útil para outros usos e participação em outras iniciativas; dar maior visibilidade às empresas que os aplicam, sem prescindir da confidencialidade e do sigilo em seu uso.

Foram muitos os questionamentos. Também foram muitas as consultas, formais e informais, a centenas de pessoas que contribuíram com essas reflexões. E eis aqui o resultado, fruto de um trabalho intenso e colaborativo, envolvendo pessoas e organizações que se dedicaram muito mais do que prevíamos e tomaram como suas as questões relacionadas a essa iniciativa. Entendemos que, mais do que construir uma ferramenta de gestão, essas pessoas, assim como nós, envolveram-se neste trabalho almejando contribuir para a transformação do mundo em que vivemos.

Sabemos que várias empresas já avançaram bastante, com práticas em nível de excelência. Mas sabemos também que muitas outras precisam ingressar nesse universo. O resultado que agora apresentamos reflete nosso empenho em equilibrar essas diferentes necessidades: apoiar as empresas que se iniciam na trilha da RSE e estimular as que já avançaram a ir além. Entendemos que isso é possível e trabalhamos em muitas frentes para alcançar esse objetivo.

É com esse propósito que apresentamos a você os Indicadores **Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis**, ferramenta que explicita nosso entendimento de que a responsabilidade social é uma forma de gestão que deve estar presente em qualquer debate sobre sustentabilidade. Isso porque sustentabilidade e responsabilidade social são, em nossa opinião, conceitos interdependentes e não excludentes. Essa visão tem origem nas próprias reflexões que vimos fazendo como organização, buscando integrar os princípios e comportamentos da responsabilidade social com os objetivos para a sustentabilidade. Vivenciamos essas reflexões e buscamos essa integração.

Este é um instrumento “para” negócios sustentáveis e responsáveis. Ou seja, visa estimular que os negócios sejam sustentáveis e responsáveis, e não simplesmente identificar ou reconhecer os que já o são.

Convidamos você a conhecer as novidades deste instrumento e usá-lo em suas atividades. Que a transformação de que necessitamos seja alcançada com a sua participação.

Instituto Ethos

EQUIDADE DE GÊNERO: BENEFÍCIOS PARA TODOS

Nos últimos anos, tem aumentado a compreensão da sociedade brasileira com relação à importância da promoção da equidade de gênero. Apesar dos avanços que vêm sendo obtidos nessa área, tanto em termos de políticas públicas quanto nas práticas empresariais, são muitos os desafios relacionados à inclusão e à ampliação da participação feminina na economia, na política e na vida social.

As empresas têm um papel fundamental para promover transformações relevantes e contribuir para a mudança dessa realidade, seja a partir de ações focadas em seu público interno ou pela atuação positiva nas suas relações com a cadeia de valor, seja por sua presença nas comunidades em que operam ou ao exercer influência positiva sobre outros públicos.

A promoção da diversidade e a consequente promoção da equidade de gênero são temas bastante presentes nas ações do Instituto Ethos. Realizamos periodicamente a pesquisa *Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas* e temos desenvolvido diferentes ações em trabalhos decorrentes desse estudo, como publicações e orientações às empresas e, mais recentemente, a criação do Grupo de Trabalho Empresas e Direitos Humanos, cujo objetivo é contribuir para a garantia do respeito aos direitos humanos e pela promoção do trabalho decente, com o aprimoramento das práticas empresariais, das políticas públicas e de ações governamentais. Um dos eixos de atuação desse grupo é a valorização da diversidade, com focos prioritários na promoção da diversidade racial e de gênero. Nesse sentido, recomendamos que a integração de políticas de equidade de gênero faça parte de estratégias empresariais mais amplas na agenda de empresas e direitos humanos e também na agenda da promoção da diversidade.

Sabemos que as questões de gênero apresentam diferentes perspectivas e possibilidades de ação. Há desafios relacionados a esse tema em outras agendas que apoiamos, como a promoção da equidade racial, a inclusão de pessoas com deficiência e a promoção dos direitos LGBT. Por ora, no sentido de centrarmos um esforço inicial e focado, abordaremos, neste guia, a questão da mulher, apresentada de uma forma mais abrangente, orientando desde já para que, no ambiente de aplicação desses indicadores, as empresas levem em conta o contexto no qual as mulheres estão inseridas, aproveitando oportunidades de ação que atinjam outros aspectos da diversidade que sejam relevantes para a sociedade e para os negócios.

Há elementos subjetivos que também deverão ser considerados na aplicação desses indicadores. Numa sociedade em que ainda não há equilíbrio entre a presença de mulheres e homens nos diferentes espaços de atuação, barreiras culturais devem ser identificadas e corrigidas, de modo a ampliar a escuta das vozes das mulheres e sua participação nos processos de decisão e na liderança das organizações.

Quando tratamos de igualdade de oportunidades, também nos confrontamos com alguns modelos de sucesso que, numa sociedade sustentável e justa, podem ser questionados. Por um lado, entendemos que é preciso superar as desigualdades e, nesse sentido, a promoção da igualdade de oportunidades é fundamental, uma vez que dá acesso a emprego e renda e à melhoria nas condições de vida. Ao mesmo tempo, concordamos que faz parte dessa discussão o questionamento dos modelos de organização de trabalho e divisão de tarefas presentes em nossa cultura. Tal questionamento pode gerar mudanças nas concepções dos papéis sociais e dos benefícios não apenas para as mulheres, mas também para os homens, no sentido de que poderão equilibrar de forma mais adequada sua vida profissional com a pessoal.

Por fim, estamos muito entusiasmados com este trabalho porque temos segurança de que ele vai apoiar a evolução das empresas na promoção da equidade de gênero. Ele é realizado por entendermos que é preciso atuar concretamente no enfrentamento das desigualdades persistentes em nossa sociedade. Além disso, ressaltamos ser importante considerar que a igualdade de oportunidades entre mulheres e homens não é um tema de interesse apenas das mulheres. Os impactos da promoção da equidade de gênero beneficiam a todos e podem ser observados e verificados.

Instituto Ethos

CONTRIBUINDO PARA O EMPODERAMENTO DA MULHER

A igualdade de tratamento entre mulheres e homens e a equidade de oportunidades para ambos é um direito humano fundamental e inviolável. Para garantir esse direito, todos os setores da economia devem estimular e contribuir para o empoderamento feminino. Isso significa permitir que as mulheres desenvolvam plenamente suas capacidades, dar condições para que elas tenham acesso ao mercado de trabalho e nele se mantenham e garantir a igualdade de direitos sociais e econômicos. Ou seja, garantir as condições necessárias para que elas assumam o controle de suas vidas.

Essa igualdade de tratamento de mulheres e homens é uma das questões básicas para a construção de economias fortes, sociedades mais estáveis e justas e com melhor qualidade de vida para todos os cidadãos. Além disso, também é, comprovadamente, um catalizador para o desenvolvimento das organizações, tanto na esfera pública quanto na privada.

No que diz respeito ao setor privado, a comunidade empresarial brasileira está entre as mais dinâmicas do mundo e é reconhecida internacionalmente não só por seu nível de excelência e inovação, mas também por seus esforços no campo da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável. Nos últimos anos, diversas empresas vêm buscando incentivar a promoção da diversidade e a ampliação da participação feminina no ambiente corporativo. Para potencializar e acelerar essa trajetória, criou-se a Associação Movimento Mulher 360 (MM360), com a missão de contribuir para o empoderamento econômico da mulher brasileira numa visão de 360 graus. Para isso, são desenvolvidas estratégias que promovam o fomento, sistematização e difusão de avanços em políticas e práticas empresariais, com o propósito de informar e engajar toda a comunidade empresarial brasileira e a sociedade em geral.

O Movimento Mulher 360 começou em 2011, contando com diversas atividades realizadas entre mais de 40 empresas signatárias ao longo destes anos. Hoje é mantido por uma aliança entre empresas protagonistas dentro do cenário empresarial brasileiro: Bombril, Cargill, Coca-Cola, DelRio, Diageo, Johnson&Johnson, Natura, Nestlé, Pepsico, Santander, Unilever e Walmart.

Os indicadores desenvolvidos em parceria com o Instituto Ethos e com apoio técnico da ONU Mulheres, a partir dos Princípios de Empoderamento das Mulheres, cumprem o objetivo de dar mais condições para que essas empresas possam avançar de maneira sistemática em sua agenda de empoderamento feminino com bases comuns e consistentes. A partir de agora, elas terão indicadores para avaliar como o tema evolui dentro da empresa e em relação a outras organizações e como ele está impactando o seu negócio. Dessa maneira, esperamos aproximar cada vez mais a intenção e a disposição para tratar o tema dos resultados efetivos das ações.

Associação Movimento Mulher 360