

Pesquisa inédita do Instituto Ethos mostra avanço da consciência sobre diversidades entre líderes empresariais, mas inclusão segue abaixo do esperado

- *Nova edição do Perfil Social, Racial e de Gênero nas 1.100 maiores empresas brasileiras, lançado nesta quarta-feira (18) durante a Conferência Ethos, mostra que a baixa representatividade de mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência e das pessoas LGBTI+ persiste em relação às pesquisas anteriores;*
- *Inclusão, principalmente de pessoas negras, é mais percebida em cargos de entrada. Alta liderança mantém perfil padrão que destoa da diversidade presente na sociedade brasileira.*

São Paulo, 18 de setembro de 2024 - Inclusão, diversidade e equidade no mercado de trabalho ganharam espaço e passaram a constar na pauta das principais companhias do Brasil, em especial das lideranças executivas. Porém, apesar do ganho de consciência sobre a importância desse tema, prevalece nas empresas a baixa representatividade de mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência e das pessoas LGBTI+. É o que aponta a edição 2023-2024 do **Perfil Social, Racial e de Gênero das 1.100 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas**, lançado nesta quarta-feira (18/09), durante a Conferência Ethos 360º, em São Paulo.

O Perfil, realizado pelo Instituto Ethos e que contou com o IPEC - Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica - na aplicação e acompanhamento da pesquisa, é um dos principais e mais abrangentes estudos sobre diversidade, equidade e inclusão no contexto das maiores empresas do Brasil. O estudo, cuja última edição havia sido lançada em 2016, aumentou o seu universo, de 500 para 1.100, sendo as 1.000 maiores empresas e as 100 principais instituições financeiras do Brasil, de acordo com o jornal Valor Econômico (2022), e trouxe assim um universo mais abrangente para a avaliação.

Como principais resultados, o Perfil demonstra que houve avanços graças ao desenvolvimento de práticas e políticas de diversidade nas empresas. Entretanto, o estudo também evidencia um afunilamento hierárquico, ou seja, há um nível de diversidade muito maior nos cargos de

entrada, enquanto em posições de liderança esse índice cai drasticamente, resultando na invisibilidade dessas diversidades. Esse fenômeno é conhecido como “degrau quebrado”, de acordo com a psicóloga Monique Stony. O quadro abaixo ilustra esse cenário:

Distribuição por gênero nos níveis hierárquicos

	HOMENS	MULHERES
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO	81,4	18,6
QUADRO EXECUTIVO, DIRETORIA	72,6	27,4
GERÊNCIA	62,7	37,3
SUPERVISÃO, CHEFIA, COORDENAÇÃO	61,4	38,6
QUADRO FUNCIONAL	58,0	42,0
TRAINEES	27,5	72,5
ESTAGIÁRIOS	45,5	54,5
APRENDIZES	42,6	57,4

Tabela 1: Distribuição por gênero nos níveis hierárquicos das empresas participantes

Cenário parecido é notado quando se observa a distribuição por cor ou raça nos níveis hierárquicos, mas que se acentua quando falamos da população negra. Isso porque os Conselhos de Administração ainda são compostos, em sua maioria por pessoas brancas, com 93,8%. Por outro lado, a maior parte da população negra está no Quadro Funcional para baixo, conforme quadro abaixo:

Distribuição por cor ou raça nos níveis hierárquicos

	BRANCA	PRETA + PARDA = NEGRAS			AMARELA	INDÍGENA
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO	93,8	1,3	4,6	5,9	0,2	0,2
QUADRO EXECUTIVO, DIRETORIA	84	1,8	12	13,8	2,2	0,1
GERÊNCIA	71,4	4	22,1	26,1	2,4	0,2
SUPERVISÃO, CHEFIA, COORDENAÇÃO	58,6	7,2	31,9	39,1	2	0,2
QUADRO FUNCIONAL	45,7	11,3	41	52,3	1,6	0,4
TRAINEES	27,4	16,4	54,4	70,8	1,7	0,1
ESTAGIÁRIOS	51,6	12,8	34	46,8	1,3	0,3
APRENDIZES	38	15	45,8	60,8	1	0,3

Tabela 2: Distribuição por cor ou raça nos níveis hierárquicos. A população negra é a somatória de pessoas pretas e pardas (%).

Observa-se, assim, a prevalência do perfil considerado “padrão na sociedade” (homem branco, sem deficiência, 45 anos ou mais, provavelmente cis e heterossexual), que ainda é a maioria nos principais espaços de tomada de decisão. Realizando o mesmo exercício para identificar o “perfil médio padrão” presente nas 1.100 maiores empresas do Brasil, é possível identificar o menos presente: mulher, negra ou indígena, com deficiência e LGBTI+.

Outro ponto que o estudo aborda com destaque é a interseccionalidade, ou seja, quando uma pessoa pertence a mais de um grupo de diversidade. Neste caso, o Perfil traz novas abordagens que mostram que, quando a interseccionalidade é analisada, as desigualdades no ambiente corporativo se tornam ainda mais evidentes.

Há grandes diferenças apontadas quando se leva em conta o nível hierárquico. No quadro executivo, por exemplo, os homens brancos são maioria (60,8%), enquanto mulheres brancas respondem por 23,5%, homens negros são 10% e mulheres negras 3,4%. Por outro lado, nos cargos de entrada nas empresas, como trainees e estagiários, esses números mudam drasticamente. As mulheres brancas são 28,3% dos estagiários, enquanto mulheres negras respondem por 26,5% dos estagiários, homens brancos 23% e homens negros 20,5%.

Outro dado relevante e trazido pela primeira vez pelo estudo está ligado às pessoas LGBTI+. O Perfil identificou que a maior parte das empresas ouvidas sequer mensuram o número de pessoas LGBTI+ entre seus funcionários e funcionárias. Esse dado chegou a 85% nos cargos de trainee e 78% nas posições de quadro funcional, por exemplo.

Segundo Caio Magri, diretor-presidente do Instituto Ethos, o **Perfil Social, Racial e de Gênero das 1.100 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas 2023-2024** é um importante termômetro para medirmos o nível de inclusão, diversidade e equidade nas empresas brasileiras. *“A partir dos resultados desta edição do estudo, pudemos verificar que houve um avanço na conscientização das lideranças, principalmente a partir dos níveis gerenciais, quanto às desigualdades no mundo corporativo. As pessoas com deficiência e pessoas negras foram as ausências mais percebidas pelas principais lideranças executivas entrevistadas”, diz Magri.*

As lideranças ouvidas na pesquisa atribuem essa baixa representatividade a três fatores centrais: ausência de programas de liderança que impulsionem esses profissionais para cargos mais

estratégicos; ausência de políticas, ações afirmativas e práticas de diversidade e inclusão; e falta de qualificação profissional para os cargos - sendo essas, as mesmas justificativas presentes nas edições anteriores do Perfil.

“Há o reconhecimento por parte das lideranças de que faltam às empresas práticas e políticas mais estratégicas que caminhem em conjunto com a conscientização e mudanças culturais. Porém, essa conscientização precisa se transformar em ações. É essencial estabelecer políticas e práticas transformadoras, que tenham metas de inclusão robustas”, reforça Magri.

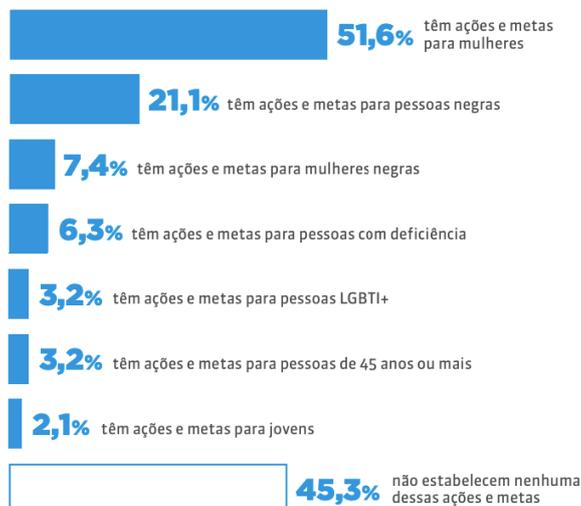
O estudo demonstra que, das empresas que estabelecem metas, as ações ainda são muito pontuais e se concentram em iniciativas de “porta de entrada”. Ainda faltam políticas que elevem os níveis de diversidade em diferentes posições e que considerem as interseccionalidades.

Entre as políticas e metas das empresas, pouco mais da metade (51,6%) têm ações e metas para ampliar a representação de mulheres em cargos de liderança. Essas ações têm começado a promover mudanças importantes. Isso se reflete, por exemplo, no aumento da presença de mulheres nos Conselhos de Administração, que é de 18,6% atualmente, alta de 7,6% em comparação à última edição do Perfil – ainda que não seja possível comparar diretamente com as edições anteriores da pesquisa, pois tratam-se de universos distintos.

Contudo, quando se analisa a dedicação de esforços para ampliar a participação e presença de pessoas negras, pessoas com deficiência, pessoas com mais de 45 ou pessoas LGBTI+ nesses espaços esse número cai drasticamente, uma vez que 45,3% das empresas participantes do Perfil 1.100 afirmaram não possuir ações (com metas) para inclusão desses grupos em cargos de alta liderança, como mostra o gráfico a seguir:

POLÍTICAS E METAS

Abaixo está como as empresas, que desde a contratação desenvolvem alguma política ou ação afirmativa, visando a promoção da igualdade de oportunidades para cargos de alta liderança:



Caminhos para um ambiente corporativo mais diverso, inclusivo e equitativo

A partir das informações disponíveis no Perfil, é possível verificar que houve avanços no que diz respeito ao ganho de consciência das principais lideranças executivas e à ampliação das diversidades nas maiores empresas do Brasil. Isso se deve, majoritariamente, de acordo com o estudo, ao desenvolvimento de práticas empresariais que visam reduzir desigualdades no ambiente de trabalho, associadas a políticas públicas e leis que incentivam a responsabilidade social empresarial.

Porém, o ambiente corporativo no Brasil, de maneira geral, ainda é desigual. O Perfil, além de evidenciar tais desigualdades, possibilita fazer reflexões sobre esse cenário. Fica nítido que as empresas têm conseguido inserir pessoas diversas em diferentes níveis hierárquicos, porém, ainda não conseguem gerar inclusão e pertencimento. Além disso, essa inclusão é muito restrita e não contempla, por exemplo, interseccionalidades, como por exemplo as mulheres negras.

“Ser uma empresa diversa não é a mesma coisa que ser uma empresa inclusiva”, destaca Magri, que complementa: “As empresas estão atuando sob a perspectiva de ‘ranqueamento’ de diversidades, tratando de primeiro combater a desigualdade de gênero para, depois, combater as outras disparidades. Porém, o tratamento da disparidade por fases resulta em políticas e práticas isoladas e com pouca força de mudança no cenário atual. Por isso, é imperativo compreender as interseccionalidades e atuar de forma interseccional”.

Desta forma, o estudo mostra que são necessárias ações mais coordenadas e articuladas pelas empresas, que devem exercer a corresponsabilidade, junto com os demais atores sociais, no combate às desigualdades na sociedade.

Além disso, a agenda da diversidade, equidade e inclusão precisa estar atrelada à promoção e garantia dos direitos humanos e ao combate às desigualdades. *“O estudo evidencia que houve avanços na agenda de diversidades das empresas, que atualmente têm consciência das desigualdades existentes. Porém, é preciso agir para que esse cenário realmente mude. Para isso, é necessário que essa agenda se torne um compromisso central dessas empresas, o que inclui a mudança de cultura, a materialização de políticas e práticas, a promoção de ações articuladas com o trabalho decente e a geração de oportunidades que permeiem as interseccionalidades, ampliando assim as oportunidades para mulheres, pessoas negras, pessoas de diferentes gerações, pessoas com deficiência e pessoa LGBTI, com metas que tenham abrangência em diferentes níveis hierárquicos”*, conclui o presidente do Instituto Ethos.

Para conferir o **Perfil Social, Racial e de Gênero das 1.100 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas** na íntegra, [acesse aqui](#).

SOBRE O PERFIL SOCIAL, RACIAL E DE GÊNERO DAS 1.100 MAIORES EMPRESAS DO BRASIL E SUAS AÇÕES AFIRMATIVAS

O Perfil Social, Racial e de Gênero é um estudo realizado pelo Instituto Ethos desde 2001, focado em entender como as grandes empresas brasileiras lidam com questões de diversidade, como gênero, raça, idade, entre outras. O Perfil desempenha um papel crucial ao estimular debates sobre práticas empresariais e políticas públicas voltadas para as diversidades. Além disso, oferece insights valiosos para as empresas identificarem áreas de melhoria em seus ambientes de trabalho. Para isso, conta com o patrocínio do Movimento Mulher 360, da Mover, da PwC Brasil, Anbima, Nubank e da Accenture.

SOBRE O INSTITUTO ETHOS

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é a organização da sociedade civil brasileira pioneira na mobilização de empresas por uma atuação justa e responsável. O Ethos nasceu ASG (ESG), pois desde 1998, as pautas da responsabilidade social, da ética e da sustentabilidade guiam todas as suas atividades. O Instituto desenvolve indicadores para auxiliar

as empresas a compreenderem a sua situação e os caminhos para se tornarem mais diversas, inclusivas e éticas. Com mais de 460 associadas, o Ethos realiza diversas atividades de advocacy colaborativo e organiza a Conferência Ethos, maior evento anual realizado no país com foco em sustentabilidade.

MAIS INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA:

Analítica Comunicação - Assessoria de imprensa do Instituto Ethos

Carlos Moura – 11 98243-9332 – carlos.moura@analitica.inf.br

Daniela Garrafonti - 11 98611-8589 – daniela.garrafonti@analitica.inf.br