

Diversidade ainda é um desafio

Empresas precisam perceber que todos ganham com maior equidade

Estudo publicado em janeiro pela consultoria McKinsey indica que a diversidade nas empresas gera resultados. Companhias com times executivos diversos em gênero tendem a ser 27% mais rentáveis.

Quando o assunto é raça, a organização fica 33% mais propensa a liderar a rentabilidade. Além disso, a presença de pessoas LGBTQ+ e de profissionais de diferentes faixas etárias mostrou-se consistentemente como fator de influência positiva no *bottom line*.

Isso porque em um mundo globalizado, conectado e intercortado, a presença da diferença se torna fator chave para a geração de valor. Uma equipe que incorpora e respeita as diferenças produz amplos pontos de vista, tomando decisões melhores.

Da mesma forma, a presença da diferença contribui positivamente nos processos de inovação e gera mais insights em relação aos consumidores. Por fim, um ambiente inclusivo é relevante para atrair e reter profissionais de alto desempenho dentro das empresas.

Mas se há tantas vantagens, como anda a diversidade nas corporações? Pesquisa realizada em 2016 pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e pelo Instituto Ethos analisou o perfil social, racial e de gênero nas 500 maiores empresas brasileiras.

As conclusões não foram nada animadoras. Apesar de cerca de 55% da população brasileira se declarar negra ou parda, somente 4,7% dos cargos executivos são ocupados por negros.

Quando se fala em mulheres negras, o percentual ainda cai para míseros 1%. A disparidade está em todos os níveis profissionais. Desconsiderando apenas os cargos de estágio e trainee, a relação é de 62,8% de brancos contra 35,7% de negros.

Na perspectiva de gênero, as diferenças são

menos gritantes, mas se intensificam no topo da hierarquia. Nas posições executivas a proporção de homens é seis vezes maior que a de mulheres.

O levantamento apontou que as iniciativas empresariais em curso para reverter este quadro ainda são tímidas. Entre as companhias comprometidas com a igualdade em seu quadro de funcionários, 28,2% têm programas para mulheres e apenas 8% para negros. Ampliar estes percentuais é urgente, mas a ação dentro das empresas não terá efeito sozinha. Precisamos de políticas públicas efetivas e do apoio do setor social.

Neste sentido, é importante destacar a iniciativa lançada recentemente pelo Fundo Baobá para a promoção da equidade racial. A partir da articulação de quatro organizações filantrópicas nacionais e internacionais foi criado um fundo de US\$ 10 milhões para ações de incentivo a novas lideranças femininas negras. Para dar sustentabilidade ao fundo, a Fundação Kellogg se comprometeu a doar 3 dólares para cada dólar captado no Brasil.

O tema é difícil, mas precisa ser encarado de forma aberta. Foi o que aconteceu no 10º Congresso do Gife, organização que lidera a agenda do Investimento social privado no Brasil. Uma das sessões teve um diálogo emblemático. Um executivo perguntou a Celso Athayde, CEO da Favela Holding, como as empresas poderiam aprender o “favelês” e, assim, se comunicar melhor com o consumidor das favelas. A resposta foi direta: “é simples. Contrate mais negros e favelados”. Se podemos ver a diferença como oportunidade de mercado, devemos incorporá-la como valor das organizações. Com mais diversidade e equidade nas empresas, todos ganham.

RAFAEL
GIOIELLI

GERENTE GERAL
DO INSTITUTO
VOTORANTIM

