



Pesquisa Benchmarking:

Panorama das Estratégias de **Diversidade no Brasil 2022** e tendências para 2023



 **blendedu**
inovação em diversidade e inclusão



Pesquisa Benchmarking:

Panorama das Estratégias de Diversidade no Brasil 2022 e tendências para 2023

- PG. 03** Por que a Blend Edu decidiu fazer esse benchmarking?
- PG. 05** Perfil das empresas participantes
- PG. 09** A estratégia de diversidade das empresas brasileiras
- PG. 17** Top of Mind #DiversidadeEmPrática
- PG. 20** Reflexões e caminhos possíveis
- PG. 24** Uma solução inovadora
- PG. 29** Anexos



01.

Por Que A Blend Edu Decidiu Fazer Esse Benchmarking?

Em 2021, enquanto passávamos por um contexto tão desafiador de pandemia, a equipe da Blend Edu realizou uma profunda reflexão sobre nosso propósito e potencial de legado no ambiente brasileiro. Nos perguntamos: como poderíamos movimentar o mercado de maneira positiva, na direção de espaços mais inclusivos?

Percebemos que, ao longo da nossa interação com clientes, muitos profissionais e empresas acreditam no potencial da diversidade, mas ainda não sabem por onde começar a implementá-la.

Neste momento, entendemos o nosso papel de fomentar a **esperança ativa**. Matt Thompson, da empresa Code Switch uma vez falou: “se temos o privilégio de sentir esperança, é nossa responsabilidade compartilhar esperança”.

A Blend edu acredita em um mundo melhor. Por isso, ela trabalha por um mundo melhor. Assim, a esperança ativa nasce dessa convergência entre vislumbrar e fazer, entre sonhar um novo amanhã e agir hoje.

Por isso, decidimos lançar em 2021 o [Movimento #DiversidadeEmPrática](#) para inspirar mais empresas a criarem e a potencializarem suas estratégias de diversidade e inclusão (D&I).

O movimento ganhou vida e, em 2022, lançamos o Prêmio Diversidade em Prática, que buscou mapear e reconhecer os cases mais inovadores do ambiente corporativo em 2022. Ao longo do processo de inscrição da premiação pudemos incluir as perguntas da segunda edição da “Pesquisa de Benchmarking: Panorama das Estratégias de D&I no Brasil” da Blend Edu, contando com 117 empresas participantes.

Todas essas iniciativas existem porque entendemos que, mais do que nunca, precisamos manter o tema de D&I vivo, colaborar e investir no poder do conhecimento e da inteligência coletiva para avançarmos juntos, juntas e juntos.

Esperamos que esse relatório traga insights valiosos e estimule mais organizações a seguir colocando a #DiversidadeEmPrática.



THALITA GELESKE
fundadora da Blend Edu

Conheça mais sobre a **Blend Edu**:



A Blend Edu

é uma startup (HR tech e ESG Tech) que desenvolve projetos de consultoria, treinamentos e produtos digitais para engajar empresas a colocarem a #DiversidadeEmPrática.



Nosso **trabalho inovador** já saiu no Shark Tank Brasil, Época Negócios, HSM Management, Exame, Projeto Draft, Jornal O Dia, Folha de São Paulo, Forbes, Revista PEGN, dentre outros.



No nosso **portfólio** estão empresas como Grupo Boticário, Cielo, 3M, Globo, TIM, Movic, Reserva, Ipiranga, Sesc, dentre outras.

02. Perfil das empresas participantes

Um total de **117 empresas** participaram do benchmarking ao todo. Destas, 73 responderam perguntas complementares, com um alto grau de profundidade. As respostas foram fornecidas ao longo da inscrição do Prêmio Diversidade em Prática 2022, no período entre julho e setembro de 2022.

O engajamento dessas organizações nesta iniciativa demonstra uma postura inovadora, reforçando o comprometimento com os valores associados à valorização da diversidade. Estas empresas compartilharam suas respostas e práticas voluntariamente, como uma forma de apostar na inteligência coletiva, mostrando que possuem um mindset em linha com o mundo em que vivemos hoje, cada vez mais aberto, transparente e colaborativo.

Os cases e práticas de destaque (vencedores), foram apresentados de forma aberta e gratuita no Diversidade em Prática Summit 2022, que aconteceu em 18, 19 e 20 outubro de 2022. Os destaques deste evento podem ser lidos neste artigo da Revista [HSM Management](#).

Veja ao lado o logo de alguma das 117 empresas participantes.



Localização:

O benchmarking teve a participação de empresas de todas as **5 regiões do país**. Houve maior representatividade de organizações cuja sede fica na região sudeste, refletindo o panorama nacional.

Indústria e porte:

As empresas participantes são de mais de **34 setores diferentes**, tendo maior taxa de resposta de empresas dos segmentos de:



Tecnologia



Bancário



Indústrias



Saúde



Automotivo



Financeiras



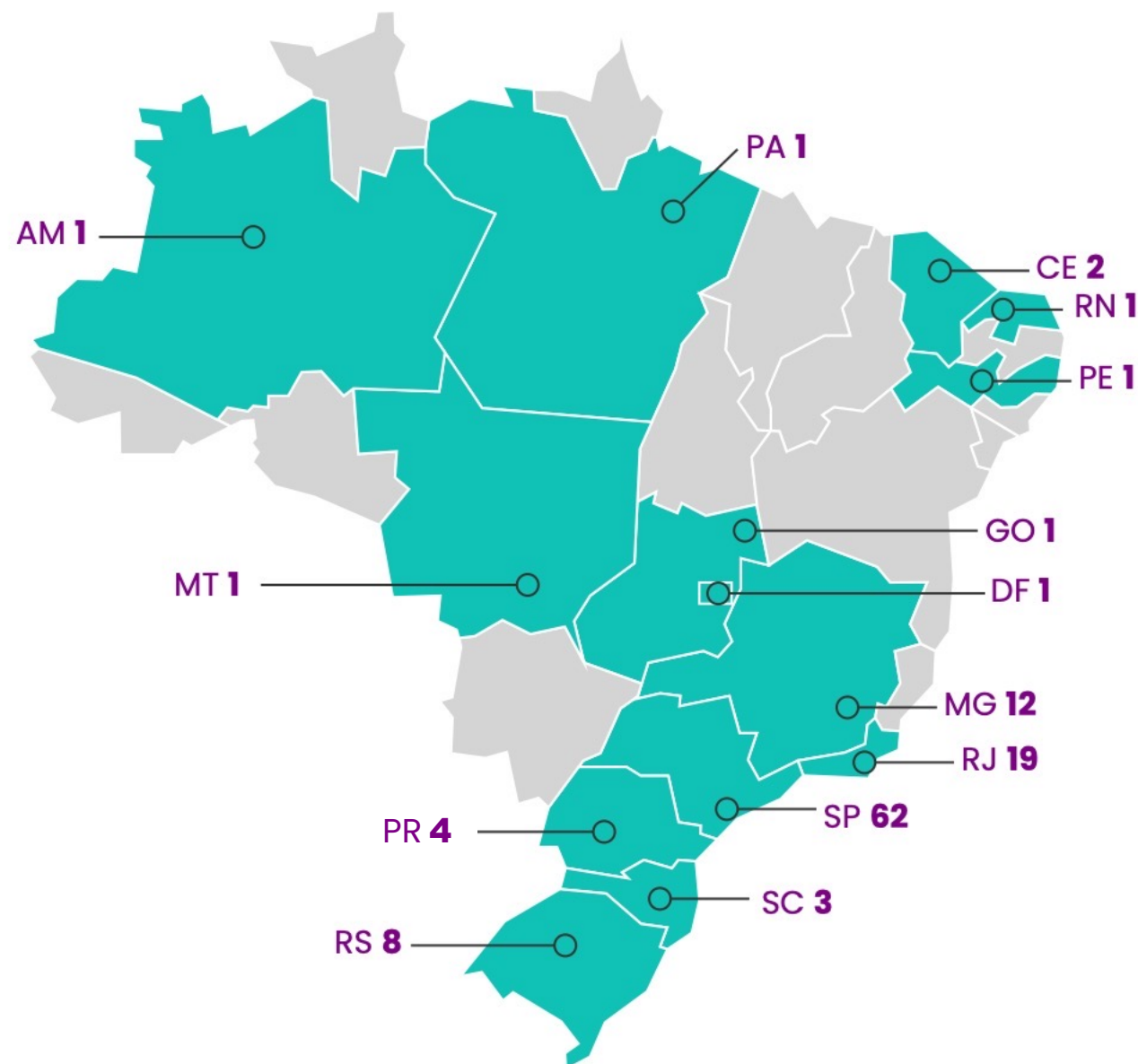
Bebidas



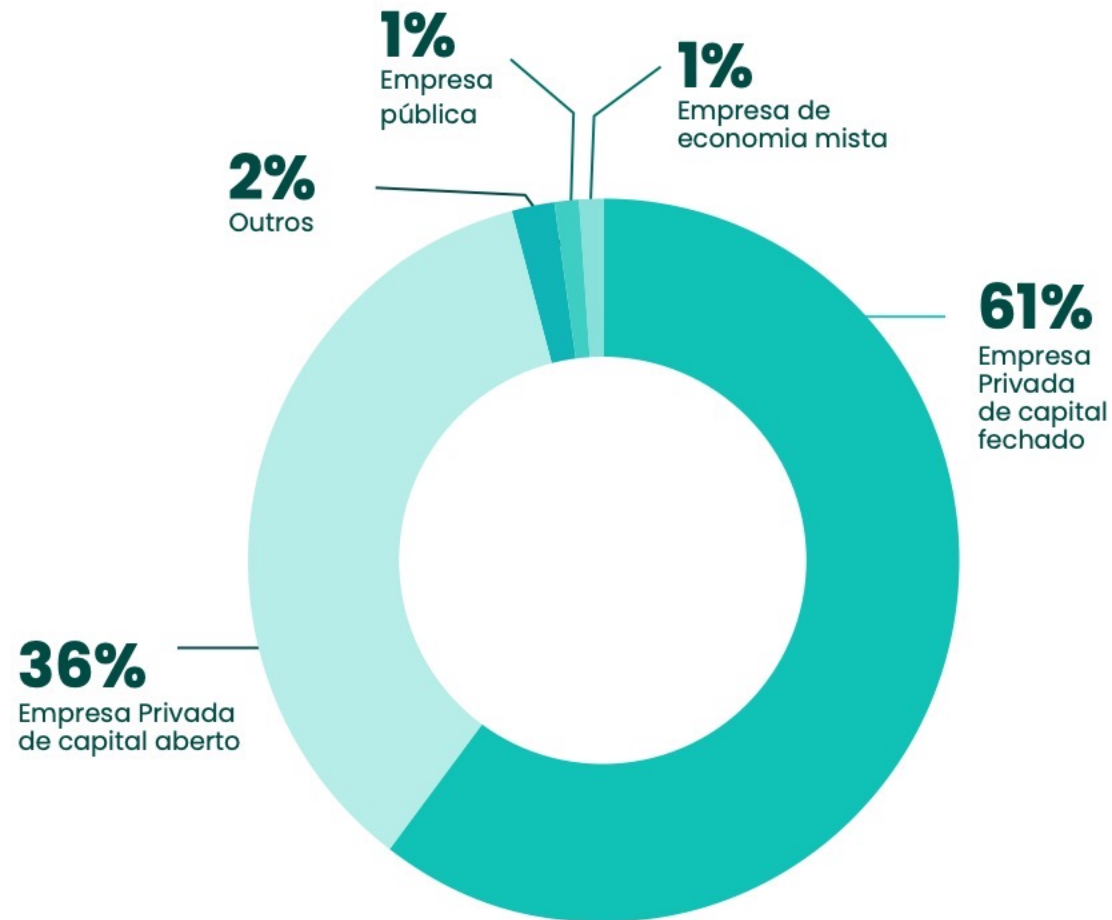
Energia /
eletricidade



Outros



Tipos de empresas respondentes (%)

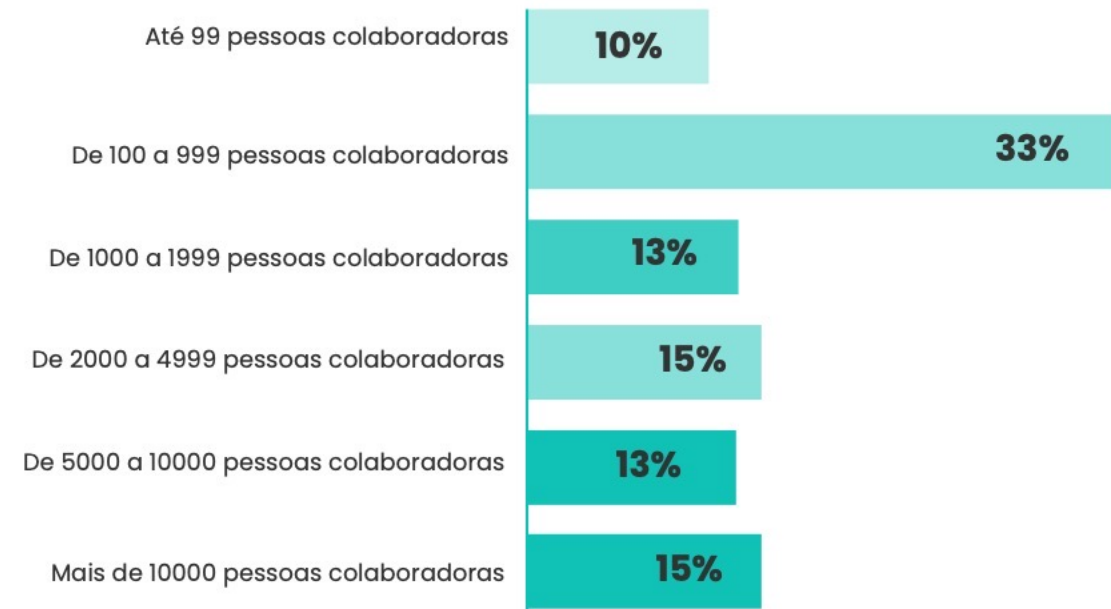


O Prêmio Diversidade em Prática e, consequentemente, a Pesquisa de Benchmarking tiveram inscrições abertas e gratuitas para **empresas de iniciativa privada** ou pública com atuação no Brasil, independentemente de porte ou segmento de atuação.

Importante ressaltar que, conforme estabelecido no regulamento, não foram consideradas elegíveis organizações político-partidárias, associações religiosas, sindicatos, Organizações Não Governamentais (ONGs), associações, fundações e consultorias que possuem D&I como seu core business (negócio principal).

Porte das empresas respondentes (%)

Assim como em 2020, tivemos um volume expressivo de participação de **empresas privadas** (especialmente de capital fechado, seguidas pelas de capital aberto) e de **médio** (33% de empresas com 100 a 999 pessoas colaboradoras) e **grande porte** (56% de empresas com mais de 1.000 pessoas colaboradoras).



03. A estratégia de diversidade nas empresas brasileiras

Tendência de maior estrutura para as áreas de D&I

Nesta edição, observamos aumento no percentual de empresas que afirmam possuir uma área específica e dedicada para a gestão da diversidade, que avançou de 64% (em 2020) para **71%** (em 2022). Também observamos um aumento no número de organizações que afirmam ter um orçamento dedicado para o tema, que avançou de 67% (em 2020) para **81%** (em 2022).

Ou seja, há uma tendência de aumento no nível de estrutura interna e recursos alocados para que o programa e a estratégia de diversidade avancem com as ações de diversidade.

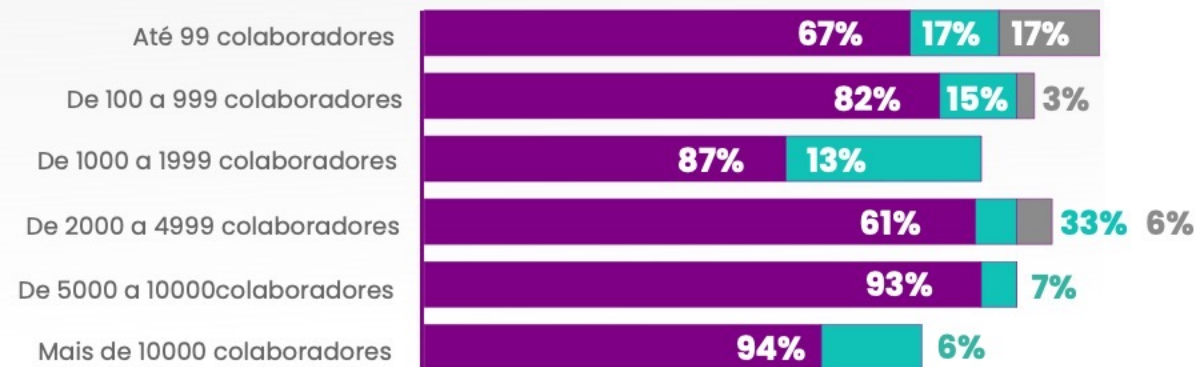
71% possuem uma área específica e dedicada para a gestão da diversidade.

81% possuem orçamento dedicado para diversidade

Insights adicionais:

Observamos que, em linhas gerais, quanto maior o porte da organização, maiores são as chances dela ter um orçamento dedicado à diversidade.

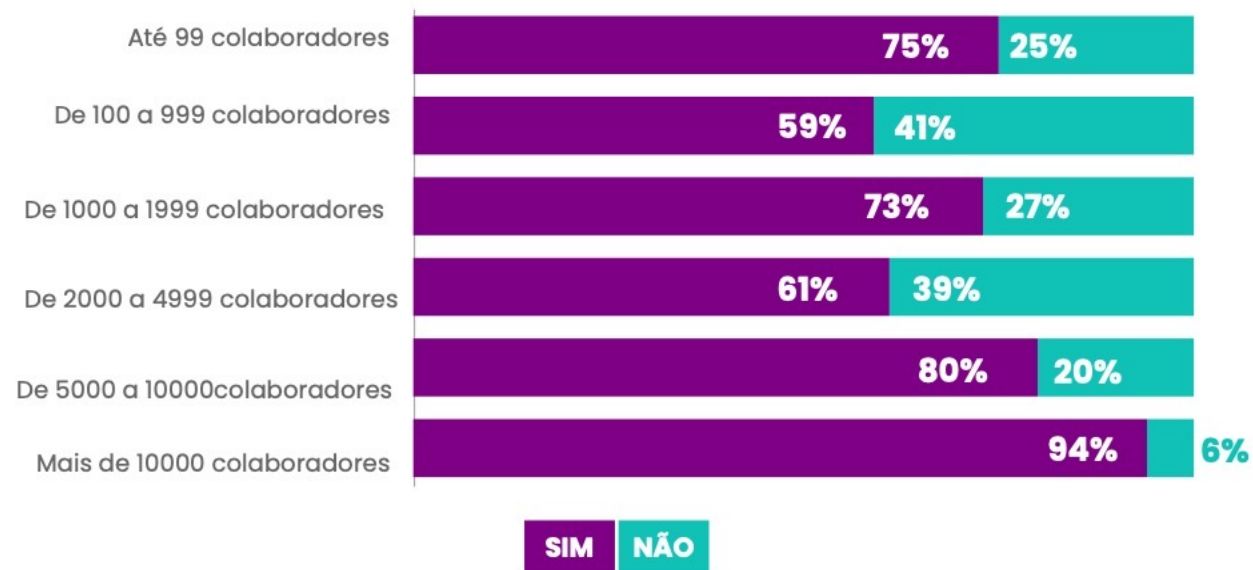
Existe um orçamento dedicado para os esforços de D&I?



SIM NÃO NÃO SEI INFORMAR

Curiosamente, na pesquisa de 2020 não havia nenhuma empresa de pequeno porte (com até 50 colaboradores) com área dedicada à gestão da diversidade. Já na edição 2022, houve um relevante aumento nesse percentual, que chegou a 75% para empresas de até 99 pessoas colaboradores. Ou seja, este dado nos leva a um insight e hipótese de que esta pauta está cada vez mais aquecida dentro de pequenas organizações.

Dentro deste departamento responsável por gerir o escopo de D&I, existe uma área específica e dedicada para a gestão de diversidade?



Objetivo do programa de D&I:

Dentre as empresas que responderam esta pergunta, **77%** afirmam que o principal objetivo do seu programa de diversidade é **engajar os colaboradores na criação de uma cultura inclusiva**, seguida por potencializar os resultados do negócio (12%).



Insights adicionais:

Comparado com o benchmarking de 2020, houve um aumento no percentual de empresas que afirmam que engajar colaboradores em uma cultura inclusiva é o grande objetivo do seu programa (de 63% em 2020 para 77% em 2022).

Curiosamente, também pudemos observar uma redução no número de empresas que afirmaram que o objetivo principal é atrair e reter talentos (caiu de 13% em 2020 para 1% em 2022). Em paralelo, aumentou um pouco o percentual de empresas que afirmam que o principal objetivo é potencializar os resultados do negócio (aumentou de 10% em 2020 para 12% em 2022), fazendo com que esta se tornasse a segunda opção mais selecionada.

Diferente de 2020, não houve nenhuma empresa que selecionou que seu objetivo principal é o compliance com questões jurídicas, ou seja, focado principalmente no cumprimento da legislação brasileira.

Esses dados podem sinalizar uma gradativa evolução no mercado, que passa a ver diversidade como um traço da cultura e um diferencial competitivo, indo além de práticas pontuais de recrutamento ou que sejam exclusivamente focadas em atender a lei ou em ações de recrutamento e seleção.

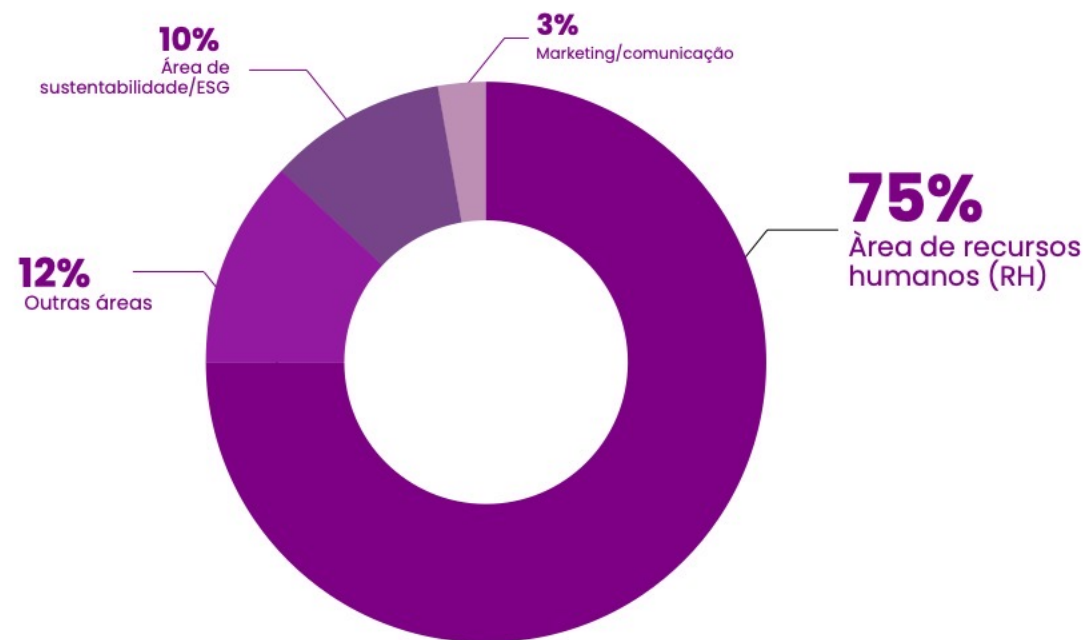
Área responsável:

Diante do próprio objetivo dos programas e das ações de D&I (atrelado à transformação cultural), não é surpresa que o RH seja a principal área responsável por liderar este tema (75%). Este também foi um padrão observado na pesquisa de benchmarking em 2020.

No entanto, também vemos casos em que o responsável é a área de Sustentabilidade (10%), especialmente em empresas com mais de 2.000 pessoas colaboradoras. Este percentual de organizações que indicaram que a responsável por D&I é a área de Sustentabilidade aumentou um pouco comparado com o benchmarking de 2020 (de 6,5% para 10%).

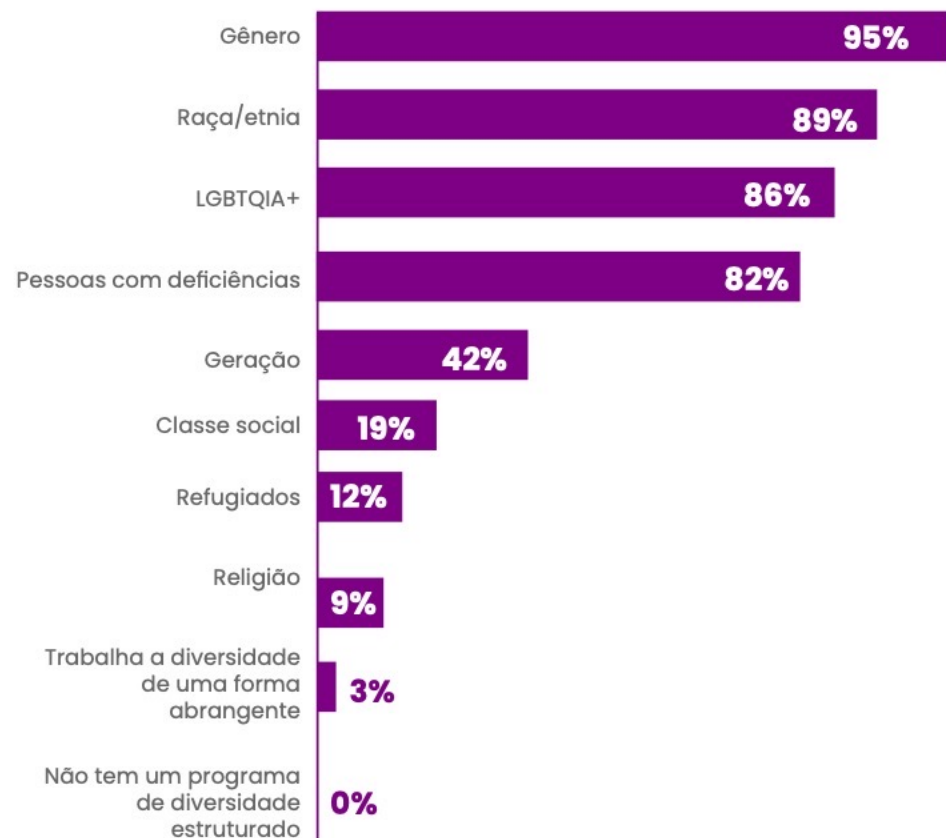
Isso nos leva a ter um insight associado à pauta de ESG (ASG): com o aumento das cobranças do mercado em relação aos aspectos ambientais, sociais e de governança, mais grandes empresas estão estruturando áreas específicas para endereçar a temática, colocando o tema de diversidade neste escopo.

Apenas empresas com até 1.000 colaboradores (pequeno e médio porte) selecionaram que a área de Marketing / Comunicação é a responsável por liderar o tema de D&I. Dentre as que selecionaram “Outra área” (o que pode representar um squad ou comitê responsável pelo tema) também há uma maior predominância de empresas de pequeno e médio porte.



Dimensões trabalhadas:

Assim como observado em 2020, as 4 dimensões (recortes sociais) mais trabalhadas nos programas de diversidade do Brasil são Gênero (95%), Raça (89%), LGBTQIA+ (86%) e Pessoas com Deficiência (82%).



Insights adicionais:

Ao comparar a pesquisa de 2020 e 2022, podemos notar uma alteração expressiva na ordenação das dimensões mais trabalhadas dentro dos programas de diversidade (ver tabela abaixo).

Podemos destacar os aumentos mais expressivos no percentual de empresas que afirmam endereçar formalmente a temática Geracional (aumentou 19 pontos percentuais, saindo de 23% em 2020 para 42% em 2022), LGBTQIA+ (aumentou 18 p.p., saindo de 68% em 2020 para 86% em 2022), Racial (aumentou 9 pontos, saindo de 80% para 89%).

O percentual de empresas que afirmam endereçar a inclusão de PCDs, Gênero e Refugiados manteve-se com certa estabilidade, havendo pouca variação quando comparado com o resultado da pesquisa de benchmarking anterior.

Houve uma queda expressiva no número de empresas que afirmam trabalhar o tema de forma abrangente, sem endereçar recortes específicos de diversidade (caindo de 18% em 2020 para 3% em 2022).

2020 dimensões mais priorizadas	2022 dimensões mais priorizadas
Top 1 Gênero (93%)	Gênero (95%)
Top 2 Pessoa com deficiência (85%)	Raça (89%) ▲
Top 3 Raça (80%)	LGBTQIA+ (86%) ▲
Top 4 LGBTQIA+ (68%)	Pessoa com deficiência (82%) ▼
Top 5 Geração (23%)	Geração (42%)
Top 6 Trabalha a diversidade de uma forma abrangente (18%)	Classe social (19%) ▲
Top 7 Refugiados (13%)	Refugiados (12%)
Top 8 Classe social (13%)	Trabalha a diversidade de uma forma abrangente (3%)
Top 9 -	Religião (9%)
TOP 10 -	Outros grupos minorizados (15%)

Ações realizadas no programa:

Veja abaixo os 11 tipos de ações mais recorrentes nos programas de diversidade:

*Veja a lista completa das ações e sua recorrência no anexo deste relatório.

TOP 11 Ações dos programas de diversidade

- | | |
|--|--|
| <p>01 Comunicação: campanhas e ações para potencializar uma comunicação inclusiva interna e externamente 95,9%</p> | <p>06 Indicadores: pesquisa de censo de diversidade 78,1%</p> |
| <p>02 Eventos para o público interno sobre o tema 90,4%</p> | <p>07 Indicadores: monitoramento de indicadores 76,8%</p> |
| <p>03 Grupos de afinidade ou de diversidade para colaboradores da organização 89%</p> | <p>08 Atração, recrutamento e seleção de candidatos diversos 75,3%</p> |
| <p>04 Canal de denúncias ou ouvidoria para reportar casos de desvio associados à diversidade 86,3%</p> | <p>09 Programa de treinamento e desenvolvimento para líderes 72,6%</p> |
| <p>05 Programas de treinamento e desenvolvimento para colaboradores 80,8%</p> | <p>10 Diretriz/política interna 71,2%</p> |
| | <p>11 Participação em redes empresariais e grupos de networking de diversidade 68,5%</p> |

Insights adicionais:



Comunicação (ação Top 1) e **eventos para o público interno** (ação top 2) seguem sendo as mais praticadas pelas empresas, tanto na pesquisa 2020 quanto na 2022;



Os **programas de treinamento** seguem pautas relevantes. No caso de treinamentos voltados para colaboradores, a ação continuou como o top 5 (quinta ação mais frequente), tendo aumentado de 75% (em 2020) para 80% (em 2022). Já os programas de treinamento para lideranças aumentaram 2 pontos percentuais em relação a 2020, chegando a 72% na pesquisa de 2022.



Houve um expressivo aumento no número de empresas que afirmam ter **grupos de afinidade**, que avançou atingiu 89% em 2022 (aumentou 16 pontos percentuais em relação à 2020, quando o índice era de 70%).



Também observamos um aumento grande no número de empresas que afirmam ter **canais de denúncia com recorte de D&I**, que avançou atingiu 86% em 2022 (aumentou 16% em relação à 2020, quando o índice era de 70%). Esse fato mostra a tendência das empresas olharem cada vez mais para a pauta de compliance antidiscriminatório.



A pesquisa de 2022 também mostrou um avanço na utilização de **dados e monitoramento de indicadores**. Subiu para 78% o número de empresas que afirmam realizar pesquisas censo de diversidade (aumento de 10 % em relação a 2020) e para 76% as empresas que monitoram continuamente indicadores (aumento de 8% em relação a 2020).



Por outro lado, houve uma pequena redução no número de empresas que afirmam realizar ações de **atração e recrutamento de talentos diversos**, apesar do percentual geral continuar alto (75% em 2022, tendo reduzido 5 pontos percentuais em relação à 2020). Nossa hipótese atual, tendo como base os demais indicadores da pesquisa, é que as empresas estão investindo mais na criação de estrutura interna (tal como o levantamento de indicadores) para ser mais assertivo nas contratações, bem como nas bases para uma cultura inclusiva, possibilitando uma maior taxa de retenção desses novos talentos que chegam dentro da organização. Afinal, há alguns estudos que apontam uma alta rotatividade e taxa de saída dessas pessoas quando não existe um ambiente que possibilite o senso de pertencimento de grupos minorizados.



Outro ponto de atenção foi a diminuição na implementação de ações ligadas à **infraestrutura interna** (por exemplo acessibilidade, banheiros, salas de amamentação, etc.)

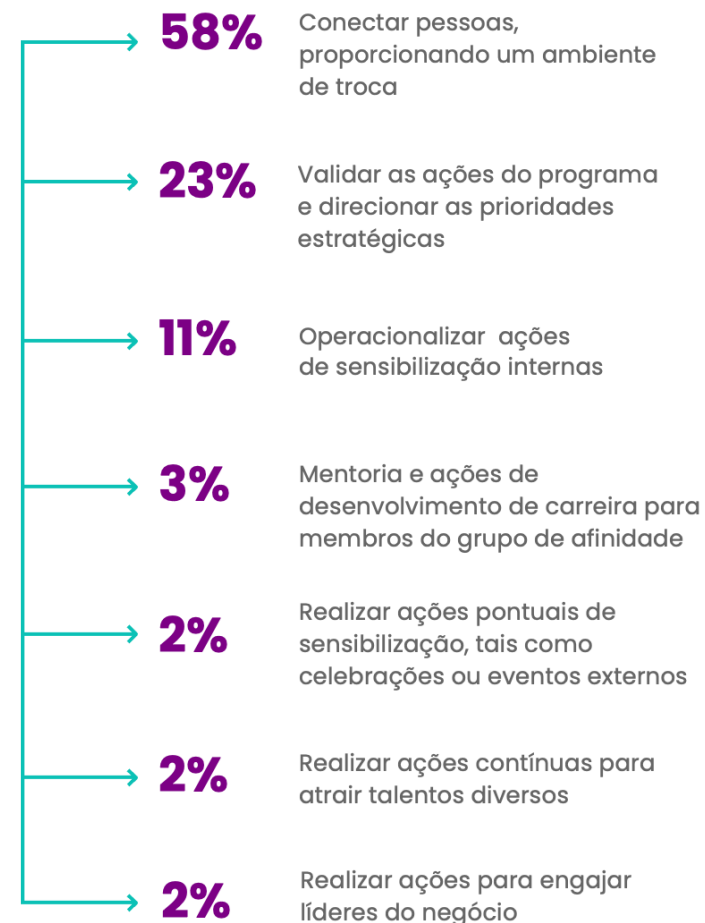
03.1 Grupos de afinidade

Detalhamento: grupos de afinidade

Dentre 65 as empresas que selecionaram que possuem grupos de afinidade na edição 2022, foi identificado que o principal objetivo é “conectar pessoas, proporcionando um ambiente de troca,

networking e senso de comunidade”, seguido por “validar de maneira estruturada as ações do programa e direcionar prioridades estratégicas”.

Objetivo dos grupos de afinidade / diversidade



Insights adicionais:

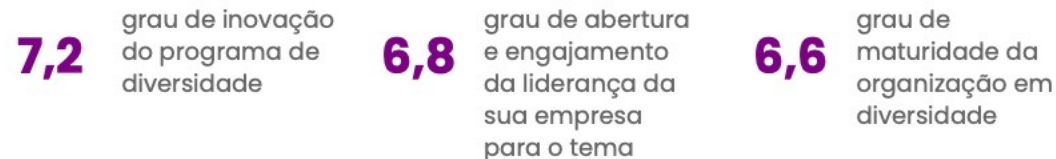
Ao comparar as pesquisas de 2020 e 2022, notamos que o objetivo de “conectar pessoas” segue sendo aquele com o maior percentual.

No entanto, houve um aumento significativo no percentual de empresas que passaram a entender os grupos de afinidade como uma maneira relevante para “validar de maneira estruturada as ações do programa e direcionar”, fazendo com que este fosse o segundo objetivo mais citado.

Isto nos leva a perceber que, gradativamente, as empresas têm compreendido o potencial dos Grupos de Afinidade (GAs) para desempenhar um papel consultivo e diretivo.

03.2 Percepções qualitativas

A Pesquisa de Benchmarking também contou com perguntas qualitativas, analisando o grau de maturidade do programa, grau de abertura e engajamento da liderança e grau de inovação das ações. Veja a seguir as notas médias para estas respostas:

**Insights adicionais:**

Na pesquisa de 2020, estas mesmas perguntas qualitativas (sobre grau de maturidade, inovação e engajamento) foram feitas com uma metodologia diferente, em uma escala de 0 a 5. Por mais que não seja uma conversão exata e precisa, observamos que:

- A autoavaliação do grau de maturidade do programa de diversidade teve uma variação pouco expressiva, a nota média variou de 6,22 (em 2020, ao realizar o ajuste na escala) para 6,6 em 2022. Ou seja, mesmo que tenha se passado um período de 2 anos, ainda há muita oportunidade para que o programa se consolide e ganhe consistência dentro das empresas brasileiras;
- Por outro lado, a autoavaliação relativa ao grau de inovação no programa de D&I teve uma variação mais expressiva, saindo de uma média de 6,14 (2020) para 7,2 (2022). Este dado pode nos levar a explorar a hipótese de que as empresas estão investindo mais em ações inovadoras como forma de diferenciação da marca (institucional e empregadora), como forma de potencializar a atuação em ESG e, até mesmo, para trazer novos estímulos com o objetivo de acelerar o grau de maturidade do programa (que tem crescido em um ritmo mais lento).

04.

Top of Mind #DiversidadeEmPrática

Conforme explicamos anteriormente, os dados que deram origem a este benchmarking foram recebidos ao longo das inscrições do Prêmio Diversidade em Prática 2022, uma iniciativa da Blend Edu.

O prêmio foi idealizado com o objetivo de identificar, reconhecer e compartilhar ações inovadoras que tornam os ambientes de trabalho mais inclusivos no mercado corporativo. O anúncio ocorreu ao longo da programação do Diversidade em Prática Summit 2022, maior evento online dedicado ao tema no país.

Ao todo, o evento, que contou com o apoio do Quebrando o Tabu, HSM Management e organizações como TD Transformação Digital, Endeavor, Capitalismo Consciente, PMR Advocacia, Conectar360, Hand Talk e Santa Origem condecorou 13 organizações em 8 categorias temáticas, além do prêmio Top Of Mind #DiversidadeEmPrática, indicado através de votação popular. Empresas — privadas ou públicas — que atuam no Brasil puderam inscrever gratuitamente seus projetos e iniciativas entre julho e agosto de 2022 em uma das 8 categorias temáticas. As práticas e as empresas mais votadas no Top of Mind passaram pela análise

de um Comitê de Avaliação composto por especialistas em diversidade, ESG, RH e gestão, que foi o responsável por definir as vencedoras.

Conheça todas as companhias com cases reconhecidos:

- **Top Of Mind #DiversidadeEmPrática (categoria de votação popular):** ThoughtWorks
- **Estrutura Interna:** Movable (médio porte) e Atento (grande porte)
- **Cultura Inclusiva:** Ifood
- **Infraestrutura e Processos:** Zoop (médio porte) e Nubank (grande porte)
- **Educação e Empoderamento:** Alicerce Educação (médio porte) e Creditas (grande porte)
- **Negócios Inclusivos:** ZI (médio porte) e Mondelez (grande porte)
- **Liderança Inclusiva:** Cielo (grande porte)
- **Comunicação Inclusiva:** Copastur (médio porte) e Creditas (grande porte)
- **Representatividade:** Movable (médio porte) e Tim Brasil (grande porte)

04.1 Top of Mind #DiversidadeEmPrática: marcas referência em D&I

O Top of Mind **#DiversidadeEmPrática** teve como objetivo entender qual é a empresa ou marca mais lembrada ao se pensar em empresas referência em diversidade. Esta categoria foi realizada em parceria com o Quebrando o Tabu, a plataforma de conteúdo multicanal com mais de 25 milhões de seguidores em suas redes sociais.

Foram mais de 2.400 indicações realizadas pelo público geral, que teve a oportunidade de fazer uma indicação aberta. Após a compilação dos dados (1a fase) e a análise do Comitê de Avaliação externo (2a fase), a empresa vencedora foi a ThoughtWorks.



Ao longo do processo de votação, foram identificadas as 20 empresas / marcas mais citadas pelos participantes:



Insights adicionais:

A categoria Top of Mind recebeu indicações do público geral, sejam pessoas pertencentes a grupos minorizados ou de pessoas aliadas (que não pertencem a um grupo minorizado). No total, tivemos 2.342 pessoas participantes, sendo 1.185 que se declararam como parte de grupos minorizados (cerca de 50,5% dos participantes).

Foi curioso observar que a lista de top 20 empresas mais votadas por pessoas de grupos minorizados foi muito similar à lista geral.

Na votação, foi possível ver um destaque para a **Mondelez, que, na 1ª fase, foi a empresa / marca mais votada por pessoas com deficiência, mulheres, pessoas não binárias, pessoas LGBTQIA+ e pessoas negras.**

05. Reflexões e caminhos possíveis

“Não estamos vivendo uma ‘era de mudanças’. Estamos vivendo uma ‘mudança de era’”
Essa era é **diversa e inclusiva**.

Já fazem alguns anos que diversos especialistas falam sobre estarmos vivendo em um [mundo VUCA](#), mas a pandemia deixou ainda mais evidente os aspectos de volatilidade, incerteza, complexidade e ambiguidade do nosso dia a dia.

Esse movimento inevitavelmente chegou nas empresas, que estão passando por uma jornada de transformação e evolução de consciência. De acordo com o movimento [Empresas Humanizadas](#), um **novo paradigma** está emergindo

no mundo dos negócios, com foco na geração de valor compartilhado, colaboração e impacto.

É nesse cenário que vemos o surgimento e o fortalecimento dos programas de **diversidade organizacional**.

As organizações despertaram para o inevitável: construir uma cultura inclusiva não é só um compliance ético e moral, como também é uma necessidade para a sustentabilidade (ESG) do negócio no longo prazo.

	PARADIGMA ANTERIOR	NOVO PARADIGMA
Crença	Escassez	Abundância
Pensamento	Ego cêntrico	Eco cêntrico
Olhar	Curto prazo	Longo prazo
Prioridade	Valor para o acionista	Valor compartilhado
Orientação	Resultado financeiro	Impacto gerado
Medida	Lucro	Triple Bottom Line
Relações	Ganha – Perde	Ganha - Ganha – Ganha
Resultado R\$	Objetivo	Consequência

Fonte da imagem: Pesquisa Empresas Humanizadas

“Precisamos de modelos de gestão com um **mindset digital, colaborativo, inclusivo e ágil** para lidar com a incerteza.”

- As mudanças exponenciais fazem com que as organizações repensem os seus estilos de gestão, investindo em modelos mais ágeis, digitais, e multidisciplinares.

- Com isso, muitas estratégias de diversidade passaram a ser desenhadas com a aplicação de metodologias de Design Thinking, Design Sprint e Canvas Visuais, construindo Comitês e Grupos de Trabalho compostos por integrantes diversos e de múltiplas áreas de conhecimento.

- Talvez por isso que 89% das organizações participantes do benchmarking possuem “grupos de afinidade”, sendo uma forma de estimular a criação de comunidades, em um formato horizontal.

- Com o tempo, vemos o mindset industrial (linear, repetitivo, segmentado e previsível) sair de cena e dando espaço para o mindset digital (não linear, multidisciplinar, conectado e exponencialmente imprevisível)

- As lideranças de diversidade precisam estar atentas a estas tendências, aumentando o grau de inovação das suas iniciativas (que, apesar de ter evoluído, ainda possui uma nota média na auto-avaliação de 7,2)

- É este tipo de abordagem que vai permitir que as organizações naveguem com maior tranquilidade durante períodos de incerteza, como o que vivemos nos tempos atuais.

Precisamos reinventar a forma de fazer a **gestão da diversidade.** Inovar para transformar. Incluir para evoluir.



“Conhecimento só tem valor quando compartilhado”

Essa frase, tão pertinente na Era do Conhecimento, é quase um mantra para nossa equipe, na [Blend Edu](#). Um de nossos propósitos é democratizar o acesso aos conteúdos sobre diversidade, gerando impacto em escala.

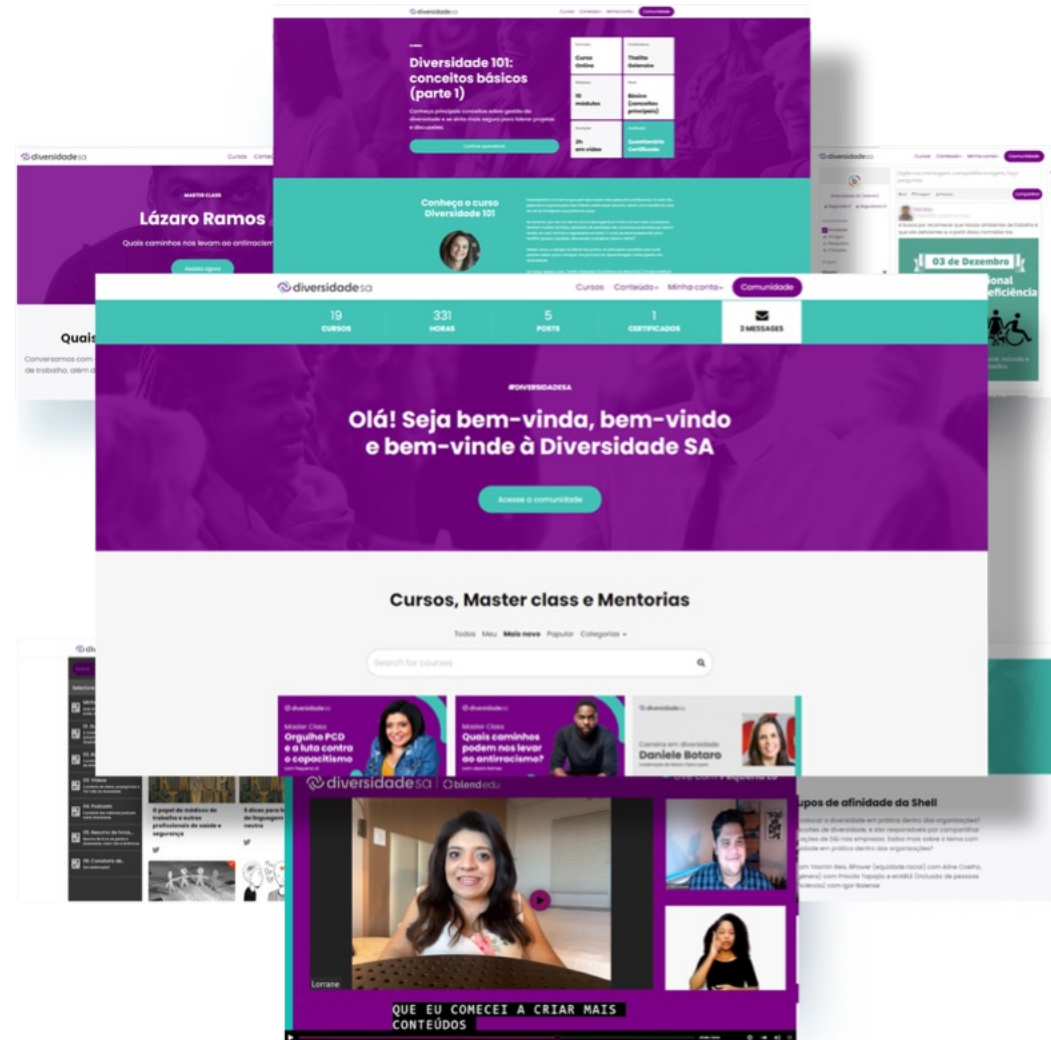
Neste sentido, também precisamos refletir sobre tendências na área de educação e conhecimento. O [Institute For The Future \(ITF\)](#), uma organização que analisa tendências e, principalmente, disrupções que estão por vir e quebram os padrões já estabelecidos na sociedade, destaca algumas habilidades importantes no seu estudo [“Future Work Skills \(2020\)”](#), entre elas:

- **Inteligência social:** nossa habilidade de se conectar com as pessoas de uma forma profunda e direta, para sentir e estimular interações.
- **Competência cross-cultural:** nossa habilidade de operar e trabalhar em diferentes contextos culturais (seja dentro de uma mesma cidade, região, país ou continente).
- **Transdisciplinaridade:** habilidade de compreender conceitos que perpassam múltiplas disciplinas.
- **Curadoria (gerenciamento cognitivo):** a habilidade de selecionar e filtrar as informações de acordo com seu grau de importância, maximizando a capacidade cognitiva a partir de diferentes ferramentas e técnicas.
- **Colaboração virtual:** habilidade de trabalhar de forma produtiva, estimular engajamento e estar ativo como membro de uma comunidade/time virtual.

Acreditamos na inteligência coletiva e na criação de comunidades colaborativas. Por isso criamos o movimento, o Prêmio Diversidade Em Prática e o benchmarking, disponibilizamos esse relatório com os resultados no [Toolkit de Diversidade](#), completamente gratuito e aberto no nosso site, possibilitando que mais empresas potencializem seus programas de diversidade.

Também seguimos investindo na nossa comunidade virtual de aprendizagem, chamada [Diversidade SA](#), que reflete vários dos princípios futuristas do ITF. A seguir detalhamos como ela irá funcionar.

Estamos construindo a maior comunidade empresarial com foco em diversidade e em um **formato digital**:



O propósito maior.



CURADORIA E CONTEÚDOS RICOS O ANO TODO

Reunimos em um só lugar o melhor conteúdo de diversidade do mercado. Manteremos a comunidade viva e disponibilizaremos conteúdo ao longo do ano todo (e não apenas em datas específicas). E, por ser uma solução digital, conseguimos proporcionar escalabilidade para sua estratégia educacional.



DEMOCRATIZAR O ACESSO AOS MELHORES CONTEÚDOS DE DIVERSIDADE

Desenhamos essa solução com um excelente custo benefício para tornar o conhecimento sobre diversidade mais acessível a empresas de todos os cantos do Brasil



MIGRAR DA LÓGICA DA COMPETIÇÃO PARA A COLABORAÇÃO

Queremos despertar o poder da inteligência coletiva e da inovação aberta, reunindo em uma única plataforma organizações de diversos tamanhos, setores e indústrias.



O USUÁRIO COMO PROTAGONISTA DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM

Acreditamos que todas as pessoas tem conhecimentos e contribuições que agregam aos processos coletivos de aprendizagem. Queremos que os usuários sejam protagonistas e também compartilhem seu conhecimento.



Como funciona a Diversidade SA?

PARA QUEM É?

A plataforma é uma solução para empresas engajadas em construir uma cultura inclusiva, independente do tamanho ou estágio de maturidade.

Os usuários serão as pessoas responsáveis por liderar o tema de diversidade dentro da organização (equipe de D&I, grupos de afinidade, etc.), que atuarão como multiplicadores e facilitadores, atingindo (direta e indiretamente) todos os colaboradores da empresa.





Como sua empresa pode participar?

COMO SUA EMPRESA PODE PARTICIPAR?

Caso tenha interesse:

1. A empresa faz a assinatura da plataforma, no plano que mais atende suas necessidades;
2. Os usuários ganham acesso ao ambiente virtual colaborativo, que possui trilhas de aprendizagem, cursos on-demand, biblioteca de materiais e grupos de discussão (social learning, rede social).
3. A empresa ganha acesso à Master Classes (treinamentos ao vivo com especialistas) ao longo de todo o ano, que podem ser transmitidos para todos os colaboradores;

Quer saber mais e solicitar uma demonstração da plataforma?

Acesse: www.diversidade-sa.com



Nós, da Blend Edu, acreditamos (mais do que nunca) que o mundo será cada vez mais humano, digital, empático e inclusivo.

Seguimos juntos, juntas e juntas fomentando a esperança ativa e colocando a **#DiversidadeEmPrática**.

Entre em contato com a nossa equipe pelos e-mail (contato@blend-edu.com) e nos acompanhe nas redes sociais:



www.blend-edu.com

07 Anexos

LOCAL DA SEDE DAS EMPRESAS PARTICIPANTES DO BENCHMARKING

São Paulo (SP)	62
Rio de Janeiro (RJ)	19
Minas Gerais (MG)	12
Rio Grande do Sul (RS)	8
Paraná (PR)	4
Santa Catarina (SC)	3
Ceará (CE)	2
Amazonas (AM)	1
Distrito Federal (DF)	1
Goiás (GO)	1
Mato Grosso (MT)	1
Pará (PA)	1
Pernambuco (PE)	1
Rio Grande do Norte (RN)	1

07 Anexos

SEGMENTO DAS EMPRESAS PARTICIPANTES

SETOR	QUANTIDADE
Tecnologia	22
Outro	11
Bancário/ Financeiro	7
Indústrias	6
Saúde	6
Automotivo	5
Financeiras	5
Bebidas	4
Energia/ Eletricidade	4
Comércio varejista	3
Comunicação	3
Educação/ Idiomas	3
Metalúrgica/ Siderúrgica	3
Telecomunicações	3
Transportes	3
Açúcar e Alcool	2
Bens de consumo (Outros)	2
Construção civil	2

SETOR	QUANTIDADE
Consultoria geral	2
Engenharia	2
Logística/ Armazém	2
Mineração	2
Petroquímico/ Petróleo	2
Prestadora de serviços	2
Turismo/Hotelaria	2
Agricultura/ Pecuária/ Silvicultura	1
Alimentos	1
Concessionários/ Autopeças	1
Cosméticos	1
Diversão/ Entretenimento	1
Embalagens	1
Eventos	1
Jurídica	1
Telemarketing/ Callcenter	1

07 Anexos

PORTE DAS EMPRESAS PARTICIPANTES:

Número de pessoas colaboradoras	#	%
Até 99 pessoas colaboradoras	12	10%
De 100 a 999 pessoas colaboradoras	39	33%
De 1000 a 1999 pessoas colaboradoras	15	13%
De 2000 a 4999 pessoas colaboradoras	18	15%
De 5000 a 10000 pessoas colaboradoras	15	13%
Mais de 10000 pessoas colaboradoras	18	15%

PAPEL / CARGO DAS PESSOAS RESPONSÁVEIS POR RESPONDER AO BENCHMARKING:

Qual desses papéis melhor descreve sua responsabilidade dentro da estratégia de diversidade da organização?	#	%
Sou a(o) líder de uma área dedicada ao tema de Diversidade e inclusão	46	39%
Sou membro ativo (a) do grupo de trabalho de diversidade	18	15%
Sou um(a) analista da equipe de diversidade e inclusão	16	14%
Sou um(a) líder de RH, que faz a gestão desse tema dentro do escopo de trabalho	16	14%
Sou um(a) analista de RH, que executa estratégia de diversidade como parte do seu escopo de trabalho	13	11%
Sou um(a) líder de negócio, que lidera esse tema dentro do seu escopo de trabalho	4	3%
Outro	3	3%
Não tenho um papel formal na estratégia de diversidade da minha organização	1	1%

07 Anexos

% DE EMPRESAS QUE POSSUEM ÁREA ESPECÍFICA DE D&I

Dentro deste departamento responsável por gerir o escopo de D&I, existe uma área específica e dedicada para a gestão da diversidade?	#	%
Sim	83	71%
Não	34	29%

% DE EMPRESAS QUE POSSUEM ORÇAMENTO DEDICADO PARA D&I

Existe um orçamento dedicado para os esforços e ações de diversidade?	#	%
Sim	95	81%
Não	18	15%
Não sei informar	4	3%

07 Anexos

LISTA COMPLETA DAS AÇÕES DOS PROGRAMAS DE DIVERSIDADE (2022)

AÇÕES DOS PROGRAMAS DE DIVERSIDADE 2022	#	%		#	%
Comunicação: ações para potencializar uma comunicação inclusiva (texto, imagens, vídeos, etc.) interna e externamente	70	95,9%	Participação em redes empresariais e grupos de networking de diversidade	50	68,5%
Eventos para o público interno sobre o tema (ex: semana de diversidade, dia da consciência negra, etc.)	66	90,4%	Posicionamento da marca, marketing e propaganda para clientes da empresa	44	60,3%
Grupos de afinidade ou de diversidade para colaboradores da organização	65	89,0%	Infraestrutura física (ex: acessibilidade, banheiros, sala de amamentação, ou outros).	42	57,5%
Canal de denúncias / ouvidoria para reportar casos de desvio associados à diversidade	63	86,3%	Assinatura de compromissos (ex: Princípio de Empoderamento das Mulheres)	42	57,5%
Programas de treinamento e desenvolvimento para colaboradores	59	80,8%	Indicadores: Publicação de relatórios de diversidade (interna ou externamente)	40	54,8%
Indicadores: pesquisa de censo de diversidade com os colaboradores	57	78,1%	Programa de desenvolvimento: mentoria / coaching / sponsorship / job rotation para desenvolver grupos minorizados entre os colaboradores da organização (programa interno)	37	50,7%
Indicadores: Monitoramento de indicadores	56	76,7%	Ações sociais e/ou de voluntariado empresarial com foco em diversidade	37	50,7%
Atração, recrutamento e seleção de candidatos diversos (ex: pré-requisito de short list)	55	75,3%	Programas de saúde e bem-estar dos colaboradores com foco na promoção da diversidade	36	49,3%
Programa de treinamento e desenvolvimento para líderes	53	72,6%	Atração, recrutamento e seleção mitigando vieses (ex: recrutamento às cegas, revisão de pré-requisitos)	33	45,2%
Diretriz / Política interna de diversidade	52	71,2%			

07 Anexos

LISTA COMPLETA DAS AÇÕES DOS PROGRAMAS DE DIVERSIDADE (2022)

AÇÕES DOS PROGRAMAS DE DIVERSIDADE 2022	#	%
Programas de formação e capacitação de pessoas externas à organização (para formar pessoas qualificadas, que podem ou não ser contratadas)	31	42,5%
Programa de treinamento e sensibilização para o conselho de administração da empresa	30	41,1%
Eventos para o público externo sobre o tema	28	38,4%
Benefícios específico para colaboradores pertencentes à um recorte de diversidade (ex: mulheres, casais homoafetivos, pessoas trans, etc.)	25	34,2%
Sistemas e produtos: ações para garantir um olhar inclusivo no desenho de sistemas, produtos e serviços da empresa	20	27,4%
Gestão de performance: ação para o senso de justiça e potencializar a diversidade nas decisões de promoção	20	27,4%
Gestão de desempenho: ação para mitigar vieses durante ciclos de avaliação de desempenho e carreira	19	26,0%
Programa de direitos humanos	17	23,3%
Remuneração variável voltada para o atingimento de objetivos / metas de diversidade	16	21,9%

	#	%
Práticas na cadeia de suprimentos (fornecedores e stakeholders externos) para potencializar a diversidade	16	21,9%
Programa de desenvolvimento: mentoria / coaching / sponsorship / job rotation para desenvolver grupos minorizados externos à organização (programa para pessoas externas)	11	15,1%
Outro	02	2,7%
Não sei informar	0	0,0%

Que tal conversar sobre os desafios da sua empresa?

Entre em contato com a gente e nos acompanhe nas redes sociais.

contato@blend-edu.com

 www.blend-edu.com

 [@blend_edu](https://www.instagram.com/blend_edu)

 [/Blend Edu](https://www.linkedin.com/company/Blend-Edu)

