ARTIGO

Por Débora Paiva coordenadora do curso Diversidade, equidade e inclusão e professora do MBA ESG e Impact, ambos da Trevisan Escola de Negócios

Diversidade importa e traz ganhos a longo prazo

Políticas de Diversidade, Equidade e Inclusão (DEI) ajudam a reproduzir ambientes corporativos mais acolhedores, criativos e, consequentemente, mais produtivos

Os programas de Diversidade, Equidade e Inclusão (DEI), adotados por muitas organizações em todo o mundo, sofreram impacto significativo na atuação de Donald Trump, ao assumir seu segundo mandato na Presidência dos Estados Unidos. O mandatário assinou uma série de decretos encerrando políticas governamentais na área, o que levou muitas empresas a tomarem o mesmo caminho.

O gesto foi em sentido oposto ao de outro presidente norte-americano, Lyndon Johnson, que, há quase 61 anos, assinou a Lei dos Direitos Civis, proibindo a discriminação com base em raça, cor, religião, sexo ou origem, inclusive, nos ambientes de trabalho, o que pode ser considerado o início da adoção de políticas de inclusão.

Mas temos que avaliar que o desengajamento das empresas aos programas de DEI antecede aos decretos de Trump, uma vez que as organizações não são diversas e inclusivas. Esse é o ponto.

Se fossem, ao entrar em qualquer empresa ou órgão público, encontraríamos um número representativo de mulheres, de pessoas negras, de pessoas com deficiência e de pessoas de diferentes orientações sexuais. Se a sociedade que está do lado de fora não consegue entrar, é porque há exclusão.

O boom dos programas de DEI, em todo o mundo, ocorreu em 2020, com a morte de George Floyd nos Estados Unidos, um homem negro assassinado por um policial branco, o que provocou forte pressão por maior diversidade, com reflexo direto na abertura de novos postos de trabalho com esse foco.

Esse movimento foi gerado pela comoção das imagens que horrorizaram a todos. Muitas empresas contrataram, mas não destinaram recursos, principalmente a longo prazo, para que os programas fossem estruturados. Por esse motivo, muitos fracassaram ao longo do tempo.

Um dos problemas para a inclusão corporativa está nos processos de seleção, que são enviesados e discriminatórios. Aqui no Brasil, as empresas focam em um só tipo de pessoa: aquela que desejam contratar. As Pessoas com Deficiência (PCDs), por exemplo, têm a contratação estabelecida por lei, mas muitas companhias descumprem a legislação e preferem pagar multa. Afinal, para contratar PCDs, é necessária adequação de acessibilidade do ambiente de trabalho.

Todo esse movimento em torno dos programas de DEI apontará duas situações. A primeira, marcada por empresas que agiram pela emoção, buscando ganhar a simpatia dos consumidores, ou apenas seguiram o exemplo de outras organizações ao promoverem ações nessa área — e que tendem a encerrar suas políticas. A outra, são as companhias que investiram na área por realmente acreditar no impacto da diversidade para a sustentabilidade do negócio — e assim continuarão agindo.

Esse segundo grupo manterá seus programas independentemente de governos, pois veem que seus ambientes diversos não repelem a geração Z, por exemplo. Ao contrário, criam um ambiente representativo e acolhedor para essas pessoas.

Um bom exemplo da incorporação da diversidade como estratégia de negócio é a mineração, que, ao longo do tempo, tem incluído mais mulheres e em posições de liderança. As empresas do setor perceberam o quanto as mulheres conseguem reduzir custos operacionais de equipamentos e de manutenção, por exemplo. Ao contrário dos homens, elas respeitam as datas de manutenção e param as máquinas, enquanto eles ultrapassam os limites e provocam a quebra dos equipamentos, gerando custos.

Com esses resultados, é um caminho sem volta. Ou seja, a mensuração dos resultados é um gatilho importante para a manutenção das políticas de diversidade. Mas existe o principal fator por trás de tudo isso: políticas de DEI ajudam a reproduzir dentro da empresa um retrato mais fiel das comunidades onde as empresas estão inseridas, com ambientes mais acolhedores, criativos e, consequentemente, produtivos. Aspectos que são decisivos para que negócios prosperem no longo prazo — e não apenas em períodos de quatro ou cinco anos.