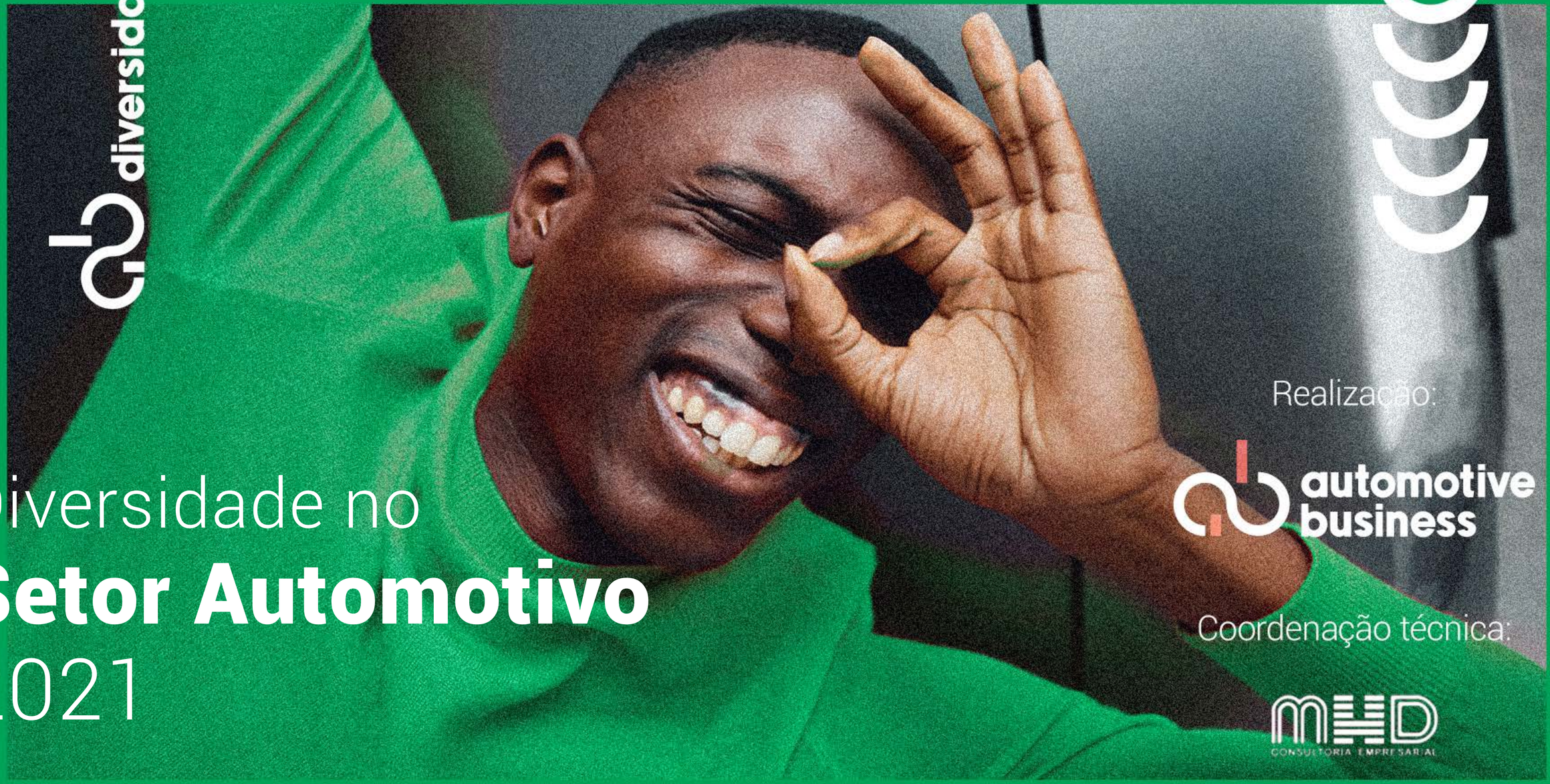
diversidade



Realização:

automotive business

Coordenação técnica:

MHD CONSULTORIA EMPRESARIAL

Diversidade no **Setor Automotivo** 2021

Diversidade no Setor Automotivo

Realização:

automotive business

Coordenação técnica:

MHD
MERCADO E DESENVOLVIMENTO

Diversidade no Setor Automotivo

PATROCÍNIO MASTER EXCLUSIVE

Itaú

PATROCÍNIO

Banco Mercedes-Benz

BASF
We create chemistry

BOSCH

Continental
1871 150 2021

EATON
Powering Business Worldwide

LEAR

MERITOR
RUN WITH THE BULL

TE connectivity

Caminhões
Ônibus

APOIO

CNH INDUSTRIAL

WISEHANDS
Tecnologia e Acessibilidade

APOIO INSTITUCIONAL

ANFAVEA

Índice

Apresentação 5
Universo pesquisado 6
Os números da diversidade 8
• Gênero 8
• Etnia 18
• Pessoas com Deficiência (PcD) 21
• LGBTQI+ 25
• Gerações 27

Liderança 28
• Perfil 28
• Engajamento em diversidade 31

Momento da diversidade nas organizações 33
• Relevância do tema 33
• Maturidade em relação ao tema 36
• Barreiras à evolução 39
• Metas e diretrizes 40
• Adesão aos WEPs – Princípios do Empoderamento da Mulher 43
• Impacto da pandemia 47

Investimento imediato, resultado demorado

Se há uma pauta que entrou para a agenda das empresas automotivas nos últimos anos é a necessidade de buscar mais pluralidade e inclusão. É o que mostra esta pesquisa Diversidade no Setor Automotivo, que está em sua terceira edição e mapeia empresas de toda a cadeia de valor – fornecedores de insumos, fabricantes de componentes, montadoras de veículos, concessionárias e os mais diversos elos desse ecossistema.

Por um lado, a pesquisa evidencia o maior engajamento das organizações com o tema. Do outro, no entanto, a dedicação ao assunto ainda não reflete na evolução dos números, na demografia das empresas automotivas. Apenas duas frentes evoluíram em relação à pesquisa anterior: a presença de pretos e pardos no quadro funcional das organizações e, de forma ainda mais singela, a participação de pessoas com deficiência.

Enquanto isso, a presença feminina segue estacionada, inclusive com leve declínio na comparação com os resultados de 2019. O mesmo acontece com o trabalho de inclusão de profissionais de diferentes gerações. A demora para que a mudança aconteça pode ser em parte justificada pela crise enfrentada pelo segmento, que precisará de mais tempo do que outros setores para superar o baque da pandemia.

Também entra nessa conta a baixa rotatividade dos trabalhadores da indústria automotiva, que costumam ficar na mesma empresa por períodos mais longos do que profissionais de uma série de outros segmentos.

Independentemente do motivo, esta pesquisa deixa claro que muitos passos foram dados para tornar as empresas mais representativas da sociedade, mas há enormes oportunidades para novos saltos nos próximos anos.

Sempre em frente. O importante é caminhar.

Boa leitura!

Automotive Business

MHD Consultoria



Diversidade: aqui, cada estrela ajuda a roda a girar.

Banco Mercedes-Benz

Uma empresa Daimler

Universo pesquisado

O estudo Diversidade no Setor Automotivo 2021 traz o panorama do tema diversidade e inclusão dentro das empresas do setor a partir de cinco eixos: gênero, etnia, pessoas com deficiência (PcD), comunidade LGBTQI+ e gerações – considerando tanto os profissionais maduros quanto os jovens.

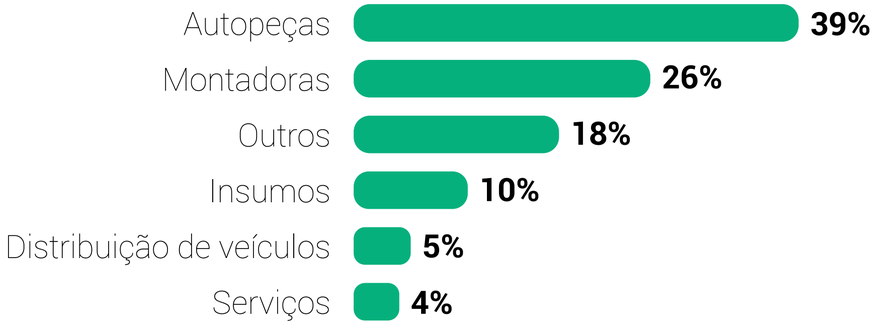
Nesta terceira edição do estudo participaram 84 empresas, sendo 55% de grande porte, 32% de médio e 13% de pequeno porte. Para trazer representatividade do segmento, o levantamento abrange os diferentes elos do ecossistema automotivo, com as fornecedoras de autopeças como o maior volume de respondentes, seguidas das montadoras – algo que expressa a própria distribuição das empresas na indústria automotiva.

Cada organização entregou uma resposta oficial do questionário por meio de sua área de recursos humanos. O estudo tem índice de confiança de 95% e, neste ano, mostra a evolução em relação às pesquisas anteriores, realizadas em 2017 e 2019.

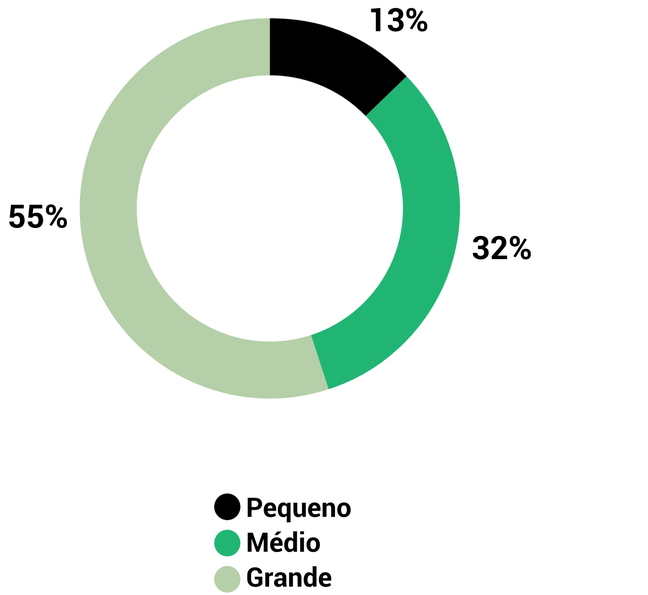


84 empresas participantes

Setor de atuação das empresas



Porte das empresas respondentes



EMPOWERED by difference

BE YOU, WITH US.



CNH INDUSTRIAL.
NOSSO AMBIENTE DE TRABALHO VALORIZA E ESTIMULA A CULTURA DA DIVERSIDADE E INCLUSÃO.

Temos promovido na CNH Industrial um ambiente mais diverso com respeito às diferenças, pois esse é um dos papéis sociais da nossa empresa. Assim, estamos empenhados em construir equipes cada vez mais diversas, inclusivas e livres de preconceitos.

A DIVERSIDADE EM NÚMEROS:

Presente em **180** países

17 idiomas

5% dos colaboradores no Brasil são pessoas com deficiência

16% da liderança no Brasil é feminina

OBJETIVOS ATÉ 2024:

+50% vs 2019 – número de mulheres gerentes

+15% a cada ano – número de mulheres envolvidas em iniciativas de liderança

100% número de colaboradores administrativos capacitados em Diversidade e Inclusão

CASE IH AGRICULTURE · CASE CONSTRUCTION · NEW HOLLAND AGRICULTURE · NEW HOLLAND CONSTRUCTION · IVECO · IVECO BUS · MAGIRUS · IVECO DEFENCE VEHICLES · FPT POWERTRAIN TECHNOLOGIES · CNH INDUSTRIAL CAPITAL

CNH INDUSTRIAL

Os números da diversidade

Gênero

Há um claro aumento de engajamento das empresas em políticas afirmativas para aumentar a diversidade internamente. Ainda assim, os dados não mostram evolução quando se trata da presença feminina. Desde 2017, a participação feminina está estacionada em torno de 20% no quadro de colaboradores do setor automotivo – em 2021 houve, inclusive, leve queda na comparação com 2019.

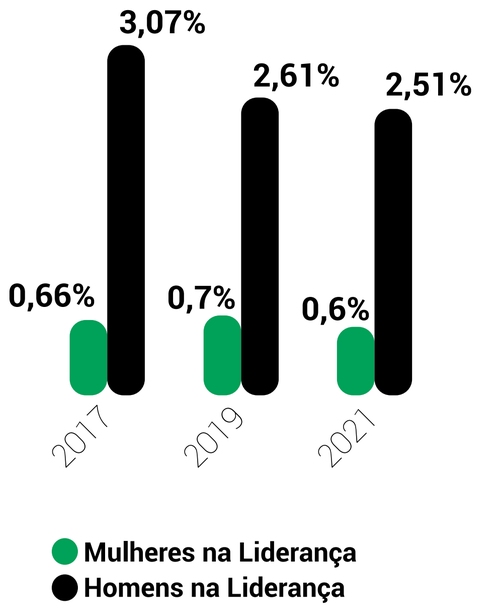
A representatividade na liderança é ainda menor. Atualmente, apenas 16% das cadeiras de conselho são ocupadas por mulheres. Elas estão em somente 12% das posições de vice-presidência e presidência das empresas automotivas.

O funil hierárquico revela que a maior equidade entre homens e mulheres está nas posições de aprendizes (47%), trainees e estagiários (49%). A desigualdade aumenta significativamente conforme a possibilidade de ascensão profissional: nos cargos de gerência e supervisão as mulheres são 20%. Na diretoria, apenas 16%.

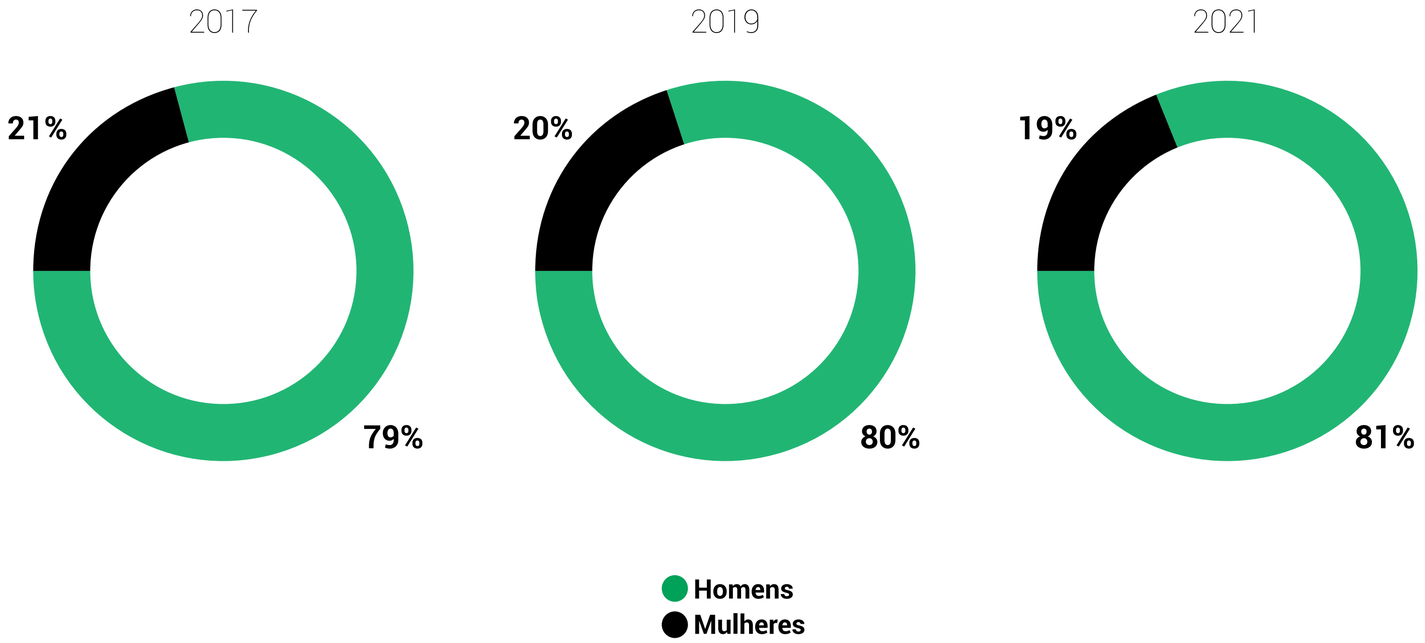


Representatividade na liderança

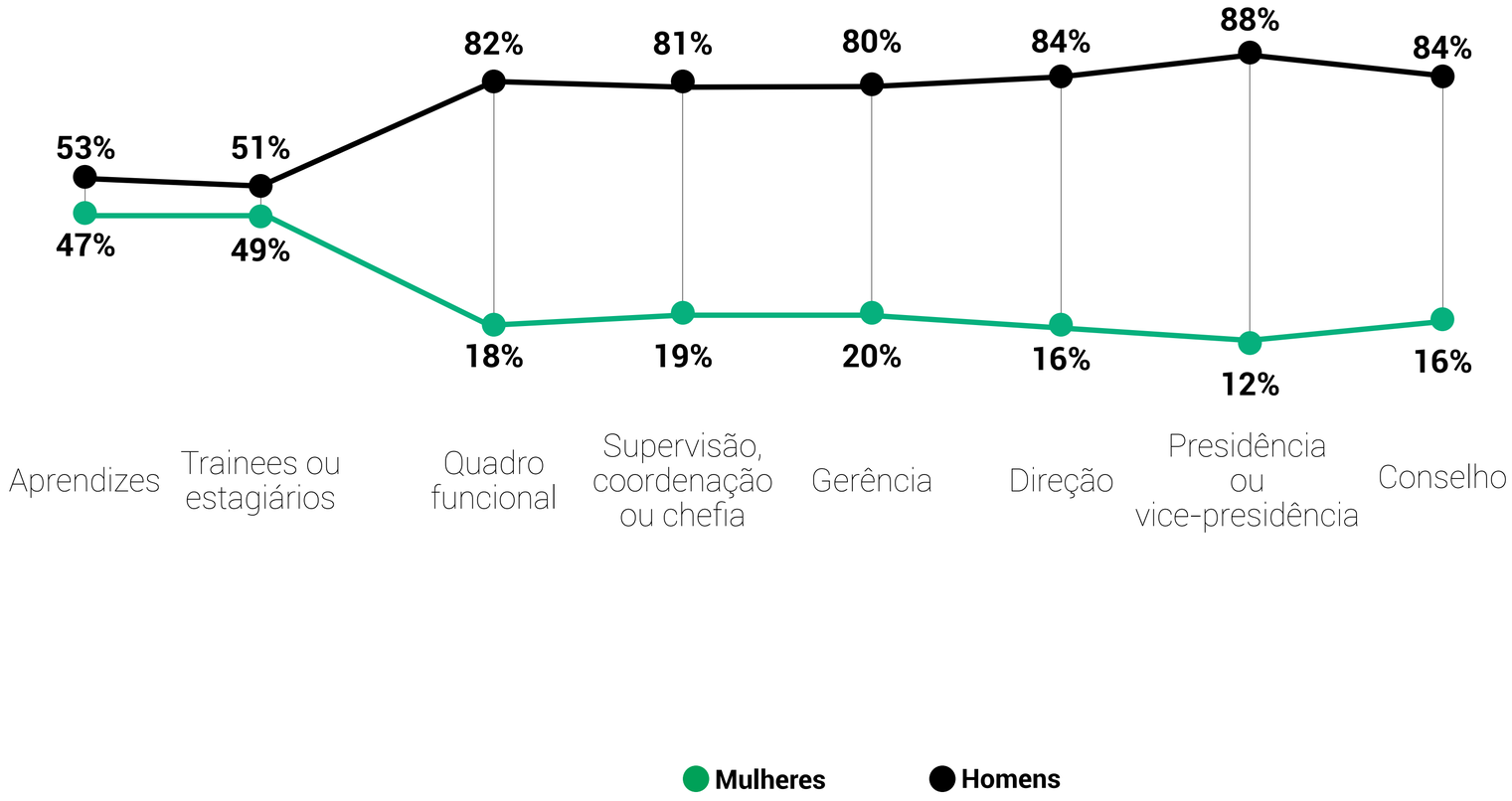
Porcentual de homens e mulheres na liderança em relação ao total de colaboradores



Quadro de colaboradores por gênero



Funil hierárquico - gênero - 2021



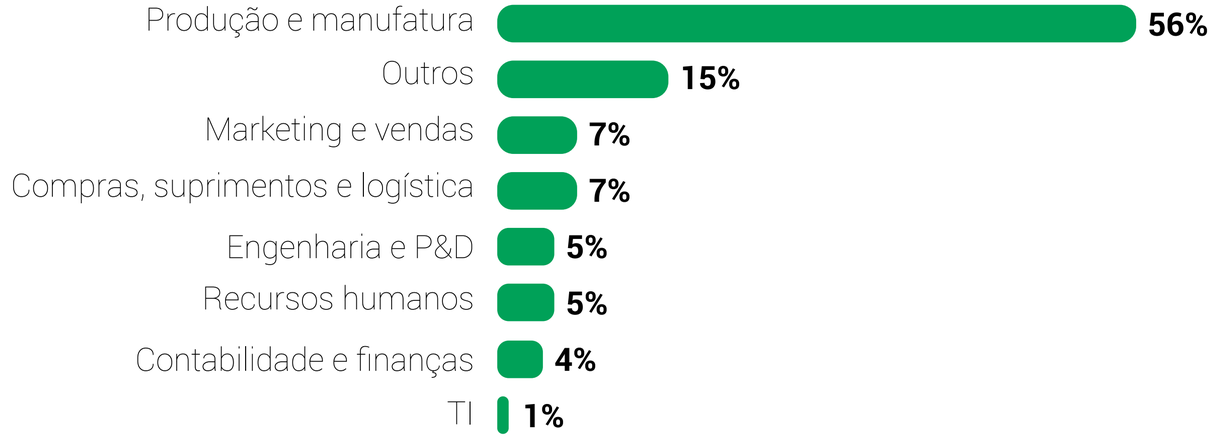
Onde estão as mulheres?

Quando analisada por área de atuação, a maior participação feminina continua sendo nas áreas de produção e manufatura – que empregam o maior volume de colaboradores do setor automotivo. De todas as profissionais empregadas no segmento, 56% atuam nas linhas de produção.

Em seguida, com porcentual bem menor, aparecem as áreas de marketing e vendas, seguidas por compras, suprimentos e logística, onde se concentram 7% das mulheres do setor automotivo. Enquanto isso, outras áreas estratégicas, como engenharia e TI, empregam apenas 5% e 1% da força de trabalho feminina, respectivamente.

Tais números evidenciam que ainda falta às empresas desenvolver massivamente programas estruturados para acelerar carreiras femininas, como mentoria para formar lideranças e metas para aumentar a equidade entre homens e mulheres.

Distribuição da força de trabalho feminina no setor automotivo



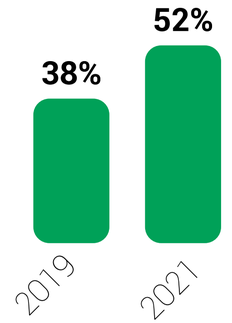
Desigualdade salarial ainda é desafio

Com base em informações sobre remuneração de funcionários, a pesquisa mostra que a média salarial feminina é 15% inferior à masculina. Houve evolução em relação à edição de 2019 do estudo, quando a média das mulheres era 23% menor do que a dos homens.

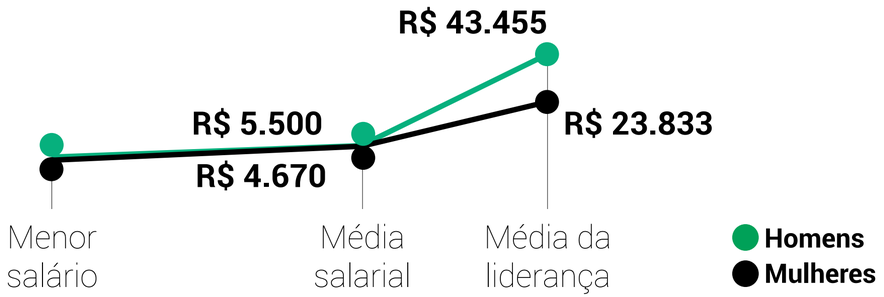
Na liderança, essa diferença é ainda maior: de 45%. A desigualdade de remuneração é uma barreira para melhorar a atratividade, a inclusão e a retenção de talentos femininos, principalmente nos cargos de decisão.

E, mesmo diante de um cenário tão desequilibrado, atualmente apenas metade das empresas do setor tem ações para reduzir a desigualdade salarial entre os gêneros. Em 2019, a adesão a esse tipo de política afirmativa era ainda menor, com apenas 38% das organizações com iniciativas nesse sentido.

Empresas que adotam ações para reduzir desigualdades salariais



Amplitude salarial por gênero - 2021



A remuneração de homens e mulheres nos cargos de estagiário, trainee ou jovem aprendiz e supervisão são equilibradas, resultado similar ao de 2019.

Na gerência, a faixa salarial mais alta (entre R$ 20 mil e R$ 30 mil) tem maior concentração de profissionais do gênero masculino, o que significa que eles são mais bem pagos no cargo. O ponto positivo é que em 2021 42% estão na faixa mais alta de remuneração contra 22% do estudo feito em 2019.

Na posição de vice-presidente ou presidente a curva salarial do gênero masculino é mais acentuada nas melhores remunerações, o que significa que enquanto quase 70% das mulheres ganham até R$ 60 mil, 67% dos homens recebem acima desse valor.

Na liderança, o salário médio das mulheres é **45%** inferior ao dos homens

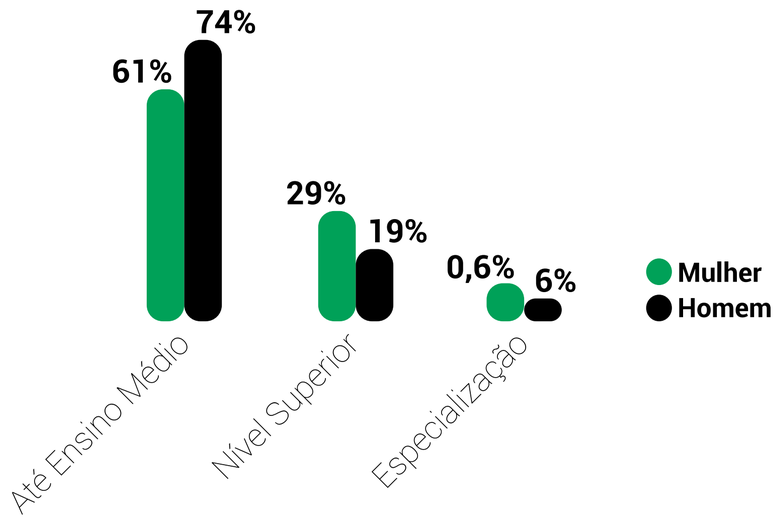
A média salarial feminina é **15%** inferior à masculina

Mulheres investem mais em educação

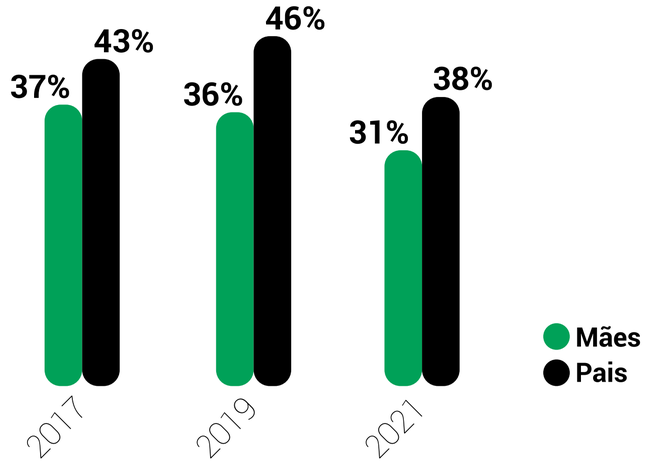
Apesar da baixa representatividade feminina na liderança, elas têm se preparado mais do que os homens para ascender profissionalmente. Elas estudam mais: 10% da força de trabalho feminina têm especialização, enquanto apenas 6% dos homens chegam a esse nível de escolaridade. No nível superior, 29% delas têm diploma contra 19% dos profissionais do sexo masculino.

Apenas **26%** das empresas têm medidas para reter mulheres após a licença maternidade

Escolaridade por gênero



Colaboradores com filhos no setor automotivo





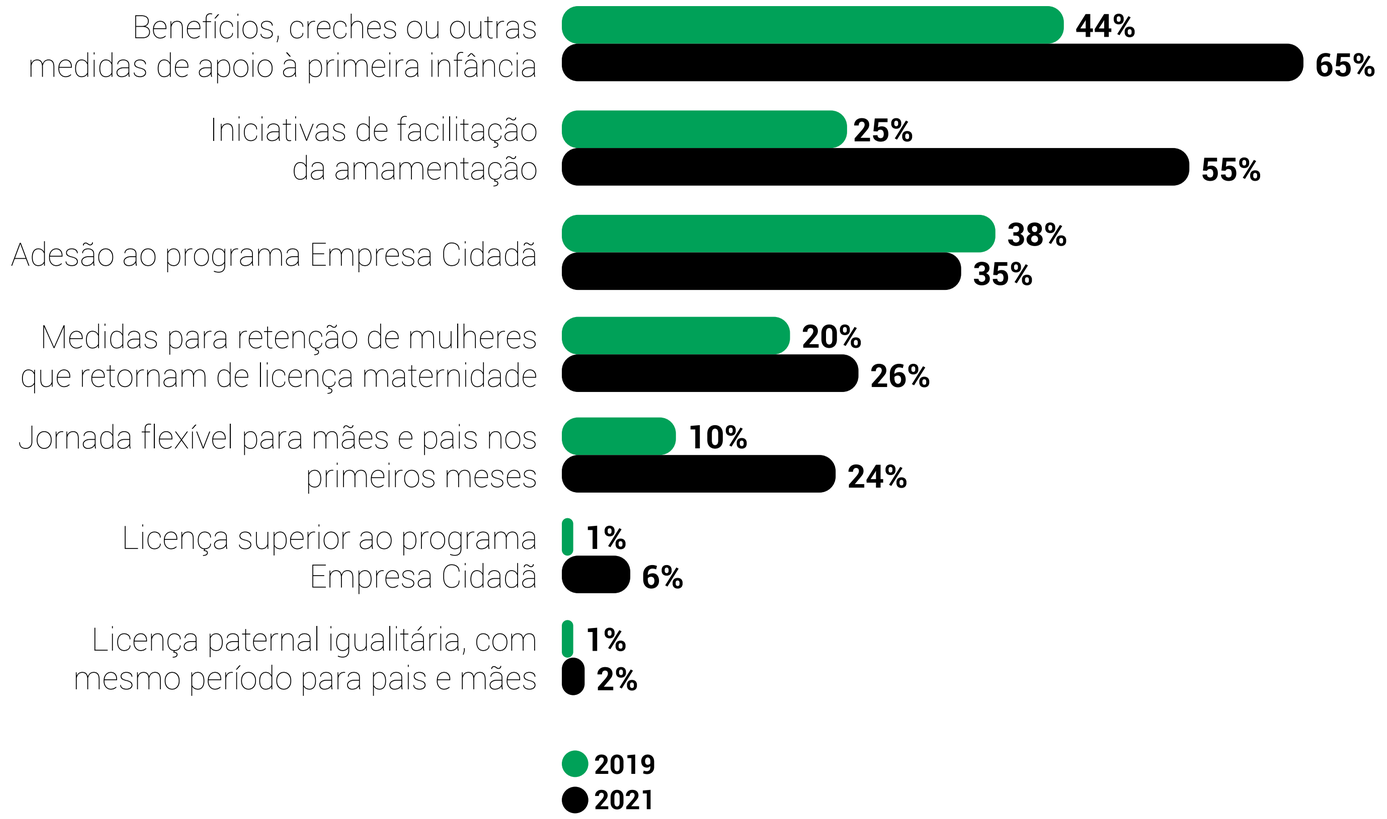
Normalmente a mulher é menos arrojada tanto na hora da contratação quanto na hora de pedir aumento. Uma coisa que temos feito é não perguntar o último salário delas na contratação, a oferta é a do salário da empresa e pronto. Todos os anos temos esse esforço de olhar para o salário de homens e mulheres. Se não monitoramos, em pouco tempo essa desigualdade se abre e elas voltam a ganhar menos.

Letícia Mendonça, diretora da unidade de catalisadores da Basf

Homens permanecem por mais tempo nas empresas

O gênero também influencia no tempo de casa; a maior parte dos homens permanece na mesma organização por mais de 6 anos, enquanto as mulheres ficam na empresa por até 5 anos. Esse fator também pode ser uma das razões que contribuem para a desigualdade salarial visto que a remuneração leva em conta o tempo de casa.

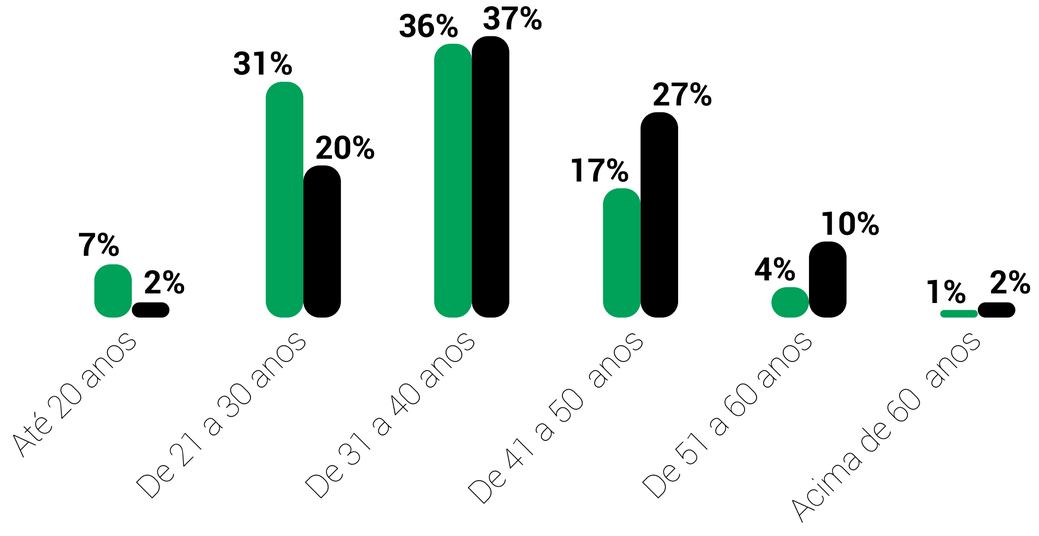
Ações para equilíbrio da vida pessoal e profissional



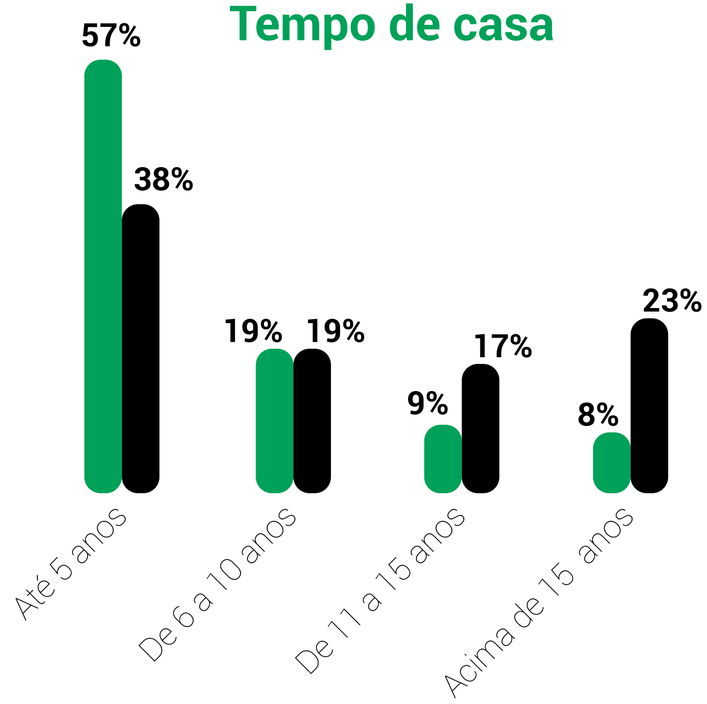
**Programa que concede benefícios fiscais para empresas que oferecem aos funcionários o prolongamento das licenças parentais para 6 meses, no caso das mulheres, e 20 dias, no caso dos homens*

O perfil etário por gênero do setor automotivo se manteve igual nos últimos dois anos. É observada a prevalência do genêro feminino até a faixa dos 30 anos (36%). A partir dos 31 anos, a presença feminina decresce mais acentuadamente do que a do gênero masculino. Na faixa etária de 41 a 50 anos, os homens são 27% e as mulheres 17%.

Faixa etária x gênero 2021



Tempo de casa



Continental
The Future in Motion

A tecnologia alemã
que conecta você
ao seu próximo
destino.



Há 150 anos fazendo com
que você se preocupe só
em quando chegar e não
com o trajeto.

www.continental.com/en

Etnia

De 2019 para 2021 houve evolução significativa no eixo etnia: o número de colaboradores do setor que se autodeclaram negros mais que dobrou, passando de 9,8% para 14,6%, o que representa aumento de 138% no período.

O avanço, no entanto, não é suficiente para mudar o perfil da liderança, majoritariamente branca e masculina. Apenas 8% dos profissionais em cargos de gerência são negros, em posições de direção são apenas 6% e, em posições de presidência e vice-presidência, apenas 2%.

Apenas **8%** das empresas têm metas para a presença de pretos e pardos no quadro funcional





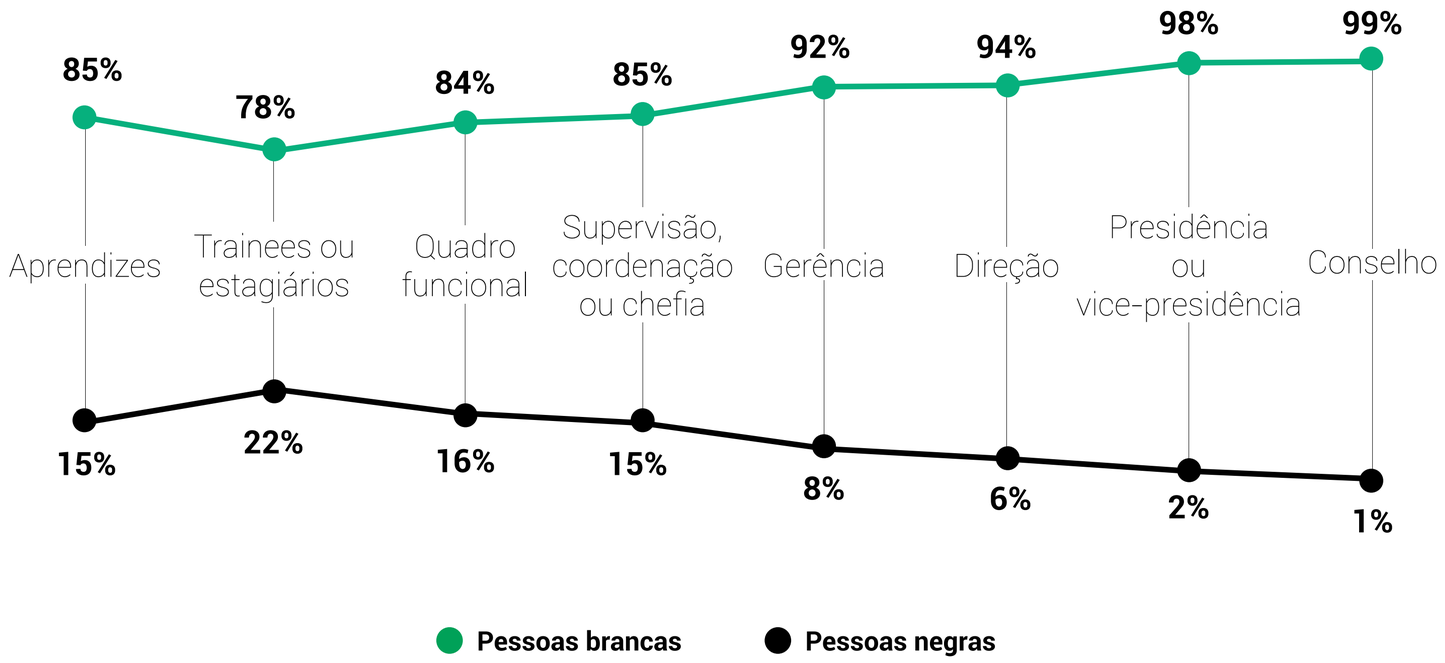
Quando iniciamos o trabalho na Lear, percebemos que a temática racial foi a mais desafiadora, mas durante a pandemia conseguimos potencializar. Lançamos agora o nosso programa de estágios voltados para negros para começar a formar a base e transformar a liderança no futuro.

Elaine Reis, gerente de recursos humanos e líder de diversidade e inclusão da Lear

Um fator positivo é que o grau de maturidade das empresas automotivas no eixo etnia foi o que mais evoluiu em dois anos. Em 2019, 52% das empresas não tinham ações voltadas para a contratação e a inclusão de pessoas negras. Em 2021, 31% das empresas têm programas estruturados e 41% estão no estágio inicial das ações.

Sem um esforço efetivo das organizações, as perspectivas para diminuir essa desigualdade são baixas. Apenas 31% do setor avaliam que a contratação e promoção de pessoas negras deverá melhorar no período pós-pandemia. Para 55%, o cenário ficará igual e 13% avaliam que pode piorar.

Funil hierárquico - etnia - 2021



17% das organizações têm metas para a participação negra em cargos de liderança

Mobilidade urbana: um compromisso Itaú com você e com a cidade.

Transformamos a sua relação com a sociedade através da mobilidade urbana. Por isso, nosso propósito é viabilizar o acesso das pessoas às diferentes soluções de mobilidade conforme suas necessidades.

Conheça algumas iniciativas!

- Financiamento de veículos
- ConectCar
- Aluguel de carros
- Vec Itaú
- iCarros

saiba mais



Pessoas com deficiência (PcD)

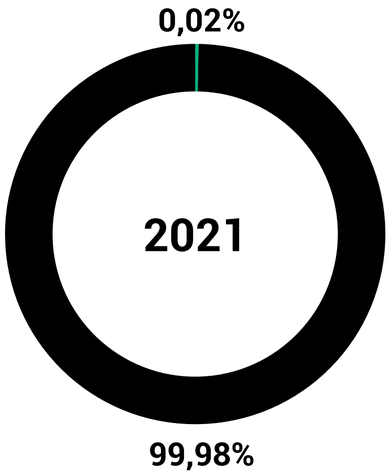
As Pessoas com Deficiência (PcD) representam apenas 3,9% dos colaboradores do setor automotivo, com aumento em relação aos 3,1% registrados no estudo de 2019. Ainda assim, muitas empresas admitem ter dificuldade até mesmo para cumprir a Lei de Cotas (nº 8.213/91), que prevê que companhias com mais de 100 funcionários garantam uma parcela das vagas a PcDs.

A maioria desses profissionais (81%) está concentrada nas áreas produtivas do setor automotivo. Em 2019, esse percentual era de 77%. O estudo atual mostra também que 16% de PcDs atuam em áreas administrativas, número menor que os 21% registrados anteriormente.



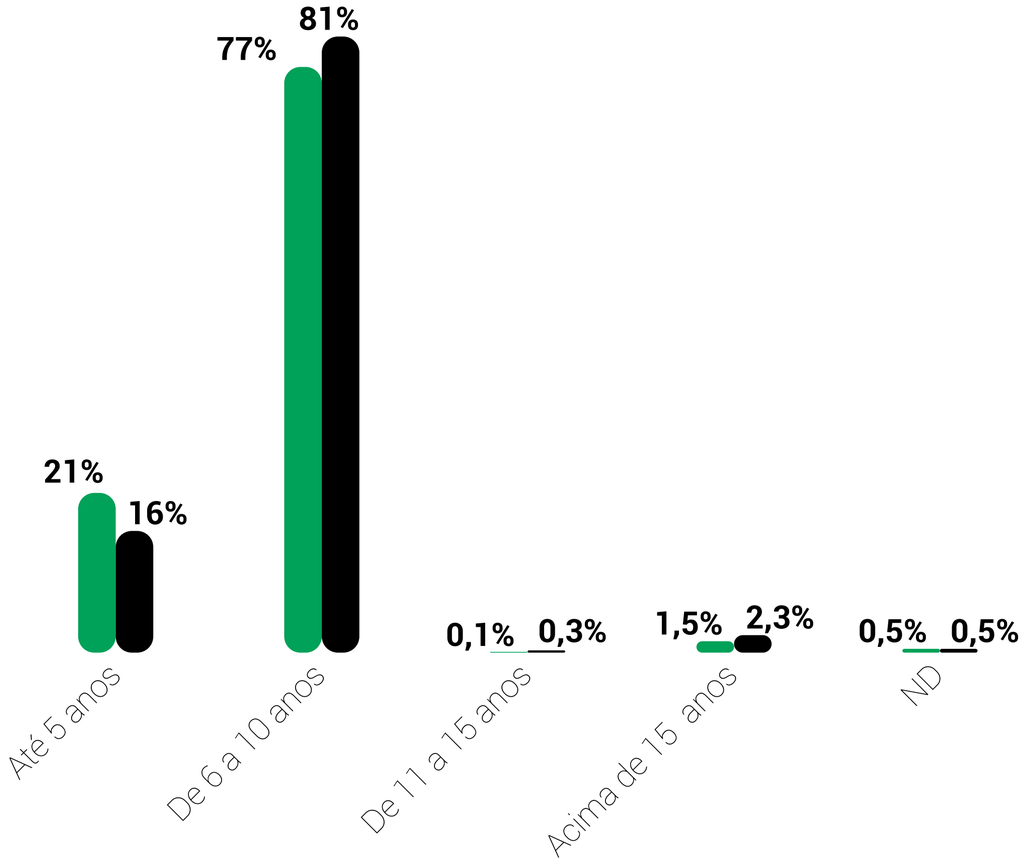
Na liderança, a presença de colaboradores com deficiência é muito baixa: 2,3% atuam em cargos de supervisão, enquanto na alta liderança (gerência até conselho) o número é de apenas 0,5%. Em relação ao número total de PcDs do setor, o percentual daqueles na liderança é praticamente nulo: apenas 0,02%.

PcDs na liderança X total de colaboradores



PcDs na liderança
Total de colaboradores em 2021

PcDs por faixa etária

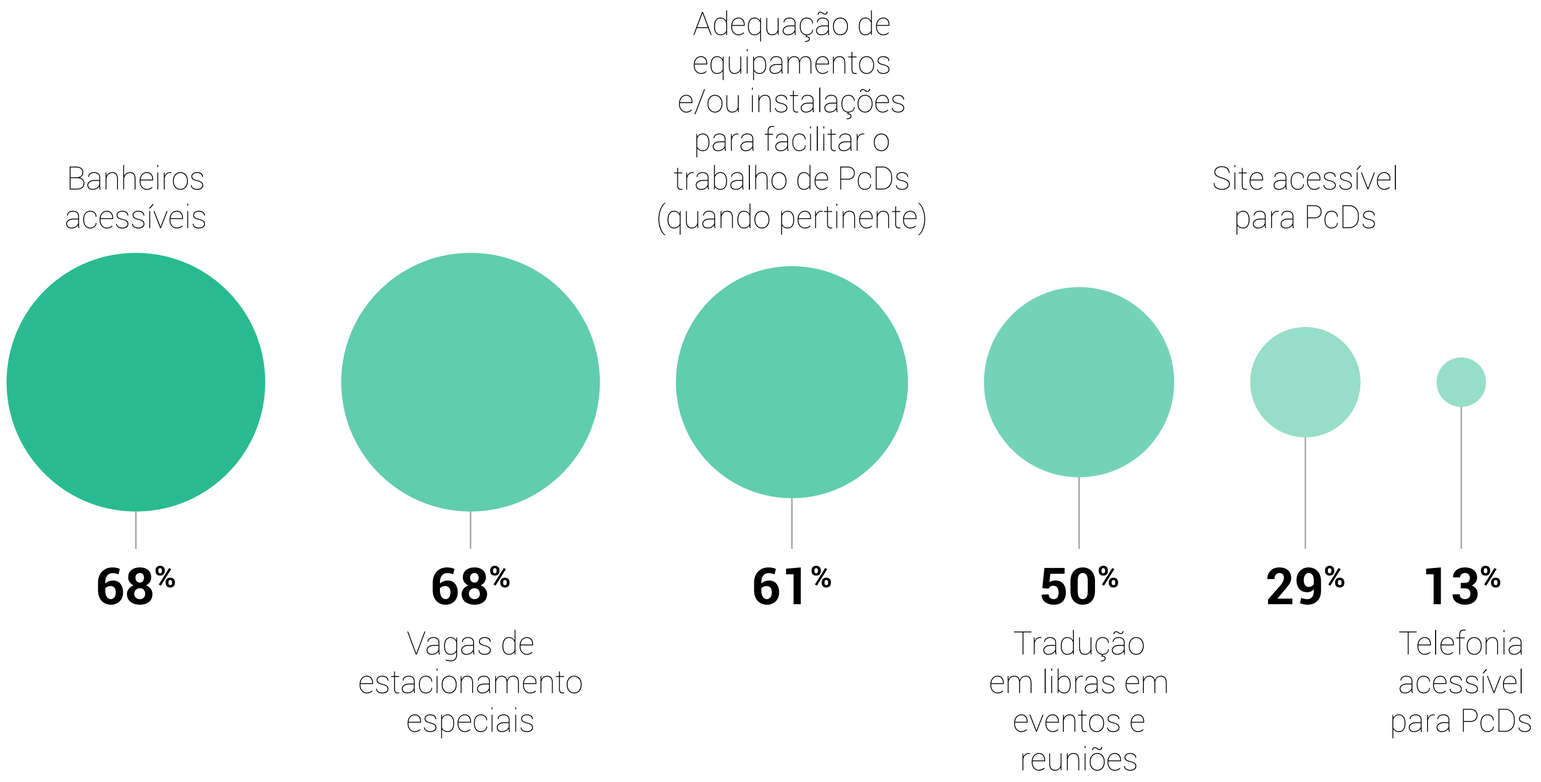


A Lei de Cotas (Nº 8.213/91) é uma conquista importante que reflete nas ações das empresas nesse eixo. Metade do setor tem programas estruturados para o eixo PcD e 34% têm ações pontuais.

É notável que a legislação obriga as empresas a contratar colaboradores com deficiência e a ter programas estruturados para esse público, mas ao observar a liderança fica claro que poucas organizações fazem além do exigido por lei.

As ações para a inclusão de PcDs são bastante presentes nas empresas do setor automotivo. Em quase 70% há banheiros acessíveis e vagas especiais de estacionamento. Com a pandemia, em 2021, a tradução em libras de eventos e reuniões foi citada pela primeira vez por metade das empresas.

Ações para a inclusão de PcDs





Não tenho dúvida do esforço das empresas nessa jornada longa, mas acho que nós do setor automotivo temos atuado muito em sensibilizar, mas pouco para transformar os números, de fato. Metas são fundamentais e funcionam. São necessárias para não demorarmos muito para evoluir.

Ana Cláudia Oliveira,
vice-presidente de RH, Continental



Diversidade:
aqui, cada estrela
tem seu brilho
e tudo Benz.

Mercedes-Benz

LGBTQI+

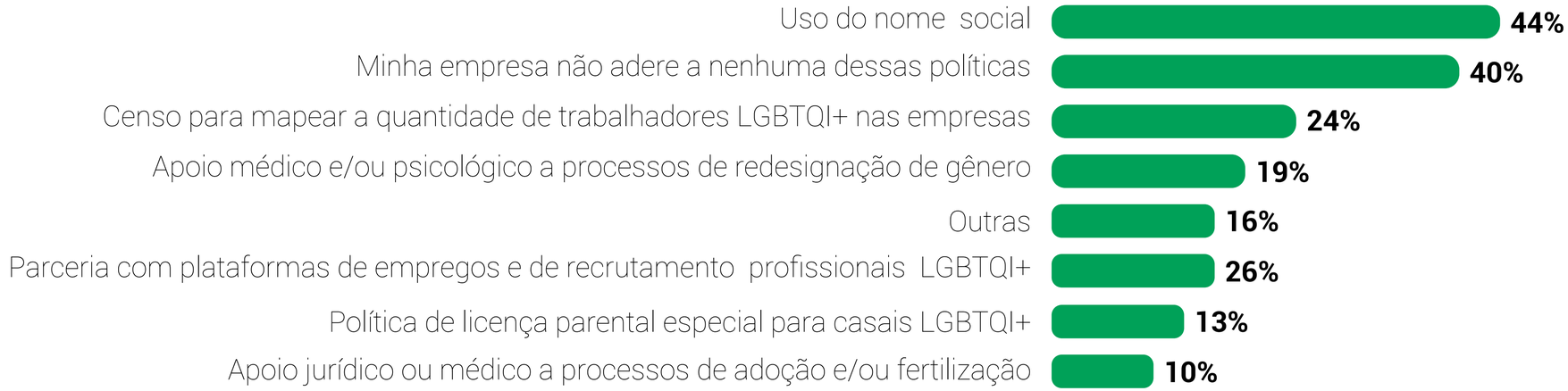
A inclusão de pessoas LGBTQI+ ainda é um desafio no setor automotivo. Esse grupo é o que tem a menor quantidade de ações e projetos afirmativos nas empresas: apenas 22% das organizações contam com programas estruturados, enquanto 47% têm ações pontuais e 32% não têm nenhuma iniciativa voltada à inclusão esse público.

Dentre as políticas apontadas, a mais citada é o uso do nome social, adotada por 44% do setor. O número, no entanto, é sinal de alerta visto que não atinge nem metade das organizações e o uso do nome social é um direito garantido por lei. O apoio médico e/ou psicológico a processos de redesignação de gênero é oferecido em 19%. Com isso, é possível observar que a população transgênero ainda sofre com barreiras no setor.

Poucas empresas contam com metas para atrair colaboradores LGBTQI+. Para a liderança, 5% das organizações têm metas, enquanto para o quadro funcional apenas 3%. Em 47% das empresas automotivas não há diretrizes, nem metas para esse eixo da diversidade.



Políticas para profissionais LGBTQI+



Novo Volkswagen e-Delivery

O primeiro caminhão 100% elétrico produzido no Brasil.

CONHEÇA



Caminhões Ônibus

Gerações

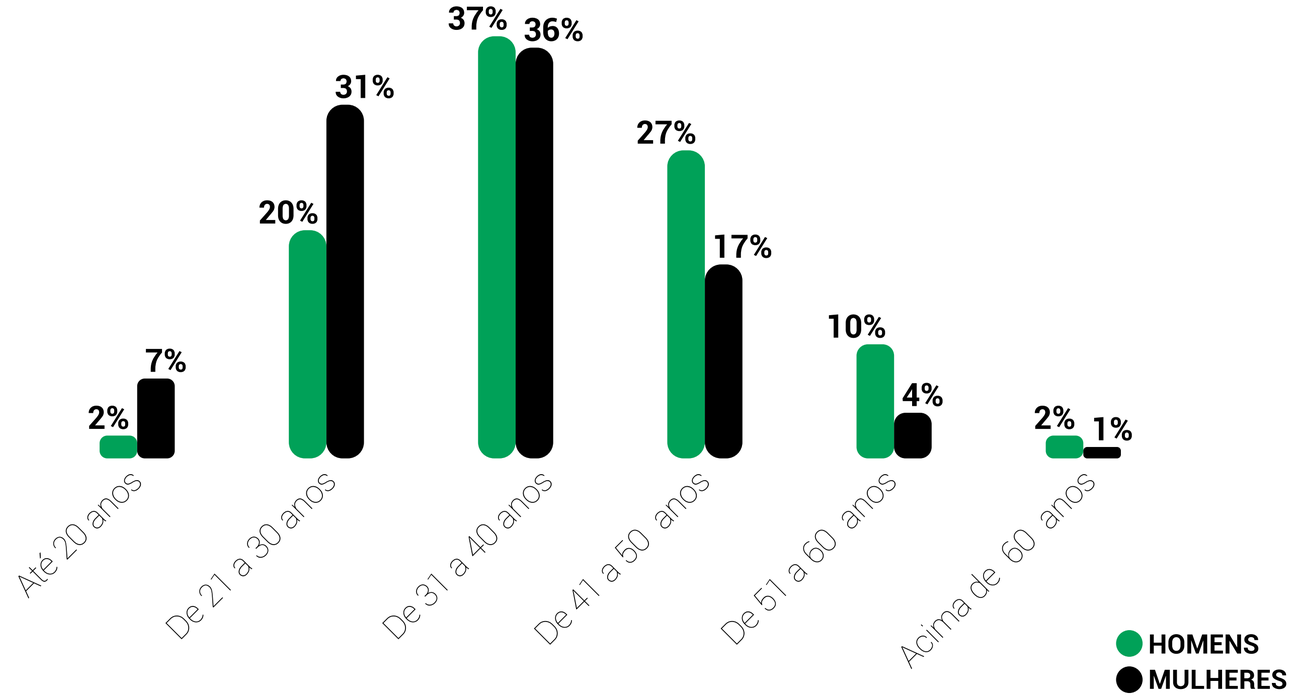
O estudo aponta ainda que há forte declínino dos profissionais com mais de 50 anos no setor automotivo, principalmente no gênero feminino, que tem 5% de repreesentatividade nessa faixa etária, enquanto os homens representam 12%.

Os profissionais 50+ são pouco lembrados pelas empresas: 63% delas não têm diretrizes ou metas para a inclusão de talentos maduros. Em relação aos jovens aprendizes, 39% das empresas têm metas para o quadro funcional.

De 2019 a 2021, foram pequenos os avanços nas ações internas nessa frente. Os programas estruturados para a inclusão de diferentes gerações estão presentes em 28% das empresas – em 2019 eram 25%. Enquanto isso as ações pontuais passaram de 34% para 41%.

Observa-se também um ponto de alerta no eixo gerações: o desenvolvimento de ações para grupos distintos de jovens e de talentos 50+ na pandemia, que impactou negativamente programas de estágio e trainee, enquanto os profissionais 50+ tornaram-se mais vulneráveis por serem parte do grupo de risco da Covid-19, além da sua maior dificuldade no uso de tecnologias durante a jornada de trabalho home office imposta pelo isolamento social.

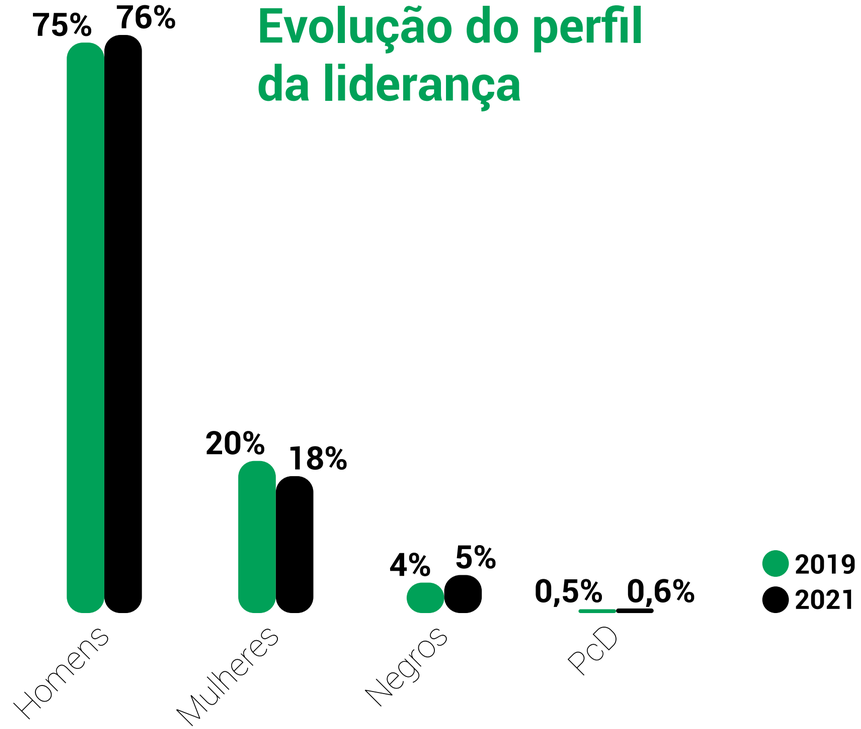
PcDs e áreas de atuação



Liderança

O perfil da liderança do setor automotivo pouco mudou nos últimos dois anos: é majoritariamente formada por pessoas brancas do gênero masculino, sendo 76% dos tomadores de decisão. Entre 2019 e 2021, o percentual de mulheres caiu de 20% para 18%. Enquanto isso o crescimento de lideranças negras foi para 5% e de PcDs foi 0,6%.

Evolução do perfil da liderança







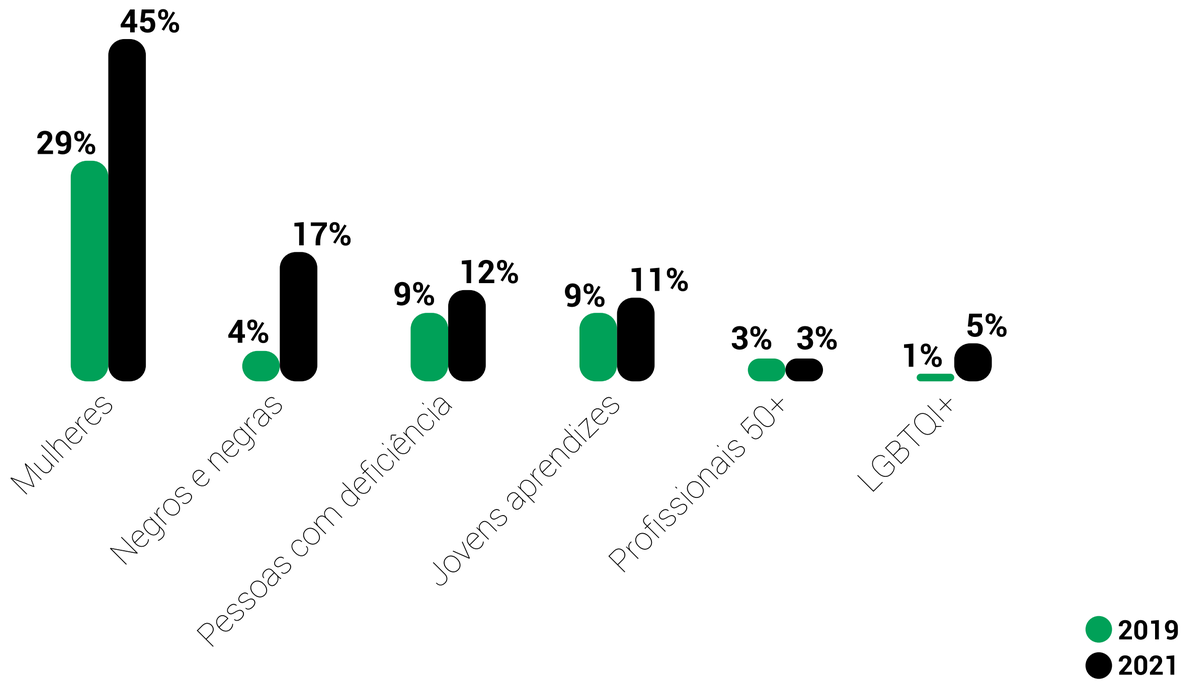
“O debate precisa estar com o business também. Temos conversado com algumas lideranças da empresa para falar dos desafios e do que não está sendo feito para avançarmos, discutir melhor as causas e alternativas. É uma desconstrução de paradigmas e isso tem que ser feito com velocidade. O problema está na base. Por isso, começamos a trabalhar nas bases nos estágios e trainees: trouxemos a diversidade em 80% dos últimos aprovados, mas foi um esforço.”

Leonardo Barbosa, head de gestão e desenvolvimento de talentos, diversidade e inclusão e design organizacional para a América do Sul na Stellantis

O fator preocupante é que há poucas perspectivas de evolução no perfil das lideranças, visto que apenas nos eixos gênero e PcD há um grande porcentual de empresas com programas estruturados ampliar a participação desses grupos no topo da hierarquia. A situação é ainda agravada porque, no contexto de crise, há baixa perspectiva de contratação e promoção nas empresas automotivas nos próximos anos.

Na maioria das organizações há mais diretrizes do que metas de D&I (Diversidade e Inclusão) para os cargos de liderança, sendo que para gênero, o mais presente nas empresas, apenas 45% possuem metas para aumentar o número de mulheres nos cargos mais elevados. De 2019 para 2021, o número de empresas que oferecem mentoria, capacitação ou programa de desenvolvimento para lideranças femininas aumentou de 19% para 40%, mas ainda assim o total de empresas envolvidas está aquém do ideal.

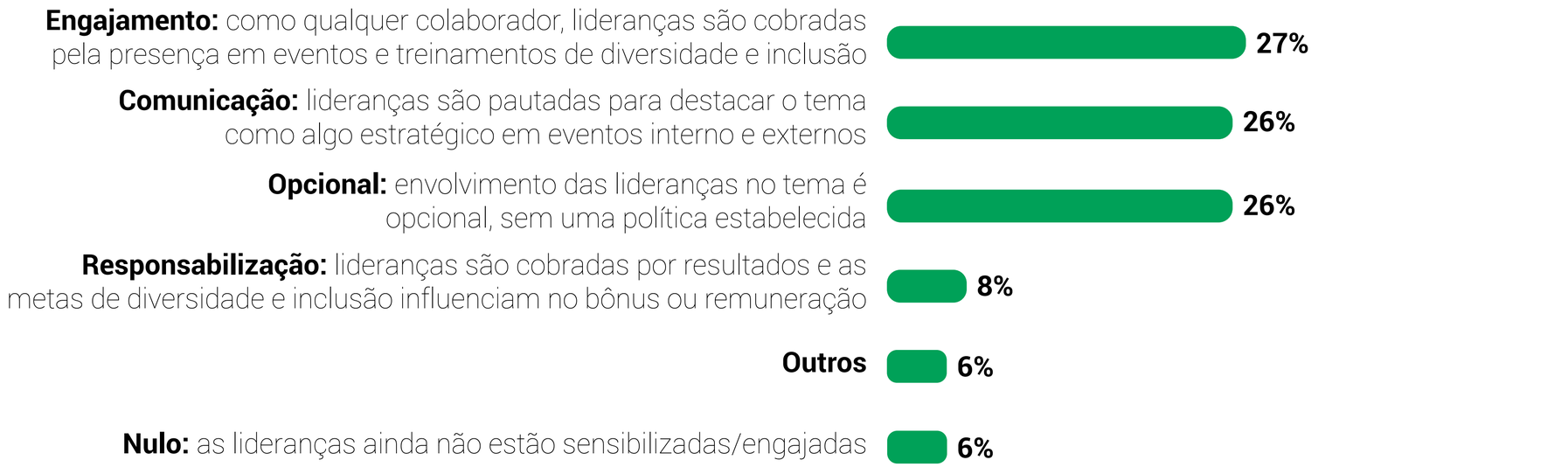
Metas para a liderança



O papel das lideranças na diversidade

O engajamento das lideranças com D&I também precisa evoluir. Apenas 8% das empresas atrelam a performance em diversidade como parte dos resultados do executivo ou executiva, com influência no bônus ou outras remunerações. Entre as empresas participantes da pesquisa, 6% admitem que não contam com lideranças engajadas ou sensibilizadas com D&I.

Engajamento de lideranças no tema





É uma dor da empresa quando não há engajamento da liderança. Na Continental sentimos necessidade de fazer um trabalho mais aprofundado porque tínhamos diretores e executivos genuinamente comprometidos e outros com baixo interesse. Neste ano, colocamos 60 executivos para trabalhar a liderança humanizada e suportar a questão da diversidade com uma consultoria especializada com o objetivo de ter um time de liderança 100% comprometido. É um valor e não abrimos mão disso.

Ana Cláudia Oliveira, vice-presidente de RH, Continental

Momento da diversidade nas organizações



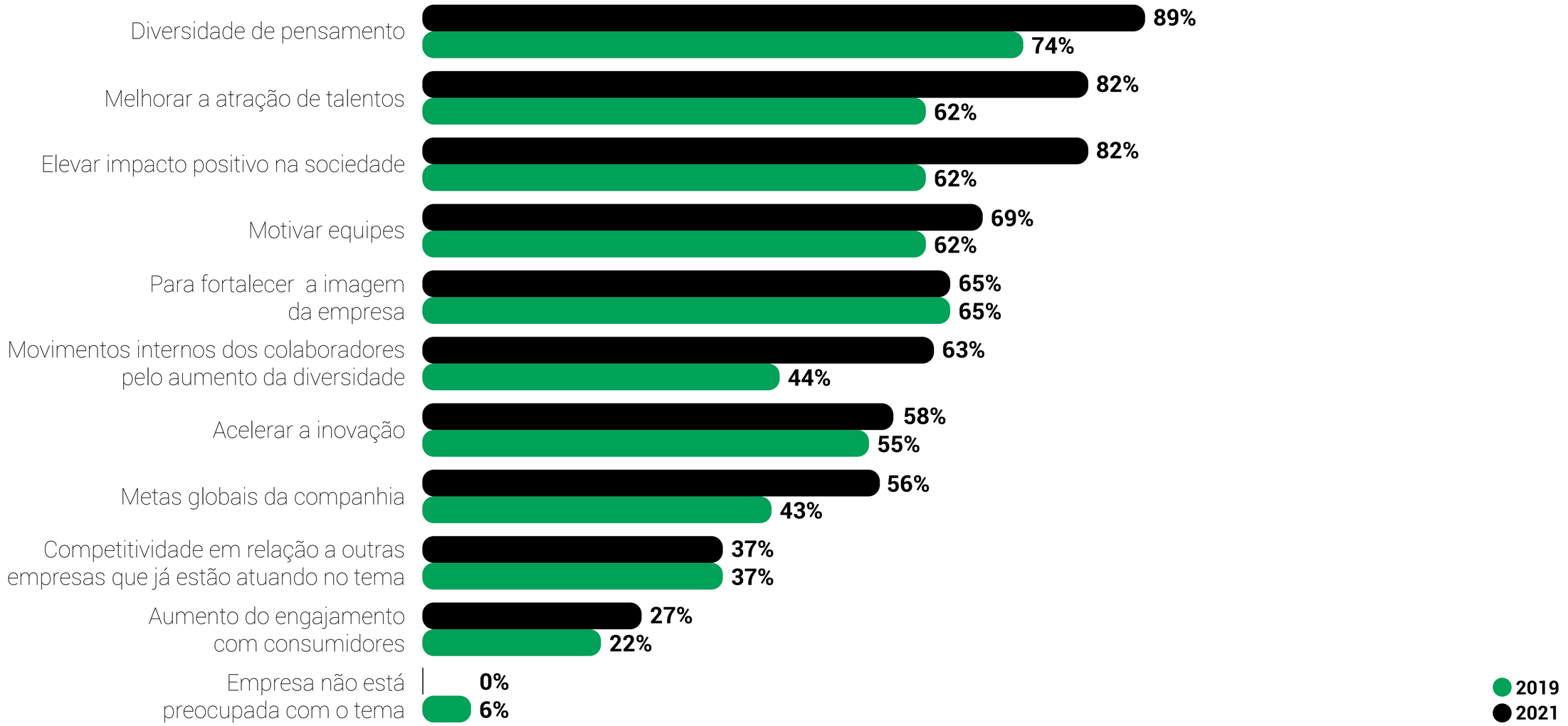
Relevância do tema

O assunto diversidade e inclusão ganhou relevância na agenda das empresas automotivas nos últimos anos. Para quase 90% do setor, a principal razão para investir em D&I é ter diversidade de pensamento dentro da organização. Melhorar a atração de talentos e elevar o impacto positivo na sociedade também são motivações para 82%.

Entre 2019 e 2021, o movimento interessante é que nenhuma empresa disse não se preocupar com o tema, ao mesmo tempo em que todas as motivações ganharam relevância nesses dois anos.

As demandas internas dos colaboradores em prol do aumento da diversidade cresceram. O tema também ganhou mais relevância nas metas globais das empresas. Em 2019, 43% das companhias citavam o motivo; agora, são 56%.

Por que a diversidade importa na empresa?





“Talvez o setor automotivo ainda não sinta as polêmicas e demandas relacionadas à D&I porque parte das empresas do segmento não trabalha com o público final, mais amplo, mas vamos começar a sentir porque a diversidade é um caminho sem volta. Não vamos mudar de uma hora para outra, mas precisa ser feito. É essencial fortalecer a cultura e a inclusão dentro das empresas, falar sobre os desafios, medir e estabelecer metas.”

Graziele Bassi, especialista de recursos humanos da Bosch

Maturidade das empresas

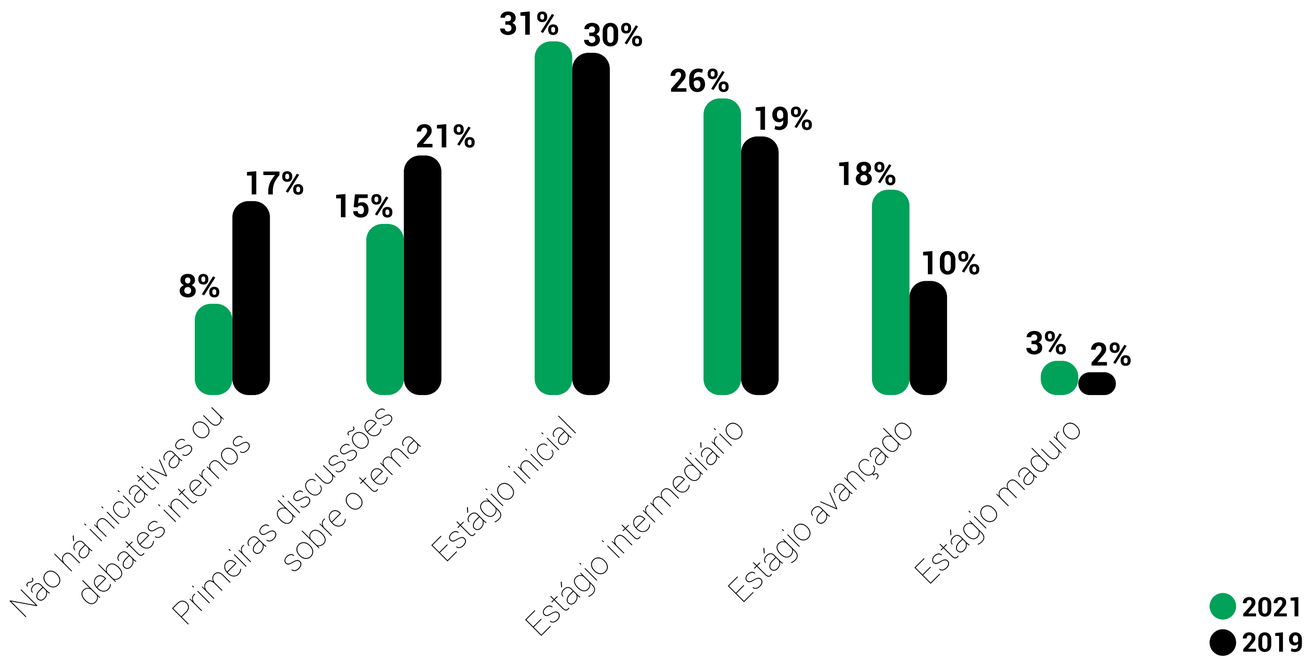
Apesar do progresso das organizações em reconhecer a diversidade e inclusão como pauta relevante para a transformação do setor automotivo, ainda há muito para progredir. As duas edições da pesquisa apontam que são poucas as empresas que se declaram em estágio maduro (3%), com programas em aperfeiçoamento contínuo, com resultados consistentes e avaliações sistemáticas.

No estágio avançado, que prevê companhias com programas estruturados que geram transformações visíveis, avaliação de metas e resultados e engajamento pleno das lideranças, são apenas 18% do setor. E 26% das empresas estão no estágio intermediário, o que significa que têm várias ações em curso, resultados mais consistentes, monitoração periódica e com maior engajamento das lideranças.

No comparativo com a pesquisa anterior, o percentual de empresas entre estágio intermediário e maduro avançou de 31% em 2019 para 47% em 2021.

No entanto, preocupa que mais da metade do setor (54%) esteja em estágio inicial (31%), primeiras discussões sobre D&I (15%) ou não tenham iniciativas e debates internos sobre o tema (8%).

Estágio da diversidade na empresa

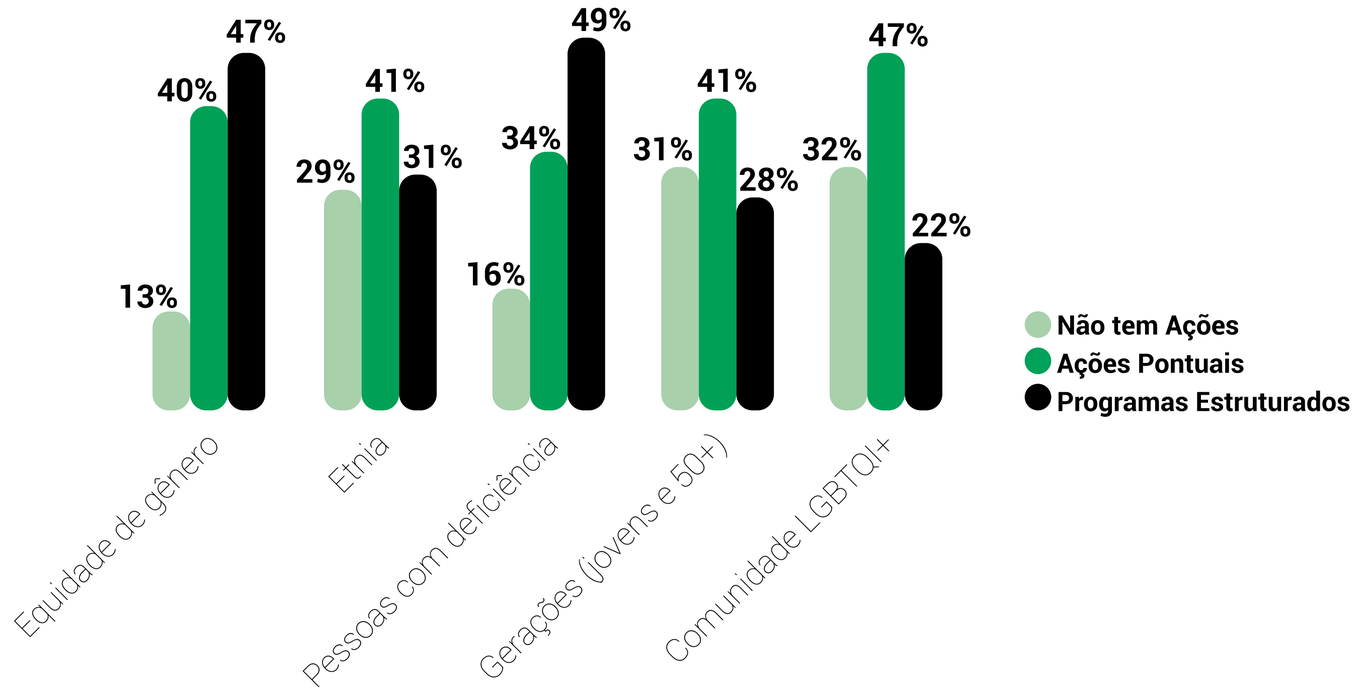


Em 2019, apenas um terço das empresas participantes do estudo tinham programas consolidados para Diversidade & Inclusão, sendo a maior parte com foco no eixo PcD, 49% das empresas contam com programas estruturados, movimento impulsionado pela Lei de Cotas (Nº 8.213/91).

Naquele ano, ações voltadas a equidade de gênero ganhavam força com 33% das empresas consolidando seus programas, enquanto eixos como LGBTQI+ e etnia tinham resultados negativos e pouca atenção do setor automotivo.

Em 2021, o cenário mudou. O eixo gênero apresenta agora maior prevalência de programas estruturados (47%), mas 40% das empresas contam apenas com ações iniciais, como grupo de afinidade.

Grau de maturidade nos eixos em 2021





Os números são parecidos com as evoluções que conseguimos este ano na Lear também. O que observo é que os grupos de afinidade precisam ter mais poder de organização e liderança, para que o tema não fique apenas nas mãos do RH. Em algumas frentes avançamos mais rápido, apesar dos números ainda não serem bons.

Elaine Reis, líder de diversidade e inclusão da Lear

Barreiras à evolução da diversidade

As empresas automotivas consideram que os maiores desafios ou barreiras para aumentar a diversidade e a inclusão são: reduzir vieses/preconceitos inconscientes dos colaboradores; envolver todos os funcionários na promoção da diversidade; eliminar vieses/preconceitos inconscientes nos processos seletivos e engajar as lideranças na disseminação de ações ou programas de D&I.

Em 2019, o engajamento das lideranças era apontado como o maior desafio. A capacitação dos líderes se tornou uma preocupação maior para metade das empresas. Sensibilizar os tomadores de decisão em relação a D&I é essencial para driblar outros desafios, como o engajamento de toda a organização, garantir oportunidades igualitárias para contratação ou promoção de todos os colaboradores, adotar metas para D&I e medir resultados.

Barreiras à evolução do tema

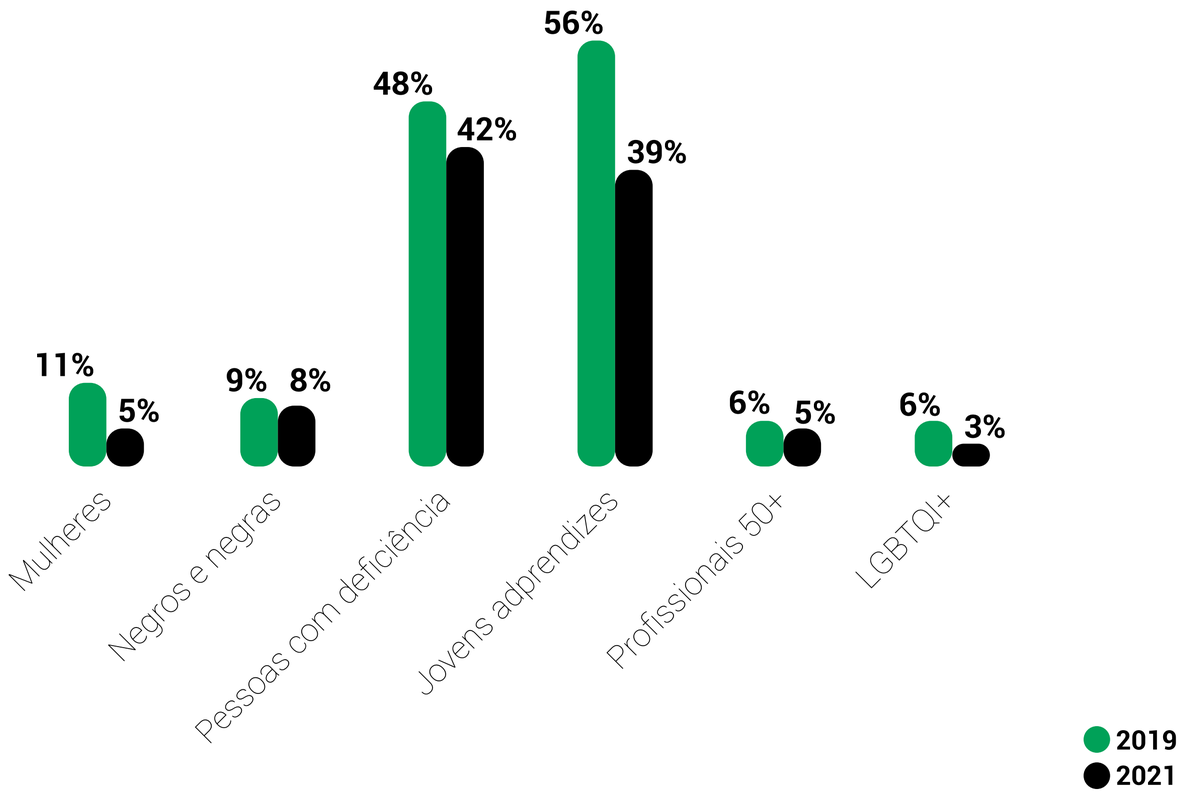


Metas e diretrizes

Há muitas empresas que trabalham com diretrizes de diversidade e inclusão, mas poucas que estabelecem metas – este é um quadro que mudou pouco desde 2019.

Como observado em diversas empresas, estipular metas é uma estratégia eficaz para aumentar a diversidade dentro do setor. Sem objetivos concretos e ambiciosos, a transformação do setor automotivo no Brasil será muito mais lenta.

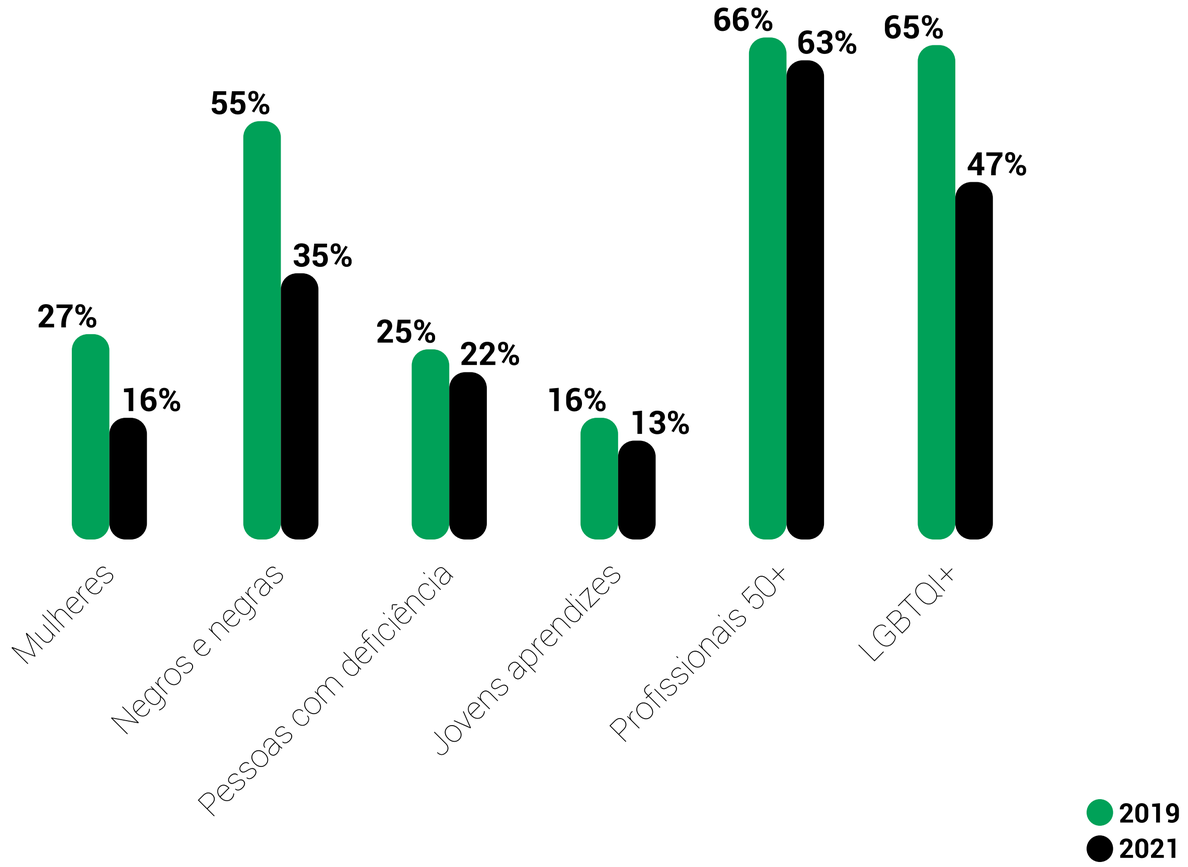
Metas para o quadro funcional



Nas empresas com metas para a liderança, o eixo gênero é o mais comum: 45% têm objetivos de levar mais mulheres aos cargos de decisão. O grupo etnia ganhou relevância de 2019 para 2021, com metas para colocar pessoas negras na liderança em 17% das empresas automotivas. No eixo PcD, também houve um maior comprometimento das empresas, mais ainda apenas 12% possuem objetivos para cargos de liderança.

No quadro funcional as metas seguem concentradas nos eixos PcD (42%) e gerações (39% - com foco no programa Jovem Aprendiz), grupos que pela legislação devem ter um percentual mínimo de colaboradores, a depender do porte da empresa.

Não há diretrizes nem metas 2019 x 2021





Diversidade e inclusão é uma jornada. Por isso, é natural ver a dificuldade de mudar os números. Definimos nossas metas porque vínhamos trabalhando com o tema desde 2016, mas não víamos muita alteração nos números. No ano passado, a nova CEO da companhia definiu metas específicas para aumentar em 50% o número de mulheres na liderança com base nos números de 2019. Agora a transformação será acelerada

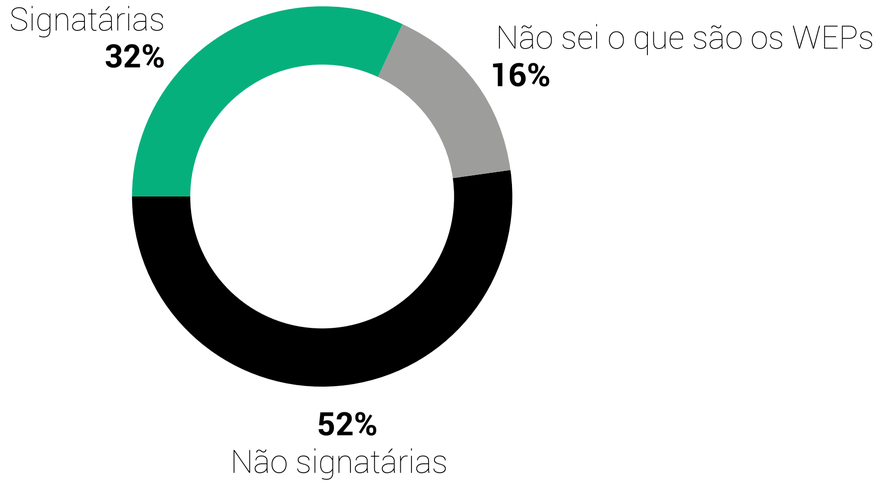
Telma Cracco, vice-presidente de recursos humanos, CNH Industrial

Signatárias dos weps

O empoderamento econômico feminino é um dos pilares para a promoção da equidade entre os homens e mulheres em todo o mundo e base do desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, a ONU Mulheres criou os Princípios de Empoderamento da Mulher (WEPs). O documento incentiva o compromisso das empresas de todos os países e setores com o combate à desigualdade entre os gêneros.

Desde 2017, Automotive Business promove o tema de D&I no setor automotivo e colaborou significativamente para o aumento da adesão aos princípios pelas empresas automotivas, sendo que 32% da amostra deste estudo assinaram os WEPs por essa influência. Ao todo, são signatárias 33 empresas ligadas à cadeia automotiva, metade incentivada também pela Rede AB diversidade.

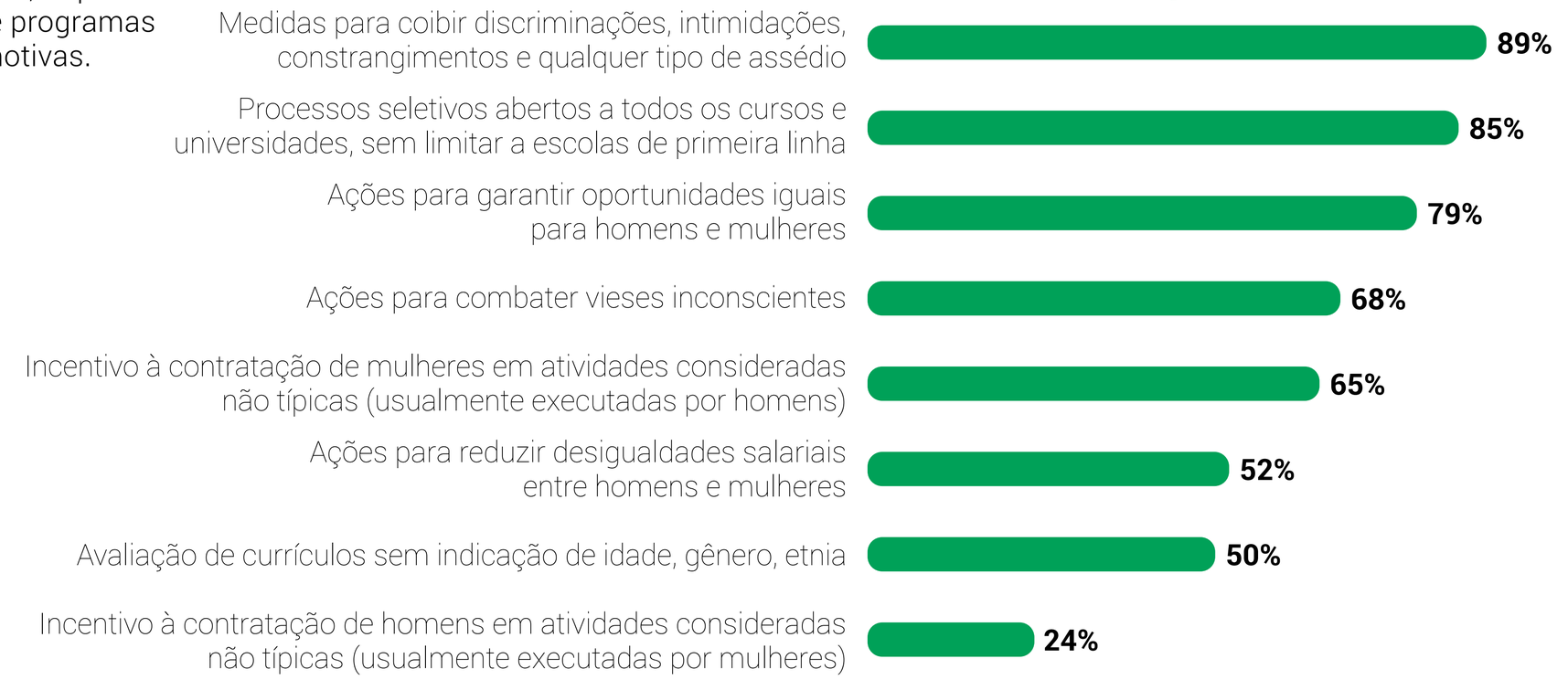
Empresas signatárias dos WEPs



Ações internas de D&I

Ao longo dos dois últimos anos houve evolução em todas as ações internas, com maior percentual de empresas automotivas aderindo às práticas de D&I. No entanto, o levantamento aponta que é preocupante que pouco mais da metade do setor tenha comitês de D&I e a maior parte das ações esteja ligada apenas a palestras, eventos ou comemorações pontuais, o que mostra a urgência da formação de programas estruturados nas empresas automotivas.

Ações para fomentar a diversidade no público interno

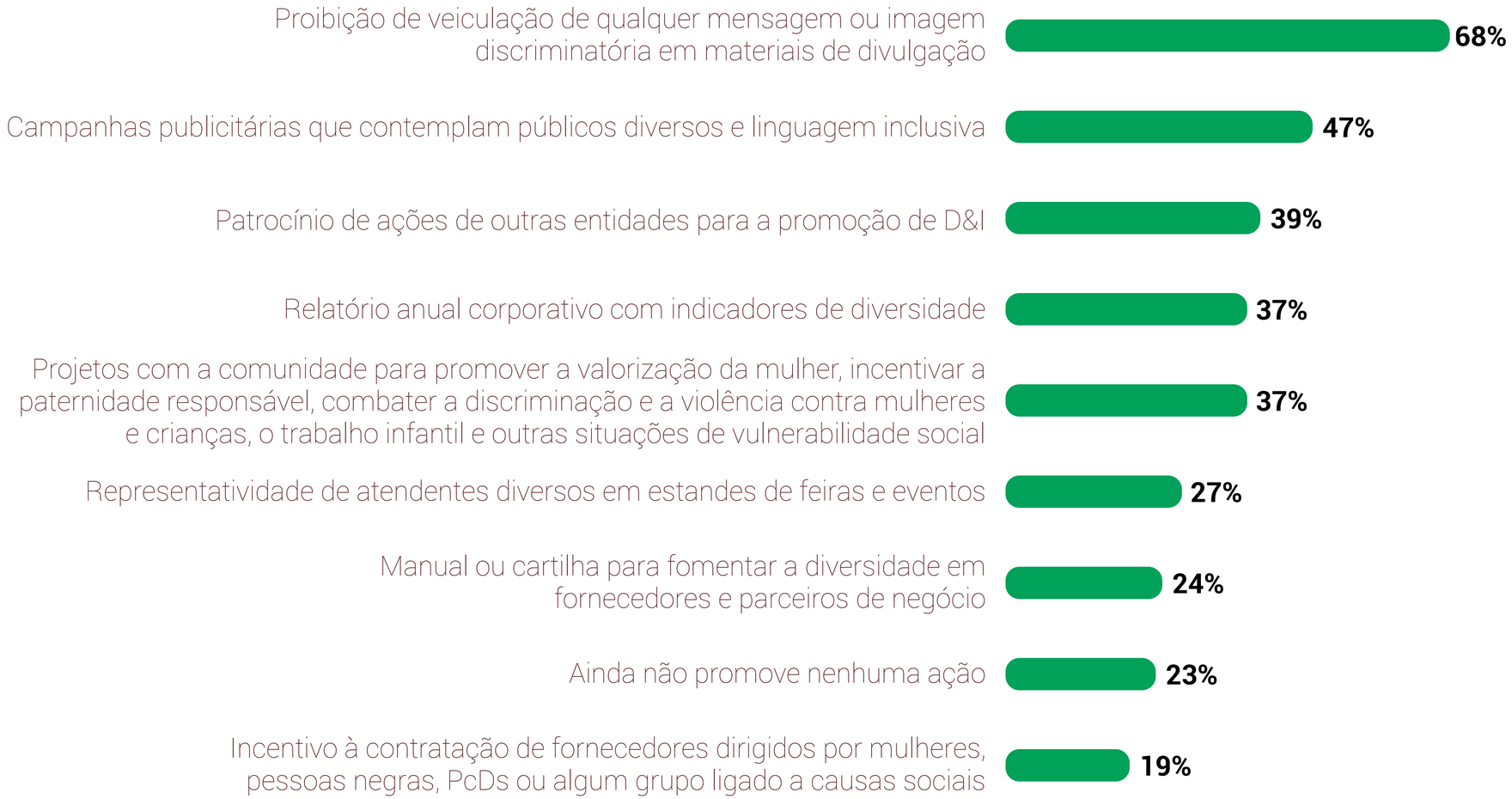


Ações externas

O estudo observou uma evolução nas ações relacionadas ao público externo. Ainda assim, os dados mostram que ainda há muito a ser feito, visto que as ações mais robustas são realizadas pelas empresas com estágio mais avançado em suas estratégias de D&I.

Menos da metade do setor automotivo adota ações consideradas pilares na comunicação externa, como relatórios com indicadores de D&I, e 47% se preocupam em produzir campanhas publicitárias inclusivas em sua linguagem e representatividade de público.

Ações voltadas para o público externo





Aprendemos muito e a pandemia teve baixíssima influência nas nossas atividades. O ambiente virtual facilitou os encontros e debates. Por isso não mudamos nada nos nossos programas e continuamos a todo vapor. O que aprendemos de diferente foi o balanço entre vida e trabalho. Passamos por um período em que as pessoas estavam se adaptando e ficaram em uma tensão muito grande, mas estávamos preparados para o home office porque já tínhamos jornada flexível e vamos continuar híbridos com 40% do tempo trabalhando nas fábricas e 60% em casa, independente da pandemia.

Fernando Garcia, vice-presidente de RH da Mercedes-Benz

Pandemia e diversidade

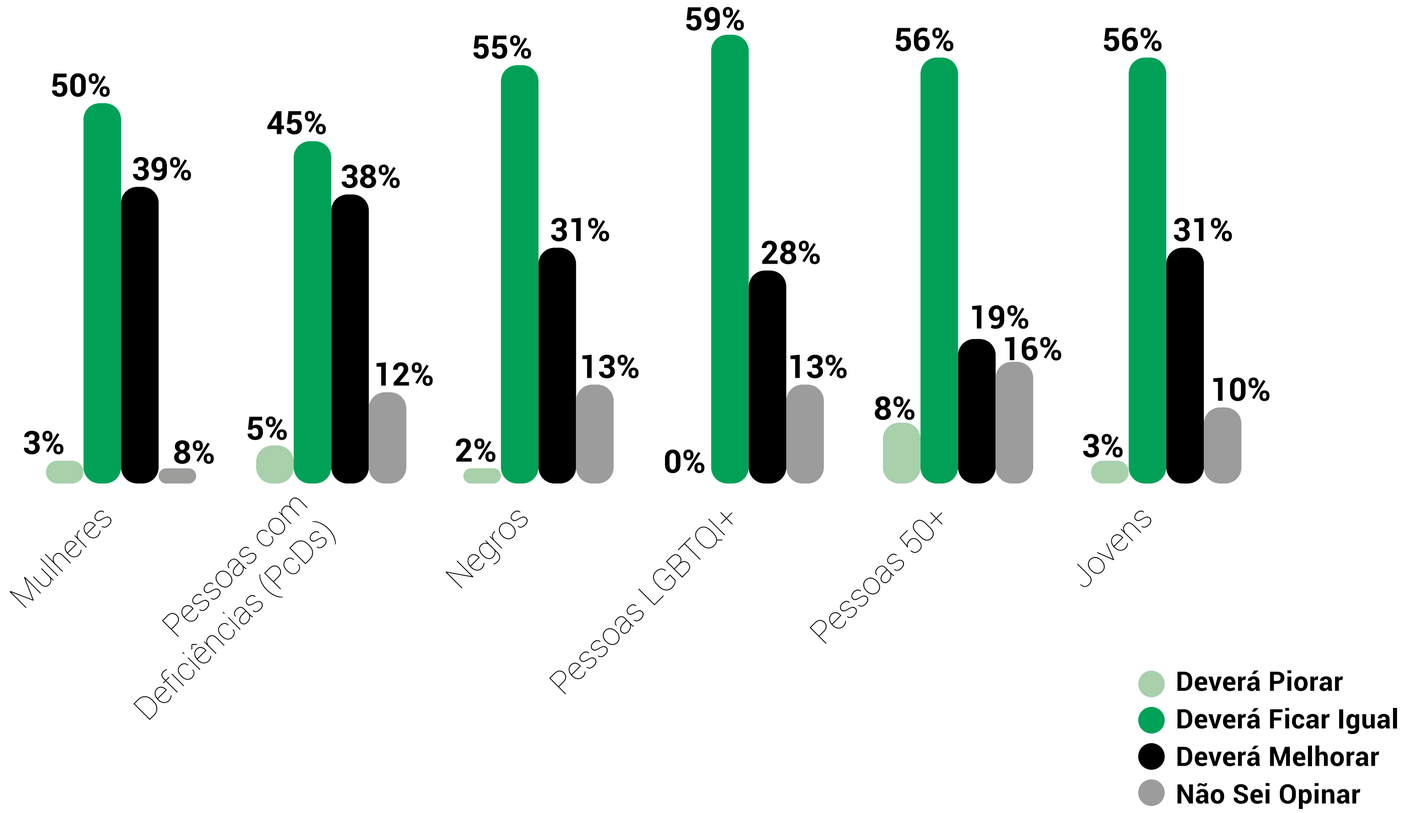
Para 47% das empresas, a pandemia teve impacto positivo no trabalho de Diversidade & Inclusão, com aceleração de estratégias, intensificação das ações e um olhar voltado à humanização. Nessas companhias, o home office foi apontado como positivo por facilitar a realização de eventos online, em relação a horários, temáticas e facilitar a integração de colaboradores que atuam em unidades de diferentes regiões do país.

Em 74% das empresas, a jornada flexível foi adotada, uma evolução ante os 39% do estudo anterior, pré-pandemia.

Em 31% das organizações não houve impacto, enquanto 23% tiveram atraso ou interrupção das iniciativas de D&I, o que é uma preocupação para o setor. Avalia-se ainda que essas empresas não estão no estágio maduro do tema, o que reforça a importância de contar com programas estruturados para trabalhar a diversidade de forma sólida e contínua.

A pandemia afetou, principalmente, a contratação e promoção de pessoas que representam a diversidade. Menos de um terço das empresas prevê aumento de contratações ou promoções. O pouco movimento nesse sentido é reflexo da falta de metas para o quadro funcional e para as lideranças em grande parte das empresas.

Impacto da pandemia nas metas de contratação e promoção





O home office tem os aspectos positivos de acessibilidade e flexibilidade, mas também teve o momento em que as profissionais mulheres se sentiram sobrecarregadas porque ainda, infelizmente, existe o modelo de família onde é a mulher que faz tudo em casa.

Letícia Mendonça, diretora da unidade de catalisadores, Basf

A pesquisa **Diversidade no Setor Automotivo** é uma realização de **Automotive Business**, plataforma de conteúdo sobre negócios e inovação na indústria automotiva e da mobilidade, com a coordenação técnica da **MHD Consultoria**, especializada em planejamento estratégico.

Coordenação técnica: Tânia Macriani
Conteúdo: Giovanna Riato e Natália Scarabotto
Design gráfico: Ricardo Alves de Souza

AUTOMOTIVE BUSINESS

CEO: Paula Braga
Sócio-fundador: Paulo Ricardo Braga
Editora executiva: Giovanna Riato
Editor especial: Pedro Kutney
Editor digital: Zeca Chaves
Editor de branded content: Vitor Matsubara
Repórteres: Bruno de Oliveira, Natália Scarabotto e Victor Bianchin
CGO: Carina Costa
Sales & events manager: Greice Ribeiro
Coordenador audiovisual: Marcos Ambroselli

automotivebusiness.com.br
mhdconsultoria.com.br

Realização:

Coordenação técnica: