REPORT



12º Super Fórum

DIVERSIDADE & INCLUSÃO

Promoção e Realização:





EMPRESAS PARCEIRAS:



















APOIOS:















































PROMOÇÃO E REALIZAÇÃO:



SOBRE O ENTO

12° Super Fórum reuniu lideranças de grandes companhias para abordar temas ligados à Diversidade, Inclusão, Equidade e Pertencimento no ambiente corporativo

Evento idealizado e organizado pela CKZ Diversidade reuniu mais de 660 pessoas e trouxe cases de sucesso de companhias dos mais diferentes segmentos.

A 12ª edição do Super Fórum de Diversidade & Inclusão aconteceu nos dias 25 e 26 de outubro, em formato híbrido, contou com a participação de mais de 300 pessoas online e 360 pessoas presencialmente. Na ocasião, foram apresentados mais de 30 cases.

O Super Fórum é direcionado para todas as pessoas que querem conhecer mais sobre esses temas, como os times de D&I, RH, lideranças e sponsors dos comitês de diversidade e dos grupos de afinidade.

Cris Kerr, idealizadora do Fórum e CEO da CKZ Diversidade, abriu o evento destacando que quando começou, em 2010, foi um grande desafio, já que o tema não estava na pauta das organizações. Desde então, ela tem convidado todas as pessoas e especialmente os homens, a assumirem seu lugar de fala, participando do processo de transformação.







Os dois dias foram comandados pela dupla de mestres de cerimônia Dani Pio e Thiago Rodrigues, que faz parte do Projeto Simbora Gente que favorece o desenvolvimento de pessoas com deficiência intelectual, o seu empoderamento, a convivência na diversidade, a busca do autoconhecimento e da autonomia.

A 12ª Edição do Super Fórum Diversidade & Inclusão contou com a parceria das empresas Azul, Barilla, Cargill, Cenibra, Ingersoll Rand, SEBRAE, TE Connectivity e White Martins. E com o apoio da 30% Club, ABRASCA, ADD, Instituto Amor em Mechas, ANBIMA, APABB, , BPW São Paulo, Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha, Câmara de Comércio França-Brasil, CEV - Centro de Estudos da Voz, Comissão da Diversidade Sexual e de Gênero, EmpreenDown, FGV, Fundação Dorina Nowill para Cegos, , Hand Talk, IBEF São Paulo, ibT Libras, , Sistema Reação, Simbora Gente, Sou Segura (Associação das Mulheres do Mercado de Seguros), Univoz e WCD (WomenCorporateDirectors).

Os dois dias de evento reuniram lideranças de grandes companhias e tiveram uma programação completa de painéis, talks, palestras, rodas de conversa e dinâmicas para que as pessoas participantes conhecessem práticas, ferramentas, estratégias, cases e ideias para implementar DIEP – Diversidade, Inclusão, Equidade e Pertencimento – em suas organizações.

Vamos conhecer tudo o que aconteceu nestes dois dias.

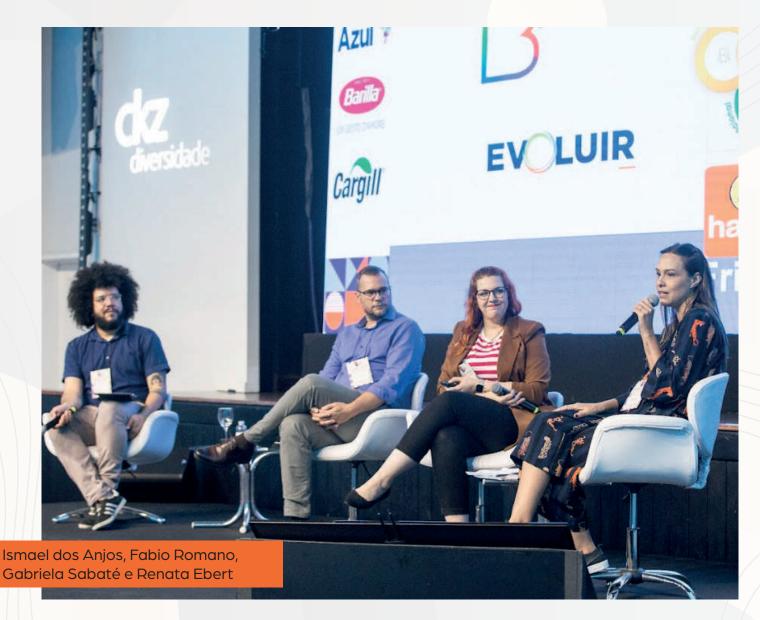




1º DIA



PAINEL "BEM-ESTAR + FELICIDADE + "HUMAN SKILLS" = IMPACTO NOS RESULTADOS



O primeiro painel teve como tema "Bem-estar + Felicidade + "Human Skills" = Impacto nos Resultados", com a participação de Fabio Romano, Especialista em medicina Comportamental pela UNIFESP e em Medicina Integrativa pelo Hospital Israelita Albert Einstein; Gabriela Manzo Sabaté, Gerente de Recrutamento da Amazon; Renata Ebert, Gerente de Felicidade da Bloomin' Brands International; com a mediação de Ismael dos Anjos, Consultor da CKZ Diversidade e Especialista em masculinidades e equidade de gênero e raça.







Durante a conversa, **Fabio**destacou a importância da
saúde mental para as
empresas, tema que foi incluído
no Fórum Econômico Mundial
em 2019 e abordado pela OMS:
"O Brasil é campeão mundial em
pessoas diagnosticadas com
ansiedade. Há muitos casos de
burnout que não são causados
apenas pelo excesso de
demanda, mas pela falta de
motivação, engajamento e
pertencimento".

Ele destacou que as empresas estão começando a prestar atenção para o tema. Anteriormente, as organizações se preocupavam apenas com a saúde física, ignorando a saúde mental. A tendência atual é que as empresas passem a cuidar do(a) colaborador(a). Para isso, é necessário mensurar, prestar atenção ao que ocorre, ouvir as pessoas colaboradoras, trazer apoio à família, honrar a equipe e mostrar o propósito do trabalho realizado.







Gabriela compartilhou algumas das iniciativas da Amazon voltadas para a felicidade e saúde mental das pessoas que trabalham na companhia. A multinacional possui grupos de afinidade para diferentes públicos, como mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência, entre outros. Além disso, uma das iniciativas da empresa é o "Viver com...", que traz vídeos em que são contadas histórias de questões pessoais que impactam o desempenho profissional, como doenças na família, deixando as pessoas à vontade para compartilharem seus problemas, mostrando que todos somos humanos. Ela compartilhou como se sente ao trabalhar na multinacional, sendo um exemplo de como é trabalhar em um local em que todas as pessoas podem se sentir à vontade:

"Nesses 20 anos atuando com recursos humanos, passei por experiências que eram o oposto do que vivo hoje: na Amazon, pude crescer e me desenvolver justamente por me sentir à vontade para mostrar quem eu sou, o que se reflete naquilo que eu faço", afirmou.





Renata da Bloomin' Brands International compartilhou algumas ações da companhia, que possui bons indicadores de diversidade, principalmente ao considerar os times que atuam diretamente nos restaurantes Outback, Abbraccio e Aussie Grill.

Ela destacou a importância de toda a empresa promover a felicidade e o bem-estar: "Saúde mental não é papel só do RH, é de toda a empresa, principalmente das lideranças, que precisam ficar atentas para notar algo antes que fuja do controle".





PAINEL EMPRESAS QUE SÃO MAIS ADMIRADAS EM DIEP E ESG



O segundo painel com as **"Empresas que são mais Admiradas em DIEP e ESG"**, contou com a participação de Barbara Zabori, Gerente de Diversidade, Equidade & Inclusão da América do Sul da BASF. Eliza Silva, Líder em Diversidade e Inclusão da Gerdau e Glaucia Santos, Gerente de Marca Empregadora, Atração, Seleção e Onboarding LATAM da Natura&Co com mediação de Letícia Santana, Consultora da CKZ Diversidade.



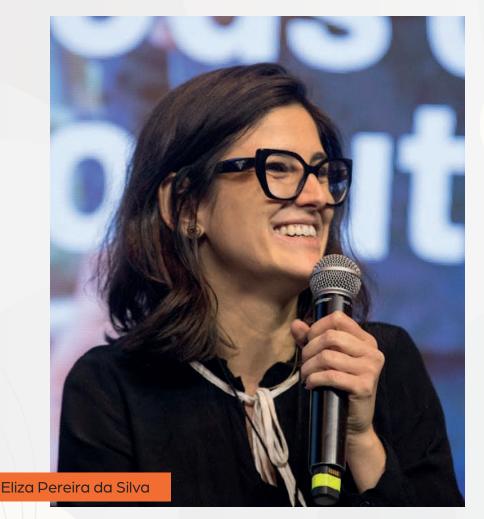




"Temos um calendário com ações de diversidade e inclusão. Durante todo o ano há iniciativas para engajar colaboradores(as) e a liderança", contou **Barbara**, que destacou ainda a existência de um projeto intergeracional, que promove a troca de experiência entre profissionais de diferentes gerações e valoriza as pessoas mais experientes. "Começamos com 50+, mas vimos que precisávamos ampliar", afirmou a gerente da BASF.

A empresa também possui o Programa ELEVA, de mentoria para mulheres, que tem como missão desenvolver, inspirar e elevar mulheres na BASF, impulsionando as participantes e incentivando-as a alcançarem seu pleno potencial, baseando-se nos pilares de Capacitação, Gestão e Comunicação. "Temos o objetivo de elevar a perspectiva destas mulheres. Também, estamos treinando as lideranças para as questões que impactam essas mulheres, como a violência doméstica", esclareceu.





Eliza da Gerdau comentou que "diversidade, equidade e inclusão estão nas metas de ESG, esta é a forma que unirmos os dois temas. Mostramos para toda a companhia, a liderança e toda a sociedade que isso é importante e grupos minorizados vão fazer parte". O tema é tratado como prioridade para o negócio dentro da empresa, sendo obrigatório. Os temas de D&I estão junto com segurança, sendo prioridades estratégicas para a companhia. Entre as diferentes iniciativas da Gerdau estão o Programa Helda, que visa acelerar o crescimento das mulheres dentro da organização, o Potências Gerdau, com foco em pessoas negras e o Programa de Capacitação para pessoas com deficiência.









Por ser uma empresa que vende produtos diretamente para o consumidor final, a Natura tem uma perspectiva diferente para os temas de DIEP, que precisam refletir não apenas na estrutura corporativa, mas também naquilo que é ofertado para as pessoas consumidoras. DIEP é um imperativo ético e social, trazendo mudanças para toda a cadeia da organização.

"Nossa visão de diversidade precisa estar nos produtos, se não perdemos uma quantidade importante de pessoas consumidoras. Desde a sua fundação, a Natura trabalha pensando na diversidade, principalmente na geração de renda para mulheres", contou Glaucia. As iniciativas de Diversidade, Equidade e Inclusão da Natura refletem, em termos de negócio, com o estabelecimento de metas, como ter 30% de mulheres, e com o letramento para equidade racial na instituição.

Além disso, houve uma ampliação das tonalidades de cores da Avon para atender os mais diferentes tons de pele das pessoas negras, das mais claras às mais retintas.



Para as empresas que querem estabelecer iniciativas de DIEP, as executivas trouxeram diferentes aspectos:

Estar na estratégia da organização facilita a incorporação desses temas, assim como ter um posicionamento público, que demonstra a importância de DIEP para a empresa. Estes são aspectos muito importantes, não existem receitas prontas. "Temos diferentes perspectivas e visões dentro da sociedade e existem diferentes formas de abordar o tema. Não fomos educados sobre isso em nossa trajetória educacional", pontuou Glaucia



É fundamental conhecer o cenário da empresa por meio de censo e diagnóstico: "Uma forma de começar é a partir da escuta das pessoas colaboradoras. Às vezes, a empresa ainda não tem ações de diversidade, mas já realiza pesquisa de clima. Começar a coletar, dentro da pesquisa, se esse tema já aparece, se está no desejo das pessoas colaboradoras, qual a visão que os clientes, stakeholders e os outros parceiros dessa organização já têm sobre o tema. Esta é uma forma de levar o apetite pelo tema de forma mais estruturada para o board da companhia. Isso ajuda a acelerar esta agenda".

Envolver a alta liderança, que precisa estar muito conectada com estes temas. O posicionamento das lideranças se reflete em todas as pessoas que atuam na companhia, servindo de exemplo. Além disso, sem a participação da liderança, as iniciativas não vão para frente. "Tivemos um censo em 2021 e identificamos que a percepção de inclusão era diferente. Vimos que era importante fazer um processo de letramento de toda a liderança da América do Sul para este tema. Isso teve um impacto muito positivo, para nivelamento das lideranças", contou Barbara.

PAINEL "A VISÃO DE C-LEVELS DIEP COMO ATIVO DE VALOR. NÃO TEM COMO IGNORAR ESTA REALIDADE: DIEP É UM IMPERATIVO PARA OS NEGÓCIOS"



Após o almoço, o painel **"A Visão de C-Levels"** contou com a participação de Alexandra Motta, Diretora Geral para América do Sul da TE Connectivity, Caio Zanardo, Diretor Presidente da Veracel Celulose, Thiago Coelho, CEO da Cervejaria Estrella Galícia Brasil com mediação da Cris Kerr.





A TE atua com soluções em conectividade e possui 35% de liderança feminina. Já trabalha o tema DIEP desde 2018, quando começaram com um Programa de Formação de Pessoas Mentoras com foco em Liderança Feminina. Também tem vários grupos de afinidade para engajar os times.

"Estamos em Bragança
Paulista, uma cidade
relativamente pequena. O que
nós percebemos é que as
pessoas têm um sentimento de
pertencimento e orgulho muito
grande pelo que fazem. Vemos
pessoas se transformando e
redescobrindo, enquanto
trabalham em um ambiente
seguro e feliz, afirma Alexandra.









A Veracel é uma joint venture da área de celulose. De acordo com **Caio**, o Diretor-Presidente da companhia, diversidade e inclusão são temas não apenas internos, mas que se refletem fora também. Ele destacou a importância da segurança física e emocional para todas as pessoas.

A empresa possui grupos de trabalho de cultura inclusiva e já possuem pessoas pretas e pardas, mas apenas 20% de mulheres atuavam na companhia. Ele destacou que havia a ideia de que as mulheres não teriam interesse em trabalhar em uma indústria localizada em uma região isolada, na zona rural do município de Eunápolis, na Bahia. Diante deste cenário, foi criada a Comissão de Diversidade e Inclusão de maneira pontual, mas que depois foi expandida para toda a Veracel.

Para solucionar a carência de profissionais mulheres atuando na companhia, foi feita uma parceria com o SENAI para a realização de um curso profissionalizante. Todas as mulheres formadas foram contratadas. Isso demonstrou que dando oportunidade, há interesse das mulheres em trabalhar na fábrica, sim.







Thiago Coelho compartilhou a atuação da Estrella Galícia, a cervejaria que mais cresce no mundo hoje, com sede na Espanha. Este é um segmento majoritariamente masculino e é preciso ampliar a participação das mulheres.

Ele destacou como a companhia ainda está começando as operações no Brasil, eles estão começando a fazer projetos especiais voltados para DIEP, mas ele é um líder extremamente engajado e preocupado com o tema: "Começamos o letramento das lideranças e de todas as pessoas, o que é fácil porque são apenas 60 pessoas.

Desta forma, o tema já está sendo trabalhado desde o início, para quando tivermos mil pessoas. E já temos 50% de mulheres em cargos de liderança".







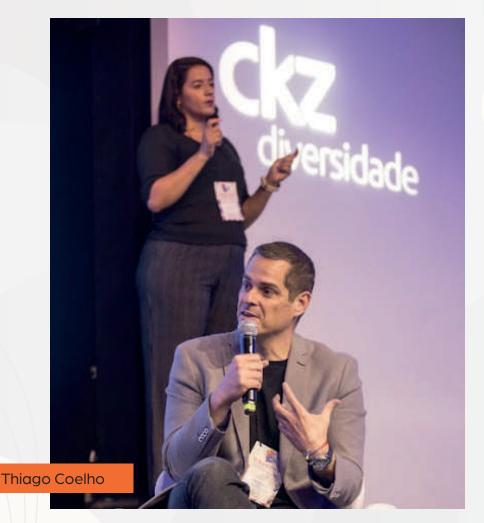
Após a apresentação das empresas, foi realizada uma conversa entre as pessoas painelistas. Alexandra compartilhou sua experiência pessoal como mulher em uma área predominantemente masculina: "Me formei em Engenharia Mecânica. Éramos uma turma de 96 pessoas, tínhamos 6 mulheres.

À princípio, nunca senti que havia algum tipo de problema, não tive dificuldades e, quando comecei a estagiar, nunca senti nada diferente por ser mulher. Mas, ao longo de minha trajetória, tive algumas experiências não tão boas.", afirmou Alexandra.

Cris Kerr pontuou que diante da cultura machista predominante no país, as situações de discriminação e assédio eram naturalizadas, mas as novas gerações que estão chegando ao mercado de trabalho não aceitam tais comportamentos. "Nós sofremos preconceito, sim, mas nós naturalizamos. Era assim ou teríamos que sair do mundo corporativo. Porém, felizmente, hoje não é mais assim.

Temos que transformar as organizações ou não teremos a sustentabilidade do negócio", explicou Cris Kerr





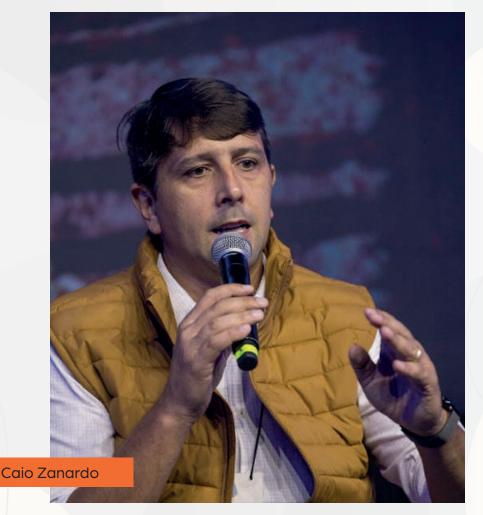


O CEO da Estrella Galícia comentou que está passando por um processo de desconstrução e que passou por uma situação que lhe fez repensar e perceber muitas coisas. Em uma reunião, um cliente fez um comentário negativo sobre feminismo, que ele não rebateu: "Um dia, uma funcionária minha me chamou atenção. 'Você não me defendeu.

O silêncio é uma agressão". O executivo ressaltou que as empresas precisam se atentar para os temas de DIEP até mesmo por uma questão de negócios. Quem não atua em prol da questão já está enfrentando problemas, ou enfrentará em um futuro próximo. Ele destacou que os espanhóis são muito machistas, o que faz com que as empresas na Espanha ainda estejam atrasadas no tema. "Para se ter uma ideia, o conselho da empresa tem nove pessoas, oito homens e apenas uma mulher.

Quando olhamos para o cenário brasileiro versus o cenário espanhol, as empresas estão muito mais adiantadas em DIEP na América Latina do que na Europa. Normalmente, a Estrella Galícia adota uma norma depois que o governo cobra. O Brasil pode ser uma experiência global do que a gente precisa fazer em DIEP", contou.





Caio compartilhou o exemplo de um caso que aconteceu dentro da Veracel: "Tivemos um caso de assédio sexual e resolvemos em menos de quatro horas. A pessoa foi dispensada mesmo sendo uma pessoa importante para o negócio. É certo a fazer".

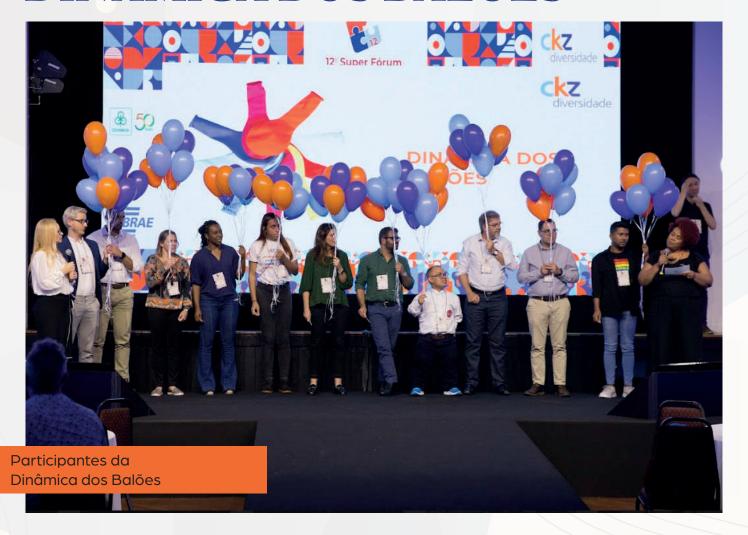
Ele contou que a empresa está exigindo um novo padrão de comportamento, especialmente por parte das lideranças.

"Respeito é fundamental. Assédio moral e sexual não são tolerados. A régua subiu para as lideranças", resumiu.





DINÂMICA DOS BALÕES



Após o painel, foi realizada uma dinâmica especial. Algumas pessoas participantes receberam balões coloridos que foram estourados de acordo com suas respostas para algumas perguntas, como "seus erros são atribuídos ao seu gênero?" e "já sentiram medo de sofrer uma violência sexual ao andar em uma rua deserta?".

Ao final, naturalmente, enquanto algumas pessoas ainda tinham muitos balões cheios, sobretudo os homens brancos, cis, heterossexuais e sem deficiência, outras tinham poucos, como mulheres, pessoas negras, homossexuais e nordestinas. Cris Kerr explicou que esta é uma forma de abordar os temas de DIEP de forma emocional.

"Falta trazer a parte do sentir para as organizações. Isso que leva às transformações.

Precisamos repetir, repetir e repetir ou emocionar. Esta dinâmica tem como objetivo mostrar as desigualdades de forma emocional", explicou a CEO da CKZ Diversidade.

Thiara Gomes, Técnica de Exploração da Petrobrás, ficou impressionada com esta dinâmica: "Para mim, é um ponto crucial mostrar o peso desses balões, como uma parte da população é muito mais atingida por preconceitos, racismo, misoginia, e todas as fobias que estão atreladas à nossa cultura, principalmente aqui no Brasil".



PALESTRA "RELAÇÃO ENTRE CULTURA ORGANIZACIONAL, ASSÉDIO MORAL E SEXUAL"



Após um breve intervalo para o café, **Cris Kerr** realizou a palestra "**Relação entre Cultura Organizacional, Assédio Moral e Sexual**". Ela falou sobre as diversas formas de preconceito que fazem parte da cultura brasileira, como o machismo, a LGBTfobia, xenofobia e o preconceito com religiões. "Por que hoje ainda se naturalizam alguns tipos de comportamento dentro das organizações?

Se não pode passar na televisão, também não pode fazer parte das organizações", disse a especialista em diversidade, que exibiu alguns vídeos de programas humorísticos antigos que traziam "piadas" claramente machistas, racistas e homofóbicas.







Cris explicou que muitas vezes as lideranças das empresas trazem para dentro das organizações estes pensamentos extremamente preconceituosos. Desta forma, eles são encarados como algo normal.

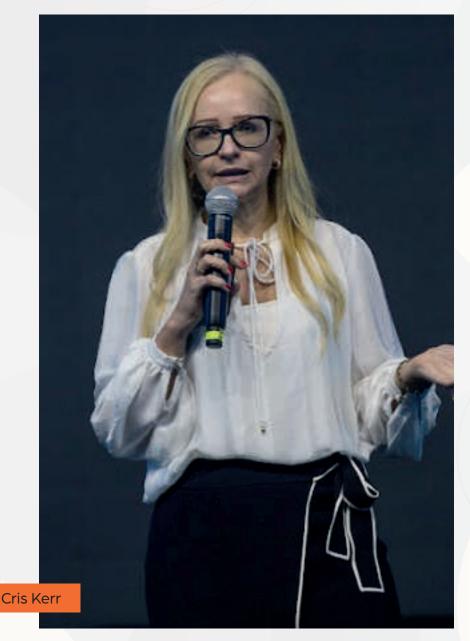
"Ela (a liderança) naturaliza ao não fazer nada ou dando risada do que foi falado", afirmou. Isso gera um ambiente de trabalho extremamente tóxico e abusivo. Daí a importância fundamental do letramento, da formação e do envolvimento de toda a liderança.

"Depois que traz o conhecimento, não dá para dizer que a pessoa não sabe", disse Cris.

No entanto, ainda existem muitas barreiras. A cultura organizacional predominante no Brasil ainda é muito hierarquizada, competitiva, meritocrática, voltada para o comando e controle e é permissiva.

Isso se reflete, por exemplo, na aceitação de casos de assédio porque a pessoa funcionária "é importante" ou "dá muito resultado para a empresa". A gente precisa parar com essa cultura que normaliza este tipo de comportamento. Tanto no trabalho, quanto em casa, a gente precisa entender que a gente é exemplo. Qual a cultura da empresa de vocês? Qual exemplo vocês estão dando?", provocou Cris Kerr.







Para transformar, é preciso trazer consciência e conhecimento, explicar o que é assédio moral e assédio sexual. "É preciso que haja uma política de consequência dentro da organização, conversar, entender por que alguém age de determinada maneira. Dá para transformar uma pessoa, se ela quiser. Além disso, precisa de engajamento e ação", esclareceu a especialista. O engajamento deve começar com as lideranças, por meio de ações e letramento. O tema pode ser trabalhado junto com a conversa diária de segurança, fazendo com que as pessoas colaboradoras internalizem os temas de DIEP por meio da repetição e da emoção.

Mas para que as pessoas corrijam falas e comportamentos errados, é necessário que haja persistência, paciência e cuidado. É preciso aprender a corrigir, falar com a pessoa de maneira que ela entenda. Ser uma pessoa agressiva não adianta, pois desta maneira a pessoa não escuta e muito menos internaliza o que foi dito.

Não podemos ficar em silêncio, ele valida um comportamento inadequado, não ajuda a resolver o problema e faz com que ele permaneça e se agrave.



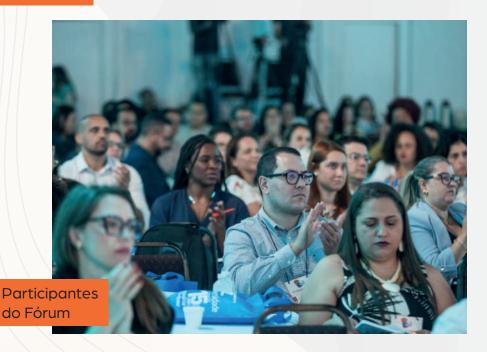


O primeiro dia do 12° Super Fórum foi encerrado com o lançamento do novo livro da Cris Kerr sobre o assunto: "Cultura Organizacional Livre de Assédio". Nesta obra, a especialista compartilha algumas de suas experiências como consultora de DIEP, além de algumas vivências pessoais.

Ela convida todas as pessoas a repensarem algumas atitudes e comportamentos, como usar determinadas expressões preconceituosas e ofensivas, além de chamar os homens para fazer parte desta transformação.

O livro está dividido em três partes, nomeadas com três verbos que convidam para a ação: descobrir, aprofundar e agir.

Cris Kerr







2º DIA



CASE 1: "GÊNERO E RAÇA CONTEMPLANDO AS INTERSECCIONALIDADES"



O segundo dia de evento começou com a apresentação de cases de sucesso de grandes empresas. O primeiro case foi "Gênero e Raça Contemplando as interseccionalidades", apresentado por Débora Ferraz, Gerente Sênior de Diversidade, Inclusão e Equidade Global e Desenvolvimento Organizacional para América Latina da Braskem. Ela falou sobre a importância da intencionalidade e de tornar visíveis os talentos invisíveis. Esta é uma fase essencial que não termina nunca, mas é preciso evoluir para que estas intenções se tornem algo real." Sair da conscientização para a ação é quando vamos além da conscientização e estabelecemos metas intencionais para colocar em prática", disse Débora.

A Braskem tem diversas metas, como ter 40% de liderança de mulheres até 2030 e 37% de pessoas negras até o mesmo ano. Para atingir estes números, a companhia realiza diferentes iniciativas, como o Programa Afirmativo para Mulheres, que tem como objetivo desenvolver e empoderar as participantes, além de programas de formação em áreas técnicas. Ela também falou sobre a importância de trabalhar junto com compliance, possuindo um código de ética bem definido e estruturado, a fim de combater todas as formas de discriminação. "A partir do momento em que eu sou uma colaboradora da Braskem, eu preciso agir de acordo com as normas e condutas da companhia", disse. "Respeito é inegociável".



CASE 2: "ALÉM DA CISHETERONORMATIVIDADE: CRIANDO ESPAÇO SEGURO PARA TODAS AS ORIENTAÇÕES SEXUAIS, IDENTIDADES E EXPRESSÕES DE GÊNERO"



O segundo case foi apresentado por **Ana Flávia Bezerra**, Gerente Sênior e Líder do Comitê Pride da Accenture. Ela destacou a importância da persistência e consistência, não desistir nas primeiras barreiras. O tema não pode sair da pauta das empresas. É fundamental que haja o engajamento das liderança e de todas as pessoas colaboradoras da companhia. "Um ambiente seguro é fundamental para que a pessoa dê o melhor dela e é preciso ter meta para isso. Você quer que as pessoas deem o melhor delas", afirmou.

Os diferentes Pilares Pride da Accenture são trabalhados pelas pessoas de diferentes áreas, com a colaboração do time de diversidade. A empresa realiza eventos, com a participação exigida da liderança, a fim de levar informação, conscientização, consistência e persistência para os temas da comunidade LGBTQIAPN+. "Com informação você reduz a possibilidade de preconceito e amplia a as oportunidades para as pessoas da comunidade", explicou Ana, destacando a necessidade de repetir com frequência as palestras e rodas de conversa, para que todas as pessoas, novas pessoas colaboradoras e pessoas que não sabem do tema, passem por um processo de letramento.

A Accenture oferece diferentes benefícios para a população Trans, travestis e não binárias, como atendimento médico com pessoas profissionais preparadas para lidar com as questões de saúde e corpos das pessoas desta comunidade, atendimento psicológico, apoio no processo se retificação do nome social nos documentos, canais confidenciais para denúncia de situações de discriminação e mais. Ana Flávia também compartilhou a sua experiência pessoal, já que há pouco tempo passou a se sentir à vontade para falar sobre sua orientação sexual no ambiente de trabalho. Isso aconteceu quando ocorreu o primeiro caso de transição dentro da companhia.



CASE 3: "NEURODIVERSIDADE: PESSOAS QUE TÊM AS COMPETÊNCIAS DO FUTURO: CRIATIVIDADE, FOCO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS COMPLEXOS"



Fernanda Saraiva, Diretora de RH da SAP, apresentou o case. A companhia contratou mais de 215 pessoas por meio do programa Autism at Work e 91% dos colaboradores acreditam que existe igualdade no ambiente de trabalho dentro da SAP. O tema ganhou maior relevância ao descobrirem que uma a cada 100 pessoas estão dentro do espectro autista e mais de 80% delas estão desempregadas. "Estamos perdendo uma excelente oportunidade, não só pelas características que os estudos mostram que essas pessoas têm, mas porque elas trazem uma grande diversidade de pensamento para dentro da empresa", esclareceu a diretora.

O cuidado com essa pessoa profissional começa bem antes da contratação. "Durante toda a jornada, quando a gente percebe uma vaga que tem um perfil que se adequa às características das pessoas autistas, trabalhamos em conjunto com a pessoa gestora da área e há uma estrutura de apoio para a pessoa autista: o acompanhamento de uma pessoa profissional e capacitada dentro da companhia, e uma pessoa mentora externa de uma das instituições parceiras da SAP". Com isso, forma–se todo um círculo de apoio para ajudar no acolhimento destas pessoas.



CASE 4: "AUMENTANDO O NÚMERO DE MULHERES NAS ÁREAS DE STEM – CIÊNCIAS, TECNOLOGIA, ENGENHARIA E MATEMÁTICA"



O quarto case foi apresentado por **Rodrigo Porto**, Diretor de Recursos Humanos, Gestão e Serviços Compartilhados da AES. Apenas em 2021 a empresa aumentou em 32% a quantidade de mulheres na companhia. O Complexo Eólico de Tucano, na Bahia, é o primeiro parque eólico operado exclusivamente por mulheres. Mas atingir estes resultados não foi fácil. Para começar, havia poucas mulheres formadas nas áreas técnicas.

Além disso, embora no escritório houvesse equidade de gênero, na área operacional, o censo indicou um resultado assustador: 98% da mão de obra era formada por homens. Para mudar isso, a AES fez uma parceria com o SENAI para formar mulheres. "É muito gratificante. Estamos construindo um parque eólico no Rio Grande do Norte estendemos essa parceria para lá e já formamos 80 mulheres", contou Rodrigo. Aqueles 98–2 se tornaram 90–10. Ele completa: "Ainda estamos muito longe, mas, aos poucos, vamos chegar lá".

Outras empresas devem seguir o exemplo, que mostra como as grandes oportunidades são geradas para as mulheres, pela simples abertura de um curso de formação profissional. "A mensagem que fica é: dá para fazer", afirmou o diretor.

Rodrigo defende que as empresas que ainda não começaram a atuar com os temas de DIEP estão ficando para trás: "Aquelas que ainda não se propuseram a fazer algo vão ficar para trás. As novas gerações avaliam as empresas, não é mais uma relação de capital-trabalho simplesmente, elas querem saber quais os valores da companhia, o que essa companhia valoriza, quais portas ela abre, o que ela defende. No final do dia, é uma questão de competitividade, de entrega de resultados. Aquelas que ainda não se propuseram, que façam. Não é fácil, tem barreiras, tem dificuldades, tem que ter muita resiliência, mas tem que fazer. Porque, se não fizer, vai 'morrer', algumas já estão morrendo".



CASE 5: "RETENÇÃO DE MULHERES NO RETORNO PÓS LICENÇA MATERNIDADE"



Paola Giglioti, Diretora de RH da Louis Dreyfus Company (LDC) apresentou o case Ela informou que a empresa não sabia da existência de um problema na volta ao trabalho depois da licença-maternidade. Quando a pesquisa em relação ao tema começou, em 2018, 36,7% das profissionais eram demitidas depois de voltar do período de afastamento. Havia um receio entre as mulheres, medo de ter a carreira prejudicada, de contar para a liderança que estavam grávidas e até a crença de que era impossível aliar maternidade e vida profissional.

Ao saber disso, o primeiro passo foi ser transparente e comunicar toda a empresa da existência do problema. Depois, foi estabelecida a mesma norma do caso das pessoas com deficiência, em que a liderança precisa reportar para a diretoria da área e para o RH os motivos pelos quais ele deseja demitir a profissional.

Isso fez as pessoas gestoras repensarem as demissões, reduzindo esse número. "Percebemos algumas coisas pela nossa própria prática: muitas vezes, as lideranças não sabem lidar com a gestante. Fizemos uma cartilha a ser enviada para os gestores e gestoras explicando o que vai acontecer nos próximos meses, como ela teria que se ausentar, entrar mais tarde ou sair mais cedo devido à rotina de exames do período da gestação", explicou Paola.

Além disso, após o período de licença maternidade, a liderança recebe outra cartilha. "São coisas simples, mas que fazem toda a diferença. Explicamos que a mulher se ausentou por muitos meses e, na nossa empresa, tudo muda muito rápido. Orientamos o gestor ou gestora a trazê-la para o momento atual, atualizá-la. Ela não vai chegar no mesmo ritmo, vai voltar cansada, precisará se ausentar em alguns momentos para extrair leite, às vezes a escola vai ligar, pois a criança está doente. Mas tudo isso passa", destacou a diretora, ressaltando que o principal ponto é ter empatia. A empresa também realiza workshops com as funcionárias, compartilhando experiências para romper os vieses inconscientes ligados à maternidade.



CASE 6: "A IMPORTÂNCIA DOS GRUPOS DE HOMENS PARA DIALOGAR SOBRE MASCULINIDADES E PARENTALIDADE"



O Case foi apresentado por **Rafael Barreto Alves**, Head de Purchase to Pay (P2P) Brasil na Sanofi. Em 2019, a empresa lançou a licença parental estendida de até seis meses para todos os homens, com o intuito de diminuir a diferença em relação à mulher. "Para promover uma saúde familiar melhor. Cerca de 80% dos homens serão pais biológicos em algum momento da vida. E todos os homens, 100%, tem potencial para desempenhar algum papel relacionado ao cuidado na vida de crianças, seja como educadores, profissionais de saúde, tios e padrinhos", afirmou.

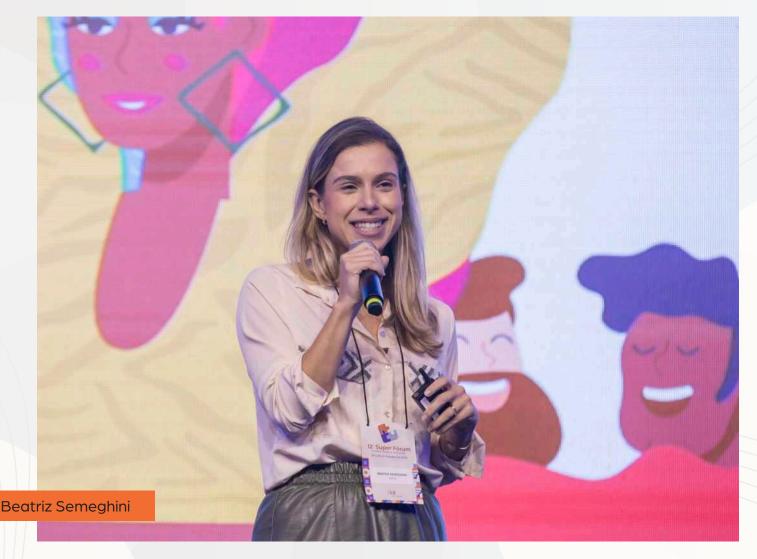
Ele destacou que o instinto maternal não existe e que ele foi inventado para eximir os homens de sua obrigação de cuidadores, e o que acontecia é que, enquanto as mulheres ficavam em casa, os homens assumiam o papel de provedores. Um dos programas da empresa, o "Eles por Eles", foi criado porque "o homem não se sentia parte do problema. Eu era o único homem em um grupo de 40 pessoas do pilar de equidade de gênero".

A Sanofi também pesquisou porque apenas 48% dos homens aceitavam a licença parental estendida. Isso acontecia porque algumas mulheres aconselhavam os parceiros a não usufruírem do benefício com medo de que eles também perdessem o emprego. Entre os funcionários das fábricas, eles não aceitavam porque não podiam abrir mão dos valores recebidos nas horas extras, além dos gastos com alimentação que aumentavam, já que haveria mais um prato na mesa em casa, e eles normalmente usavam o restaurante da fábrica.

O "Eles por Eles" é um espaço seguro para os homens se exporem. "Quando os líderes saem de licença estendida, é a hora em que os times deslancham, e isso mostra que o gestor deixou a equipe preparada. E ainda temos a oportunidade de promover o líder e algum membro da equipe dele, em algum momento. É um ganha-ganha", resume Rafael.



CASE 7: "FORÇAS DE TRABALHO MULTIGERACIONAL E FOCO NA POTENCIALIDADE DAS PESSOAS 50+"



O Case foi apresentado por **Beatriz Semeghini**, Gerente de Cultura, Desenvolvimento e ESG da Alelo. Ela falou sobre o papel das diferentes gerações. As novas gerações tomam decisões de carreira baseadas em valores comuns com as empresas e exigem isso das companhias. Stress, ansiedade e burnout são problemas frequentes entre os jovens, em volume maior que em outras faixas etárias.

Ao mesmo tempo, estamos na Década do Envelhecimento Saudável nas Américas: até 2050, estes continentes terão 15% da população formada por pessoas idosas. Isso exige mudanças na sociedade e nas empresas, acolhendo essa população e mudando a forma como estas pessoas são vistas. A Alelo prestou atenção a isso e criou o Unboxing. Neste programa, "jovens de até 26 anos dão mentoria para pessoas com idades diferentes. Invertemos os papéis e isso se tornou uma experiência enriquecedora para ambas as pessoas. Começamos com quatro duplas da diretoria, para que os diretores e diretoras fizessem parte desde o início do processo", disse Beatriz. O objetivo da empresa é promover a troca entre as gerações e o projeto já está sendo ampliado para incluir todas as faixas etárias.



CASE 8: "MULTICULTURALIDADE: COMO INCLUIR PESSOAS DE DIFERENTES RELIGIÕES, CULTURAS E ORIGENS"



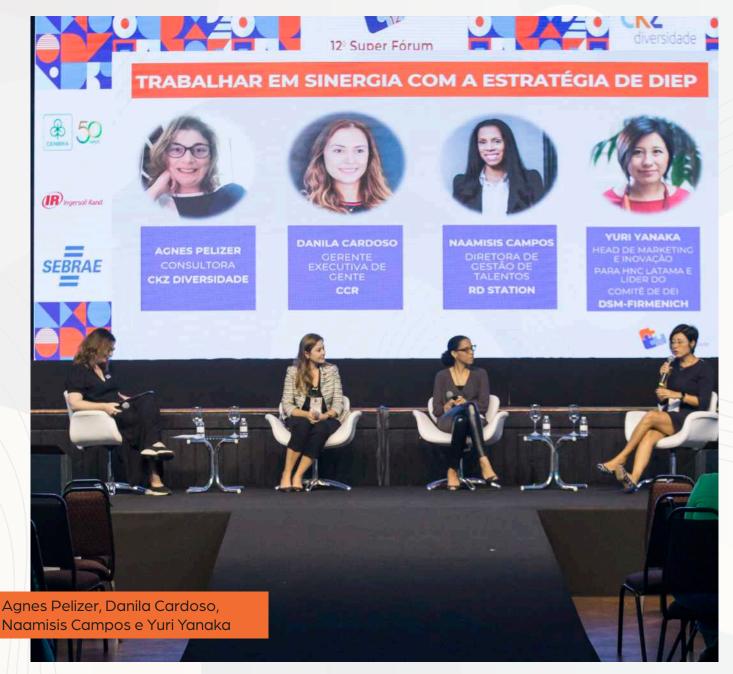
O último case foi apresentado por **Michele Araújo**, Coordenadora de Diversidade & Inclusão e Relações Comunitárias da Techint. A companhia, que tem um grupo de afinidades para tratar a diversidade de religiões, culturas e origens, ajudou pessoas com o Case Jaguatirica, da construção da Usina Termelétrica em Boa Vista, na fronteira com a Venezuela. Para a ocasião, foram contratadas pessoas refugiadas do país vizinho, ajudando a se sentirem incluídas.

Ao realizar o censo interno com a CKZ, a Techint descobriu que cerca de 85% das pessoas colaboradoras são católicas e evangélicas. Um exemplo de religiosidade, que é muito comum na área da construção civil, é a Oração do Pai Nosso, que é rezada todos os dias após o DDS (Diálogo Diário de Segurança) em todas as obras, além de ser rezada depois das reuniões gerenciais. A Techint também atua no acolhimento de pessoas de outras regiões.

Também começaram a atuar na proximidade de um quilombo, local considerado sagrado para uma religião de matriz africana. "Chamamos a pessoa líder desse quilombo para falar no Dia da Consciência Negra e explicar para os colaboradores da região que não conhecem o que eles fazem", contou Michele. É difícil encontrar outras empresas de construção que estejam trabalhando o tema da diversidade, o que ressalta a importância do que está sendo desenvolvido pela Techint.

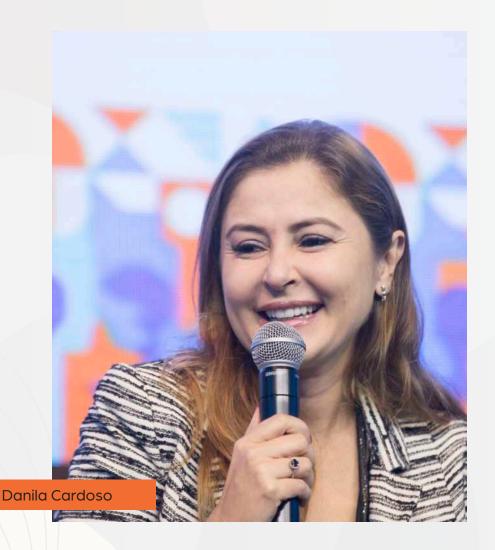


PAINEL "COMO AS DIVERSAS ÁREAS PODEM TRABALHAR EM SINERGIA NA ESTRATÉGIA DE DIEP: GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS, ÁREAS DE ESG E DIEP E GRUPOS DE AFINIDADE"



Após o almoço, o Painel contou com a participação de Danila Cardoso, Gerente Executiva de Gente da CCR, Naamisis Campos, Diretora de Gestão de Talentos da RD Station, e Yuri Yanaka, Head de Marketing e Inovação para HNC LATAM e Líder do Comitê de DEI da dsm-firmenich, com mediação de Agnes Pelizer, Consultora da CKZ Diversidade.





Participantes do Fórum

Danila contou que a CCR possui 62% de pessoas negras em seus quadros de funcionários. A companhia também oferece remuneração variável para a alta liderança ligada à diversidade, incentivando a contratação de pessoas diversas.

A partir de 2022, a CCR estabeleceu a meta que de todas as vagas abertas de liderança, 50% ou mais devem ser preenchidas por mulheres. Este ano a meta foi ampliada para 60% ou mais de mulheres em alta e média liderança. Todos os negócios da CCR têm ações direcionadas para a agenda de desenvolvimento e empregabilidade de mulheres.

"Realizamos vários Programas de Coaching para Fortalecimento das Mulheres da CCR pois precisamos desenvolver e reter essas pessoas dentro das nossas operações", disse Danila.





Naamisis falou sobre a importância de a empresa sempre ter uma cultura voltada para diversidade e inclusão.

"Temos uma área, dentro de RH, que olha para as informações dos dados porque eu entendo que esta é uma das ações fundamentais para ter estratégias voltadas diretamente para aquilo que a empresa precisa".







Yuri destacou que DIEP foi essencial no processo de fusão da holandesa DSM com a suíça Firmenich.

"Temos o maior número de mulheres na liderança dentro de toda América Latina e queremos levar para cargos executivos", disse a executiva. Ela ressaltou ainda que "diversidade e inclusão têm que ter impacto no negócio, se não fica difícil se tornar uma prioridade".







Agnes destacou que as iniciativas de DIEP podem ser implementadas de diferentes formas e não existe uma receita de bolo. "É preciso ter a escuta ativa, ver quais são as necessidades da empresa. Tem que fazer parte da estratégia da empresa".

Naamisis e Yuri destacaram a importância de ter uma liderança engajada. "Engajamento vem da escuta e de ouvir o que os grupos acham importante. Tem muita interação entre as pessoas que são membros dos comitês. Elas conseguem mapear o que está acontecendo em situações que sejam de alguma forma relacionadas à diversidade e inclusão".







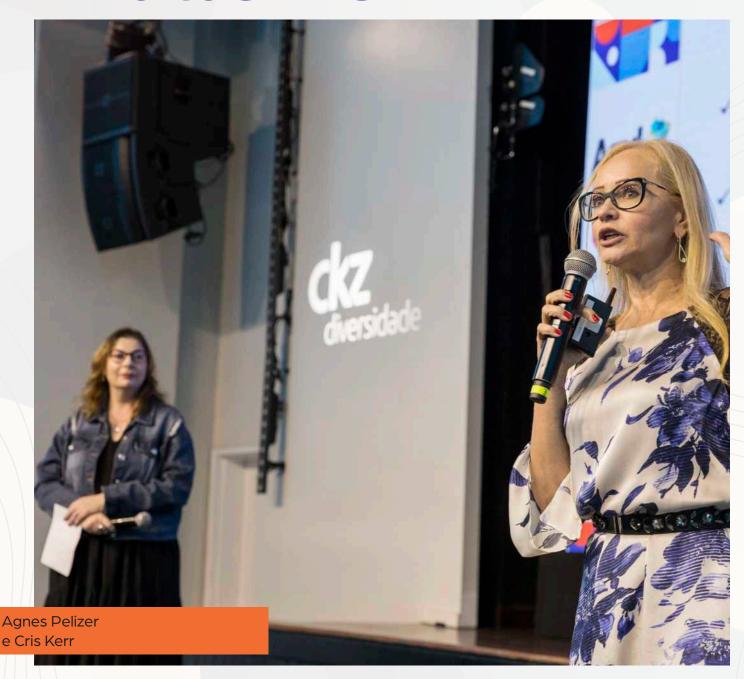
Investimento em letramento é essencial. "Eu digo que aprendo todos os dias com meu filho e que bom que o tema está nas escolas, inclusive nas públicas. Ao investir no letramento, estamos alfabetizando as pessoas no tema da diversidade. É um ponto essencial para ter sucesso nessa agenda. E não dá para avançar em todos os pilares ao mesmo tempo", disse Danila.

DIEP é um diferencial que cada vez mais se torna essencial para a sobrevivência das empresas. "No mundo corporativo, as pessoas executivas têm que acreditar nesse tema. Não adianta ter pessoas apaixonadas, um time engajado, se a alta liderança não comprar a ideia. Isso aqui é a base do que a gente vai fazer daqui para frente. É uma adaptação natural. O negócio só vai acontecer se a gente for um espelho da sociedade", destacou Yuri.

Ter vontade de fazer acontecer.

"Intencionalidade é realmente ser intencional e genuíno, interessado no tema. É necessário ter consistência, porque às vezes dá uma desanimada quando uma iniciativa não tem o resultado esperado, mas a consistência te leva para outros patamares. Isso faz com que a gente evolua em relação ao tema. E fomentar um ambiente de segurança psicológica é essencial", destacou Naamisis.

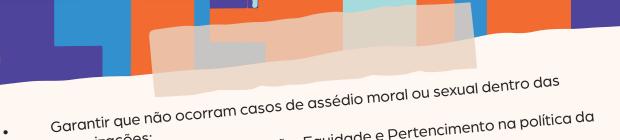
DINÂMICA DE "NEUROCIÊNCIA E DIEP



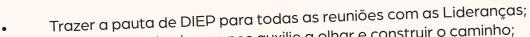
Depois deste painel, foi realizada uma dinâmica de "Neurociência e DIEP". A partir dos insights que foram levantados pelas pessoas participantes, ao longo dos dois dias de evento, todas as pessoas que estavam participando do evento, tanto presencialmente quanto online, preencheram uma ficha com as ações que elas se comprometem a realizar a partir do conhecimento adquirido no 12° Super Fórum. Vamos conferir algumas destas ações!



- Criar OKR estratégico do RH sobre a implantação de DIEP como plano de ação;
- Aprimorar e criar indicadores de Diversidade, dar visibilidade a todos e definir metas a partir deles;
- Realizar Censo e prosseguir com agenda estratégica;
- Olhar para os indicadores e extrair os dados que já possuímos para propor ações iniciais de discussões;
- Incluir a Média Liderança para o desenvolvimento das ações e estabelecer indicadores de DIEP;
- Organizar todos os insights e criar um plano de ação, apresentar a ideia à direção para firmar compromissos;
- Promover Rodas de Conversas para exercitar o escutar e definir as prioridades de cada tema:
- Trazer pauta recorrente para Alta e Média Gestão;



- Incorporar a Diversidade, Inclusão, Equidade e Pertencimento na política da
- Propor Planejamento Orçamentário focado nas ações de DIEP + participação de
- homens nos grupos de afinidade (que não pertencem aos grupos);
- Propor Programa de saúde mental, Censo sobre saúde emocional e felicidade no
- Iniciar o processo de incluir o tema de qualidade da vida/felicidade no trabalho em trabalho – benefício para funcionário e família;
- Propor uma pesquisa antes do término do ano para avaliar ações concretas para treinamentos técnicos e normativos;
- Pensar em EPI's de Felicidade/emocionais;



- Ter uma Consultoria que nos auxilie a olhar e construir o caminho;
- Criar Comitês para discutir e construir as ações NADA SOBRE NÓS SEM NÓS!
- Definir um(a) patrocinador(a) da Alta Liderança para cada grupo de afinidade;
- Criação da "Onda de Comunicação de Diversidade & Inclusão" com mensagens semanais, letramento (micro-learning) com os temas chave de DIEP (inspirado pelo DDS);

- Programa de atração e empregabilidade de pessoas autistas para TI;
- Trazer os homens brancos, hétero, cis e sem deficiência para a conversa de DIEP;
- Trabalhar os Vieses Inconscientes a partir da Liderança: EAD obrigatório;
- Campanhas de comunicação interna;
- Adotar medidas para envolver homens brancos héteros nas ações de diversidade, por exemplo, trazendo pessoas como eles para conversar;
- Criar uma campanha interna com um mote: "Tudo bem errar, estamos todos aprendendo" para quebrar resistências, principalmente dos homens brancos e héteros;

- Acolhimento da família no pós nascimento. Envolver a família e não apenas o colaborador para falar sobre cuidados do pré-natal, ocasionando na saúdo do Desenvolvor um
- Desenvolver um espaço para conscientização e ação dos homens, para que eles entendam que fazem parte da diversidade e são agentes de mudança;

- Estudar mais sobre inclusão de pessoas com deficiência e pessoas trans e como incluí-las realmente na organização;
- Trabalhar a licença parental estendida;
- Preparar metas DIEP para remuneração variável, planejar as ações afirmativas x
 Grupos de Afinidade; Programa Mulheres Gestantes no retorno ao trabalho;
 Programa ênfase na liderança feminina negra; Programa LGBTQIAP+;
- Propor a obrigatoriedade do curso de Vieses Inconscientes para toda a equipe, começando pela liderança;

- Propor a inclusão da meta de aumento da percepção de respeito à diversidade nos resultados da pesquisa de clima;
- Incutir na alta administração a vital importância da "Felicidade no trabalho produzir com prazer";
- Os incrementos do ESG com mais afinidades na empresa;
- Criar trilha de diversidade, equidade e inclusão;
- Calendário de Comunicação Inclusiva;
- Semana de D&I;
- Almoço inclusivo;

- Programa de Mentoria para Mulheres;
- Cartilha para saída e retorno das mulheres grávidas;
- Mentoria vice-versa (Jovens x Sêniores e Sêniores x Jovens); Disseminar os ricos conhecimentos adquiridos no Fórum com os colegas de equipe;
- Grupo de afinidade Geracional;
- Rodas de Conversa masculinas;
- Me colocar em um local de escuta ativa, sensibilizar com a história do outro e buscar uma

- Levar a vivência da diversidade através da mentoria reversa;
- Sugerir um comitê para Diversidade e Felicidade dentro da empresa;
- Trabalhar como Multiplicador de DIEP;
- Aumentar o quadro feminino nos cargos de Liderança, que hoje é um percentual baixo;
- Apoiar em um letramento mais profundo sobre todos os grupos sub representados e interseccionalidade;
- Promover mais ações falando sobre vieses inconscientes;
- Trabalhar a empatia x Comunicação Não-Violenta (aprender a ouvir sem atacar);
- Humildade nos momentos em que não sabemos tudo e precisamos aprender.





Para finalizar o evento, pedimos às pessoas participantes enviarem as fichas que caíram ao longo dos dois dias de Fórum:

EM UMA FRASE OU PALAVRA, O QUE VOCÊ ESTÁ LEVANDO DESTE FÓRUM?

Aqui algumas mencionadas:



"O maior desafio deve ser a média liderança. Normalmente, a alta liderança entende, quando percebe o impacto nos resultados do negócio. Mas como engajar a média liderança? Este é o maior desafio", disse Agnes. Cris Kerr complementou o assunto: "A média liderança é quem contrata. É quem mais pode atravancar o processo todo. Às vezes, a alta liderança já entendeu, ainda que não pelos motivos certos e que a gente gostaria. Mas a gente tem um desafio com essa média liderança".



Com a palavra, a idealizadora do Fórum:

66

Por fim, Cris Kerr, CEO da CKZ Diversidade e idealizadora do Super Fórum Diversidade & Inclusão compartilhou o processo de transformação da jornada de DIEP. "Ela termina com a pessoa deixando o que ela era antes. A gente só faz uma transição quando a gente quer, a gente tem que querer se transformar. Tem sempre aquele grupo que está falando "isso é muito mimimi", e o que a gente mais escuta é "eu contrato por competência, não me interessa se é uma pessoa preta, pardo...", e isso é o que as pessoas acham, ignoram seus vieses inconscientes. A gente precisa trazer essas pessoas para falar sobre o tema, conscientizá-las". Além disso, ela abordou a importância de trazer os homens brancos, cis, heterossexuais e sem deficiência para a causa. Eles são os grandes transmissores do tema para outros homens brancos, porque os iguais se escutam mais. "Os homens brancos não são salvadores, mas sem eles não há transformação", disse Cris. As pessoas precisam ser acolhidas e bem recebidas. É comum cometer alguns erros no início e é importante não julgar ou ser uma pessoa agressiva, porque a tendência é que as pessoas se afastem.





Conheça abaixo as nossas principais soluções além do Super Fórum Diversidade & Inclusão:



Conversando com os Homens sobre DIEP. Um evento para que a liderança masculina exercite a sua responsabilidade e importância na construção de ambientes mais diversos e inclusivos. Além de palestras e painéis com especialistas no tema, o Fórum promove uma dinâmica prática para que todos os homens construam juntos um plano de ação para serem agentes de transformação.



O **único treinamento completo sobre DIEP** do Brasil, que é aberto para todas as pessoas participarem individualmente. Além de aprofundar temas relevantes traz diversas técnicas e dinâmicas para você aplicar na sua empresa.

São 8 módulos práticos com diversas mentorias.



E conte com a nossa consultoria que já atendeu mais de 300 clientes. Nossa consultoria estratégica em diversidade e inclusão é **totalmente customizada**. Após um diagnóstico qualitativo e quantitativo da diversidade, da cultura e dos valores vividos na sua empresa, desenhamos um Programa de DIEP com Planejamento Estratégico, Plano de Ação, treinamentos entre outros.

Nossos Números

+ de 120 mil Pessoas Treinadas 15 ANOS de Experiência + **de 6.600** Treinamentos e Palestras + **de 930 mil** Pessoas Alcançadas

+ de 300 Clientes

Nossos Propósitos

Alinhados com ESG e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)













Premiações

Gratidão aos nossos parceiros institucionais pelo reconhecimento da nossa paixão em Diversidade, Inclusão, Equidade e Pertencimento

Princípios de Empoderamento das Mulheres (Women's Empowerment Principles – WEPs,) – Categoria Prata



Selo Empresa Amiga da Diversidade









Esperamos por vocês na 13ª Edição do Super Fórum de Diversidade & Inclusão. Nos vemos em 2024!







