

[B]³

Iniciativas
empresariais
de diversidade:
a visão dos
consumidores

MARÇO/2023

IO DIVERSIDADE

INSTITUTO
LOCO
MOTIVA



Breve contexto sobre a relevância da diversidade no Brasil





Os **negros** são a maioria da população

56% da população brasileira se declara **preta (10,6%)** ou **parda (45,3%)**.

113 milhões

As **mulheres** são a maioria da população

52% da população brasileira é composta por **mulheres**.

105 milhões



LGBTQIAP+¹

9% 15,6 milhões

7% não-heterossexuais
12,4 milhões

4% transsexuais
ou transgêneras
5,8 milhões

60 anos+²

20% dos adultos.
Daqui 20 anos **serão 32%!**

32,5 milhões

¹ Projeção Instituto Locomotiva a partir de estimativa populacional do IBGE para 2022 (população 16 anos ou mais) e pesquisa do orgulho (Datafolha, 2022)

² Projeção Instituto Locomotiva a partir de estimativa populacional do IBGE para 2022 (população 18 anos ou mais) e PNAD IBGE 2021



Pessoas com deficiência

10%* da população brasileira

16,8 milhões

6% Motora
9,9 milhões

1% Auditiva
2,2 milhões

4% Visual
6,7 milhões

1% Intelectual
2,2 milhões

2% Múltipla
3,7 milhões

A classificação de pessoas com deficiência da pesquisa nacional de saúde (PNS) considera aquelas com muita dificuldade ou que não conseguem realizar alguma atividade de modo algum por conta desta deficiência

A diversidade enquanto tema do debate público e corporativo

No início dos anos 2000 começou a ganhar força na discussão pública um posicionamento que reivindica o **reconhecimento da identidade** como elemento importante para **entender as desigualdades e enfrentá-las**.

Nos últimos 5 anos as pautas de diversidade têm repercutido no mundo corporativo de 3 formas:

1
Relação das marcas com seus consumidores. Consumidores exercendo papéis cada vez mais ativos, sobretudo nas redes sociais, impactando a reputação das marcas. Mais do que nunca, é preciso evitar uma Crise Reputacional em todos os pontos de contato da marca com o consumidor.

2
As empresas passaram a reconhecer as vantagens competitivas que uma equipe diversa proporciona: ampliação de inovação, aumento de produtividade, aumento do lucro. Isso tem impactado diretamente as políticas de contratação, atratividade e retenção de talentos.

3
A agenda ESG sendo reconhecida como relevante para diversos stakeholders, tendo a Diversidade como um dos pilares para a valorização de empresas diante dos investidores.

Diversidade

se refere, então, ao **reconhecimento** de que as pessoas são **diferentes**, e que essas **diferenças** geram **desigualdades** para grupos específicos da população. Impactando não apenas a vida dos indivíduos, mas também o desenvolvimento da sociedade como um todo.

**Essa apresentação
é um convite para
entendermos o
olhar e as
demandas dos
consumidores e
cidadãos
brasileiros sobre a
diversidade**





Pesquisa quantitativa

Metodologia

Amostra

Praça

Pesquisa
quantitativa
online de
autopreenchimento

1.757
Entrevistas

Nacional

Perfil: Homens e mulheres, 18 anos ou mais, classes ABCDE

Coleta de dados: 13 a 27 de janeiro de 2023

Margem de erro: 2,3 p.p

O termo diversidade está cada vez mais presente na sociedade, mas ainda há espaço para discussão e aprendizado.

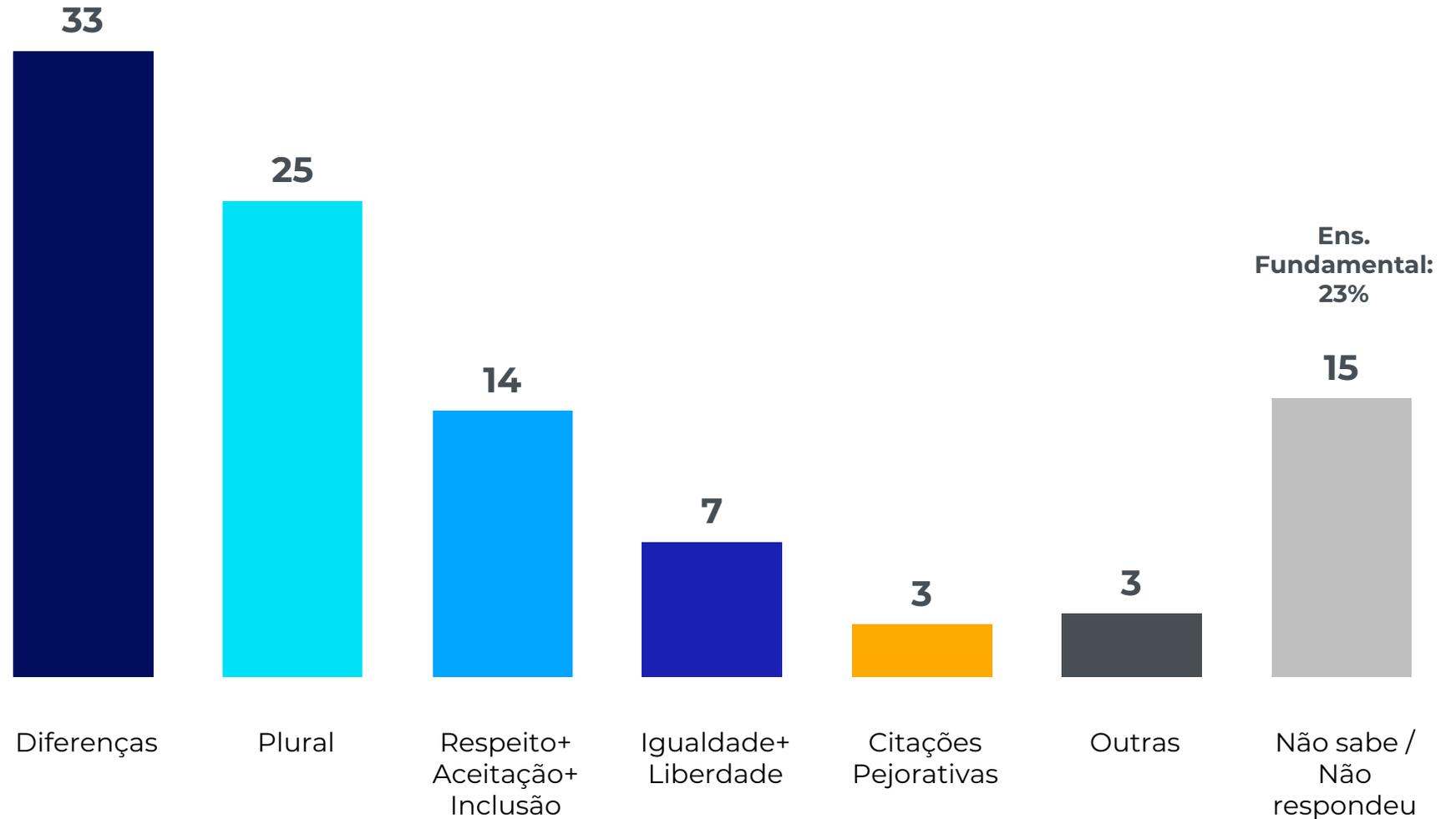


da população
sabe dizer o
significado de
diversidade

O que equivale a
172 milhões
de brasileiros

% Significado atribuído à diversidade

Principais associações espontâneas com o termo diversidade são “**diferença**” e “**pluralidade**”. Apenas 3% fazem associações negativas



Definições pejorativas de diversidade

“Ideologia.”

“Obrigar as pessoas a concordarem com sua visão de mundo.”

“Uma forma negativa de classificar pessoas sexualmente e um problema da sociedade.”

“Fim dos tempos.

Pessoas que precisa de ajuda.”

“Bagunça.”

“Lixo inventado.”

“Algo que foi distorcido pela ideologia de gênero.”

“Diversidade significa exploração total de qualquer tema.”

“É uma palavra bonita que está na moda para se falar que é diferente para quem tem falta de vergonha na cara.”

“Libertinagem.”

Trabalhadores formalizados associam mais diversidade a respeito e aceitação

Informais têm menor conhecimento do seu significado

B1. O que significa diversidade para você? (ESPONTÂNEA)
Base: 679 / 526

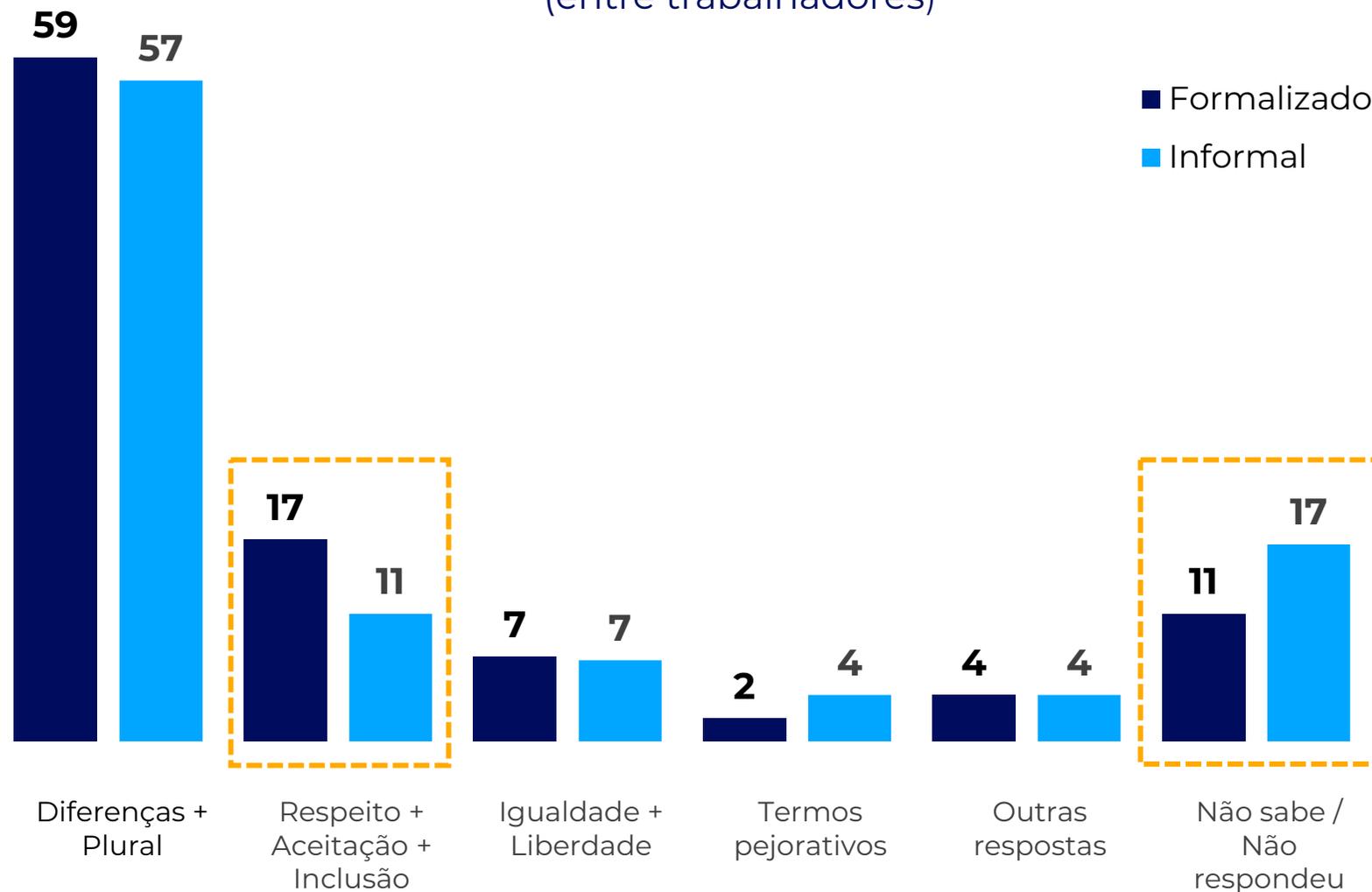
Trabalhadores formais

conhecem mais o termo diversidade e o associam mais a **respeito / aceitação / inclusão**.

Informais

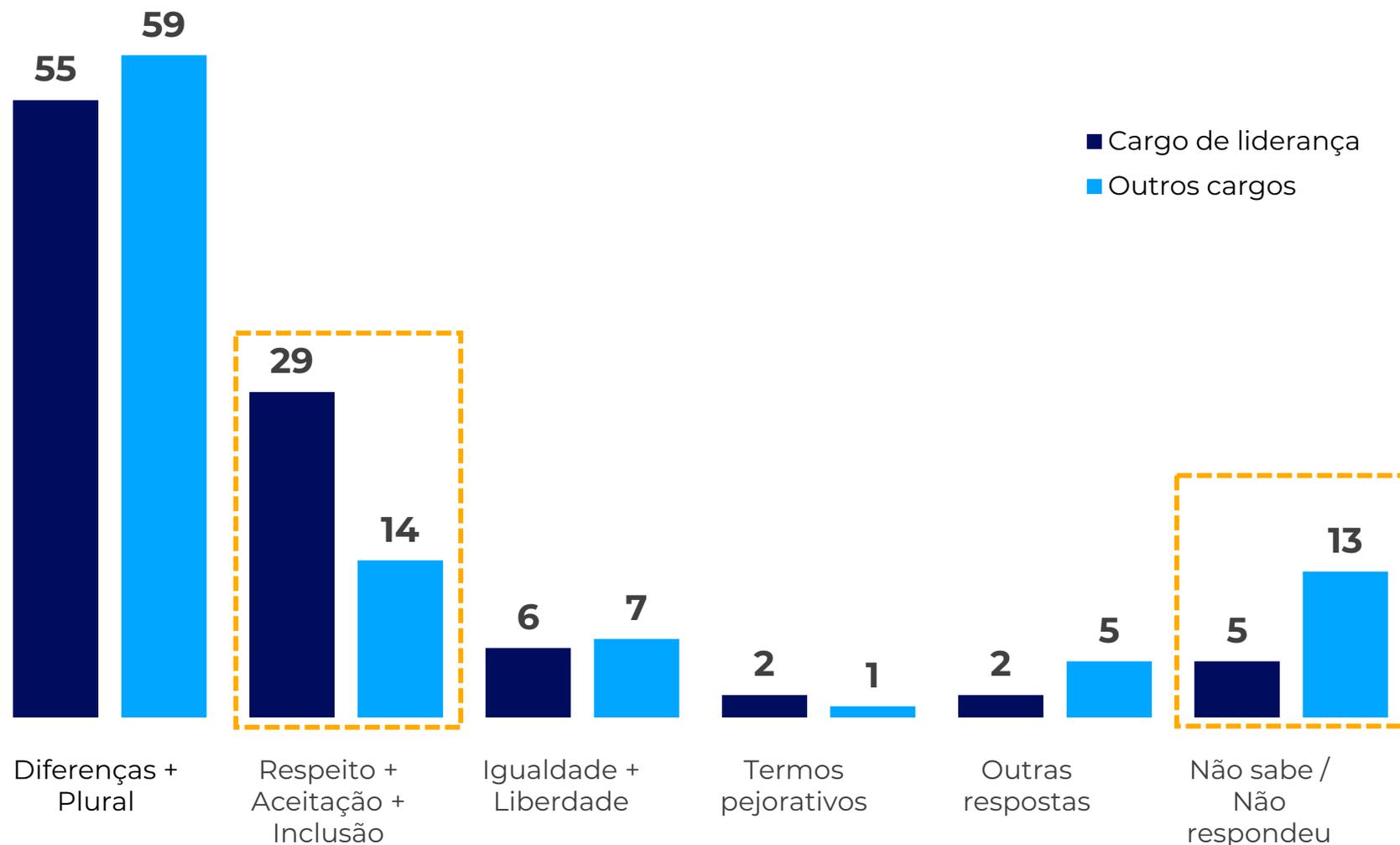
têm **menor conhecimento** do significado do termo

% Significado atribuído à diversidade (entre trabalhadores)



% Significado atribuído à diversidade (entre empregados e funcionários públicos)

Os que ocupam **cargos de liderança** também se destacam por associar mais **diversidade a respeito+aceitação+inclusão** e conhecerem mais o termo



**E como os brasileiros
percebem o papel das marcas
e empresas em relação à
diversidade?**



7 em cada 10

Brasileiros acreditam
que seja papel de
marcas e empresas
apoiar a diversidade

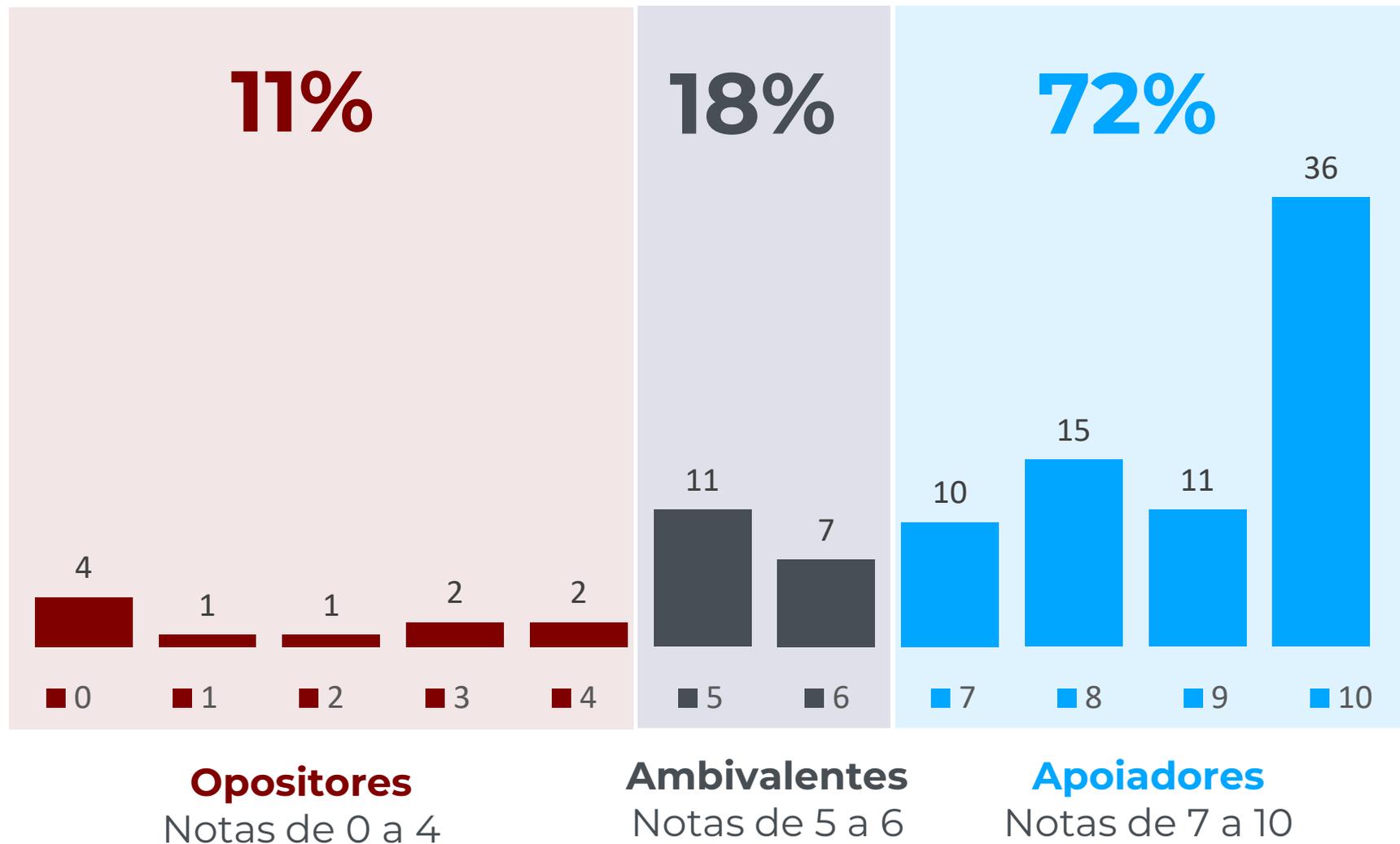
O que equivale
a cerca de

116 milhões de pessoas

% O quanto acredita que seja papel das marcas e empresas o apoiar a diversidade

72% acreditam que é papel das marcas e empresas apoiar a diversidade.

Apenas 11% são contrários



O saldo entre respondentes que acreditam que é papel das marcas e empresas apoiar a diversidade e os que não estão convictos dessa ideia é amplamente favorável



A young man with dark hair, wearing a dark jacket over a light-colored t-shirt, is looking upwards with a smile. The background is a city skyline with tall buildings under a blue sky with light clouds. The overall tone is optimistic and forward-looking.

Pessoas mais
jovens são
mais convictas
do papel das
marcas e
empresas em
apoiar **pautas
de diversidade**

% O quanto acredita que seja papel das marcas e empresas apoiar a diversidade

Entre os entrevistados que assumem cargos de liderança há maior adesão à ideia de que é papel das marcas e empresas o apoio à diversidade. Mais jovens, LGBTQIAP+ também estão entre os perfis mais favoráveis

	APOIADORES Notas de 7 as 10	NEUTRO Notas de 5 a 6	OPOSITORES Notas de 0 a 4	SALDO Apoiadores – opositores
Cargos de liderança	84%	9%	7%	77 p.p
LGBTQIAP+	76%	19%	6%	70 p.p
18 a 29 anos	76%	16%	8%	68 p.p
Trabalhadores CLT	76%	15%	9%	67 p.p

Mesmo entre perfis mais resistentes às pautas de diversidade, o apoio à atuação de marcas ao tema predomina

% O quanto acredita que seja papel das marcas e empresas apoiar a diversidade

	APOIADORES Notas de 7 as 10	NEUTRO Notas de 5 a 6	OPOSITORES Notas de 0 a 4	SALDO Apoiadores – opositores
60 anos ou mais	68%	22%	11%	57 p.p
Homens brancos	67%	18%	15%	52 p.p

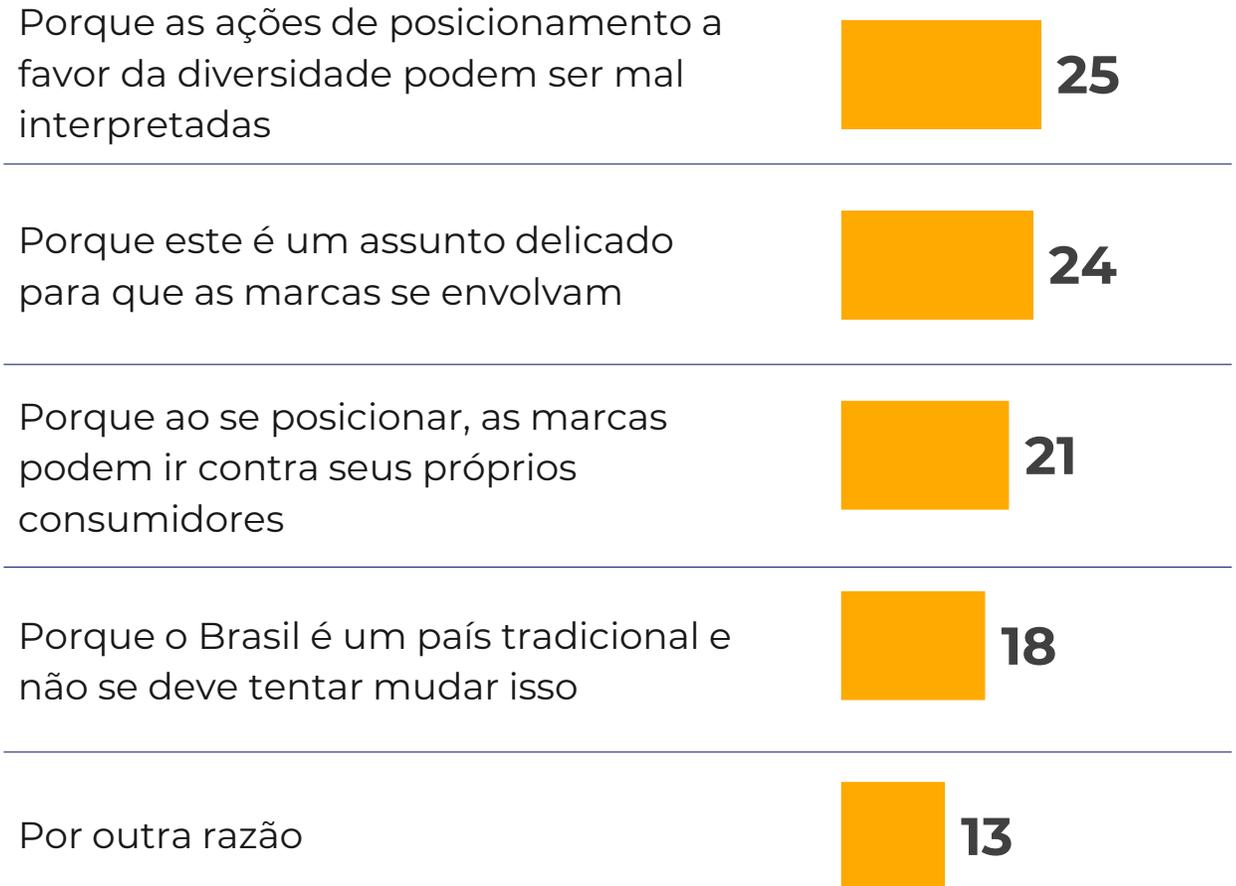
% principal razão para acreditar que não seja papel das marcas e empresas apoiar a diversidade

(entre quem acredita que marcas e empresas não devem apoiar a diversidade)

Entre a minoria que não acredita que é papel das marcas e empresas apoiar a diversidade, suas principais razões são a possibilidade das ações serem mal interpretadas ou uma percepção de sensibilidade do assunto

28%

Dos respondentes acham que **não é papel marcas e empresas** apoiar a diversidade.



91%¹

Acham que marcas e empresas **devem apoiar ao menos uma** das pautas apresentadas

| PCD

| Etnia/raça

| Geracional

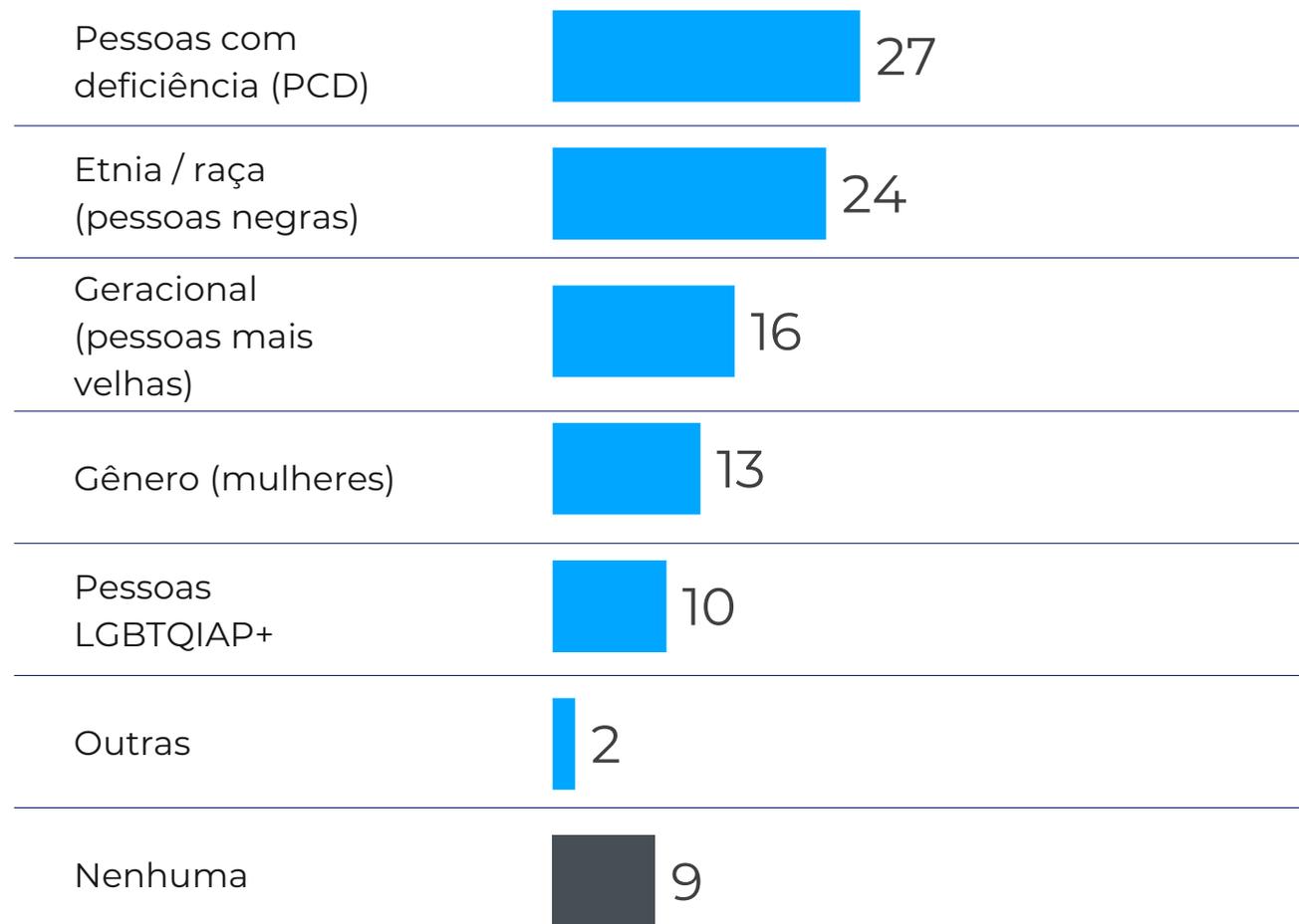
| Mulheres

| LGBTQIAP+

| Outros

Iniciativas relacionadas à diversidade de pessoas com deficiência, e racial são consideradas pelos brasileiros como as prioritárias para serem apoiadas por marcas e empresas

% principal esfera da diversidade que deve ser apoiada por marcas e empresas²



¹C4. Considerando as esferas da diversidade abaixo, quais você considera que devem ser apoiadas por iniciativas de apoio à diversidade de marcas e empresas? (RM) | Base: 1757

²C5. Entre estas, qual é a dimensão que deveria ser priorizada pelas marcas e empresas em iniciativas de apoio à diversidade? (RU) | Base: 1757

% o quanto acredita que as grandes marcas e empresas do Brasil apoiam a diversidade

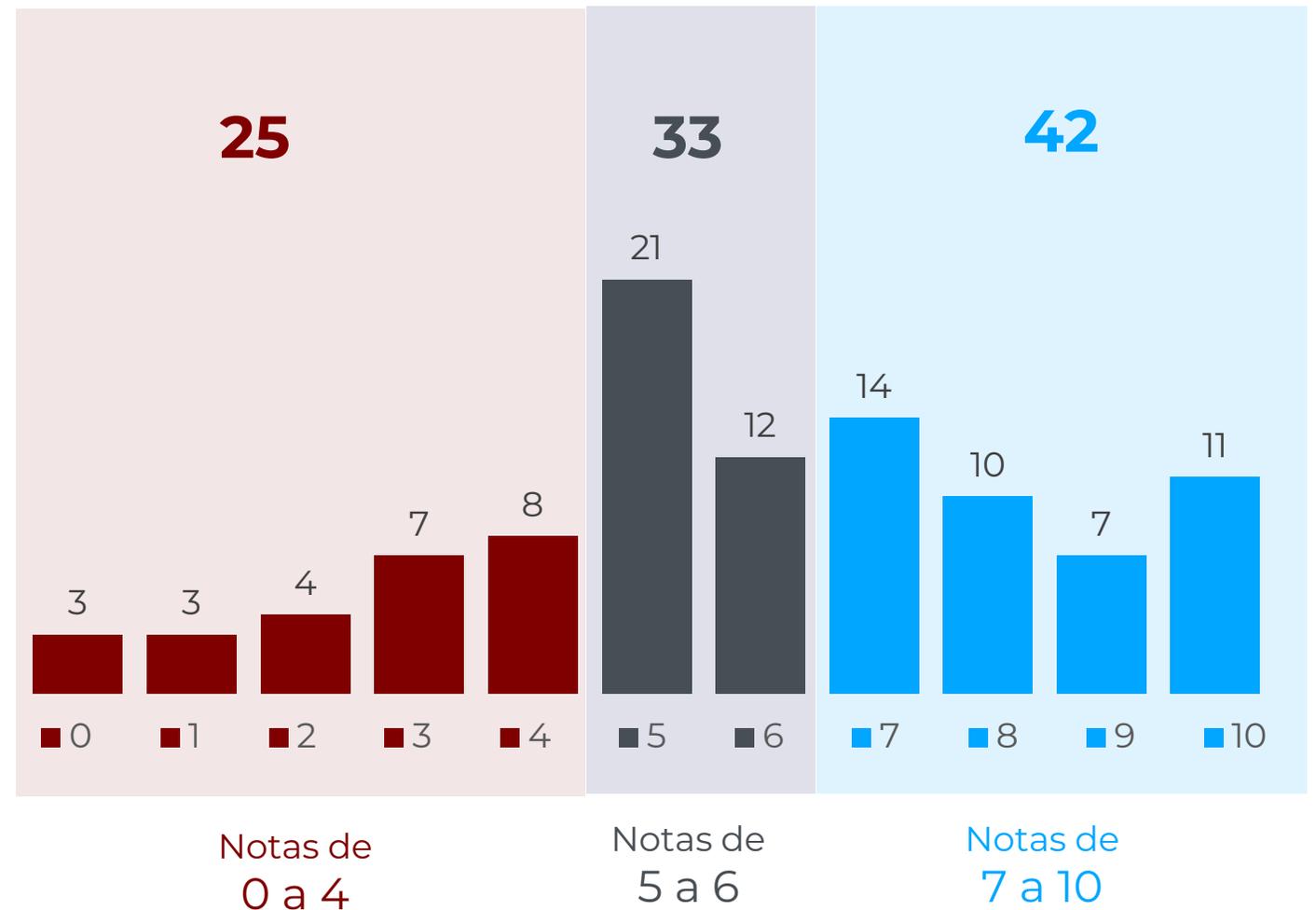
LGBTQIAP+: 35%

... Mas apenas

42%

Acreditam que as marcas e empresas **apoiam* a diversidade de forma geral**

Apenas 4 em cada 10 pessoas declara de forma mais intensa que as grandes empresas e marcas do Brasil apoiam a diversidade



* Notas de 7 a 10

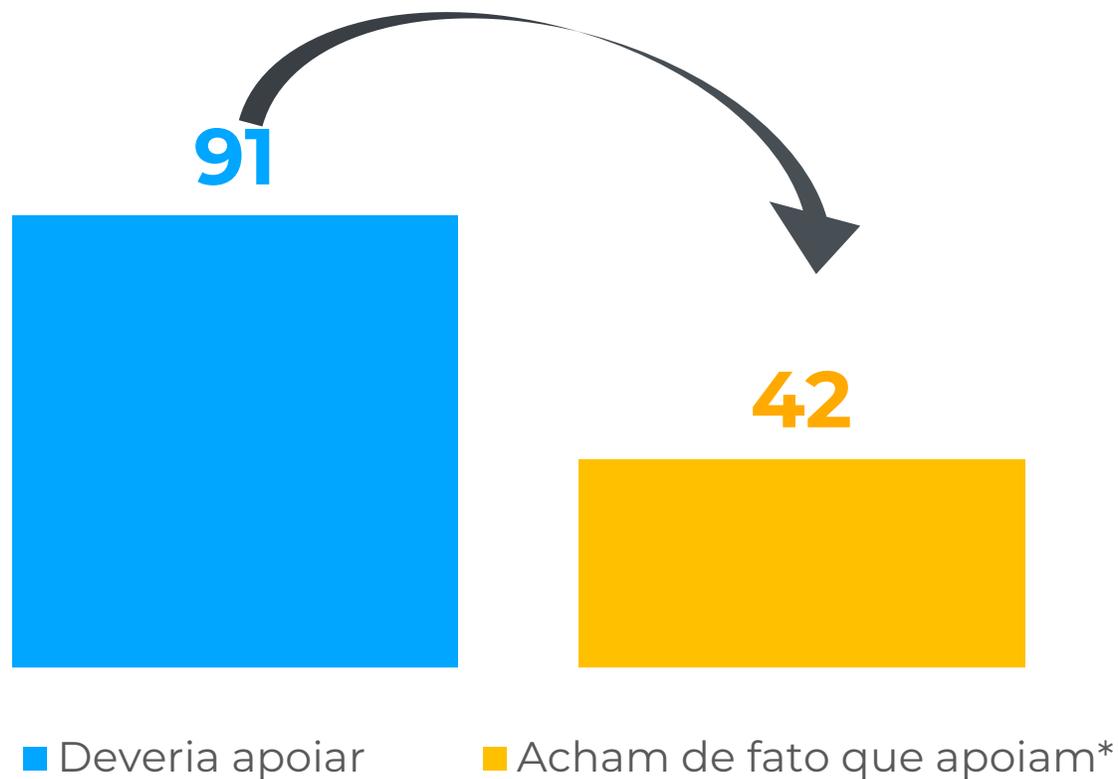
... ou seja,

O descompasso entre o apoio que os consumidores esperam e o que observam das empresas em relação à diversidade é de...

-49 P.P.

% demanda de apoio X apoio percebido

* Notas de 7 a 10





**Quais ações os
consumidores
demandam que
empresas e
marcas tomem
para apoiar a
diversidade?**

Contratação de pessoas negras, com deficiências, mais velhas, de diferentes gêneros e orientações sexuais etc.

Se posicionar publicamente contra situações de preconceito envolvendo os grupos de diversidade (negros, LGBTQIAP+, mulheres etc.)

Realização de campanhas para diminuir o preconceito na sociedade

Oferecer produtos que atendam às necessidades de públicos diversos



Ações estimuladas

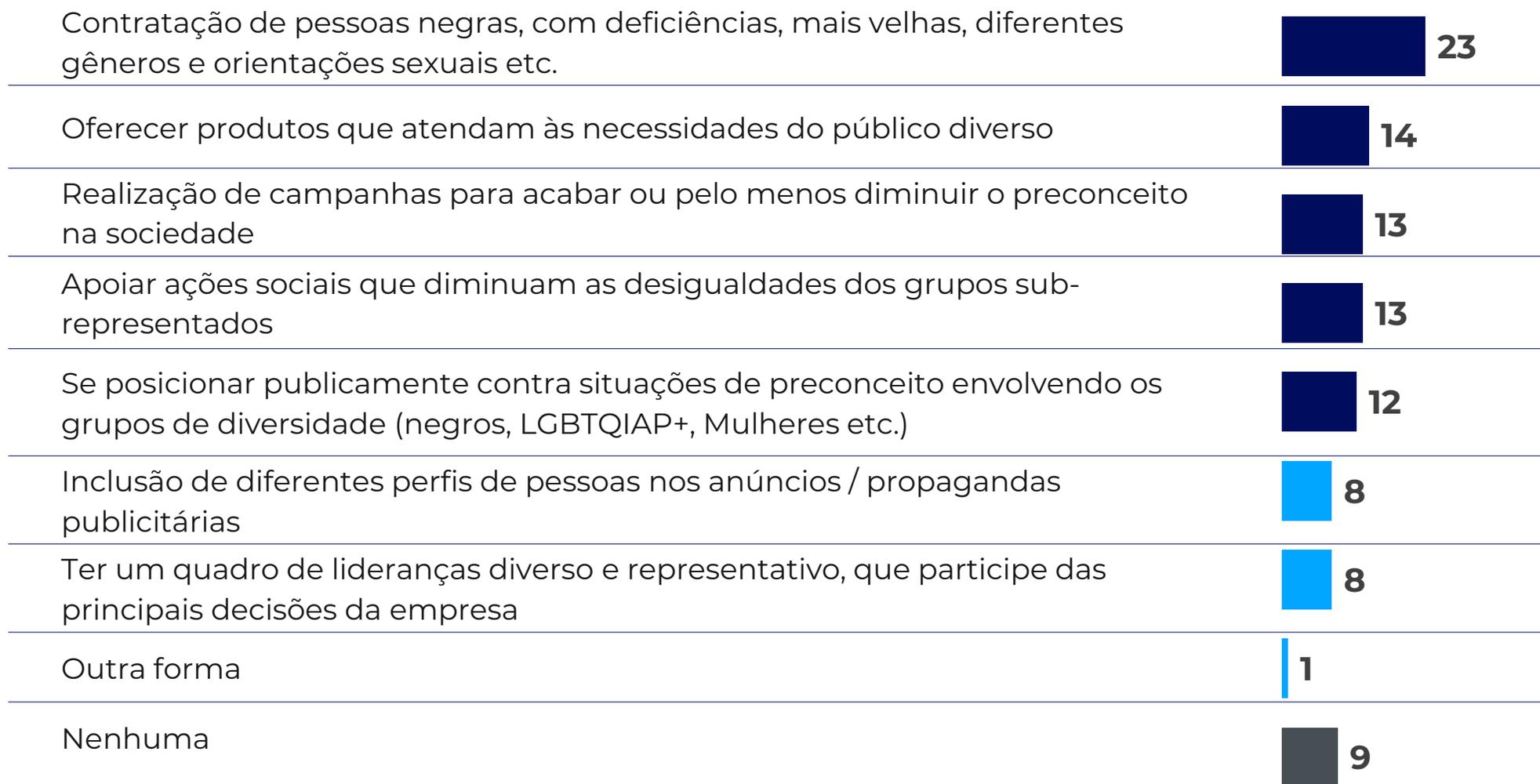
Inclusão de diferentes perfis de pessoas nos anúncios / propagandas publicitárias

Apoiar ações sociais que diminuam as desigualdades dos grupos minoritários

Ter um quadro de lideranças diverso e representativo, que participe das principais decisões da empresa

% ações a serem adotadas por marcas e empresas em apoio à diversidade

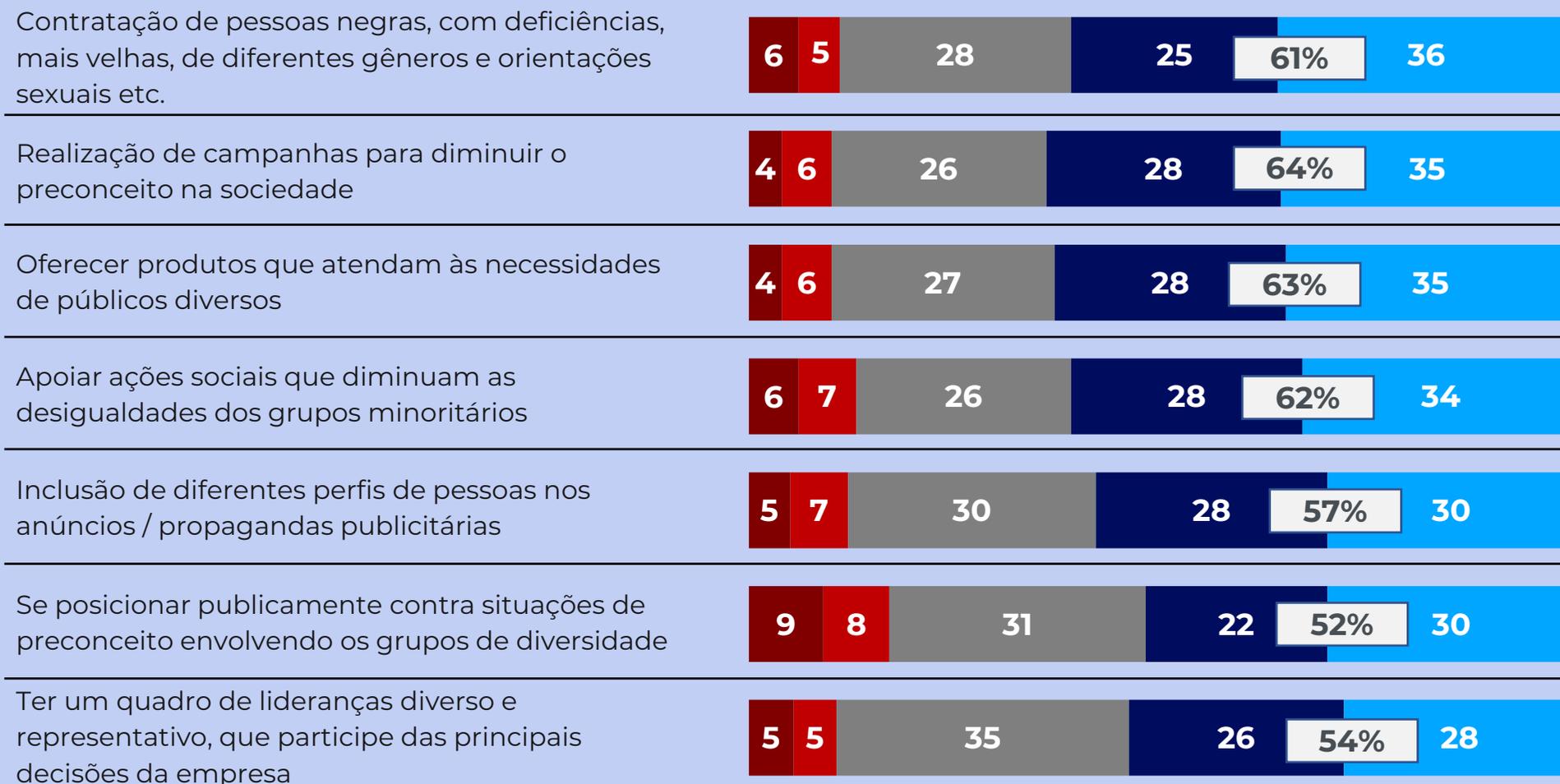
A principal ação demandada para empresas apoiarem a diversidade é a contratação de pessoas de grupos sub-representados seguida pelo oferecimento de produtos para um público mais diverso



Mas essas expectativas e ações podem gerar algum impacto no consumo?

% Chances de escolher uma marca ou empresa caso ela adote as seguintes ações

Para maioria, posicionar-se publicamente à favor da diversidade nas situações ESTIMULADAS aumentaria a chances de ESCOLHER de uma marca ou empresa



■ Diminuiu muito ■ Diminui um pouco ■ É indiferente ■ Aumenta um pouco ■ Aumenta muito

% chances de comprar em marca x ações em favor da diversidade

Das ações testadas, todas apresentam saldo largamente favorável em relação á disposição de compra dos consumidores, sobretudo campanhas de conscientização e produtos para atender necessidades dos diversos públicos

	Apoio umenta a chance de comprar*	Apoio diminui a Chance de comprar**	Saldo
Realização campanhas redução do preconceito na sociedade	64%	11%	+53
Oferecer produtos que atendam às necessidades de diversos públicos	63%	10%	+53
Apoio à ações sociais que diminuam desigualdades dos grupos minoritários	62%	12%	+50
Diversidade na contratação	61%	11%	+50
Inclusão de pessoas de diferentes perfis em propagandas publicitárias	57%	12%	+45
Ter um quadro de lideranças diverso e representativo, que participe das principais decisões	54%	11%	+43
Se posicionar publicamente contra situações de preconceito envolvendo grupos de diversidade	52%	17%	+35

**1 em
cada 4
estão
dispostos a
pagar mais
por marcas
que apoiam a
diversidade**



81%

Dos brasileiros estão dispostos a dar preferência a marcas que apoiem a diversidade

27%

pagariam mais por elas

% preferência a marcas que apoiam a diversidade

27%

(33% entre jovens 18-29)

Daria preferência a marcas que apoiem a diversidade, mesmo que **custem mais**

54%

Daria preferência a marcas que apoiem a diversidade, desde que **custem o mesmo**

19%

Não daria preferência à marcas que apoiem a diversidade

19%

**Não daria
Preferência**

Eles são:

Homens não negros **29%**

54%

**Preferência com
Mesmo preço**

Eles são:

60 anos ou + **62%**

Cargo liderança **57%**

27%

**Preferência mesmo com
Maior preço**

Eles são:

18 – 29 anos **33%**

Mulheres negras **32%**

LGBTQIAP+ **34%**



Os brasileiros
estão dispostos a
pagar em média

+11%

por produtos ou
serviços de
marcas que
apoiem a
diversidade

E qual a demanda relacionada à diversidade que os brasileiros possuem em relação aos empregadores?

**8 em
cada 10**
respondentes
acham
importante
que uma
marca ou
empresa apoie
a diversidade
entre seus
funcionários



Entre trabalhadores formalizados,
87% declaram trabalhar em uma
empresa que, ao menos em um
aspecto estimulado, apoia a
diversidade



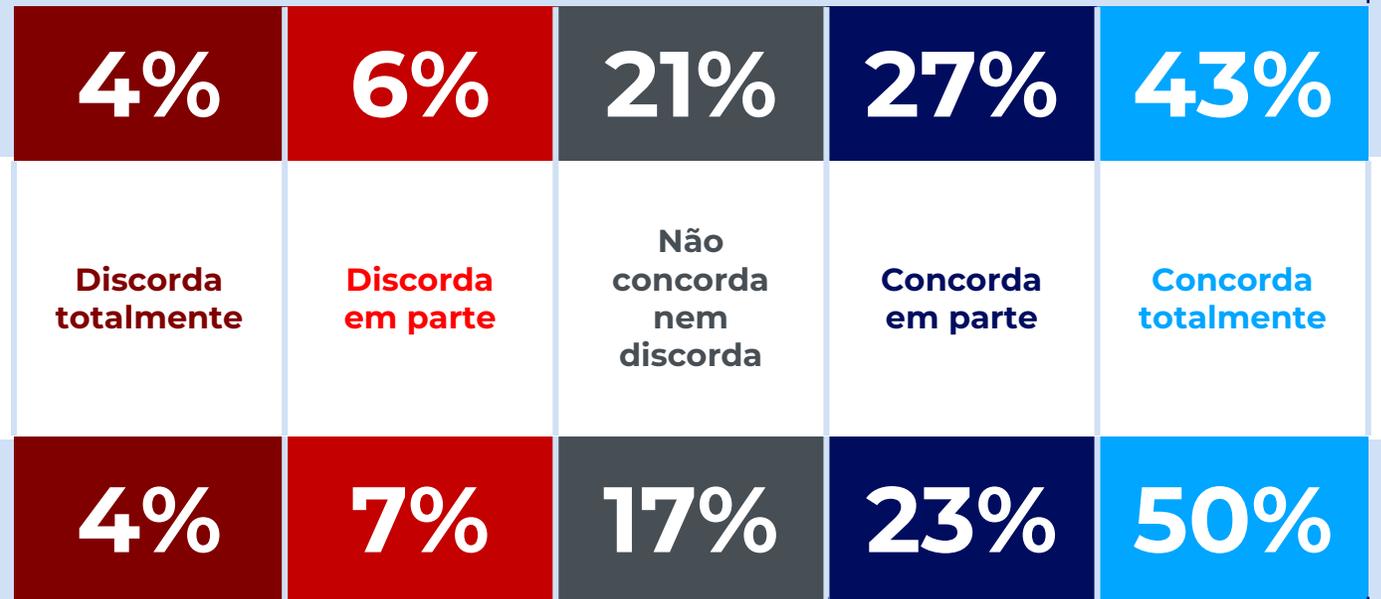
Tem um quadro de funcionários bastante diverso



% concorda que a empresa em que trabalha...
entre empregados com carteira assinada/sem carteira assinada ou funcionários públicos



Trata todas as pessoas de forma justa, independentemente de seu histórico de vida e suas características pessoais



Cargos de liderança: 46%
Homossexuais: 53%

70%

73%

Cargos de liderança: 54%
Ens. Superior: 53%
Classe A: 62%
45 anos ou mais: 51%



Está comprometida em criar um ambiente de trabalho que aceita e estimula a diversidade



% concorda que a empresa em que trabalha...
entre empregados com carteira assinada/sem carteira assinada ou funcionários públicos



Faz com que eu me sinta envolvido(a) e capaz de opinar no ambiente de trabalho quando o assunto é diversidade



Ens. Superior: 45%
60 anos ou mais: 46%

68%

64%

Classe A: 47%
Ens. Superior: 41%
Homossexuais: 41%
Cargos de liderança: 40%
Mulher Cis: 39%



Promove campanhas, treinamentos e ações para engajar o time no respeito e acolhimento à diversidade



% concorda que a empresa em que trabalha...

entre empregados com carteira assinada/sem carteira assinada ou funcionários públicos



Tem diversidade nos cargos de liderança



60 anos ou mais: 43%
Cargo de Liderança: 45%

63%

6%	8%	23%	24%	39%
Discorda totalmente	Discorda em parte	Não concorda nem discorda	Concorda em parte	Concorda totalmente
7%	8%	23%	27%	36%

63%

Classe B: 46%
Cargos de liderança: 43%

E o apoio à diversidade tem algum impacto na carreira dos trabalhadores?



Para mim, é muito importante que a empresa valorize a diversidade.

Isso pesa nas minhas decisões de carreira.



66%

% frase que melhor reflete sua opinião

Entre quem declarou que valorização da diversidade pesa na decisão de carreira

34%



Para mim, é indiferente se a empresa valoriza ou não a diversidade e isso **não tem peso algum em minhas decisões de carreira**



Entre LGBTQIAP+ - 77%
Entre mulheres com filhos - 72%

Entre não negros - 44%



Estar numa empresa que tenha ações e apoie a diversidade **influencia totalmente a minha decisão** de permanecer no emprego ou aceitar uma oportunidade



Entre Mulheres negras com filhos – 76%
Entre Ens. Superior – 74%
Entre LGBTQIAP+ - 68%

65%

% frase que melhor reflete sua opinião

Entre quem declarou que valorização da diversidade pesa na decisão de carreira

35%

Entre Homens - 39%



Valorizo muito que a empresa em que eu trabalhe tenha ações e apoie a diversidade, mas **isso não influencia a minha decisão de permanecer** no emprego ou aceitar uma oportunidade





Salário e benefícios são importantes, mas **não são tudo para minha decisão** de permanecer ou aceitar uma oportunidade numa empresa. É preciso que a empresa também tenha valores e apoie causas que acredito



55%

% frase que melhor reflete sua opinião

Entre quem declarou que valorização da diversidade pesa na decisão de carreira

Ensino Superior – 61%
Entre LGBTQIAP+ - 60%



É muito importante que a empresa tenha valores e apoie causas que eu acredito, mas no final, **são os principais fatores influenciadores na minha decisão** de permanecer ou aceitar uma oportunidade





Para mim, é muito importante que os **líderes** com quem eu trabalho sejam **diversos**. Isso **pesa nas minhas decisões de carreira**



55%

% frase que melhor reflete sua opinião

Entre quem declarou que valorização da diversidade pesa na decisão de carreira

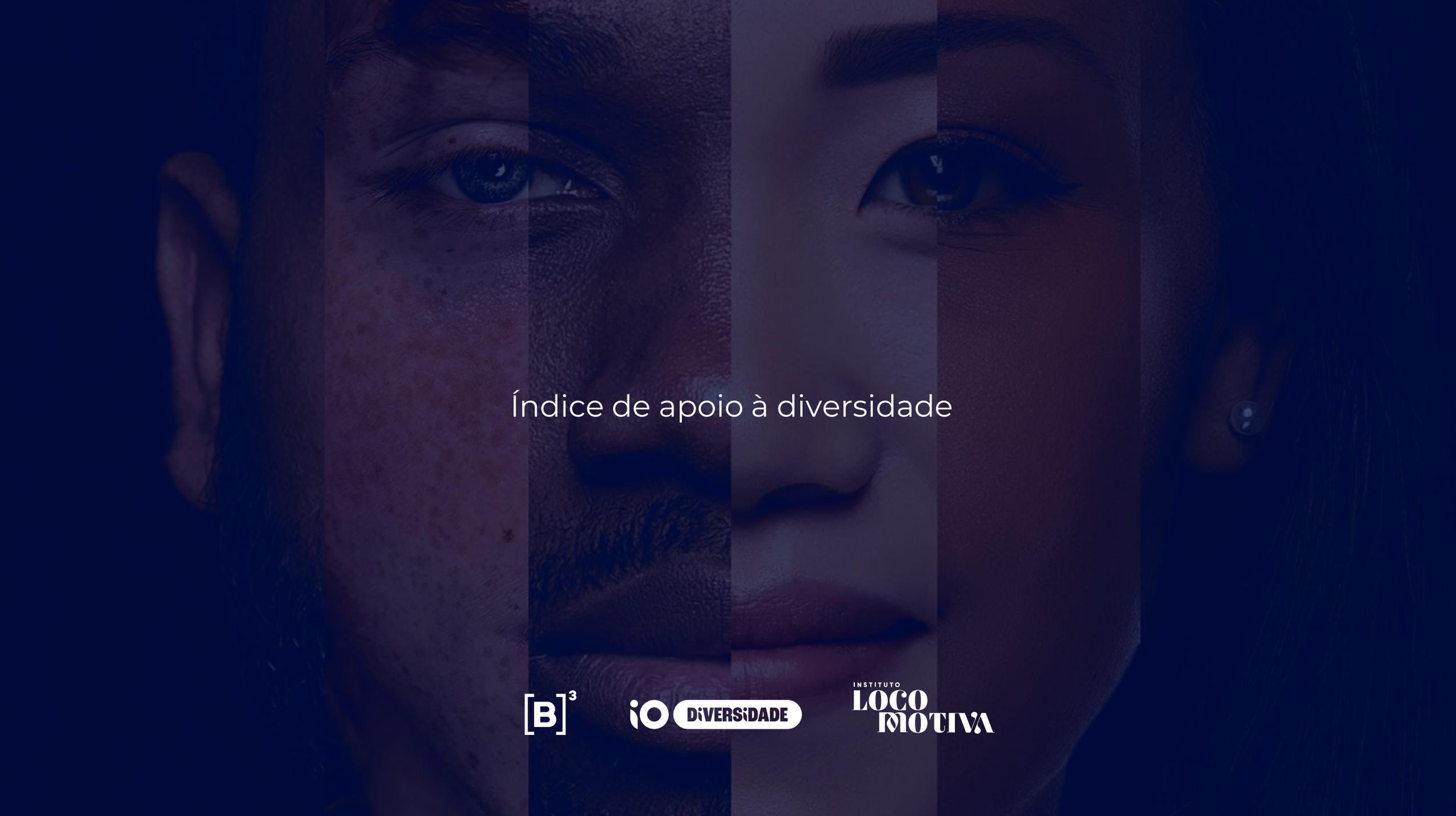
45%

A **liderança** ser **diversa** e valorizar a diversidade **não pesa para as minhas decisões de carreira**



Entre LGBTQIAP+ - 64%
Mulheres - 61%

Entre homens não negros - 57%



Índice de apoio à diversidade



Índice de Apoio à Diversidade

Foi criado a partir de dez questões presentes na pesquisa que foram feitas aos respondentes.

Atribuimos uma pontuação para cada opção de resposta, compondo assim, uma variável única que é o índice e que varia de 0 a 100 pontos.

Por meio dele podemos aferir o apoio de cada respondente às empresas e marcas que apoiam a diversidade.

quanto maior a pontuação, maior o apoio

Perfis

0 a 50
pontos

baixo
apoio

50,5 a 75
pontos

Médio
apoio

75,5 a 100
pontos

Alto
apoio

O posicionamento público favorável a uma das pautas por uma marca ou empresa, aumenta ou diminui a chance de você escolher essa marca?	Pontuação				
	Diminui muito	Diminui um pouco	É indiferente	Aumenta um pouco	Aumenta muito
Contratação de pessoas negras, com deficiências, mais velhas, de diferentes gêneros e orientações sexuais etc.	0	2,5	5	7,5	10
Realização de campanhas para diminuir o preconceito na sociedade	0	2,5	5	7,5	10
Inclusão de diferentes perfis de pessoas nos anúncios/propagandas publicitárias	0	2,5	5	7,5	10
Oferecer produtos que atendam às necessidades de públicos diversos	0	2,5	5	7,5	10
Apoiar ações sociais que diminuam as desigualdades dos grupos sub-representados	0	2,5	5	7,5	10
Ter um quadro de lideranças diverso e representativo, que participe das principais decisões da empresa	0	2,5	5	7,5	10
Se posicionar publicamente contra situações de preconceito envolvendo os grupos de diversidade (Negros, LGBTQIAP+, Mulheres, PCDs, e pessoas mais velhas)	0	2,5	5	7,5	10

Numa escala de 0 a 10, onde

Pontuação

0 - Nada 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 - Muito

O significa nada e 10 significa muito, o quanto você acredita que seja papel de marcas e empresas o apoio a diversidade?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

O quer dizer nada importante e 10 muito importante, o quanto você acha importante que uma marca ou empresa apoie a diversidade entre os funcionários(as)?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Posicionamento de marca

Pontuação

Diminui muito Diminui um pouco Nem diminui nem aumenta Aumenta um pouco Aumenta muito

Se uma marca ou empresa se posicionar publicamente a favor da diversidade (apoio a grupos minoritários como mulheres, negros, homossexuais, trans, pessoas com deficiências etc.), isso aumenta ou diminui a chance de você escolher essa marca?

0 2,5 5 7,5 10

Comparativo dos Perfis

18%

Baixo Apoio
(0 a 50 Pontos)

Eles são:

Classe D **25%**

Fundamental **23%**

38%

Médio Apoio
(50 a 75 PONTOS)

Eles são:

Não negros **41%**

Trabalhador informal **41%**

43%

Alto Apoio
(75 a 100 PONTOS)

Eles são:

Superior **52%**

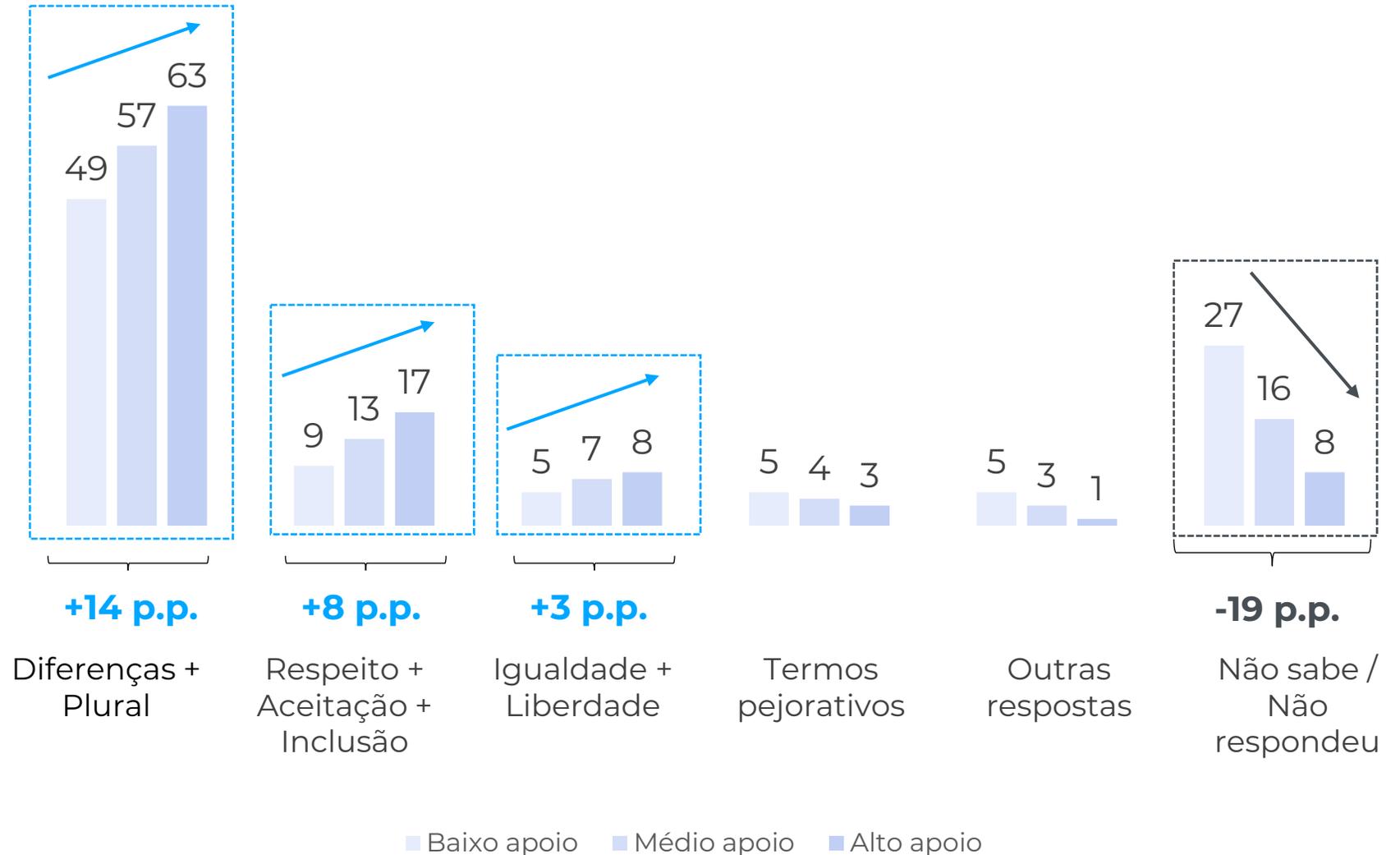
Classe A **50%**

Posição liderança **49%**

Jovens* **44%**

% Significado de diversidade x índice de apoio à diversidade

O índice de apoio à diversidade cresce de maneira proporcional aos diferentes significados de diversidade. A incapacidade de dar um sentido a ele relacionado à pluralidade, aceitação, igualdade é maior entre os que menos apoiam a diversidade





Por fim...

72%

Acreditam que seja papel de marcas e empresas apoiar a diversidade

Apesar de apenas

42%

Acreditar que as empresas e marcas hoje apoiam a diversidade

Ao citar causas específicas

91%

afirmam que marcas e empresas devem apoiar esses grupos de diversidade, mas há um gap entre expectativa e o apoio percebido pelas pessoas, sobretudo no étnico, geracional e da pessoa com deficiência

As principais ações demandadas das empresas e marcas para apoiar a diversidade: contratar pessoas diversas e também oferecer uma gama de produtos capaz de atender às diferentes necessidades da diversidade de seu público

79%

Atribuem grande importância para empresas que estimulam a diversidade entre seus funcionários

66%

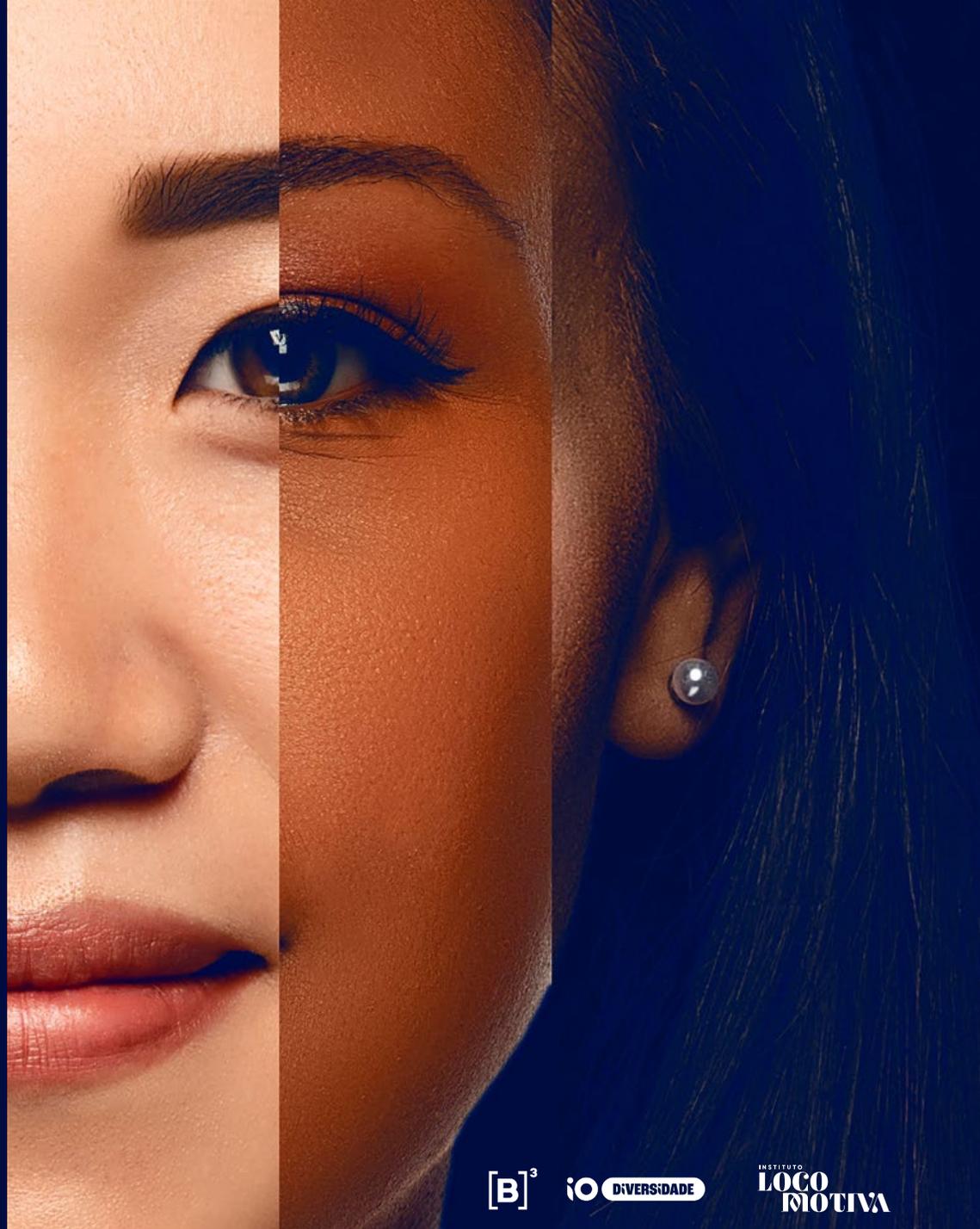
Dos trabalhadores afirmam que o apoio à diversidade pesa nas decisões de sua carreira

65%

Que ações de apoio à diversidade influenciam totalmente a decisão de permanecer no emprego ou aceitar oportunidades

55%

Afirmam que embora salários e benefícios sejam importantes, a empresa tem que ter valores e apoiar causas caras ao trabalhador, além de ser positiva a presença de líderes diversos



A woman with long dark hair, wearing a white blouse, is seated in a wheelchair. She is looking towards the right side of the frame with a slight smile. In the background, several other people are seated around a long wooden conference table, engaged in a meeting. The setting appears to be a modern office or meeting room with large windows and indoor plants. The overall lighting is soft and professional.

**A atuação de
empresas e
marcas nas
pautas de
diversidade
é uma
demanda real!**

1

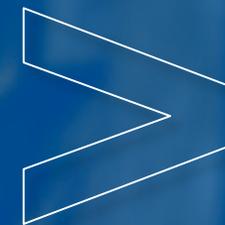
Há uma **demanda amplamente majoritária dos brasileiros pela atuação de empresas e marcas promovendo ações de diversidade**, especialmente para o público mais jovem, que irá ditar as tendências e rumos do consumo nas próximas décadas

2

Mais do que uma demanda abstrata, consumidores indicam que a **promoção da diversidade por empresas** contribui para o **aumento da disposição de compra** e de **maior fidelidade, tornando-se uma nova fonte de vantagem competitiva**

3

A promoção de **ambientes de trabalho que respeitem e promovam a diversidade** é hoje valorizada pelos consumidores em geral e pelos **trabalhadores em particular**, sendo uma **dimensão importante para atração e retenção de talentos** e para criação de **equipes motivadas e inovadoras!**



Ou seja, a **atuação de marcas e empresas em prol da diversidade** é hoje **chave** para sua **conexão com os brasileiros** em seus papéis de **cidadãos, consumidores e trabalhadores!**

[B]³

io DIVERSIDADE

INSTITUTO
LOCO
MOTIVA