

Diversidade e Inclusão nos Mercados Financeiro e de Capitais

Edição 2022

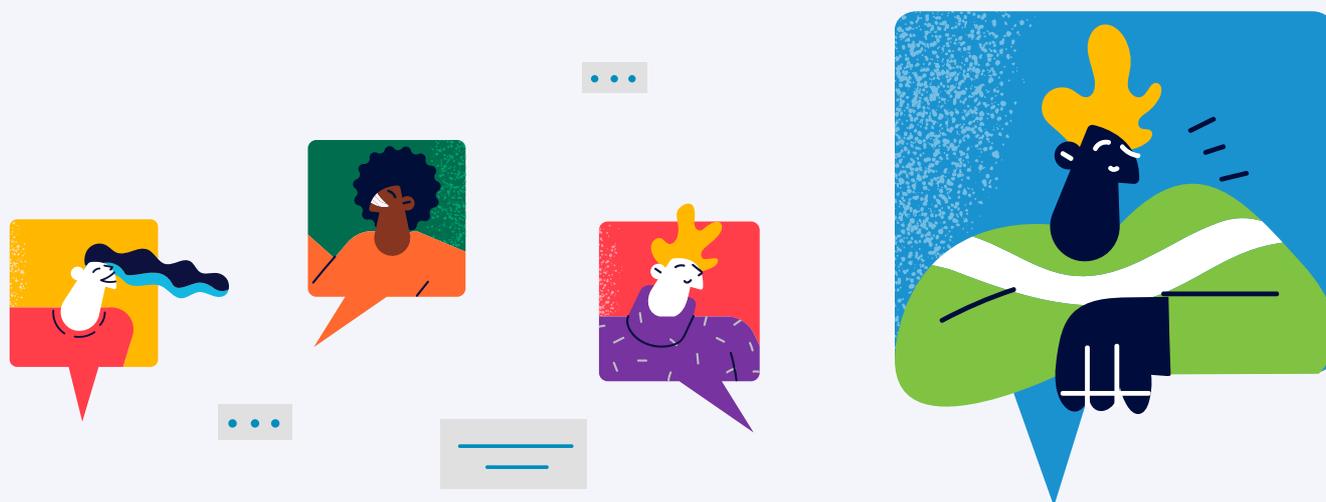


SUMÁRIO

Diversidade e Inclusão nos Mercados Financeiro e de Capitais - 2022

	Página
Introdução	03
Como fizemos	06
Percepção	08
Cenário atual	17
Maturidade e a evolução do segmento	33
Conclusão	35

INTRODUÇÃO



Nunca se falou tanto sobre diversidade, no Brasil e no mundo. A tecnologia encurtou as distâncias entre as pessoas e hoje nos relacionamos com uma sociedade mais complexa, em grupos cada vez mais diversos e com demandas individuais. O assunto virou tema de muitos debates, metas globais foram instituídas, empresas assumiram compromissos e formaram equipes dedicadas ao tema.

Dentro das empresas, isso acontece tanto da porta para fora quanto da porta para dentro. As organizações precisam espelhar a diversidade social em suas próprias estruturas. Executivas e executivos estão cada vez mais envolvidos na ampliação da diversidade de gênero, raça, orientação sexual, condição física e idade em suas empresas.

Com o passar dos anos, os esforços para aumentar a diversidade evoluíram para o debate sobre a inclusão. A primeira trata da representação demográfica da sociedade nas instituições e o percentual de mulheres, negros e indígenas, pessoas com deficiência, profissionais LGBTQIA+ e de diferentes idades nos seus quadros. A inclusão, por sua vez, busca assegurar que essa representatividade se distribua nos diversos escalões das organizações. Promover a inclusão é criar oportunidades de avanço para todos os indivíduos, de forma a ter diversidade nos vários níveis hierárquicos.



Esse processo contribui para a construção de uma sociedade mais justa e para a redução das desigualdades. Diversos estudos já mostraram os benefícios que diversidade e inclusão trazem para as organizações: atração e retenção de talentos, ambientes de trabalho mais saudáveis, colaborativos e criativos, equipes mais engajadas e melhora da imagem e reputação corporativa são alguns exemplos.

Dos debates e das trocas de ideias que se iniciaram há pouco mais de uma década, passamos para as ações estratégicas e práticas. O assunto já permeia a pauta ESG de sustentabilidade ambiental, social e governança no mercado de capitais, mas tem ganhado tanta relevância que a ANBIMA decidiu se debruçar sobre ele com ainda mais dedicação.

É nesse contexto que, em 2021, iniciamos um trabalho estratégico com nossos associados para tratar a diversidade e a inclusão com ainda mais atenção. O primeiro passo desse trabalho foi entender de onde estamos partindo. Para isso, fizemos uma pesquisa, apresentada nas próximas páginas, com o objetivo de entender como o mercado de capitais percebe os temas da diversidade e da inclusão, o nível de maturidade de nossos associados e de suas políticas, e a opinião que têm sobre o papel da ANBIMA na promoção do assunto.

O estudo **Diversidade e Inclusão nos Mercados Financeiro e de Capitais** é o início de um trabalho para aprofundar as discussões sobre o tema e acelerar ações que promovam maior pluralidade em nosso segmento. Ficamos satisfeitos em confirmar o que já sentíamos: um amplo reconhecimento entre nossos associados da importância que a diversidade e a inclusão têm para a construção de uma sociedade mais justa e para a criação de ambientes de trabalho mais atraentes e produtivos. Apesar desse reconhecimento, ainda existem muitos desafios e diversas barreiras a serem derrubadas para que a diversidade e a inclusão sejam trabalhadas de forma plena e integrada dentro das instituições.

Como todo tema novo e de grande potencial transformador, não temos uma fórmula certa para agir. Há diversas maneiras de atuar, e o trabalho que estamos desenvolvendo tem o objetivo de auxiliar nessa evolução. Tudo isso está sendo feito em parceria com os nossos associados. Já criamos um grupo de trabalho com representantes de 25 instituições que se voluntariaram a apoiar a iniciativa.

Em breve, vamos colocar em prática um plano de ação criado com apoio desse grupo para formar uma rede ativa de articulação e compartilhamento de melhores práticas, difusão do conhecimento e troca de ferramentas, informações e referências para acelerar os processos de transformação. Também proporemos um sistema de avaliação e monitoramento das conquistas e uma estratégia para influenciar o avanço da pauta no segmento e mobilizar um grupo cada vez maior de aliados que compartilhem dos mesmos objetivos.

Os resultados da pesquisa que você encontra nas próximas páginas são a base que está guiando todo este trabalho. É um mergulho na atuação e nas práticas adotadas no mercado sobre um tema urgente e necessário.

Boa leitura!



COMO FIZEMOS

A metodologia adotada na pesquisa

É preciso conhecer para saber como agir.

Para entender como o tema **diversidade e inclusão** é atualmente visto e tratado pelos associados, fizemos uma pesquisa online, entre junho e agosto de 2021, com o apoio da consultoria Goldenberg Diversidade. No total, foi registrada a participação de 94 instituições de diversos segmentos: assets, bancos de atacado, plataformas de investimento e conglomerados.



As perguntas foram distribuídas em três categorias. Primeiro buscamos entender a **percepção** que as instituições têm sobre o tema e a importância da promoção da diversidade e inclusão no mercado de capitais. A partir disso, perguntamos o que impede o avanço da pauta dentro de seus quadros de colaboradores.



Um segundo grupo de perguntas teve o objetivo de retratar o **cenário atual** dentro das instituições associadas. Neste segundo aspecto, procuramos saber o que já está sendo feito e a direção que elas estão tomando.

Por fim, buscamos entender o estágio de **maturidade** da forma como o assunto é tratado e endereçado dentro do segmento. Coletamos dados sobre a evolução dos quadros de pessoal e dos indicadores usados para acompanhar os resultados.



Tudo isso serviu para a ANBIMA e o mercado entenderem o que já foi feito, o que está acontecendo, o que está atrapalhando o processo e aonde queremos chegar. Afinal, tanto os erros quanto os acertos ajudam a gente a avançar.

Quem participou da pesquisa?

94 instituições associadas responderam ao questionário enviado pela ANBIMA, sendo:



6%
conglomerados



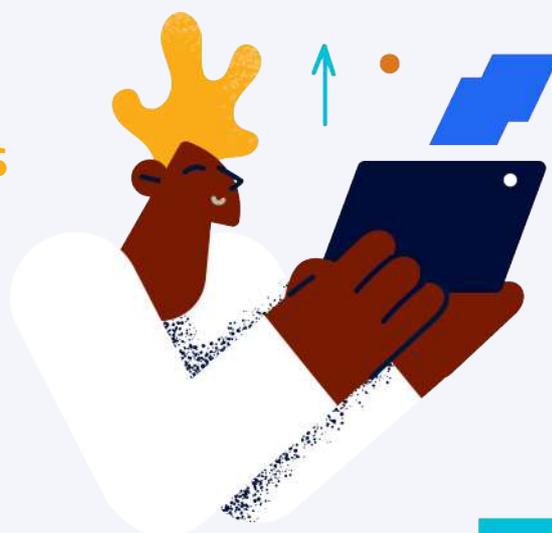
25%
bancos de
atacado



14%
plataformas de
investimento



54%
assets



PERCEPÇÃO

Como vemos a diversidade e inclusão e como nos vemos sob este prisma?



A primeira parte da pesquisa objetivou entender a visão que nossos associados têm sobre diversidade e inclusão e qual é o estágio atual de elaboração e implementação de políticas e ações voltadas para este tema no segmento.

Buscamos saber a importância que as instituições dão ao assunto, como elas avaliam seu engajamento com o tema e, a partir disso, mapeamos quais são os principais limitadores aos avanços dessas políticas dentro de seus negócios e quadros de pessoal.

Qual a importância da promoção da Diversidade e Inclusão no mercado de capitais?

A maioria dos associados da ANBIMA acredita que a promoção da diversidade e inclusão faz parte de sua contribuição para a construção de uma sociedade mais justa. Um número significativo também considera que o fortalecimento de suas equipes e das relações de trabalho é um importante incentivo para o aprofundamento dessas políticas.

A conexão que essas políticas podem ter com os resultados para os negócios ainda não é um valor tão claro para as empresas. As respostas também mostraram uma visão limitada sobre a capacidade de a diversidade e a inclusão se relacionarem com as mudanças de mentalidade do mercado, de clientes, assim como colaboradores e colaboradoras, gerando ganhos de reputação e de marca.

As respostas mostram que há, nesses aspectos, uma grande oportunidade de ampliação de repertório das instituições.



Mercado de capitais vê justiça social, fortalecimento de equipes e relações de trabalho como maiores incentivos à promoção de diversidade e inclusão.

Conexão das ações de diversidade e inclusão com resultados para os negócios e com mudança de mentalidade de grupos de interesse ainda precisa ser desenvolvida.



Por que promover a diversidade e inclusão?

Colaborar para uma sociedade mais justa e criar ambientes de trabalho mais atraentes e saudáveis são os fatores que mais motivam as instituições a investir no tema

Justiça social

76% Contribuir para uma sociedade mais justa

Fortalecimento de equipes e relações de trabalho

66% Atrair, engajar e reter talentos

64% Promover colaboração, criatividade e inovação

60% Tornar ambientes de trabalhos mais saudáveis e produtivos

Resultado e reputação do negócio

57% Fortalecer a marca e reputação das empresas

47% É um diferencial competitivo para os negócios

Relacionamento e prestação de contas

26% Atender à demanda de acionistas, clientes e mercado

18% Atender à demanda de colaboradores e colaboradoras

A pesquisa mostrou que as instituições têm um olhar variado sobre o tema. Os conglomerados detêm uma compreensão mais ampla da importância que a diversidade e a inclusão têm para os seus negócios, um valor ainda maior que o da justiça social. Essa visão pode refletir características específicas dessas instituições, como o relacionamento mais amplo e frequente com o varejo, a atuação em diversas frentes de negócios e um maior número de colaboradores e colaboradoras.

A visão dos outros segmentos tem variação menor, com uma diferença marginal entre eles que flutua de acordo com o porte, o público que atendem, o perfil de suas equipes e a estratégia de comunicação do negócio



Todos os segmentos veem os benefícios que as políticas de diversidade e inclusão têm para atrair, engajar e reter talentos

Os maiores incentivos para cada segmento

Todas as instituições estão atentas aos benefícios que a diversidade e a inclusão têm para o clima e a produtividade das equipes, mas conglomerados focam mais em resultados do que as demais



Conglomerados

- Atrair, engajar e reter talentos
- Promover colaboração, criatividade e inovação
- Fortalecer a marca e a reputação das empresas



Bancos de atacado

- Contribuir para uma sociedade mais justa
- Atrair, engajar e reter talentos
- Fortalecer a marca e a reputação das empresas



Plataformas de investimento

- Contribuir para uma sociedade mais justa
- Atrair, engajar e reter talentos
- Promover colaboração, criatividade e inovação



Assets

- Contribuir para uma sociedade mais justa
- Promover colaboração, criatividade e inovação
- Atrair, engajar e reter talentos
- Tornar ambientes de trabalho mais saudáveis e produtivos

Como avaliamos nosso envolvimento com a promoção da diversidade e da inclusão?

A pesquisa propôs às instituições uma autoavaliação sobre como elas estão em relação ao assunto. Na percepção delas, mesmo considerando o tema importante, o engajamento é baixo e há uma grande resistência à pauta, em diversos níveis.

Os bancos de atacado e os conglomerados têm um envolvimento mais representativo, provavelmente como reflexo da maior pluralidade no perfil de seus clientes e colaboradores.

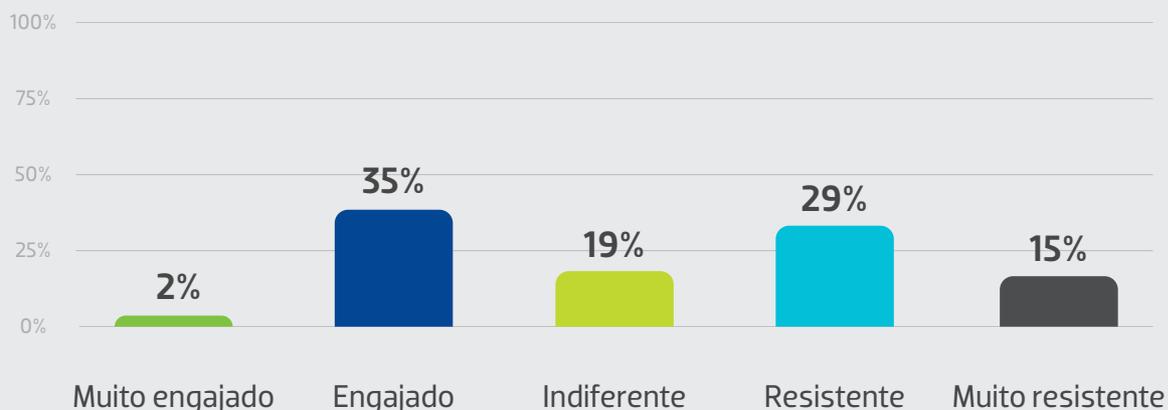
Outro aspecto relevante ressaltado pela pesquisa é que, quanto mais aprofundadas as políticas de promoção de diversidade e inclusão, maior a atenção para outras empresas e práticas dedicadas ao tema, maior a conexão com redes que tratam do assunto e maior o reconhecimento do próprio esforço. Esse aprofundamento passa pela definição de metas e objetivos claros.

Diversidade e inclusão são consideradas importantes, mas quase dois terços do mercado têm autoavaliação crítica do engajamento



Como o mercado vê seu envolvimento com diversidade e inclusão?

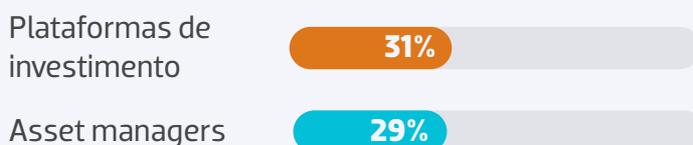
Engajamento do segmento com diversidade e inclusão ainda é baixo, mas fica maior em instituições com quadros de pessoal maiores e atividades mais diversificadas



Os mais engajados...



... e os mais resistentes



das que têm metas e objetivos são engajadas ou muito engajadas com diversidade e inclusão



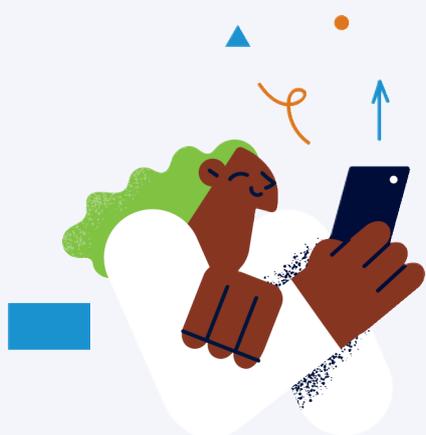
das que não têm metas e objetivos são indiferentes, resistentes ou muito resistentes ao tema

Quais são as principais barreiras e os maiores desafios para o avanço da diversidade e da inclusão no mercado de capitais?

Depois de olhar para a importância da diversidade e da inclusão e para o engajamento das instituições, a pesquisa buscou entender quais são os principais obstáculos e desafios para a promoção destes temas em suas casas. Com isso, coletamos informações que podem servir de apoio às decisões institucionais em relação ao tema.

Para as instituições que responderam à pesquisa, os maiores entraves são a falta de ações práticas e intencionais assim como a baixa representatividade dos diferentes grupos nas organizações.

Ao mesmo tempo, a pesquisa mostrou que os níveis de engajamento tanto da alta liderança quanto de colaboradores e colaboradoras são altos e não representam barreiras para a promoção da diversidade e da inclusão.



Baixa representatividade dos diferentes grupos e falta de ações práticas e intencionais são principais barreiras à ampliação da diversidade e da inclusão

Os maiores obstáculos para promoção de diversidade e inclusão

Instituições enfrentam desafios na criação de ações práticas, na representatividade interna, na falta de priorização do tema e no desconhecimento sobre como evoluir

Falta de ações práticas e intencionais

55%

Falta de representatividade de diferentes grupos sociais nas organizações

55%

A temática não é priorizada

41%

Desconhecimento sobre o tema e formas de evoluir

40%

Ambientes de trabalho pouco inclusivos

32%

Baixo engajamento da alta liderança das empresas

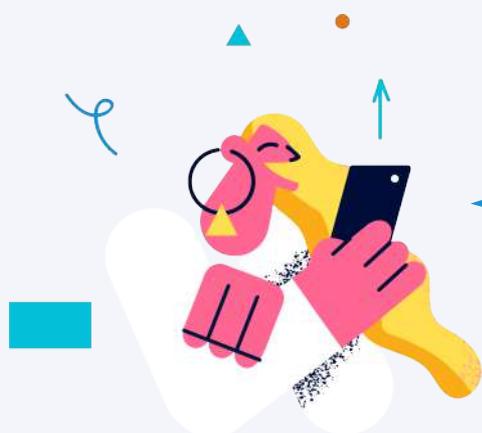
30%

Baixo engajamento de colaboradores e colaboradoras das empresas

14%

Conglomerados e bancos de atacado, os segmentos com melhor percepção de engajamento, são também os mais críticos sobre a qualidade e profundidade de suas ações. Para as assets, o maior desafio é a representatividade dos diferentes grupos, um problema que reflete o menor número de colaboradores e um perfil mais homogêneo de suas equipes e seus clientes.

Avaliando somente as instituições que definem metas e objetivos claros, o maior desafio, superando todos os outros, é aumentar a representatividade dos grupos sociais nas suas organizações. Enquanto isso, para as instituições que não têm metas e objetivos, os diversos desafios aparecem de maneira mais uniforme.



Instituições têm visão crítica sobre a qualidade e profundidade de suas ações para diversidade e inclusão



O maior desafio para cada segmento

Falta ações práticas e intencionais é maior desafio de conglomerados e bancos de atacado, plataformas desconhecem o tema e como evoluir, bem como asset managers têm baixa representatividade dos grupos



Conglomerados

Falta de ações práticas e intencionais, não priorização da temática e desconhecimento sobre o tema e as formas de evoluir



Bancos de atacado

Falta de ações práticas e intencionais



Plataformas de investimento

Desconhecimento sobre o tema e as formas de evoluir



Asset managers

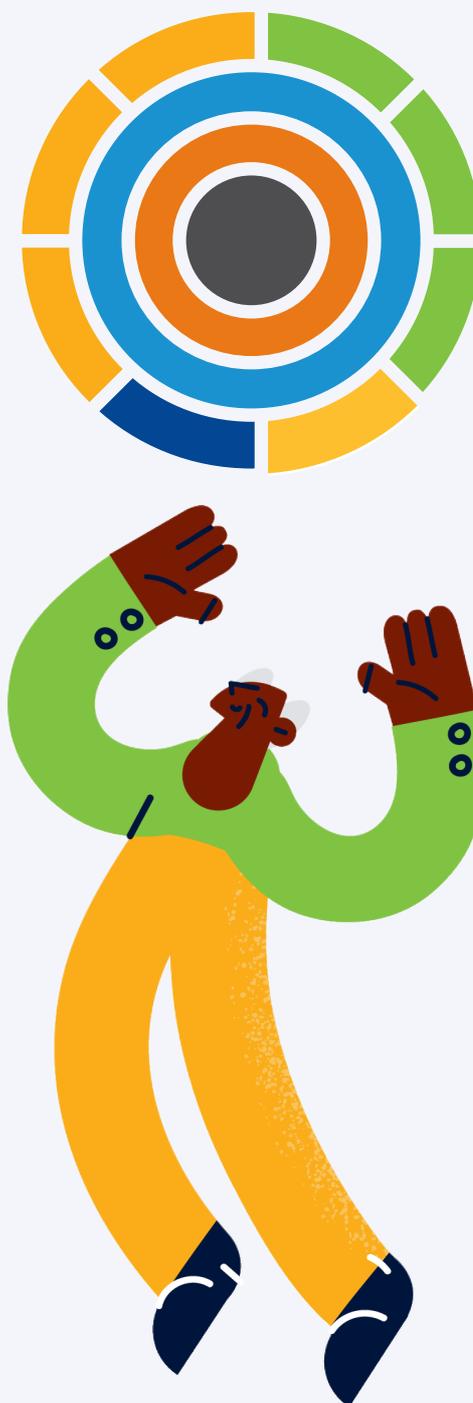
Baixa representatividade de diferentes grupos

CENÁRIO ATUAL

A segunda parte da pesquisa teve o objetivo de mapear a realidade atual, identificando o que está sendo feito pelo mercado de capitais para promover a diversidade e a inclusão. As perguntas buscaram informações sobre as atuações nas diversas dimensões, as ações práticas e a distância entre o que se quer fazer e o que se torna realidade.

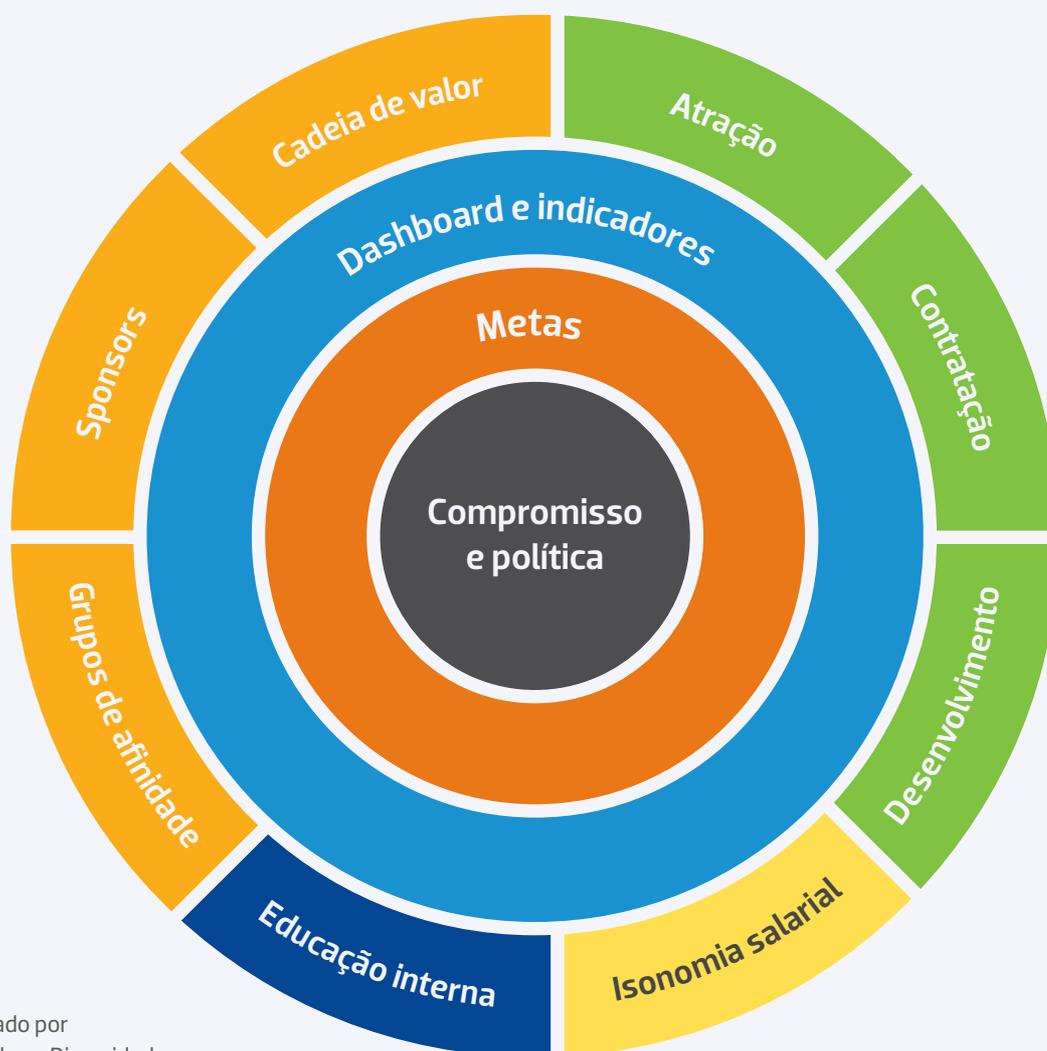
Para organizar as respostas, a consultoria Goldenberg Diversidade criou uma mandala que sistematiza e integra as 11 dimensões de atuação. Entre elas, está como a gestão e a governança se posicionam em relação a compromissos e formulação de políticas institucionais, como isso se desdobra em metas e objetivos e os indicadores definidos para acompanhar o desempenho das ações. Por fim, o círculo externo distribui entre oito dimensões as ações práticas em curso pelas instituições internamente e em suas redes de relacionamento.

Mais do que um artifício metodológico dessa pesquisa, a mandala abaixo pode ser usada também como um guia para implementação ou avaliação das ações de diversidade e inclusão aplicada nas empresas. Uma atuação que dê importância a todas as dimensões listadas garante que o tema está sendo trabalhado de forma integrada, coesa e que tenha efeito na companhia como um todo.



11 dimensões da busca por diversidade e inclusão

Mandala divide ações em categorias estratégicas e práticas na busca por maior diversidade e inclusão.



Elaborado por
Goldenberg Diversidade



O que já está acontecendo?

A pesquisa mostrou que pelo menos a metade das instituições participantes não tem atuação prática em diversidade e inclusão que contemple, de maneira proporcional, as diferentes dimensões de atuação. Os resultados também deixaram claro que o tema não é tratado de maneira integrada.



Em nove das 11 dimensões elencadas, pelo menos a metade dos respondentes não desenvolve nenhum tipo de ação. Ao mesmo tempo, duas práticas são priorizadas por uma grande proporção dos participantes. Ações em prol da isonomia salarial e do desenvolvimento interno já são realidade em mais de 80% das organizações, mesmo que em muitos casos ainda não tenha sido firmado um compromisso ou política institucional, ou que não haja conexão com as demais ações para promoção de diversidade e inclusão.

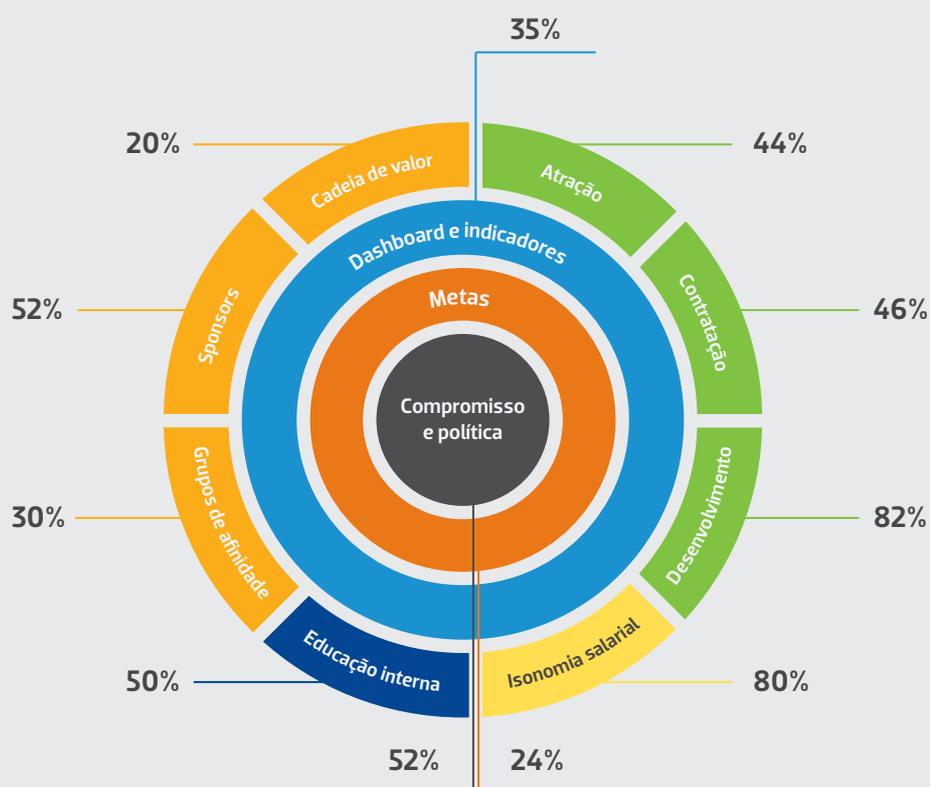
As organizações também fazem um esforço contido para mobilizar de forma sistemática seus públicos internos e de influência e suas cadeias de valor, dimensões que mostraram os percentuais mais baixos de atuação.

Promoção de diversidade e inclusão é realidade limitada e não acontece de forma integrada nas instituições



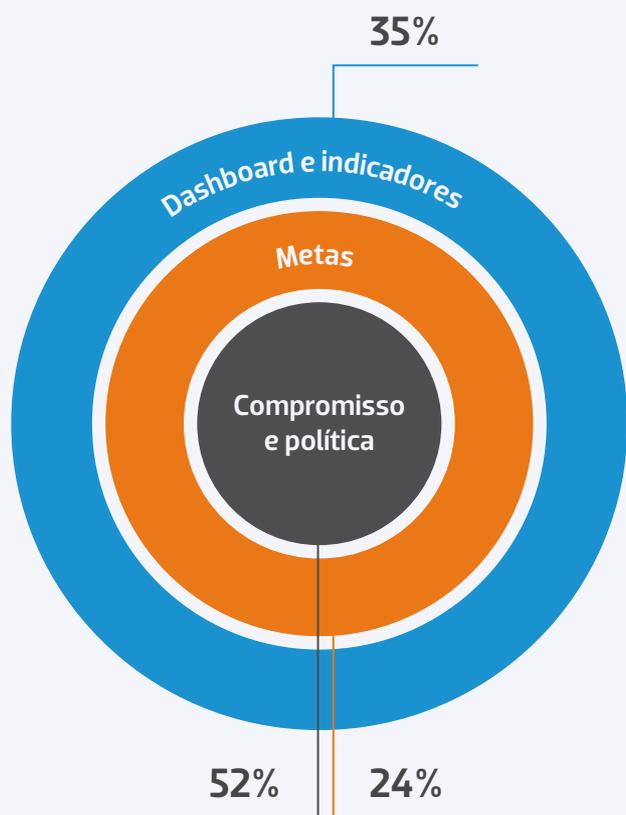
Espaço para evoluir

Grande parte das instituições ainda adota poucas ações e não tem metas focadas em diversidade e inclusão, mas mais da metade já assumiu compromissos e criou políticas institucionais sobre o tema. O gráfico abaixo mostra a proporção de instituições que tem ações em cada uma das dimensões de atuação em diversidade e inclusão.



A pesquisa jogou luz em outro aspecto relevante do quadro atual. As instituições querem atuar para ampliar a diversidade e inclusão, mas ainda não conseguiram definir como farão isso. Pelo menos a metade dos respondentes conta com um compromisso institucional ou uma política para o tema, mas só um quarto delineou metas e objetivos, e pouco mais de um terço já definiu indicadores que permitam um acompanhamento regular dos avanços alcançados.

A falta de metas e de ferramentas de mensuração de resultados faz com que as empresas implementem ações práticas de educação, presença e qualificação, por exemplo, sem uma definição clara de onde querem chegar.



Compromisso sim, metas e resultados nem tanto

Instituições querem agir, mas não sabem onde querem chegar e como medir os avanços

Como funcionam as práticas de diversidade e inclusão e em quais grupos elas estão mirando?

Entre as empresas que já implementam políticas voltadas para diversidade e inclusão, a maioria foca as mulheres e o grupo cor, raça e etnia, seguidos de pessoas com deficiência (PcDs), grupo LGBTQIA+ e multigerações.



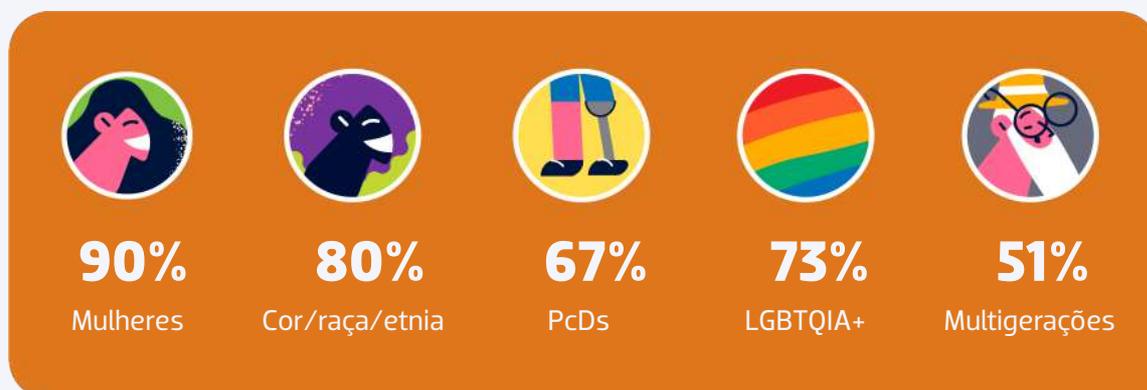
O que está na mira

Confira nas próximas páginas quais grupos estão no foco das estratégias e ações para promoção da diversidade e inclusão.

Compromissos



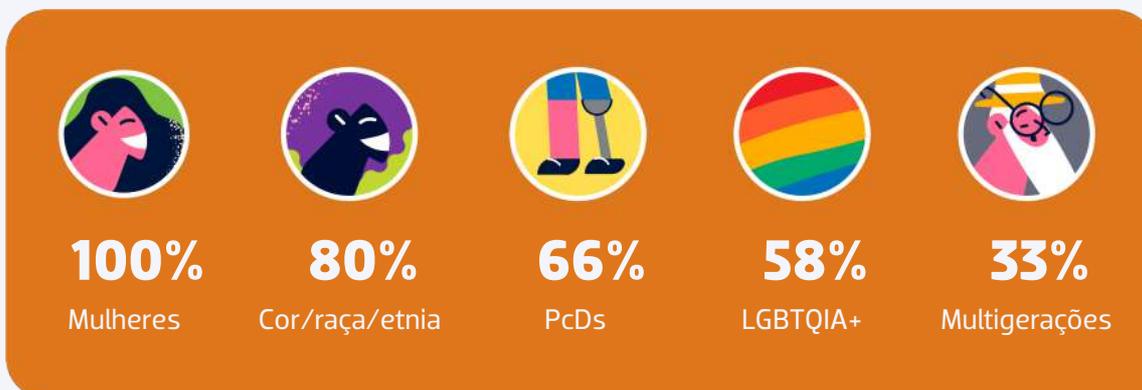
As políticas institucionais para diversidade e inclusão estão presentes em cerca de metade das instituições associadas, e em sua maioria se concentram em ações voltadas para mulheres, cor, raça, etnia e LGBTQIA+.



52% das instituições associadas à ANBIMA têm políticas e compromissos firmados.

Metas

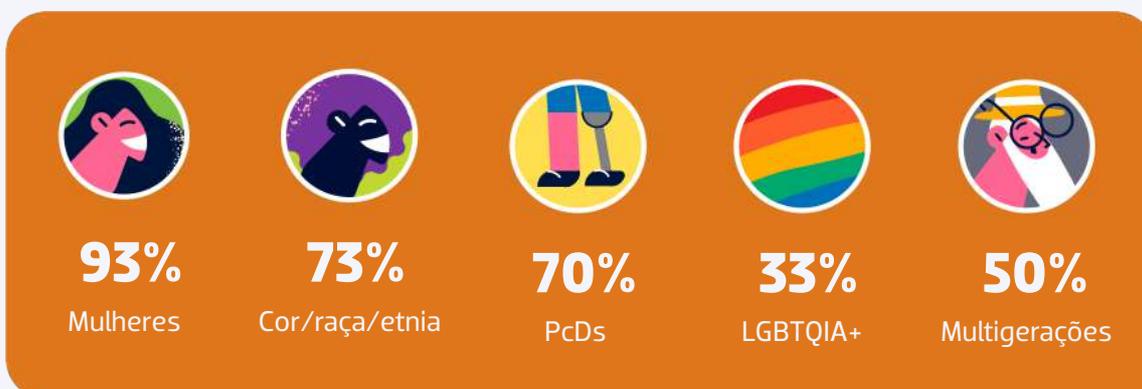
Os objetivos determinados pelas instituições priorizam principalmente mulheres, cor, raça, etnias e PcDs.



O percentual de associados que já definiram metas para diversidade e inclusão ainda é baixo – somente 24% deles têm este requisito formalizado.

Métricas

As ferramentas para **mensuração de resultados** acompanham mais de perto os avanços para mulheres, cor, raça, etnia e PcDs.

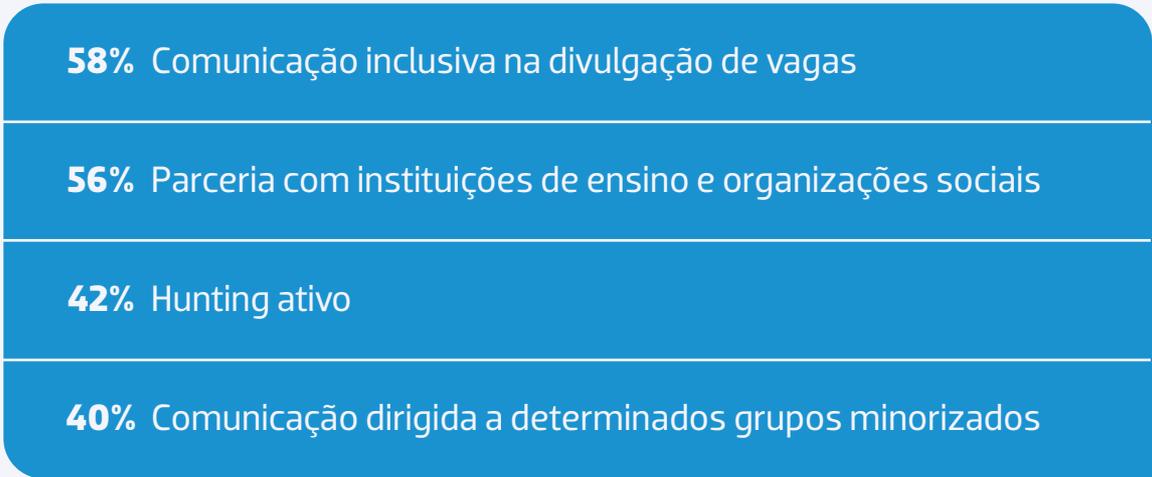


Somente 35% dos associados contam com ferramentas para medir os resultados de suas políticas e ações para diversidade e inclusão.

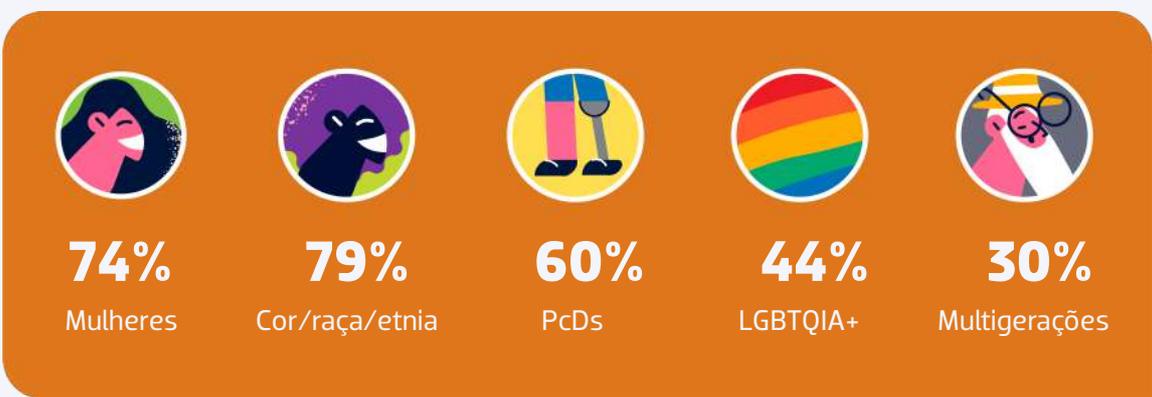
Atração de candidatos

A **atração de candidatos** mais diversos para processos seletivos acontece em razão de uma pluralidade de estratégias, desde a comunicação inclusiva até a busca ativa de profissionais. Somente metade dos associados têm políticas com esse viés e a maior parte delas visa atrair, principalmente, diversidade de cor, raça, etnia e mulheres.

As principais estratégias adotam...



... em busca de...



47% dos associados adotam estratégias para atrair candidatos mais diversos.

Contratação

Já a **contratação de colaboradores** de grupos diversos está presente em 46% dos associados e prioriza a condução de processos livres de vieses e estereótipos. Ao mesmo tempo, é reduzida a adoção de ações intencionais para alcançar profissionais plurais.

Na contratação, as instituições priorizam...

88% Abordagem para garantir a não discriminação e a equidade de oportunidades em seus processos

27% Shortlist com número determinado de candidatos de grupos minorizados

25% Currículo cego

... para ampliar o percentual de...



85%

Mulheres



82%

Cor/raça/etnia



67%

PcDs



60%

LGBTQIA+



47%

Multigerações

Processos de contratação com olhar para diversidade e inclusão estão presentes em 46% dos associados.

Desenvolvimento e aceleração de carreira

Grande parcela dos associados já tem ações voltadas para acelerar o processo de **desenvolvimento de carreira** de seus quadros internos, principalmente por meio de capacitação e treinamento de colaboradores e colaboradoras, e há menos ações focadas na aceleração de carreiras.

As instituições oferecem...

58% Treinamento e desenvolvimento, programas rotativos e oportunidades educacionais

30% Acesso a redes profissionais (internas e/ou externas)

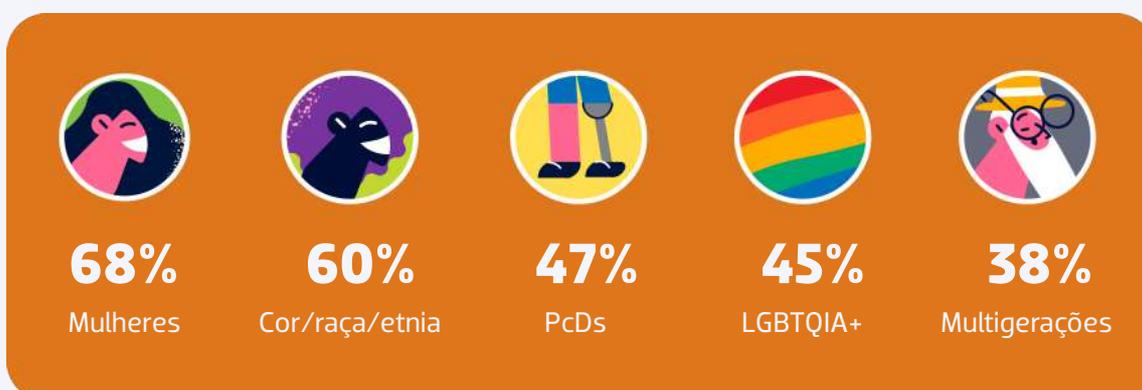
27% Coaching para desenvolvimento de lideranças

25% Programas de mentoria

18% Programas específicos para criar uma reserva de profissionais qualificados para sucessão

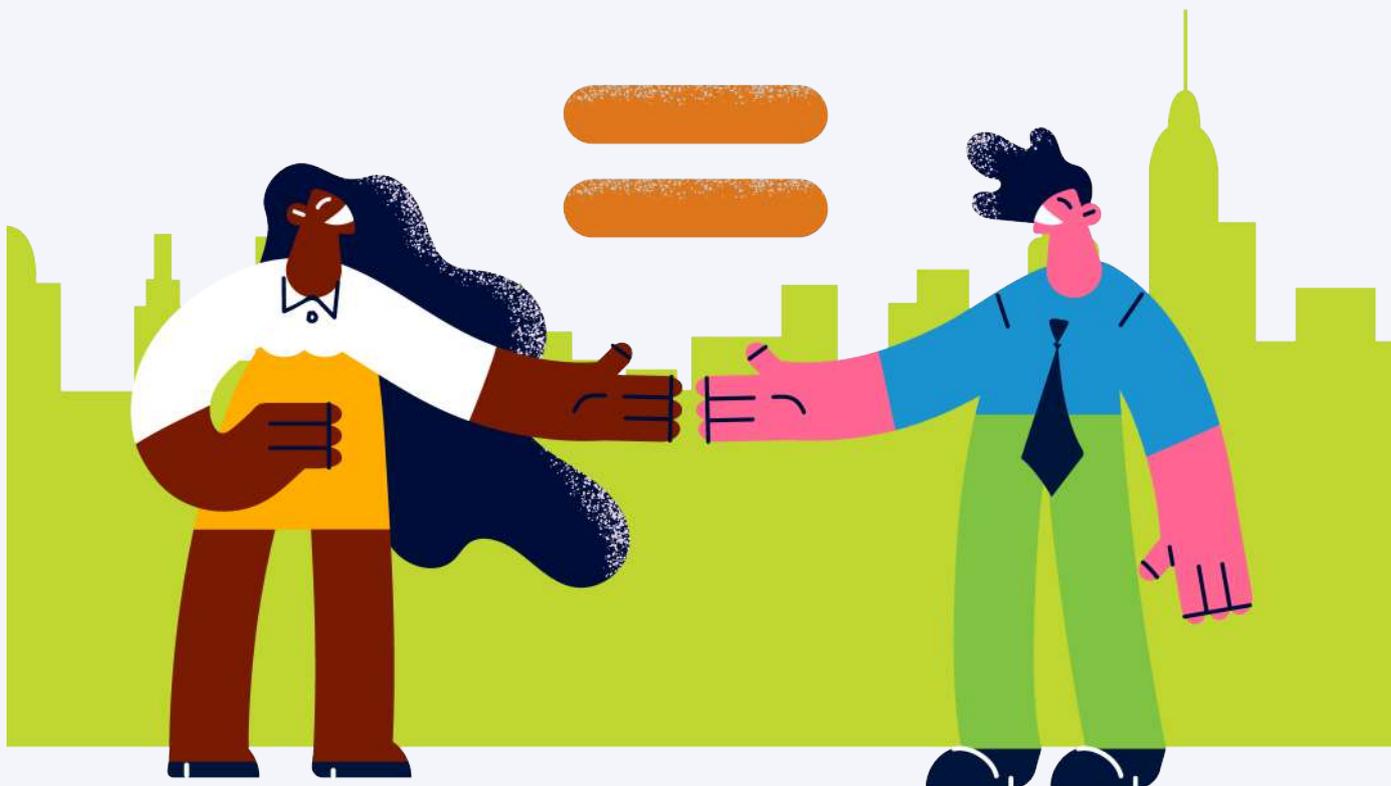
12% Programas de sponsorship

... voltados principalmente para...

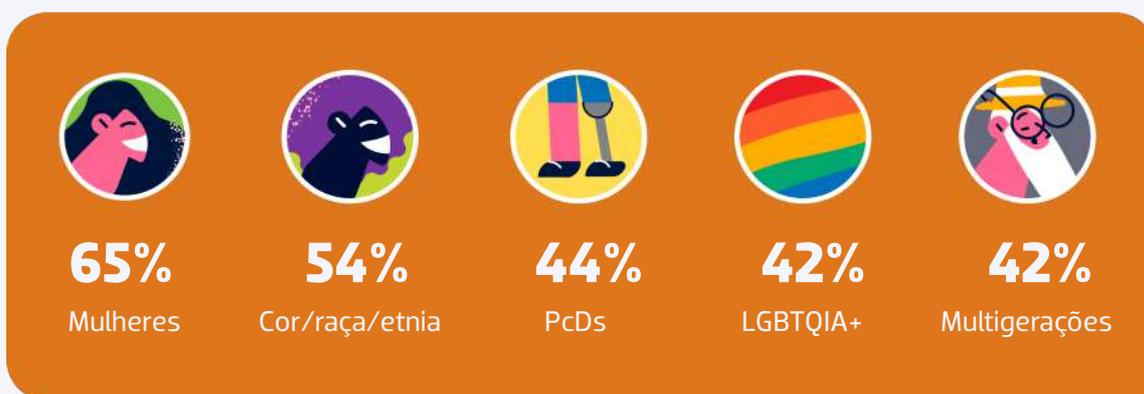


82% dos associados adotam estratégias para desenvolvimento de talentos diversos.

Equiparação de salários



A **isonomia salarial** é uma prática existente na maioria das instituições, com foco principalmente nas mulheres, seguido de colaboradores de raças, cores e etnias diversas.



80% das instituições associadas promovem a isonomia salarial.



Os programas de **educação** focam prevenção, afirmação, orgulho e ampliação de repertório por meio de ações de comunicação interna. Mas as instituições adotam em menor escala ações de formação estruturadas com base em um conteúdo programático planejado, cujo objetivo seja fortalecer uma cultura de inclusão. Atualmente isso acontece em apenas metade dos entrevistados.

As instituições educam por meio de...

- 75%** Iniciativas para garantir um ambiente livre de violência, assédio e exploração sexual
- 70%** Campanhas regulares de comunicação interna
- 68%** Eventos em datas comemorativas
- 64%** Inclusão do tema nas ações de onboarding
- 41%** Trilhas de formação e letramento para colaboradores

49% dos associados adotam programas de educação com um olhar para diversidade e inclusão.

Mãos dadas com parceiros



Ainda é baixa a adoção de parâmetros que levam em consideração os níveis de inclusão e diversidade na hora de **contratar fornecedores**. As instituições do mercado de capitais também realizam campanhas e formações para sensibilizar a cadeia de valor.

A atuação na cadeia de valor acontece com...

56% Critérios de avaliação e contratação dos fornecedores

33% Campanhas de comunicação voltadas para diversidade na cadeia de valor

11% Formação inclusiva para fornecedores

0% Priorização de contratos com empresas lideradas por mulheres, ou outros grupos plurais

Somente 20% dos associados adotam requisitos de diversidade e inclusão na contratação de fornecedores.

Alta liderança engajada, mas sem compromissos e metas claras

A pesquisa apontou que grande parte da alta liderança das instituições se envolve com a promoção de diversidade e inclusão em suas organizações. Mas isso não vem se refletindo na formulação de estratégias integradas de atuação em relação ao tema.

Neste quesito, o segmento enfrenta um duplo desafio. Primeiro, precisa aprofundar e qualificar o envolvimento de líderes com o tema. Em seguida, é preciso instrumentalizar esse apoio de forma estratégica para promover o desenvolvimento das ações.

Ao fazer isso, o resultado é um ganho de eficiência e mitigação de riscos reputacionais junto aos colaboradores, à cadeia de valor e aos clientes.

Discurso deve se desdobrar em ações e metas para ganhar eficiência e mitigar risco reputacional



Alta liderança comprometida

Engajamento de líderes é alto, mas isso ainda não se transformou em ações práticas



84% da alta liderança das instituições está envolvida com o tema

... mas apenas **52%** têm um compromisso institucional

... e só **24%** definiram metas e objetivos

O que aprendemos

Visão geral



Falta homogeneidade: Em 5 das 11 dimensões da análise temos metade dos respondentes desenvolvendo ações e metade não. Em outras, apenas uma pequena parcela implementa algum tipo de prática.



É preciso conectar compromissos com metas e indicadores: Embora metade das empresas tenha firmado compromisso institucional ou política de diversidade e inclusão, para a maioria isso não se desdobra em metas, objetivos e indicadores que permitam o acompanhamento.



Não olhamos para diversidade e inclusão de maneira integrada: No cenário geral, metade ou mais dos respondentes não tem atuação prática em diversidade e inclusão que contemple proporcionalmente as diferentes dimensões de atuação.



Mobilizar colaboradores e cadeia de valor para serem protagonistas: Os respondentes não mobilizam de forma sistemática seus públicos internos, de influência e a cadeia de valor para atuarem com protagonismo em relação à diversidade e inclusão.



Ações sem um norte claro: O baixo engajamento na definição de metas e indicadores faz com que as ações tomadas pelas empresas, nas diversas dimensões práticas, não tenham um norte claro de objetivos.

Visão por segmento



Segmentos em diferentes estágios de maturidade:

Embora os segmentos estejam em níveis de maturidade diferentes, eles podem ser trabalhados de maneira complementares.

Visão sobre públicos



Mulheres e cor/raça são os principais públicos em todas as dimensões:

Apesar de LGBTQIA+ estar presente em 70% dos compromissos e políticas, essa proporção não se mantém no foco das ações desenvolvidas para mobilização, atração, contratação, definição e acompanhamento de indicadores. Em relação a PcDs, o olhar se volta para o desenvolvimento de ações de atração e contratação e acompanhamento de indicadores.

Discurso e prática



A liderança é engajada, mas falha em desenvolver estratégias integradas de atuação:

Alto nível de engajamento da liderança não se desdobra em planos integrados de atuação em diversidade e inclusão. É preciso aprofundar e qualificar esse envolvimento, bem como instrumentalizar esse patrocínio de maneira mais estratégica para o desenvolvimento das ações em diversidade e inclusão.

A maturidade e a evolução do segmento

Nesta terceira etapa da pesquisa, mostramos a percepção que as instituições têm sobre o estágio de maturidade delas em relação ao tema.

O que está acontecendo

Diversidade de associados se reflete também no caminho traçado e na velocidade de ação



16% das instituições contam com ações estruturadas, regulares, orientadas por metas e objetivos claros, principalmente os conglomerados



35% firmaram compromisso e/ou têm o apoio da liderança no que se refere à diversidade e inclusão, uma realidade mais marcante entre as asset managers



18% fazem ações pontuais, porém sem política, metas e objetivos claros de atuação, o que acontece com mais frequência nas plataformas de investimento



26% não têm nenhum tipo de atuação, mas têm interesse em promover diversidade e inclusão em suas organizações. Esta é uma realidade comum a diversos segmentos de instituições do mercado de capitais, exceto as plataformas de investimento.

A pesquisa também pediu para que as instituições avaliassem a evolução de suas ações nos últimos três anos. Para 58% houve evolução satisfatória ou muito satisfatória nas suas atuações, ainda que grande parte dessa melhora tenha acontecido por meio de ações pontuais.

Conglomerados e bancos de atacado têm uma percepção de evolução mais acentuada, o que se alinha com outras partes da pesquisa que mostram o maior compromisso institucional e a existência de uma gama mais ampla de ações em diferentes frentes.

Satisfeitos

Conglomerados e bancos de atacado são os que melhor estruturam suas políticas e os mais satisfeitos com os resultados

Evolução muito satisfatória e satisfatória nos últimos 3 anos:



80%
conglomerados



58%
plataformas de investimento



65%
bancos de atacado



51%
asset manager

O nível de satisfação com o desempenho das ações de promoção de diversidade e inclusão fica mais evidente entre as instituições que desenvolveram e mantêm indicadores de acompanhamento e dashboard. Isso aponta que a estruturação de ferramentas de monitoramento é um importante elemento para a efetividade e o sucesso da atuação. Essas mesmas empresas têm uma percepção menor de insatisfação ou falta de evolução na promoção de diversidade e inclusão.

Metas e indicadores

Instituições que definiram objetivos e desenvolveram ferramentas de mensuração são também as que melhor avaliam o desempenho

Percepção de evolução dos que têm indicadores e dashboard

Muito satisfatório e satisfatório

73%

Insatisfatório e sem evolução

20%

Percepção dos sem indicadores e sem dashboard

Muito satisfatório e satisfatório

49%

Insatisfatório e sem evolução

38%

CONCLUSÃO



O mercado de capitais está atento à importância de promover ações para ampliar a diversidade e a inclusão no segmento, mas ainda tem um caminho longo a percorrer. Isso fica bastante claro na percepção que as próprias instituições mostraram em relação ao tema: reconhece o papel do tema no desenvolvimento da sociedade, das equipes e do negócio, mas sabe que a representatividade, a intencionalidade e a atuação prática são grandes desafios.

Isso se traduz na falta de integração das ações de diversidade e inclusão. A pesquisa revelou que mais da metade das instituições não tem uma atuação prática que contemple de maneira proporcional as diferentes dimensões de atuação. Descobrimos, por exemplo, que existe uma falta de conexão entre os compromissos de diversidade e inclusão com metas e indicadores ou até a completa ausência destes, resultando em ações que não têm um norte claro. Algumas dimensões, no entanto, são desenvolvidas na maioria das empresas. É o caso da isonomia salarial, que está presente em quase todas as instituições, independentemente de existirem compromissos ou políticas institucionais de diversidade e inclusão.

Quando falamos de públicos, os mais valorizados pelas instituições são mulheres (na busca pela equidade de gênero) e a cor/raça. O público LGBTQIA+ está presente em 70% dos compromissos e políticas, mas essa proporção não se mantém no desenvolvimento de ações voltadas para mobilização, atração, contratação, desenvolvimento e acompanhamento de indicadores. Já para as pessoas com deficiência o foco está no desenvolvimento de ações de atração e contratação, além do acompanhamento de indicadores.

Outro destaque é a necessidade de transformar o envolvimento das lideranças em estratégias e ações efetivas de diversidade e inclusão dentro das instituições. É preciso alinhar o discurso à prática aprofundando e qualificando esse engajamento.

Apesar dos desafios, existe uma consciência no mercado de que é necessário evoluir para estruturar a atuação e torná-la regular. Isso já vem acontecendo: a maioria das instituições considera que houve evolução satisfatória na sua atuação nos últimos três anos, ainda que por meio de ações pontuais. E mesmo as que não atuam declararam ter interesse em se estruturar. O futuro é promissor.

A ANBIMA irá trabalhar para auxiliar nesse avanço apoiando seus associados na instrumentalização das práticas de diversidade e inclusão e incorporação delas no dia. O plano de ação, citado na abertura deste relatório, tem potencial transformador. Esperamos colaborar para transformar a diversidade e inclusão em parte importante das estratégias de negócio das instituições, contribuindo para um mercado mais diverso, justo e inclusivo.

Estamos cientes de que essa agenda não é trivial e há um caminho longo pela frente. A pesquisa é um ponto de partida para uma transformação no setor de investimentos. Mais do que um retrato da sustentabilidade no mercado de capitais, os resultados deste levantamento deixam claro que é preciso dar suporte às instituições para que o assunto seja compreendido de forma homogênea e se torne parte integrante da estratégia de negócios de todas as instituições

EXPEDIENTE

Diversidade e Inclusão nos Mercados Financeiro e de Capitais –2022



www.anbima.com.br

Rio de Janeiro

Praia de Botafogo, 501 – 704, Bloco II, Botafogo

Rio de Janeiro – RJ
CEP: 22250-042
Tel.: (21) 2104 9300

São Paulo

Av. das Nações Unidas, 8501,
21º andar, Pinheiros
São Paulo, SP – CEP: 05425-070
Tel: (11) 3471-4200

Presidente

Carlos Ambrósio

Vice-presidentes

Aroldo Medeiros, Carlos André, Carlos Constantini, Cacá Takahashi, José Eduardo Laloni, Luiz Sorge, Roberto Paris e Sergio Cutolo

Diretores

Adriano Koelle, Eduardo Azevedo, Fernando Rabello, Gabriel Leal, Giuliano De Marchi, Jan Karsten, Luiz Chrysostomo, Luiz Fernando Figueiredo, Lywal Salles Filho, Pedro Rudge, Rafael Morais, Roberto Paolino e Teodoro Lima

Comitê Executivo

Zeca Doherty, Francisco Vidinha, Guilherme Benaderet, Marcelo Billi, Patrícia Herculano, Eliana Marino, Lina Yajima, Soraya Alves e Thiago Baptista

Grupo de Trabalho de Diversidade e Inclusão

Gilberto Costa (coordenador), Ana K Melo, Antonio Afonso, Bruno Seixas Scaldaferrri, Carlos Takahashi, Carolina da Costa, Daphne Breyer, Edson Takeshi Nakamura, Fernanda Camargo, Fernanda Rodrigues, Gilvan Bueno, Glaucimar Peticov, Guilherme Bragança Isabel Galvão, João Paulo Bozzini Moura, Kelly Gusmão, Laura Costantini Borges, Leila Campos, Leonardo Bressani, Luiz Maia, Marcela Oyama, Maria Cristina Sampaulo, Maria Inês Vicente Ferreira Pastori, Morena Carvalho, Patricia Frischinetti, Simone Andriani dos Santos, Sofia Fahel, Vanessa Faleiros e Walter Stolf

Coordenação

Amanda Brum e Marineide Marques

Apoio técnico

Lucas Lucena

Redação

Heloiza Canassa

Consultoria

Goldenberg Diversidade

Projeto gráfico

Tomás Paulozzi