

ARTIGO

Divulgação voluntária de políticas corporativas para a promoção da equidade étnico racial nas empresas brasileiras.

Voluntary disclosure of corporate policies to promote racial and ethnic equity in Brazilian companies.

Janaína de Cássia Grossi¹, Raphael de Lima Vicente^{*2}

¹Fundação Getúlio Vargas, ²Faculdade Zumbi dos Palmares

Resumo

No contexto de elevada pressão para que empresas se comprometam com a promoção da equidade racial, este artigo tem como objetivo desenvolver uma forma de avaliar a equidade étnico racial baseada em indicadores-chave para a promoção da equidade e fornecer um panorama das práticas adotadas e publicamente divulgadas nos *websites* corporativos das empresas brasileiras de capital aberto em relação à promoção da equidade étnico racial. Para tanto, os *websites* foram visitados em busca de 12 itens julgados relevantes para que a companhia estabeleça uma comunicação material deste compromisso. Os principais resultados apontam que mais de 20% das empresas listadas na B3 não apresentaram nenhum conteúdo de interesse público para promoção da equidade étnico-racial em seus relatórios ou *websites*. Da pontuação, que poderia variar de 0 a 12, a média geral foi de 2,25. 50% das empresas listadas apresentou até 2, dos 12 itens procurados nos *websites* corporativos, 75% das companhias publicizaram até 3 dos 12 itens. A companhia de melhor pontuação obteve 9 dos 12 pontos. Também se identificou que as empresas de maior porte tendem a reportar mais itens de interesse acerca da promoção de equidade. Além disso, as empresas listadas no nível superior de governança corporativa estão ausentes do conjunto de empresas com pontuação nula. No geral, o resultado indica que a divulgação e o compromisso público com a promoção da equidade étnico racial ainda é insipiente e está aquém do desejado e que não há divulgação material e transparente nos *websites* corporativos acerca deste aspecto.

Palavras-chave: Equidade étnico racial; divulgação voluntária; ESG; transparência.

Introdução

A exigência de boas práticas ESG por parte de *stakeholders*, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e os Princípios para o Investimento Responsável propostos pela Organização das Nações Unidas, o ativismo e engajamento dos investidores, o movimento internacional Vidas Negras Importam e a pandemia gerada pelo Covid-19 exacerbaram as discussões sobre responsabilidade social, preconceito, diversidade e inclusão étnico racial nas organizações.

A medida que as organizações são demandadas a incluir o impacto, não só econômico, mas também social e ambiental de suas atividades em suas estratégias de gestão, muitas empresas se comprometem a adotar uma agenda de desenvolvimento sustentável, e consequentemente, aumentam o nível de divulgação de suas práticas.

Neste contexto, este artigo tem como objetivos i) desenvolver uma forma de avaliar a equidade étnico racial nas empresas que possa ser mensurado com base na divulgação voluntária dos *websites* corporativos; ii) fornecer um panorama das práticas adotadas e publicamente divulgadas nos

websites corporativos das empresas brasileiras de capital aberto em relação à promoção da equidade racial e iii) analisar a relação da disseminação voluntária destas informações com características das empresas.

Atualmente, a Instrução CVM nº 480/2009 é que regulamenta as informações de divulgação obrigatória por parte das companhias, mas não dispõe sobre a prestação de informações não financeiras, como as práticas ESG (CVM; 2009b). Com o intuito de atender a demanda dos investidores, a CVM colocou em audiência pública, em dezembro de 2020, uma proposta de reforma da Instrução 480, de modo a contemplar a divulgação de fatores de risco sociais, ambientais e climáticos relevantes no contexto de cada negócio (CVM; 2009a). No entanto, ainda não é possível saber como essas informações deverão ser divulgadas, se existirá um padrão de relatório ou ainda, se aspectos de equidade étnico racial serão contemplados.

A exemplo de outras regulamentações internacionais - como a Diretiva 2014/95/EU promulgada pelo Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, que legisla sobre a divulgação obrigatória de práticas ambientais, sociais e de governança nos relatórios anuais de entidades de capital aberto,

*Autor de correspondência: raphael.vicente@zumbidospalmares.edu.br

Citar como: Grossi, J. de C. & Vicente, R. de L. (2022).

Divulgação voluntária de políticas corporativas para a promoção da equidade étnico racial nas empresas brasileiras.. *Journal of Racial and Ethnic Social Equality*, 2(1), 24 – 34. Recuperado de:

<https://doi.org/https://doi.org/10.55547/jjrese.v2i1.17>

Editor chefe:

Valdir Martins 

Universidade Zumbi dos Palmares, Brasil



nem sempre fica estabelecido diretrizes ou padrões específicos para a divulgação das práticas ESG, o que permite certa flexibilidade para as empresas divulgarem o que consideram mais relevante (Kubiski; 2021).

Estudos que estão na vanguarda sobre a temática da divulgação voluntária, promovem o escrutínio da conduta empresarial em relação a tópicos como uso da inteligência artificial, emissão de carbono, mudanças climáticas, emissão de gases de efeito estufa, responsabilidade social corporativa e objetivos do desenvolvimento sustentável. No entanto, não foram encontrados estudos científicos sobre a divulgação corporativa em relação à adoção de práticas e políticas em prol da equidade étnico racial, e é esta lacuna da literatura que esta pesquisa tem por objetivo suprir.

Questões como preconceito, diversidade e inclusão racial nas organizações requerem atenção, especialmente no Brasil, onde embora negros representem a maioria da população brasileira – cerca de 54%, as desigualdades étnico-raciais geram problemas como a dificuldade de acesso ao mercado de trabalho, baixa ocupação em cargos gerenciais e de liderança, maior incidência de analfabetismo, baixa representação política, pior distribuição de renda e condições de moradia e salários menores (IBGE, 2019). Especificamente no mercado de trabalho, estatísticas indicam que os negros são sub-representados, estão em situação de desigualdade em relação aos brancos e enfrentam o afunilamento hierárquico que os exclui dos cargos mais elevados (Instituto Ethos; 2016).

Visando cumprir os objetivos centrais desta pesquisa, desenvolveu-se uma avaliação baseada em 12 indicadores julgados relevantes para que a companhia estabeleça uma comunicação material de seu compromisso com a promoção da equidade étnico racial. Procurou-se nos *websites* das companhias listadas na B3, no primeiro semestre de 2021, informações sobre os 12 itens. Por meio de análise descritiva e gráfica, os resultados encontrados foram correlacionados com características das empresas – setor de atividade, nível de governança corporativa, tamanho da empresa e desempenho.

A partir da estatística descritiva dos dados, desenhou-se um panorama das práticas para promoção da equidade étnico racial adotadas pelas empresas brasileiras: mais de 20% das empresas listadas na B3 não apresentaram nenhum conteúdo de interesse público para promoção da equidade étnico-racial em seus relatórios ou *websites*. Da pontuação, que poderia variar de 0 a 12, a média geral foi de 2,25. 50% das empresas listadas apresentaram até 2, dos 12 itens procurados nos *websites* corporativos, 75% das companhias publicizaram até 3 dos 12 itens. A companhia de melhor pontuação obteve 9 dos 12 pontos. Tais resultados são sugestivos no sentido de que a divulgação e o compromisso público com a promoção da equidade étnico racial ainda é insipiente e está aquém do desejado, não há divulgação material e transparente nos *websites* corporativos acerca deste aspecto. Também se identificou que as empresas de maior porte tendem a reportar mais itens de interesse acerca da promoção de equidade. Além disso, as empresas listadas no nível superior de governança corporativa estão ausentes do conjunto de empresas com pontuação nula.

Esta pesquisa oferece contribuições i) para pesquisadores no âmbito da equidade racial e divulgação voluntária; ii) para reguladores e iii) para investidores. No que tange a contribuição teórica, algumas tentativas de mensurar a desigualdade racial nas empresas brasileiras através de ferramentas (Firpo et al.; 2020; Instituto Ethos; 2016) e do índice da Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial (2020) demandam coleta de dados primários, feita por meio da aplicação de questionários. Para o desenvolvimento de tais pesquisas, é necessário que as empresas estejam dispostas a contribuir com a resposta de questionários, no entanto, a adesão por parte das empresas segue abaixo do desejável. Ainda, mediante o fato de que a maior adesão pode ser por parte de empresas que já possuem políticas, práticas ou ações afirmativas de diversidade racial, existe a probabilidade de ocorrência de vieses de seleção amostral, de modo que os resultados possam ser superestimados. Nesse sentido, uma avaliação baseada na coleta de informações de divulgação voluntária nos *websites* corporativos permite

inovação ao contemplar um número maior de empresas na análise, ao não depender da colaboração das empresas em responder o questionário e a oferecer um retrato mais fidedigno das práticas recentes, baseado no compromisso assumido publicamente pelas companhias.

Aos reguladores, a discussão teórica e os itens contemplados na avaliação podem servir de referência para guiar parte da divulgação mandatória quanto às boas práticas relacionadas ao pilar social pelas companhias de capital aberto, mais especificamente na dimensão Diversidade & Inclusão. A obrigatoriedade de divulgação clara e transparente dos itens discutidos por esta pesquisa são formas de prevenir o *blackwashing*, ou seja, evitar que injustificadamente empresas se apropriem e divulguem, utilizando-se de técnicas de marketing e relações públicas, a adesão a compromissos para promoção da equidade racial, que podem ser praticadas de forma rasa e precária.

Aos investidores, interessados em construir um portfólio de investimento que leve em consideração boas práticas ESG, este estudo pode servir de guia para analisar o pilar S, filtrando as empresas que sinalizam comprometimento e engajamento com os problemas sócio-econômicos do país, mais especificamente, a questão da desigualdade étnico racial.

Referencial Teórico

Evidência da discriminação étnico racial no ambiente de trabalho

Existem provas de discriminação étnico racial no ambiente de trabalho das empresas brasileiras? Pode-se usar como argumento os inúmeros casos reportados pela mídia evidenciando o problema no mercado de trabalho brasileiro. Ou então, pode-se analisar a frequência com que minorias raciais acusam ou processam empregadores por terem sido vítimas de discriminação no ambiente trabalho.

Além disso, dados agregados sobre o mercado de trabalho e distribuição de renda do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (2019) evidenciam que apenas 29,9% dos cargos gerenciais são ocupados por negros, enquanto os outros 68,6% são ocupados por brancos. A população autodeclarada preta ou parda também é a que concentra a maior incidência de pobreza: 32,9% têm rendimento domiciliar per capita abaixo da linha de pobreza de US \$5,50/dia; 8,8% estão abaixo da linha da extrema pobreza com rendimento de US \$1,90/dia. Para a população branca, estas porcentagens referem-se a 15,4% e 3,6% respectivamente.

Finalmente, estudos realizados com amostra de grandes empresas brasileiras também ressaltam disparidades entre negros e brancos. Por exemplo, o Instituto Ethos (2016) realizou uma pesquisa com o objetivo de traçar o perfil social, racial e de gênero de funcionários e apontar as políticas e ações afirmativas adotadas pelas 500 maiores empresas brasileiras em favor da diversidade, igualdade de oportunidades e equidade entre a força de trabalho.

Os resultados apontaram que a maioria das empresas participantes não possuía ações afirmativas para incentivar a presença de mulheres e negros em seus quadros. Quando tinham, eram ações pontuais, e não políticas

Tabela 1. Quadro de Pilares, Objetivos e Resultados do Índice Empresarial de Igualdade Racial

Pilares	Objetivos	Principais Resultados
Recenseamento Empresarial	Diagnóstico interno das empresas sobre as características raciais de seus colaboradores, considerando também critérios de gênero, idade, cargo e remuneração.	4% nunca fizeram recenseamento, de modo que não tem ideia do número de colaboradores negros em cada um de seus cargos ou funções; 39% não realizam recenseamento periódico, mas tem ideia das características raciais dos seus colaboradores; 39% realizam um recenseamento periódico e transparente; 18% realizam um recenseamento periódico e transparente, bem como o utilizam como base para todas as ações afirmativas.
Conscientização	Tem como objetivo identificar e avaliar a existência de políticas de conscientização interna a respeito da relevância da diversidade racial nas empresas.	9% nunca realizaram ações de conscientização racial e não possuem espaços permanentes de debate sobre o tema, nem política interna explícita de proibição de práticas discriminatórias; Nenhuma possui ao menos uma política interna explícita de proibição de práticas discriminatórias; 52% realizam ações de conscientização, possuem espaços permanentes de debate sobre o tema e possuem uma política interna explícita de proibição de práticas discriminatórias; 39% além de cumprirem os critérios anteriores, tem a diversidade racial como tema recorrente nas reuniões estratégicas da administração e encontros gerenciais.
Recrutamento	Há diversas lacunas na trajetória educacional de muitos profissionais negros, de modo que o cenário de poucos negros no quadro de funcionários das empresas torna-se reflexo do processo de recrutamento que reproduz as desigualdades da esfera educacional dentro do mercado de trabalho.	17% nunca flexibilizaram seu processo seletivo em nome da diversidade racial nem contactou agências especializadas no recrutamento e seleção de profissionais negros; 31% já flexibilizaram regras no processo de recrutamento em nome da diversidade racial; 35% têm uma postura ativa no combate ao racismo estrutural e não só já flexibilizou regras no processo de recrutamento, como já contactou agências especializadas no recrutamento e seleção de profissionais negros; 17% além de implementar as políticas citadas com frequência, levam a questão da diversidade racial em consideração em todas as suas contratações, seja qual for o cargo ou função.
Capacitação	Além de recrutar, as empresas devem contribuir para a capacitação, interna e externa, do profissional negro, possibilitando sua total integração no ambiente de trabalho e seu desenvolvimento profissional.	26% nunca implementaram programas de capacitação voltados a profissionais negros, interna ou externamente, nem organizou programas internos de mentoria, intercâmbio, treinamento e integração com o objetivo de promover o desenvolvimento de profissionais negros; 31% já promoveram algum tipo de treinamento ou ação interna voltada à capacitação de um profissional negro, ou já atuaram como parceira em programas externos de capacitação de jovens negros; 26% possuem uma postura ativa no combate à desigualdade racial no mercado de trabalho brasileiro e procuram atuar interna e externamente na capacitação de profissionais negros; 17% ações citadas anteriormente fazem parte da cultura da empresa, programas de mentoria para jovens negros(as) são organizados periodicamente e há orçamentos específicos para a implementação das políticas afirmativas citadas.

com metas e ações planejadas. Grande parte das organizações também não desenvolvia alguma política visando a promoção da igualdade de oportunidades entre homens e mulheres ou entre negros e brancos.

No que tange os dados referentes à composição do quadro funcional por cor ou raça, o estudo indica que os negros, com maioria de 54% da população brasileira, estavam sub-representados, em situação de desigualdade em relação aos brancos e enfrentavam o afunilamento hierárquico que os excluía dos cargos mais elevados. Dentre as empresas respondentes, os negros foram maioria nos grupos de aprendizes (57,5%) e *trainees* (58,2%), e participação resumida a 6,3% na gerência, 4,7% no quadro executivo e 4,9% no Conselho de Administração.

Entretanto, outro resultado interessante da pesquisa indica que é preciso cautela para generalizar tais estimativas: somente 117 empresas, de um total de 500, responderam ao questionário, dessas, somente 27 preencheram a parte referente ao perfil social, racial e de gênero dos funcionários. A dificuldade em traçar o perfil demográfico da força de trabalho foi relacionada à ausência de um recenseamento interno da força de trabalho (Instituto Ethos; 2016).

Em 2020, a Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial publicou o Índice Empresarial pela Igualdade Racial (2020), elaborado a partir da aplicação de questionários destinados a 23 grandes empresas brasileiras que demonstraram comprometimento com o combate às desigualdades raciais no mercado de trabalho¹. O índice leva em consideração seis pilares: Recenseamento empresarial, Conscientização, Recrutamento, Capacitação, Ascensão e Publicidade & Engajamento, que possuem um encadeamento lógico e refletem etapas necessárias para a superação do racismo no mercado de trabalho brasileiro. A fim de destacar os principais resultados de cada pilar, tem-se a Tabela 1.

Nos Estados Unidos, onde os negros são 12% da população, estudos também apontam que, assim como a realidade brasileira, a representatividade dos negros em certas posições hierárquicas não segue a proporção da população. Eles ocupam 5% dos cargos de gestão e são menos de 1% dos executivos sêniores (Brief et al.; 1997).

Indicadores de Equidade étnico racial

Nesta pesquisa, a avaliação da Equidade Étnico Racial baseada na divulgação voluntária nos *websites* corporativos contempla um conjunto de 12 itens selecionados a partir da análise de estudos científicos sobre o tema. A fundamentação teórica utilizada será abordada nesta subseção.

Ao analisar o ambiente de trabalho norte-americano, Brief et al. (1997) propõem algumas sugestões para mudar a cultura empresarial e combater a discriminação racial nas organizações, cuja dinâmica também pode ser estendida para combater outras desigualdades, como a de gênero. Deve-se “analisar os números da empresa”, como a proporção de candidatos negros que são contratados e promovidos para determinadas posições, a rotatividade de profissionais negros em relação aos brancos, se colaboradores negros estão concentrados em certas ocupações ou níveis organizacionais e se negros e brancos que ocupam cargos similares reportam níveis semelhantes de satisfação com seus supervisores, colegas de trabalho, oportunidade de promoção e salário.

Indicador - No website da companhia há uma descrição da parcela de participação de negros e pardos em diferentes níveis da força de trabalho da companhia, desde o nível mais elementar até o C level, incluindo o board?

Indicador - A companhia divulga no seu website, de alguma maneira, a relação entre a remuneração comparativa entre os níveis elementares e o C level?

Os autores também argumentam que treinamentos de diversidade não são tão eficazes em promover a equidade racial e como alternativa, propõem que executivos deveriam ser incentivados a apoiar a diversidade, recebendo “bonificação atrelada à performance” em incluir minorias nas posições de gestão ou a criar uma cultura empresarial que tem a diversidade como pilar. Deve-se também “eliminar critérios vagos de seleção e promoção” que possam excluir negros, fazendo com que tais parâmetros sejam claros, transparentes e possam ser acessados por todos.

É preciso existir “regras claras e específicas sobre a política racial da empresa”: em um cenário em que a maior parte das regras antirracistas e discriminatórias são exigências legais, os líderes devem ir além e possuir ações afirmativas que contemplem os diferentes processos da organização e que sejam divulgados a todos os funcionários de forma clara e transparente.

Indicador - No website há uma política corporativa de acesso público para promoção da equidade?

Indicador - No website há algum tipo de relatório objetivo (com dados/fatos/objetivos/metasp que permitam materialidade) descrevendo como a companhia tem performed em indicadores chave de promoção da equidade social étnico racial?

Por fim, os autores acreditam que instruções, vindas da alta gestão, em que negros possam estar em desvantagem, devem ser questionadas pelos gestores subordinados. Ainda, alegações de discriminação devem ser investigadas e punidas, incluindo a investigação de indivíduos que tenham sido omissos em expor incidentes de discriminação.

Indicador - A companhia mantém, no seu website, um canal de comunicação com o público dedicado a denúncias dos públicos interno e/ou externo?

Brief et al. (1997) citam que nos Estados Unidos algumas empresas participam e são parceiros de organizações que têm como objetivo defender os direitos humanos e lutam pela justiça racial, como as instituições *Jessie Jackson's Rainbow Push Coalition* ou *National Association for the Advancement of Colored People*². World Benchmarking Alliance (2021) ressalta que uma ação estratégica que pode promover a equidade dentro das empresas é o engajamento com múltiplos stakeholders externos. Quando a empresa engaja com iniciativas e organizações, ela torna pública o seu comprometimento com a equidade, e tem a oportunidade de discutir e cocriar políticas, práticas e estratégias que estimulem a diversidade e beneficiem os grupos minoritários.

Indicador - No website da companhia está explícito que a companhia participa de iniciativas/certificações/selos dedicados ao combate à desigualdade social por conta de aspectos étnicos raciais.

McVeigh e Dedekind (1995) reuniu 100 acadêmicos, 100 membros de grupos de defesa das minorias, 50 pesquisadores do governo dos Estados Unidos e 50 administradores para ranquear 106 indicadores por ordem de relevância com o intuito de estabelecer um índice social de paridade racial. Ao coletar dados secundários e comparar a situação de negros e brancos nos indicadores considerados como mais críticos, encontrou-se maior disparidade nos quesitos: renda per capita, renda média familiar, possuir casa própria, pobreza na família e educação na fase adulta. Elegeu-se então como um dos itens de importância do Índice de Equidade Étnico Racial desta pesquisa a questão da casa própria, pois acredita-se que empresas

1 Ambev, Archer Daniels Midland, Banco Bradesco S.A., Bristol Myers Squibb, Carrefour, Concessionária do Aeroporto Internacional de Guarulhos – GRU Airport, Corteva Agriscience, Eureka Atitude Empreendedora, GE Healthcare, GO Associados, GPA, Intel, KPMG, MetrôRio, Natura, Petróleo Brasileiro S.A – Petrobras, Procter & Gamble, Roche Farmacêutica Brasil, Schneider Electric Brasil, Unilever, United Health Group, Vivo e WMcCann.

2 <https://www.rainbowpush.org/>
<https://naacp.org/>

podem contribuir para a paridade étnico racial ao possuir políticas e incentivos para que funcionários adquiram a casa própria.

Indicador – A companhia divulga no website o tempo médio que seus funcionários levam para chegar ao local de trabalho?

Uma pesquisa do Federal Reserve (2019) mostrou que 40% dos norte-americanos não estão preparados para arcar com despesas inesperadas – como o conserto de um carro. Neste caso, usariam o cartão de crédito (16%), não poderiam pagar pela despesa (12%) ou emprestariam o valor de amigos ou familiares (10%). Mesmo não havendo despesas inesperadas, 17% dos adultos entrevistados alegaram dificuldade para pagar as despesas fixas do mês. As restrições financeiras tornam-se ainda mais acentuadas para a população de baixa escolaridade e para os negros. Não foi encontrado estudo similar para o caso da população brasileira, no entanto, supõe-se que a ausência de poupança da população brasileira siga o mesmo padrão, sendo mais evidente na população negra e de baixa escolaridade. Em consonância com artigo da Harvard Business Review (Kramer; 2020), sugere-se que empresas poderiam se comprometer com um programa de socorro financeiro a baixo custo para seus funcionários como forma de promover a justiça social. Tal programa poderia ter um grande impacto para o bem-estar e saúde financeira de profissionais negros em eventualidade de gastos inesperados ou despesas mensais não recorrentes.

Indicador – A companhia mantém um programa publicamente disponível de socorro financeiro a baixo custo para seus funcionários?

A abordagem do racismo ambiental, chama a atenção para a perpetuação da segregação e discriminação racial na forma como a geografia urbana atual é moldada. Tem-se então o isolamento da população negra em regiões específicas da cidade, onde o emprego, renda, saúde pública, condições de moradia e outros indicadores são piores do que em outras regiões e não apresentam melhora ao longo do tempo (Pulido; 2000). Baseado nessa lente teórica, alguns estudos mostram como a mobilidade urbana e o transporte público são pensados e desenvolvidos de forma discriminatória, penalizando os bairros de maior população negra – que normalmente são afastados dos centros econômicos das grandes cidades e sofrem desinvestimento e escassez de linhas de ônibus, metrô e trens. Dessa forma, a diferenciação racial, impressa na organização geográfica das cidades e nos serviços precários de transporte dessas regiões, resulta em segregação, isolamento de oportunidade de aumento de renda, mobilidade social e desenvolvimento educacional e profissional (Golub et al.; 2013). Inwood, Alderman & Williams (2015) também discorrem sobre como o sistema de transporte público é injusto principalmente com a classe trabalhadora negra.

No atual cenário dos desdobramentos causados pela pandemia do Covid-19, Raine et al. (2020) ainda apontam que a disparidade socioeconômica e racial/étnica no planejamento da pandemia resultou em taxas divergentes de contágio e morte entre a população. A taxa de mortalidade da população negra, por exemplo, foi maior do que qualquer outra raça ou etnia. Segundo os autores, a dinâmica social que perpetua a disparidade racial cria um sistema de injustiça que sustenta a desigualdade na saúde, resultando assim em suscetibilidade dispar a infecção, morbidade e mortalidade entre comunidades marginalizadas. O estudo ressalta ainda o papel do sistema de transporte dessas regiões em acentuar a probabilidade de contágio.

Dessa forma, este estudo contribui para a discussão ao pontuar que políticas corporativas que visem contribuir para o bem-estar dos funcionários e equidade, podem se comprometer a amenizar a disparidade causada pelo racismo ambiental e pelo sistema de transporte público. Partindo do princípio que políticas são melhor desenhadas após a mensuração dos dados, sugere-se que um ponto de partida seja o conhecimento da distância e tempo que funcionários levam para chegar ao trabalho.

Indicador – A companhia divulga no seu website o tempo médio que seus funcionários levam para chegar ao local de trabalho?

Os outros indicadores utilizados no índice levam em consideração pilares que refletem etapas necessárias para a superação do racismo no mercado de trabalho brasileiro, como a Conscientização, Capacitação e Publicidade & Engajamento, conforme já utilizado em outras pesquisas no Brasil (Cartilha pela Igualdade de Raça, 2018; Índice Empresarial pela Igualdade Racial, 2020). É esperado que as empresas invistam na capacitação e desenvolvimento profissional de sua força de trabalho. No que diz respeito ao profissional negro, a capacitação possibilita sua total integração no ambiente de trabalho e ainda contribui para a superação de parte da desigualdade racial no mercado de trabalho.

A Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial (2020) ainda ressalta a importância da existência de um orçamento específico para a implementação de políticas de capacitação e desenvolvimento, interno e externo, de profissionais negros, que devem estar pautadas em planos de implementação factíveis e metas transparentes.

Indicador – A companhia mantém publicamente disponível o detalhamento de seus esforços para desenvolvimento pessoal (intelectual e profissional) de sua força de trabalho?

O indicador de engajamento tem como objetivo avaliar o comprometimento da empresa com a construção da cultura de diversidade racial no mercado ao utilizar o negócio para influenciar a cadeia produtiva e a comunidade ao qual está inserida. Neste aspecto, é fundamental que as empresas levem em consideração a reputação de seus fornecedores com relação ao respeito à equidade racial (Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, 2020). Pode-se, por exemplo, incentivar que empresas tenham políticas ou códigos específicos de contratação de fornecedores e prestadores de serviços, que contemplem aspectos como a inclusão & diversidade e cláusulas antirracistas. Caso fornecedores ou prestadores de serviço se envolvam em escândalos raciais ou sejam incriminados por práticas racistas, também é importante que a empresa tenha regras sobre a quebra de contrato de fornecimento.

Indicador – A companhia tem publicamente disponível uma política de promoção de equidade social étnico racial que ela demanda de seus fornecedores de bens e serviços (incluindo terceirizados)?

O engajamento também pode acontecer de forma externa, com a comunidade na qual a empresa se insere. Caso as ações da organização na comunidade sejam voltadas para a educação, acredita-se que priorizar a educação infantil de grupos étnicos seja uma das formas de reduzir as desigualdades da esfera educacional do país, permitindo o acesso de crianças a cursos extracurriculares que podem complementar a sua formação.

Item 4 – No website da companhia existe alguma menção às maneiras seguindo as quais a companhia investe na promoção de educação infantil de grupos étnicos externos à companhia (comunidades).

Metodologia

Com o objetivo fornecer um panorama das práticas adotadas e publicamente divulgadas nos websites corporativos em relação à promoção da equidade étnico racial, os aspectos metodológicos desta pesquisa foram pensados em três fases, conforme abordado nesta seção. Primeiro, desenvolveu-se uma forma para avaliar a Equidade Étnico Racial das empresas, que foi utilizada como guia para explorar os websites das companhias listadas na B3 em busca de itens julgados relevantes para uma comunicação material de seu compromisso com as questões étnico raciais. Por fim, as informações obtidas foram correlacionadas com características das

Tabela 2. Indicadores verificados nos *websites* corporativos

Itens	Compromisso público assumido no <i>website</i> corporativo	Embasamento teórico
Item 1	No <i>website</i> há uma política corporativa de acesso público para promoção da equidade?	Brief et al. (1997)
Item 2	No <i>website</i> há algum tipo de relatório objetivo (com dados/fatos/objetivos/metasp que permitam materialidade) descrevendo como a companhia tem performado em indicadores chave de promoção da equidade social étnico racial?	Brief et al. (1997)
Item 3	No <i>website</i> da companhia está explícito que a companhia participa de iniciativas/certificações/selos dedicados ao combate à desigualdade social por conta de aspectos étnicos raciais.	Brief et al. (1997)
Item 4	No <i>website</i> da companhia existe alguma menção às maneiras segundo as quais a companhia investe na promoção de educação infantil de grupos étnicos externos à companhia (comunidades).	Iniciativa Empresarial Pela Igualdade Racial (2020)
Item 5	No <i>website</i> da companhia há uma descrição da parcela de participação de negros e pardos em diferentes níveis da força de trabalho da companhia, desde o nível mais elementar até o C level, incluindo o <i>board</i> ?	Brief et al. (1997)
Item 6	A companhia divulga no <i>website</i> como especificamente colabora para seus funcionários adquirirem casa própria?	McVeigh e Dedekind (1995)
Item 7	A companhia divulga no seu <i>website</i> o tempo médio que seus funcionários levam para chegar ao local de trabalho?	Golub, Marcantonio e Sanchez (2013); Inwood, Alderman e Williams (2015)
Item 8	A companhia divulga no seu <i>website</i> , de alguma maneira, a relação entre a remuneração comparativa entre os níveis elementares e o C level?	Brief et al. (1997))
Item 9	A companhia mantém, no seu <i>website</i> , um canal de comunicação com o público dedicado a denúncias dos públicos interno e/ou externo?	Brief et al. (1997)
Item 10	A companhia mantém publicamente disponível o detalhamento de seus esforços para desenvolvimento pessoal (intelectual e profissional) de sua força de trabalho?	Iniciativa Empresarial Pela Igualdade Racial (2020)
Item 11	A companhia tem publicamente disponível uma política de promoção de equidade social étnico racial que ela demanda de seus fornecedores de bens e serviços (incluindo terceirizados)?	Iniciativa Empresarial Pela Igualdade Racial (2020)
Item 12	A companhia mantém um programa publicamente disponível de socorro financeiro a baixo custo para seus funcionários?	Harvard Business Review (2020)

Nota: Esta tabela apresenta o conjunto de 12 itens que foram procurados nos *websites* corporativos relativos às 404 companhias listadas na B3.

empresas.

Avaliação da Equidade Étnico Racial

A avaliação da Equidade Étnico Racial inclui 12 itens que são mensurados por meio das informações que são voluntariamente divulgadas nos *websites* corporativos. O conjunto de temas analisados representa o conteúdo sensível e relevante para a promoção da equidade étnico racial evidenciado pela literatura científica, conforme discutido no referencial teórico e resumido na Tabela 2.

Os itens não possuem pesos. Para a avaliação, os itens dispostos na Tabela 2 foram compilados por sistema de pontuação, recebendo pontuação = 1 caso a resposta tenha sido sim, e pontuação = 0, caso contrário. A pontuação varia de 0 a 12. Ou seja, a pontuação final das empresas no índice (*score*) é igual a soma da pontuação recebida em cada item.

Coleta de dados nos *websites* corporativos

A partir da exploração dos *websites* das 404 companhias listadas na B3, foram procurados 12 itens julgados relevantes para que a companhia estabeleça uma comunicação material de seu compromisso com a promoção da equidade racial. A busca abrangeu os Códigos de Conduta e de Ética, os Relatórios Anuais e/ou Relatórios de Sustentabilidade que normalmente são

publicados nas sessões de Relações com Investidores. A coleta de dados foi feita por dois pesquisadores entre 13 de abril de 2021 e 20 de maio de 2021.

A temática abordada entre os 12 itens seguiu o princípio da parcimônia (número não amplo de perguntas), com a intenção de permitir uma visão prática do quão a companhia adota o princípio de transparência (voluntária) ao comunicar conteúdos relevantes para a promoção da equidade racial.

Equidade Étnico Racial e Características das empresas

As pontuações obtidas no índice de divulgação voluntária sobre aspectos de equidade racial foram correlacionadas com características das empresas, as quais incluem setor de atividade, nível de governança corporativa, tamanho da empresa e desempenho, conforme resumido na Tabela 3:

Resultados

Análise dos indicadores nos *websites* corporativos

A verificação dos *websites* corporativos das empresas listadas na B3, analisados sob aspecto do *disclosure* voluntário, permitiu construir uma visão

Tabela 3

Variável	Descrição	Fonte dos Dados
Setor de Atividade	A classificação por setor de atividade segue NAICS 20	Bloomberg
Nível de Governança Corporativa	Expressa se a empresa encontra-se listada no nível mais elevado de governança corporativa da B3 - Novo Mercado	Bloomberg
Tamanho da Empresa	Logaritmo natural do valor contábil do ativo total da empresa em 31/12/2020	Bloomberg
Desempenho	Retorno do Ativo Total da empresa em 2020. Calculado a partir da divisão do lucro antes dos juros e impostos de renda (LAJIR) pelo valor contábil do ativo total da empresa	Bloomberg

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 4. Estatísticas descritivas da pontuação

Parâmetro	Valor
Média	2,25
Mediana	2
Mínimo	0
Máximo	9
P25	1
P75	3

Nota: Total da Amostra = 404; A frequência de companhias com pontuação igual a 0 foi de 88.

Fonte: Elaboração própria.

das práticas adotadas pelas maiores empresas do mercado brasileiro, já que empresas de capital aberto tendem a ser mais expostas ao escrutínio público e por isso tendem a ter uma maior divulgação.

As estatísticas descritivas, dispostas na Tabela 4, indicam que em uma escala de 0 a 12 pontos, a média da pontuação alcançada pelos *websites* corporativos foi de 2,25. Das 404 companhias, 88 (21,78%) não disponibilizaram nenhuma das 12 informações analisadas. 25% das companhias alcançaram até 1 ponto. A mediana igual a 2 indica que metade das empresas obteve até 2 pontos, e, 75% não ultrapassou 3 pontos.

A pontuação máxima alcançada por uma única empresa foi 9 dos doze pontos possíveis, a empresa em questão foi a Petrobrás. Vale ressaltar que no caso de empresas públicas, a Lei nº 12.990/2014, reserva 20% das vagas de processos de concurso públicos a candidatos pretos e pardos, o que poderia contribuir para a inclusão racial no ambiente corporativo das estatais.

A frequência de companhias que reportam cada item encontra-se ilustrada na Tabela 4. O item 1 “*No website há uma política corporativa de acesso público para promoção da equidade?*” obteve maior frequência de resposta positiva (72%), dado que é de praxe que as empresas possuam cláusulas anti discriminatória ou anti racistas no ambiente corporativo em seus Códigos de Ética e/ou de Conduta. No entanto, a existência dessas cláusulas, que funcionam mais como alertas, não é traduzida em ações afirmativas que promovam de fato a diversidade racial e priorizem a equidade, como fica evidente ao avaliar a baixa frequência de pontuação das empresas nos outros itens do índice.

Quando analisado se no *website* há algum tipo de relatório objetivo que permita materialidade sobre como a companhia tem performado em indicadores chave de promoção da equidade social étnico racial, somente 15 empresas receberam a pontuação (3,7% da amostra). Isso pode significar ou que as empresas ainda não possuem metas e objetivos estratégicos claros e definidos para abordar a questão da equidade racial, ou que não prezam pela divulgação de tal quesito. No atual cenário, em que a temática vem sendo cada vez mais discutida, espera-se que o comprometimento

com a pauta étnico racial passe a ser cobrado por parte de grandes investidores, como por exemplo, os gestores de fundos de investimento e fundos de pensão, o que estimula as empresas a divulgarem de forma material seu desempenho em indicadores chave de promoção da equidade social étnico racial.

A análise do item “*No website da companhia está explícito que a companhia participa de iniciativas/certificações/selos dedicados ao combate à desigualdade social por conta de aspectos étnicos raciais*” indicou pontuação para 103 empresas (25,5%). Conforme apontado por Brief et al. (1997), há mais de 20 anos algumas empresas norte-americanas participam de organizações ou iniciativas que têm como objetivo defender os direitos humanos e lutam pela justiça racial no ambiente corporativo. No Brasil, empresas também divulgam seu comprometimento com movimentos pró equidade racial. Citando alguns exemplos, algumas companhias divulgaram em seus relatórios anuais ou de sustentabilidade que são signatários da Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial ou da Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, outras se comprometem com o 10º ODS da ONU que versa sobre a redução das desigualdades e inclusão social, econômica e política de todos ou seguem as métricas de diversidade e inclusão do *Great Place to Work*.

Além disso, parte das empresas que pontuaram neste item possuem comitês ou grupos de trabalho de Diversidade & Inclusão. Destaca-se aqui algumas ações, como a realização de workshops para tratar de temas como a discriminação, assédio e desrespeito; a existência de programas de estágio ou contratação exclusivamente para negros e mentorias de desenvolvimento de carreira exclusivas para negros e mulheres.

Vale também mencionar que uma percepção surgida a partir das análises dos relatórios anuais é que dentre as empresas que citam se comprometer com a Diversidade & Inclusão, parece existir no momento uma prioridade para ações e iniciativas direcionadas à equidade de gênero.

O item “*No website da companhia existe alguma menção às maneiras segundo as quais a companhia investe na promoção de educação infantil de grupos étnicos externos à companhia (comunidades)*” tenta captar o esforço das empresas em promover engajamento com as comunidades nas quais estão inseridas. 81 empresas (20,05%) reportaram possuir ações neste aspecto, que são destinadas principalmente a comunidades quilombolas, indígenas ou regiões carentes.

Exemplo de algumas iniciativas são: apoio e financiamento de programas educacionais e sociais e parcerias com escolas municipais e estaduais. Algumas empresas possuem institutos ou fundações que fazem a gestão e são responsáveis pelos projetos sociais e educacionais. Outras divulgam os valores monetários investidos em educação para a comunidade.

O ponto de partida para a elaboração de políticas efetivas de Diversidade & Inclusão nas empresas é o diagnóstico interno das características de seus colaboradores, considerando critérios como gênero, orientação sexual, raça, idade, cargo e remuneração. Das 23 empresas que fizeram parte da amostra do índice da Iniciativa Empresarial Pela Igualdade Racial

(2020), mais da metade declarou realizar o recenseamento empresarial, no entanto, a baixa adesão em uma pesquisa do Instituto Ethos (2016) que tinha como objetivo mapear o perfil social, racial e de gênero dos funcionários das maiores empresas brasileiras, foi relacionada à ausência de um recenseamento interno da força de trabalho.

De acordo com esta pesquisa, a avaliação do item “No website da companhia há uma descrição da parcela de participação de negros e pardos em diferentes níveis da força de trabalho da companhia, desde o nível mais elementar até o C level, incluindo o board?” foi positiva em apenas 22 empresas (5,45% da amostra). Desse aspecto, esta pesquisa ressalta dois pontos i) em alguns casos, as empresas cumpriram parcialmente o item ao divulgarem apenas a porcentagem agregada de profissionais negros, não especificando a quantidade nos diferentes níveis hierárquicos; ii) mais de 30% das empresas divulgam a participação de mulheres em relação à homens nos diferentes níveis organizacionais.

De acordo com a teoria da divulgação voluntária, organizações ou gestores voluntariamente divulgam as informações que são favoráveis e retem as desfavoráveis (Dye; 2001). Dessa forma, é possível supor que a maior parte das empresas têm o recenseamento de seus funcionários, mas se abstêm de divulgar tais dados por não serem diversas do ponto de vista racial e de gênero, evitando críticas de seus *stakeholders*.

Entre os 12 itens procurados, dois deles não foram encontrados em nenhuma das mais de 400 empresas listadas: item 6 “A companhia divulga no website como especificamente colabora para seus funcionários adquirirem casa própria?” e, item 7 “A companhia divulga no seu website o tempo médio que seus funcionários levam para chegar ao local de trabalho?”. A incorporação desses indicadores tem como objetivo abordar dois pontos críticos de disparidade entre negros e brancos: a questão da casa própria e do racismo ambiental que pode perpetuar a discriminação racial e falta de oportunidades de desenvolvimento profissional via ineficiência dos meios de transporte.

A questão da remuneração dos diferentes níveis hierárquicos da organização também foi tratada nesta pesquisa por meio do item 8 “A companhia divulga no seu website, de alguma maneira, a relação entre a remuneração comparativa entre os níveis elementares e o C level?”. Neste aspecto, também se observou baixa frequência de divulgação nos websites corporativos – apenas 10 empresas o fazem (2,48). A remuneração média da diretoria estatutária das empresas de capital aberto é de divulgação obrigatória pela determinação da Instrução CVM nº 480/09 (CVM; 2009b). Uma maior transparência da política de remuneração da empresa, que abranja não somente os salários dos executivos, além de assegurar aos *stakeholders* a existência de política de incentivo que alinhe o interesse dos acionistas e dos gestores, também pode prevenir políticas discrepantes em relação aos salários pagos aos diferentes níveis hierárquicos. Mais importante, pode evitar que funcionários com funções similares recebam pagamentos não equivalentes em função de sexo, orientação sexual, raça ou etnia.

O Item 9 “A companhia mantém, no seu website, um canal de comunicação com o público dedicado a denúncias dos públicos interno e/ou externo?” também merece destaque. Observou-se que 218 empresas, mais de 50% da amostra, possuem um canal de denúncia disponível em seu website para os públicos internos e externos.

É comum que empresas invistam no desenvolvimento intelectual e profissional de seus funcionários. Para que a equidade étnica racial seja atendida, a Iniciativa Empresarial Pela Igualdade Racial (2020) ressalta que a capacitação interna do profissional negro possibilita sua total integração no ambiente de trabalho e permite que ele se prepare para participar de oportunidade de ascensão profissional. Esta pesquisa não delimitou a análise do item 10 “A companhia mantém publicamente disponível o detalhamento de seus esforços para desenvolvimento pessoal (intelectual e profissional) de sua força de trabalho” exclusivamente para o caso dos profissionais negros ou de outras etnias.

Desse modo, 111 empresas divulgaram, no ano de 2021, informações

sobre o desenvolvimento profissional de sua força de trabalho. Algumas empresas possuem iniciativas, como universidades corporativas ou plataformas de ensino a distância, destinadas a treinar, capacitar e desenvolver a mão-de-obra. Outras empresas divulgam os valores monetários concedidos em bolsas de estudo ou subsídio de mensalidade em cursos, graduações e pós-graduação para seus funcionários, ou, a quantidade de horas de capacitação que funcionários em diferentes níveis hierárquicos receberam. No entanto, nenhuma empresa divulgou possuir um programa específico para capacitação de grupos étnicos raciais.

O item 11 “A companhia tem publicamente disponível uma política de promoção de equidade social étnico racial que ela demanda de seus fornecedores de bens e serviços (incluindo terceirizados)?” tem como objetivo principal conhecer as empresas que adotam políticas de engajamento com sua cadeia de valor no quesito equidade étnico racial. Neste aspecto, pouco mais de 10% da amostra (52 empresas) disponibilizam em seus websites políticas para fornecedores, terceirizados ou parceiros comerciais regidos por manuais, códigos de conduta ou termos de responsabilidade que contemplem cláusulas antirracistas ou discriminatórias.

Descartando os itens que foram zerados (6 e 7), o Item 12 “A companhia mantém um programa publicamente disponível de socorro financeiro a baixo custo para seus funcionários?”, foi o que obteve menor frequência de resposta. Apenas 6 empresas divulgaram essas informações em seus websites (Cemig, Cemig Distribuição, Cemig Geração, Magazine Luiza, Melhor SP, Termopernambuco). A análise de tal item partiu do pressuposto que programas de socorro financeiro podem ter um grande impacto para o bem-estar e saúde financeira de profissionais negros em eventualidade de gastos inesperados ou despesas mensais não recorrentes.

Índice de Equidade Étnico Racial e Características das empresas

As pontuações obtidas no índice de divulgação voluntária sobre aspectos de equidade étnico racial foram correlacionadas com características das empresas, conforme apontado nesta subseção.

Desde o ano 2000 as empresas listadas na B3 podem pertencer a diferentes segmentos de listagem de acordo com suas práticas de governança corporativa. A finalidade do Novo Mercado e dos níveis diferenciados de governança corporativa é fazer com que as empresas adotem padrões mais elevados de prestação de informações, transparência e gestão comprometida com responsabilidade social da empresa.

Em complemento à Tabela 5, A Figura 1 apresenta a frequência de companhias por nível de governança corporativa (Novo Mercado e outros segmentos que contemplam o Nível 2, Nível 1 e o Tradicional) que reportam cada um dos 12 itens verificados nesta pesquisa. A partir da análise gráfica, é possível supor que empresas pertencentes ao Novo Mercado possuem divulgação voluntária acerca de aspectos de equidade étnico racial mais frequente do que empresas listadas nos outros segmentos. No entanto, os itens 6 (como especificamente colabora para seus funcionários adquirirem casa própria) e 7 (divulga no seu website o tempo médio que seus funcionários levam para chegar ao local de trabalho?) não foram encontrados mesmo nas empresas pertencentes ao Novo Mercado.

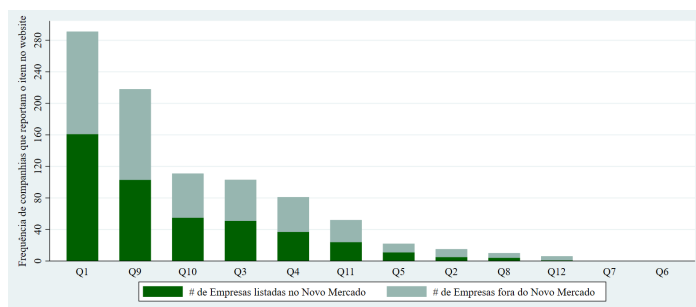
Em se tratando da pontuação das empresas por setor de atividade, conforme ilustrado pela Figura 2, verifica-se que a pontuação típica das empresas em cada indústria não ultrapassou a nota 4. As 59 (14,6% do conjunto) empresas de eletricidade, gás e água foram as que se mostraram mais dispostas a assumir o compromisso público com a promoção da equidade, com pontuação média de 3,5. Seguidas pelas empresas do setor de mineração, exploração de pedreiras e extração de petróleo e gás.

Em complemento às figuras 1 e 2, a Figura 3 apresenta a pontuação média setorial segregada pela listagem ou não no Novo Mercado (conjunto que, supostamente, possui melhores práticas de governança). Os círculos verdes sinalizam que as empresas listadas no Novo Mercado tendem a exibir maior disposição a reportar conteúdos relevantes à promoção da equi-

Tabela 5. Frequência de companhias que reportam os itens pesquisados nos *websites* corporativos

Itens	Compromisso público assumido no <i>website</i> corporativo	Freq.	%
Item 1	No <i>website</i> há uma política corporativa de acesso público para promoção da equidade?	291	72,03
Item 2	No <i>website</i> há algum tipo de relatório objetivo (com dados/fatos/objetivos/metasp que permitam materialidade) descrevendo como a companhia tem performado em indicadores chave de promoção da equidade social étnico racial?	15	3,71
Item 3	No <i>website</i> da companhia está explícito que a companhia participa de iniciativas/certificações/selos dedicados ao combate à desigualdade social por conta de aspectos étnicos raciais.	103	25,50
Item 4	No <i>website</i> da companhia existe alguma menção às maneiras segundo as quais a companhia investe na promoção de educação infantil de grupos étnicos externos à companhia (comunidades).	81	20,05
Item 5	No <i>website</i> da companhia há uma descrição da parcela de participação de negros e pardos em diferentes níveis da força de trabalho da companhia, desde o nível mais elementar até o C level, incluindo o <i>board</i> ?	22	5,45
Item 6	A companhia divulga no <i>website</i> como especificamente colabora para seus funcionários adquirirem casa própria?	0	0,00
Item 7	A companhia divulga no seu <i>website</i> o tempo médio que seus funcionários levam para chegar ao local de trabalho?	0	0,00
Item 8	A companhia divulga no seu <i>website</i> , de alguma maneira, a relação entre a remuneração comparativa entre os níveis elementares e o C level?	10	2,48
Item 9	A companhia mantém, no seu <i>website</i> , um canal de comunicação com o público dedicado a denúncias dos públicos interno e/ou externo?	218	53,96
Item 10	A companhia mantém publicamente disponível o detalhamento de seus esforços para desenvolvimento pessoal (intelectual e profissional) de sua força de trabalho?	111	27,48
Item 11	A companhia tem publicamente disponível uma política de promoção de equidade social étnico racial que ela demanda de seus fornecedores de bens e serviços (incluindo terceirizados)?	52	12,87
Item 12	A companhia mantém um programa publicamente disponível de socorro financeiro a baixo custo para seus funcionários?	6	1,49

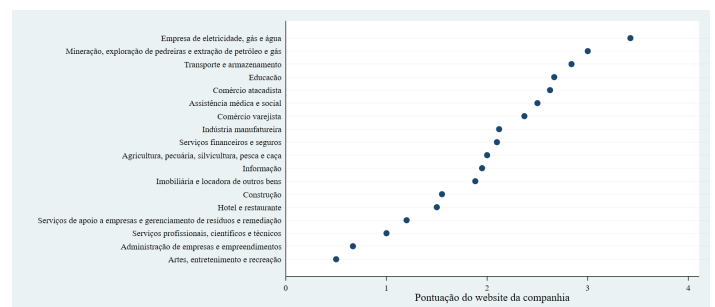
Nota: Esta tabela apresenta o conjunto de 12 itens que foram procurados nos *websites* corporativos relativos às 404 companhias listadas na B3.

**Figura 1.** Frequência de companhias que reportam os itens pesquisados nos *websites* corporativos (listadas no Novo Mercado ou não)

dade étnico racial, exceto para dois setores – imobiliária/locadora e mineração/exploração.

Um objetivo de pesquisa comum da agenda ESG é o estudo da relação entre a adoção de boas práticas ESG e a performance da empresa (Kubiski; 2021). Estudos também apontam que um dos determinantes das boas práticas ESG é o tamanho da empresa.

Neste sentido, a Figura 4 e a Figura 5 apresentam a pontuação das empresas listadas mediante desempenho financeiro (mensurado pelo ROA) e tamanho da companhia (mensurado pelo log do ativo total). A concentração de empresas listadas no Novo Mercado para ser maior nas zonas intermediárias de pontuação e com rentabilidade não negativa. O gráfico também sugere que empresas com rentabilidade negativa tendem a ter menor

**Figura 2.** Pontuação típica dos *websites* das companhias (por setor de atividade)

pontuação no índice de equidade étnica racial.

Na Figura 5 verifica-se que, em média, quanto maior a companhia, maior o compromisso publicamente assumido via políticas publicizadas no *website*. Além disso, a concentração de empresas listadas no Novo Mercado (verde mais escuro) aparece nas porções de maior pontuação, o que apoia a ideia de que as empresas de melhor governança tendem a voluntariamente apresentar conteúdos relevantes para a promoção da equidade social étnico racial.

Conclusões

Nos últimos anos, e especialmente em decorrência das demandas originadas pela pandemia da Covid-19, players internacionais aceleraram pres-

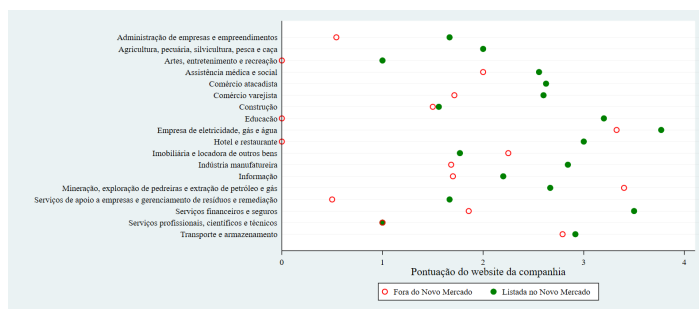


Figura 3. Pontuação típica dos websites das companhias por setor de atividade e listagem no Novo Mercado)

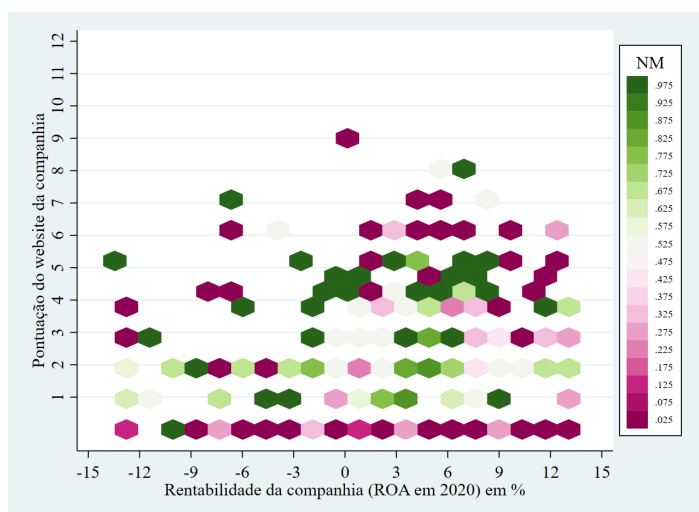


Figura 4. Distribuição das empresas listadas no Novo Mercado (proporção de NM) por pontuação do website e Rentabilidade sobre os ativos (ROA)

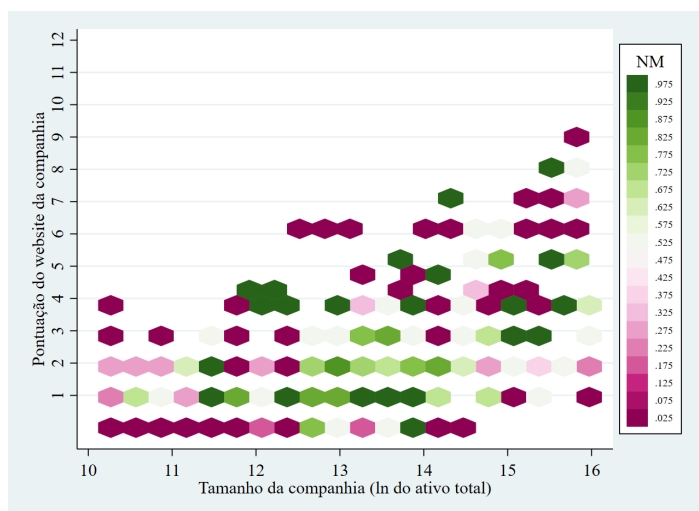


Figura 5. Distribuição das empresas listadas no Novo Mercado (proporção de NM) por pontuação do website e tamanho da companhia medido pelos ativos totais (log do ativo)

sões sobre as empresas, para que estas forneçam sinais explícitos de quão sua perenidade está assegurada, o que tem sido resumido nas práticas de

ESG adotadas e comunicadas pela companhia.

Dentre as dimensões do ESG, a questão da discriminação étnico racial, que faz parte do pilar social, tem sido foco das discussões após o movimento vidas negras importam, iniciado em 2020. A par deste contexto, muitas empresas têm se comprometido com a promoção da equidade étnico racial no ambiente de trabalho.

Ocorre que em mercados emergentes, como o Brasil, a precariedade da comunicação corporativa induz menor eficiência de mercado, com efeitos negativos para as empresas, como a elevação do custo de capital e a perda de reputação; e também para *stakeholders*, que podem ser iludidos pela prática de *blackwashing*.

A partir deste contexto, este artigo se propôs a desenvolver uma forma de avaliar a equidade étnico racial que possa ser mensurada com base na divulgação voluntária dos websites corporativos. Em posse dos indicadores mais sensíveis para a promoção da equidade étnico racial, foi possível fornecer um panorama das práticas adotadas e publicamente divulgadas nos websites corporativos das empresas brasileiras de capital aberto e analisar a relação da disseminação voluntária destas informações com características das empresas.

No geral, os resultados encontrados sugerem que a divulgação e o compromisso público com a promoção da equidade étnico racial ainda é insipiente e está aquém do desejado. Não há divulgação material e transparente nos websites corporativos acerca deste aspecto.

Como pesquisas futuras sobre a promoção da equidade étnico racial no âmbito das corporações, sugere-se a utilização da forma de avaliação desenvolvida por esta pesquisa para elaboração de estudo de caso de empresas ou setores específicos, para testar a possível relação da diversidade com variáveis financeiras da empresa e para materializar os possíveis benefícios da adoção de políticas de diversidade e inclusão.

Referências

- Brief, A. P., Buttram, R. T., Reizenstien, R. M., Pugh, S. D., Callahan, J. D., McCline, R. L. and Vaslow, J. B. (1997). Beyond good intentions: The next steps toward racial equality in the american workplace, *Academy of Management Perspectives* 11(4): 59–72.
- CVM (2009a). CVM lança audiência pública sobre mudanças na Instrução 480 (7 de dezembro de 2020).
URL: <https://www.gov.br/cvm/pt-br/assuntos/noticias/cvm-lanca-audiencia-publica-sobre-mudancas-na-instrucao-480-c422431220f742f19fa6061a498cb456>
- CVM (2009b). Instrução CVM 480 de 7 de dezembro de 2009.
URL: <http://www.cvm.gov.br/legislacao/instrucoes/inst480.html>
- Dye, R. A. (2001). An evaluation of “essays on disclosure” and the disclosure literature in accounting, *Journal of accounting and economics* 32(1–3): 181–235.
- FAZP & KPMG (2018). Perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas. Instituto Ethos e Banco Interamericano de Desenvolvimento.
URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/br/pdf/2018/11/cartilha-diversidade-raca-2018.pdf>
- Federal Reserve (2019). Report on the Economic Well-Being of U.S. Households in 2018.
URL: <https://www.federalreserve.gov/publications/2019-economic-well-being-of-us-households-in-2018-dealing-with-unexpected-expenses.htm>
- Firpo, S., França, M. and Rodrigues, L. C. (2020). Índice de equilíbrio racial: Uma proposta de mensuração da desigualdade racial entre e dentro das categorias ocupacionais.
- Golub, A., Marcantonio, R. A. and Sanchez, T. W. (2013). Race, space, and struggles for mobility: transportation impacts on african americans in oakland and the east bay, *Urban Geography* 34(5): 699–728.

- Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial (2020). Índice de Igualdade Racial nas Empresas.
 URL: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681_informativo.pdf
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2019). Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil.
 URL: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681_informativo.pdf
- Instituto Ethos (2016). Perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas. Instituto Ethos e Banco Interamericano de Desenvolvimento.
 URL: <https://www.ethos.org.br/cedoc/perfil-social-racial-e-de-genero-das-500-maiores-empresas-do-brasil-e-suas-acoes-afirmativas/>
- Inwood, J. F., Alderman, D. and Williams, J. (2015). “where do we go from here?” transportation justice and the struggle for equal access, *southeastern geographer* 55(4): 417–433.
- Kramer, M. R. (2020). The 10 commitments companies must make to advance racial justice, *Harvard Business Review* .
 URL: <https://hbr.org/2020/06/the-10-commitments-companies-must-make-to-advance-racial-justice>
- Kubiski, R. U. (2021). *Environmental, Social, and Governance Initiatives Pay Off: An Assessment of the Causal Relationship Between ESG and Firm Value*, PhD thesis. Doctoral dissertation.
- McVeigh, F. J. and Dedekind, R. (1995). Social indicators of racial parity, *Social indicators research* 35(2): 155–177.
- Pulido, L. (2000). Rethinking environmental racism: White privilege and urban development in southern california, *Annals of the Association of American Geographers* 90(1): 368–373.
- Raine, S., Liu, A., Mintz, J., Wahood, W., Huntley, K. and Haffizulla, F. (2020). Racial and ethnic disparities in covid-19 outcomes: social determination of health, *International journal of environmental research and public health* 17(21): 8115.
- World Benchmarking Alliance (2021). Corporate Human Rights Benchmark.
 URL: <https://www.worldbenchmarkingalliance.org/corporate-human-rights-benchmark/>

Autores

Janaína de Cássia Grossi

Fundação Getúlio Vargas, Programa de Pós Graduação em Administração

E-mail address: anainagrossi_3@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-4070-3275>

Raphael de Lima Vicente*

Faculdade Zumbi dos Palmares, Professor Titular e Coordenador Geral.

E-mail address: raphael.vicente@zumbidospalmares.edu.br

* Autor de correspondência.