



Inclusão *e diversidade*

UMA JORNADA TRANSFORMADORA



125
anos
BRASIL

Compromisso *com a mudança*

A Bayer é uma multinacional alemã de quase 158 anos - 125 deles no Brasil, que hoje é seu segundo maior mercado global. Desde sempre a companhia buscou fazer ciência e inovação para melhorar a vida das pessoas, tendo sido responsável por revoluções na área de saúde e nutrição, como a comercialização da primeira pílula anticoncepcional e o uso da biotecnologia para a proteção das lavouras.

A empresa é líder nos mercados onde atua e possui algumas das marcas mais conhecidas do mundo, e por isso reconhece suas responsabilidades e seu papel na construção de um futuro melhor. No último ano, os duzentos maiores executivos globais da Bayer assumiram um pacto público a favor do meio ambiente e da sociedade, o que deu origem à nova visão da empresa: “Saúde para todos, fome para ninguém”. Em uma promessa de colaborar para a solução dos grandes desafios da humanidade, a Bayer coloca o positivo impacto socioambiental como uma meta central.

Construir um futuro melhor e uma sociedade mais justa também é lutar pela inclusão e os direitos dos grupos minoritários. Nos últimos anos, a Bayer acompanhou discussões sociais importantes do nosso tempo, em especial em relação a gênero, raça, aos direitos das pessoas LGBTQA+ e Pessoas com Deficiência (PcDs). E mais do que isso: a empresa empreendeu uma jornada de profunda transformação interna, que levou a propostas de ações afirmativas e debates públicos sobre a desigualdade da sociedade brasileira, com o objetivo de expor e encarar problemas e usar a força da Comunicação para transformar a sociedade.

O desafio da diversidade e inclusão no Brasil

O Brasil é um país de população miscigenada e que, ainda assim, enfrenta muitos problemas sociais relacionados a preconceitos de gênero e raça, que persistem há décadas sem serem resolvidos.

- Segundo o [Instituto Ethos](#), cerca de 56% da população brasileira se autodeclara negra e no entanto apenas 4,7% dos cargos de liderança das 500 maiores empresas do país são ocupados por negros e negras.
- Segundo uma [pesquisa recente](#) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), somente 37,4% dos cargos de liderança nas empresas são ocupados por mulheres, que recebem 77,7% do salário de homens nos mesmos cargos.
- Apesar de ter a maior parada LGBT do mundo, dados da [Antra](#) (Associação Nacional de Travestis e Transexuais) apontam que o Brasil é o país que mais mata pessoas trans no planeta.

A Bayer Brasil tem consciência destes desafios e sabe que seu Quadro de colaboradores infelizmente ainda não reflete a diversa composição da população brasileira. A empresa reconhece que precisa avançar na contratação de pessoas diversas, especialmente para a liderança.



Comunicação que transforma

Ter consciência sobre a desigualdade de acesso ao emprego na sociedade e na própria empresa foi o que impulsionou a Bayer Brasil usar sua força como marca para impulsionar discussões com a sociedade.

Mais do que uma campanha isolada ou ações estanques, a empresa decidiu usar a força da sua área de comunicação para planejar diferentes ações e momentos que promovam amplos debates públicos sobre inclusão e diversidade.

A JeffreyGroup desenvolveu um planejamento estratégico de comunicação para manter a conversa sobre o tema ativa, levando a diferentes picos de alcance ao longo do tempo e gerando grandes ondas de divulgação.

Criamos uma agenda anual e dividimos as ações da empresa ao longo do meses. Para cada projeto, uma estratégia diferente de comunicação foi utilizada, focada em estimular conversas e debates entre diferentes públicos. Imprensa, influenciadores, canais digitais de conteúdo e podcasts foram alguns dos tipos de mídia trabalhados para espalhar as mensagens (e os questionamentos sociais vindos delas).

O insight que orientou a JeffreyGroup foi: enquanto as diferentes áreas da Bayer criam projetos e ações afirmativas, a área de comunicação usa de toda sua força e know-how para levantar o debate público, alcançando milhões de brasileiros com suas mensagens e ajudando a construir um futuro mais igual pra todos.



Programa Liderança Negra Bayer
CNN TV - September 24 2020



Equidade na liderança
Veja - September 11 2020



Educação para uma Vida Melhor
Estadão - July 17 2020



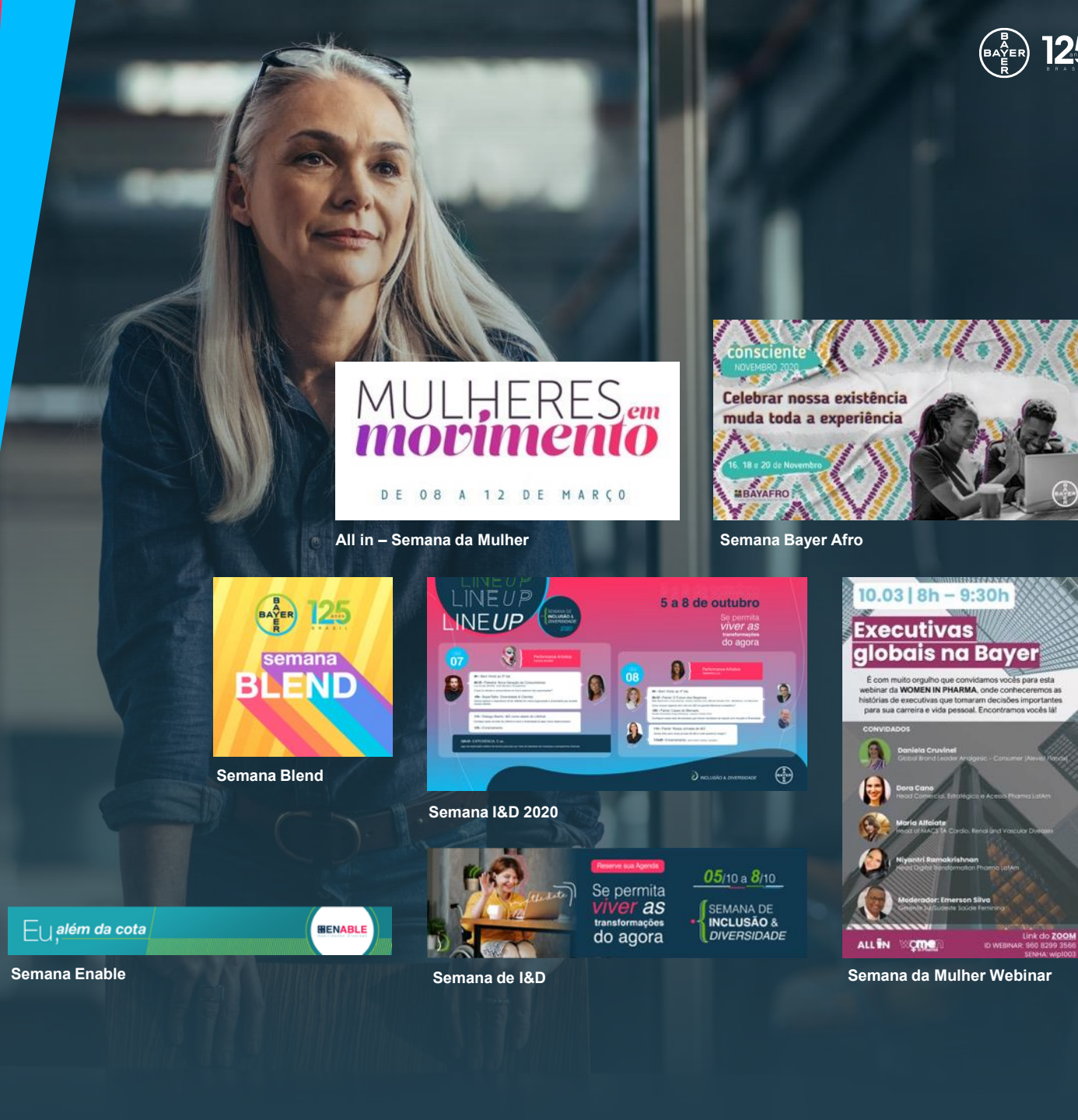
Prêmio Mulheres do Agro
Media Lab Estadão - July 28 2020

A transformação que começa de dentro

Para estruturar projetos de inclusão e diversidade de maneira responsável, a Bayer deu alguns passos importantes:

- Criou, no ano de 2018, a diretoria de Inclusão & Diversidade, ligada à área de RH, que trabalha para que os times sejam cada vez mais diversos e guiados por líderes cada vez mais inclusivos;
- Incorporou Inclusão e Diversidade ao pilar de Pessoas & Cultura, um de seus três pilares estratégicos de negócios;
- Criou cinco grupos internos de afinidade, compostos por colaboradores que atuam para promover equidade na companhia e for a dela em diferentes pilares de diversidade: o All In, que cuida de temas relacionados a gênero; o Blend, voltado a temas LGBTQIA+; o BayAfro, voltado a questões étnico-raciais; o Infinite, voltado a promover integração entre diferentes gerações e combater o etarismo; e o Enable, que foca em Pessoas com Deficiência.
- Criou diversas semanas internas de discussões sobre diversidade;

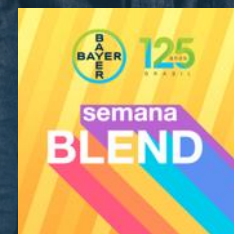
A partir destes esforços, a Bayer planejou, estruturou e viabilizou projetos e discussões importantes sobre inclusão e diversidade, especialmente em 2020, ano que foi um marco nessa jornada.



All in – Semana da Mulher



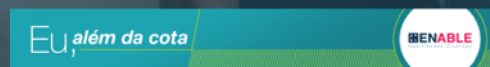
Semana Bayer Afro



Semana Blend



Semana I&D 2020



Semana Enable



Semana de I&D



Semana da Mulher Webinar



Programa Liderança Negra Bayer
UOL - October 19 2020



Programa Liderança Negra Bayer
Exame Magazine - October 2020



Programa Liderança Negra Bayer
Valor Investe_January 18 2021



Programa Liderança Negra Bayer
Época Negócios - September 22 2020



Programa Liderança Negra Bayer
CNN TV - September 24 2020



Programa Liderança Negra Bayer
Exame - February 25 2021

Por mais diversidade racial na liderança

A Bayer começou a utilizar Inteligência Artificial (IA) e ferramentas de people analytics com o objetivo de trazer e manter pessoas diversas. Essas várias tecnologias têm permitido à empresa mensurar a representatividade étnico-racial nos diferentes níveis hierárquicos e os gaps que existem na liderança.

A partir desta análise foi lançado, em setembro de 2020, o **Programa Liderança Negra Bayer**, a maior edição já realizada do Programa de Trainee da empresa, exclusiva para profissionais negros e negras. O programa atraiu mais de 25.000 inscrições para as suas 19 vagas.

- A estratégia de divulgação do programa criada pela JeffreyGroup promoveu um amplo debate – urgente num país de maioria negra como o Brasil – na imprensa e na sociedade sobre inclusão de profissionais negros no mercado – especialmente em cargos de liderança. Por mais de um mês, a discussão tomou veículos de TV, rádio, impressos, online e redes sociais. O Programa Liderança Negra viralizou de norte a sul do país, gerando 913 matérias de imprensa, US\$ 5.827.046 em equivalência publicitária e impactando potencialmente 460 milhões de pessoas. A partir deste momento, a Bayer se tornou uma referência de inclusão no mercado brasileiro.

Paralelamente a ele, a empresa realizou o **Programa de Mentoria Para Negros**, um programa interno de 3 meses desenvolvimento para estagiários e profissionais juniores negros.

A vez das mulheres

Promover equidade entre homens e mulheres dentro e fora da empresa também tem sido um dos objetivos da Bayer. Em 2018, a empresa idealizou, em colaboração com a Associação Brasileira do Agronegócio (Abag), o **Prêmio Mulheres do Agro**, destinado às mulheres que se destacam na gestão de pequenas, médias e grandes propriedades agrícolas. A iniciativa é fundamental para o setor do agronegócio brasileiro, dominado por homens. A premiação fez com que produtoras rurais sejam entrevistadas pelos maiores veículos de imprensa do país, popularizando a liderança feminina no campo.

No início de 2021, a Bayer assumiu um **compromisso global pela igualdade de homens e mulheres** em todos os cargos de baixa, média e alta liderança até 2030. Em relação à alta liderança, o Brasil está bem posicionado, tendo conquistado 50% de mulheres no board em 2020, com a chegada de Malu Nachreiner, primeira líder mulher da divisão Crop Science no Brasil. Uma estratégia de comunicação integrada foi implementada para anunciar a chegada da executiva e o que representa para o setor agrícola ter uma mulher no comando da principal divisão da empresa.

Já a divisão Pharmaceuticals está realizando, desde junho de 2021, **um programa de mentoria para mulheres fundadoras de startups** no Brasil, em colaboração com a B2Mamy, empresa que capacita e conecta mães ao ecossistema de inovação e tecnologia no país. A iniciativa foi destaque em importantes portais do país e chamou atenção para o pequeno número de mulheres na liderança das startups nacionais.

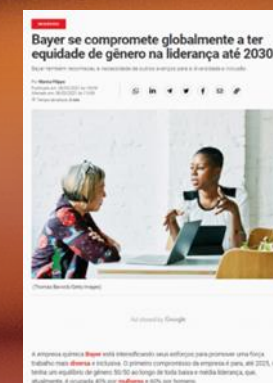
Entre janeiro de 2020 e junho de 2021, conquistamos 2.245 matérias relacionando a Bayer ao tema da equidade de gênero, impactando potencialmente 155 milhões de pessoas e gerando U\$ 6.132.958 em equivalência publicitária.



Programa Liderança Negra Bayer
Valor Investe - January 18 2021



Prêmio Mulheres do Agro
Veja - September 14 2020



Compromisso Global
Exame - March 08 2020



Equidade na liderança
Revista Globo Rural - October 2020



Prêmio Mulheres do Agro
Marie Claire - October 15 2020

Inclusão e transformação

Paralelamente à meta de ter 50% de mulheres em todos os cargos de liderança globais até 2030, a Bayer estipulou uma meta de ter pelo menos **5% dos seus cargos no mundo todo ocupados por Pessoas com Deficiência (PcDs)**.

Para alcançar esse objetivo, a Bayer Brasil criou o **projeto Cultivar**, voltado a desenvolver soft e hard skills e promover integração para todos os profissionais com deficiência da companhia. Já o **Projeto Geração de Valor**, voltado a dar visibilidade a projetos realizados por PcDs, contribuiu para crescimento deles dentro da companhia. Outro destaque nessa frente foi projeto **Educação para uma Vida Melhor**, em que profissionais com deficiência da Bayer se voluntariaram para ensinar ciência para crianças no Museu Catavento de Ciências, um dos mais importantes do país. Essas iniciativas pautaram a imprensa sobre a importância de programas focados em PcDs e levantaram discussões sobre o combate ao capacitismo. Por todas estas iniciativas, a Bayer apareceu no **Guia Exame de Diversidade de 2021** como uma das empresas com as melhores práticas voltadas a Pessoas com Deficiência.

Aprender a lidar com a Inclusão e Diversidade também é quebrar barreiras e conceitos ultrapassados. Entre o fim de 2020 e primeira metade de 2021, a Bayer realizou um **Programa de Mentoria Reversa** para promover interação e aprendizado entre profissionais de diferentes gerações. Durante seis meses, 46 colaboradores passaram pelo programa, em que pessoas mais seniores foram treinadas por colegas com idade média de 25 anos. A iniciativa atraiu o interesse da imprensa e conquistou inclusive capa do jornal Valor Econômico, principal veículo de economia e negócios do Brasil.

Os esforços de divulgação de iniciativas da Bayer voltadas ao combate ao capacitismo e ao etarismo levaram a 779 matérias de imprensa, U\$ 467.398 em equivalência publicitária e um impacto potencial em 92,6 milhões de pessoas.



Educação para uma vida melhor
TV Globo - January 2020



Guia Exame de Diversidade
Exame - June 25 2021



Mentoria Reversa
Valor Econômico - May 13 2021



Educação para uma vida melhor
R7 Virt'z -January 16 2020



Educação para uma vida melhor
Estadão - July 17 2020

Uma jornada de impacto na reputação

Todos os esforços de comunicação integrada em torno de seus grandes projetos de inclusão e diversidade fortaleceram a reputação da Bayer e tornaram-na uma referência no mercado de trabalho brasileiro sobre estes temas. Está claro para a empresa, no entanto, que essa é uma jornada colaborativa, que ela não percorrerá sozinha, portanto seus esforços também se dirigem a estimular outras empresas e atores da sociedade a empreenderem iniciativas em prol da diversidade.

Um exemplo de esforços neste sentido foi o **Programa de Mentoria de Diversidade para Fornecedores**, voltado a capacitar empresas que valorizam a diversidade ao longo de toda a cadeia de operações da Bayer. A estratégia de comunicação desenvolvida pela JeffreyGroup garantiu destaque em um dos maiores jornais do Brasil, o que levou ao engajamento de outras empresas, que procuraram a Bayer para fazer benchmark desse tipo de programa. Nossa comunicação ajudou a contaminar outras empresas nessa busca por inclusão e diversidade.

Toda essa discussão promovida pela empresa em torno de inclusão e diversidade abriu os olhos das diversas marcas das três divisões da Bayer (Crop Science, Pharmaceuticals e Consumer Health) para a causa. A partir do trabalho de consultoria e planejamento da JeffreyGroup, as marcas começaram a desenvolver projetos para falar sobre I&D e passaram a incorporar esse olhar diverso e inclusivo a todas as suas campanhas. A área de Consumer Health, por exemplo, tem a preocupação com a diversidade como fator central na escolha de parceiros e fornecedores para os seus projetos.



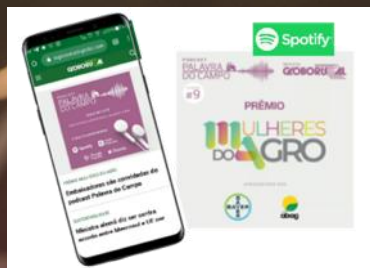
Mentoria de Diversidade para Fornecedores Exame - June 08 2017



Mentoria de Diversidade para Fornecedores - Valor Econômico



Mentoria de Diversidade para Fornecedores Terra - October 31 2017



Prêmio Mulheres do Agro
Palavra do Campo Podcast



Programa Liderança Negra Bayer
Poder360 - October 16 2020.PNG



Programa Liderança Negra Bayer
Folha Dirigida - February 05 2021



Prêmio Mulheres do Agro
Globo Rural Live - November 5 2020

Comunicação de impacto nacional

3.672 matérias

*mentionando projetos
e iniciativas da Bayer
voltados a inclusão
e diversidade**

R\$ 62.091.200

*(U\$ 12.264.688)
em equivalência
publicitária**

**658.661.912
pessoas**

*potencialmente
impactadas
por matérias sobre
projetos de inclusão
e diversidade da Bayer**

**2.828
participantes**

*nos eventos da Semana
de Inclusão &
Diversidade da Bayer
em 2020*

Os dois principais programas do ano geraram:

Programa Liderança Negra Bayer

913 matérias*

R\$ 29.500.000

*(U\$ 5.827.046)
em equivalência publicitária**

460.000.000 pessoas

*potencialmente impactadas**

Prêmio Mulheres no Agro

1695 matérias*

R\$ 23.800.000

*(U\$ 4.701.142)
em equivalência publicitária**

53.400.000 pessoas

*potencialmente impactadas**

* Jan/2020 – Jun/2021

O que ainda vamos fazer

Para os próximos anos, a Bayer pretende continuar aprimorando suas iniciativas voltadas a Inclusão e Diversidade. A JeffreyGroup segue elaborando estratégias de comunicação integrada que gerem debates relevantes sobre o assunto na sociedade brasileira.

- A empresa pretende criar um Inclusion Index, para mensurar quão inclusivos são seus líderes, e transformar sua Semana da Diversidade em um Mês da Inclusão, com diversas atividades educativas internas e externas em torno de inclusão e diversidade.
- O Prêmio Mulheres do Agro segue em mais uma edição reconhecendo a força das mulheres no campo. A iniciativa conta com o apoio do Grupo Globo, maior grupo de comunicação do país.
- A Bayer será referência em um guia sobre diversidade racial nas empresas escrito por Joana Cunha, uma das mais importantes jornalistas do Brasil. O livro dará todas as orientações para que empresas interessadas em promover iniciativas voltadas à diversidade racial saibam como fazer isso e possam consultar empresas de grande porte que já estão nessa jornada.

A Bayer tem consciência de que a jornada de inclusão e diversidade não tem linha de chegada está numa caminhada rumo a tornar-se uma **empresa de uma só voz, mas que respeita e promove seus diferentes sotaques.**



125
anos
BRASIL

JeffreyGroup