



# INDICADORES ETHOS

PARA NEGÓCIOS  
SUSTENTÁVEIS  
E RESPONSÁVEIS

INDICADORES ETHOS-FÓRUM LGBTI+  
GUIA TEMÁTICO PARA A PROMOÇÃO DOS DIREITOS LGBTI+





INDICADORES  
**ETHOS**  
PARA NEGÓCIOS  
SUSTENTÁVEIS  
E RESPONSÁVEIS

**Indicadores Ethos-Fórum LGBTI+ para a Promoção dos Direitos LGBTI+** é uma correalização do Instituto Ethos, do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+ e do Ministério Público do Trabalho, disponibilizada virtualmente de forma gratuita.

#### **Realização**

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

R. Dr. Virgílio de Carvalho Pinto, 445

Pinheiros, São Paulo – SP

CEP: 05415-030

Tel.: (11) 3897-2400

E-mail: atendimento@ethos.org.br

Website: www.ethos.org.br

Fórum Empresas e Direitos LGBTI+

Website: <https://www.forumempresaslgbt.com/>

Ministério Público do Trabalho

Website: <https://mpt.mp.br/>

#### **Patrocínio**

Categoria Ouro: PWC

Categoria Bronze: JLL

#### **Colaboradores do Instituto Ethos**

Ana Lucia Melo, Cibele Campos, Caio Magri, Ivanaira Oliveira, Lais Thomaz, Luiza Rodrigues e Rejane Romano

#### **Colaboradores do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+**

JP Polo, Raphael Pagotto, Reinaldo Bulgarelli

#### **Colaboradores do Ministério Público do Trabalho**

Valdirene Assis

#### **Para a sua criação, foi estabelecido um grupo focal, com os seguintes integrantes:**

Adriana Galvão (Especialista), Beatriz Bade (Shell), Carolina Terzi (Atento), Eliezer Silveira Filho (Games), Fernando Costa (Sodexo), Gabriel Brigante (PwC), JP Polo (Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+), Kaleb Machado (Carrefour), Karina de Andrade Chaves (BASF), Larissa Medeiros Rocha (Especialista), Lucas Bulgarelli (Especialista), Luciana Ferreira dos Santos (Atento), Margarete Yanikian (Atento), Patricia Mannaro (Aliança Nacional LGBTI+), Reinaldo Bulgarelli (Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+), Renato Souza (PwC), Ruan Santos (Shell), Salomão Carlos Silva (Games), Thais Faria (OIT), Thays Toyofuku (JLL), Toni Reis (Aliança Nacional LGBTI+).

#### **Edição e Revisão**

Thalita Paratela

#### **Projeto e Produção Gráfica Projeto Original:**

Projeto Original: 113 DC Design + Comunicação

Adaptação: Fabio Meneguini

São Paulo, junho de 2021.

É permitida a reprodução desta publicação, desde que citada a fonte e com prévia autorização do Instituto Ethos, do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+ e do Ministério Público do Trabalho.

## ÍNDICE

<u>Prefácio</u>	<u>p.06</u>
<u>Apresentação</u>	<u>p.10</u>
<u>O tema dos direitos humanos de pessoas LGBTI+</u>	<u>p.18</u>
<u>A questão LGBTI+</u>	<u>p.20</u>
<u>Mapa de Indicadores</u>	<u>p.22</u>
<u>Dimensão Visão e Estratégia</u>	<u>p.23</u>
<u>Dimensão Governança e Gestão</u>	<u>p.27</u>
<u>Dimensão Social</u>	<u>p.34</u>
<u>Questões Quantitativas</u>	<u>p.44</u>
<u>Patrocinadores</u>	<u>p.46</u>



## PREFÁCIO DA NOVA GERAÇÃO DOS INDICADORES ETHOS

Em outubro de 2010, demos início a um amplo processo participativo com o desafio de compreender o papel dos Indicadores Ethos num contexto em que a responsabilidade social empresarial (RSE) não era mais novidade para as empresas e para os interessados. Tínhamos um plano trilhado e a intenção de ouvir e receber influência real dos nossos stakeholders no desenvolvimento de uma nova geração dos Indicadores Ethos. Nosso objetivo era traduzir a aprendizagem em sustentabilidade e responsabilidade social adquirida com sua aplicação, conferindo-lhe utilidade e convergência com diferentes iniciativas disponíveis no mercado, para que a sustentabilidade se integre efetivamente nos negócios.

Mais do que nosso próprio entendimento sobre esta iniciativa e o que pretendíamos com ela, quisemos envolver as pessoas, fossem elas usuárias da ferramenta, especialistas em RSE ou apenas interessadas no tema; fossem de empresas, organizações da sociedade civil ou órgãos governamentais. Quisemos pôr em prática, de forma efetiva, o engajamento das partes interessadas que tanto estimulamos as empresas a adotar. Por essa razão, estabelecemos um processo multistakeholder, formalizando instâncias que apoiaram todo esse processo. Isso nos levou a vários desafios, dos quais o principal foi equilibrar diferentes expectativas e visões sobre os mesmos propósitos:

- » atualizar os Indicadores Ethos, trazendo novos aspectos e avanços do movimento de responsabilidade social, sem que eles ficassem longos, exaustivos e difíceis de aplicar;
- » torná-los mais amigáveis e mais simples, sem perder a consistência de sua proposta;
- » auxiliar as empresas para uma aplicação eficiente, que lhes seja útil para outros usos e participação em outras iniciativas;
- » oferecer maior visibilidade às empresas que os aplicam, sem prescindir da confidencialidade e do sigilo em seu uso.

Foram muitos os questionamentos. E também muitas as consultas, formais e informais, a centenas de pessoas que contribuíram com essas reflexões. E eis aqui o resultado, fruto de um trabalho intenso e colaborativo, envolvendo pessoas e organizações que se dedicaram muito mais do que prevíamos e tomaram como suas as questões relacionadas a esta iniciativa. Entendemos que, mais do que construir uma ferramenta de gestão, essas pessoas, assim como nós, envolveram-se neste trabalho almejando contribuir para a transformação do mundo em que vivemos.

Sabemos que várias empresas já avançaram bastante, com práticas em nível de excelência. Mas sabemos também que muitas outras precisam ingressar nesse universo. O resultado que agora apresentamos reflete nosso empenho em equilibrar essas diferentes necessidades: apoiar as empresas que se iniciam na trilha da RSE e estimular as que já avançaram a ir além. Entendemos que isso é possível e trabalhamos em diversas frentes para alcançar esse objetivo.

É com esse propósito que apresentamos a você os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis, ferramenta que explicita nosso entendimento de que a responsabilidade social é uma forma de gestão que deve estar presente em qualquer debate sobre sustentabilidade. Isso porque sustentabilidade e responsabilidade social são, em nossa opinião, conceitos interdependentes e não excludentes. Essa visão tem origem nas próprias reflexões que vimos fazendo como organização, buscando integrar os princípios e comportamentos da responsabilidade social com os objetivos para a sustentabilidade. Vivenciamos essas reflexões e buscamos essa integração.

Este é um instrumento “para” negócios sustentáveis e responsáveis. Ou seja, visa estimular que os negócios sejam sustentáveis e responsáveis, e não simplesmente identificar ou reconhecer os que já o são.

Convidamos você a conhecer as novidades deste instrumento e a usá-lo em suas atividades. Que a transformação de que necessitamos seja alcançada com a sua participação.

**Instituto Ethos**

## CONDUTA EMPRESARIAL RESPONSÁVEL: PELO DIREITO DE AS PESSOAS SEREM QUEM SÃO

O artigo 1º da Declaração Universal dos Direitos Humanos nos lembra que “todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos”. No entanto, a realidade mostra que nem todos os indivíduos conseguem usufruir, nas mesmas condições, dessa igualdade e dignidade.

Desde o início de nossa existência, entendemos a promoção da diversidade e inclusão como estratégia indissociável da conduta empresarial responsável. Por meio dela, as empresas contribuem para a redução das desigualdades e proporcionam dignidade e respeito aos diferentes grupos sociais.

Ao longo dos anos, produzimos uma série de cartilhas e manuais para estimular as empresas a desenvolver práticas de valorização da diversidade. **O Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas** apresenta o cenário da diversidade nas empresas e as incentiva a agir em favor da promoção da equidade de direitos de gêneros e raças, bem como da inclusão de pessoas com deficiência. Em 2008, em comemoração dos 60 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos, organizamos o Encontro de Presidentes: **Responsabilidade Social das Empresas e Direitos Humanos**, reunindo um grupo de dirigentes de organizações nacionais e multinacionais que assinou a declaração Responsabilidade Social das Empresas e os Direitos Humanos. Com sua ratificação, foram assumidos compromissos relativos ao trabalho decente: a promoção da igualdade de direitos de gêneros e raças no local de trabalho; a erradicação do trabalho escravo nas cadeias de valor; a inclusão de pessoas com deficiência; e o apoio à promoção dos direitos das crianças, dos adolescentes e dos jovens. Em 2011, a fim de favorecer a articulação das empresas em prol da agenda dos direitos humanos, criamos o Grupo de Trabalho Empresas e Direitos Humanos, que busca aprimorar e disseminar práticas empresariais relacionadas a temas que compõem a agenda internacional do trabalho decente, criando um ambiente propício para a troca de saberes e a construção de conhecimentos. Ao observar o cenário de violações dos direitos da população LGBTI+ e as dificuldades de direcionamento de políticas públicas e iniciativas privadas em relação à proteção e defesa desse público, lançamos, em 2013, o manual **O Compromisso das Empresas com os Direitos Humanos LGBTI+**, com o objetivo de semear a promoção dos direitos humanos, mais particularmente, dos direitos LGBTI+ no mercado de trabalho, fomentando o debate e estimulando a adoção de ações empresariais voltadas para lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais.

Desde 2015, criamos, os guias temáticos dos Indicadores Ethos, para orientar as ações de promoção da diversidade e inclusão nas empresas: **Indicadores Ethos-MM360 para a Promoção da Equidade de Gênero, Indicadores Ethos-CEERT para a Promoção da Equidade Racial e Indicadores Ethos-REIS para a Inclusão da Pessoa com Deficiência**. Com este novo guia, desenvolvido em parceria com o Fórum Empresas e Direitos Humanos LGBTI+, adicionamos a esse conjunto de publicações uma importante referência para as empresas, a fim de que o compromisso pela diversidade seja ampliado e consolidado por meio de orientações objetivas de ação.

Sabemos que o alcance das empresas vai além do que acontece em suas instalações. Acreditamos que, ao inserir a promoção dos direitos LGBTI+ em suas práticas corporativas, as organizações podem exercer uma influência vital na conscientização dos diferentes públicos sobre os direitos que lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e intersexos têm de serem quem são, dentro e fora dos espaços corporativos. Assim, elas podem transformar a justiça, equidade e dignidade em realidade para muitas pessoas.

**Instituto Ethos**

## RESPEITAR E PROMOVER OS DIREITOS DE PESSOAS LGBTI+

“Todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos”. É o que diz o artigo 1º da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que estabelece, de forma permanente, a inclusão, no que diz respeito à diversidade sexual. Ainda tem sido um desafio promover esse direito básico, que concerne às pessoas lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, intersexuais e outras.

A sociedade dá à população LGBTI+ o estigma de que não são normais e considera que seus corpos, desejos e amores representam uma ameaça a um padrão estabelecido como a única forma de ser humano e de viver. Essa suposta normalidade é definida por heterossexuais e cisgêneros, padrão imposto nas leis, nas regras, na convivência, nos espaços públicos e nas organizações. As empresas, que empregam e realizam atividades, com seus diferentes stakeholders, podem ser reféns da ideia de padrão dominante da hetero e cisnormatividade.

Pessoas LGBTI+ ainda precisam afirmar sua existência. Tratar como opção sua forma de existir não é a melhor maneira de respeitá-las. Além disso, desconsiderar sua existência e excluí-las das oportunidades e dos benefícios são modos de discriminação e violência que alimentam estatísticas, as quais põem o Brasil no patamar de um dos países mais violentos do mundo para ser LGBTI+.

O direito de constituir família, trabalhar, ver-se representado, expressar afeto e defender a diversidade humana em todos os lugares e todas as circunstâncias é um desafio para os LGBTI+, que também devem ser parte do mundo empresarial. Trata-se do exercício da cidadania, apesar de o pensamento LGBTIfóbico reduzir essas questões a sexo, opção, escolha e estilo de vida.

Em vista disso, um conjunto de empresas que praticam a valorização, promoção e gestão da diversidade e são atuantes em favor da causa LGBTI+ se reuniu em 2013 para construir o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+. O fórum tem o propósito de pôr em prática o artigo 1º da Declaração Universal dos Direitos Humanos, frisando que as pessoas são livres e iguais, com dignidade e direitos.

Isso significa reconhecer, no cotidiano, nos relacionamentos e nas práticas e políticas das empresas, que as pessoas LGBTI+ são iguais e têm os mesmos direitos. As empresas são parte do problema e da solução na busca por oportunidades iguais e tratamento justo e respeitoso. Na ausência de leis ou normas, o princípio da dignidade humana deve fazer diferença na vida de pessoas não binárias, por exemplo, diante da necessidade de definir o banheiro de uso, o nome no crachá e a identificação no LinkedIn.

Com o objetivo de aprimorar as práticas de gestão empresarial, gerando, efetivamente, valor – o que só ocorre com o combate à discriminação de pessoas LGBTI+ e a seus efeitos prejudiciais –, o fórum estabeleceu uma agenda de trabalho composta de 10 compromissos baseados em práticas de sustentabilidade e responsabilidade social, na normativa internacional de direitos humanos e nas demandas e conquistas do movimento social.

Esses 10 compromissos foram publicados em 2013 pela Organização das Nações Unidas (ONU), no manual Promoção dos Direitos Humanos de Pessoas LGBT no Mundo do Trabalho, e pelo Instituto Ethos, no manual O Compromisso das Empresas com os Direitos Humanos LGBT. Nas publicações, há dois instrumentos que ajudam no diagnóstico da situação atual (indicadores de profundidade), na definição da situação desejada e no estabelecimento de um plano de ação (indicativos de ação).

Oito anos depois de esses manuais serem lançados, o Instituto Ethos e o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+ combinaram os 10 compromissos com o sistema dos Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis. Assim, estende-se o respeito e a promoção dos direitos LGBTI+ para todo o ambiente empresarial brasileiro, indo além da assinatura da carta de adesão ao fórum e a seus compromissos.

Nessa parceria com o Instituto Ethos, o fórum cumpre seu propósito e seus objetivos, ampliando a contribuição das empresas signatárias, que ousaram trazer o tema dos direitos LGBTI+ para o centro das conversas e práticas da gestão empresarial. Com o Guia Temático para a Promoção dos Direitos LGBTI+, empresas não signatárias e de diferentes portes têm acesso a uma ferramenta que enriquece suas práticas de diversidade e inclusão, em consonância com o conceito Environmental, Social and Governance (ESG) – a agenda dos negócios sustentáveis e da normativa internacional de direitos humanos.

As empresas do século XXI que querem atender às demandas legítimas da sociedade encontram na publicação do Instituto Ethos e do fórum uma oportunidade para compreender que a modernidade, a inovação e a criatividade vêm com o respeito e a inclusão. A comunidade LGBTI+ celebra e contribui, cada vez mais, para a consolidação de um ambiente empresarial sustentável e socialmente responsável.

## MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO

O Ministério Público do Trabalho de São Paulo é parceiro na construção e coordenação do Guia Temático para a Promoção dos Direitos LGBTI+, em razão de sua missão institucional de promoção da igualdade e combate às mais variadas formas de discriminação no mundo do trabalho.

A população LGBTI+ é vítima de violências e discriminações e demanda uma atuação do poder público, da iniciativa privada e da sociedade em favor do respeito à dignidade humana, da igualdade efetiva e do direito ao trabalho.

O Ministério Público do Trabalho de São Paulo, que deve zelar pelas normas constitucionais e internacionais (especialmente, as ratificadas pelo Brasil) e pelas leis, com o objetivo de proteger os direitos de trabalhadores, soma-se ao Instituto Ethos na edição deste guia. A conscientização e o fomento à implementação de políticas internas nas empresas podem incluir, efetivamente, a população LGBTI+ no mercado de trabalho.

Em São Paulo, o ministério deu início ao Projeto Cozinha&Voz, dando apoio financeiro para a sua realização, em parceria com a Organização Internacional do Trabalho (OIT). O projeto conta com a chef Paola Carosella na condução do módulo de capacitação de assistentes de cozinha, bem como com Elisa Lucinda, que é responsável pelo módulo de expressão oral, com a Casa Poema. Essa atividade surgiu para beneficiar mulheres e homens trans, fornecendo capacitação profissional e encaminhamento no mercado de trabalho. O projeto teve grande impacto social, com 70% de empregabilidade efetiva na primeira turma. Essa capacitação foi replicada em outras unidades do ministério e deu origem a uma estratégia nacional, denominada Projeto de Empregabilidade LGBTQIA+, com a participação da procuradoria em diversos estados da federação.

Estamos felizes com a entrega deste guia à sociedade, pois, desse modo, promovemos o direito livre e justo da população LGBTI+ ao trabalho, atendendo à ordem internacional e à Constituição, para dar a todas as pessoas a oportunidade do exercício igual, digno e livre do trabalho.

**Ministério Público do Trabalho de São Paulo**

**Coordenação da Coordigualdade**

# INDICADORES ETHOS

## PARA NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS E RESPONSÁVEIS

Esta ferramenta de gestão apoia as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial (RSE) em suas estratégias de negócio. Apresenta uma nova abordagem para a gestão das empresas, integrando os princípios da RSE e os comportamentos a ela relacionados com os objetivos para a sustentabilidade, baseando-se num conceito de negócios sustentáveis e responsáveis.

Os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis têm como foco avaliar o quanto a sustentabilidade e a responsabilidade social têm sido incorporadas nos negócios, auxiliando na definição de estratégias, políticas e processos. Embora traga medidas de desempenho em sustentabilidade e responsabilidade social, esta ferramenta não se propõe a reconhecer organizações como sustentáveis ou responsáveis.

### O QUE É UM NEGÓCIO SUSTENTÁVEL E RESPONSÁVEL

É a atividade econômica orientada para a geração de valor econômico-financeiro, ético, social e ambiental, cujos resultados são compartilhados com os públicos afetados. Sua produção e comercialização são organizadas de modo a reduzir continuamente o consumo de bens naturais e de serviços ecossistêmicos, a conferir competitividade e continuidade à própria atividade e a promover e manter o desenvolvimento sustentável da sociedade.

### CONVERGÊNCIA COM OUTRAS INICIATIVAS

para contemplar os avanços do movimento de RSE/sustentabilidade no Brasil e no mundo, os Indicadores Ethos foram desenvolvidos de maneira convergente com diversas iniciativas, enfatizando-se, sobretudo, a integração com a Norma ABNT ISO 26000, as Diretrizes G4 para a Elaboração de Relatos de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative (GRI), os princípios do Pacto Global da ONU e a metodologia do CDP, Pelo Programa Latino-Americano de Responsabilidade Social Empresarial (Plarse), a ferramenta consolida também a experiência regional latino-americana de adaptação dos Indicadores Ethos a seus respectivos contextos.

A nova geração dos Indicadores Ethos foi desenvolvida para estar a serviço dos negócios, com aplicações e funcionalidades que permitem total flexibilidade em sua aplicação pelas empresas e a geração de relatórios mais próximos

da realidade empresarial, que apoiam efetivamente a gestão, com mecanismos para planejamento, compartilhamento de dados com as partes interessadas e desenvolvimento da sustentabilidade nas cadeias de valor.

## ORGANIZAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Os Indicadores Ethos são organizados em quatro grandes dimensões, as quais são desdobradas em temas inspirados na Norma ISO 26000, os quais, por sua vez, desdobram-se em subtemas e, posteriormente, em indicadores.

**DIMENSÃO > TEMA > SUBTEMA > INDICADOR**

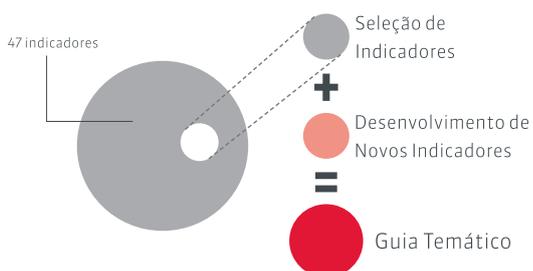
## GUIA TEMÁTICO

No âmbito da nova geração dos Indicadores Ethos, está sendo desenvolvida uma série de guias temáticos para avaliar e acompanhar o desempenho das empresas signatárias de compromissos e pactos promovidos pelo Instituto Ethos ou organizações parceiras.

Os guias temáticos são organizados por meio de um recorte do questionário dos Indicadores Ethos, considerando-se o tema proposto na seleção dos indicadores do questionário. Há, ainda, o acréscimo de novos indicadores para aprofundar o tema. A mesma estrutura é mantida, com dimensões, temas, subtemas, questões de profundidade, questões binárias e questões quantitativas. Atualmente, estão disponíveis os seguintes guias: Integridade, Prevenção e Combate à Corrupção; Promoção da Equidade de Gênero (em parceria com a Associação Movimento Mulher 360); Promoção da Equidade Racial (em parceria com o Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades – CEERT); Mudança do Clima; Aprendizagem e Combate ao Trabalho Infantil (em parceria com a Organização Internacional do Trabalho – OIT); e Inclusão da Pessoa com Deficiência (em parceria com a Rede Empresarial de Inclusão Social).

Os Indicadores Ethos-Fórum são uma ferramenta de diagnóstico, planejamento e gestão que orienta as empresas a consolidar suas estratégias e práticas de promoção dos direitos LGBTI+. Com sua aplicação, as executivas, os executivos, os gestores e os demais interessados terão:

- Aprofundamento temático
- Diagnóstico do estágio de maturidade da empresa
- Análises comparativas
- Inspiração para planejar novas ações
- Acesso a boas práticas
- Visibilidade de suas práticas
- Monitoramento dos dez compromissos do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+



## TIPOS DE QUESTÕES

O conteúdo dos Indicadores Ethos preserva a estrutura que os consolidou como ferramenta de aprendizado: questões de profundidade, questões binárias e questões quantitativas.

Cada indicador é composto por esses três tipos de questões, sendo as de profundidade e as binárias obrigatórias para a elaboração do relatório de diagnóstico. As questões quantitativas são opcionais e podem ser respondidas em paralelo com as perguntas qualitativas, sem influenciar na geração do relatório de diagnóstico. Recomenda-se que sejam preenchidas para auxiliarem na etapa de planejamento e no relato de sustentabilidade.

	Questões de profundidade	Questões binárias	Questões quantitativas	Questões descritivas
O QUE SÃO	Representadas por cinco quadros contíguos, apresentam a evolução de práticas em cada indicador.	Perguntas com respostas "sim" ou "não" que orientam com clareza a escolha do estágio.	Questões numéricas para apoiar a definição de objetivos e metas claras para o próximo ciclo de aplicação dos Indicadores Ethos.	Buscam qualificar o atendimento das práticas do indicador.

Para fazer *download* dos questionários dos Indicadores Ethos, acesse [www.ethos.org.br/indicadores](http://www.ethos.org.br/indicadores).

## CONSULTA PÚBLICA

O processo de desenvolvimento do guia temático foi participativo, contemplando consultas a especialistas, empresas e outros interessados.

No processo de construção do guia, houve um período formal de consulta pública, para garantir que seu conteúdo abrangesse as diferentes perspectivas das partes interessadas e norteara a gestão das questões relativas aos direitos LGBTI+ em empresas de qualquer setor e porte.

**Empresas interessadas em acompanhar a evolução de seu desempenho na promoção dos direitos LGBTI+ são convidadas a realizar aplicações anuais do Guia Temático: Promoção dos direitos LGBTI+. Ao término de cada ciclo de preenchimento, será gerado um relatório consolidado com os estágios da empresa na gestão das questões relativas ao tema, comparando-os com os das demais empresas participantes.**

## COMO APLICAR O GUIA TEMÁTICO

Ao responder ao questionário, inicie pelas questões binárias, identificando quais são as práticas já desenvolvidas pela empresa. Depois dessa identificação, determine em que estágio a empresa se encontra naquele indicador. Terminado o preenchimento, transfira suas respostas para o sistema on-line. Em cada indicador, a partir das respostas a todas as questões binárias, o sistema apontará em qual estágio a empresa está enquadrada; a escolha do estágio, no entanto, é definida pela empresa, que pode confirmar a indicação feita pelo sistema ou selecionar um estágio diferente, justificando a sua escolha. A empresa pode, por exemplo, descrever as práticas que mantém e que, embora não descritas no questionário, justificam a seleção de um estágio diferente do que foi indicado pelo sistema.

Ao término do preenchimento e após a liberação das respostas, a empresa poderá acessar seu relatório de diagnóstico, que apresentará os desempenhos individuais e os comparativos com as demais empresas que responderam a mesma seleção de indicadores.

Ao obter o diagnóstico de sua empresa, vá para a etapa de planejamento. Mais importante do que o diagnóstico é o que você planeja fazer a partir das informações geradas por ele. No sistema dos Indicadores Ethos, as empresas associadas contam com o módulo de planejamento, que as apoia nessa etapa do processo de gestão da RSE/sustentabilidade.

O preenchimento dos indicadores quantitativos é opcional. Eles serão usados no módulo de planejamento e para o relato de sustentabilidade, constituindo-se numa referência para o estabelecimento das ações.

## ESTRUTURA DO QUESTIONÁRIO

NAVEGADOR:  
Dimensão/Tema/Subtema

Dimensão Social > Direitos Humanos > Ações Afirmativas

### Promoção dos Direitos de Lésbicas, Gays e Bissexuais

LGBTI+

07

COR INDICA  
DIMENSÃO

TÍTULO  
DO INDICADOR

QUESTÕES DE  
PROFUNDIDADE/  
ESTÁGIOS

DESCRIÇÃO  
DOS ESTÁGIOS

ESCOLHA O  
ESTÁGIO MAIS  
APROPRIADO

QUESTÕES  
BINÁRIAS  
práticas que  
evidenciam  
o estágio

#### COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:

2. Promover a igualdade de oportunidades e o tratamento justo às pessoas LGBTI+

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO	
A empresa proibe linguagem preconceituosa e atitudes que podem intimidar, constranger ou discriminar pessoas devido a seu gênero ou sua orientação sexual no ambiente de trabalho.	7.1.1	A empresa proibe linguagem preconceituosa e atitudes que podem intimidar, constranger ou discriminar pessoas devido a seu gênero ou a sua orientação sexual no ambiente de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.1.2	A empresa esteve livre de condenação judicial, nos últimos cinco anos, por discriminação de gênero ou orientação sexual no ambiente de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO	
A empresa realizou eventos comemorativos nas datas relacionadas aos direitos LGBTI+. Os benefícios da empresa, como plano de saúde familiar, são usufruídos por seus empregados homoafetivos com equidade.	7.2.1	No último ano, a empresa realizou eventos comemorativos nas datas relacionadas aos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.2.2	Os benefícios da empresa, como plano de saúde familiar, são usufruídos por seus empregados homoafetivos com equidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.2.3	A empresa estimula a criação de grupos de afinidade internos para reduzir preconceitos, desconstruir estereótipos e combater a discriminação de orientação sexual/ identidade de gênero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO	
A empresa dispõe de uma iniciativa específica, como um programa, de promoção dos direitos LGBTI+, contendo indicadores, metas e meios de acompanhamento.	7.3.1	A empresa dispõe de uma iniciativa específica, como um programa, de promoção dos direitos LGBTI+, contendo indicadores, metas e meios de acompanhamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.3.2	A empresa monitora suas taxas de rotatividade para compreender as razões de permanência e saída de empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.3.3	A empresa incentiva e realiza reflexões e diálogos com seus empregados e/ou grupos específicos para contribuir com a eliminação de ideias e práticas discriminatórias contra gays, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO	
A empresa revisa periodicamente suas metas para avançar na promoção dos direitos LGBTI+.	7.4.1	A empresa revisa periodicamente suas metas para avançar na promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO	
A empresa é reconhecida pelas boas práticas e ações relativas à não discriminação, à inserção e à ascensão profissional de gays e lésbicas e influenciam seus stakeholders nesse tema.	7.5.1	A empresa é reconhecida pelas boas práticas e ações relativas à não discriminação, à inserção e à ascensão profissional de gays, lésbicas e bissexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.5.2	A empresa influencia e inspira seus stakeholders em favor da não discriminação, da inserção e da ascensão profissional de mulheres, de gays, lésbicas e bissexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

## EVOLUÇÃO DAS PRÁTICAS



### ESTÁGIO 1 CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL

Em relação ao assunto, a empresa atende a legislação, quando pertinente, e/ou trata o tema de forma incipiente.



### ESTÁGIO 2 INICIATIVAS E PRÁTICAS

Em relação ao assunto, a empresa desenvolve iniciativas e implementa práticas correntes.



### ESTÁGIO 3 POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO

Em relação ao assunto, a empresa adota políticas formalizadas e implementa processos para promover valores.



### ESTÁGIO 4 EFICIÊNCIA

Em relação ao assunto, a empresa mensura os benefícios de sua gestão e os considera nas tomadas de decisão e na gestão de riscos (incluindo a cadeia de valor).



### ESTÁGIO 5 PROTAGONISMO

Em relação ao assunto, a empresa passou por transformações e inovações para a geração de valores e atualização de suas práticas.

## SISTEMA ON-LINE

O uso do sistema on-line dos Indicadores Ethos é exclusivo para empresas associadas ao Instituto Ethos, que podem utilizá-lo na forma individual ou aderindo aos programas desenvolvidos pelo Instituto Ethos (Cadeia de Valor, Multiplicadores Ethos, entre outros).

Pelo *link* [www.ethos.org.br/associe-se](http://www.ethos.org.br/associe-se), sua empresa saberá como associar-se e ter pleno acesso ao sistema.

## FUNCIONALIDADES DO SISTEMA ON-LINE

O sistema *on-line* dos Indicadores Ethos conta com funcionalidades e relatórios que apoiam a gestão da RSE/sustentabilidade.

- ▶ **Autodiagnóstico.** Ao aplicar os Indicadores Ethos, a empresa recebe um relatório de diagnóstico sobre seu desempenho ao longo de todo o questionário, comparando-o com o de todas as empresas participantes, com o daquelas que fazem parte de seu setor e com o das que seguiram o mesmo critério no processo de aplicação.
- ▶ **Planejamento.** A partir do relatório de diagnóstico, as empresas podem priorizar os indicadores para o planejamento no próprio sistema, escolhendo as questões que vão tratar e gerenciar e estabelecendo e acompanhando metas, prazos e recursos.
- ▶ **Orientação para o enquadramento nos estágios.** O sistema *on-line* auxilia a empresa na identificação do estágio mais adequado para determinada prática ao ressaltar o mais apropriado, considerando a escolha dos indicadores binários. Funciona como uma informação adicional para a empresa, que deverá refletir e efetuar a escolha do estágio que julgar mais adequado.
- ▶ **Relato de sustentabilidade.** Esta funcionalidade permite que a empresa gere automaticamente seu relato de sustentabilidade, logo após o preenchimento. O documento pode ser editado com a identidade visual da sua empresa para ser compartilhado com seus públicos e, assim, dar visibilidade às ações sustentáveis da companhia. Esta funcionalidade também indica a convergência entre os indicadores respondidos e as demais iniciativas correlacionadas com os Indicadores Ethos, como as Diretrizes para o Relatório de Sustentabilidade GRI G4, os princípios do Pacto Global da ONU, a Norma ABNT ISO 26000 e a metodologia do CDP, entre outras.

## ORIENTAÇÕES PARA APLICAÇÃO

Em nosso *website* ([www.ethos.org.br/indicadores](http://www.ethos.org.br/indicadores)), encontram-se algumas orientações e sugestões para a aplicação dos Indicadores Ethos.

## CORRELAÇÕES

Com a evolução do movimento de RSE e sustentabilidade, muitas foram as iniciativas desenvolvidas ao redor do mundo para estimular as empresas e diferentes organizações a incorporar práticas responsáveis compatíveis com o desenvolvimento sustentável. Cada uma delas foi criada com um propósito específico. No entanto, todas abordam temas comuns, pertinentes à agenda da RSE e sustentabilidade. Para que os negócios integrem a sustentabilidade em suas estratégias, é preciso reconhecer e atuar sobre essas convergências.

## USO PARA DESENVOLVIMENTO DA SUSTENTABILIDADE NAS CADEIAS DE VALOR

Empresas interessadas em empregar os Indicadores Ethos e seus guias temáticos para desenvolver a sustentabilidade em suas cadeias de valor podem fazê-lo comunicando-se conosco pelo e-mail [cadeiadevalor@ethos.org.br](mailto:cadeiadevalor@ethos.org.br).

Para mais orientações e informações, acesse [www.ethos.org.br/indicadores](http://www.ethos.org.br/indicadores) ou contate-nos pelo e-mail [indicadores@ethos.org.br](mailto:indicadores@ethos.org.br).

## PASSOS PARA USO DA PLATAFORMA ON-LINE

1. Acesse o site [www.ethos.org.br/indicadoresethos](http://www.ethos.org.br/indicadoresethos).
2. Ingresse na plataforma usando seu *login* e sua senha. Novos usuários devem cadastrar-se no sistema. O *login* será o *e-mail* informado e a senha deverá ser criada pelo próprio usuário. A plataforma vai enviar um *link* para a ativação do seu cadastro. Caso demore a receber a mensagem, verifique sua caixa de *spam*.
3. Cadastre sua empresa no sistema ou recupere o cadastro já efetuado. O cadastro da empresa é identificado sempre por seu CNPJ. A alteração dos dados do responsável pela empresa no sistema é realizada por procedimento específico indicado no próprio sistema;
4. Acesse a opção “Autodiagnóstico” para fazer a configuração do questionário. Você poderá criar seu próprio questionário, de acordo com as necessidades de sua empresa, personalizando a seleção de indicadores em “Meus Indicadores” ou utilizando uma das pré-formatações sugeridas pelo Instituto Ethos. Selecionando o Guia Temático: *Promoção dos direitos LGBTI+*, sua empresa poderá aprofundar-se nesse tema específico;
5. Após a seleção do questionário, preencha-o e envie as respostas pela própria plataforma *on-line*.
6. O relatório de diagnóstico estará disponível assim que as respostas forem liberadas, em formato *on-line* ou PDF para empresas associadas. O documento apresenta dados que resultam de uma autoavaliação. Esse diagnóstico não tem, portanto, caráter de certificação. Seu objetivo é proporcionar a reflexão, aprendizagem e melhoria das práticas de RSE e sustentabilidade.
7. As questões quantitativas podem ser respondidas mesmo depois de as respostas às questões qualitativas terem sido liberadas, até o término do ciclo de preenchimento vigente.
8. Após o envio do questionário, o sistema vai liberar a funcionalidade de planejamento e o acesso aos demais tipos de relatório.

## O TEMA DOS DIREITOS HUMANOS DE PESSOAS LGBTI+

A prevenção e o combate à discriminação contra a população LGBTI+<sup>1</sup>, bem como a promoção da igualdade de oportunidades no mercado de trabalho, têm fundamento constitucional, convencional e legal.

O artigo 3º da Constituição da República Federativa do Brasil consagra entre os objetivos fundamentais do nosso Estado Democrático de Direito: “IV - promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação”. O artigo 5º estabelece que todos são iguais perante a lei e que a lei punirá qualquer discriminação atentatória dos direitos e das liberdades fundamentais (artigo 5º, inciso XLI). Já o artigo 7º do texto constitucional, que dispõe dos direitos sociais, veda toda forma de discriminação nas relações de trabalho, estabelecendo a proibição de diferenças nos salários, no exercício de funções e nos critérios de admissão por motivos de sexo, idade, cor ou estado civil (artigo 7º, inciso XXX).

A Convenção nº 111, da OIT, de 1958, que trata da discriminação relativa ao emprego e à profissão, veda no artigo 1º: “toda distinção, exclusão ou preferência fundada em raça, cor, sexo, religião, opinião política, ascendência nacional ou origem social, que tenha por efeito destruir ou alterar a igualdade de oportunidades ou de tratamento em matéria de emprego ou profissão”, assim como “qualquer outra distinção, exclusão ou preferência que tenha por efeito destruir ou alterar a igualdade de oportunidade ou tratamento em matéria de emprego ou profissão, que poderá ser especificada pelo membro interessado depois de consultadas as organizações representativas de empregadores e trabalhadores, quando estas existam e outros organismos adequados”.

O Brasil ratificou a Convenção Interamericana contra Toda Forma de Discriminação e Intolerância, diploma que tem status de norma constitucional e determina, no artigo 1º, que “a discriminação pode basear-se em nacionalidade, idade, sexo, orientação sexual, identidade e expressão de gênero”<sup>2</sup>.

Em uma reunião de especialistas realizada em Yogyakarta, na Indonésia, de 6 a 9 de novembro de 2006, foram aprovados os “Princípios de Yogyakarta”, que abordam a aplicação da legislação internacional de direitos humanos em relação à orientação sexual e à identidade de gênero. O documento foi apresentado no Conselho de Direitos Humanos da ONU<sup>3</sup>. O preâmbulo define:

“orientação sexual” como estando referida à capacidade de cada pessoa de experimentar uma profunda atração emocional, afetiva ou sexual por indivíduos de gênero diferente, do mesmo gênero ou de mais de um gênero, assim como de ter relações íntimas e sexuais com essas pessoas.

“identidade de gênero” como estando referida à experiência interna, individual e profundamente sentida que cada pessoa tem em relação ao gênero, que pode, ou não, corresponder ao sexo atribuído no nascimento, incluindo-se aí o sentimento pessoal do corpo (que pode envolver, por livre escolha, modificação da aparência ou função corporal por meios médicos, cirúrgicos ou outros) e outras expressões de gênero, inclusive o modo de vestir-se, o modo de falar e maneirismos.

<sup>1</sup>LGBTI+: lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e travestis, queer, intersexuais, assexuais e pessoas de todos os gêneros e sexualidades.

<sup>2</sup>[https://www.oas.org/en/sla/dil/docs/inter\\_american\\_treaties\\_A69\\_Convencao\\_Interamericana\\_disciminacao\\_intolerancia\\_POR.pdf](https://www.oas.org/en/sla/dil/docs/inter_american_treaties_A69_Convencao_Interamericana_disciminacao_intolerancia_POR.pdf)

<sup>3</sup>[http://www.clam.org.br/uploads/conteudo/principios\\_de\\_yogyakarta.pdf](http://www.clam.org.br/uploads/conteudo/principios_de_yogyakarta.pdf)

O princípio 12, sobre o direito ao trabalho, merece destaque. Segundo ele, o trabalho digno e produtivo, as condições de trabalho justas e favoráveis e a proteção contra o desemprego são direitos que devem ser assegurados a todas as pessoas, sem discriminação de orientação sexual ou identidade de gênero. Os estados têm o dever de adotar as medidas legislativas, administrativas e outras que são necessárias para proibir a discriminação no emprego público e privado – relacionada à educação profissional, ao recrutamento, à promoção, à demissão, às condições de emprego e à remuneração. Também compete aos estados assegurar, com igualdade, empregos e oportunidades de desenvolvimento nas áreas públicas, incluindo o serviço em funções públicas, além do serviço na polícia e nas forças militares. No mais, devem dar treinamento e criar programas de conscientização adequados para combater atitudes discriminatórias.

A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) define, no artigo 5º: “a todo trabalho de igual valor corresponderá salário igual, sem distinção de sexo”. Verifica-se, pois, que o ordenamento jurídico nacional e as normas de direito internacional asseguram ampla proteção às pessoas contra a discriminação fundada em identidade de gênero e orientação sexual. O Supremo Tribunal Federal já se pronunciou nesse sentido, garantindo:

- Reconhecimento do instituto jurídico da união homoafetiva, que ocorre de acordo com as mesmas regras e as mesmas consequências que a união estável heteroafetiva, inclusive para fins sucessórios (ADI 4.277 e ADPF 132, rel. min. Ayres Britto, j. 5-5-2011, P, DJE de 14-10-2011. RE 646.721, rel. p/ o ac. min. Roberto Barroso, j.10-5-2017, P, DJE de 11-9-2017).

- Alteração do prenome e do sexo: “O direito à igualdade sem discriminações abrange a identidade ou expressão de gênero. A identidade de gênero é manifestação da própria personalidade da pessoa humana e, como tal, cabe ao Estado apenas o papel de reconhecê-la, nunca de constituí-la.” A pessoa trans tem o direito à autoidentificação, por declaração escrita, e a alteração de prenome e sexo é um direito fundamental subjetivo, “independentemente de procedimento cirúrgico e laudos de terceiros, por se tra-

tar de tema relativo ao direito fundamental ao livre desenvolvimento da personalidade”. (ADI 4.275, rel. p/o ac. min. Edson Fachin, j. 1º-3-2018, P, DJE de 7-3-2019.) (RE 670.422, rel. min. Dias Toffoli, j. 15-8-2018, P, DJE de 10-3-2020, Tema 761).

- Criminalização da LGBTIfobia: Segundo o pronunciamento do Supremo Tribunal Federal, “Os integrantes do grupo LGBTI+, como qualquer outra pessoa, nascem iguais em dignidade e direitos e possuem igual capacidade de autodeterminação quanto às suas escolhas pessoais em matéria afetiva e amorosa, especialmente no que concerne à sua vivência homoerótica. Ninguém, sob a égide de uma ordem democrática justa, pode ser privado de seus direitos (entre os quais o direito à busca da felicidade e o direito à igualdade de tratamento que a Constituição e as leis da República dispensam às pessoas em geral) ou sofrer qualquer restrição em sua esfera jurídica em razão de sua orientação sexual ou de sua identidade de gênero”. Assim, o Supremo Tribunal Federal reconheceu “a mora do Congresso Nacional em editar lei que criminalize os atos de homofobia e transfobia. Determinou, também, até que seja colmatada essa lacuna legislativa, a aplicação da Lei 7.716/1989 (que define os crimes resultantes de preconceito de raça ou de cor) às condutas de discriminação por orientação sexual ou identidade de gênero, com efeitos prospectivos e mediante subsunção”. (ADO 26, rel. min. Celso de Mello, e MI 4.733, rel. min. Edson Fachin, j. 13-6-2019, P, Informativo 944).

Por fim, vale salientar que o nome social e o uso do banheiro, conforme a identidade de gênero, são direitos que devem ser respeitados. O Ministério Público do Trabalho exige a observância desses direitos, ao passo que os respeita, de acordo com a Portaria 1.036, de 2015. Editada pela Procuradoria Geral do Trabalho, ela diz que a utilização do nome social é reconhecida no cadastro de dados e informações; no ingresso e na permanência nas unidades do Ministério Público do Trabalho; em comunicações internas, e-mails institucionais, crachás e listas de ramais; nos nomes de usuário de sistemas de informática; e na inscrição em eventos promovidos pela instituição. O artigo 4º da portaria garante, ainda, o acesso a banheiros e vestiários, respeitando-se a identidade de gênero e o nome pessoal.

## O TEMA DOS DIREITOS HUMANOS DE PESSOAS LGBTI+

Negócios sustentáveis e responsáveis consideram a diversidade como um valor, e não como um problema. O tema da diversidade sexual e de gêneros ganhou força no ambiente empresarial e é uma questão a ser considerada e trabalhada pelas empresas, em suas práticas e seu relacionamento com *stakeholders*.

A causa LGBTI+ tem destaque no cenário de mudanças rápidas e profundas, pelas quais passa a sociedade. A diversidade sexual acompanha essas mudanças, com termos e demandas que passam por transformações constantes, devido à dinâmica da sociedade e dos movimentos sociais, que articulam e representam a perspectiva da população LGBTI+ e das pessoas comprometidas com o respeito a seus direitos.

Não existem estatísticas precisas de quantas pessoas se autodeclararam como LGBTI+ no Brasil, porque os dados não são devidamente tratados nos censos do IBGE e em nenhum outro sistema de coleta de informações. Eles são de suma importância para o planejamento de políticas públicas e de práticas empresariais.

A discriminação é fomentada pela falta de dados. Ao mesmo tempo, a identidade LGBTI+ pode gerar preconceito, formando um ciclo vicioso – a tendência é abordar o tema como uma questão de foro íntimo, e não social. A identidade sexual não é íntima nem um dado sensível, como interpretam alguns conforme a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Ela concerne à cidadania, à promoção de oportunidades iguais e ao tratamento justo e respeitoso.

Casais do mesmo sexo, bem como seus filhos e parentes, necessitam de proteção legal, que foi determinada por uma decisão judicial do Supremo Tribunal Federal a partir de 2011. Esse é um exemplo de proteção e promoção de direitos iguais, que impacta o meio empresarial de várias formas. Empresas que oferecem plano de saúde familiar devem considerar obrigatoriamente casais homoafetivos e seus filhos. Assim, a expressão de afeto entre casais do mesmo sexo passa a ser um direito, e não mais um tema sujeito ao moralismo.

A população trans (travestis e transexuais) raramente era considerada no trabalho formal ou no empreendedorismo. Empregados que expressavam sua identidade trans eram demitidos e as portas eram fechadas para candidatos com o nome de registro dissonante da identidade de gênero.

Nos últimos dez anos, o paradigma foi mudado e o mercado de trabalho passou a contar com um número cada vez maior de travestis e transexuais, ampliando as alternativas para uma população que, independentemente de escolaridade e classe social, só experimentava exclusão, violência e falta de valorização. O número de empregados ou empresários trans ainda não atingiu patamares suficientes para reduzir a violência nas relações familiares, na escola ou na sociedade, em geral. A prática de violência contra LGBTI+ foi proibida com a criminalização da LGBTIfobia pelo Supremo Tribunal Federal, em 2019, cujos efeitos devem impactar nas empresas. Por exemplo, quantos códigos de conduta explicitam os assuntos relativos à orientação sexual e identidade de gênero, como condições a serem respeitadas e consideradas na promoção de direitos iguais?

O respeito ao nome social foi definido no âmbito judicial e acolhido por instituições de Estado, com uma decisão do Supremo Tribunal Federal, em 2018, sobre o direito de escolher o próprio nome, mesmo sem cirurgias de redesignação sexual. Com o nome social e/ou sexo alterados no registro civil, as pessoas trans devem ser obrigatoriamente respeitadas e defendidas pelas empresas no relacionamento com os stakeholders e em todas as circunstâncias. Especialmente, as instituições do segmento de saúde devem repensar seu sistema binário (homem ou mulher) e suas implicações em procedimentos rotineiros, como exames.

O respeito ao nome e à identidade de gênero não deveria implicar no tipo de atendimento ou na leitura de exames, uma vez que um homem trans pode solicitar consulta no ginecologista e engravidar, por exemplo. Não somente na saúde, mas em todos os setores, existem possibilidades de aprimorar as práticas de gestão e criar bases mais conectadas com a pluralidade, em vez de uma visão limitada de ser humano.

Os intersexos vêm conquistando visibilidade e trazendo desafios para uma sociedade fundada no par binário masculino-feminino. “A natureza não decide onde a categoria masculina ou feminina termina e onde começa a intersexo. É a sociedade que define”, diz a Sociedade Intersexo da América do Norte, demonstrando que a ciência contradiz o senso comum. Assim, há homem, mulher e intersexos (variações conhecidas como estados intersexuais), mesclando-se o que é biológico com o que é cultural e social.

No Brasil, o movimento conquistou o apoio de pessoas e organizações, como a Associação Brasileira de Intersexos (ABRAI), criada em 2015. A data mundial de visibilidade intersexual é em 26 de outubro, sendo celebrada em meio aos desafios e às possibilidades de o ambiente empresarial lidar com a diversidade humana em um mundo volátil, incerto, complexo e ambíguo (VUCA).

Nessa linha, a diversidade sexual proporciona um contato mais sensível do mundo empresarial com as pessoas, de modo que elimina a antiga visão objetificada da mão de obra. O “+” presente na sigla não segrega e tira relevância, e sim foca a complexidade da diversidade sexual e de gênero, bem como destaca o fato de que ninguém deve ser reduzido a apenas uma de suas características.

A visão da interseccionalidade, que é um conjunto de características correlatas de uma mesma pessoa, pode ser aplicada na prática por meio da gestão e criação de espaços de expressão e contribuição, como grupos de afinidade, os quais devem ser plurais e considerar a existência de inúmeros recortes, como LGBTI+, raça, gênero, deficiência, idade, religião, naturalidade e nacionalidade, entre outros.

Assim, a diversidade sexual vai de encontro a um padrão estabelecido como único e normal – a normatividade. Mas, afinal, o que o movimento LGBTI+ significa? Do ponto de vista biológico, o que é ser homem ou mulher? O que é ser heterossexual? O que é ser cisgênero? O que é ser considerado normal? Como a normatividade afeta os sujeitos que não se enquadram nela e tira seus direitos ao acolhimento e respeito, inclusive, no seio familiar?

Muitos LGBTI+ funcionários de empresas que promovem seus direitos encontram mais conforto de serem quem são no ambiente corporativo do que em casa ou na comunidade em que vivem. A responsabilidade da empresa não pode se restringir ao seu próprio espaço e às suas atividades internas. O respeito e a segurança precisam ganhar as ruas. As empresas têm condições extraordinárias para serem referências, influenciarem e contribuir para o reconhecimento da população LGBTI+ e do trecho da Declaração Universal dos Direitos Humanos que diz: “todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos”.

## A QUESTÃO LGBTI+

A sigla LGBTI+ contém um conjunto de realidades que englobam as pessoas que não são heterossexuais, cisgênero ou mesmo definidas biologicamente como homens e mulheres. O que as define é a divergência em relação aos padrões estabelecidos como “normais”. Para alguns, há os “normais” e as pessoas LGBTI+. Mas, os que se pensam ou são pensados como “normais”, universais, definindo as regras na sociedade (e nas empresas), fazem parte da diversidade humana tanto quando os considerados “anormais”.

A diversidade sexual e de gênero é uma característica da humanidade e ser uma pessoa heterossexual ou cisgênero é uma das possibilidades da vida, não a única e nem a correta (julgamento moral), a natural (não é só natureza que nos define) ou a aceitável (somos também seres históricos, além de biopsicossociais, e tudo muda numa construção permanente das maneiras de ser, pensar, agir e se relacionar). Somos todos parte da diversidade humana e as identidades se afirmam em contraposição ao padrão de normalidade imposto e à hierarquização que resulta da identificação de uns e outros dentro das muitas possibilidades da vida.

A sigla vai se tornando maior, com mais letras agregadas, conforme surgem pessoas e organizações que, apesar de trazerem identidades, condições ou situações que exis-

tiam antes, passam a se expressar, demandar e a contribuir em seu tempo e lugar. O que era antes tornado invisível, inaceitável, impensável, sujeito a opressões e violências das mais variadas, torna-se sujeitos de direitos que reivindicam espaço, direitos iguais, equidade, respeito e aceitação na convivência social.

Há inúmeras cartilhas e manuais tratando de explicar o significado das letras na sigla que, mais que isso, explicam ou deveriam explicar o movimento pelos direitos LGBTI+, a busca pela eliminação de toda forma de discriminação e desrespeito à diversidade sexual e de gênero. A mais utilizada no Brasil é o “The Genderbread Person”, de Sam Killermann.

Ele apresenta um boneco com os temas: identidade de gênero, orientação sexual, expressão de gênero e sexo biológico ou sexo identificado no nascimento.

Começando pelo sexo, as pessoas são identificadas no nascimento como homens, mulheres ou pessoas intersexuais (as muitas variações conhecidas como estados intersexuais).

Gênero diz respeito ao significado cultural dado ao sexo atribuído, portanto, uma construção como outras que trata sobre como é ser homem e ser mulher, dependendo do lugar onde se vive e que vem sofrendo modificações ao longo da história.

Com base nisso, define-se identidade de gênero como a forma como “a profunda e sentida experiência interna e individual do gênero de cada pessoa, que pode ou não corresponder ao sexo atribuído no nascimento, incluindo o senso pessoal do corpo (que pode envolver, por livre escolha, modificação da aparência ou função corporal por meios médicos, cirúrgicos e outros) e outras expressões de gênero, inclusive vestimenta, modo de falar e maneirismos”. É uma das muitas definições. Esta se encontra nos Princípios de Yogyakarta sobre a aplicação da legislação internacional de direitos humanos em relação à orientação sexual e identidade de gênero (2007).

Em relação à identidade de gênero (todos possuem) a pessoa pode se sentir em conformidade com o sexo atribuído no nascimento (cisgênero) ou não se identificar com ele (transgênero). No Brasil, utiliza-se o termo pessoas trans, que procura ser mais abrangente para incluir pessoas que se afirmam como travestis ou transexuais, além de outras afirmações que, como foi dito em resumo às muitas possibilidades, são pessoas não cisgênero. Pessoas travestis são sempre mulheres, mas há mulheres trans e também homens trans. Não há diferença entre um conceito e outro, apenas a forma como as pessoas se afirmam e isso, evidentemente, deve ser respeitado.

A expressão de gênero tem a ver, como o nome diz, à maneira como a pessoa se expressa por meio de vestimenta, maneirismos e outras formas. A pessoa pode estar em conformidade com expectativas relacionadas ao gênero pelo qual se apresenta ou não. Portanto, pessoas heterossexuais e cisgênero podem também enfrentar dificuldades na sociedade de acordo com sua expressão de gênero se não estiverem de acordo com essas normas impostas sobre como se comportam homens e mulheres.

A orientação sexual envolve atrações variadas das pessoas, como o desejo sexual, afetivo, estético e há quem fale em espiritual. A orientação (não se trata de escolha por algo mais profundo e complexo) pode ser heterossexual (atração por pessoas de outro gênero), homossexual (atração por pessoas do mesmo gênero) e bissexuais (atração por ambos os gêneros). Há quem acrescente na sigla a letra “a” de assexuados, uma identidade ainda em construção, assim como o “p” de panssexual. Diferente de pessoas bissexuais, as pessoas panssexuais sentem atração por pessoas sem a necessidade de definição de gênero.

A Teoria Queer questiona essas definições ou a classificação em identidades, até mesmo de sexo, portanto, há quem trate do tema e das pessoas que não se definem de maneira complexa, mas não utiliza a letra Q na sigla em respeito à mensagem dada por estas pessoas e por esta teoria. Há quem utilize para dar visibilidade ao tema e às pessoas que, assim como outras letras da sigla trazem mundos, desejo de ver suas realidades consideradas, seus desafios compreendidos, as barreiras eliminadas e suas contribuições acolhidas.

É mais presente, como mostram alguns estudos sobre juventude e expectativas em relação ao mundo do trabalho, a afirmação como pessoa queer, ou seja, sem essa necessidade de se enquadrar em uma das letras ou identidades. Isso traz cada vez mais complexidade para as empresas, entre outros aspectos da vida em sociedade, que ainda mal conseguiu respeitar que pessoas trans devem utilizar o banheiro ou vestiário de acordo com sua identidade de gênero. E as pessoas não-binárias, que não são se afirmam como homens ou mulheres, entre tantas outras expressões atuais de maneiras de ser humano?

## VISÃO E ESTRATÉGIA

**LGBTI+ 1** Estratégias para a Promoção dos Direitos LGBTI+

## GOVERNANÇA ORGANIZACIONAL GOVERNANÇA E CONDUTA

**LGBTI+ 2** Direitos LGBTI+ e Governança

**LGBTI+ 3** Cultura Organizacional

## PRESTAÇÃO DE CONTAS

**LGBTI+ 4** Gestão e Relato de Progresso

## SISTEMAS DE GESTÃO

**LGBTI+ 5** Gestão da Inclusão na Cadeia de Suprimentos

**LGBTI+ 6** Comunicação e Marketing

## DIREITOS HUMANOS

### AÇÕES AFIRMATIVAS

**23** Promoção da Diversidade e Equidade

**LGBTI+ 7** Promoção dos Direitos de Lésbicas, Gays e Bissexuais

**LGBTI+ 8** Promoção dos Direitos de Travestis e Transsexuais, Não-Binários e Intersexo

## PRÁTICAS DE TRABALHO

### DESENVOLVIMENTO HUMANO, BENEFÍCIOS E TREINAMENTO

**LGBTI+ 9** Desenvolvimento Profissional

**LGBTI+ 10** Saúde e Segurança

## ENVOLVIMENTO COM A COMUNIDADE E SEU DESENVOLVIMENTO

### GESTÃO DE IMPACTOS NA COMUNIDADE E DESENVOLVIMENTO

**LGBTI+ 11** Promoção dos Direitos LGBTI+ na Comunidade

DIMENSÃO

# VISÃO E ESTRATÉGIA

## Dimensão Visão e Estratégia

<b>TEMA</b>	<b>VISÃO E ESTRATÉGIA</b> A visão e a estratégia de uma empresa constituem as bases para a definição de suas ações, por isso, devem ser claramente validadas pela organização. Devido à sua importância, recomenda-se que, tanto a visão como as estratégias da empresa ambas – a visão e a estratégia da empresa – incorporem atributos de sustentabilidade, os quais devem estar igualmente presentes tanto em produtos e serviços oferecidos como no modus operandi corporativo – ou seja, na forma como a empresa se organiza e realiza suas operações.
<b>SUBTEMA</b>	<b>VISÃO E ESTRATÉGIA</b> Cada vez mais, as organizações buscam atender às necessidades de seus clientes. Entender as novas demandas da sociedade e transformá-las em estratégia pode ser um caminho a percorrer, o qual aponta para produtos desenvolvidos sob princípios de sustentabilidade e inclusão social.
<b>INDICADOR</b>	<b>LGBTI+ 1</b> <b>ESTRATÉGIAS PARA A PROMOÇÃO DOS DIREITOS LGBTI+</b> COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 1. Promover o engajamento de presidentes e executivos no respeito e na promoção dos direitos LGBTI+

**COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:**

1. Promover o engajamento de presidentes e executivos no respeito e na promoção dos direitos LGBTI+

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO
A empresa entende a promoção dos direitos LGBTI+ como um tema relevante para seus negócios e afirma, em seus valores e princípios, o compromisso com esses direitos e com a não discriminação.	1.1.1. A empresa entende a promoção dos direitos LGBTI+ como um tema relevante para seus negócios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.1.2. A empresa afirma, explicitamente, em seus valores e princípios, o compromisso com os direitos LGBTI+ e a não discriminação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO
A empresa tem uma área, instância ou pessoa responsável para garantir a implementação das ações de promoção dos direitos LGBTI+.	1.2.1. A empresa tem uma área, instância (um comitê, por exemplo) ou pessoa responsável por garantir a implementação de ações de promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO	
A empresa contempla formalmente a promoção dos direitos LGBTI+ em seu planejamento estratégico. Além disso, avalia e gerencia os riscos relacionados a essas questões. Ela promove os direitos LGBTI+, com vista a resultados positivos para seus negócios e empregados.	1.3.1. A empresa analisa os riscos estratégicos, financeiros, regulatórios, operacionais ou reputacionais relacionados à promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.3.1.1. Se a resposta foi "sim", esses riscos são gerenciados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.3.2. Os resultados do mapeamento e das análises de riscos relacionados à promoção dos direitos LGBTI+ são utilizados na definição de prioridades estratégicas e tomadas de decisão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.3.3. A promoção dos direitos LGBTI+ consta no planejamento estratégico da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.3.4. A empresa realiza a promoção dos direitos LGBTI+, com vista a resultados positivos para seus negócios e empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	Se a resposta foi "sim", os resultados esperados estão relacionados a:			
	1.3.4.1. Pesquisa e desenvolvimento de produtos ou serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.3.4.2. Diminuição dos riscos de saúde e segurança.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.3.4.3. Atração e retenção de talentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.3.4.4. Melhoria do clima organizacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
1.3.4.5. Bem-estar dos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
1.3.4.6. Aumento da produtividade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
1.3.4.7. Melhoria da relação com consumidores ou clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
1.3.4.8. Geração de benefícios para a sociedade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO	
<p>A empresa coleta dados sobre a satisfação de empregados e a percepção da igualdade de oportunidades, considerando também a identidade de gênero. Ela tem metas de inovação vinculadas às suas práticas relativas à promoção dos direitos LGBTI+. Além disso, define que a liderança da área ou instância responsável por garantir a implementação de ações em prol desses direitos seja ocupada por pessoas LGBTI+.</p>	1.4.1.	A instância responsável por garantir a implementação de ações de inclusão e promoção dos direitos LGBTI+ (área de Diversidade e Inclusão – D&I – ou Comitê de Diversidade) é liderada por pessoas LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.4.2.	A área responsável por garantir a implementação de ações de inclusão é aconselhada por empregados LGBTI+, que contribuem para o desenho da estratégia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.4.3.	A empresa realiza pesquisas internas para avaliar a percepção de seus empregados com relação à oferta de oportunidades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.4.3.1.	Se a resposta foi “sim”, a empresa considera o recorte de gênero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.4.4.	A empresa tem metas de inovação vinculadas à estratégia de diversidade e inclusão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO	
<p>A empresa é reconhecida publicamente por sua atuação na promoção dos direitos LGBTI+. Ela avalia o impacto de suas ações em prol desses direitos na geração de valor para os negócios e a sociedade.</p>	1.5.1.	A empresa participa ativamente de ações coletivas (pactos empresariais, movimentos, acordos setoriais, coalizões, redes e fóruns, entre outras) voltadas para a promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.5.2.	A empresa avalia o impacto de suas ações em prol dos direitos LGBTI+ na geração de valor para os negócios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.5.3.	A empresa avalia o impacto de suas ações em prol dos direitos LGBTI+ na geração de valor para a sociedade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1.5.4.	A empresa estimula o setor em que atua a se envolver na promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:</p>	<input type="radio"/> A empresa não se identifica em nenhum estágio.	<input type="radio"/> Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:
---	--	--

**QUESTÃO DESCRITIVA**

Se sua empresa avalia o impacto de ações em prol dos direitos LGBTI+ na geração de valor para os negócios, descreva os resultados obtidos.

---



---



---



---



---



---

DIMENSÃO

# GOVERNANÇA E GESTÃO

## Dimensão Governança e Gestão

<b>TEMA</b>	<b>GOVERNANÇA ORGANIZACIONAL</b>		
	Trata-se de temas que orientam a empresa a estruturar sua gestão, de modo alinhado à responsabilidade social empresarial e à sustentabilidade, e abrangem desde a proposição e implementação de políticas até sua integração com os processos de gestão		
<b>SUBTEMA</b>	<b>GOVERNANÇA E CONDUTA</b>	<b>PRESTAÇÃO DE CONTAS</b>	
	São os principais norteadores de uma organização, pois direcionam a atenção de todos – empregados, fornecedores, clientes, acionistas e outras partes interessadas – a seus objetivos comuns da empresa e sua responsabilidade com a sociedade.	Um dos princípios fundamentais da responsabilidade social empresarial/sustentabilidade (accountability), por meio do qual a empresa informa e se responsabiliza pelos impactos negativos de suas operações, seja de natureza econômica, social ou ambiental, seja de natureza ética.	
<b>INDICADOR</b>	<b>LGBTI+ 2</b> <b>DIREITOS LGBTI+ E GOVERNANÇA</b>  COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 1. Promover o engajamento de presidentes e executivos no respeito e na promoção dos direitos LGBTI+	<b>LGBTI+ 3</b> <b>CULTURA ORGANIZACIONAL</b>  COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 3. Promover um ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+ 4. Sensibilizar e educar sobre o respeito aos direitos LGBTI+ 5. Estimular e apoiar a criação de grupos de afinidade LGBTI+	<b>LGBTI+ 4</b> <b>GESTÃO E RELATO DE PROGRESSO</b>  COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 1. Promover o engajamento de presidentes e executivos no respeito e na promoção dos direitos LGBTI+
<b>TEMA</b>	<b>PRÁTICAS DE OPERAÇÃO E GESTÃO</b>		
	A sociedade civil acompanha cada vez mais de perto as práticas de operação e gestão de empresas em suas áreas de influência. Tal atitude expressa um sentimento de corresponsabilidade que esse segmento da sociedade – constituído por organizações não governamentais, entidades e instituições – possui em relação a esses processos.		
<b>SUBTEMA</b>	<b>SISTEMAS DE GESTÃO</b>		
	Servem para apoiar as empresas no que se refere à administração e ao controle das atividades que realizam no dia a dia.		
<b>INDICADOR</b>	<b>LGBTI+ 5</b> <b>GESTÃO DA INCLUSÃO NA CADEIA DE SUPRIMENTOS</b>  COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 9. Promover o desenvolvimento econômico e social das pessoas LGBTI+ na cadeia de valor	<b>LGBTI+ 6</b> <b>COMUNICAÇÃO E MARKETING</b>  COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 6. Promover o respeito aos direitos LGBTI+ na comunicação e no marketing 7. Promover o respeito aos direitos LGBTI+ no planejamento de produtos, nos serviços e no atendimento aos clientes 9. Promover o desenvolvimento econômico e social das pessoas LGBTI+ na cadeia de valor	

## COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:

1. Promover o engajamento de presidentes e executivos no respeito e na promoção dos direitos LGBTI+

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO
A alta liderança está comprometida com a agenda LGBTI+. Seu compromisso é formalizado e divulgado para o público interno e externo.	2.1.1. A alta liderança está comprometida com a agenda LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.1.2. O compromisso com a agenda LGBTI+ é formalizado e divulgado para o público interno e externo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO
A promoção dos direitos LGBTI+ consta no código de conduta da empresa, que inclui o tema em suas iniciativas de diálogo e engajamento.	2.2.1. O compromisso com a promoção dos direitos LGBTI+ consta no código de conduta da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.2.2. A empresa contempla a promoção dos direitos LGBTI+ em suas iniciativas de diálogo e engajamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO
Os processos decisórios da empresa consideram os impactos na promoção dos direitos LGBTI+, assim como seus procedimentos formais de prestação de contas. Além disso, a empresa tem procedimentos de mobilidade interna que promovem oportunidades para que pessoas LGBTI+ ocupem posições gerenciais e executivas.	2.3.1. Os processos decisórios da empresa consideram os impactos na promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.3.2. A empresa tem procedimentos formais de prestação de contas dos resultados, destacando informações relacionadas à promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.3.3. A empresa tem procedimentos de mobilidade interna que criam oportunidades para pessoas LGBTI+ ocuparem posições gerenciais e executivas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO
A empresa considera a promoção dos direitos LGBTI+ em avaliações e revisões periódicas dos processos de governança, políticas e/ou documentos institucionais, ajustando-os de acordo com a análise dos impactos na promoção desses direitos. Também, inclui metas relacionadas à agenda LGBTI+ na avaliação de executivos.	2.4.1. A empresa considera a promoção dos direitos LGBTI+ em avaliações e revisões periódicas dos processos de governança, políticas e/ou documentos institucionais, ajustando-os de acordo com as análises dos impactos na promoção desses direitos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.4.2. A empresa tem um treinamento sistematizado, relativo à promoção dos direitos LGBTI+, para os membros dos órgãos colegiados decisórios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	2.4.3. A empresa inclui metas relacionadas à promoção dos direitos LGBTI+ na avaliação de executivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO
A empresa tem procedimentos formais de prestação de contas sobre a promoção dos direitos LGBTI+ para os órgãos colegiados decisórios (conselho de administração ou comitês a ele vinculados).	2.5.1. A empresa tem procedimentos formais de prestação de contas sobre a promoção dos direitos LGBTI+ para os órgãos colegiados decisórios (conselho de administração ou comitês a ele vinculados).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

## COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:

- 3. Promover um ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+
- 4. Sensibilizar e educar sobre o respeito aos direitos LGBTI+
- 5. Estimular e apoiar a criação de grupos de afinidade LGBTI+

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO
A empresa promove ações e campanhas internas de sensibilização para a construção de uma cultura inclusiva e um ambiente favorável à manifestação de diferenças de identidade e opinião, buscando comunicar de forma adequada aos seus empregados os objetivos e resultados esperados com as ações em prol dos direitos LGBTI+. A alta liderança atua diretamente na criação de uma cultura que favorece a diversidade e inclusão.	3.1.1. A empresa promove ações e campanhas internas de sensibilização para a construção de uma cultura inclusiva e um ambiente favorável à manifestação de diferenças de identidade e opinião.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.1.2. A empresa busca comunicar aos empregados seus objetivos e os resultados esperados com as ações em prol dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO
A empresa faz diagnósticos de sua cultura organizacional para reconhecer eventuais barreiras e aspectos favoráveis à promoção dos direitos LGBTI+. Ela usa sua comunicação interna como meio de engajar seus empregados na causa e promove encontros a fim de eliminar o preconceito e a discriminação.	3.2.1. A empresa faz diagnósticos de sua cultura organizacional para reconhecer eventuais barreiras e aspectos favoráveis à promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.2.2. A empresa usa sua comunicação interna para disseminar a cultura de promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.2.3. A empresa promove encontros em que seus empregados, de diferentes níveis hierárquicos, são convidados a tomar consciência e a atuar no combate a ideias preconceituosas e práticas de discriminação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO
A empresa estimula a criação de grupos de afinidades voltados para pessoas LGBTI+. Ela avalia os dados de suas pesquisas de clima organizacional, considerando o recorte de gênero. Além disso, capacita e desenvolve os gestores e a liderança para que atuem de forma inclusiva. Também, contempla em sua comunicação interna a presença de empregados LGBTI+.	3.3.1. A empresa estimula a criação de grupos de afinidades voltados para pessoas LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.2. A empresa avalia os dados de suas pesquisas de clima organizacional, considerando, no mínimo, os recortes: orientação sexual e identidade de gênero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.3. A empresa capacita e desenvolve os gestores e a liderança para que atuem de forma inclusiva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.3.4. Em todas as esferas de comunicação interna, e não apenas no que se refere à diversidade e inclusão, a empresa usa imagens e fotos de pessoas e empregados LGBTI+ (por exemplo, ao representar famílias, considera as homoafetivas).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO
A empresa envolve empregados de diferentes áreas e origens no diálogo e nas ações para a promoção dos direitos LGBTI+, contando com embaixadores internos. Além disso, estimula e reconhece lideranças e empregados que atuam de forma inclusiva.	3.4.1. A empresa engaja empregados de diferentes áreas e origens (embaixadores) no diálogo e desenvolvimento de ações inclusivas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.2. As pessoas LGBTI+ são envolvidas e participam do diálogo e das ações inclusivas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.3. A alta liderança da empresa atua diretamente na criação de uma cultura que favorece a diversidade e inclusão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.4.4. A empresa reconhece os líderes e empregados que atuam de forma inclusiva, dando visibilidade a suas ações e iniciativas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO
A empresa é reconhecida por promover um ambiente inclusivo e receptivo à diversidade e inclusão.	3.5.1. Por meio dos dados de pesquisa de clima organizacional, a empresa é reconhecida internamente por promover um ambiente inclusivo e receptivo à diversidade e inclusão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	3.5.2. A empresa é reconhecida externamente por promover um ambiente inclusivo e receptivo à diversidade e inclusão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

# Gestão e Relato de Progresso

## COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:

1. Promover o engajamento de presidentes e executivos no respeito e na promoção dos direitos LGBTI+

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO
A empresa tem um plano de ação com foco na promoção dos direitos LGBTI+ e inclui as pessoas LGBTI+ em sua elaboração e execução.	4.1.1. A empresa tem um plano de ação com foco na promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4.1.2. A empresa inclui as pessoas LGBTI+ na elaboração e execução do plano de ação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO
A empresa realiza diagnósticos e análises de contexto para direcionar a gestão de ações com foco na promoção dos direitos LGBTI+. Além disso, divulga a declaração de sua liderança sobre o compromisso com a diversidade e inclusão, dando visibilidade aos direitos LGBTI+ em suas mídias (sites, revistas internas etc.).	4.2.1. A empresa realiza diagnósticos e análises de contexto para direcionar a gestão de ações com foco na promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4.2.2. A empresa divulga a declaração de sua liderança sobre o compromisso com a diversidade e inclusão, dando visibilidade aos direitos LGBTI+ em suas mídias (sites, revistas internas etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO
Anualmente, a empresa destina recursos para financiar as ações em prol dos direitos LGBTI+. A instância responsável por essas ações produz e disponibiliza à liderança dados sobre os resultados das ações de inclusão, além de publicar informações sobre as iniciativas em favor dos direitos LGBTI+, com a apresentação de dados qualitativos e quantitativos.	4.3.1. Anualmente, a empresa destina recursos para financiar as ações de promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4.3.2. A instância responsável pelas ações de promoção dos direitos LGBTI+ produz e disponibiliza à liderança dados sobre os resultados das ações de inclusão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4.3.3. A empresa publica relatos (um relatório anual de sustentabilidade, um relatório integrado ou um documento equivalente) sobre suas ações em favor dos direitos LGBTI+, com periodicidade definida. Neles, são publicados dados quantitativos e qualitativos, bem como políticas e/ou programas específicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO
Os relatos da empresa apresentam informações favoráveis e desfavoráveis, metas e desafios, relativos ao período futuro, para a promoção dos direitos LGBTI+. Em seus relatos, destacam-se as ações, apresenta-se a política e/ou o programa de promoção dos direitos LGBTI+, de forma transversal e integrada com as demais políticas e atividades, atrelam-se os resultados da promoção dos direitos LGBTI+ a programas de remuneração variável e examina-se a relação entre as ações de promoção dos direitos LGBTI+ e a melhoria dos indicadores de desempenho dos negócios.	4.4.1. Os relatos da empresa apresentam informações favoráveis e desfavoráveis, metas e desafios, relativos ao período futuro, para a promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4.4.2. Em seus relatos, a empresa destaca as ações e apresenta a política e/ou o programa de promoção dos direitos LGBTI+, de forma transversal e integrada com suas demais políticas e atividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4.4.3. A empresa atrela os resultados da promoção dos direitos LGBTI+ a programas de remuneração variável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4.4.4. A empresa verifica a relação entre suas ações de promoção dos direitos LGBTI+ e a melhoria de indicadores de desempenho dos negócios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO
A empresa evidencia em seus relatos as contribuições da promoção dos direitos LGBTI+ para os negócios e a sociedade.	4.5.1. A empresa evidencia em seus relatos as contribuições efetivas e mensuráveis da promoção dos direitos LGBTI+ para os negócios e a sociedade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:</p>	<p><input type="radio"/> A empresa não se identifica em nenhum estágio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:</p>
---	---	---

**COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:**

9. Promover o desenvolvimento econômico e social das pessoas LGBTI+ na cadeia de valor

<b>ESTÁGIO 1</b>	<b>CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>
A empresa exige em contrato que seus fornecedores se comprometam com a não discriminação, de qualquer natureza, no ambiente de trabalho.	5.1.1. A empresa exige em contrato que seus fornecedores se comprometam com a não discriminação, de qualquer natureza, no ambiente de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>ESTÁGIO 2</b>	<b>INICIATIVAS E PRÁTICAS</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>
A empresa realiza atividades de conscientização de fornecedores, com foco na promoção dos direitos LGBTI+. Na política de contratação de fornecedores, prevê medidas corretivas ou rompimento do contrato com acusados de práticas contrárias aos direitos humanos.	5.2.1. A empresa realiza atividades de conscientização de fornecedores, com foco na promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.2.2. A empresa desenvolve parcerias com fornecedores, visando a promoção da diversidade e inclusão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.2.3. A empresa apoia e incentiva programas que favorecem o empreendedorismo de pessoas do segmento LGBTI+, com ênfase no apoio a travestis e transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.2.4. A política de contratação de fornecedores da empresa prevê medidas corretivas ou rompimento do contrato com acusados de práticas contrárias aos direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>ESTÁGIO 3</b>	<b>POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>
A empresa registra, em sistemas de gestão, dados sobre as políticas e práticas adotadas por seus fornecedores em favor dos direitos LGBTI+. Além disso, a área ou pessoa responsável pelas práticas de diversidade e inclusão oferece apoio técnico na incorporação dos direitos LGBTI+ em políticas de compras. Além disso, a empresa realiza ou apoia programas e iniciativas que visam ao desenvolvimento de empresas lideradas por pessoas LGBTI+, sobretudo, travestis e transexuais.	5.3.1. A empresa registra, em sistemas de gestão, dados sobre as políticas e práticas adotadas por seus fornecedores em favor dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.3.2. A área ou pessoa responsável pelas práticas de diversidade e inclusão oferece apoio técnico na incorporação dos direitos LGBTI+ em políticas de compras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.3.3. A empresa realiza ou apoia programas e iniciativas que visam ao desenvolvimento de empresas lideradas por pessoas LGBTI+, sobretudo, travestis e transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>ESTÁGIO 4</b>	<b>EFICIÊNCIA</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>
A empresa considera a promoção dos direitos LGBTI+ como um dos critérios para contratar, homologar ou avaliar fornecedores e solicita auditorias externas dos dados de desempenho relacionados à promoção dos direitos LGBTI+ por seus fornecedores. Além disso, insere, em suas práticas de compras, metas de contratação de empreendedores LGBTI+, sobretudo, travestis e transexuais.	5.4.1. A empresa considera a promoção dos direitos LGBTI+ como um dos critérios para contratar, homologar ou avaliar seus fornecedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.2. A empresa solicita auditorias externas dos dados de desempenho relacionados à promoção dos direitos LGBTI+ por seus fornecedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5.4.3. A empresa insere, em suas práticas de compras, metas de contratação de empreendedores LGBTI+, sobretudo, travestis e transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>ESTÁGIO 5</b>	<b>PROTAGONISMO</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>
A empresa prioriza a contratação de fornecedores que apresentam grande diversidade na composição do quadro funcional, considerando a demografia regional, bem como empresas lideradas por pessoas LGBTI+.	5.5.1. A empresa prioriza a contratação de fornecedores que apresentam grande diversidade na composição do quadro funcional, considerando a demografia regional (proporção de mulheres, negros, pessoas com deficiência e pessoas LGBTI+, entre outros grupos).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

**COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:**

- 6. Promover o respeito aos direitos LGBTI+ na comunicação e no marketing
- 7. Promover o respeito aos direitos LGBTI+ no planejamento de produtos, nos serviços e no atendimento aos clientes
- 9. Promover o desenvolvimento econômico e social das pessoas LGBTI+ na cadeia de valor

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO
A empresa cumpre a legislação e, ao se comunicar, fica atenta aos códigos de não discriminação e promoção da diversidade.	6.1.1. A empresa cumpre a legislação e, ao se comunicar, fica atenta aos códigos de não discriminação e promoção da diversidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO	N/A
A empresa adota uma linguagem inclusiva nos documentos e na comunicação. Ela usa a comunicação comercial como ferramenta para fortalecer a imagem das mulheres, dos negros, das pessoas com deficiência e das pessoas LGBTI+, entre outros grupos, desconstruindo estereótipos.	6.2.1. A empresa adota uma linguagem inclusiva nos documentos e na comunicação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
	6.2.2. A empresa usa a comunicação comercial como ferramenta para fortalecer a imagem das mulheres, dos negros, das pessoas com deficiência e das pessoas LGBTI+, entre outros grupos, desconstruindo estereótipos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
	6.2.3. Se for aplicável, a empresa faz recortes relativos à diversidade em suas pesquisas de marketing e de campo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO
A política de comunicação da empresa contempla a valorização da diversidade, abrangendo ações de comunicação interna, institucional e comercial, e tem como premissa a representação responsável e positiva dos indivíduos nas mídias. Além disso, a empresa treina suas equipes de atendimento e segurança para atuar de forma concernente ao seu compromisso com o respeito e a valorização da diversidade.	6.3.1. A política de comunicação da empresa contempla a valorização da diversidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.3.1.1. Essa política abrange as ações de comunicação interna.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.3.1.2. Essa política abrange as ações de comunicação institucional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.3.1.3. Essa política abrange as ações de comunicação comercial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.3.2. O reposicionamento ou desenvolvimento de novos produtos e serviços leva em conta as necessidades de um público consumidor diverso.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.3.3. A política de comunicação e marketing tem como premissa a representação responsável e positiva dos indivíduos nas mídias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.3.4. A empresa treina suas equipes de atendimento e segurança para atuar de forma concernente ao seu compromisso com o respeito e a valorização da diversidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO
A área responsável pela comunicação verifica a conformidade das peças com as políticas institucionais da empresa, incluindo a promoção e valorização da diversidade e a não discriminação. Ela monitora a qualidade do atendimento e relacionamento com clientes ou consumidores do segmento LGBTI+ – prezando por relacionamentos respeitosos e inclusivos, em consideração às especificidades do público – por meio de ferramentas, protocolos, processos e procedimentos, dando uma atenção especial a casais do mesmo sexo, a travestis e a transexuais. Além disso, proporciona a visibilidade não estereotipada na comunicação institucional e comercial.	6.4.1. A área responsável pela comunicação verifica a conformidade das peças com as políticas institucionais da empresa, incluindo a promoção e valorização da diversidade e a não discriminação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.4.2. A empresa tem metas de diversidade na composição das equipes de atendimento e relacionamento, potencializando seu relacionamento com os clientes ou consumidores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.4.2.1. Se a resposta foi “sim”, a empresa tem metas de diversidade na composição das equipes voltadas para eventos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.4.3. A empresa monitora a qualidade do atendimento e relacionamento com clientes ou consumidores do segmento LGBTI+ – prezando por relacionamentos respeitosos e inclusivos, em consideração às especificidades do público – por meio de ferramentas, protocolos, processos e procedimentos, dando uma atenção especial a casais do mesmo sexo, a travestis e a transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	6.4.4. A empresa proporciona a visibilidade não estereotipada na comunicação institucional e comercial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.4.4.1. A empresa proporciona a visibilidade não estereotipada das pessoas LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO
A empresa mede o impacto, nos resultados financeiros, da composição de equipes de atendimento e relacionamento com maior diversidade.	6.5.1. A empresa mede o impacto, nos resultados financeiros, da composição de equipes de atendimento e relacionamento com maior diversidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:	<input type="radio"/> A empresa não se identifica em nenhum estágio.	<input type="radio"/> Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:
--	--	--

DIMENSÃO

SOCIAL

## Dimensão Social

<b>TEMA</b>	<b>DIREITOS HUMANOS</b> O relacionamento das empresas com os consumidores tende a se tornar cada vez mais uma prática transparente. Ele se inicia com o processo de comunicação liderado pela empresa no contexto da admissão do empregado. Esse contato vai, pouco a pouco, adquirindo níveis maiores de complexidade, como, por exemplo, quando se defronta com as implicações decorrentes dos impactos causados pelo consumo de produtos e serviços.		
<b>SUBTEMA</b>	<b>AÇÕES AFIRMATIVAS</b> Conscientes da necessidade de orientar também o consumidor a respeito das implicações que o ato de consumir acarreta, as empresas buscam implementar estratégias que orientem o empregado sobre a necessidade de praticar o consumo consciente e sustentável.		
<b>INDICADOR</b>	<b>23</b> <b>PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE E EQUIDADE</b> Este indicador integra o questionário Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis e aborda, de forma abrangente, as políticas e iniciativas desenvolvidas pelas empresas para a promoção da diversidade. Também visa à prevenção e ao combate a qualquer tipo de discriminação, assegurando os dispositivos para a diversidade nos quadros funcionais.	<b>LGBTI+ 7</b> <b>PROMOÇÃO DOS DIREITOS DE LÉSBICAS, GAYS E BISSEXUAIS</b> COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 2. Promover a igualdade de oportunidades e o tratamento justo às pessoas LGBTI+	<b>LGBTI+ 8</b> <b>PROMOÇÃO DOS DIREITOS DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS, NÃO BINÁRIOS E INTERSEXO</b> COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 2. Promover a igualdade de oportunidades e o tratamento justo às pessoas LGBTI+
<b>TEMA</b>	<b>PRÁTICAS DE TRABALHO</b> A geração de empregos e, igualmente, o pagamento de salários e de outras remunerações relacionados com sua execução são contribuições econômicas e sociais muito importantes de uma organização. O trabalho significativo e produtivo constitui elemento essencial para o desenvolvimento humano. Sua ausência constitui causa primordial de problemas sociais. Não é sem razão que as práticas trabalhistas causam grande impacto no que tange ao respeito ao estado de direito e ao senso de justiça presente na sociedade: práticas trabalhistas socialmente responsáveis são essenciais para a consolidação da Justiça, da estabilidade e da paz social. A importância do emprego para o desenvolvimento humano é universalmente aceita. Como empregadores, as organizações contribuem para um dos mais amplamente aceitos objetivos da sociedade, a saber, a melhoria do padrão de vida por meio de um emprego pleno e seguro e do trabalho digno.		
<b>SUBTEMA</b>	<b>SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO E QUALIDADE DE VIDA</b> A preocupação com a saúde, a segurança e a qualidade de vida é um tema presente e crescente nas empresas que buscam o bem-estar dos seus empregados e de seus familiares.		
<b>INDICADOR</b>	<b>LGBTI+ 9</b> <b>DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL</b> COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 3. Promover um ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+ 8. Promover ações para o desenvolvimento profissional de pessoas do segmento LGBTI+	<b>LGBTI+ 10</b> <b>SAÚDE E SEGURANÇA</b> COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 1. Promover o engajamento de presidentes e executivos no respeito e na promoção dos direitos LGBTI+ 10. Promover e apoiar ações em prol dos direitos LGBTI+ na comunidade	
<b>TEMA</b>	<b>ENVOLVIMENTO COM A COMUNIDADE E SEU DESENVOLVIMENTO</b> O relacionamento das organizações com as comunidades pode dar lugar a um envolvimento recíproco, condição esta favorável tanto ao desenvolvimento individual de seus membros como da comunidade como um todo. Caso tenha lugar essa última possibilidade, as associações poderão, por certo, ser envolvidas no processo, o que contribuiria para a melhoria do bem público e, conseqüentemente, para o fortalecimento da sociedade civil. As decorrências do envolvimento da empresa com a comunidade vão além da indução de políticas públicas e do compromisso com metas de desenvolvimento da sociedade em geral.		
<b>SUBTEMA</b>	<b>GESTÃO DE IMPACTOS NA COMUNIDADE E DESENVOLVIMENTO</b> É no entorno da comunidade onde a empresa atua que incidem os principais impactos de suas atividades. Essas comunidades encontram-se cada vez mais preparadas para buscar e exigir seus direitos. Por essa razão, é preciso que, ao implementar suas estratégias, as empresas entendam as demandas desses grupos, porque, só assim, poderão apoiá-los.		
<b>INDICADOR</b>	<b>LGBTI+ 11</b> <b>PROMOÇÃO DOS DIREITOS LGBTI+ NA COMUNIDADE</b> COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+: 10. Promover e apoiar ações em prol dos direitos LGBTI+ na comunidade		

## Promoção da Diversidade e Equidade

### COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:

2. Promover a igualdade de oportunidades e o tratamento justo às pessoas LGBTI+

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO	N/A
A empresa segue a legislação brasileira que combate a discriminação e se manifesta contrariamente a comportamentos que não estejam em conformidade com a igualdade de oportunidades no ambiente interno e na relação com clientes ou consumidores, fornecedores e a comunidade no entorno de seus locais de operação.	23.1.1 A empresa cumpre a legislação brasileira antidiscriminação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
	23.1.2 A empresa cumpre as cotas determinadas por lei para contratação de pessoas com deficiência.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.1.3 A empresa tem ações, mesmo que pontuais, de comunicação antidiscriminação com os(as) empregados(as).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO	
Periodicamente, a empresa tem iniciativas que visam à promoção da diversidade e eliminam a incidência de práticas discriminatórias, tanto em relação à mobilidade interna quanto a processos de seleção, admissão e promoção.	23.2.1 Nos valores ou no código de conduta, a empresa repudia qualquer forma de discriminação motivada por etnia, gênero, orientação sexual, identidade de gênero, deficiência, aparência, religião ou opinião.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	23.2.2 A empresa respeita costumes religiosos, tradicionais e nacionais dos(as) empregados (as)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	23.2.3 A empresa promove campanhas de conscientização interna sobre diversidade no local de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	Se a resposta foi "sim", tais campanhas consideram os seguintes aspectos:			
	23.2.3.1 Equidade de Gênero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	23.2.3.2 Equidade Racial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	23.2.3.3 Inclusão de Pessoas com Deficiência.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	23.2.3.4 Inclusão de Pessoas LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	23.2.3.5 Diversidade Geracional (profissionais jovens e/ou acima de 50 anos).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	23.2.3.6 Outro. Descreva no campo "práticas adicionais" qual a outra campanha que realiza.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	23.2.4 A empresa mapeou os procedimentos de recrutamento e seleção e eliminou as barreiras à promoção da diversidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	23.2.5 A empresa mapeou os procedimentos de promoção e mobilidade interna e eliminou as barreiras à promoção da diversidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
23.2.6 A empresa promoveu ou está promovendo as adaptações necessárias para favorecer a acessibilidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO	N/A
Nos processos e nas ferramentas de gestão de pessoas, a empresa insere quesitos que visam monitorar a diversidade em seu quadro funcional e possíveis desigualdades em relação aos grupos em desvantagem. Além disso, tem metas de redução da diferença de proporção de cargos ocupados por mulheres e homens, e negros e brancos nos quadros gerenciais e executivos. Também, introduz o respeito à diversidade nos códigos e valores e adota políticas e procedimentos alinhados com esse tema. Por meio dos dados dos canais de denúncia, promove uma avaliação interna de situações que podem arriscar a promoção da diversidade.	23.3.1 A empresa tem uma política de não discriminação nos processos de recrutamento, seleção, promoção e participação em treinamentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
	23.3.2 A empresa tem procedimentos formais para lidar com situações em que ocorrem casos de discriminação. Eles preveem a aplicação de penas e punições, quando for necessário.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
	23.3.3 A empresa tem metas de redução da diferença na proporção de cargos ocupados por homens e mulheres em quadros gerenciais e executivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
	23.3.4 A empresa tem metas para reduzir a diferença de proporção entre cargos ocupados por negros e negras e brancos ou brancas em seus quadros de gerência e de executivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
	23.3.5 Por meio dos dados dos canais de denúncia, a empresa promove uma avaliação interna de situações que podem arriscar a promoção da diversidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Promoção da Diversidade e Equidade

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO	
A empresa avalia seu desempenho em relação aos direitos humanos, a fim de encontrar oportunidades de melhoria da gestão. Além disso, faz auditorias nas operações de sua responsabilidade e monitora sua esfera de influência, além de envolver formalmente a cadeia de valor no desenvolvimento de boas práticas relativas aos direitos humanos.	23.4.1	A empresa utiliza os resultados das avaliações internas sobre a promoção da diversidade para ações de melhoria em suas estruturas e sua gestão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.2	A empresa garante oportunidades iguais para todos os(as) seus (suas) empregados(as).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.3	A empresa oferece oportunidades de desenvolvimento da liderança para mulheres, negros, pessoas LGBTI+ e outros grupos historicamente discriminados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Se a resposta foi "sim", a empresa considera os seguintes aspectos:			
	23.4.3.1	Equidade de gênero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.3.2	Equidade Racial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.3.3	Pessoas com deficiência.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.3.4	Pessoas LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.3.5	Diversidade geracional (profissionais jovens e/ou acima de 50 anos).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.4.3.6	Considera outros aspectos? (Se positivo, descreva no campo "práticas adicionais" qual outro aspecto considerado).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.4.4	A empresa tem uma política de equidade salarial para mulheres, negros, pessoas LGBTI+ e outros grupos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
23.4.5	A empresa apresenta categorização que evidencia as questões de diversidade em seus canais de denúncia anônima.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO	
A empresa fomenta e incide nas iniciativas sociais em favor da inclusão de egressos do sistema prisional no mercado de trabalho, além de exercer influência no que concerne à participação em políticas e debates públicos de promoção da diversidade. No mais, é reconhecida pelo mercado pelas práticas de promoção da diversidade e equidade, incentivando, também, sua cadeia de valor a aprimorar suas próprias práticas.	23.5.1	A empresa fomenta e incide sobre iniciativas sociais para a inclusão de egressos do sistema prisional no mercado de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.5.2	A empresa estende as práticas de promoção da diversidade para seus fornecedores e fornecedores de terceiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	23.5.3	A empresa impulsiona o mercado a realizar ações de promoção da diversidade (por exemplo, a contratação de trainees de diferentes faculdades e de pessoas oriundas de grupos em desvantagem social).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

## COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:

2. Promover a igualdade de oportunidades e o tratamento justo às pessoas LGBTI+

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO	
A empresa proíbe linguagem preconceituosa e atitudes que podem intimidar, constranger ou discriminar pessoas devido a seu gênero ou sua orientação sexual no ambiente de trabalho.	7.1.1	A empresa proíbe linguagem preconceituosa e atitudes que podem intimidar, constranger ou discriminar pessoas devido a seu gênero ou a sua orientação sexual no ambiente de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.1.2	A empresa esteve livre de condenação judicial, nos últimos cinco anos, por discriminação de gênero ou orientação sexual no ambiente de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO	
A empresa realizou eventos comemorativos nas datas relacionadas aos direitos LGBTI+. Os benefícios da empresa, como plano de saúde familiar, são usufruídos por seus empregados homoafetivos com equidade.	7.2.1.	No último ano, a empresa realizou eventos comemorativos nas datas relacionadas aos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.2.2.	Os benefícios da empresa, como plano de saúde familiar, são usufruídos por seus empregados homoafetivos com equidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.2.3.	A empresa estimula a criação de grupos de afinidade internos para reduzir preconceitos, desconstruir estereótipos e combater a discriminação de orientação sexual/ identidade de gênero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO	
A empresa dispõe de uma iniciativa específica, como um programa, de promoção dos direitos LGBTI+, contendo indicadores, metas e meios de acompanhamento.	7.3.1.	A empresa dispõe de uma iniciativa específica, como um programa, de promoção dos direitos LGBTI+, contendo indicadores, metas e meios de acompanhamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.3.2.	A empresa monitora suas taxas de rotatividade para compreender as razões de permanência e saída de empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.3.3.	A empresa incentiva e realiza reflexões e diálogos com seus empregados e/ou grupos específicos para contribuir com a eliminação de ideias e práticas discriminatórias contra gays, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO	
A empresa revisa periodicamente suas metas para avançar na promoção dos direitos LGBTI+.	7.4.1.	A empresa revisa periodicamente suas metas para avançar na promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO	
A empresa é reconhecida pelas boas práticas e ações relativas à não discriminação, à inserção e à ascensão profissional de gays e lésbicas e influenciam seus stakeholders nesse tema.	7.5.1.	A empresa é reconhecida pelas boas práticas e ações relativas à não discriminação, à inserção e à ascensão profissional de gays, lésbicas e bissexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	7.5.2.	A empresa influencia e inspira seus stakeholders em favor da não discriminação, da inserção e da ascensão profissional de mulheres, de gays, lésbicas e bissexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

**COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:**

Promover a igualdade de oportunidades e o tratamento justo às pessoas LGBTI+

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO
A empresa proíbe linguagem preconceituosa e atitudes que podem intimidar ou constranger travestis, transexuais, não binários ou intersexo no ambiente de trabalho.	8.1.1. A empresa proíbe linguagem preconceituosa e atitudes que podem intimidar ou constranger travestis, transexuais, não binários ou intersexo no ambiente de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.1.2. A empresa esteve livre de condenação judicial, nos últimos cinco anos, por transfobia no ambiente de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO
A empresa realizou eventos comemorativos nas datas relacionadas aos direitos LGBTI+. Os benefícios da empresa, como plano de saúde familiar, são usufruídos por seus empregados travestis, transexuais, não binários ou intersexo com equidade. Além disso, seus códigos de vestimenta não são discriminatórios.	8.2.1. No último ano, a empresa realizou eventos comemorativos nas datas relacionadas aos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.2.2. Os benefícios da empresa, como plano de saúde familiar, são usufruídos por seus empregados travestis, transexuais, não binários ou intersexo com equidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.2.3. A empresa busca atrair travestis e transexuais, divulgando vagas abertas em canais destinados a esse público ou firmando parcerias com instituições e organizações que podem apoiar na comunicação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.2.4. Os códigos de vestimenta da empresa são inclusivos, respeitando a identidade de gênero dos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.2.5. A empresa orienta os empregados a usar banheiro, vestiário e demais espaços segregados de acordo com o gênero com que se identificam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO
A empresa dispõe de uma iniciativa específica, como um programa, de contratação de travestis e transexuais, contendo indicadores, metas e meios de acompanhamento.	8.3.1. A empresa dispõe de uma iniciativa específica, como um programa, de contratação de travestis e transexuais, contendo indicadores, metas e meios de acompanhamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.3.2. A empresa respeita o nome social de empregados trans em seus sistemas de identificação (cadastro, e-mail corporativo e crachá, entre outros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.3.3. A empresa investe no treinamento e desenvolvimento de travestis e transexuais, buscando capacitá-los para assumir cargos e postos de trabalho não apenas na base da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.3.4. A empresa incentiva e promove reflexões e diálogos com seus empregados e/ou grupos específicos para contribuir com a eliminação de ideias e práticas discriminatórias contra travestis, transexuais e intersexos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO
A empresa estabelece metas de recrutamento e seleção de travestis ou transexuais.	8.4.1. A empresa estabelece metas de recrutamento e seleção de profissionais travestis ou transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.2. A empresa estabelece metas de recrutamento e seleção de profissionais travestis ou transexuais em nível executivo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.3. A empresa estabelece metas de recrutamento e seleção de profissionais travestis ou transexuais em nível gerencial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.4. A empresa estabelece metas de recrutamento e seleção de profissionais travestis ou transexuais em nível de supervisão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.5. A empresa estabelece metas de recrutamento e seleção de profissionais travestis ou transexuais em seu quadro funcional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.6. A empresa estabelece metas de recrutamento e seleção de profissionais travestis ou transexuais em seu programa de <i>trainees</i> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.7. A empresa estabelece metas de recrutamento e seleção de profissionais travestis ou transexuais em seu programa de estágio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.4.8. A empresa estabelece metas de recrutamento e seleção de profissionais travestis ou transexuais em seu programa de jovem aprendiz.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO
A empresa é reconhecida por suas boas práticas e ações em favor da não discriminação, da inserção e da promoção de travestis, transexuais e intersexos. Ela influencia seus <i>stakeholders</i> nesse tema.	8.5.1. A empresa é reconhecida por suas boas práticas e ações em favor da não discriminação, da inserção e da promoção de travestis, transexuais e intersexos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	8.5.2. A empresa influencia e inspira seus <i>stakeholders</i> a adotarem práticas de não discriminação, de inserção e de promoção profissional de travestis, transexuais e intersexos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:</p>	<p><input type="radio"/> A empresa não se identifica em nenhum estágio.</p>	<p><input type="radio"/> Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:</p>
---	---	---

## Desenvolvimento Profissional

**COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:**

3. Promover um ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTI+  
8. Promover ações para o desenvolvimento profissional de pessoas do segmento LGBTI+

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO
A empresa contempla o tema da promoção dos direitos LGBTI+ na grade de seus cursos e treinamentos, desde o momento da integração, sensibilizando os participantes e capacitando profissionais específicos para atuar na promoção da equidade e da não discriminação.	9.1.1. A empresa inclui informações sobre a promoção dos direitos LGBTI+ nas atividades de integração dos novos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.1.2. A empresa considera os direitos LGBTI+ na grade de seus cursos e treinamentos, sensibilizando e capacitando profissionais para compreenderem e incorporarem a postura de não discriminação e a promoção de direitos LGBTI+ em suas decisões, avaliações e relacionamentos interpessoais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Se a resposta foi "sim", esses cursos e treinamentos abrangem:		
	9.1.2.1 Profissionais de RH responsáveis por recrutamento, seleção, inserção e ascensão de cargo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.1.2.2 Gestores de compras, aquisições e contratações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.1.2.3 Gerentes e executivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.1.2.4 Equipes de atendimento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.1.2.5 Profissionais de segurança e saúde do trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO
A empresa divulga amplamente as oportunidades de desenvolvimento para que todas as pessoas tenham acesso a elas, incluindo treinamento, capacitação e bolsas. Também, oferece incentivos a cursos internos ou externos, fomentando a participação de transexuais.	9.2.1. A empresa divulga amplamente as oportunidades de desenvolvimento para que todas as pessoas tenham acesso a elas, incluindo treinamento, capacitação e bolsas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.2.2. A empresa oferece incentivos a cursos internos ou externos, fomentando a participação de transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO
A empresa contempla os direitos LGBTI+ no levantamento das necessidades específicas de capacitação e desenvolvimento de empregados. Além disso, desenvolve programas de treinamento e desenvolvimento (mentoring e coaching) para transexuais, buscando capacitá-los para assumir cargos e postos de trabalho que, comumente, não são ocupados por esse público.	9.3.1. A empresa contempla os direitos LGBTI+ no levantamento das necessidades específicas de capacitação e desenvolvimento de empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.3.2. A empresa desenvolve programas de treinamento e desenvolvimento ( <i>mentoring e coaching</i> ) para transexuais, buscando capacitá-los para assumir cargos e postos de trabalho que, comumente, não são ocupados por esse público.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.3.3. A empresa inclui transexuais em seus planos de desenvolvimento profissional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO
A empresa avalia a evolução do programa de contratação de travestis e transexuais e do programa de desenvolvimento profissional, mensurando o percentual de travestis e transexuais que tiveram ascensão de cargo.	9.4.1. A empresa avalia a evolução do programa de contratação de travestis e transexuais e do programa de desenvolvimento profissional, mensurando o percentual de travestis e transexuais que tiveram ascensão de cargo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.4.2. A empresa realiza programas de desenvolvimento profissional e de liderança com foco em transexuais nos cargos executivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO
A empresa estende seu programa de capacitação de transexuais a parcerias com escolas profissionalizantes ou universidades, para promover a inserção e a ascensão profissional.	9.5.1. A empresa estende seu programa de capacitação de transexuais a parcerias com escolas profissionalizantes ou universidades, para promover a inserção e a ascensão profissional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.5.2. A empresa promove iniciativas de capacitação para transexuais de comunidades implicadas pelos seus negócios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	9.5.3. A empresa investe na capacitação de transexuais em toda a sociedade, para que sejam inseridos no mercado de trabalho e tenham trajetórias de ascensão profissional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

## COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:

1. Promover o engajamento de presidentes e executivos no respeito e na promoção dos direitos LGBTI+  
 10. Promover e apoiar ações em prol dos direitos LGBTI+ na comunidade

ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	SIM	NÃO	
A empresa cumpre rigorosamente suas obrigações legais e possui documentação comprobatória atualizada, relativa à saúde e segurança do trabalho. Ela proíbe linguagem sexista e atividades que podem intimidar ou constranger pessoas LGBTI+ no ambiente de trabalho.	10.1.1. A empresa cumpre rigorosamente suas obrigações legais e possui documentação comprobatória atualizada, relativa à saúde e segurança do trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	10.1.2. A empresa proíbe linguagem sexista e atividades que podem intimidar ou constranger pessoas LGBTI+ no ambiente de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	SIM	NÃO	N/A
A empresa promove campanhas internas de saúde integral e combate a atitudes LGBTIfóbicas, além de oferecer instalações seguras para transexuais e travestis.	10.2.1. A empresa promove campanhas internas de saúde integral (bem-estar físico, psicológico e social) para todos os colaboradores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	–
	10.2.2. A empresa promove campanhas internas para combater atitudes LGBTIfóbicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	–
	10.2.3. A empresa fornece acesso seguro e não discriminatório a banheiros e outras instalações para travestis e transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	–
	10.2.4. Se for aplicável, a empresa oferece treinamento específico sobre as questões de gênero para as equipes de segurança, de modo a coibir assédios ou violência relacionada ao gênero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	SIM	NÃO	
A empresa oferece apoio médico e psicológico aos empregados que estão em processo de redesignação sexual. Ao tratar as denúncias de assédio moral, a empresa analisa os dados, considerando o recorte de orientação sexual e identidade de gênero.	10.3.1. A empresa oferece apoio médico e psicológico aos empregados e empregadas que estejam em processos de redesignação sexual.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	10.3.2. Ao tratar as denúncias de assédio moral, a empresa analisa os dados, considerando o recorte de orientação sexual e identidade de gênero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	SIM	NÃO	
A empresa concede licença remunerada para funcionários em processo de redesignação sexual e dá apoio na obtenção dos medicamentos necessários para essa transição.	10.4.1. A empresa concede licença remunerada para funcionários em processo de redesignação sexual.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	10.4.2. A empresa oferece apoio na obtenção dos medicamentos relacionados ao processo de redesignação sexual.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	SIM	NÃO	
A empresa se envolve na elaboração, no aperfeiçoamento, na execução, no acompanhamento ou na avaliação de políticas públicas relacionadas à saúde e segurança de pessoas LGBTI+.	10.5.1. A empresa se envolve na elaboração, no aperfeiçoamento, na execução, no acompanhamento ou na avaliação de políticas públicas relacionadas à saúde e segurança de pessoas LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:	<input type="radio"/> A empresa não se identifica em nenhum estágio.	<input type="radio"/> Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:
--	--	--

# Promoção dos Direitos LGBTI+ na Comunidade

## COMPROMISSO DO FÓRUM LGBTI+:

10. Promover e apoiar ações em prol dos direitos LGBTI+ na comunidade

### ESTÁGIO 1 CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL SIM NÃO

A empresa responde às demandas de investimento social de suas partes interessadas.	11.1.1.	A empresa responde às demandas de investimento social de suas partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	---------	--	-----------------------	-----------------------

### ESTÁGIO 2 INICIATIVAS E PRÁTICAS SIM NÃO

A empresa investe em programas sociais que visam promover os direitos LGBTI+ nas comunidades em que atua.	11.2.1.	A empresa investe em programas sociais que visam promover os direitos LGBTI+ nas comunidades em que atua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.2.2.	A empresa mantém canais de consulta e engajamento de pessoas LGBTI+ para assegurar que suas vozes sejam ouvidas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.2.3.	A empresa tem o tema dos direitos LGBTI+ como direcionador de sua abordagem em investimentos sociais privados ou programas de voluntariado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.2.4.	A empresa promove a inserção, a capacitação ou o acesso do público transexual aos financiamentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### ESTÁGIO 3 POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO SIM NÃO

A empresa tem mecanismos para integrar políticas de promoção dos direitos LGBTI+ e investimentos sociais privados.	11.3.1.	A empresa tem mecanismos para integrar políticas de promoção dos direitos LGBTI+ e investimentos sociais privados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.3.2.	Os investimentos sociais privados estão inseridos no planejamento estratégico e consideram a promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.3.3.	A empresa garante que, em seus processos, pessoas LGBTI+ tenham representação em comitês que envolvem a comunidade local e tomam decisões sobre projetos de investimento na região.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.3.4.	A empresa dispõe de programas de desenvolvimento comunitário para capacitar transexuais, a fim de aumentar sua participação política e formar agentes de transformação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.3.4.1.	Os programas contemplam a intersecção de orientação sexual, gênero e raça.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### ESTÁGIO 4 EFICIÊNCIA SIM NÃO

A empresa investe em programas de geração de renda com foco em transexuais e desenvolve ações que visam à empregabilidade de transexuais	11.4.1.	A empresa investe em programas de geração de renda com foco em transexuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.4.1.1.	Os programas contemplam a intersecção de orientação sexual, gênero e raça.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.4.2.	A empresa identifica as necessidades de capacitação e desenvolvimento do público transexual beneficiado por seus investimentos sociais, para possibilitar uma participação política ou social mais efetiva em suas iniciativas comunitárias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.4.3.	A empresa tem programas de capacitação que visam a empregabilidade de transexuais das comunidades em áreas profissionais tradicionalmente não ocupadas por esse público.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.4.3.1.	Esses programas de capacitação têm como alvo específico os jovens.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### ESTÁGIO 5 PROTAGONISMO SIM NÃO

A empresa se envolve na elaboração, no aperfeiçoamento, na execução, no controle ou na avaliação de políticas públicas relacionadas à defesa dos direitos LGBTI+ e garante que suas parcerias públicas ou privadas considerem seus valores e princípios sobre a promoção dos direitos LGBTI+.	11.5.1.	A empresa se envolve na elaboração, aperfeiçoamento, execução, controle ou avaliação de políticas públicas relacionadas à defesa dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	11.5.2.	A empresa garante que suas parcerias públicas ou privadas considerem seus valores e princípios sobre a promoção dos direitos LGBTI+.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nestas questões binárias que justifica a escolha do estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

# QUANTITATIVOS

A resposta a essas questões é opcional, mas bastante estimulada, por captarem, de forma objetiva, o desempenho de sua empresa nas questões apresentadas ao longo de todo o questionário.

Os dados solicitados como “ano atual” correspondem ao ano de referência do ciclo de preenchimento vigente. Além destes dados são solicitados os dados de dois anos anteriores ao ciclo atual para comparar a evolução do indicador quantitativo.

## CONTEÚDO DAS QUESTÕES QUANTITATIVAS (EXEMPLO)

Nº	QUESTÃO QUANTITATIVA	MEDIDA	ANO -2	ANO -1	ANO ATUAL
<b>Q2.3</b>	Valor adicionado a distribuir (DVA)	RS mil			
<b>Q5.2</b>	Percentual de conselheiros independentes no conselho de administração	%			

## INDICADORES QUANTITATIVOS

### LGBTI+ 3. CULTURA ORGANIZACIONAL

	Ano -2	Ano -1	Ano atual
Número de ações e campanhas internas de sensibilização com o objetivo de criar ou fortalecer um ambiente inclusivo.			
Número de atividades de conscientização do público interno (palestras, encontros, rodas de diálogo e reuniões, por exemplo) com foco na promoção dos direitos LGBTI+.			
Número total de casos de discriminação contra pessoas LGBTI+.			
Percentual de casos de discriminação em que houve planos de reparação, cujos resultados foram acompanhados pela gestão interna.			
Percentual de casos de discriminação resolvidos, encerrados ou não sujeitos às medidas corretivas cabíveis.			

### LGBTI+ 4. GESTÃO E RELATO DE PROGRESSO

	Ano -2	Ano -1	Ano atual
Valor investido na promoção dos direitos LGBTI+.			

### LGBTI+ 5. GESTÃO DA INCLUSÃO NA CADEIA DE SUPRIMENTOS

	Ano -2	Ano -1	Ano atual
Número de atividades de conscientização (palestras, encontros, diálogos ou reuniões, entre outros) de fornecedores com foco na promoção dos direitos LGBTI+.			
Percentual de fornecedores que têm políticas ou programas de promoção dos direitos LGBTI+.			

### LGBTI+ 6.

	Ano -2	Ano -1	Ano atual
Percentual de reclamações sobre discriminação em peças publicitárias, considerando-se o número total de reclamações.			
Número total de penalidades decorrentes da violação ou discriminação em peças publicitárias.			
Valor monetário total de multas ou indenizações decorrentes da violação ou discriminação em peças publicitárias.			

### LGBTI+ 10. SAÚDE E SEGURANÇA

	Ano -2	Ano -1	Ano atual
Número de denúncias de assédio moral registradas.			
Percentual de denúncias de assédio moral investigadas.			
Percentual de empregados que receberam punição disciplinar por assédio moral.			
Percentual de empregados desligados por assédio moral.			
Percentual das denúncias de assédio sexual registradas que foram encaminhadas para as autoridades competentes.			

REALIZADORES

---



PATROCÍNIO OURO

---



PATROCÍNIO PRATA

---

