



SUMÁRIO



3 CARTA Kelley Robinson

4 CARTA RaShawn “Shawnie” Hawkins, SHRM-CP



5 INTRODUÇÃO



6 HRC EQUIDADE BR 2025: Critérios de Pontuação e Metodologia

Como obtemos informações das empresas

Convite e participação



8 MELHORES EMPRESAS PARA PESSOAS LGBTQIA+ TRABALHAREM

IMPORTÂNCIA DA PARTICIPAÇÃO: PERSISTÊNCIA E RENOVAÇÃO

Critérios e Pontuação

12 DESTAQUE: PROGRAMAS DE EQUIDADE NO TRABALHO

Empresas com Quíntupla Certificação

Empresas com quádrupla Certificação

Empresas com Tripla Certificação

Empresas com Dupla Certificação

18 Visão demográfica e setorial

22 Políticas e Benefícios Inclusivos

32 Apoio a uma cultura inclusiva e melhores práticas baseadas em dados

37 Esforços de treinamento interno e de prestação de contas

43 Compromissos Públicos



46 Principais destaques e melhores práticas



47 CONCLUSÃO



49 AGRADECIMENTOS

HRC Equidade BR Equipe

Lista de Empresas Participantes no Programa Global de Equidade no Trabalho - HRC Equidade BR (2025)



CARTA

Kelley Robinson

Presidenta da Human Rights Campaign e Human Rights Campaign Foundation

O Relatório Equidade BR 2025 é uma prova inspiradora de que, mesmo diante dos desafios globais à diversidade e inclusão, o compromisso com a equidade no trabalho para pessoas LGBTQIA+ no Brasil continua a se fortalecer. Com 75 empresas certificadas, vemos uma liderança corajosa de organizações que escolhem a inclusão em vez da indiferença. Esses esforços não estão apenas mudando políticas — estão mudando vidas, construindo um futuro em que todas as pessoas LGBTQIA+ possam viver e trabalhar com dignidade, segurança e orgulho.



Kelley Robinson

Presidenta do Human Rights Campaign e Human Rights Campaign Foundation



CARTA

RaShawn “Shawnie” Hawkins, SHRM-CP



É com grande entusiasmo que dou as boas-vindas à quarta edição do Relatório HRC Equidade BR. A cada ano esta pesquisa e ferramenta de benchmarking nos permite avaliar e celebrar os avanços em direção à inclusão de pessoas LGBTQIA+ nos ambientes de trabalho no Brasil — e os resultados de 2025 oferecem tanto um olhar realista quanto motivos para esperança.

Apesar de uma queda de 25,8% na participação este ano, o número de empresas certificadas permaneceu forte. Reconhecemos 75 empresas que atenderam aos rigorosos critérios da ferramenta Equidade BR, o que representa uma taxa de certificação de 81,5% — a mais alta desde o início do programa. Isso nos diz algo importante: as empresas que continuam, estão verdadeiramente comprometidas.

Com políticas que protegem, práticas que empoderam e lideranças que priorizam a equidade, essas empresas estão criando ambientes onde mais de 913 mil trabalhadores podem ser autênticos. Também vemos avanços na qualidade da participação: 40% das empresas certificadas possuem diretrizes para a transição de gênero, e 97,8% oferecem treinamentos inclusivos com foco em temas LGBTQIA+ para todos os colaboradores.

Estamos orgulhosos da parceria contínua com o Instituto Mais Diversidade e o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, além dos especialistas incríveis que lideram este trabalho localmente — Ravi Matos, Gabriella Gontijo, Helen Faquinetti, Joyce Harabara e João Torres. Sua visão e dedicação estão promovendo mudanças duradouras.

A todas as empresas certificadas e aos defensores desta causa: parabéns e muito obrigada. Vamos continuar avançando — pela visibilidade, pela equidade e por cada pessoa LGBTQIA+ no ambiente de trabalho.



RaShawn “Shawnie” Hawkins, SHRM-CP

Diretora Sênior de Programa de Equidade no Trabalho
Human Rights Campaign Foundation

INTRODUÇÃO

A Human Rights Campaign (HRC), em parceria com o Instituto Mais Diversidade e o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, tem satisfação em apresentar os resultados da quarta edição da pesquisa HRC Equidade BR – Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem no Brasil em 2025. O estudo integra o compromisso global da HRC Foundation com a promoção da equidade no ambiente corporativo, iniciado em 2002 nos Estados Unidos com o Índice de Equidade Corporativa (Corporate Equality Index – CEI) e expandido para a América Latina a partir de 2016, com as edições do Equidad MX (México), Equidad CL (Chile) e Equidad AR (Argentina). No Brasil, a aplicação teve início em 2022, consolidando-se como um dos principais referenciais de inclusão LGBTQIA+ no mundo do trabalho.

O **Índice de Equidade Corporativa** é a mais ampla avaliação de políticas, práticas e benefícios corporativos voltados à inclusão LGBTQIA+, servindo como guia estratégico para empresas comprometidas com ambientes mais diversos, seguros e equitativos. Além de medir o progresso, o índice reconhece e celebra publicamente as organizações que adotam padrões de excelência em diversidade e inclusão.

Nesta quarta edição, **92 empresas** participaram da pesquisa e **75** atingiram a pontuação máxima para serem reconhecidas como **Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem no Brasil**. Em números absolutos, esse resultado

representa uma redução em relação às edições anteriores, um reflexo dos desafios e retrocessos vivenciados globalmente e no Brasil frente aos movimentos contrários à Diversidade e Inclusão. Apesar desse cenário, a proporção entre empresas inscritas e empresas certificadas cresceu esse ano, mostrando que a qualidade e consistência das práticas adotadas pelas empresas certificadas evidenciam que o compromisso genuíno com os direitos LGBTQIA+ permanece forte e transformador.

Assim como acontece com o HRC Equidad MX, CL e AR, o Equidade BR reafirma o protagonismo de empresas brasileiras e multinacionais que atuam no país na construção de espaços de trabalho mais justos e acolhedores, inspirando mudanças que extrapolam o mundo corporativo e alcançam a sociedade como um todo.

Este relatório apresenta os resultados completos da quarta edição e serve como referência para organizações que desejam fortalecer suas políticas internas, oferecendo um panorama das melhores práticas reconhecidas pelo índice e incentivando a evolução contínua rumo a ambientes verdadeiramente inclusivos.

HRC EQUIDADE BR 2025:

CrITÉrios de Pontuação e Metodologia

Os critérios estabelecidos para avaliar o desempenho e o comprometimento das organizações participantes baseiam-se na experiência de implementação do Índice de Equidade Corporativa (CEI), que desde sua primeira edição em 2002, tornou-se a principal referência a reunir os requisitos que uma empresa deve cumprir para ser considerada efetivamente como inclusiva para pessoas LGBTQIA+ nos Estados Unidos.

Os critérios do CEI foram analisados e revistos detalhadamente para que, dentre eles, fossem considerados aqueles julgados essenciais e suficientes para fazer parte da certificação HRC Equidade BR. Regularmente, trabalhamos para garantir que esses critérios sejam adaptados à realidade local no Brasil, sejam rigorosos, justos, alcançáveis, mensuráveis e transparentes. Também atuamos de forma a garantir que gradualmente elevemos o patamar que as organizações estão alcançando no país, beneficiando a todos os envolvidos e considerando que o maior interesse da pesquisa é de proteger, visibilizar e integrar todos os talentos, sem distinção de orientação sexual, identidade ou expressão de gênero.

Como obtemos informações das empresas

A única fonte de informação para avaliar as empresas são as respostas concedidas por meio da ferramenta de pesquisa utilizada para aplicação

da HRC Equidade BR e por e-mail para o Instituto Mais Diversidade.

Esta pesquisa foi preenchida de forma independente por representantes designados de cada empresa participante. Por sua vez, essas informações foram enviadas eletronicamente para serem recebidas e avaliadas pelo Instituto Mais Diversidade e pela equipe do Programa de Equidade Corporativa da Human Rights Campaign Foundation nos Estados Unidos.

Os documentos recebidos são mantidos em segurança e em sigilo pela HRC e pelo Instituto Mais Diversidade. Com o objetivo de alinhar os programas de todos os países, uma nova prática adotada nesta edição é o compartilhamento do nome de todas as participantes da pesquisa, ainda que não tenham sido certificadas. A pontuação foi mantida em sigilo no caso daquelas que não alcançaram o máximo.

Cada empresa tem sob sua decisão e liberdade compartilhar ou publicar os detalhes deste relatório com o qual obtém e suporta a qualificação final obtida para esta certificação. Vale lembrar que, por sua natureza, espera-se que o trabalho, princípios e ações contemplados nesta certificação sejam naturalmente públicos e acessíveis a qualquer pessoa que leia, investigue e queira saber como cada empresa trabalha as questões de inclusão de pessoas LGBTQIA+.

Os parceiros implementadores da HRC Equidade BR oferecem orientação constante de forma gratuita sobre os fundamentos, benefícios e formas de participação para esta certificação.

Convite e participação

Os convites para participar da pesquisa e fazer parte do Equidade BR 2025 foram enviados em fevereiro de 2025 para as empresas signatárias do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+ e demais organizações brasileiras. Foi realizada a divulgação através das redes sociais tanto do Fórum, quanto do Instituto Mais Diversidade, e encaminhado e-mail marketing para empresas que participaram da 3ª edição, assim como aquelas que demonstraram interesse em participar da 4ª edição, no intuito de poder alcançar o maior número de empresas com atuação no Brasil.

A pesquisa foi respondida até 30 de abril de 2025. 92 empresas concluíram e enviaram suas respostas, as quais foram oficialmente avaliadas. 17 dessas empresas não foram certificadas: 8 com pontuações entre 20 e 50 pontos e 9 com pontuações entre 60 e 90 pontos, e 75 empresas atingiram 100 pontos e, portanto, receberam nosso selo de certificação.

Durante os meses de maio a agosto, as informações foram analisadas detalhadamente e foram solicitados os esclarecimentos para casos aplicáveis. Por fim, ainda em agosto, tanto as empresas que atingiram 100 pontos, como as que não atingiram, receberam sua classificação final via e-mail, antes do anúncio dos resultados publicamente em setembro de 2025.

MELHORES EMPRESAS PARA PESSOAS LGBTQIA+ TRABALHAREM

As empresas que, após avaliação das respostas, atingiram a pontuação máxima de 100 pontos, foram reconhecidas como “Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem” e podem utilizar este selo nos seus esforços de recrutamento, marketing, comunicação interna e externa.

IMPORTÂNCIA DA PARTICIPAÇÃO: PERSISTÊNCIA E RENOVAÇÃO

A participação neste programa é voluntária e gratuita. Este documento apresenta a declaração pública das organizações quanto aos compromissos assumidos, que foram observados e avaliados conforme os critérios aqui estabelecidos.

A natureza desta certificação e a forma como o CEI da HRC nos Estados Unidos funciona há mais de 20 anos estão orientados para que o relatório anual sirva como uma **declaração pública do compromisso das empresas em prol da inclusão das pessoas LGBTQIA+** no local de trabalho e, conseqüentemente, na sociedade.

Seja com 100 pontos ou um mínimo de 10, **TODAS as empresas que já estão trabalhando e avançando nessa temática estão convidadas a participar**, mostrando assim o progresso e compromisso no aumento do nível de conscientização e discussão do tema no país.

É importante destacar que as empresas que participaram da edição anterior, mas não responderam à edição atual, ainda fazem parte do ecossistema do programa, servindo como referência para o avanço desse trabalho no Brasil. No entanto, observamos três sinais de alerta: a ausência de empresas que já haviam sido certificadas, a diminuição no número total de participantes da pesquisa e a não recertificação de algumas organizações. **Esses fatores refletem um movimento global de retrocesso na pauta LGBTQIA+, que também tem impactado o ambiente corporativo.**

Das 92 empresas inscritas, 77 participaram em 2024, três haviam participado em edições anteriores - mas não no último ciclo, e 12 são organizações que estão fazendo parte do índice pela primeira vez.



Critérios e Pontuação

A pesquisa está organizada em 4 pilares, e em cada um há critérios a serem atendidos para que a organização alcance 100 pontos:

PILAR	CRITÉRIOS	PERGUNTA	PONTUAÇÃO
1. POLÍTICAS E BENEFÍCIOS INCLUSIVOS	Proteções da Força de Trabalho	A principal política da organização que aborde os tópicos de Não Discriminação ou a Igualdade de Oportunidades de Emprego formalizada, escrita, disseminada e aplicada no Brasil, trata e/ou contém a expressão “orientação sexual” ou “orientações sexuais”?	10
		A principal política da organização que aborde os tópicos de Não Discriminação ou a Igualdade de Oportunidades de Emprego formalizada, escrita, disseminada e aplicada no Brasil, trata e/ou contém a expressão “identidade de gênero”?	10
2. APOIO A UMA CULTURA INCLUSIVA E MELHORES PRÁTICAS BASEADAS EM DADOS	Grupos de funcionários	No Brasil, sua organização possui um grupo de trabalho LGBTQIA+ formal de colaboradores (as), como um grupo de afinidade, grupo de recursos para funcionários (ERG) ou grupo de recursos empresariais (BRG)?	10
	Responsabilidade da Liderança	Sua organização utiliza critérios* de Diversidade e Inclusão como parte do processo de avaliação de líderes seniores (pessoas que ocupam cargos de Gerência Sr., Diretoria, Vice-Presidência e Presidência, ou outros de maiores hierarquias/denominações)? *Consideramos que o cumprimento desses critérios pode se dar por meio da participação em conselhos de entidades sem fins lucrativos, o apoio a conferências e eventos, a liderança de iniciativas internas de Diversidade e Inclusão, entre outros.	10
	Levantamento de dados	A cada 2 anos, aproximadamente, há levantamentos anônimos realizados (por exemplo, pesquisas de clima organizacional ou radares de percepção) em sua organização no Brasil que incluem questões qualitativas relacionadas à percepção de inclusão de seus funcionários (as) LGBTQIA+?	10

<p>3. ESFORÇOS DE TREINAMENTO INTERNO E DE PRESTAÇÃO DE CONTAS</p> <p>(Neste pilar a pontuação máxima era de 20 pontos, ou seja, 2 entre os 3 critérios avaliados)</p>	<p>Educação</p>	<p>Há treinamento presencial ou online obrigatório para colaboradores (as) recém-contratados (as) sobre, especificamente, o conteúdo da política de não discriminação, igualdade de oportunidades de emprego ou equivalente que determina a não discriminação entre pessoas com base em orientação sexual, identidade de gênero e/ou expressão de gênero? São fornecidos definições e cenários que ilustram sua aplicação?</p>	10
		<p>Qualquer pessoa sujeita a uma mudança de área, promoção ou mudança de nível, na qual esteja à frente de uma equipe de trabalho, deve participar pessoalmente ou online de treinamento obrigatório sobre alguns dos seguintes temas: vieses inconscientes LGBTQIA+, liderança inclusiva na diversidade sexual e de gênero, aliados eficazes, zonas seguras livres de discriminação ou similares relacionadas de acordo com as necessidades organizacionais em questões de diversidade sexual e de gênero?</p>	10
		<p>Pessoas colaboradoras da organização têm a sua disposição, para acesso voluntário e soma de créditos em programa de treinamento anual contínuo, a oportunidade de participar pessoalmente ou online de treinamentos que abordem temáticas relacionadas a LGBTQIA+, como desenvolver habilidades para evitar a discriminação e influenciar a inclusão positiva do grupo?</p>	10
<p>4. COMPROMISSO PÚBLICO</p>	<p>Divulgação e Engajamento</p>	<p>Para a ação 1: Escolha a categoria que melhor descreve a ação/divulgação ou o grupo de ações para o público LGBTQIA+ a ser reportado</p>	10
		<p>Para a ação 2: Escolha a categoria que melhor descreve a ação/divulgação ou o grupo de ações para o público LGBTQIA+ a ser reportado</p>	10
		<p>Para a ação 3: Escolha a categoria que melhor descreve a ação/divulgação ou o grupo de ações para o público LGBTQIA+ a ser reportado</p>	10

Pilar I – Políticas e Benefícios Inclusivos (20 pontos possíveis):

Critérios Proteções da Força de Trabalho

1. A principal política da organização que aborde os tópicos de Não Discriminação ou a Igualdade de Oportunidades de Emprego aborda e/ou contém a expressão “orientação sexual” ou “orientações sexuais”. (10 pontos)
2. A principal política da organização que aborde os tópicos de Não Discriminação ou a Igualdade de Oportunidades de Emprego aborda e/ou contém a expressão “identidade de gênero”. (10 pontos)

Pilar II – Apoio a uma Cultura Inclusiva e Melhores Práticas Baseadas em Dados (30 pontos possíveis):

Critério Grupo de colaboradores (as)

1. Grupo de trabalho LGBTQIA+ formal de colaboradores, como um grupo de afinidade, grupo de recursos para funcionários (ERG) ou grupo de recursos empresariais (BRG). (10 pontos)

Critério Responsabilidade da Liderança

2. As metas de desempenho da gerência sênior/ executiva incluem métricas de diversidade LGBTQIA+. (10 pontos)

Critério Levantamento de dados

3. Pesquisas anônimas de engajamento ou clima realizadas a cada 2 anos, aproximadamente, que incluem questões qualitativas relacionadas à percepção de inclusão de seus funcionários LGBTQIA+. (10 pontos)

Pilar III – Esforços de Treinamento Interno e de Prestação de Contas (20 pontos possíveis):

Para receber o número máximo de 20 pontos para este pilar, a organização respondente precisará ter implementado no mínimo dois tipos de treinamento (dos três listados). Em outras palavras, qualquer combinação de duas opções de treinamento listadas abaixo com a documentação comprobatória apresentada será pontuada.

Critérios Educação para a diversidade LGBTQIA+

1. O treinamento de novos (as) contratados (as) afirma claramente que a política de não discriminação inclui identidade de gênero e orientação sexual e fornece definições ou cenários que ilustram a política para cada. (10 pontos)
2. Pessoas gestoras passam por treinamento que inclui identidade de gênero e orientação sexual como tópicos descritos (pode ser parte de um treinamento mais amplo) e fornece definições ou

cenários que ilustram a política para cada. (10 pontos)

3. Os conteúdos de treinamentos que reforcem e desenvolvam habilidades para evitar a discriminação e influenciar a inclusão positiva entre e para pessoas com uma perspectiva ou conteúdo LGBTQIA+ são permanentes e estão disponíveis para todos os níveis. (10 pontos)

Pilar IV – Compromissos Públicos (30 pontos possíveis)

As empresas devem ter implementado no mínimo três ações/compromissos únicos de qualquer categoria listada (cada ação representa 10 pontos). Em outras palavras, qualquer combinação de ações/divulgações com a documentação comprobatória apresentada concederá aos respondentes os pontos máximos desta seção. As categorias são:

- **Marketing:** Ações de campanhas de marketing, publicidade, redes sociais corporativas, publicação e patrocínio de posts em redes sociais com o público LGBTQIA+;
- **Filantropia/RSC/Impacto Social:** Patrocínio de seminários, intervenções públicas, advocacy, patrocínio de eventos voltados à comunidade LGBTQIA+, filantropia para organizações LGBTQIA+ no Brasil, fomento de projetos de impacto social para a população LGBTQIA+ em vulnerabilidade, atividades do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, participação ou patrocínio da Parada do Orgulho LGBTQIA+, patrocínios de feiras de carreira para esse público (como a Feira DiverS/A) e ações de voluntariado;
- **Recursos Humanos/Recrutamento:** Contratação de consultorias especializadas para realizar a busca ativa de pessoas LGBTQIA+ para vagas em aberto, programas de mentoria/ aceleração/desenvolvimento promovidos pela organização que sejam focados nas pessoas LGBTQIA+, área de RH preparada para recrutar de maneira inclusiva com processos seletivos inclusivos, áreas e processos de RH revistos de acordo com as premissas de D&I;
- **Compras de fornecedores diversos:** Selecionar fornecedores que sejam pessoas LGBTQIA+ ou realizar a seleção com base em diretrizes de D&I, em que fornecedores precisam estar aderentes a todos os requisitos. Um exemplo de diretrizes é que fornecedores tenham princípios de tratamento inclusivo e respeitoso da comunidade LGBTQIA+ e não tolerância a discriminação.

DESTAQUE: PROGRAMAS DE EQUIDADE NO TRABALHO

Graças ao trabalho da Human Rights Campaign com empresas nos Estados Unidos, centenas de milhares de trabalhadores LGBTQIA+ e suas famílias se beneficiam de políticas e práticas inclusivas nos locais de trabalho. Dando continuidade ao sucesso sem precedentes do Índice de Equidade Corporativa (CEI), muitas multinacionais sediadas nos Estados Unidos expressaram sua necessidade de replicar essas práticas por meio de suas subsidiárias internacionais. Com isso, a HRC Foundation viu uma oportunidade de expandir seu trabalho com a comunidade empresarial nas Américas.

A HRC Foundation então expandiu seus esforços de inclusão produtiva LGBTQIA+ para o sul do continente, em parceria com a Fundación Iguales, o maior grupo de defesa LGBTQIA+ do Chile, para promover políticas e proteções inclusivas para pessoas LGBTQIA+ entre empresas e corporações chilenas por meio da HRC Equidad CL. Lançado em 2018, o programa avaliou mais de 30 empresas em seu primeiro relatório de 2019 e 15 delas receberam o reconhecimento da HRC como Melhores Empresas para pessoas LGBTI+ Trabalharem.

Com essas conquistas no México e no Chile, a HRC Foundation entrou em contato com inúmeras pessoas e entidades em todo o continente americano interessadas em levar este programa a mais países. Em 2021 houve o lançamento do HRC Equidad AR e do HRC Equidade BR, em parceria com o Instituto de Políticas Públicas LGBTI+ da Argentina e com o Instituto Mais Diversidade e o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, respectivamente.





Empresas com Quintupla Certificação

As seguintes **seis** empresas têm a distinção de obter a maior pontuação em todas as nossas certificações: CEI (Estados Unidos), Equidade BR, Equidad MX, Equidad CL e Equidad AR.

Accenture Brasil

BCG Brasil

EY

J.P. Morgan

McKinsey & Company Brasil

Oracle



Empresas com Quádrupla Certificação

As seguintes **13** empresas têm a distinção de obter a maior pontuação das nossas certificações: Equidade BR e três outros programas (CEI, MX, CL ou AR).

ARCOS DORADOS

BASF S.A

BMS

Cognizant Serviços de Tecnologia e Software do Brasil

Colgate-Palmolive

Cummins

Hotelaria Accor

Lexmark

MSD Brasil

NISSAN DO BRASIL

PwC Brasil

TATA CONSULTANCY SERVICES DO BRASIL LTDA

Thomson Reuters



Empresas com Tripla Certificação

As seguintes **13** empresas têm a distinção de obter a maior pontuação das nossas certificações: Equidade BR e dois dos outros 3 programas (CEI, MX, CL ou AR).

Amazon

Bain & Company

Capgemini Brasil

Edelman

KEARNEY

KPMG

Grupo L'Oréal no Brasil

Mattel do Brasil Ltda

NIQ

Philip Morris Brasil (PMB)

Sodexo

Ternium Brasil

Wabtec



Empresas com Dupla Certificação

As seguintes **12** empresas têm a distinção de obter a maior pontuação das nossas certificações, no Equidade BR e em um dos outros programas (CEI, MX, CL ou AR).

Alcoa

BAT

BD

Dell Technologies

Edenred Brasil

ERM Brasil

Flex

GE Vernova

Mondelēz Brasil

Schneider Electric

**TE CONNECTIVITY
BRASIL INDUSTRIA DE
ELETRONICOS**

**Volkswagen do Brasil
Indústria de Veículos
Automores Ltda.**

LISTA DAS EMPRESAS CERTIFICADAS

Abaixo celebramos as **75 empresas certificadas** este ano!

Empresas	Nota Final
Accenture Brasil	100
ADY	100
Alcoa	100
Amazon	100
Andrade Maia Advogados	100
ARCOS DORADOS	100
ASSAÍ	100
Atento	100
Bain & Company	100
Banco PAN	100
BASF S.A	100
BAT	100
BAYER SA	100
BCG Brasil	100
BD	100
Belgo Arames	100
BETC HAVAS	100
BMS	100
Bruning Tecnometal	100
C6 Bank	100
Capgemini Brasil	100
Cognizant Serviços de Tecnologia e Software do Brasil	100
Colgate-Palmolive	100
Copastur	100
Cummins	100
Dell Technologies	100
DP6	100
Edelman	100
Edenred Brasil	100
ERM Brasil	100

Essity	100
EY	100
Flex	100
GE Vernova	100
Grupo L'Oréal no Brasil	100
Grupo Pão de Açúcar	100
Honeywell	100
Hospital Israelita Einstein	100
Hotelaria Accor	100
Itaú Unibanco	100
J.P. Morgan	100
KEARNEY	100
KPMG	100
LOCALIZA&CO	100
Lexmark	100
LIVELO S.A	100
Mattel do Brasil Ltda	100
McKinsey & Company Brasil	100
Mondelēz Brasil	100
MSD Brasil	100
NIQ	100
NISSAN DO BRASIL	100
Novo Nordisk Produção Farmacêutica do Brasil	100
Oracle	100
PASCHOALOTTO SERVIÇOS FINANCEIROS	100
Philip Morris Brasil (PMB)	100
PwC Brasil	100
Química Anastacio	100
Renaissance São Paulo Hotel	100
Schneider Electric	100
Sodexo	100
Symrise	100

TATA CONSULTANCY SERVICES DO BRASIL LTDA	100
TE CONNECTIVITY BRASIL INDUSTRIA DE ELETRONICOS	100
Ternium Brasil	100
Thomson Reuters	100
Thoughtworks Brasil	100
TIM Brasil	100
TozziniFreire Advogados	100
Trench Rossi Watanabe Advogados	100
Vale S.A	100
Veirano Advogados	100
Vivo	100
Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automóveis Ltda	100
Wabtec	100



HUMAN RIGHTS CAMPAIGN FOUNDATION

2025

MELHORES EMPRESAS PARA PESSOAS LGBTQIA+ TRABALHAREM

100% HRC EQUIDADE BR



Visão demográfica e setorial

Nesta quarta edição, 92 empresas no Brasil responderam à pesquisa e, dentre elas, 75 obtiveram a pontuação máxima e receberam a certificação de “Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem”. **82% das empresas participantes atingiram a pontuação máxima (100) nesta edição. Parabéns!**

TOTAL DE EMPRESAS PARTICIPANTES POR SETOR/RAMO:

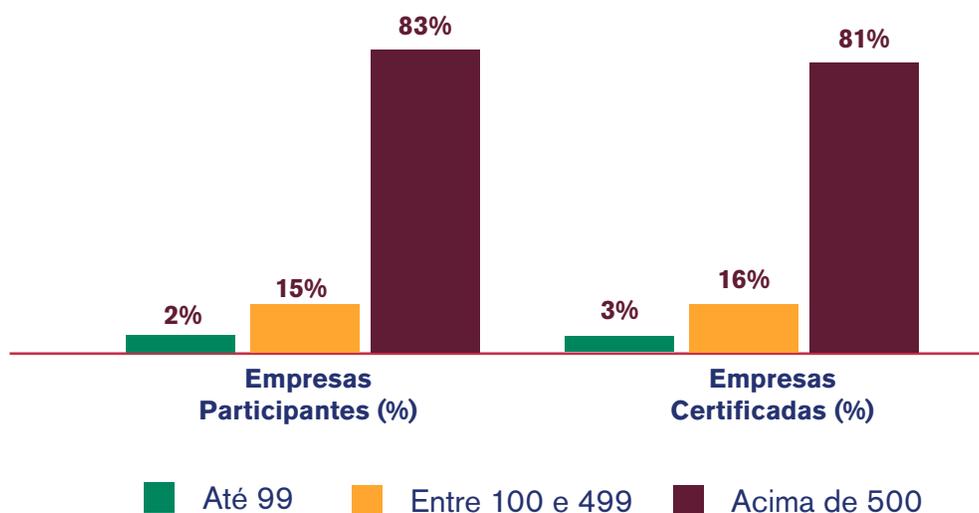
Setor	N	%
Consultoria, Gestão e Serviços	20	21,7%
Tecnologia	14	15,2%
Bens de Consumo	8	8,7%
Mineração, Siderurgia e Metalurgia	6	6,5%
Financeiro	6	6,5%
Varejo	5	5,4%
Químico e Petroquímico	5	5,4%
Autoindústria	4	4,3%
Telecomunicações	3	3,3%
Saúde	3	3,3%
Farmacêutico	3	3,3%
Serviços Jurídicos	3	3,3%
Transporte e Logística	2	2,2%
Hotelaria e Turismo	2	2,2%
Construção Civil e Engenharia	2	2,2%
Agronegócio	2	2,2%
Material de Construção	1	1,1%
Energia	1	1,1%
Eletroeletrônicos	1	1,1%
Educação	1	1,1%
Total	92	100%

SETOR/RAMO DAS EMPRESAS CERTIFICADAS:

Setor	N	%
Consultoria, Gestão e Serviços	19	25,3%
Tecnologia	9	12%
Bens de Consumo	8	10,7%
Financeiro	5	6,7%
Mineração, Siderurgia e Metalurgia	5	6,7%
Químico e Petroquímico	5	6,7%
Autoindústria	4	5,3%
Farmacêutico	3	4%
Telecomunicações	3	4%
Hotelaria e Turismo	2	2,7%
Saúde	2	2,7%
Transporte e Logística	2	2,7%
Varejo	2	2,7%
Jurídico	2	2,7%
Agronegócio	1	1,3%
Construção Civil e Engenharia	1	1,3%
Eletroeletrônicos	1	1,3%
Energia	1	1,3%
Total	75	100%

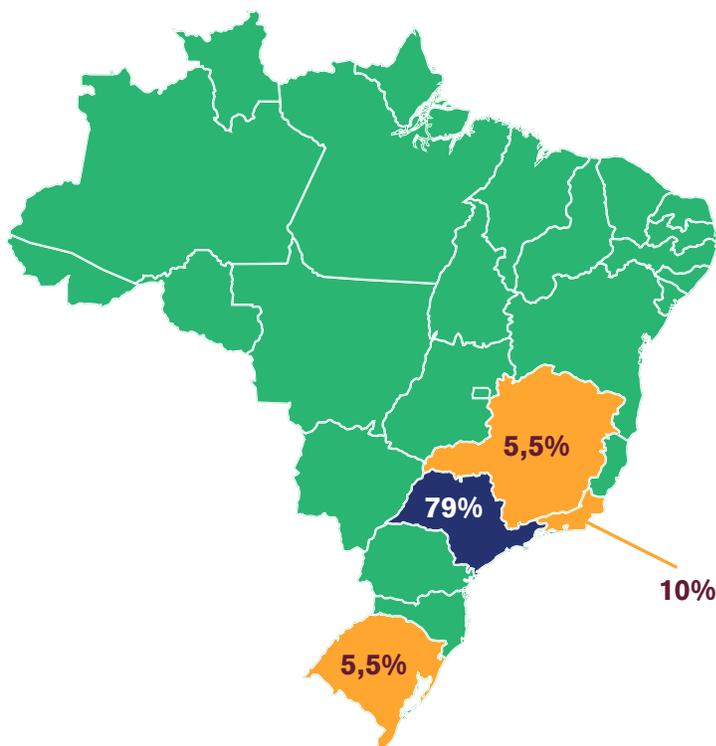
As empresas participantes no índice são, em sua maioria, organizações de grande porte. De todas as empresas participantes, 76 delas empregam acima de 500 pessoas, 14 delas possuem entre 100 e 499 pessoas e 2 empregam até 99 pessoas no Brasil. Em números absolutos, estamos nos referindo a um total de **913.354 profissionais**. Entre as **empresas certificadas**, 81% empregam mais de 500 pessoas.

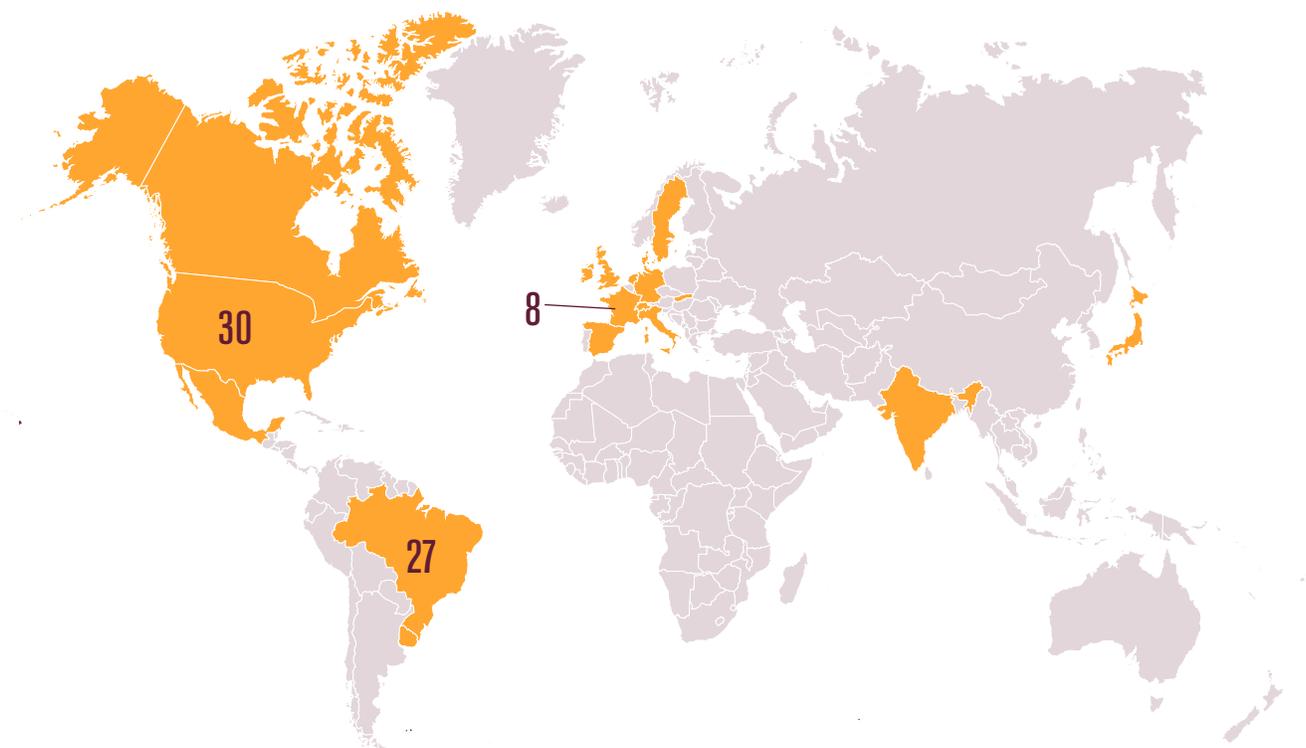
Número aproximado de colaboradores (as) em sua organização no Brasil:



Também foi perguntado se a empresa é uma multinacional, e **76% das participantes responderam afirmativamente**. Dentre essas, **39% têm sede nos Estados Unidos**, o que representa uma queda de quase 10 pontos percentuais em relação ao ano anterior. Já 16% têm sede no Brasil. Entre as empresas certificadas, o percentual de multinacionais é ligeiramente maior, 77%.

Em relação à localização geográfica **79% declaram estarem localizadas no estado de São Paulo, seguido de 10% no Rio de Janeiro**. Essa informação demonstra o quanto as empresas respondentes seguem tendo suas sedes localizadas na região Sudeste, com maior presença no eixo Rio-São Paulo. Essa tendência se manteve entre as empresas certificadas.





Com relação à origem das empresas, o índice de 2025 mostra uma forte participação de empresas estadunidenses, sendo essas mais numerosas que as de origem brasileira, ficando distribuído da seguinte forma:

- Estados Unidos da América - 30
- Brasil - 27
- França - 8
- Reino Unido - 5
- Alemanha - 4
- Espanha, México, Japão e Suíça - 2 em cada uma
- Luxemburgo, Uruguai, Suécia, Canadá, Dinamarca, Liechtenstein, Índia, Países Baixos, Irlanda e Itália - 1 em cada



Políticas e Benefícios Inclusivos

Os critérios para a pontuação deste pilar consideram a presença das expressões “**orientação sexual**” ou “**orientações sexuais**” e “**identidade de gênero**” na principal **política da organização que aborde os tópicos de Não Discriminação ou a Equidade de Oportunidades**.

- **99%** das empresas participantes afirmaram e comprovaram incluir as expressões relacionadas à orientação sexual em suas políticas.
- Já a expressão “**identidade de gênero**” aparece em **98%** das políticas, um avanço de mais de **10 pontos percentuais** em relação à edição anterior.
- É positivo observar que **88%** dessas políticas estão disponíveis em **português**, o que reforça o compromisso com a acessibilidade e a inclusão local.

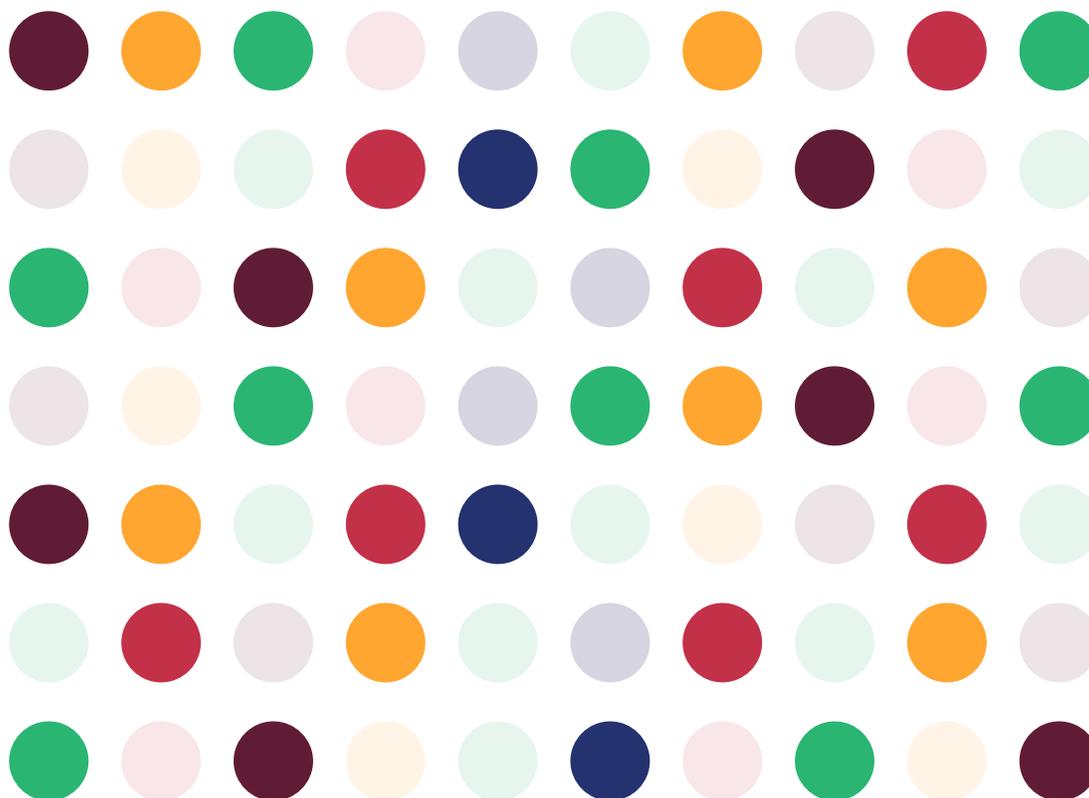
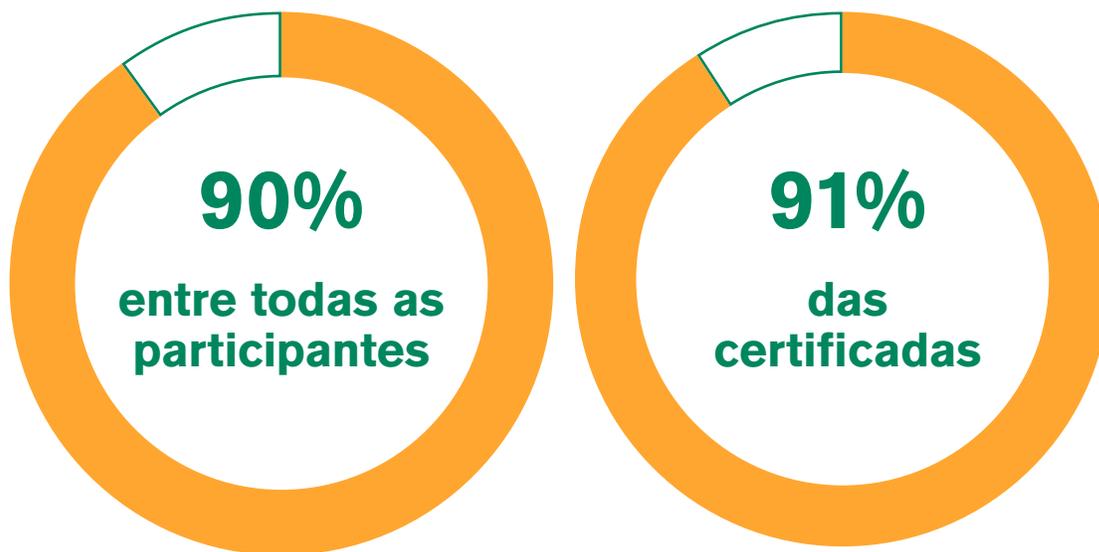
Importante: ainda que a maioria das políticas esteja adequada, algumas organizações optam por incluir apenas os termos “orientação sexual” e “gênero”. É importante reforçar que o uso da expressão completa “identidade de gênero” é fundamental para garantir precisão conceitual e assegurar a proteção de todas as identidades, evitando ambiguidades e lacunas na aplicação das políticas.

A principal política da organização que aborde os tópicos de Não Discriminação ou a Igualdade de Oportunidades de Emprego formalizada, escrita, disseminada e aplicada no Brasil:



Além disso, **90% das empresas participantes possuem uma política de Diversidade e Inclusão (D&I)** formalizada, escrita, divulgada e aplicada no Brasil, sendo esse percentual ligeiramente superior entre as certificadas (91%).

Sua organização tem uma política de Diversidade e Inclusão formalizada, escrita, divulgada e aplicada no Brasil



A forma mais comum de comunicação das políticas de D&I continua sendo por **internet ou sistemas online**. Em seguida, destacam-se o **Código de Ética**, o **site institucional** e o **Regimento Interno de Conduta**.

Curiosamente, nesta edição, houve uma **redução** na prática de incluir essas políticas no Código de Ética e no Regimento Interno — uma **inversão da tendência observada nos últimos anos**, o que pode indicar uma **fragilidade ou despriorização da pauta**, pois pode ser vista como uma iniciativa passageira, e não como um compromisso de longo prazo. Em comparação com o ano anterior, sete empresas deixaram de incluir essas políticas no Código de Ética, e treze as retiraram do Regimento Interno.

Como sua política de Diversidade e Inclusão é comunicada à organização no Brasil?	% em relação ao total de empresas	% em relação às empresas certificadas
Pode ser consultada na internet ou em sistemas online	77% (64)	81% (55)
Está contida em um Código de Ética	58% (48)	62% (42)
Está publicada no site da organização do Brasil	51% (42)	51% (35)
Está contida em um Regimento Interno de Conduta	54% (45)	59% (40)
Está publicada no site da matriz (global)	52% (43)	57% (39)
É comunicada fisicamente em pôsteres fixos e infográficos ou telas de TV que é exibida em alguns espaços de trabalho	36% (30)	41% (28)
Pode ser consultada fisicamente em todos os escritórios de trabalho (manuais, guias, etc.)	24% (20)	26% (18)
Está publicada no site público regional (américa latina)	20% (17)	21% (14)
Outros	31% (26)	34% (23)
Total de Empresas	83	68

*As empresas poderiam selecionar apenas as alternativas que estivessem em vigor.

Ainda sobre a política de Diversidade e Inclusão, os principais pilares abordados pelas empresas (83) que a possuem, são:

Quais são os pilares abordados pela política de Diversidade e Inclusão aplicada e em vigor na sua organização no Brasil?	% em relação ao total de empresas	% em relação às empresas certificadas
Equidade de Gênero	100% (83)	100% (68)
LGBTQIA+	100% (83)	100% (68)
Raça/Etnias	100% (83)	100% (68)
Pessoas com Deficiência	98% (81)	97% (66)
Gerações	77% (64)	79% (54)
Migrantes e/ou pessoas em situação de refúgio	34% (28)	34% (23)
Outro	30% (25)	31% (21)
Total de Empresas	83	68

*As empresas poderiam selecionar apenas as alternativas que estivessem em vigor.

Os pilares de Equidade de Gênero, LGBTQIA+ e Raça continuam sendo os mais recorrentes nas Políticas de Diversidade e Inclusão das empresas participantes. É especialmente positivo observar que, entre as empresas certificadas, o pilar LGBTQIA+ está presente em 100% delas, e que os pilares Racial e de Equidade de Gênero também mantêm forte representatividade.

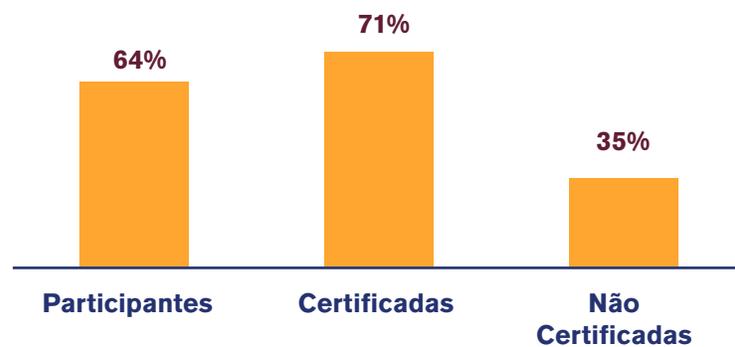
O percentual de inclusão do pilar de Pessoas com Deficiência permanece estável em relação à edição anterior. Já o pilar de Gerações apresenta uma evolução: passou de 74% para 79% entre as empresas certificadas, sinalizando um crescimento na atenção a essa dimensão da diversidade.



Em relação à **disseminação da política de diversidade para fornecedores e/ou à cadeia de valor**, 64% das empresas participantes afirmam ter essa política estruturada e em vigor. Esse número sobe para 71% entre as empresas certificadas, evidenciando um compromisso mais sólido com a transversalidade da pauta.

O dado se torna ainda mais expressivo quando comparado às empresas não certificadas, entre as quais apenas 35% possuem essa política implementada. Isso representa uma diferença de 36 pontos percentuais, reforçando o papel da certificação como um indicativo de maturidade e consistência na gestão da diversidade.

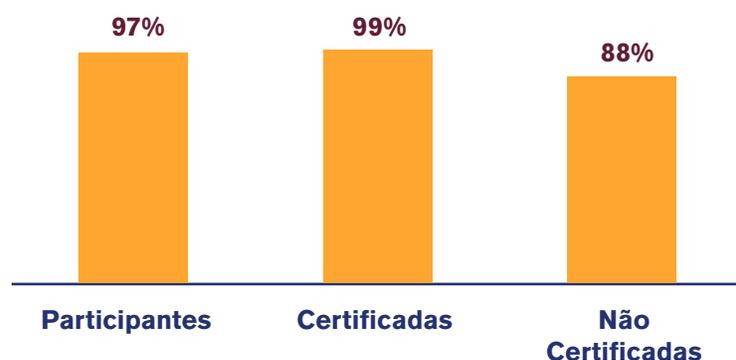
Sua organização tem uma política de diversidade de fornecedores, inclusive da comunidade LGBTQIA+, que é disseminada e aplicada no Brasil?



Outra política questionada foi sobre os **Canais de Denúncia**. Investigamos se as organizações possuíam canais em que as pessoas colaboradoras pudessem denunciar discriminações com base na sua **orientação sexual ou identidade de gênero – com a possibilidade de destacar e tratar LGBTI+fobia** das outras categorias de preconceito e discriminação:

- **97%** das empresas possuem canais de denúncia para casos de discriminação por **orientação sexual ou identidade de gênero**, com possibilidade de tratar **LGBTQIA+fobia** separadamente.
- **96%** afirmam ter rotinas estruturadas para projetar e revisar **planos de ação** para lidar com denúncias, sendo **97% entre certificadas e 87% entre não certificadas**.

Sua organização no Brasil possui canais de denúncia confidenciais para que seja possível denunciar discriminações com base na sua orientação sexual ou identidade de gênero – com a possibilidade de destacar e tratar LGBTQIA+fobia?



Especificando as políticas para a população trans, 36% das empresas possuem uma política de Transição de Gênero em vigor para as pessoas colaboradoras trans. Entre as empresas certificadas esse percentual é de 40% e entre as não certificadas é de 18%.

Sua organização no Brasil tem uma Política de Transição de Gênero em vigor, formalizada, escrita, divulgada e aplicada no Brasil, para seus (suas) colaboradores (as) trans?



Por fim, questionamos quais políticas locais específicas estavam em vigor na organização (era possível selecionar mais de uma).

A organização possui políticas locais específicas para os seguintes cenários:	% em relação ao total de empresas	% em relação às empresas certificadas
Diretrizes que permitem o compartilhamento opcional de pronomes de gênero	77% (71)	85% (64)
Diretrizes para ajustes no contrato de trabalho em caso de mudança de nome legal	73% (67)	77% (58)
Política específica sobre o uso de banheiros e vestiários	45% (41)	48% (36)
Diretrizes para reconhecimento de senioridade e benefícios em caso de mudança de nome legal	40% (37)	47% (35)
Política específica sobre código de vestimenta inclusivo	36% (33)	39% (29)
Política geral de acompanhamento às transições de gênero	34% (31)	39% (29)
Não temos nenhuma política administrativa ou legal com foco em pessoas trans	12% (11)	7% (5)
Outros	11% (10)	12% (9)
Total de Empresas	92	75

Destaca-se que 85% das empresas certificadas possuem políticas em relação ao uso do pronome desejado em crachás, e-mails, redes, etc. No mesmo sentido, 77% das reconhecidas possuem diretrizes para ajustes no contrato de trabalho em caso de mudança de nome legal. Esses percentuais são de 77% e 73% em relação a todas as participantes; percentuais maiores em relação à edição passada.

Este pilar também investigou os benefícios estabelecidos pelas empresas. Todas afirmaram oferecer Convênio Médico, Assistência Odontológica, Seguro de Vida, Benefícios Flexíveis ou similares, por meio de prestadores privados, e entre elas apenas uma não aceita como beneficiário ou cotitular uma pessoa do mesmo gênero que a do titular para esses benefícios.

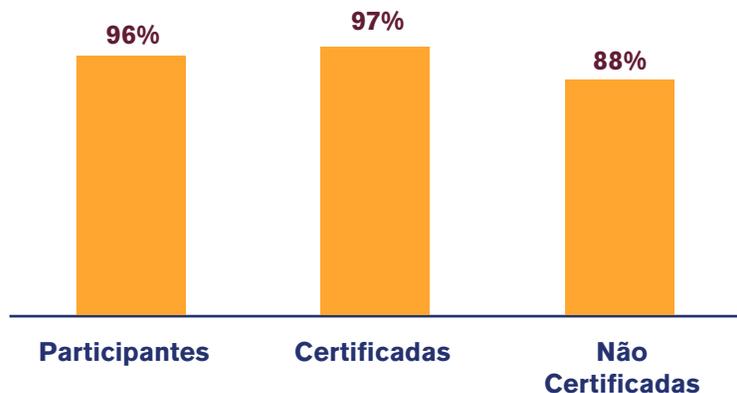
Ao perguntarmos sobre benefícios específicos, ou seja, para além do que é exigido legalmente, 75% das empresas afirmaram ter benefícios para colaboradores (as) LGBTQIA+ (e suas famílias), o que se manteve similar ao ano passado. Entre as certificadas esse percentual foi 5% maior e ao considerarmos as não certificadas o percentual foi de 53%.

Sua organização tem benefícios específicos para colaboradores (as) LGBTQIA+ (e suas famílias) além do que é exigido legalmente?



Já em relação aos **benefícios específicos para pessoas trans, 96% das empresas afirmaram oferecer cobertura de saúde igual para pessoas trans** sem exclusão para cuidados médicos necessários, e entre as certificadas o percentual foi de 97%.

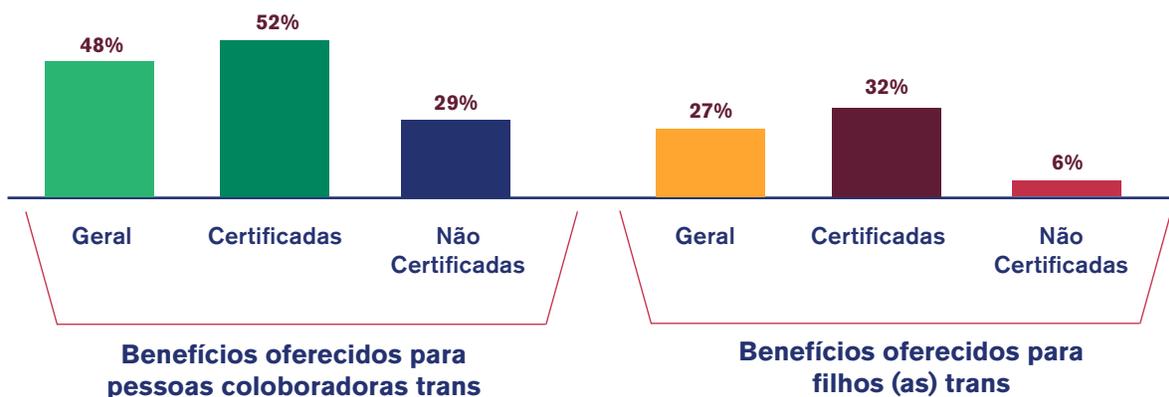
A organização oferece cobertura de saúde igual para pessoas trans sem exclusão para cuidados médicos necessários?



Especificamente sobre os benefícios, como tratamento hormonal, aconselhamento psicológico e/ou pagamento (ou ajuda de custo) para cuidados de afirmação de gênero: **entre as participantes, 48% afirmaram oferecer esses benefícios**, entre as certificadas o percentual foi de **52%**.

Também investigamos se esse mesmo benefício é estendido para filhos (as) trans de colaboradoras (as). O resultado geral e entre as certificadas foi similar, em que 27% e 32% responderam de modo afirmativo, respectivamente.

Sua organização oferece benefícios específicos, como tratamento hormonal, aconselhamento psicológico e/ou pagamento (ou ajuda de custo) para cuidados de afirmação de gênero?



De modo geral, os benefícios oferecidos para as pessoas LGBTQIA+ estão relacionados à saúde de modo integral, tendo a ampla maioria cobertura a serviços psicológicos.

Tipos de benefícios/parcerias que a organização aplica às pessoas LGBTQIA+:	% em relação ao total de empresas	% em relação às empresas certificadas
Plano de saúde	97% (89)	99% (74)
Licença-maternidade	97% (89)	97% (73)
Licença-paternidade	97% (89)	97% (73)
Plano de saúde com cobertura a serviços psicológicos	92% (85)	95% (71)
Serviços psicológicos	86% (79)	91% (68)
As licenças parentais são estendidas a casais homoafetivos	85% (78)	88% (66)
As licenças parentais são estendidas para casos de adoção	85% (78)	89% (67)
Programa de apoio a pessoa gestante	77% (71)	81% (61)
Adoção do termo Licença Parental nas políticas estipuladas	64% (59)	65% (49)
Licença durante o processo de Transição de Gênero, como após a realização de alguma cirurgia	49% (45)	52% (39)
Reembolso de Cirurgias do processo de Transição de Gênero	32% (29)	33% (25)
Reembolso de Medicamentos do processo de Transição de Gênero	30% (28)	33% (25)
Outros	16% (15)	19% (14)
Total de Empresas	92	75

*As empresas poderiam selecionar apenas as alternativas que estivessem em vigor.

Outro benefício bastante oferecido é o período de licença parental superior ao garantido legalmente (o que abrange a licença-maternidade e a licença-paternidade). Esse benefício não se limita à pessoa gestante, sendo dessa forma garantido em casos de adoção, inclusive de casais homoafetivos. Essa prática é realizada em 85% das empresas participantes e entre as certificadas o percentual é maior (88%). A adoção do termo “Licença Parental” já é uma prática realizada em 65% das empresas certificadas, e identificamos como uma boa prática de linguagem inclusiva para todas as configurações de famílias.

Também é oferecido **apoio à pessoa gestante em 81% das empresas certificadas e em 77%, se considerarmos todas as empresas participantes.** Programas neste teor possuem o objetivo de acolher famílias na nova jornada de receber uma criança, com um olhar para o bem-estar e acompanhamento da pessoa gestante, para que possa conciliar a vida profissional, familiar e pessoal. Estes programas podem envolver uma equipe multidisciplinar, formada por enfermeiros, psicólogos e nutricionistas, por exemplo.

Quanto às políticas voltadas para procedimentos médicos, algumas se destacam pelo apoio ao **reembolso de medicamentos para pessoas trans (30% no geral), apoio para a realização de cirurgias de redesignação sexual e licença durante este processo (32% no geral, entre as certificadas essa prática é realizada em 52% das empresas).**

Outra prática observada é o auxílio financeiro para tratamentos de reprodução assistida sem restrições de gênero; benefícios de 5 dias de ausência por ciclo de tratamento de fertilidade; licenças para aborto ou morte fetal; licenças para menopausa e flexibilização do trabalho para as **pessoas que menstruam** que estejam na TPM ou em período de maior desconforto no ciclo menstrual, inclusive para pessoas LGBTQIA+.

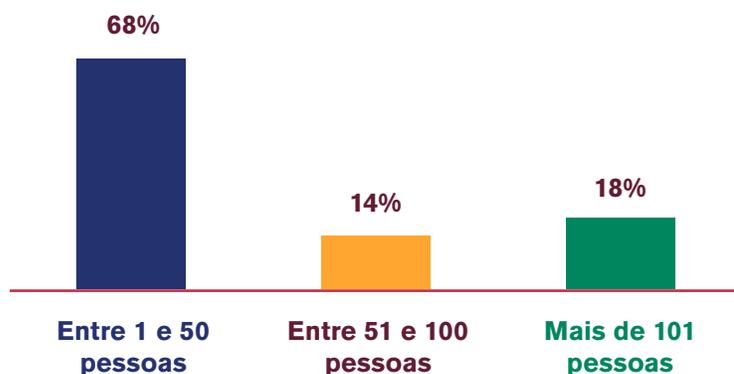
Apoio a uma cultura inclusiva e melhores práticas baseadas em dados

Uma das formas mais consolidadas de promover uma cultura organizacional inclusiva tem sido a estruturação de Grupos de Afinidade e Comitês Executivos voltados à pauta de Diversidade e Inclusão. Esses espaços têm como objetivo fomentar discussões específicas, propor ações e acompanhar o avanço da inclusão dentro das empresas. Além da governança, o progresso nessa agenda também está associado à adoção de práticas baseadas em dados e métricas, o que permite maior precisão na tomada de decisões e na mensuração de impacto. Este capítulo analisa esses aspectos em profundidade, destacando avanços e oportunidades no contexto brasileiro.

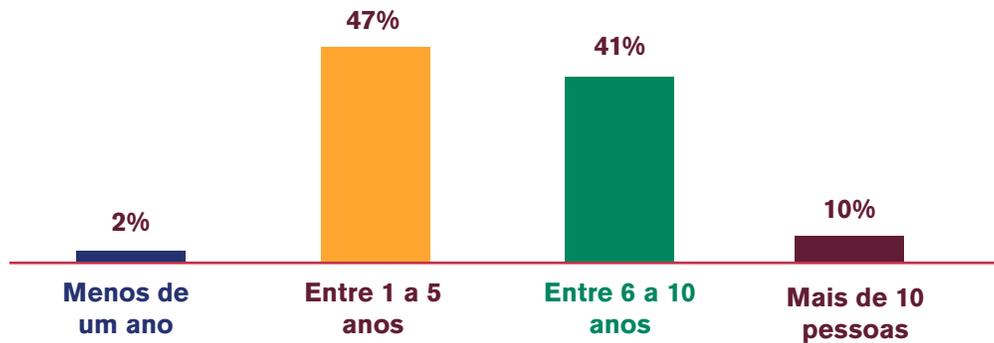
Entre as 92 empresas participantes, **96% afirmaram possuir um grupo de afinidade**, ERG (Employee Resource Group) ou BRG (Business Resource Group) voltado à comunidade LGBTQIA+. Das quatro empresas que ainda não possuem, todas indicaram que apoiariam seus colaboradores LGBTQIA+ na criação de um espaço para desenvolvimento do grupo.

A maioria desses grupos conta com até 50 membros regulares (68%), e em 97% deles há participação ativa de pessoas aliadas. 47% foram reconhecidos formalmente pela organização entre um e cinco anos atrás, enquanto apenas 10% têm mais de uma década de existência. A presença de um Sponsor Executivo Sênior é uma prática comum: 94% das empresas contam com esse apoio.

Quantos membros aproximadamente participam regularmente do grupo LGBTQIA+ no Brasil?

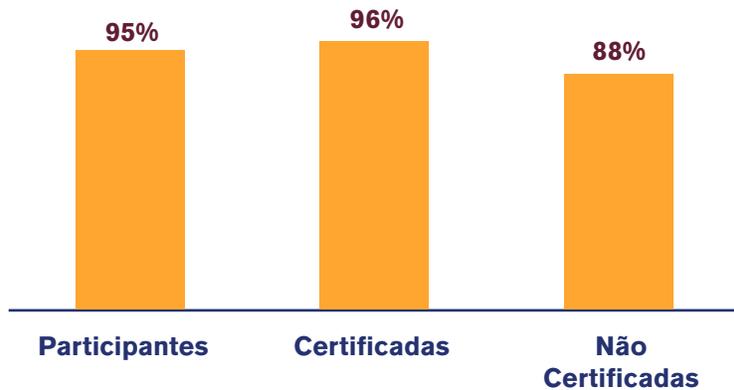


Há quanto tempo seu grupo de afinidade LGBTQIA+, grupo de recursos de funcionários (ERG) ou grupo de recursos empresariais (BRG) foi oficialmente reconhecido pela organização?



Além disso, 95% das empresas afirmaram ter uma equipe dedicada à Diversidade e Inclusão, com atuação majoritária no Brasil e América Latina, e apenas alguns casos com sede nos Estados Unidos.

Sua organização tem uma equipe dedicada para Diversidade e Inclusão?

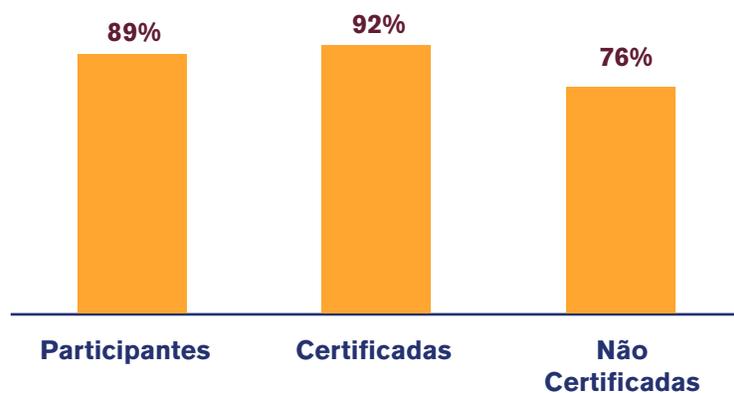


No que diz respeito à governança, **89% das empresas possuem um Conselho ou Comitê de Diversidade e Inclusão** responsável por acompanhar a estratégia e desdobrá-la em ações práticas para todos os grupos de afinidade, incluindo o voltado para pessoas LGBTQIA+. Entre as empresas certificadas, esse percentual é de 92%, o que representa uma queda de oito pontos percentuais em relação à edição anterior, quando todas as certificadas contavam com esse tipo de estrutura. Ainda, em comparação com o ano passado, observamos que três empresas deixaram de contar com um Comitê específico.

A queda nesse percentual levanta um ponto de atenção, pois a ausência de uma estrutura dedicada pode sinalizar um risco de **despriorização da pauta de D&I**. Enquanto a diminuição pode ser resultado de reorganizações estratégicas ou de uma percepção de otimização de custos, o resultado sugere que o tema pode estar perdendo seu status de prioridade. Essa inversão de tendência, especialmente em empresas certificadas, indica que a pauta de diversidade pode estar vulnerável a mudanças de foco da liderança.

Apesar da queda, a **importância desses comitês permanece inegável**. Eles são cruciais para a governança, garantindo que a estratégia de D&I seja acompanhada e executada de forma consistente. Um comitê dedicado assegura prestação de contas, planejamento estratégico de longo prazo e a inclusão de vozes diversas no processo de tomada de decisão, demonstrando o comprometimento da alta liderança com a pauta. A ausência de uma estrutura dedicada pode, por outro lado, representar um risco de que o tema perca relevância.

Sua organização no Brasil possui um Conselho ou Comitê de Diversidade e Inclusão que monitora o progresso da estratégia de D&I?



Entre as empresas que possuem Comitê ou Conselho, 60% afirmaram ter metas objetivas relacionadas à inclusão da população LGBTQIA+, sendo que entre as certificadas esse número é de 54%. As metas mais comuns envolvem planos de desenvolvimento e letramento para lideranças e colaboradores, oferta de vagas afirmativas, especialmente para pessoas trans, e aumento da representatividade LGBTQIA+ em cargos de liderança. Alguns destaques do que foi compartilhado:

Mapeamento Demográfico

“Meta de 100% de mapeamento dados demográficos LGBTI+: Implantação de pesquisa demográfica no processo de admissão e campanha de auto-declaração para a população da empresa.”

“Metas: 40% mulheres, 40% homens e 20% outros grupos minoritários. Outra meta é, ao menos, alcançar 60% de preenchimento do campo de informações pessoais na plataforma de RH na América Latina, em cada uma das categorias, incluindo orientação sexual. Essas informações são voluntárias e confidenciais, e nos ajudam em iniciativas na área de recrutamento e diversidade e inclusão.”

“Projeto Diversilider: letrar 100% dos nossos líderes e gerentes de linha de frente (inclusão LGBTQIAPN+) 3) SharePoint: ter uma página on-line com artigos para letramento de toda a população e fortalecimento da cultura de inclusão.”

“Aumentar em 5% a população LGBTQIAP+ até final de 2025. Efetuar 4 grandes ações educativas com todos os funcionários na América Latina por ano.”

“Alcançar 85% de profissionais de atendimento e vendas treinados em atendimento inclusivo com foco em questões LGBTI+.”

Treinamento em Inclusão

Vagas afirmativas e parcerias

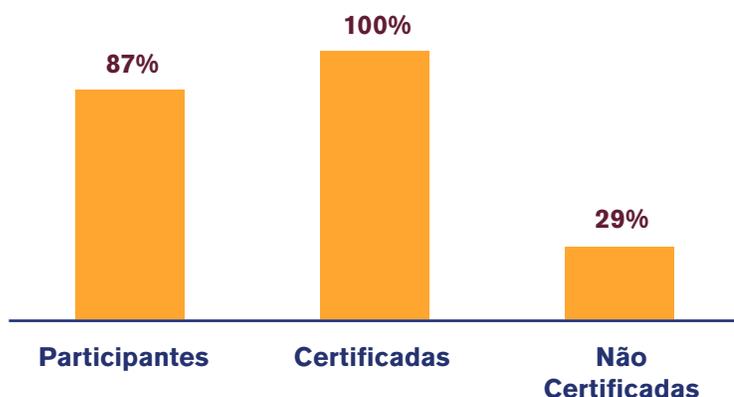
“Ampliar ações de vagas afirmativas para grupos de diversidade, com aumento de 30% de pessoas LGBT sendo 20% pessoas trans. Definir novas parcerias e alianças com organizações que atuam na inclusão produtiva de grupos diversidade, em especial pessoas trans.”

“Para 2024 no pilar de LGBTI+: 8,5% de colaboradores autodeclarados LGBTI+. Ultrapassamos atingindo 8,6%. Ampliar a presença de profissionais trans na empresa. Passamos de 130 profissionais que são pessoas trans na empresa (ao todo 134 profissionais são pessoas trans).”

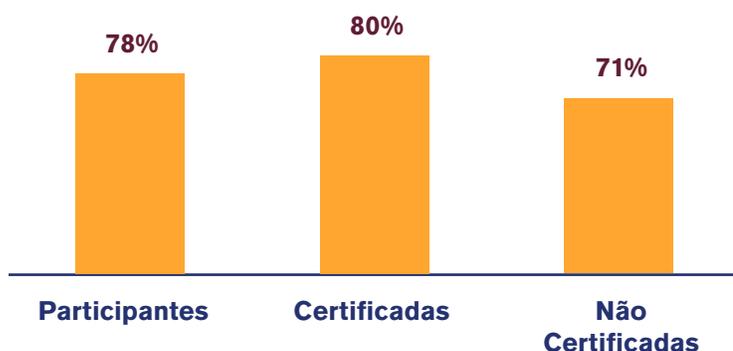
Ainda sobre o apoio a uma cultura inclusiva, foi considerado se no processo de avaliação de desempenho da liderança sênior (Gerência Sr., Diretoria, Vice-Presidência e Presidência ou equivalentes), a organização utiliza como critério o envolvimento destes profissionais em atividades relacionadas à Diversidade e Inclusão. **86% das empresas participantes afirmaram realizar essas avaliações.** Esse número representa um avanço expressivo em relação à edição anterior, que registrava 65%.

Por fim, no campo das práticas baseadas em dados, **87% das empresas afirmaram realizar pesquisas anônimas** que contenham questões qualitativas sobre a inclusão de pessoas LGBTQIA+, um aumento de 13 pontos percentuais em comparação à edição passada. No entanto, entre as empresas não certificadas, esse número cai drasticamente para apenas 29%. Já em relação ao levantamento demográfico dos Conselhos ou Comitês, cerca de 60% permitem que os membros relatem sua orientação sexual ou identidade de gênero, mantendo um cenário semelhante ao da edição anterior.

A cada 2 anos, aproximadamente, há levantamentos anônimos realizados em sua organização no Brasil que incluem questões qualitativas relacionadas à percepção de inclusão de seus funcionários (as) LGBTQIA+



O levantamento demográfico do Conselho (ou outro órgão de governança) inclui a opção de os membros relatarem sua orientação sexual e identidade de gênero ou autoidentidade como LGBTQIA+

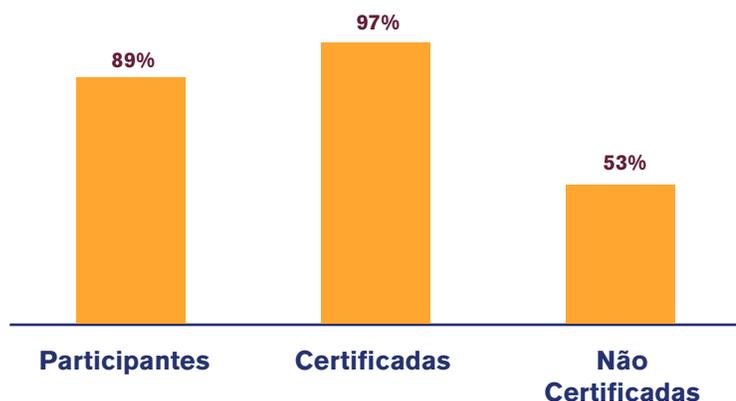


Esforços de treinamento interno e de prestação de contas

Este pilar visa investigar sobre as práticas de educação promovidas pelas empresas participantes em relação à temática e à população LGBTQIA+. Os critérios foram distribuídos entre os três tipos de treinamentos questionados.

Quase 90% das empresas realizam treinamento obrigatório, presencial ou online, para pessoas colaboradoras recém-contratadas, abordando especificamente sobre políticas de não discriminação com base em orientação sexual, identidade de gênero e/ou expressão de gênero. Todas elas mencionam especificamente os termos “orientação sexual” e “identidade e/ou expressão de gênero”. Entre as certificadas, **97%** comprovaram realizar este treinamento.

Há treinamento presencial ou online obrigatório para colaboradores (as) recém-contratados (as)?



O percentual é menor quando se trata de **treinamentos voltados a pessoas que passaram a liderar equipes após alguma promoção, mudança de área ou nível.** Esses treinamentos abordam temas como vieses inconscientes LGBTQIA+, liderança inclusiva na diversidade sexual e de gênero, aliados eficazes, zonas seguras livres de discriminação ou similares de acordo com as necessidades organizacionais em questões de diversidade sexual e de gênero.

Nesse caso, 67% das empresas afirmaram e comprovaram realizar tais treinamentos, proporção maior em 9 pontos percentuais em comparação à edição anterior. Dentre essas, 98% afirmaram mencionar especificamente os termos “orientação sexual” e “identidade e/ou expressão de gênero” nestes treinamentos. Esse também foi o tipo de treinamento com menor adesão entre as empresas certificadas: apenas 75% afirmaram realizá-lo. Entre as não certificadas, o percentual é ainda mais baixo, chegando a 35%.

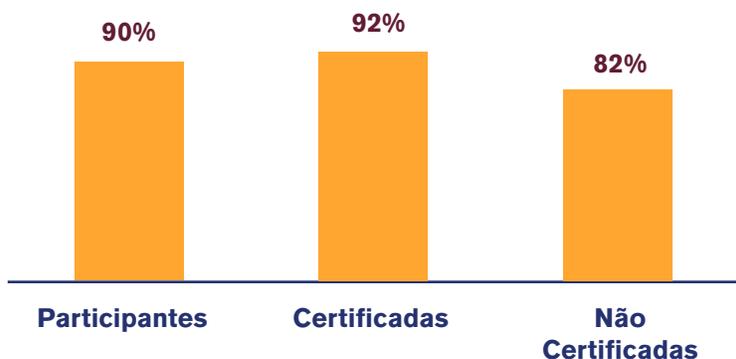
Qualquer pessoa sujeita a uma mudança de área, promoção ou mudança de nível, na qual esteja à frente de uma equipe de trabalho, deve participar pessoalmente ou online de treinamento obrigatório?



Quanto aos **programas de treinamento anuais e contínuos, voltados ao desenvolvimento de habilidades para prevenir a discriminação e promover a inclusão positiva**, sob a perspectiva LGBTQIA+, e que sejam ofertados a todas as pessoas colaboradoras, os resultados foram positivos: 90% das empresas afirmaram oferecer esse tipo de treinamento, representando um crescimento de três pontos percentuais em relação ao relatório de 2024. Dentre essas empresas, 98% mencionaram explicitamente os termos “orientação sexual” e “identidade e/ou expressão de gênero” nos conteúdos dos treinamentos.

Já entre as empresas certificadas, 92% confirmaram ofertar esse tipo de treinamento, o que representa uma queda de sete pontos percentuais em comparação ao ano passado.

Há programas de treinamentos que abordem temáticas relacionadas a pessoas LGBTQIA+, como o desenvolvimento de habilidades para evitar a discriminação e influenciar a inclusão positiva do grupo?



Também avaliamos se, ao longo do último ano (janeiro a dezembro de 2024), as organizações realizaram **workshops, treinamentos, conferências ou eventos com foco na temática LGBTQIA+**, com o objetivo de promover a não discriminação com base na orientação sexual e/ou identidade de gênero em seus ecossistemas. O resultado foi bastante positivo: apenas três empresas não realizaram nenhuma dessas ações.

Essas iniciativas foram majoritariamente direcionadas a **pessoas colaboradoras, lideranças seniores e diretorias/gerências**. No entanto, a inclusão de públicos externos ainda é limitada: apenas **21% das empresas ofereceram esses treinamentos para fornecedores e 17% para clientes**. Entre as empresas certificadas, esses percentuais são ligeiramente superiores.

Um **ponto de atenção é a inclusão de trabalhadores terceirizados: cerca de 50% das empresas os envolveram nessas ações, uma queda em relação ao ano anterior, quando o índice se aproximava de 60%**. Essa redução pode refletir desafios enfrentados em 2024, como restrições orçamentárias, mudanças nas prioridades estratégicas ou dificuldades em manter o engajamento em agendas de diversidade diante de um cenário político e econômico instável.

Esses dados reforçam a importância de manter a pauta LGBTQIA+ como uma prioridade estratégica, mesmo diante de contextos desafiadores. Evidenciam, ainda, que o comprometimento com a inclusão precisa ser sustentado por ações contínuas, abrangentes e que envolvam todos os públicos do ecossistema organizacional.

Os treinamentos, workshops, conferências ou eventos (com foco na temática LGBTQIA+) realizados durante este ano (janeiro a dezembro de 2024), foram oferecidos aos seguintes públicos:	% em relação ao total de empresas	% em relação às empresas certificadas
Colaboradores	100% (89)	100% (73)
Liderança Sênior	92% (82)	93% (68)
Diretores/Gerentes	96% (85)	96% (70)
Trabalhadores terceirizados	49% (44)	51% (37)
Fornecedores	21% (19)	23% (17)
Clientes	17% (15)	21% (15)
Total de Empresas	89	73

*As empresas poderiam selecionar apenas as alternativas que estivessem em vigor.

As oficinas e treinamentos foram, em sua maioria, conduzidos pelos Grupo de afinidade/ERG/BRG/GT/Squad de empregados LGBTQIA+ da própria organização, em seguida, por equipe interna, palestrantes e especialistas externos.

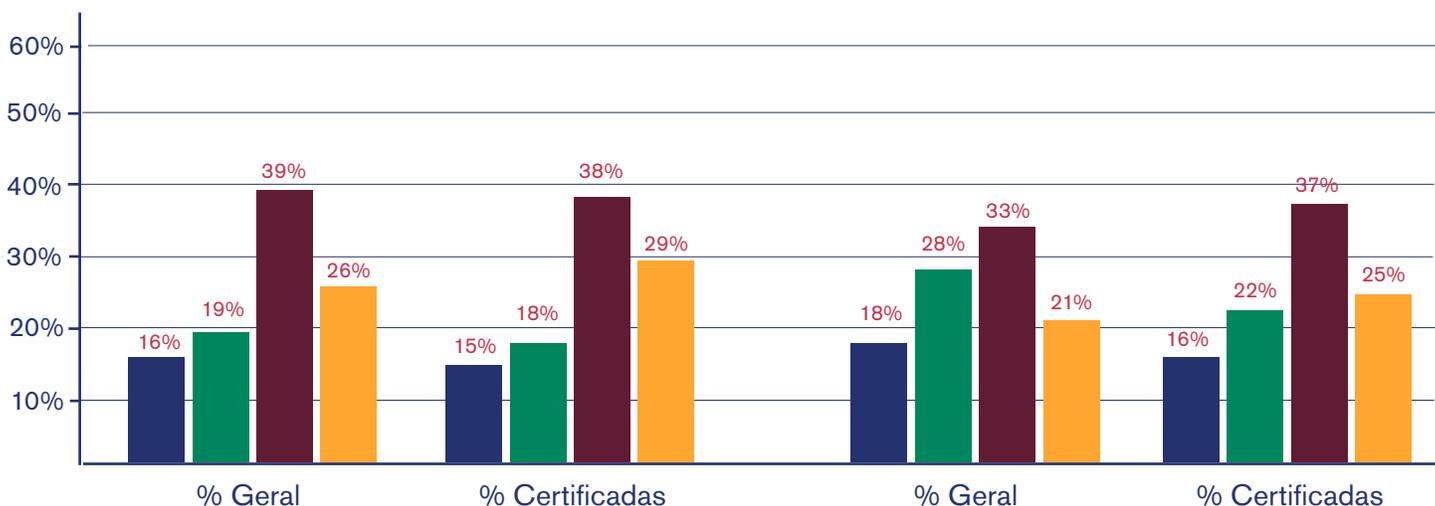
Os treinamentos, workshops, conferências ou eventos (com foco na temática LGBTQIA+) realizados durante este ano (janeiro a dezembro de 2024), foram moderados/facilitados por:	% em relação ao total de empresas	% em relação às empresas certificadas
Grupo de afinidade/ERG/BRG/GT/Squad de Funcionários LGBTQIA+	80% (71)	89% (65)
Equipe interna da organização	85% (76)	85% (62)
Palestrantes, Especialistas ou Consultores Externos	83% (74)	86% (63)
Comitê ou Conselho de Diversidade & Inclusão	49% (44)	53% (39)
Executivo Sponsor, ONGs da Sociedade Civil, Fórum de Organizações e Direitos LGBTQIA+	40% (36)	45% (33)
Outros	3% (3)	4% (3)
Total de Empresas	89	72

*As empresas poderiam selecionar apenas as alternativas que estivessem em vigor.

Em relação à participação nos treinamentos, conferências e eventos, observou-se que, quanto mais alto o nível hierárquico, menor a taxa de participação — tanto no geral quanto entre as empresas certificadas. Esse padrão se manteve em relação ao ano anterior. A baixa participação da alta liderança é um ponto crítico, pois o engajamento desse grupo é essencial para que a pauta avance de forma orgânica e estratégica dentro das organizações.

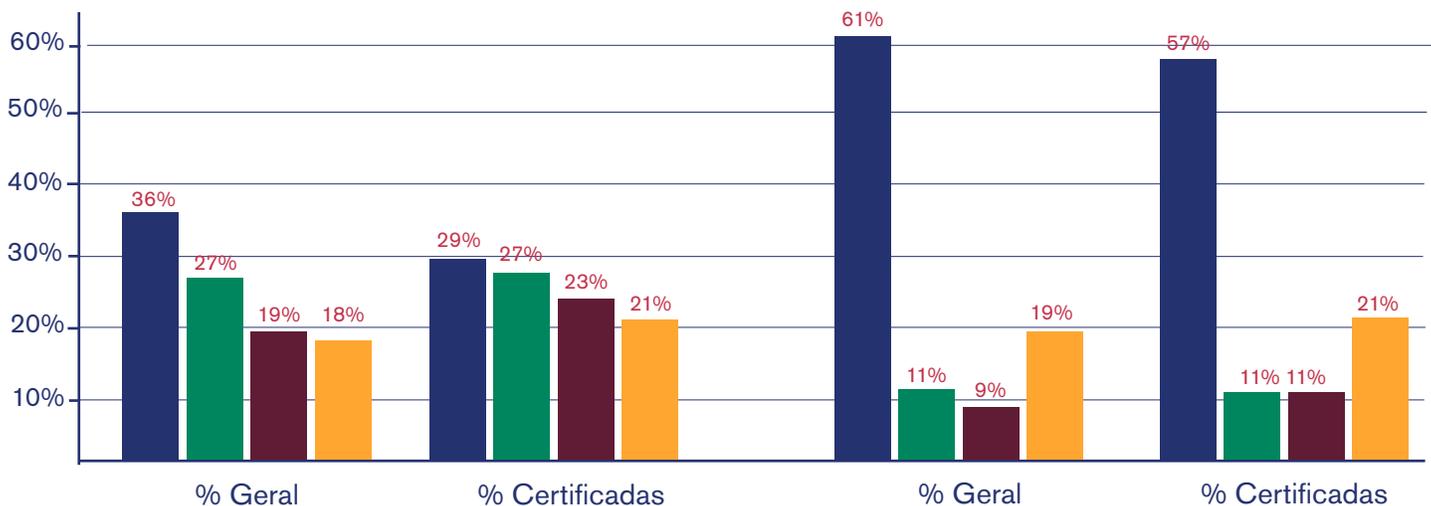
Percentual de pessoas que participaram dos treinamentos, conferências ou eventos com foco na temática LGBTQIA+ por grupos:

■ 0% a 25% ■ 26% a 50% ■ 51% a 75% ■ 76% a 100%



Colaboradores

Gestores



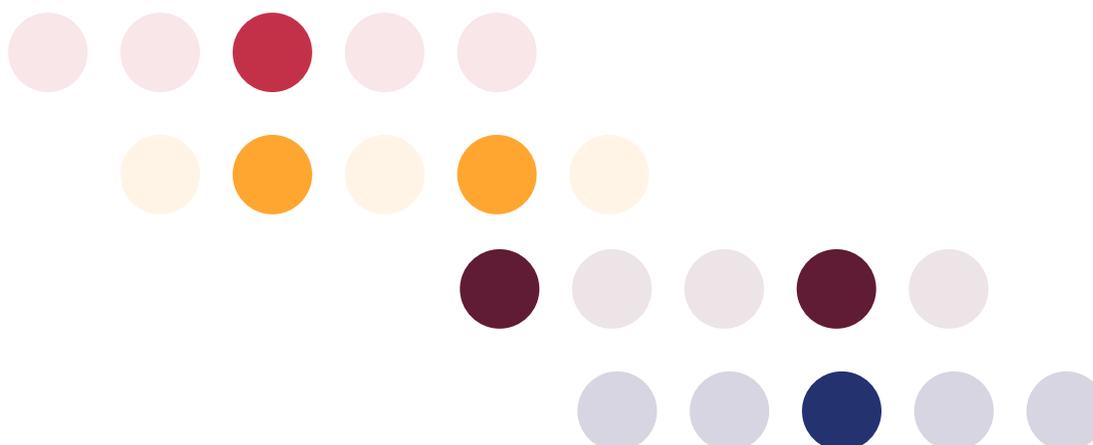
Liderança Sênior

Conselho de Administração

Sobre ações voltadas à **inclusão de pessoas trans**, **62% das empresas afirmaram oferecer treinamentos específicos**, com foco maior nas equipes de Atração de Talentos (97%) e Recursos Humanos (95%). Entre as certificadas, os percentuais foram semelhantes.

A organização oferece treinamento e educação com foco na inclusão de pessoas trans para as seguintes equipes:	% em relação ao total de empresas	% em relação às empresas certificadas
Atração de talentos	97% (60)	96% (55)
Recursos Humanos	95% (59)	95% (54)
Jurídico e Compliance	63% (39)	65% (37)
Serviços médicos	47% (29)	47% (27)
Segurança e manutenção	39% (24)	39% (22)
Serviços alimentares	24% (15)	25% (14)
Não realizamos treinamentos específicos com foco em pessoas trans	48% (30)	32% (18)
Total de Empresas	62	57

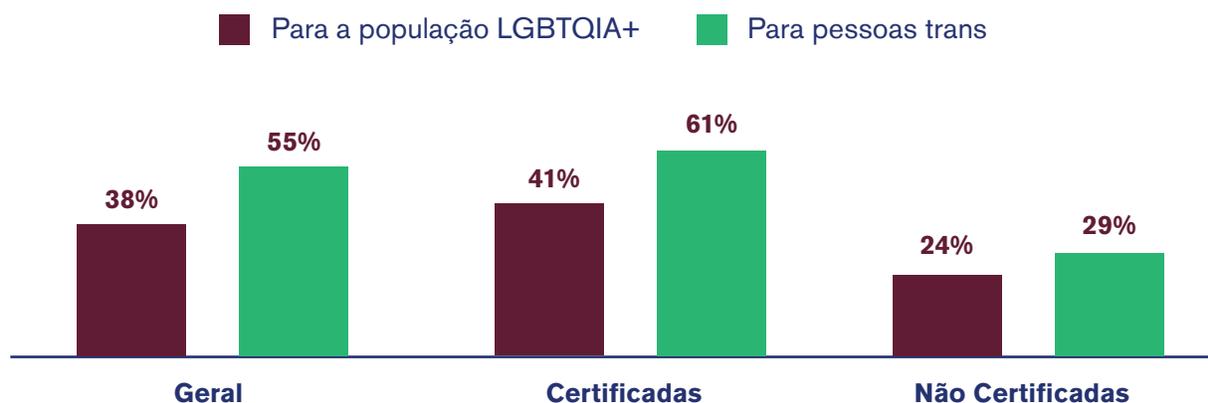
*As empresas poderiam selecionar apenas as alternativas que estivessem em vigor.



No que diz respeito às práticas mais estruturadas, apenas **38% das empresas afirmaram possuir programas de desenvolvimento de talentos ou aceleração de carreira com recorte para a população LGBTQIA+**. Entre as certificadas, o percentual foi de 41%.

Já em **relação a estratégias específicas para recrutamento, inclusão e acompanhamento de pessoas trans, 55% das empresas afirmaram ter ações estabelecidas**. Entre as certificadas, esse número sobe para 61%, embora represente uma queda de 10 pontos percentuais em relação à edição anterior. Já entre as não certificadas os percentuais não chegam a 30%.

A organização tem programas de desenvolvimento de talentos ou aceleração de carreira voltados para:



Também investigamos se a organização possui banheiros neutros para as pessoas. 45% afirmam que em todas as instalações no ambiente de trabalho há menção inclusiva para todas as pessoas utilizarem de acordo com a sua identidade de gênero. Este número representa um avanço de seis pontos percentuais em relação ao ano anterior.

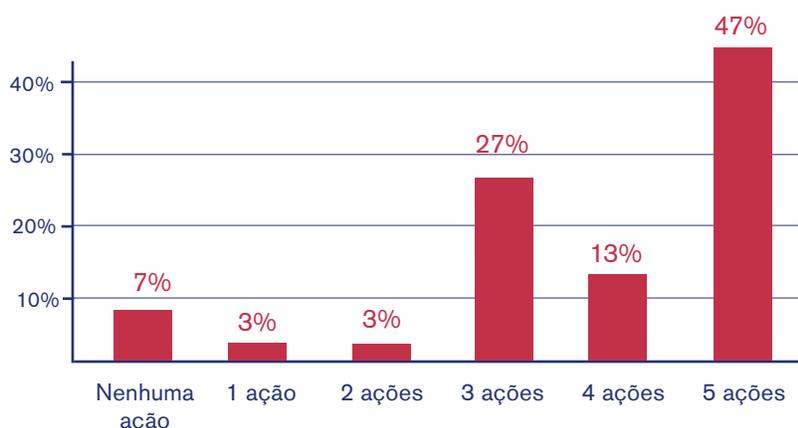
A organização possui banheiros neutros para todos os gêneros?



Compromissos Públicos

Um dos pilares importantes para a avaliação desta pesquisa foi a realização de compromissos públicos com a comunidade LGBTQIA+. Entre as empresas participantes, **93% afirmaram ter realizado ao menos um compromisso público¹. Para atingir a pontuação máxima neste pilar, era necessária a comprovação de até 3 ações realizadas em 2024.** De forma geral, 87% das empresas participantes realizaram de 3 a 5 ações voltadas à comunidade LGBTQIA+ (percentual acima em 10 pontos em comparação à edição anterior).

De janeiro a dezembro de 2024, quantas ações ou grupos de ações de compromisso público a organização realizou/realizará com a população LGBTQIA+?



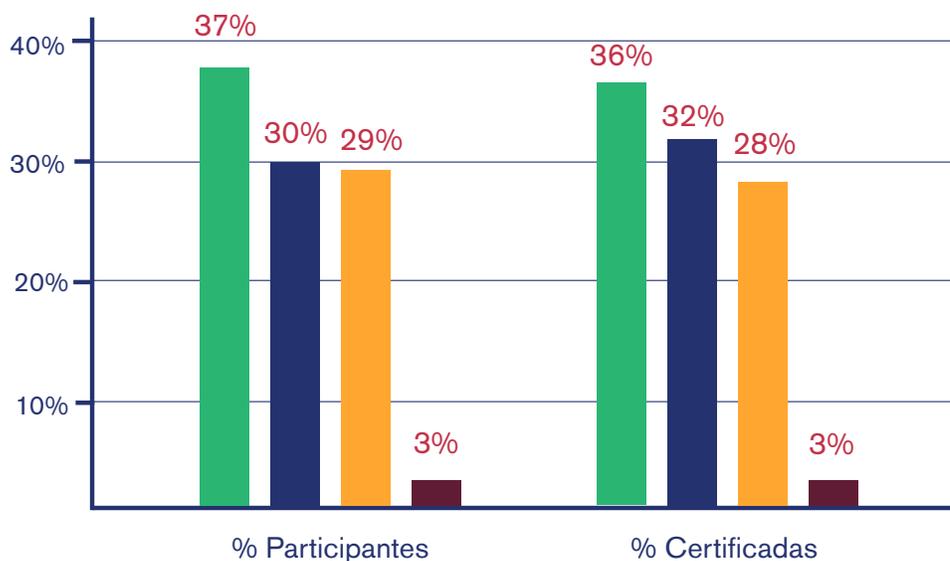
Entre todas as ações realizadas, Filantropia/RSC/Impacto Social e Marketing são as mais comuns, tanto entre todas as empresas quanto entre as certificadas.



¹Foram consideradas quatro categorias principais para os compromissos públicos: Compromissos Públicos para cada categoria: **Marketing:** Ações de campanhas de marketing, publicidade, redes sociais corporativas, publicação e patrocínio de posts em redes sociais com o público LGBTQIA+; **Filantropia/RSC/Impacto Social:** Patrocínio de seminários, intervenções públicas, advocacy, patrocínio de eventos voltados à comunidade LGBTQIA+, filantropia para organizações LGBTI+ no Brasil, fomento de projetos de impacto social para a população LGBTQIA+ em vulnerabilidade, atividades do Fórum de Empresas e Direitos LGBTQIA+, participação ou patrocínio da Parada do Orgulho LGBTI+, patrocínios de feiras de carreira para esse público (como a Feira DiverS/A) e ações de voluntariado; **Recursos Humanos/Recrutamento:** Contratação de consultorias especializadas para realizar a curadoria voltada para pessoas LGBTQIA+ nas vagas em aberto, programas de mentoria/aceleração/desenvolvimento promovidos pela organização que sejam focados nas pessoas LGBTQIA+, área de RH preparada para recrutar de maneira inclusiva com processos seletivos inclusivos, áreas e processos de RH revistos de acordo com as premissas de D&I; **Compras de fornecedores diversos:** Selecionar fornecedores que sejam pessoas LGBTQIA+ ou realizar a seleção com bases diretrizes de D&I implementada na organização, em que fornecedores precisam estar aderentes a todos os requisitos. Um exemplo de diretrizes é que fornecedores tenham princípios de tratamento inclusivo e respeitoso da comunidade LGBTQIA+ e não tolerância a discriminação.

Categorias das ações realizadas:

- Filantropia/RSC/ Impacto Social
- Marketing
- Recursos Humanos/ Recrutamento
- Compras de fornecedores diversos



Entre os compromissos públicos relatados pelas empresas, destaca-se a **adesão ou renovação como signatárias do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+**, assumindo os **10 compromissos propostos pela organização**.

Outra ação amplamente mencionada foi a **realização de campanhas e publicações nas redes sociais institucionais**. É especialmente relevante observar que algumas empresas têm adotado práticas de **dar voz às pessoas LGBTQIA+ que integram seus quadros**, por meio de relatos e depoimentos. Essa abordagem fortalece a representatividade e contribui para a construção de ambientes mais inclusivos. Embora muitas dessas ações se concentrem no mês de junho, **Mês do Orgulho LGBTQIA+**, há empresas que também reconhecem e celebram outras datas importantes, como o **Dia da Visibilidade Trans** e o **Dia da Visibilidade Lésbica**, ampliando o escopo de reconhecimento da diversidade dentro da comunidade.

Além das campanhas de comunicação, as empresas realizaram **diversos eventos voltados à promoção da diversidade e inclusão LGBTQIA+**, como o patrocínio de feiras de empregabilidade afirmativa, participação no **Seminário de Empregabilidade LGBTI+ em Brasília**, presença nas Paradas do Orgulho LGBTQIA+ e realização de semanas temáticas, conferências, painéis, entrevistas, clubes do livro com temática trans e rodas de conversa. Algumas dessas iniciativas **também abordaram a intersecção entre diversidade sexual e saúde mental**, promovendo espaços de escuta e acolhimento emocional. Ações simbólicas, como o **hasteamento da bandeira LGBTQIA+** nas sedes corporativas durante o mês de junho, reforçam o posicionamento institucional das empresas.

No campo de **recursos humanos e recrutamento**, as ações têm se concentrado especialmente na inclusão da população trans. As empresas têm buscado parcerias com iniciativas especializadas na contratação de pessoas trans, participado de feiras de empregabilidade voltadas a esse público e desenvolvido programas de capacitação e desenvolvimento profissional para preparar pessoas

LGBTQIA+ para processos seletivos e oportunidades de carreira. Também foram implementadas ações estruturantes, como a **criação de protocolos de acompanhamento a processos de transição de gênero e campanhas internas de atualização de pronomes**.

Outro destaque são as **parcerias com Organizações Não Governamentais (ONGs)**, além de doações financeiras e materiais, são realizadas ações presenciais para o apoio a projetos sociais voltados à causa LGBTQIA+, engajamento em ações locais, considerando o impacto municipal e regional. As instituições mais citadas foram a Casa 1, Casa Florescer e Casa Neon Cunha.

Essas parcerias evidenciam o compromisso das empresas com a transformação social e o fortalecimento de redes de apoio à comunidade LGBTQIA+, especialmente em contextos de vulnerabilidade.

Principais destaques e melhores práticas

A partir das análises realizadas pela auditoria dos documentos compartilhados, os pontos qualitativos de destaque mapeados foram:

- A presença de ações de mentoria de carreira tanto no âmbito interno quanto externo: com mentorias reversas e mentorias de carreira dentro das organizações ou mentorias de carreira destinadas ao público LGBTQIA+ que ainda não está inserido no mercado formal de trabalho;
- Os Grupos de afinidade LGBTQIA+ apresentam um planejamento bem estruturado, com ações robustas e metas anuais bem definidas, dando protagonismo às pessoas LGBTQIA+;
- Assim como no ano passado, foi notado um volume significativo de parcerias com organizações não governamentais focadas na temática LGBTQIA+, com maior impacto associado a projetos envolvendo pessoas trans;
- Também foi constatada a continuidade da adesão das empresas ao Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+ e, conseqüentemente, aos seus 10 compromissos públicos. Dentro desses compromissos públicos, se destacam ações em datas específicas, como a Parada do Orgulho LGBTQIA+, por exemplo;
- Benefícios oferecidos exclusivamente para pessoas trans, como o **reembolso de medicamentos para pessoas trans, apoio para a realização de cirurgias de redesignação sexual e licença durante este processo, apoio no custeio do processo de retificação de nome** e ações formais de regularização do uso de nome social.

Também foram mapeadas melhores práticas a serem realizadas para as próximas edições:

- Incluir critérios de Diversidade e Inclusão no processo de avaliação de lideranças seniores (pessoas que ocupam cargos de Gerência Sr., Diretoria, Vice-Presidência e Presidência, ou outros de maiores hierarquias/denominações), como por exemplo a vinculação de bonificação financeira ao alcance de metas de diversidade da empresa, ter como um dos pilares de análise de desempenho da liderança o desenvolvimento de práticas de Diversidade e Inclusão para o time direto ou toda a organização;
- Maior variedade das ações de compromisso público voltados à população LGBTQIA+, pois percebe-se uma concentração em ações de Marketing nas redes sociais e na mídia (ainda que sejam importantes para posicionar publicamente as marcas como promotoras da agenda de Diversidade e Inclusão, estas não devem ser as principais ou únicas ações executadas pelas empresas em torno da pauta LGBTQIA+), especialmente no Mês do Orgulho.
- Revisão de pesquisas de percepção que possibilitem tanto a abordagem qualitativa acerca do pertencimento e inclusão das pessoas nas empresas quanto os diferentes recortes dentro da sigla LGBTQIA+.

CONCLUSÃO

Os resultados desta quarta edição evidenciam a qualidade e consistência das práticas adotadas pelas empresas certificadas e participantes, demonstrando um compromisso genuíno com os direitos LGBTQIA+ no ambiente corporativo. Embora alguns pontos de atenção ainda se destaquem diante do contexto atual, **há motivos para celebração e reconhecimento**. Para esta edição, destacamos mensagens essenciais para a realidade das pessoas LGBTQIA+ no mundo do trabalho:

1. O tema de **políticas e benefícios** segue como o mais consolidado na pesquisa. Ao longo das edições, observa-se uma evolução na governança das organizações, com maior estruturação da pauta nas políticas internas. Houve aumento na presença dos termos “orientação afetivo-sexual” e “gênero” nas políticas formais, ainda que tenha sido observado que em muitos casos ainda não se utiliza o termo completo “identidade de gênero”, o que pode apontar para a necessidade de uma atualização das políticas para uma melhor abrangência no que se trata de pessoas trans. No entanto, chama atenção a redução da presença dessas políticas em regimentos internos e códigos de ética e conduta, o que pode indicar uma fragilidade ou despriorização da pauta, possivelmente reflexo do contexto atual. A redução no número de empresas certificadas com Comitês específicos reforça essa hipótese.
2. Os **compromissos públicos** continuam sendo um ponto forte: apenas 7% das empresas não realizaram nenhum em 2024. Esse dado evidencia que organizações que ainda não iniciaram ações ou estruturaram projetos relacionados à pauta LGBTQIA+ estão atrasadas e se tornam menos atrativas para talentos LGBTQIA+ no Brasil.
3. Houve progresso na área de educação, com mais empresas oferecendo treinamentos obrigatórios para pessoas recém-contratadas e novas lideranças. No entanto, ainda há espaço para melhorias na especificação de públicos, conteúdos e obrigatoriedade. **Treinamentos voltados à liderança e alta liderança, com foco em diversidade e inclusão, são essenciais para formar lideranças verdadeiramente comprometidas com a sustentabilidade da agenda.**
4. As práticas de levantamento de dados apresentaram avanços significativos: houve um aumento de 13 pontos percentuais na realização de pesquisas qualitativas e métricas de D&I. **Cada vez mais, as organizações têm estruturado o monitoramento contínuo por meio de abordagens qualitativas e quantitativas, fortalecendo a gestão baseada em evidências.** Ainda há espaço para melhoria: existem casos nos quais as empresas coletam dados qualitativos com suas equipes, porém não existe uma forma de filtrar essas respostas para analisar a percepção de pessoas LGBTQIA+ especificamente. Em outros casos ocorreu o oposto: as pesquisas coletavam informações de orientação afetivo-sexual e identidade de gênero, porém não tinham perguntas qualitativas nos seus formulários de pesquisa.

5. A inclusão de métricas de D&I na avaliação de desempenho de lideranças seniores teve um crescimento expressivo de cerca de 20 pontos percentuais, alcançando 86% das empresas. Embora ainda existam oportunidades de aprimoramento. **Ainda que tenha ocorrido esse avanço e isso represente um marco relevante, foi observado que em muitos casos de empresas que não pontuaram nesse quesito**, exista a participação das lideranças em atividades voltadas para D&I, porém isso não representa um critério formal de avaliação.
6. O avanço da abordagem do pilar Geracional nas políticas de D&I é positivo, especialmente diante do envelhecimento da população brasileira e da entrada de mais jovens no mercado de trabalho. **É fundamental que as organizações adotem uma perspectiva interseccional**, reconhecendo a diversidade de vivências entre juventudes e pessoas mais velhas.
7. As ações voltadas à cadeia de fornecedores ainda são limitadas. Poucas empresas estendem treinamentos, workshops ou eventos a esses parceiros, o que representa uma **oportunidade estratégica** para aquelas que já estão mais avançadas na jornada de D&I.
8. Houve um aumento de 4 pontos percentuais nas empresas que possuem uma política de Transição de Gênero em vigor. Apesar disso, muitas empresas possuem práticas voltadas a pessoas colaboradoras trans, como apoio à retificação de documentos, isenção de medicamentos e cobertura para cirurgia de redesignação, que são importantes de estarem formalizadas em políticas estruturadas. **A institucionalização dessas práticas é essencial para garantir segurança, continuidade e equidade.**

Acreditamos que esse material possibilitará o avanço das políticas e práticas voltadas à inclusão de pessoas LGBTQIA+ no Brasil, auxiliando empresas que ainda não alcançaram a certificação ou empresas que ainda não participaram da pesquisa. Parabenizamos, mais uma vez, as 75 certificadas.

Human Rights Campaign
Fórum de Empresas LGBTQIA+
Instituto Mais Diversidade

AGRADECIMENTOS

Os resultados da quarta edição da HRC Equidade BR 2025 celebram o caminho sólido em que empresas privadas avançam no país para a temática LGBTQIA+. É interessante observar o crescimento de empresas certificadas quando comparamos com a primeira edição. Queremos agradecer a todas as organizações participantes, que acreditam em um ambiente mais inclusivo para todas as pessoas e sabem que muito ainda precisa ser feito. O compromisso genuíno de vocês, organizações privadas e profissionais de diversidade, direitos humanos e ESG, para criar e promover locais de trabalho inclusivos para a força de trabalho LGBTQIA+ no Brasil, nos inspira a continuar trabalhando para avançar e alcançar a inclusão total de todas as pessoas colaboradoras LGBTQIA+ no país.

Agradecimentos especiais

Agradecimento especial a todas as pessoas integrantes do time do Instituto Mais Diversidade, pela campanha de divulgação e contato com as empresas; a Gabriela Andrade e Leticia Marques pelo apoio na organização do evento de lançamento do relatório; a Samuel Gomes pela análise e auditoria minuciosa de todas as informações trazidas pelas organizações participantes; a Gabriella Gontijo pela construção do relatório, para posterior validação e complementação de outras instâncias. Sem vocês essa conquista não teria sido alcançada. Em especial, uma menção honrosa a Joyce Harabara e Ravi Matos, responsáveis pelo acompanhamento e condução do projeto. Muito obrigada!

Também destinamos um agradecimento especial a Ellen Kahn, Vice-presidente Sênior de Programas, Pesquisa e Treinamento da HRC, RaShawn “Shawnie” Hawkins, Diretora Senior do Programa de Equidade no Local de Trabalho HRC, Carlhey Bolz, Vice-Diretora de Engajamento de Negócios Globais, e Baylee Wechsler, Gerente de engajamento corporativo do Programa de Equidade no Local de Trabalho pelo apoio e orientação recebidos da sede da HRC em Washington. Também agradecemos a Robert Villaflor Courtney Ray pela concepção deste relatório HRC Equidade BR 2025. Além disso, Steffi Badanes por sua experiência e assistência em marketing digital. E, por último, a Jared Todd, pelo apoio nas comunicações.

Helen Faquinetti, Diretora do Instituto Mais Diversidade

Equipe HRC Equidade BR



RaShawn “Shawnie” Hawkins, SHRM-CP **Diretora Sênior do Programa de Equidade no** **Ambiente de Trabalho**

RaShawn “Shawnie” Hawkins, SHRM-CP (ela/dela), é Diretora Sênior do Programa de Igualdade no Ambiente de Trabalho na HRC Foundation. Ela atua como defensora e educadora pela inclusão LGBTQIA+ no local de trabalho há mais de 15 anos. Nesse cargo na HRC, é responsável por gerenciar programas-chave de engajamento corporativo e com públicos estratégicos, especialmente no desenvolvimento de recursos educacionais, treinamentos, plataformas contínuas de comunicação e projetos multimídia que abordam temas LGBTQIA+ atuais e emergentes, com o objetivo de promover a inclusão nos ambientes de trabalho.

Antes de ingressar na HRCF, atuou no setor corporativo como Business Partner em Recursos Humanos e como profissional de Desenvolvimento de Lideranças, desenhando e implementando currículos de treinamento para organizações de diversos setores, como varejo e telecomunicações. RaShawn é bacharel pela Universidade de Iowa e possui certificação em Liderança em Diversidade, Equidade e Inclusão pela Universidade Northwestern.



Carlhey Bolz **Diretora Adjunta de Engajamento Empresarial Global**

Carlhey lidera os programas Equidad MX, CL, AR e Equidade BR da HRC — quatro iniciativas nacionais voltadas à promoção de ambientes de trabalho inclusivos para pessoas LGBTQIA+ no México, Chile, Argentina e Brasil, respectivamente. Ela também apoia outros projetos globais e relacionados ao ambiente de trabalho, como a parceria com a Tent, a campanha #workingpositively e o Índice de Igualdade Corporativa (CEI), promovendo o diálogo com empresas, corporações e governos para construir parcerias em prol da igualdade LGBTQIA+ em nível global.

Com mais de dez anos de experiência em gestão de projetos, Carlhey atuou em diversos contextos internacionais, incluindo um programa de intercâmbio do Departamento de Estado dos EUA e trabalho voluntário no Corpo da Paz no Peru. Ela possui mestrado em Políticas de Desenvolvimento Internacional pela Universidade Duke.



Baylee Wechsler **Gerente de Engajamento Corporativo do Programa de** **Equidade no Ambiente de Trabalho**

Baylee Wechsler (ela/dela) é Gerente de Engajamento Corporativo do Programa de Igualdade no Ambiente de Trabalho na Human Rights Campaign Foundation. Nesse cargo, ela facilita as iniciativas globais de igualdade no local de trabalho e oferece suporte logístico e operacional para toda a equipe do Programa de Igualdade no Ambiente de Trabalho. Antes de ingressar na HRCF, Baylee trabalhou em diversos espaços de advocacy por justiça social. Ela possui dupla graduação em Estudos de Desenvolvimento Internacional e Estudos de Gênero, além de uma habilitação secundária em Língua Espanhola, pela Universidade da Califórnia, em Los Angeles. Baylee também está cursando um Mestrado em Políticas Públicas e um Certificado de Pós-Graduação em Ciência de Dados na Universidade George Washington.



Helen Faquinetti

Helen Faquinetti (ela/dela) é especialista em direitos humanos, inclusão econômica e desenvolvimento de políticas, com mais de 15 anos de experiência articulando diferentes setores para promover justiça social. Atualmente, é Diretora Executiva do Instituto +Diversidade e lidera o Fórum de Gerações e Futuro do Trabalho. Sua trajetória inclui passagens por empresas como Itaú, Citi, DuPont e Scania, nas áreas de comunicação corporativa, responsabilidade social, sustentabilidade e filantropia. No HRC Equidade BR atua orientando estrategicamente a implementação do programa.



Joyce Harabara

Joyce Harabara (ela/dela) é uma mulher parda, bissexual, atualmente reside em São Paulo, mas é de Cuiabá/MT e já morou em vários lugares pelo Brasil. É graduada em Relações Públicas pela FAPCOM, com bolsa integral do ProUni e especialista em Gestão de Projetos pela USP-Esalq, também com bolsa integral pela própria Universidade. Começou cedo a sua trajetória na área social. Atua desde 2013 em diversos projetos no Terceiro Setor, especialmente nas áreas de Cultura, Educação e Direitos Humanos. Atualmente, é Coordenadora de Projetos no I+D. No HRC Equidade BR, é responsável por liderar a implementação operacional do programa.



Ravi Matos

Ravi Matos (ele/dele) é bacharel em Ciências Sociais com ênfase em Antropologia do Gênero pela Universidade Federal de Alagoas, especialista em Diversidade & Inclusão pela Escola Aberje de Comunicação e pós-graduando no MBA da USP-Esalq em Gestão de Negócios. Possui experiência na elaboração, gestão, monitoramento e avaliação de projetos direcionados à empregabilidade e geração de renda para a população LGBTQIA+. Além disso, possui experiência com elaboração, revisão de conteúdos e facilitação para treinamentos em D&I de pessoas LGBTQIA+ para empresas, organizações da sociedade civil e instituições de ensino. No HRC Equidade BR, atua como gestor de projeto.



Gabriella Gontijo

Gabriella Gontijo (ela/dela) é Cientista Social pela Unicamp, possui certificações em Data Science (Insper), Diversidade nas Organizações (Aberje) e Extensão em ESG e Impacto Social das Práticas Corporativas (PUC-SP). Atua como Analista de Pesquisas e Dados na Mais Diversidade, tendo um currículo sólido em pesquisa, metodologia, coleta e análise de dados, além de storytelling estratégico. Também é voluntária em causas relacionadas a proteção animal, na AAANO, na qual lidera a equipe de Dados. Na HRC Equidade BR, é responsável pela gestão e análise dos dados, além da redação do relatório da pesquisa desde 2022.



Gabriela Andrade

Gabriela Andrade (ela/dela) é graduanda em Relações Internacionais na Universidade Estadual Paulista (Unesp – Franca) e atua como estagiária no Instituto Mais Diversidade, onde desenvolve atividades de captação de recursos, relacionamento e apoio na implementação dos projetos. Sua trajetória no terceiro setor vem desde a adolescência, seja participando de coletivos como o Interact, seja em iniciativas voltadas para a comunidade social. No HRC Equidade BR oferece apoio às atividades de rotina da equipe.

Lista de Empresas Participantes no Programa Global de Equidade no Trabalho – HRC Equidade BR (2025)

Com o objetivo de promover as empresas que estão utilizando o Programa da HRC para desenvolver seus processos internos, a partir desta edição, o programa adotou a prática de divulgação dos nomes de todas as empresas participantes da pesquisa Equidade BR. A divulgação está dividida em duas listas distintas. A primeira delas, na página 15 deste relatório, com os nomes das empresas que atingiram a nota máxima, 100 pontos. A segunda lista, a seguir, apresenta o nome de todas as empresas que responderam à pesquisa, informando apenas os nomes das organizações.

ORGANIZAÇÕES PARTICIPANTES DO PROGRAMA EQUIDADE BR 2025

Accenture Brasil
ADY
Alcoa
Amazon
Andrade Maia Advogados
ARCOS DORADOS
ASSAÍ
Atento
Bain & Company
Baker Hughes
Banco PAN
BASF S.A
BAT
Bayer SA
BCG Brasil
BD
Belgo Arames
BETC HAVAS
BMS
Bruning Tecnometal
C6 Bank
Capgemini Brasil
Cargill
Cogna Educação S.A.
Cognizant Serviços de Tecnologia e Software do Brasil
Colgate-Palmolive
Copastur

Cummins
Dell Technologies
DEMAREST ADVOGADOS
DP6
Edelman
Edenred Brasil
ERM Brasil
EssenceMediacom
Essity
EY
Flex
GE Vernova
Gerdau
Globant
GM Financial
Grupo Amil
Grupo L'Oréal no Brasil
Grupo Pão de Açúcar
Hilti
Honeywell
Hospital Israelita Einstein
Hotelaria Accor
Itaú Unibanco
J.P. Morgan
KEARNEY
KPMG
Lexmark
LIVELO S.A

LOCALIZA&CO
Mattel do Brasil Ltda
McKinsey & Company Brasil
Mondelêz Brasil
MSD Brasil
NIQ
NISSAN DO BRASIL
Novo Nordisk Produção Farmacêutica do Brasil
NTT DATA Brasil
Oracle
PASCHOALOTTO SERVIÇOS FINAN- CEIROS
Philip Morris Brasil (PMB)
PwC Brasil
Química Anastacio
RD Saúde
Renaissance São Paulo Hotel
Riachuelo
Schneider Electric
Sephora
Sodexo

STK
Symrise
TATA CONSULTANCY SERVICES DO BRASIL LTDA
TE CONNECTIVITY BRASIL INDUSTRIA DE ELETRONICOS
Ternium Brasil
Thomson Reuters
Thoughtworks Brasil
TIM Brasil
TOTVS
TozziniFreire Advogados
Trench Rossi Watanabe Advogados
Vale S.A
Veirano Advogados
Vivo
Volkswagen do Brasil Indústria de Veícu- los Automores Ltda.
Votorantim Cimentos
Wabtec

