

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO CARLOS
RAFAEL AUGUSTO SCHIABEL

**GESTÃO ORGANIZACIONAL *VERSUS* INDIVÍDUOS LGBTQIAP+: UMA
MINERAÇÃO QUALITATIVA SOBRE A DIVERSIDADE DE GÊNERO NA ESFERA
EMPRESARIAL EM 2022**

São Carlos
2022

RAFAEL AUGUSTO SCHIABEL

**GESTÃO ORGANIZACIONAL *VERSUS* INDIVÍDUOS LGBTQIAP+: UMA
MINERAÇÃO QUALITATIVA SOBRE A DIVERSIDADE DE GÊNERO NA ESFERA
EMPRESARIAL EM 2022**

Monografia apresentada ao Curso de Tecnologia em
Gestão Empresarial da Faculdade de Tecnologia de São
Carlos do Centro Paula Souza como requisito parcial à
obtenção do título de Tecnólogo em 2022.

Orientadora: Prof^ª. Esp. Izabela Cristina Struziato
Coorientador: Prof. Me. Dr. Erasmo Roberto Marcellino

São Carlos

2022

Schiabel, Rafael

Gestão organizacional versus indivíduos LGBTQIAP+: uma mineração qualitativa sobre a diversidade de gênero na esfera empresarial em 2022 / Rafael Augusto Schiabel. – São Carlos, 2022
xx f.: il. ; 29 cm

Monografia (graduação) – Faculdade de Tecnologia de São Carlos, 2022

Orientadora: Izabela Cristina Struziato.

Coorientador: Erasmo Roberto Marcellino.

Banca examinadora: Ana Rita Tiradentes Terra Argoud, Adriano Albertin, Izabela Cristina Struziato.

1. Inclusão empresarial. 2. LGBT nas organizações. 3. Análise multi-método.

RAFAEL AUGUSTO SCHIABEL

**GESTÃO ORGANIZACIONAL VERSUS INDIVÍDUOS LGBTQIAP+: UMA
MINERAÇÃO QUALITATIVA SOBRE A DIVERSIDADE DE GÊNERO NA ESFERA
EMPRESARIAL EM 2022**

Esta monografia foi julgada adequada à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial e aprovada em sua forma final pelo Curso de Tecnologia em 2022 da Faculdade de Tecnologia de São Carlos.

São Carlos, 08 de dezembro de 2022.

Professora e orientadora Izabela Cristina Struziato, Esp.
FATEC São Carlos

Professor e coorientador Erasmo Roberto Marcellino, Me., Dr.
FATEC São Carlos

Prof.^a Ana Rita Tiradentes Terra Argoud, Me., Dr.
FATEC São Carlos

Prof. Adriano Albertin, Me.
FATEC São Carlos

Dedicatória: a todas as pessoas que se identificam como LGBTQIAP+ e que enfrentam dificuldades diárias em serem aceitas onde quer que estejam.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me guiar e confiar tarefas na certeza de que seria capaz de realizá-las, me permitindo viver este momento tão especial e sonhado. À professora e orientadora Izabela Cristina Struziato e ao professor e coorientador Erasmo Roberto Marcellino, que me apoiaram e contribuíram, desde a ideia inicial, desenvolvimento, análises dos resultados, correções e finalizações de todo o estudo; à professora Cláudia Maria Napolitano Morasco, que contribuiu com sugestões para a elaboração do questionário e com artigos a respeito do assunto; aos professores Ana Rita Tiradentes Terra Argoud e Adriano Albertin, que compõem a banca de apresentação; ao Anderson Junior de Freitas, que me auxiliou muito em questões técnicas de elaboração e escrita; a todos que colaboraram respondendo e divulgando o questionário; todos que me apoiaram e me ajudaram de alguma forma para a realização deste trabalho e torceram pelo seu sucesso.

“(…) Research may shed light on the financial impacts for companies of LGBT people’s inclusion.” (Zlateva et al.).

RESUMO

Dentro do meio empresarial a inclusão de indivíduos de diversas orientações sexuais, gêneros e etnias vêm promovendo a agregação de grupos marginalizados no ambiente de trabalho. Tal estudo propõe uma análise sobre o comportamento do colaborador nas empresas no que diz respeito às oportunidades no ambiente de trabalho dentro de entidades no Brasil, sobretudo para indivíduos que se identificam como LGBTQIAP+ no ano de 2022. Utilizando-se de abordagem multi-método e de um questionário, realizou-se o levantamento de informações a respeito da diversidade nos ambientes organizacionais, de portes diferentes, buscando saber quais são as percepções dos funcionários sobre questões de diversidade LGBTQIAP+ nas empresas em que trabalham. Ficou evidente a relevância de um ambiente de trabalho que considere a individualidade de seus funcionários e os respeitem como são, e que os que não se identificaram com esse grupo tenderam a ser aliados às questões oriundas de tal comunidade. Contudo, ainda existem receios dos indivíduos em se expor neste local e sofrerem represálias e, para isso, é necessário que as próprias organizações tomem providências para a promoção da igualdade, conscientização sobre discriminação e preconceito, aumento de vagas para este grupo minoritário, principalmente de forma a incluir pessoas transgênero. Todavia, muitos trabalhos ainda surgirão, com amostras mais representativas do todo, desvendando mais os impactos causados pela discriminação e/ou inclusão.

Palavras-chave: inclusão empresarial, LGBT nas organizações, análise multi-método.

ABSTRACT

Within the corporate environment, the inclusion of individuals of diverse sexual orientations, genders, and ethnicities has been promoting the aggregation of marginalized groups in the workplace, thus favoring miscegenation resulting from integration in organizational systems. This study proposes an analysis of employee behavior in companies concerning opportunities in the workplace within entities in Brazil, especially for individuals who identify themselves as LGBTQIAP+ in the 2022 year. Using a multi-method approach and a questionnaire, it was possible to survey information about diversity in organizational spheres of different sizes, trying to find out what are the perceptions of clerks about LGBTQIAP+ diversity issues in the companies. It became evident the relevance of a work environment that considers the individuality of its employees and respects them as they are, and that those who did not identify with this group tended to be allied to issues arising from such a community. However, there are still fears of individuals exposing themselves to this place and suffering reprisals, and, for this, the organizations themselves must take steps to promote equality, raise awareness about discrimination and prejudice, and increase vacancies for this minority group, mainly to include transgender people in jobs. Many works will still emerge, with more representative samples of the whole, revealing more impacts caused by discrimination and/or inclusion.

Keywords: inclusion business, LGBT at organizations, multi-method approach.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Porcentagem de pessoas que responderam ao questionário que se identificaram como LGBTQIAP+ ou não.	20
Gráfico 2 – Porcentagem de idade entre pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.	21
Gráfico 3 – Porcentagem de tempo de trabalho entre pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.	22
Gráfico 4 – Porcentagem de porte de empresas em que trabalham pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.	23
Gráfico 5 – Porcentagem de tipos de empresa que trabalham pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.	24
Gráfico 6 – Porcentagem de percepção sobre a inclusão/representatividade, na empresa que trabalha, pelas pessoas que responderam ao questionário e que se identificaram como LGBTQIAP+.	25
Gráfico 7 – Porcentagem de percepção sobre a segurança em ser si mesmo, na empresa que trabalha, sentida pelas pessoas que responderam ao questionário e que se identificaram como LGBTQIAP+.	26
Gráfico 8 – Porcentagem de percepção sobre a afirmação “a empresa que você trabalha se dedica à diversidade e à inclusão de pessoas LGBTQIAP+”, sentida pelas pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.	27
Gráfico 9 – Porcentagem de percepção sobre a dedicação à diversidade de pessoas LGBTQIAP+, na empresa que trabalha, sentida pelas pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.	28
Gráfico 10 – Porcentagem de percepção sobre a diversidade como prioridade para os superiores, na empresa que trabalha, de acordo com o porte, sentida pelas pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.	29
Gráfico 11 – Porcentagem de percepção sobre a importância da diversidade nas empresas para as pessoas que responderam ao questionário de acordo com o porte, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.	30
Gráfico 12 – Porcentagem de importância da diversidade nas empresas para as pessoas que responderam ao questionário de acordo com a idade e que se identificaram como LGBTQIAP+.	31

Gráfico 13 – Porcentagem de importância da diversidade nas empresas para as pessoas que responderam ao questionário de acordo com a idade e que não se identificaram como LGBTQIAP+.32

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 OBJETIVOS	13
1.2 JUSTIFICATIVA	13
1.3 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO.....	14
2 LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO.....	15
3 MÉTODO DE PESQUISA.....	18
4 APRESENTAÇÃO DA PESQUISA	19
4.1 DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO.....	19
4.2 IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO DA PESQUISA	20
4.3 PERCEPÇÕES A RESPEITO DO TEMA DIVERSIDADE NAS EMPRESAS	25
4.4 PERCEPÇÕES A RESPEITO DO TEMA PARA OS INDIVÍDUOS.....	30
5 CONCLUSÃO.....	34
REFERÊNCIAS	36
APÊNDICES	38
APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE PESQUISA.....	39

1 INTRODUÇÃO

Diversidade pode ser compreendida por uma mescla de indivíduos com diferentes identidades se relacionando em determinado contexto social, contendo assim, diversos aspectos que podem ser levados em consideração quanto ao seu significado, tais como orientação sexual, gênero, etnia, origem, idade, escolaridade, entre outros (FLEURY, 2000).

Dentro de estruturas empresariais o termo diversidade abrange, por exemplo, pessoas com deficiência (PcD), negros, indígenas, mulheres e aqueles que se identificam como lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais, pessoas *queer*, intersexuais, assexuais, pansexuais, entre outros, representados pelo sinal “+” (LGBTQIAP+). Todavia, este trabalho vem como alternativa de visibilidade do cenário LGBTQIAP+ no campo empresarial. Se faz válido destacar que o acrônimo LGBTQIAP+ é usado como um termo guarda-chuva para referir-se a identidades que não se enquadram nos padrões cisheteronormativos impostos socialmente (GOMES DE JESUS, 2014), padrões cuja premissa seria a de que apenas existem os gêneros masculino e feminino, que necessariamente refletem o sexo biológico e que se atraem pelo gênero oposto (OLIVEIRA, 2019).

Nos últimos anos, os programas de diversidade empresariais vêm se tornando centrais nas organizações e sendo considerados pontos estratégicos de inserção e visibilidade (SALES, 2018). Se faz válido salientar que:

A inclusão vem para desfazer as cristalizadas barreiras que se formaram, ao longo dos tempos, em torno dos sujeitos pertencentes a grupos minoritários. Por minorias, entende-se o conjunto de indivíduos tradicionalmente estigmatizados, segregados, discriminados e excluídos do convívio social, tais como: pessoas com deficiência (PDs), mulheres, negros, imigrantes, idosos, homoafetivos, entre outros (GOMES MONTEIRO et al., 2011, p. 460).

Dentro do meio empresarial a inclusão de indivíduos de diversas orientações sexuais, gêneros e etnias vêm promovendo a agregação de grupos marginalizados no ambiente de trabalho, favorecendo assim, a miscigenação oriunda da integração em sistemas organizacionais, de pequeno a grande porte. Atribuir oportunidades principalmente a este público LGBTQIAP+, visa minimizar preconceitos sociais sofridos por eles, diminuir danos psicológicos que podem ocasionar sintomas psicossomáticos, até mesmo levando à depressão e outras doenças mentais (EISENBERGER, 2015).

Além disso, a inclusão promovida pelas empresas brasileiras precisa ser melhorada ao longo dos anos, visando aumentar os níveis de desempenho das equipes cada vez mais diversas, não somente permitindo resolver problemas, mas também promover trocas de experiências sociais, proporcionando maior miscigenação de troca de saberes, experiências socioeconômicas e socioculturais.

Pretendendo atender a essa demanda, tal estudo propõe uma análise da diversidade LGBTQIAP+ na relação funcionário-empresa, utilizando-se da abordagem multi-método, sobre o comportamento das empresas no que diz respeito ao quanto de esforço elas dedicam para disseminar diversidade no ambiente de trabalho em entidades no Brasil.

1.1 OBJETIVOS

Objetivo geral: Analisar a diversidade LGBTQIAP+ na relação funcionário-empresa utilizando a abordagem multi-método.

Objetivos específicos: Analisar o quanto as empresas aplicam a diversidade LGBTQIAP+ através da abordagem multi-método; investigar a diversidade LGBTQIAP+ na relação funcionário-empresa;

1.2 JUSTIFICATIVA

Com o passar dos anos, a sociedade foi evoluindo e, com ela, descobertas de novas configurações familiares, gêneros, identificações sexuais, sendo estes pontos intrínsecos da diversidade da espécie humana. Tais evoluções também precisam ser transpostas para o ambiente organizacional, uma vez que, de acordo com o apontamento de Mayer *et al.* (2018), a diversidade no local de trabalho pode melhorar a inovação.

Tal como abordam Hudson-Sharp e Metcalf (2016), ainda que haja um considerável progresso nos últimos anos, muitas pessoas LGBTQIAP+ ainda sofrem intimidação e assédio nas empresas, impactando a escolha de trabalho, dificultando seu progresso e havendo a incapacidade de se identificar abertamente neste ambiente. Em virtude deste contexto, surgiu a necessidade de buscar informações a respeito de como as empresas brasileiras têm lidado com questões de diversidade através da visão dos funcionários que nelas trabalham.

1.3 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Dando continuidade à introdução, nas sessões seguintes serão apresentados os levantamentos bibliográficos com referências de autores clássicos e contemporâneos dos campos de administração e de gestão da diversidade, a metodologia, na qual se utilizou o método exploratório e a abordagem multi-método (quantitativa e qualitativa), a apresentação do questionário, que permitiu a definição do público-alvo, seguido das análises dos resultados e conclusões.

2 LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Busca-se nas empresas, cada vez mais, o sucesso na contratação de pessoas e, conforme Chiavenato (2010, p. 9) “a Gestão de Pessoas é a área que constrói talentos por meio de um conjunto integrado de processos e cuida do capital humano das organizações, o elemento fundamental do seu capital intelectual e a base do seu sucesso”. Ainda referenciando tal área, mais especificamente Recrutamento e Seleção, esta etapa é imprescindível na relação de oferta-demanda de profissionais que estejam dispostos a entrar no mercado de trabalho ou realizar mudança de emprego (LOTZ e BURDA, 2015).

Um dos fatores mais importantes na atualidade é a diversidade dos membros das equipes, cada qual com suas características pessoais, vivências, visões de mundo, experiências. A partir da enorme variabilidade de subjetividades dos indivíduos, segundo Fleury (2000), a realização da gestão da diversidade é uma alternativa para a organização, pois permite que se consiga utilizar das características únicas de cada pessoa, qualidades e competências, considerando também que, “do ponto de vista das empresas, entretanto, o foco precisa ser menos ideológico e mais estratégico, para que programas dessa natureza frutifiquem” (FLEURY, 2000, p. 8).

De acordo com Cox (1993, p. 6), “grupos majoritários são aqueles em que os membros historicamente obtiveram vantagens em poder e recursos econômicos comparados aos membros de grupos minoritários”, sendo que mesmo que um grupo represente maioria em números, não necessariamente deve ser considerado um grupo majoritário, a menos que este também seja o maior detentor de poder e recursos de determinada sociedade, conforme explica Presotti (2011, p. 28). Dito isso, todos os tipos de pessoas que não pertencem a um grupo majoritário são considerados partes de grupos minoritários, e que, no âmbito empresarial, por exemplo, estão contidos num grupo maior que pode ser denominado “Diversidade”. Através das ações nas organizações eles podem receber mais visibilidade, ter mais oportunidades de emprego e carreiras, de modo que todas as pessoas possam chegar em um mesmo patamar de igualdade e equidade de direitos.

As empresas, na atualidade, apresentam formas variadas ao lidar com as questões de diversidade. Segundo o Instituto Ethos (2013, p. 42), algumas lideram tão bem este processo internamente que estão até mais adiante do que a legislação e a agenda do movimento de responsabilidade social empresarial; outras apresentam boas práticas, mas, apesar da importância do tema que precisa de visibilidade para evoluir, parecem esperar autorizações para se posicionar sem correr riscos; já outras aplicam bem as boas práticas no âmbito do público

interno, porém receiam expandir a mesma postura no marketing da empresa; há as que levam abertamente as questões de diversidade para seus produtos e serviços, mas falham no relacionamento com clientes e consumidores do público a que se destina; e algumas poucas conseguem fazer com muita qualidade e boa contribuição para uma cultura de respeito aos direitos humanos LGBTQIAP+, explicitamente mostrando a diversidade em sua marca, entre seus colaboradores e em peças publicitárias.

Santos *et al.* (2017) falam sobre a discrepância entre o discurso das organizações e a real prática de ações que valorizem a diversidade. Ainda que a sociedade evolua, o mercado seja mutável, as pessoas se tornem mais plurais por se sentirem mais à vontade para serem elas mesmas na atualidade, ainda há gestores que acreditam na homogeneidade de pessoas em uma organização, o que dificulta tratamentos mais adequados à diversidade, como diz Silva e Azevedo (2020, p. 4). Ainda, mulheres transexuais e travestis, segundo Santos e Oliveira-Silva (2021), atuam em atividades de risco, como a prostituição e em profissões subalternas ganhando baixos salários. Do modo como analisam Day e Greene (2008, p. 647), os próprios processos seletivos e precisam ser inclusivos, e estratégias devem ser seguidas para mostrar claramente aos candidatos LGBTQIAP+, desde essa etapa, que a diversidade naquela empresa é bem-vinda.

Ainda que a diversidade exista no ambiente de trabalho, deve-se evitar conflitos internos, resultados comerciais negativos, complicações no clima organizacional, e, conforme Gedro (2009), mesmo os gerentes a favor da diversidade podem não entender como administrar funcionários LGBTQIAP+. Tanto na sociedade quanto nas próprias empresas, a heteronormatividade está promovendo a heterossexualidade como sendo orientação sexual padrão, transformando indivíduos do grupo minoritário LGBTQIAP+ como “anormais” (COLGAN e RUMENS, 2015).

Sabendo das dificuldades das empresas de atuarem sobre o tema e de se comprometerem com as causas dos grupos minoritários, o Instituto Ethos (2013) publicou um manual para

Fomentar o debate e estimular as empresas a adotar ações voltadas a lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais, bem como trazer contribuições para a construção de um mercado de trabalho que respeite e promova os direitos humanos em geral e os direitos LGBT em particular. (ETHOS, 2013, p. 7)

Discutindo termos como heteronormatividade e homolesbotransfobia, e, de forma didática, apresentando os conceitos, história, direitos humanos, este manual explicita, de forma geral, a importância, as estratégias e os direitos da diversidade LGBTQIAP+ na empresa e na

sociedade, pois “valorizar a diversidade, assim, é se colocar a tarefa de enfrentar o padrão único e as ideologias da discriminação” (ETHOS, 2013, p. 26).

A rede social LinkedIn (2019) apresentou dados da pesquisa *Proud At Work* aplicada online a homens e mulheres em todo o Brasil. Através de um questionário, 1.088 profissionais responderam questões relacionadas à idade, região onde mora, escolaridade, orientação sexual, classe social, experiência profissional, opiniões a respeito de compartilhamento de informações pessoais sobre orientação sexual e/ou identidade de gênero, preconceito no ambiente empresarial, percepções de pessoas heterossexuais a respeito de diversidade e discriminação, entre outras diversas perguntas. O resultado foi um estudo profundo sobre os assuntos supracitados, do qual destacam-se como principais colaborações para este trabalho o fato de que pessoas LGBTQIAP+, em geral, mostram ser respeitadas, mas ainda ouvem comentários pejorativos de colegas, bem como o fato de que, ao fomentar este tipo de pesquisa, se colabora para o debate público em prol da diversidade.

Um levantamento similar à proposta desta monografia foi realizado por Zlateva et al. (2022), na Bulgária, para averiguar as percepções sobre os impactos da inclusão LGBTQIAP+ nos processos de negócios das organizações, pela gestão de recursos humanos, gestão de operações e marketing. Através de um questionário, a pesquisa obteve 178 respostas, de gerentes e funcionários de empresas públicas e privadas, realizou testes, análises, avaliações e concluiu que, apesar de relutantes em visar este nicho de mercado e de ignorar o potencial consumidor dele, as atitudes dos gerentes, em geral, são positivas com relação à comunidade LGBTQIAP+, pois parecem abraçar a inclusão no ambiente de trabalho.

Reflexões sobre o tema e o alcance de mais oportunidades e direitos iguais a todos são possibilitados por meio de estudos acadêmicos, manuais que ensinam as organizações a trabalharem questões de diversidade da forma correta, tanto internamente quando para a sociedade, pesquisas públicas que estimulam discussões, entre muitos outros instrumentos de informação.

3 MÉTODO DE PESQUISA

A metodologia usada para a realização deste trabalho de conclusão de curso foi a pesquisa exploratória. Para Lakatos e Marconi (2003, p. 187), de maneira empírica, pode-se formular problemas ou questões com o propósito de amplificar hipóteses; expandir o contato do pesquisador com fato, ambiente ou fenômeno; realizar pesquisas futuras para adentrar mais ao assunto abordado. Assim, foram levantadas informações a respeito da diversidade em empresas de vários portes a respeito da percepção de seus funcionários no que condiz à questões de diversidade LGBTQIAP+ em seus locais de trabalho.

A revisão bibliográfica, ainda conforme Lakatos e Marconi (2003, p.225), é a busca e leitura de pesquisas iguais, semelhantes ou complementares ao ensaio pretendido. Dessa forma, a revisão bibliográfica que embasa a pesquisa, deu-se através de buscas realizadas na base do Google Acadêmico utilizando os termos “diversidade”, “lgbt,” e “empresas” combinados, que originou aproximadamente 10.500 artigos e incisos, no período de 2015 a 2022, e na base Scopus com termos correlatos em inglês, “*lgbtq+*”, “*diversity*”, “*companies*”, “*sexual orientation*” combinados, com o acesso a aproximadamente 12.500 artigos no mesmo período, resultando em autores da área da administração e estudiosos sobre o tema de diversidade como Chiavenato (2010), Fleury (2000), Lotz e Burda (2015), Santos *et al.* (2021), Zlateva *et al.* (2022) e outros que foram adicionados ao longo do desenvolvimento da monografia.

A pesquisa adotou a abordagem multi-método (quantitativa e qualitativa), utilizando-se de um questionário, que é um instrumento de coleta de dados enviado junto de uma nota que explica a natureza da pesquisa, relevância e a necessidade de receber as respostas, contendo várias perguntas ordenadas, que devem ser respondidas, sem a participação do entrevistador, e devolvidas (LAKATOS E MARCONI. 2003, p. 201). O questionário utilizado conteve 12 questões de caráter anônimo e de múltipla escolha, buscando obter um panorama geral sobre como os funcionários percebem o tema diversidade LGBTQIAP+ nas empresas que trabalham, por meio das lideranças e de si próprios, através da análise do ambiente, classificação de importância do tema, ações internas, entre outros fatores, e realizando estudos dos dados obtidos.

4 APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

O questionário foi construído na ferramenta *Google Forms*, onde foram elaboradas 12 perguntas, de respostas anônimas, múltipla escolha e obrigatórias, relacionadas ao tema diversidade nas organizações. O link foi divulgado através de redes sociais e contatos que contribuíram para a propagação em seus próprios ambientes de trabalho, como forma de obter a maior quantidade de respostas no período de 14 a 30 de setembro de 2022.

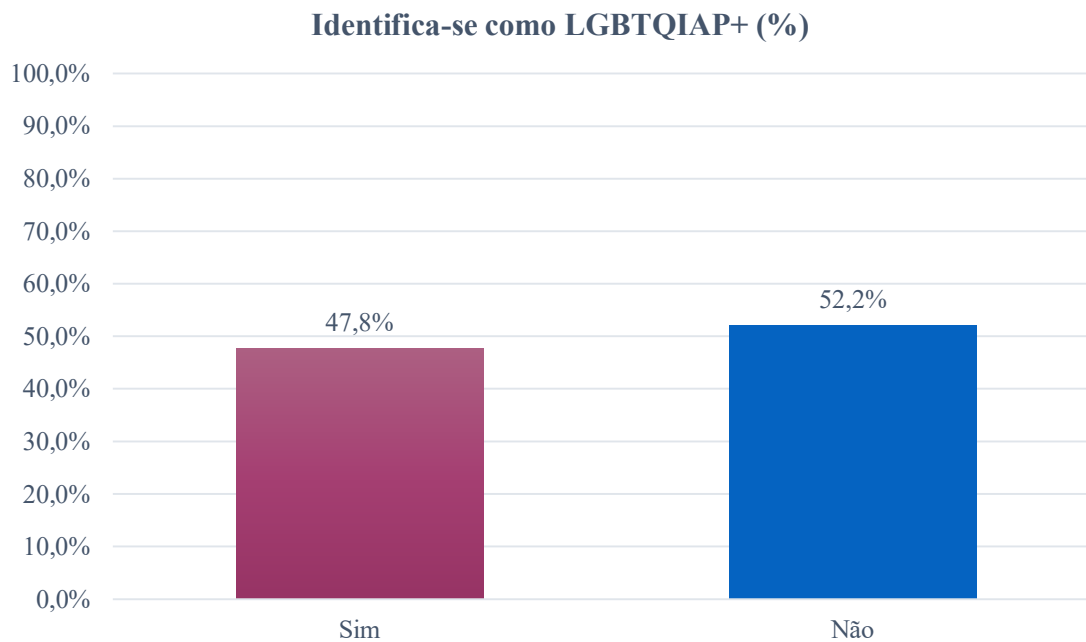
4.1 DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Sendo o assunto diversidade LGBTQIAP+ um tema específico a este grupo minoritário, para que houvesse maior público hábil a responder ao questionário, optou-se por perguntas que pudessem ser respondidas por quaisquer pessoas, identificando-se ou não como parte do grupo, resultando, então, em 143 respostas.

Como o foco deste trabalho é um estudo de caso sobre a diversidade dentro das organizações, foram consideradas apenas aquelas respostas que fazem parte deste escopo. Dessa forma, 7 respostas foram consideradas inválidas por marcarem a opção “Não trabalho no momento” na Questão 2: “Você trabalha em uma empresa pública/privada?”, totalizando 136 respostas válidas.

4.2 IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO DA PESQUISA

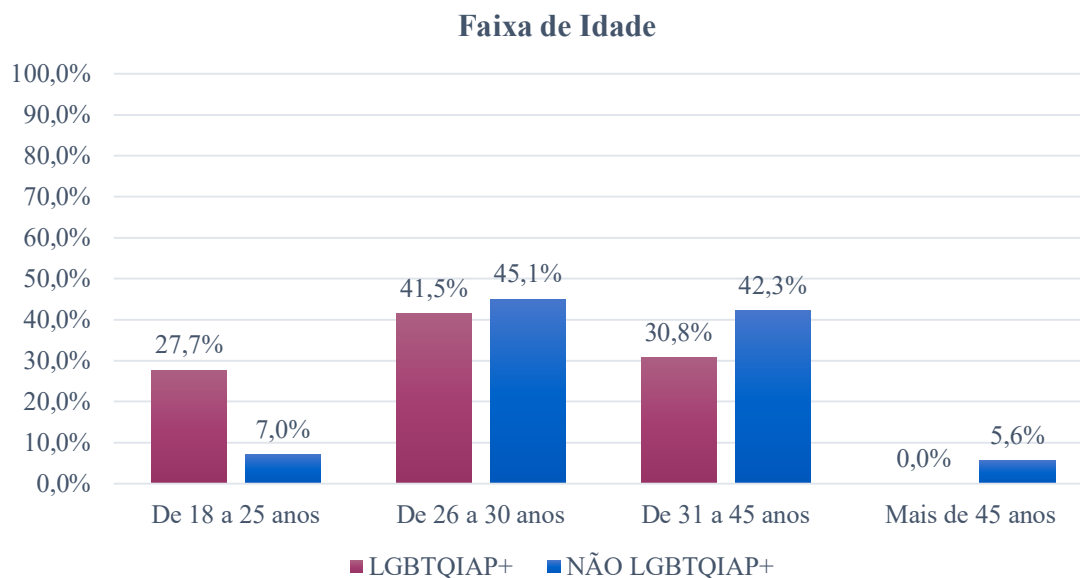
Gráfico 1 – Porcentagem de pessoas que responderam ao questionário que se identificaram como LGBTQIAP+ ou não.



Fonte: do autor (2022).

Dentre os indivíduos que responderam ao questionário, considerando a diferença de apenas 4,4% entre quem se identificou como LGBTQIAP+ e quem não, obteve-se uma quantidade bastante próxima de respostas de ambos os perfis.

Gráfico 2 – Porcentagem de idade entre as pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.



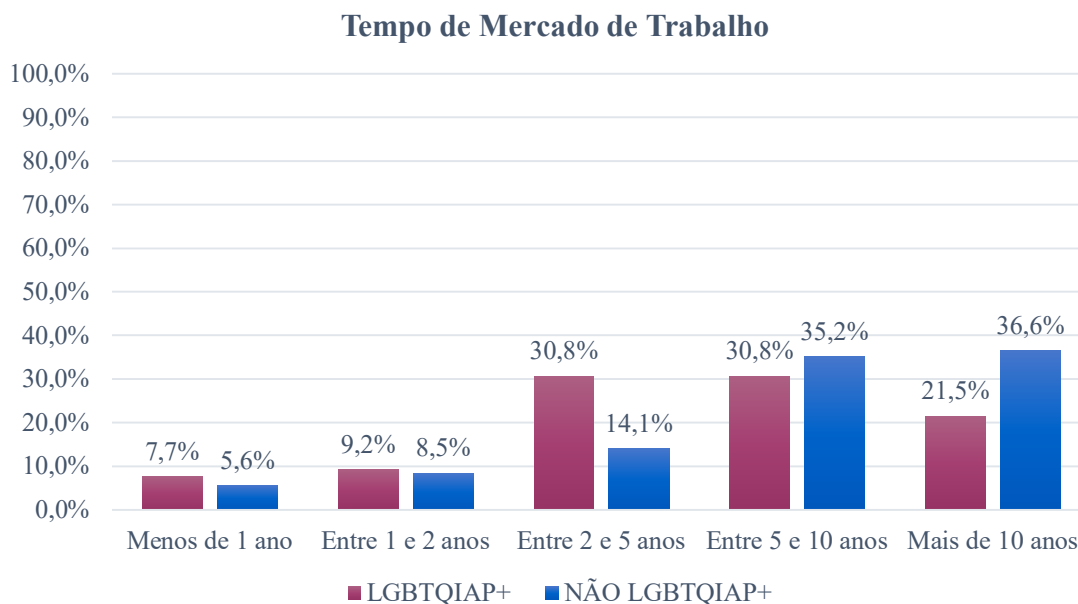
Fonte: do autor (2022).

Dentre os indivíduos que responderam ao questionário, a parcela mais significativa esteve presente na faixa de 26 a 30 anos, tanto entre os que se identificaram como LGBTQIAP+ quanto os que não. A faixa de idade seguinte, de 31 a 45 anos, para ambos os perfis, também teve grande participação na pesquisa.

A faixa de público que estava ingressando no mercado de trabalho, dos 18 aos 25 anos, e que se identifica como LGBTQIAP+, foi bastante significativa, próxima dos 30% de todo esse grupo.

A pesquisa realizada por Zlateva *et al.* (2022), citada anteriormente, em comparação, obteve 178 respostas, porém os públicos se diferiram em idade: a quantidade mais expressiva se deu na faixa dos 41 aos 50 anos, com 38,2% dos participantes.

Gráfico 3 – Porcentagem de tempo de trabalho entre pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.

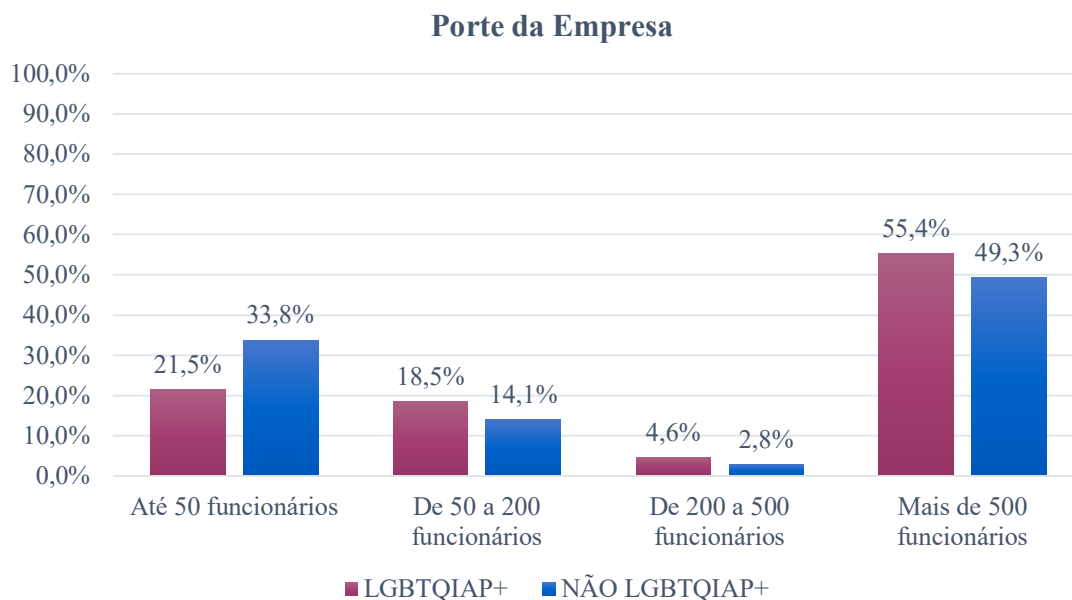


Fonte: do autor (2022).

Dentre os indivíduos que responderam ao questionário e se identificaram como LGBTQIAP+, foram funcionários com tempo de mercado mais curto do que os que não se identificaram como deste perfil: mais de 60% dos LGBTQIAP+ eram pertencentes aos grupos entre 2 e 5 anos e entre 5 e 10 anos de mercado de trabalho.

Em comparação com os não pertencentes a este perfil, quase 72% dos indivíduos fizeram parte dos grupos entre 5 e 10 anos e mais de 10 anos de tempo de mercado de trabalho.

Gráfico 4 – Porcentagem de pessoas por porte de empresa em que trabalham, que responderam ao questionário e que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.

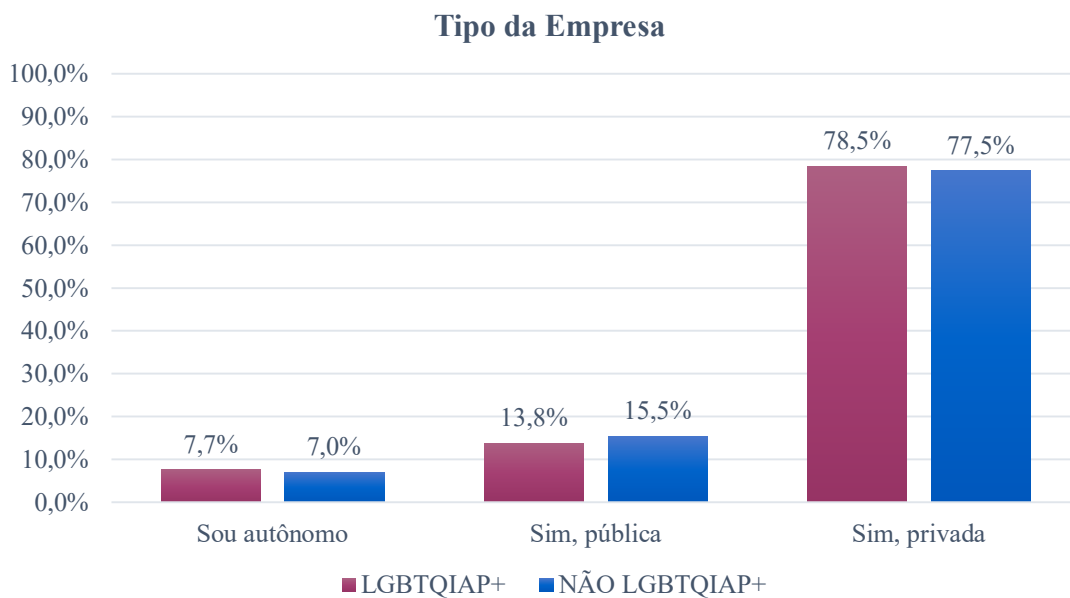


Fonte: do autor (2022).

Em comparação com os resultados de Zlateva *et al.* (2022), a maior quantidade de respostas, deu-se na opção referente à mais de 250 funcionários, a que mais abrangia quantidade de funcionários em números, com 32,6%.

Assim, dentre todos os indivíduos que responderam ao questionário da presente pesquisa, formou-se um público-alvo, de mais de 50% de trabalhadores de grandes empresas, ou seja, com mais de 500 funcionários.

Gráfico 5 – Porcentagem de pessoas por tipo de empresa, que responderam ao questionário e que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.



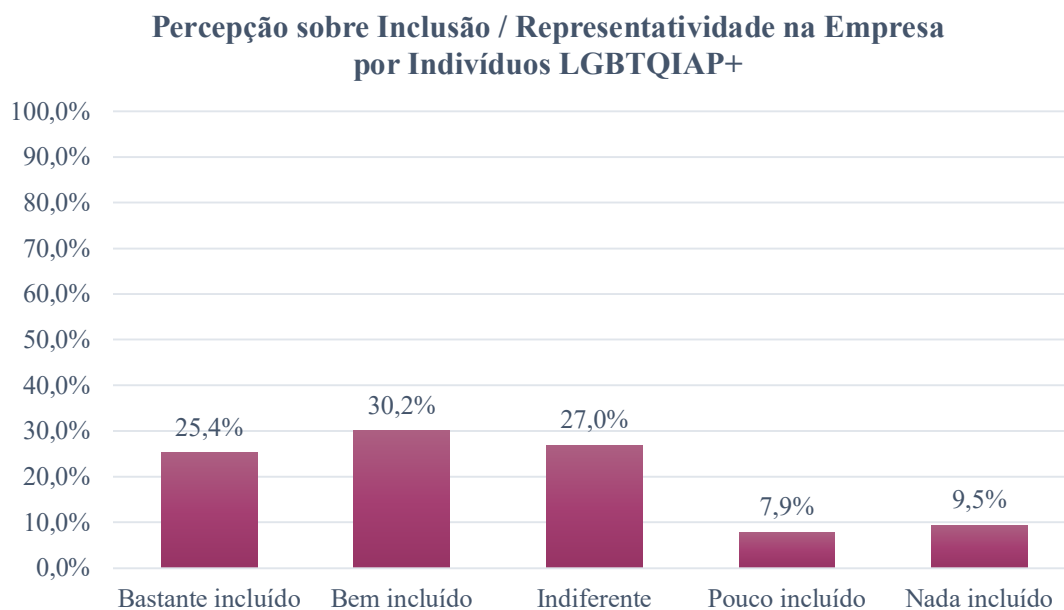
Fonte: do autor (2022).

Corroborando com o público-alvo da pesquisa ser formado por indivíduos trabalhadores de grandes empresas, quase 80% dele se fez de empresas privadas. Houve baixas representatividades de autônomos e de empresas públicas.

Ocorre certa similaridade quando os dados são comparados com a pesquisa de Zlateva *et al.* (2022): a porcentagem de participantes que declararam trabalhar em empresa privada foi de 74,7%, sendo que a pesquisa contabilizou apenas as opções de empresas pública ou privada.

4.3 PERCEPÇÕES A RESPEITO DO TEMA DIVERSIDADE NAS EMPRESAS

Gráfico 6 – Porcentagem de percepção sobre a inclusão/representatividade, na empresa que trabalha, pelas pessoas que responderam ao questionário e que se identificaram como LGBTQIAP+.

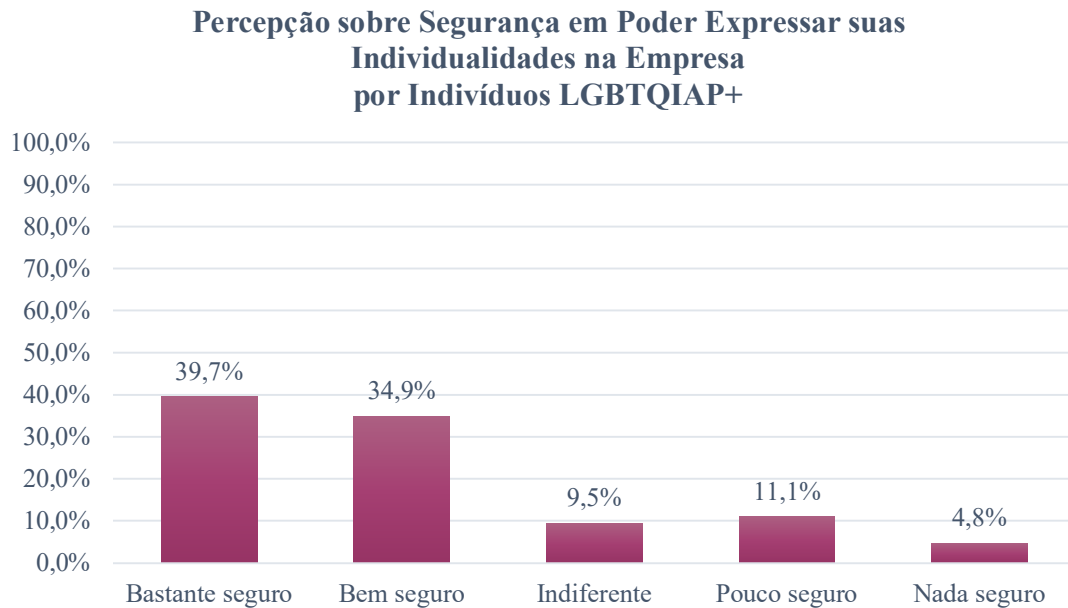


Fonte: do autor (2022).

Dentre os indivíduos que se identificaram como LGBTQIAP+ respondendo ao questionário, notou-se que quase 30% se sentem bem incluídos e/ou percebem que a representatividade faz parte do seu cotidiano no ambiente de trabalho. Porcentagens próximas indicam que se sentem bastante incluídos ou indiferentes.

Os baixos índices para os que se sentem pouco ou nada incluídos e/ou representados podem indicar avanços na relevância da diversidade dentro das empresas, ou que estes números podem ser reflexos de respostas vindas de funcionários de empresas mais conservadoras, que não se preocupam tanto com o tema.

Gráfico 7 – Porcentagem de percepção sobre a segurança em poder expressar suas individualidades na empresa em que trabalha, sentida pelas pessoas que responderam ao questionário e que se identificaram como LGBTQIAP+.

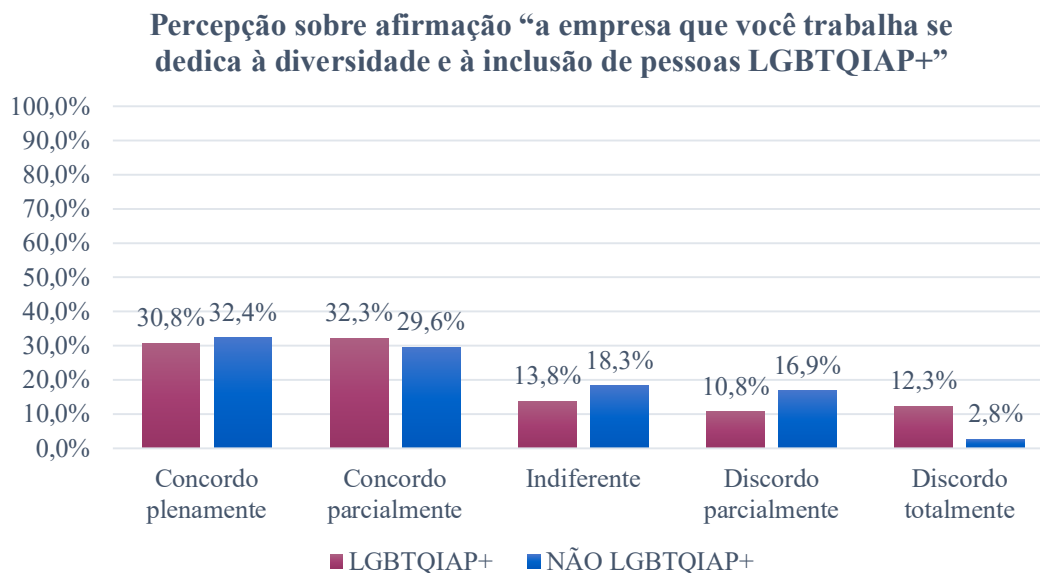


Fonte: do autor (2022).

Dentre os indivíduos que se identificaram como LGBTQIAP+ respondendo ao questionário, notou-se que aproximadamente 75% se sentem bastante seguros ou bem seguros para poderem expressar suas individualidades dentro de ambiente empresarial em que há respeito, não se preocupando com julgamentos e/ou represálias.

Na pesquisa do LinkedIn (2019, p. 17), 65% dos LGBTQIAP+ que participaram, responderam que não sofreram discriminação no ambiente de trabalho, o que pode indicar também respeito sobre as representações de gênero e orientação sexual neste local.

Gráfico 8 – Porcentagem de percepção sobre a afirmação “a empresa que você trabalha se dedica à diversidade e à inclusão de pessoas LGBTQIAP+”, sentida pelas pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.

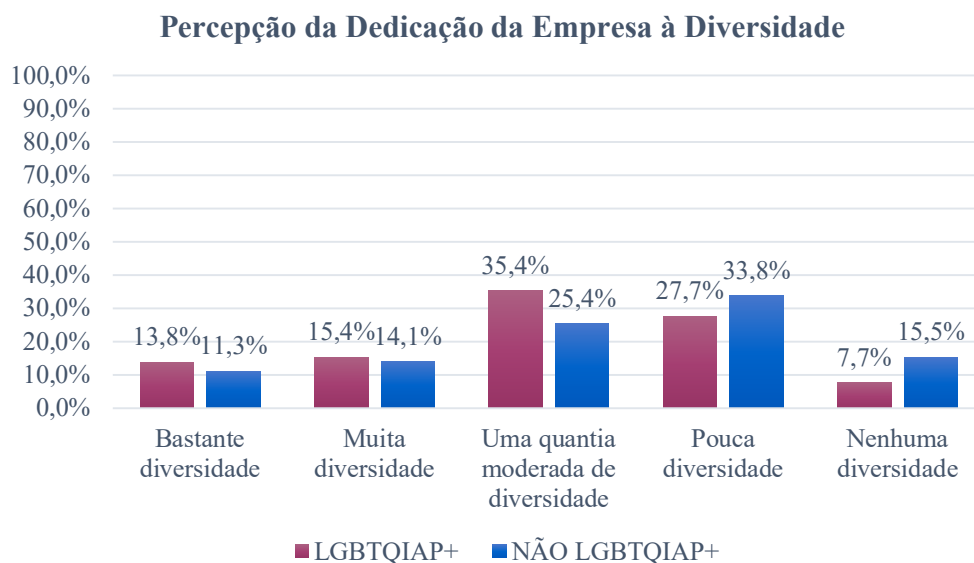


Fonte: do autor (2022).

Dentre todos os indivíduos que responderam ao questionário, houve uma percepção similar pelos que se identificaram como LGBTQIAP+ e os que não a respeito do quanto percebem que a empresa que trabalham se dedica à diversidade e à inclusão, sendo que aproximadamente 60%, para cada perfil, concordam plena ou parcialmente com a afirmação da Questão 8: “a empresa que você trabalha se dedica à diversidade e à inclusão de pessoas LGBTQIAP+.”

Tais resultados diferem um pouco da pesquisa realizada pela rede social LinkedIn (2019, p. 23). A percepção é de que 81% dos indivíduos LGBTQIAP+ acreditam que ainda falta muito para que as empresas acolham tais profissionais da melhor maneira, contudo, a percepção das pessoas que não se identificaram como LGBTQIAP+ é de 67% sobre o mesmo ponto de vista. Dentre os entrevistados que não se identificaram com o grupo, 72% trabalham em empresas que desenvolvem práticas de promoção à igualdade e 61% acreditam ser muito importante o apoio da empresa à diversidade (LINKEDIN, 2019).

Gráfico 9 – Percentagem de percepção sobre a dedicação à diversidade de pessoas LGBTQIAP+, na empresa que trabalha, sentida pelas pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.

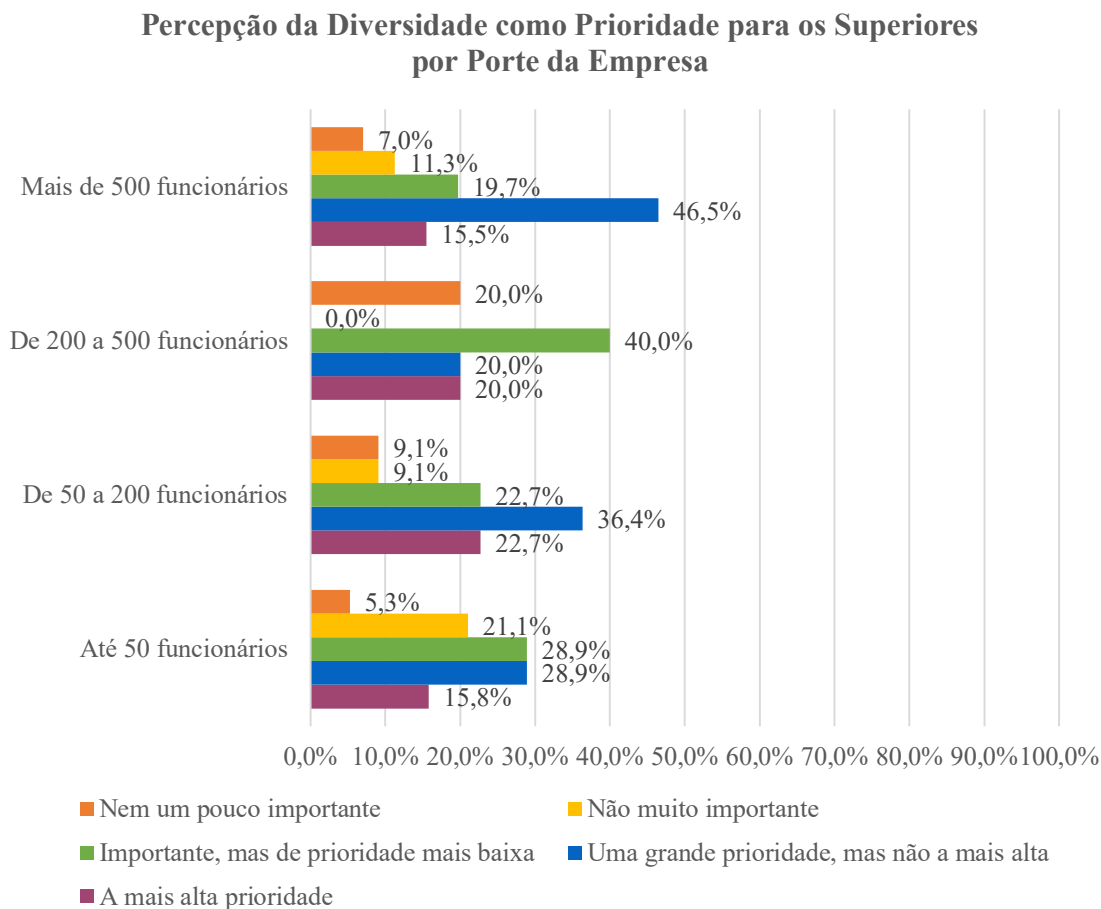


Fonte: do autor (2022).

Dentre todos os indivíduos que responderam ao questionário, houve percepções similares para a maioria das respostas. Para os que se identificaram LGBTQIAP+, as empresas que trabalham se dedicam à diversidade de forma moderada, já para os que não fazem partes deste grupo, a percepção maior é de que há pouca diversidade no ambiente de trabalho, o que indica que tal grupo se preocupa com a falta da diversidade.

Para os participantes da pesquisa do LinkedIn (2019, p.23), comparativamente, 50% dos indivíduos LGBTQIAP+ acreditam que pessoas desta minoria que trabalham junto a eles deveriam receber mais atenção da empresa que trabalham, contra o índice de 27% resultado pelos que não se identificaram como tal.

Gráfico 10 – Porcentagem de percepção sobre a diversidade como prioridade para os superiores, na empresa que trabalha, de acordo com o porte, sentida pelas pessoas que responderam ao questionário, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.



Fonte: do autor (2022).

Dentre todos os indivíduos que responderam ao questionário foi possível perceber que, mesmo para empresas de até 50 funcionários, o tema diversidade tem o seu grau de importância em meio ao todo. Ainda que as prioridades para negócios menores tendam a ser mais voltadas a processos e a questões financeiras, funcionários de todos os portes de empresas que responderam ao questionário, mostraram perceber que seus superiores, em cargos de gestão, se preocupam com a diversidade LGBTQIAP+ com certa importância.

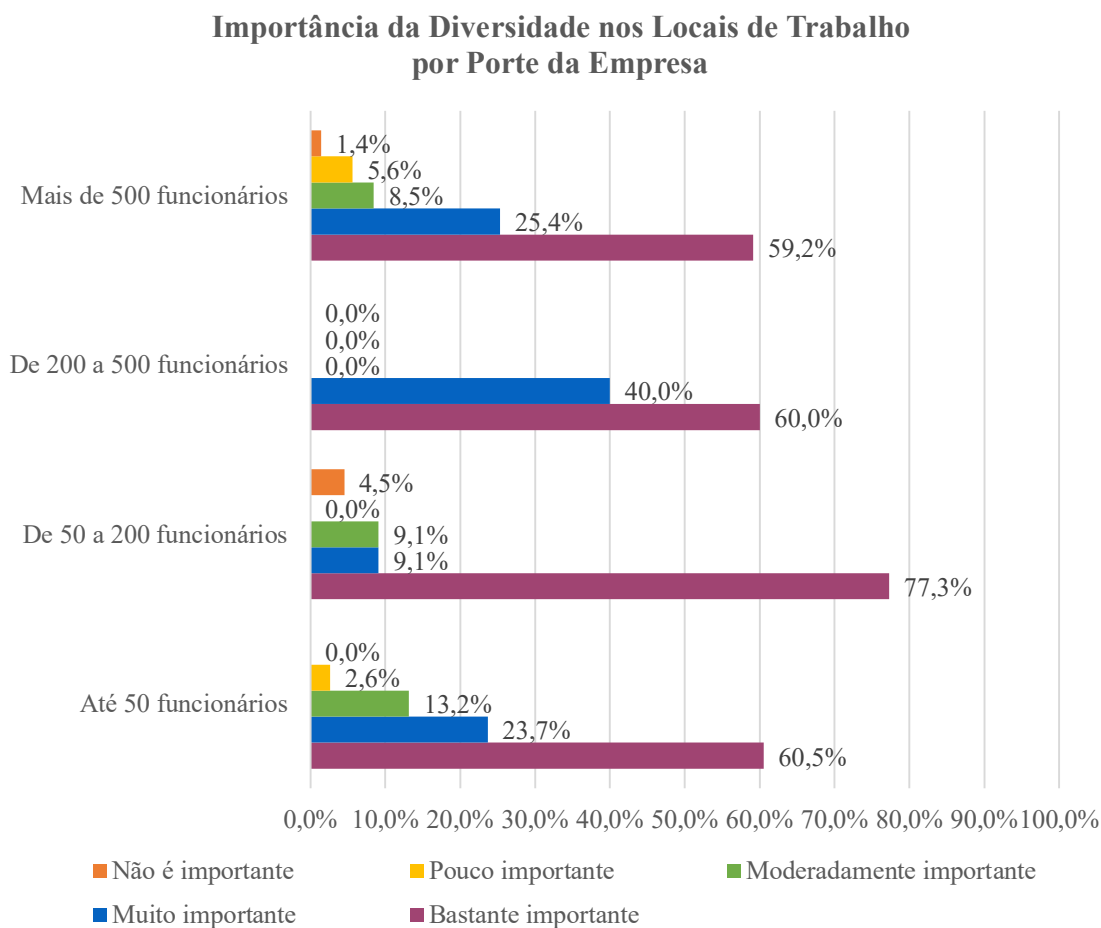
Contudo, analisando pelos próprios indivíduos, segundo a pesquisa do LinkedIn (2019, p. 16), não compartilhar com colegas e superiores sobre orientação sexual ou identidade de gênero possui diversos motivos, que vão desde não sentir a necessidade, 51%, quanto motivos mais pessoais, como: medo de que a exposição influencie negativamente a ascensão dentro da empresa, 15%; medo de sofrer represálias de superiores, 14%; vergonha ou constrangimento,

12%; medo de duvidarem das capacidades profissionais, 12%; medo de ser demitido, 9%, entre outros.

Entender o modo como as pessoas agem, pensam e expressam seus sentimentos, permite compreender o comportamento dos indivíduos dentro da empresa. Conhecendo estes elementos, pode-se investir em capital humano para alcançar melhores resultados e criar um clima organizacional mais benéfico (MOREIRA, 2008).

4.4 PERCEPÇÕES A RESPEITO DO TEMA PARA OS INDIVÍDUOS

Gráfico 11 – Porcentagem de percepção sobre a importância da diversidade nas empresas para as pessoas que responderam ao questionário de acordo com o porte, que se identificaram ou não como LGBTQIAP+.

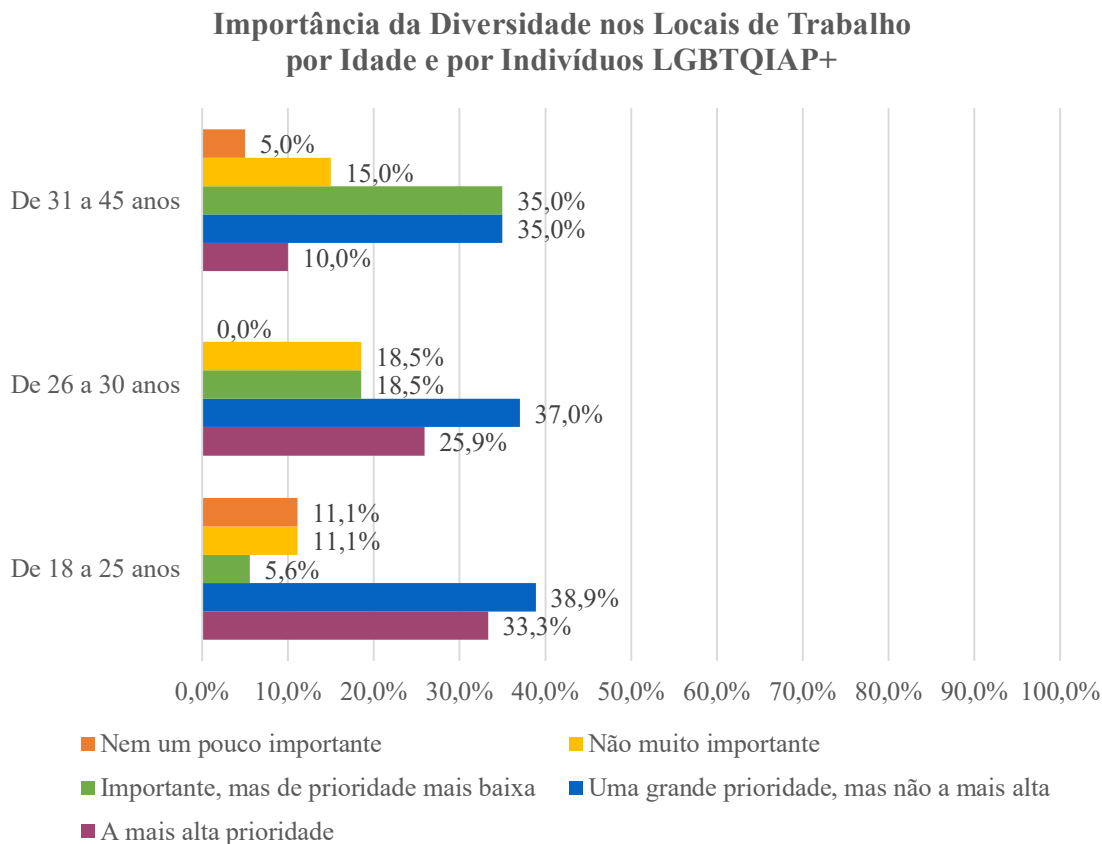


Fonte: do autor (2022).

Dentre todos os indivíduos que responderam ao questionário foi possível perceber que a diversidade LGBTQIAP+ no ambiente organizacional, de forma pessoal, é bastante importante, independentemente do porte da empresa, havendo baixíssimas ou nenhuma porcentagem considerando o tema como não importante ou pouco importante.

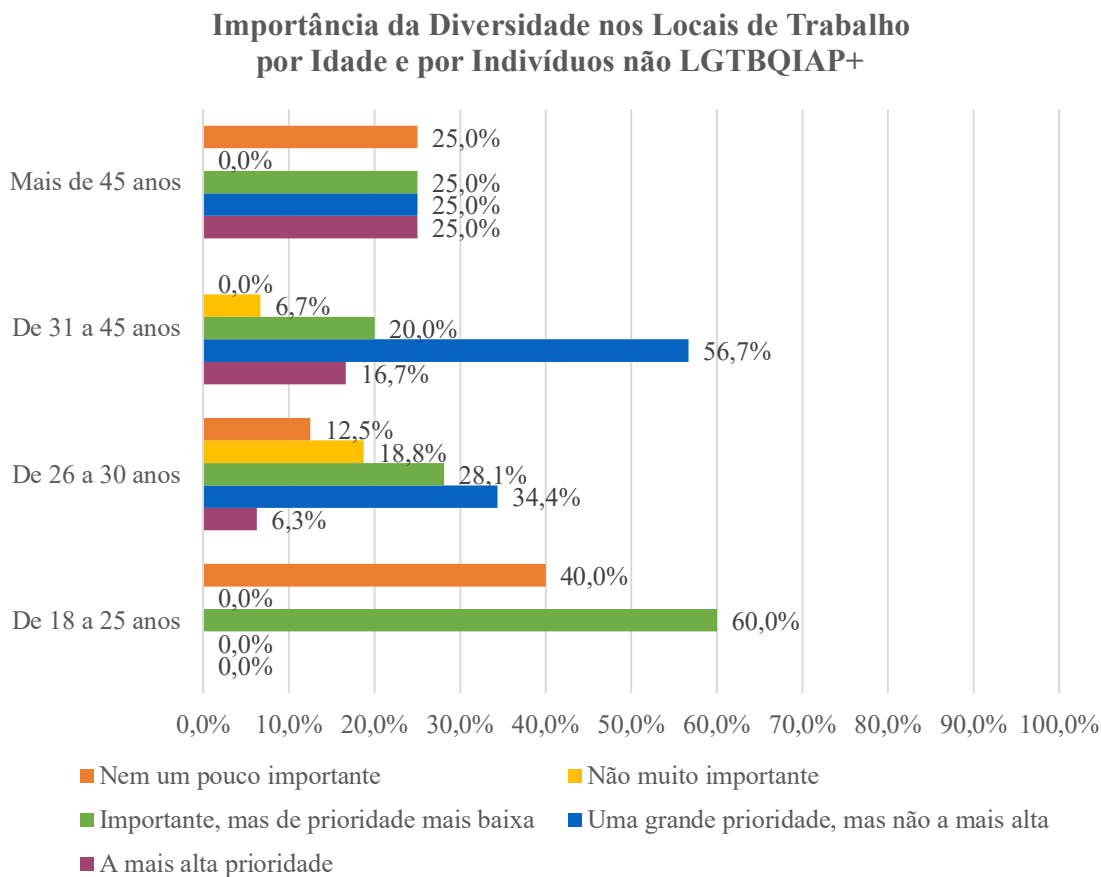
Day e Greene (2008) dizem que embora as políticas e práticas de inclusão possam ser diferentes dependendo do tamanho das empresas, é o compromisso com a diversidade de pequenos e grandes empregadores e a filosofia geral das organizações que determinam a prontidão para a implementação de políticas inclusivas de diversidade.

Gráfico 12 – Porcentagem de importância da diversidade nas empresas para as pessoas que responderam ao questionário de acordo com a idade e que se identificaram como LGBTQIAP+.



Fonte: do autor (2022).

Gráfico 13 – Porcentagem de importância da diversidade nas empresas para as pessoas que responderam ao questionário de acordo com a idade e que não se identificaram como LGBTQIAP+.



Fonte: do autor (2022).

Os Gráficos 12 e 13, analisados juntamente, trazem os mesmos dados sob perspectivas diferentes: qual o grau de importância que as pessoas que se identificaram como LGBTQIAP+, e as que não, dão para a diversidade nos locais de trabalho.

Considerando que ambos os grupos se diferem apenas pelo tema deste trabalho, ou seja, identificar-se ou não como parte de um grupo minoritário de diversidade no ambiente de trabalho, analisando os dois gráficos, pode-se identificar visões muito diversas, por idade, entre um grupo e outro.

No Gráfico 12, na faixa de 18 a 25 anos, pode-se perceber que o grau de importância da diversidade nos locais de trabalho para quem se identificou como LGBTQIAP+, em mais de 72%, são uma grande prioridade ou a mais alta prioridade. Contudo, no Gráfico 13, perdeu-se importância dentro da mesma faixa etária para o outro público, sendo que variou entre importante, mas de prioridade mais baixa (60%) e nem um pouco importante (40%). A pesquisa

realizada pelo LinkedIn (2019, p. 23) mostra que pouco mais da metade dos indivíduos não LGBTQIAP+ reconhecem que o Brasil é um país homofóbico, enquanto 76% dos que se identificaram com o grupo minoritário concordam totalmente com tal percepção.

Para a faixa de idade de 26 a 30 anos, é possível analisar que, no Gráfico 12, as pessoas que se identificaram como LGBTQIAP+ consideraram em quase 63% a diversidade como uma grande prioridade, mas não a mais alta, ou a mais alta prioridade no local de trabalho. No Gráfico 13, o outro público da mesma faixa etária considerou, de forma mais expressiva, como uma grande prioridade, mas não a mais alta, porém, ao contrário do Gráfico 12, houve 12,5% considerando a diversidade como nem um pouco importante.

A maior contribuição para a diversidade na faixa de 31 a 45 anos deu-se no Gráfico 13, com mais de 56% de indivíduos que não se consideraram LGBTQIAP+ identificando a diversidade como uma grande prioridade, mas não a mais importante. O outro grupo, de mesma faixa etária, no Gráfico 12, demonstrou que 75% consideraram importante, mas de prioridade mais baixa ou uma grande prioridade, mas não a mais alta.

A última faixa de idade, maiores de 45 anos, houve participações apenas de pessoas que não se identificaram como LGBTQIAP+, variando em igual proporção entre quase todas as opções de resposta: nem um pouco importante, importante, mas de prioridade mais baixa, uma grande prioridade, mas não a mais alta e a mais alta prioridade.

De acordo com Zlateva *et al.* (2022), sua pesquisa indica que as características das organizações, como porte e tipo, não influenciam os impactos percebidos pela inclusão LGBTQIAP+, portanto, estas não devem ser desculpas para que gerentes evitem a introdução e implementação de políticas de inclusão LGBTQIAP+.

5 CONCLUSÃO

As oportunidades e percepções no ambiente de trabalho sobretudo para indivíduos LGBTQIAP+, puderam ser averiguadas através das respostas obtidas na aplicação do questionário realizado no presente estudo. Nele, tal público que não se identificou como LGBTQIAP+ pareceu ser bastante inclusivo e aliado às causas da comunidade, já que os dados apresentados possibilitaram perceber mais respostas positivas com relação à percepção da diversidade nas empresas do que pelos próprios indivíduos que se identificaram como LGBTQIAP+.

Todavia, foi possível entender que, principalmente para a faixa de idade de 18 a 30 anos, se faz muito relevante estar em um ambiente de trabalho que considere a individualidade de seus funcionários, que os respeitem e tenham formas bem estabelecidas para lidar com a diversidade LGBTQIAP+, permitindo que possam sentir-se incluídos e representados. Com a mesma visão positiva, o ensaio sobre as empresas búlgaras (ZLATEVA *et al.*, 2022) concluiu que as empresas pareceram abraçar a inclusão de funcionários LGBTQIAP+, sem haver desconforto para nenhuma das partes.

Ainda que os estudos realizados neste trabalho evidenciem um cenário favorável à promoção da diversidade nas empresas do público formado, a pesquisa realizada pelo LinkedIn (2019, p. 21) mostra outro panorama menos amigável, relatando que 35% das pessoas LGBTQIAP+ já sofreram discriminação no trabalho e que identificar-se neste ambiente ainda causa “medo de influenciar negativamente o crescimento na empresa, de represálias, de que sua capacidade profissional seja colocada em xeque e de ser demitido”, posto que 82% dos indivíduos LGBTQIAP+ sentem a necessidade de que as empresas no geral possam acolher melhor esse tipo de profissional (LINKEDIN, 2019, p. 23).

Dessa forma, cabe às organizações promover a diversidade desde os primeiros contatos com possíveis futuros funcionários através de processos seletivos inclusivos; educar a gerência sobre a imposição de práticas não discriminatórias e sobre os benefícios disso, assim como a criação de programas de conscientização sobre discriminação e preconceitos; aumentar vagas exclusivas para este conjunto de cidadãos, principalmente de forma a incluir pessoas transgênero em postos de trabalho, visto que a inserção no mercado de trabalho é tão difícil para tal comunidade devido aos preconceitos sociais; criar grupos de afinidade diversos para integração e aumento da representatividade de grupos minoritários.

Contudo, uma corrente advinda de líderes empresariais, torna-se fundamental para a promoção da inclusão culminando em uma contribuição para o clima organizacional, ao

conhecer as individualidades e os sentimentos de seus funcionários, faz-se primordial para a obtenção dos melhores resultados (MOREIRA, 2008). Assim, da mesma forma em que há aspectos formais da cultura organizacional que são facilmente perceptíveis, como objetivos, métodos, procedimentos, há também aspectos informais que são mais difíceis de serem interpretados e compreendidos, como sentimentos, valores, interações, atitudes etc. (CHIAVENATO, 2010).

Medidas que incluem são necessárias não apenas em empresas de grande porte, onde a proporção de indivíduos LGBTQIAP+ é maior do que em empresas menores, mas também em pequenas empresas, pois, conforme Day e Greene (2008), cada trabalhador é uma proporção maior da força de trabalho da empresa, portanto, tem maior impacto organizacional.

Por fim, não há dúvidas que este estudo não é um retrato autêntico da esfera empresarial no território brasileiro em 2022, não havendo limites para a exploração do tema diversidade LGBTQIAP+ nas organizações. Trabalhos futuros surgirão para expor cada vez mais impactos causados tanto pela discriminação e/ou inclusão, que poderão explorar questões relacionando a diversidade empresarial à marketing e finanças.

REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- COLGAN F., RUMENS N. Understanding sexual orientation at work. In: **Sexual Orientation at Work**. New York: Routledge, 1–27. DOI: 10.4324/978020311145. 2015.
- COX, T., Jr.. **Cultural diversity in organizations**: Theory, research and practice. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers. 1993.
- DAY, N. E.; GREENE, P. G. A case for sexual orientation diversity management in small and large organizations. **Human Resource Management**, v. 47, n. 3, p. 637–654, set. 2008.
- EISENBERGER, N. **Social pain and the brain**: controversies, questions and where to go from here. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev-psych-010213-115146>. Acesso em: 05 out. 2022.
- ETHOS Instituto. **O Compromisso das Empresas com os Direitos Humanos LGBT – Orientações para o Mundo Empresarial em Ações Voltadas a Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais**. São Paulo: Instituto Ethos, 2013. Disponível em: https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/12/Manual-LGBT_Dez_2013.pdf. Acesso em: 18 abr. 2022.
- FLEURY, M T L. **Gerenciando a diversidade cultural**: experiências de empresas brasileiras. *Revista de Administração de Empresas*, v. 40, n. 3, 2000.
- GEDRO, J. LGBT career development. **Advances in Developing Human Resources**, v. 11, n. 1, p. 54–66, fev. 2009.
- GOMES DE JESUS, J. Género sin esencialismo: feminismo transgénero como crítica del sexo. **Universitas Humanística**, v. 78, n. 78, p. 243, 26 jun. 2014.
- MONTEIRO, G. L; OLIVERIA, S. M .Q; RODRIGUES, S. M.; DIAS, C. A. **Deficiência e Mercado de Trabalho Relato de Pesquisa Corporate social responsibility: inclusion of people with disabilities in the work market. Set.-Dez.** [S.l: s.n.], 2011.
- HUDSON-SHARP, N.; METCALF, H. **Inequality among lesbian, gay bisexual and transgender groups in the UK: a review of evidence**. [S.l: s.n.], 2016.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LINKEDIN. **Assumido, com orgulho**. Disponível em: https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/pt-br/talent-solutions-lodestone/body/pdf/ProudAtWork_eBook_VF_LinkedIn.pdf. Acesso em: 4 out. 2022.
- LOTZ, G. E.; BURDA, J. **Recrutamento e Seleção de Talentos**. 1. Ed. Curitiba: Intersaberes, 2015.

MAYER, R. C., WARR, R. S., ZHAO, J., **Do Pro-Diversity Policies Improve Corporate Innovation?** *Financial Management*, 47: 617-650. DOI: <https://doi.org/10.1111/fima.12205>. 2018.

MOREIRA, E.G. **Clima Organizacional**. Curitiba, Paraná: IESDE, 2008.

OLIVEIRA, F. B. **Por que o queer?** Analisando o disciplinamento das identidades LGBT como manutenção do status quo. (Dissertação de Mestrado) Programa de Pós-graduação em Relações Internacionais – PUC-Rio, 2019.

PRESOTTI, L. **Gerenciar a diversidade cultural nas organizações:** caminhos para a inclusão. 2011. 152 f., il. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações)-Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/10186>. Acesso em: 23 mai. 2022.

SALES, R. G. **Diversidade para quê?** Motivações para o Desenvolvimento de Práticas voltadas à inclusão da população LGBT em organizações Multinacionais que atuam no Brasil. ENANPAD, 2018.

SANTOS, K. M. O.; OLIVEIRA-SILVA, L. C. **Marcadas pelo mercado:** inserção profissional e carreira de mulheres transexuais e travestis*. *Cad. Pagu, Campinas*, n. 62, e216221, 2021. Disponível em: http://old.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332021000200515&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 03 dez. 2022. Epub Oct 01, 2021. <https://doi.org/10.1590/18094449202100620021>.

SANTOS, J. V. M.; SANTANA, A. C.; ARRUDA, G. Á. **Diversidade nas organizações:** inclusão social ou estratégia competitiva. *Psicologia*. 2017.

SILVA, A. K.; AZEVEDO, B. C. **O Papel do Gestor na Administração da Diversidade Sexual**. *Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas da FAIT*, [s. l.], n. 2, 2 nov. 2020.

ZLATEVA, N.; IVANOV, S.; POPSHTEREV, B. The impacts of LGBT inclusion on business processes: The case of Bulgaria. **Journal of General Management**, v. 48, n. 1, p. 98–112, 1 out. 2022.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Formulário de Pesquisa**Pesquisa TCC com tema Diversidade LGBTQIAP+ nas Organizações**

Meu nome é Rafael Augusto Schiabel, 30, estudante do 6º ciclo do curso de **Gestão Empresarial da Fatec São Carlos - SP**.

Estou realizando meu Trabalho de Conclusão de Curso relacionado ao tema Diversidade LGBTQIAP+ nas Organizações e para isso preciso coletar dados para realizar as devidas análises.

Esta pesquisa é ANÔNIMA e objetiva com 12 perguntas. **Leva apenas 2 MINUTOS**.

Muito obrigado por dedicar seu tempo para responder! 😊

Respostas até 30/09/2022.

***Obs:** A sigla LGBTQIAP+ abrange, respectivamente, lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais, pessoas queer (que não necessariamente se identificam com alguma letra da sigla), pessoas intersexo, assexuais, pansexuais e muitos outros grupos representados pelo sinal “+”.*

*Obrigatório

1. Qual é a sua faixa etária?*

- a) Menos de 18 anos
- b) De 19 a 25 anos
- c) De 26 a 30 anos
- d) De 31 a 45 anos
- e) Mais de 45 anos

2. Você trabalha em uma empresa pública/privada?*

- a) Sim, pública
- b) Sim, privada
- c) Sou autônomo
- d) Não trabalho no momento

3. Quanto tempo você tem de mercado de trabalho? *

- a) Menos de 1 ano
- b) Entre 1 e 2 anos
- c) Entre 2 e 5 anos
- d) Entre 5 e 10 anos
- e) Mais de 10 anos

4. Qual é o porte da empresa que você trabalha? *

- a) Até 50 funcionários
- b) De 50 a 200 funcionários

- c) De 200 a 500 funcionários
- d) Mais de 500 funcionários

5. Você se identifica com alguma letra da sigla LGBTQIAP+?*

- a) Sim
- b) Não

6. Se você se identifica com a sigla LGBTQIAP+, você se sente representado/incluído em seu ambiente de trabalho?*

- a) Bastante incluído
- b) Bem incluído
- c) Indiferente
- d) Pouco incluído
- e) Nada incluído
- f) Não me identifico com a sigla

7. Se você se identifica com a sigla LGBTQIAP+, você se sente seguro em ser você mesmo em seu ambiente de trabalho?*

- a) Bastante Seguro
- b) Bem Seguro
- c) Indiferente
- d) Pouco Seguro
- e) Nada Seguro
- f) Não me identifico com a sigla

8. A empresa que você trabalha se dedica à diversidade e à inclusão de pessoas LGBTQIAP+. *

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo parcialmente
- c) Indiferente / Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo parcialmente
- e) Concordo plenamente

9. Na sua opinião, em que medida seu ambiente de trabalho apresenta diversidade LGBTQIAP+?*

- a) Bastante diversidade
- b) Muita diversidade
- c) Uma quantia moderada de diversidade
- d) Pouca diversidade
- e) Nenhuma diversidade

10. Até que ponto a diversidade LGBTQIAP+ é uma prioridade para seus(suas) superiores?*

- a) A mais alta prioridade
- b) Uma grande prioridade, mas não a mais alta
- c) Importante, mas de prioridade mais baixa
- d) Não muito importante

- e) Nem um pouco importante

11. Até que ponto a diversidade LGBTQIAP+ é uma prioridade para você na empresa em que trabalha?*

- a) A mais alta prioridade
- b) Uma grande prioridade, mas não a mais alta
- c) Importante, mas de prioridade mais baixa
- d) Não muito importante
- e) Nem um pouco importante

12. Independentemente de sua organização ter um ou não, qual é sua opinião sobre haver programas de diversidade LGBTQIAP+ no local de trabalho?*

- a) Bastante importante
- b) Muito importante
- c) Moderadamente importante
- d) Pouco importante
- e) Não é importante