

# **CARTILHA DIVERSIDADE & INCLUSÃO**



**RENAULT**

# Nosso compromisso com a Diversidade & Inclusão

O tema diversidade e inclusão é uma realidade na Renault do Brasil há 20 anos, quando o Renault Group aderiu ao Pacto Global da ONU, com a implementação dos dez princípios, que se aplicam a todas as unidades no mundo.

Aqui no Brasil, nós temos orgulho de dizer que fomos a primeira montadora da América Latina a aderir, em 2015, aos WEPs (Women's Empowerment Principles- ONU), os princípios de empoderamento feminino.

Em 2020, fomos novamente a primeira montadora a aderir ao Fórum de Empresas e Direitos LGBTQIA+ e, em 2021 nos tornamos signatários da Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial e do Movimento Mulher 360.

Estes compromissos demonstram a **consistência da nossa atuação** e a

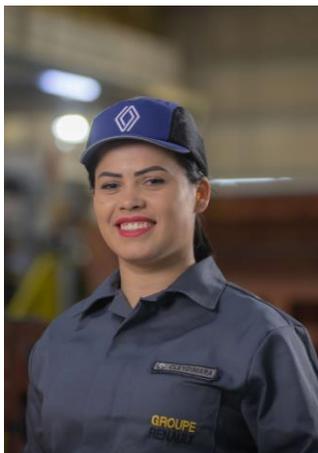
nossa **abertura para aprender e evoluir** constantemente quando o assunto é diversidade e inclusão. Na Renault do Brasil, queremos ser um local de trabalho que reflete a comunidade diversificada que servimos, no qual todos se sintam **incluídos, respeitados e valorizados**.

Somos uma **empresa humana e responsável**. Acreditamos que a diversidade e inclusão geram mais **criatividade e inovação**.

Esta cartilha é um convite para todos os colaboradores, fornecedores e concessionários da Renault refletirem sobre estes importantes temas, e colocarem em prática os comportamentos adequados para garantir um ambiente de trabalho com segurança psicológica, livre de preconceitos e discriminação.



**Ricardo Gondo**  
Presidente  
Renault do Brasil





## Diversidade & Inclusão na Renault do Brasil, uma jornada que iniciamos há mais de 20 anos

### UMA BASE SÓLIDA



**Pacto Global da ONU**  
Adesão do Renault Group em 2001



**WEPS**  
1ª montadora a aderir na América Latina em 2015



**FÓRUM DE EMPRESAS E DIREITOS LGBTI+**

**Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+**  
1ª montadora a aderir no Brasil em 2020



**Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial**  
1ª montadora a aderir no Brasil em 2021

### GRUPOS DE AFINIDADE



Novembro, 2010



Julho, 2020



Dezembro, 2020



Janeiro, 2021



Mai, 2021

## O que é Diversidade e Inclusão (D&I)?

Pessoas de diversos gêneros, origens sociais, percursos acadêmicos e profissionais, idades, origem étnica, orientações sexuais e com deficiência.

### **D&I: UMA PREOCUPAÇÃO SOCIAL**

Cada vez mais importante para colaboradores e clientes, o compromisso da empresa com o tema é hoje um grande investimento na reputação do Grupo.

### **D&I: UMA PREOCUPAÇÃO COMERCIAL**

D&I é a forma mais eficiente de diversificar experiência, conhecimento e know-how. Ao diversificar os perfis de nossos colaboradores, maximizamos nossa capacidade de desafiar nossas propostas e torná-las mais eficientes e competitivas.

### **D&I NO RENAULT GROUP**

Respeito e equidade de oportunidades como base da nossa estratégia.

Uma política proativa de representação da diversidade, em particular de gênero, aliada a uma ambiciosa estratégia de inclusão para proporcionar uma empresa mais atrativa e inovadora.



**GÊNERO**



# A linha do tempo da diversidade de gênero no Brasil



1827

Meninas são liberadas para frequentar **escolas**.

1879

Mulheres são autorizadas a frequentar  **cursos de nível superior**.

1932

Mulheres conquistam o **direito ao voto** no Brasil e as primeiras mulheres **conquistaram a CNH** para dirigir no país.

1988

Constituição brasileira passa a reconhecer as **mulheres como iguais** aos homens.

2006

Entrou em vigor a Lei 11.340 (Lei Maria da Penha) que **combate as violências física, psicológica e financeira** contra as mulheres.

2018

Com a Lei nº 13.718/2018 o **assédio** passa a ser considerado crime no Brasil.



O grupo de equidade de gênero da Renault do Brasil realiza ações afirmativas para:

## DESENVOLVER

as mulheres

## PROMOVER

o aumento no número de colaboradoras

## AUMENTAR

o número de mulheres em posições de liderança



**+12** anos de atuação

**3x**

Ouro no Prêmio WEPs, promovido pela ONU no Brasil

## As bases para equidade de gênero estão definidas nos sete princípios de empoderamento feminino publicados pela ONU:

1

Estabelecer liderança corporativa de alto nível para a igualdade de gênero.

2

Tratar todos os homens e mulheres de forma justa no trabalho - respeitar e apoiar os direitos humanos e a não discriminação.

3

Garantir a saúde, a segurança e o bem-estar de todos os trabalhadores e trabalhadoras.

4

Promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional das mulheres.

5

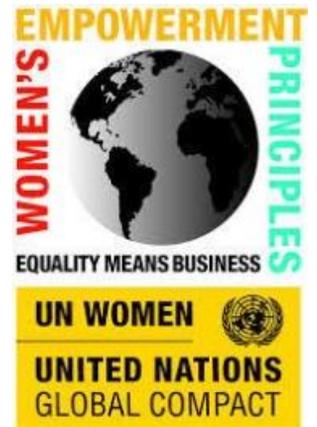
Implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de suprimentos e de marketing que empoderam as mulheres.

6

Promover a igualdade através de iniciativas e defesa comunitária.

7

Mediar e publicar os progressos para alcançar a igualdade de gênero.



**Você sabia que a Renault do Brasil foi a primeira montadora da América Latina a, em 2015, aderir aos WEPs?**

## Dicas práticas para incorporar ao dia a dia



 **WOMEN**  
**@RENAULT**

# 1

### **SORORIDADE**

Pratique empatia e solidariedade combatendo a rivalidade entre mulheres.

# 2

### **AGUARDE A SUA VEZ**

Quando uma mulher estiver falando, dê espaço para que ela conclua o que tem a dizer, sem interromper.

# 3

### **CUIDADO COM AS PALAVRAS**

Elimine do vocabulário expressões como: "O que ela quis dizer foi...", "Ela está falando assim porque está de TPM...", "Tinha que ser mulher", "Ela deve estar louca".

# 4

### **NÃO É NÃO**

Respeite a opinião e a postura de uma mulher quando ela diz "Não!".

# 5

### **FIQUE LIGADO (A)!**

Os conhecimentos sobre diversidade e inclusão se atualizam a cada dia. Para ficar sempre por dentro, consulte os sites:

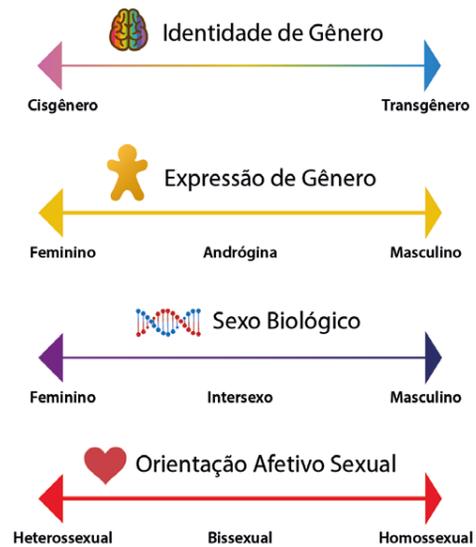
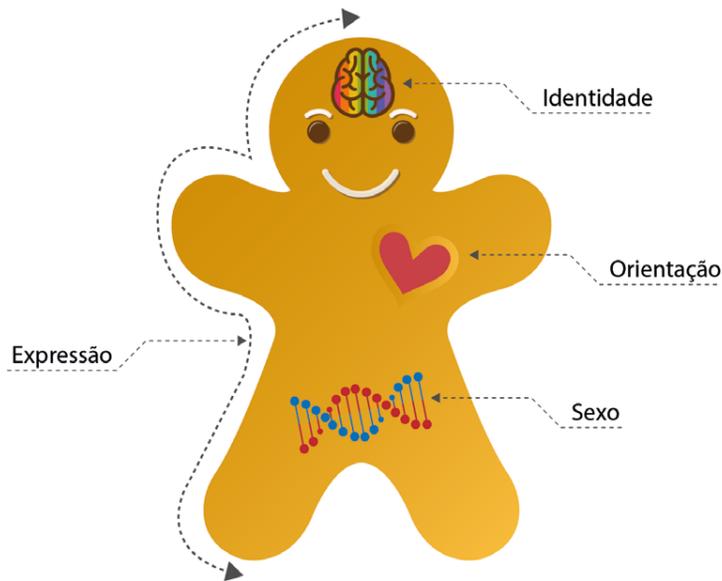
[www.onumulheres.org.br](http://www.onumulheres.org.br)

[movimentomulher360.com.br](http://movimentomulher360.com.br)

**LGBTQIA+**

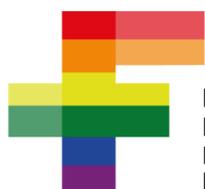


**É preciso entender que ser LGBTQIA+ não é uma opção, é um instinto biológico, humano e involuntário de cada um. Por isso, o termo correto é orientação sexual.**



Gay  
Lésbica Gay Bissexual Transsexual Transgênero Queer Queer Não binário Intersexual Assexual + Outras identidades

# Fórum de Empresas e Direitos LGBTQIA+



FÓRUM DE  
EMPRESAS  
E DIREITOS  
LGBTI+

A Renault do Brasil é signatária do Fórum de Empresas e Direitos LGBTQIA+, formado por empresas engajadas no respeito aos direitos humanos de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e pessoas intersexuais (LGBTI+), que rejeitam práticas de discriminação e suas implicações para os negócios e para a sociedade.

**A Renault está comprometida em atuar para desenvolver os dez compromissos previstos pelo Fórum:**

1	Comprometer-se – presidência e executivos – com o respeito e a promoção dos direitos LGBTQIA+.	6	Promover o respeito aos direitos LGBTQIA+ na comunicação e marketing.
2	Promover igualdade de oportunidades e tratamento justo às pessoas LGBTQIA+.	7	Promover o respeito aos direitos LGBTQIA+ no planejamento de produtos, serviços e atendimento aos clientes.
3	Promover ambiente respeitoso, seguro e saudável para as pessoas LGBTQIA+.	8	Promover ações de desenvolvimento profissional de pessoas do segmento LGBTQIA+.
4	Sensibilizar e educar para o respeito aos direitos LGBTQIA+.	9	Promover o desenvolvimento econômico e social das pessoas LGBTQIA+ na cadeia de valor.
5	Estimular e apoiar a criação de grupos de afinidade LGBTQIA+.	10	Promover e apoiar ações em prol dos direitos LGBTQIA+ na comunidade.

[www.forumempresaslgbt.com](http://www.forumempresaslgbt.com)



O grupo nasceu em julho de 2020 e tem como objetivo desenvolver ações de conscientização para garantir um ambiente seguro e livre de preconceitos de gênero e orientação sexual.

## DICAS PRÁTICAS PARA INCORPORAR AO DIA A DIA

1

### **NÃO TEM GRAÇA!**

Não incentivar "brincadeiras e piadas" sobre pessoas LGBTQIA+.

4

### **RESPEITO EM 1º LUGAR**

"Mas você é o homem ou a mulher do casal?" – esse tipo de pergunta não agrega valor e é invasiva.

2

### **NÃO É SOBRE VOCÊ**

Não tire alguém do armário sem a permissão da pessoa!  
O ato de se assumir LGBTQIA+ é pessoal e deve ser respeitado por todos.

5

### **"TUDO BEM SER GAY, MAS NÃO PRECISA BEIJAR NA RUA!"**

As pessoas heterossexuais se beijam nas ruas, festas e em locais públicos. Por que as pessoas LGBTQIA+ não podem? Se te incomoda ver dois casais do mesmo sexo se beijando, o problema pode ser você. Pense nisso!

3

### **NÃO JULGUE A APARÊNCIA**

Não diga "nem parece ser gay", afinal não existe um manual de como ser LGBTQIA+ e há muitas maneiras de expressar a própria personalidade.

# RAÇA E ETNIAS



RENAULT

## Raça e etnias

O Brasil é um país diverso, especialmente em termos étnico-raciais:

### COR / RAÇA

preta, parda, indígena, branca e amarela, de acordo com a classificação utilizada pelo IBGE.

### ETNIA

construção cultural de determinada comunidade. Características como religião, língua e história são pontos de diferenciação entre etnias.

## Dados estatísticos do Brasil

No Brasil, existe uma relação direta entre cor e pobreza. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) **54,9% da população brasileira é composta por pretos e pardos**. Apesar de serem maioria no país, os índices do Banco Mundial mostram que os **pretos e pardos têm 2,4 vezes mais probabilidade que os brancos de viver em situação de pobreza crônica**, dado que se agrava considerando também o gênero.



Para o IBGE, negros representam o somatório de pretos e pardos.

Fonte: Nexo Políticas Públicas

# Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial



A Renault do Brasil foi a primeira montadora no país a se tornar membro signatário da Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, um movimento criado em 2015, formado por empresas e instituições comprometidas com a **promoção da inclusão racial e a superação do racismo.**

## Dez compromissos com a Promoção da Igualdade Racial:

1	Comprometer-se – presidência e executivos – com o respeito à promoção da igualdade racial.	6	Promover o respeito à diversidade racial na comunicação e marketing.
2	Promover igualdade de oportunidades e tratamento justo a todas as pessoas.	7	Promover o respeito a todas as pessoas no planejamento de produtos, serviços e atendimento aos clientes.
3	Promover ambiente respeitoso, seguro e saudável para todas as pessoas.	8	Promover ações de desenvolvimento profissional para se alcançar a igualdade racial no acesso a oportunidades de trabalho e renda.
4	Sensibilizar e educar para o respeito e a promoção da diversidade racial.	9	Promover o desenvolvimento econômico e social na cadeia de valor dos segmentos étnico-raciais em situação de vulnerabilidade e exclusão na cadeia de valor.
5	Estimular e apoiar a criação de grupos de afinidade sobre diversidade racial.	10	Promover e apoiar ações em prol da igualdade racial no relacionamento com a comunidade.

O grupo tem como objetivo desenvolver projetos que buscam conscientizar e garantir um ambiente seguro e livre de preconceito e discriminação racial ou de etnia para todos os colaboradores da Renault.



## Repensando seu vocabulário do dia a dia

1

### **A COISA TÁ PRETA**

Associa "preto" como uma situação ruim. Substitua por "a coisa tá difícil".

5

### **TRABALHO DE PRETO**

O termo carrega preconceito, pois relaciona pessoas negras à preguiça e incapacidade. Substitua por "trabalho errado".

2

### **A DAR COM PAU**

Tem origem no costume de alimentar os escravizados à força com uma colher de pau grande. Substitua por "muito" ou "bastante".

6

### **CRIADO-MUDO**

O nome dado a este móvel faz referência aos criados (escravizados) que seguravam objetos para seus senhores e não podiam falar. Substitua por "mesa de cabeceira".

3

### **CABELO RUIM, CABELO BOMBRIL E CABELO DURO**

Termos racistas que depreciam o cabelo afrodescendente. Substituir por "cabelo cacheado", "crespo" e "afro".

7

### **DOMÉSTICA**

Eram as mulheres negras que trabalhavam em casa de famílias brancas e eram consideradas domesticadas. Substitua por "empregada" ou "funcionária".

4

### **COR DE PELE**

Não existe apenas uma cor de pele. Substitua por "rosa-claro" ou "bege" a depender da preferência.

8

### **DENEGRIR**

Significa "tornar negro". Substitua por "difamar".

# PESSOAS COM DEFICIÊNCIA



RENAULT

Pessoas com deficiência são aquelas que têm impedimentos de longo prazo de natureza **física, psicossocial, intelectual ou sensorial**, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas.

## Conheça os tipos de deficiências

### AUDIÇÃO



Redução ou ausência da capacidade de ouvir determinados sons em diferentes graus de intensidade. Abrange a baixa audição, em diversos níveis, e a surdez total.

A pessoa surda é aquela que, além da perda auditiva, possui uma identidade, uma cultura e uma língua própria, a LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais) formando uma comunidade.

### VISÃO



Redução ou ausência total da visão, podendo ser baixa visão, em diversos níveis, ou cegueira.

### FÍSICA



Alterações completas ou parciais de um ou mais segmentos do corpo que geram o comprometimento da mobilidade e da coordenação geral, podendo também afetar a fala em diferentes graus.

### INTELLECTUAL



Capacidade significativamente reduzida de compreender informações novas ou complexas, e de aprender e aplicar novas habilidades (comunicação, habilidades sociais, habilidades acadêmicas, vida familiar e autonomia).

### PSICOSSOCIAL



Transtornos psíquicos associados a quadros de depressão, síndrome do pânico, esquizofrenia, transtornos de personalidade, transtornos globais do desenvolvimento (espectro do autismo, síndrome de Williams, síndrome de Rett, síndrome de Asperger), etc.

Existe ainda a **deficiência múltipla**, quando há mais de um tipo de deficiência na mesma pessoa; e a **sensorial**, relacionada aos sentidos da audição e visão.



O grupo desenvolve ações que visam conscientizar e assegurar um ambiente de trabalho propício, acolhedor e inovador para todos os colaboradores com deficiência.

Renault  
Group  
Instituto  
Brasil

## UNILEHU Universidade Livre para a Eficiência Humana

Fundada em 2004, a Unilehu tem como objetivo promover a diversidade e a inclusão, por meio de ações de integração das pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

A Renault do Brasil, por meio do Instituto Renault, é uma das fundadoras da Unilehu.



Ampla conjunto de ações voltadas a atender o público-alvo na busca por alternativas de inclusão com foco no mercado de trabalho.



Escola de capacitação profissional voltada para a geração de renda nas áreas de costura, estamparia e artesanato com um atelier de produção.

[www.unilehu.org.br](http://www.unilehu.org.br)

## Dicas práticas para incorporar ao dia a dia



# 1

### **ATENÇÃO!**

Ao se referir às pessoas com deficiência, não utilize a palavra “especial”.

# 2

### **NA DÚVIDA, PERGUNTE!**

Fazer algo pela pessoa com deficiência sem antes questionar se a ajuda é necessária não é legal, Pergunte antes se a pessoa precisa de ajuda.

# 3

### **DIGA NÃO AO CAPACITISMO!**

Não seja superprotetor(a) com a pessoa com deficiência, ela é autônoma para tomar suas próprias decisões e assumir responsabilidades dos seus atos.

# 4

### **“NÃO TENHO BRAÇO PRA FAZER”**

Usar essa expressão para sinalizar que não há recursos para fazer uma determinada atividade ou entrega é discriminatório. Substitua por “Preciso de mais tempo” ou “Preciso de mais recursos”.

# 5

### **PARA FAZER O CERTO**

Não fale alto com pessoas com deficiência visual ou física, pois elas não são surdas.

# 6

### **DICAS DE COMUNICAÇÃO**

Não chame a pessoa com deficiência auditiva de “surda muda”, pois grande parte dos surdos não são mudos, simplesmente não aprenderam a falar. Para se comunicar com a pessoa surda, leitura labial e gestos são eficientes, além de LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais).

# GERAÇÕES



RENAULT

**Cada geração tem uma característica, seja na forma de aprender novas coisas, lidar com a tecnologia, ou portar-se frente a uma mesma situação.**

E como em qualquer outra circunstância, o respeito às diferenças é essencial.



**1940**

**1961**

**1981**

**1996**

**2010**

**Baby Boomers**  
82 - 60 anos

**Geração X**  
61 - 42 anos

**Geração Y**  
41 - 27 anos

**Geração Z**  
26 - 13 anos

**Geração Alpha**  
12 anos ou menos

**Por que é importante falar sobre gerações no ambiente de trabalho?**

**+ 50 ANOS**

quebra de barreiras relacionadas à idade, considerando as taxas de envelhecimento da população no Brasil.

**+ JOVENS**

desafio pela conquista do primeiro emprego e inclusão no mercado de trabalho.

# GENERATIONS @RENAULT

Criado em 2021, o grupo busca criar condições para que todos os colaboradores se sintam respeitados e incluídos **independentemente da sua idade.**

O projeto tem como objetivo combater o ageísmo (discriminação pela idade), bem como **conciliar e integrar os temas relacionados às multigerações,** implementando processos e políticas revisadas e adequadas a todas as idades.

# 1

## ELE(A) NÃO PARECE SER GESTOR(A)/ELE(A) AINDA É ANALISTA

Não é necessário ter determinada aparência, nem "certa" idade para ocupar uma função. Cada pessoa tem seu tempo e plano de carreira, isso precisa ser respeitado.

# 2

## DESCULPA PERGUNTAR, MAS QUANTOS ANOS VOCÊ TEM?

Não precisa pedir desculpa por perguntar a idade de alguém. O preconceito está implícito na ideia de achar que envelhecer não é digno ou natural, logo não pode ser revelado.

# 3

## ELE(A) NÃO ENTENDE DESSAS COISAS POIS JÁ ESTÁ VELHO(A)

Não há idade específica para se interessar e entender mais sobre determinadas atividades e/ou assuntos.

# 4

## VOCÊ NÃO APARENTA A IDADE QUE TEM

Dito dessa maneira, faz parecer que ter a idade que se tem é feio ou errado. Em vez disso, elogie objetivamente a pessoa, destacando algo nela que lhe chamou a atenção.

# 5

## TINHA QUE SER O ESTAGIÁRIO(A)/A CULPA É DO(A) ESTAGIÁRIO(A)

O estágio tem a função de formação profissional, portanto é um período de aprendizado e transição. Quando o(a) estagiário(a) é repreendido(a) com "brincadeiras", tende a se inibir e não contribuir com suas ideias e soluções.

## Canal de Ouvidoria

Na Renault do Brasil acreditamos que a diversidade é uma força que melhora o potencial de trabalho e a qualidade dos nossos produtos. Por isso, nos dedicamos todos os dias a criar um ambiente de trabalho que reflete a comunidade em que vivemos, onde todos se sentem incluídos, respeitados e valorizados.

O Canal de Ouvidoria auxilia nossos colaboradores, estagiários, terceiros, fornecedores, concessionários e todos os outros que se relacionam com a Renault do Brasil a reportarem irregularidades ou comportamentos considerados não éticos e inadequados, que violem as condutas descritas em nosso Código de Ética ou outras regulamentações.



<https://report.whistleb.com/pt/renaultbrazil>

0800-591-2078 - Código: 1138

**Os relatos recebidos são tratados de maneira ANÔNIMA, SEGURA E CONFIDENCIAL!**



# CARTILHA DIVERSIDADE & INCLUSÃO



**RENAULT**

- Versão 1.0 da Cartilha de Diversidade & Inclusão da Renault do Brasil, disponível nos canais de comunicação interna e no Site da Renault do Brasil.
- Antes de compartilhar, certifique-se de que está consultando a versão mais atualizada do documento.

Agosto de 2022