



media *training*



SUMÁRIO

- 1. DEIP3**
- 2. POSICIONAMENTO SEPHORA11**
- 3. COMUNICAÇÃO INCLUSIVA16**
- 4. DICAS E CUIDADOS23**





DEEP

~~DEIP~~

*diversidade,
equidade,
inclusão &
pertencimento*

DEIP

diversidade, equidade, inclusão & pertencimento

Diversidade

Diversidade é a pluralidade dos indivíduos em termos de diferenças culturais, de identidade e de experiência.



Inclusão

Inclusão no mercado de trabalho significa criar estratégias para acolher as diversidades e garantir que profissionais diversos tenham oportunidades iguais.



Equidade

A equidade reconhece que não somos todos iguais, que nem todos começamos do mesmo lugar e que é preciso ajustar esse “desequilíbrio”.



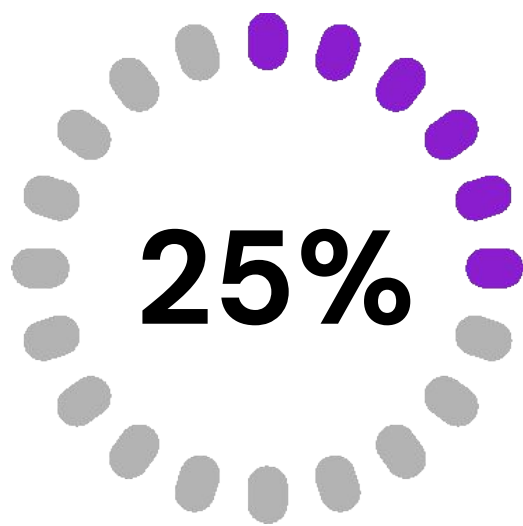
Pertencimento

O sentimento de pertencimento é uma ligação psicológica entre o colaborador e a empresa, em que ele se vê como parte de uma comunidade.

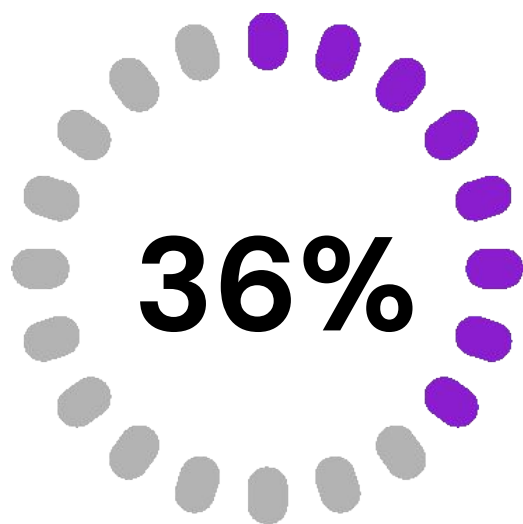


Quanto maior a **representatividade**, maior é a probabilidade da empresa ter **melhor desempenho no mercado**, de acordo com um estudo da *McKinsey & Company* de 2020.

é o quanto *a lucratividade aumenta quando há representatividade feminina*



é o quanto *empresas com diversidade étnica e cultural superam em rentabilidade as demais*



DIVERSIDADE

para os consumidores brasileiros

70%

acreditam que as empresas e marcas devem integrar o tema diversidade

52%

passam a admirar mais e 51% a considerar as marcas que falam abertamente da diversidade

60%

declaram não consumir produtos de marcas com comportamentos preconceituosos

54%

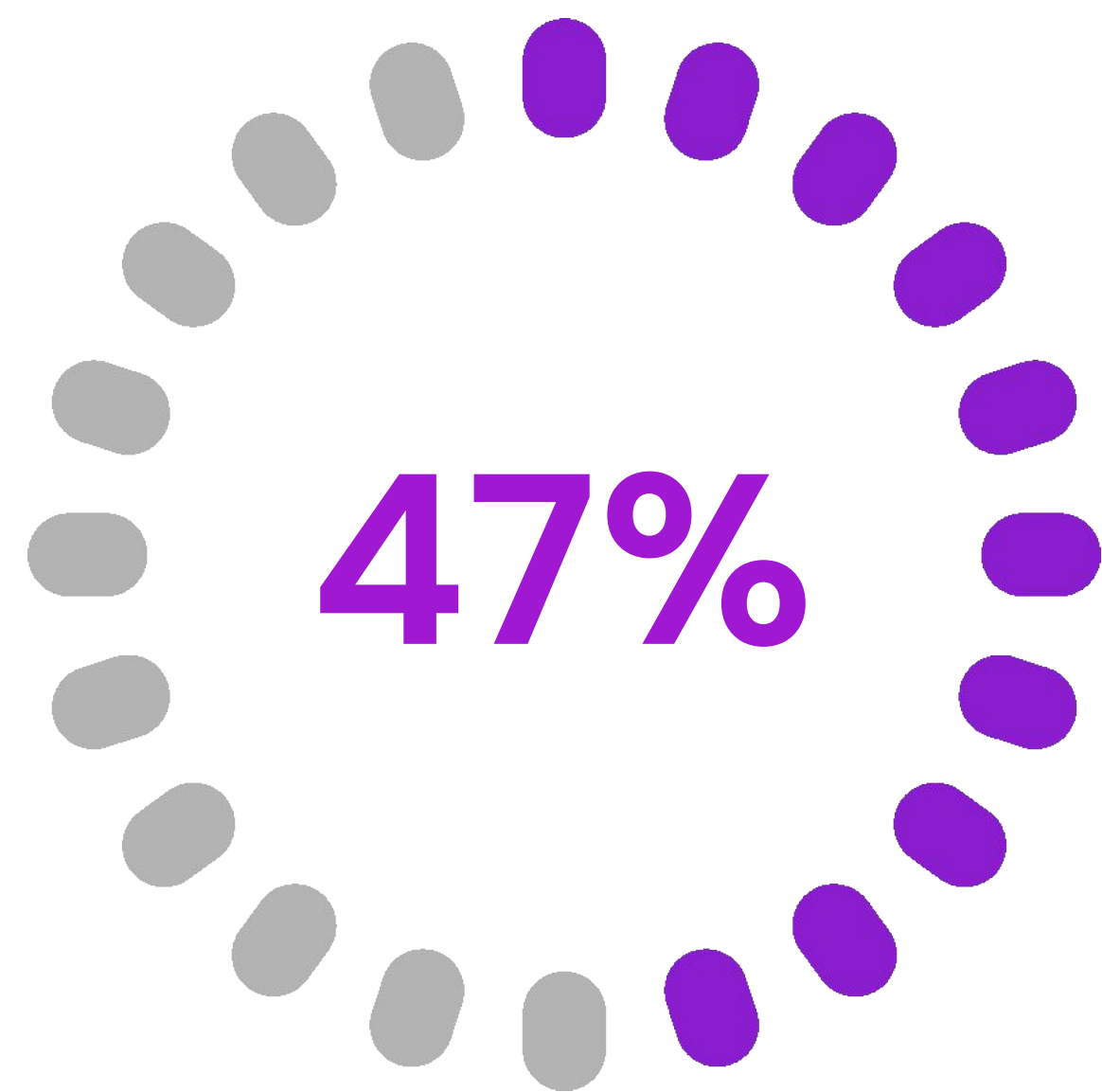
acreditam que as propagandas ajudam a criar uma sociedade mais tolerante

Oldiversity, Grupo Croma, 2020

*E no
mercado
~~de beleza?~~*



No Brasil, o segmento de cosméticos/beleza e higiene pessoal **é apontado como o mais diverso**, de acordo com o estudo *Oldiversity*, do Grupo Croma.



47%

dos entrevistados no estudo indicaram marcas relacionadas a esse setor



BENCH

de marcas



Natura é a marca mais lembrada pela diversidade, sendo **24%** dos entrevistados pelo estudo Oldiversity, com resultado mais expressivo entre os LGBTQIA+



O Boticário aparece em segundo lugar, com **16%**.



Dove e Avon perderam espaço e desceram no ranking de marcas mais diversas, mesmo assim, permanecem entre as 10 marcas mais citadas, com **2%** cada

POSICIONAMENTO

Sephora Brasil

POSICIONAMENTO

Sephora Brasil

A estratégia de D&I da Sephora é uma nova mentalidade, que inclui:



Novos comportamentos, habilidades, atitudes;



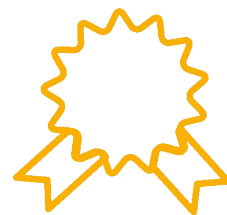
Investimento a longo prazo;



Um processo com gestão e acompanhamento.



Foco no cliente: escuta ativa e reforço da Sephora como destino inclusivo de beleza



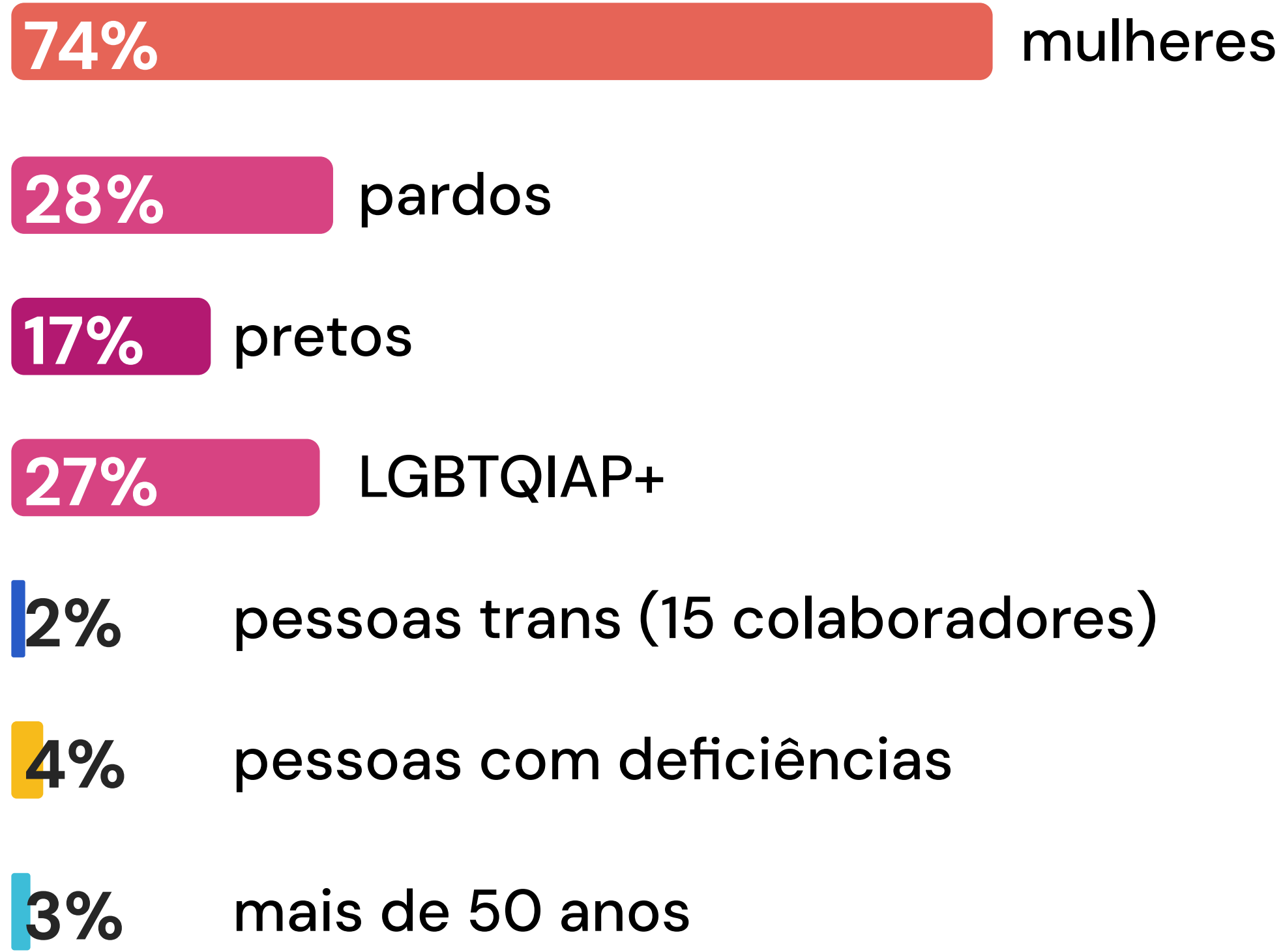
Gerar awareness de marca através de momentos únicos, reforçando os diferenciais: exclusividade, sortimento e experiência



Suporte dos canais (Novos clientes, Vendas, Tráfego, Conversão...), garantindo uma visão omni

DEIP NA SEPHORA

censo demográfico



DEIP NA SEPHORA

mensagens-chave

Atualização de contratação de pessoas negras e com deficiência 2023:

			
	METAS	STATUS ATUAL	CONTRATAÇÕES
PESSOAS COM DEFICIÊNCIA	4%	2%	6 Até o momento
PESSOAS NEGRAS	10%	5%	12 8 Até o momento



METAS de DE&I



MISSÃO

Fomentar uma cultura de pertencimento diversa e inclusiva que impacte colaboradores, clientes, fornecedores e sociedade



ESTRATÉGIAS

Curto prazo (2023, 2024) – Força de trabalho – Atração, retenção, desenvolvimento e reputação; Médio prazo (2025, 2027) – Mercado – Clientes e Cadeia de valores; Longo prazo (2028) – Impacto externo – Comunidade.



OBJETIVO

Até 2026 ser referência em DE&I



Comprometimento da diretoria executiva



Promover uma liderança Inclusiva



Se posicionar em todas as situações pela DE&I



Construir espaços de respeito, segurança e pertencimento



Trabalhar essa agenda de maneira transparente e com real intencionalidade



COMUNICAÇÃO

inclusiva

AFINAL, A PESSOA É *preta ou negra?*

Prefira usar pessoa negra para designar um grupo de indivíduos com a pele cor parda e/ou preta.

Já, pessoa preta, para aqueles com a pele retinta, ou seja, com os tons mais escuros.



LINGUAGEM *inclusiva - étnico-racial*

Palavras e expressões para banir

- Cabelo ruim/duro
- Da cor do pecado
- Judiar/judiação
- Dia de branco
- Inveja branca
- Coisa de judeu
- “Feito nas coxas”
- Inhaca
- “Você não é negro, é moreninho”
- Não é Índio de verdade’
- “Não sou tuas nega”
- “Eu não vejo cor”



LINGUAGEM

inclusiva - equidade de gênero

Palavras e expressões para banir

- Tá de TPM?"
- Coisa de mulher
- "Lugar de mulher é..."
- "Homem não..."
- "Isso é roupa de..."
- O homem/mulher da relação
- Mulher rodada



LINGUAGEM *inclusiva -* *LGBTQIAP+*

Palavras e expressões para banir

- Traveco, sapatão, bicha, viado
- Homossexualismo
- Opção sexual
- Afeminado
- “Que desperdício”
- “Ela/e está indecisa/o”
- “Nem parece gay/lésbica/trans”



LINGUAGEM

inclusiva - pessoas com deficiência

Palavras e expressões para banir

- “Pessoa portadora de deficiência”, “pessoa com necessidades especiais” e “pessoas especiais”
- Deve ser autista
- Retardado/retardada
- “Me quebra as pernas”
- Anão
- Você tem down
- Doente mental
- “Eu não tenho braço”
- “Estou no mudo”
- Fingir demência
- Braço curto



LINGUAGEM

inclusiva - geracional

Palavras e expressões para banir

- "Nossa, você não parece ter a idade que tem, está conservada!"
- "Ela está ótima para a idade dela"
- "Ih, entregou a idade"
- "Ela ainda está lúcida"
- "Você deve ter sido muito bonita"
- "Ela tem um tempo diferente, precisamos respeitar"
- "Você não tem mais idade para isso"





DICAS *e cuidados*

DOs

- ✓ Sempre reforce as mensagens-chave da companhia nas respostas;
- ✓ Foque em dados positivos;
- ✓ Reconheça pontos sensíveis e argumente que estas são algumas das razões que motivaram a criação do plano/reposicionamento;
- ✓ Tenha lucidez sobre metas, entregáveis e objetivos;
- ✓ Reconheça o lugar de privilégio;
- ✓ Reconheça que ainda existe muito a ser feito e mostre como a empresa está se estruturando nesse sentido;
- ✓ Seja honesto quanto à evolução da empresa no quesito DEIP;
- ✓ Sinta-se seguro para responder com firmeza quando o jornalista tentar induzir alguma resposta ou colocar palavras na sua boca



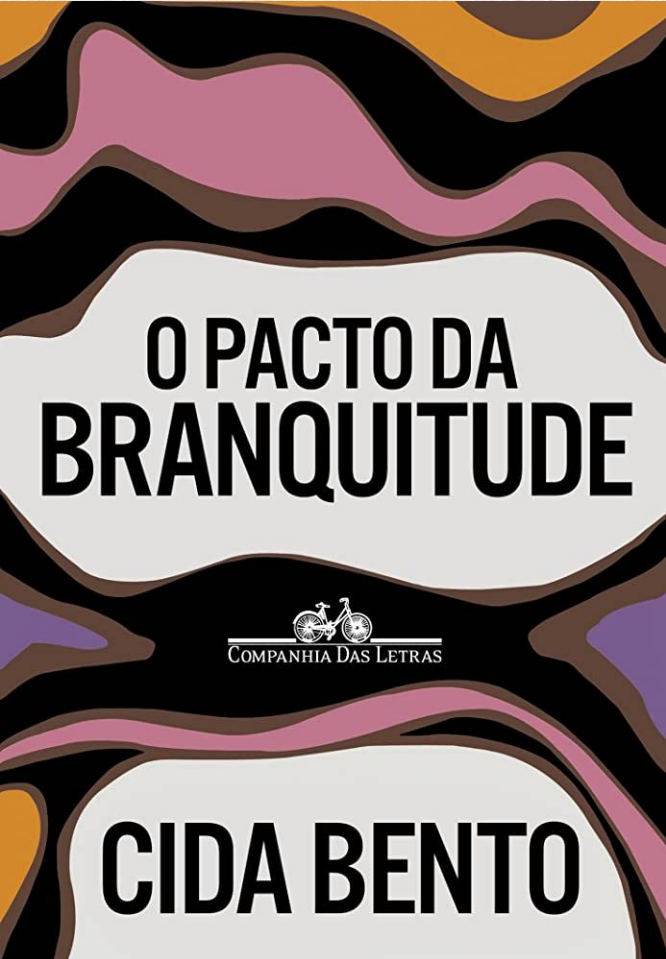
DON'Ts

- Não use eufemismos como Caso, Acontecimento, Incidente, Injustiça para se referir a crimes relacionados a grupos minorizados; ❌
- Não use pretos para se referir às pessoas negras, o mesmo para Índio quando mencionar a população indígena, e também “pessoas especiais” para pessoas com deficiência; ❌
- Não se refira a pauta racial/LGBTQIA+ como uma questão de opinião; ❌
- Não use dados/iniciativas criadas em outros países para justificar/validar metas que não condizem com a diversidade; ❌
- Não faça comparações com ações realizadas por outras empresas; ❌
- Cuidado com falas capacitistas. ❌

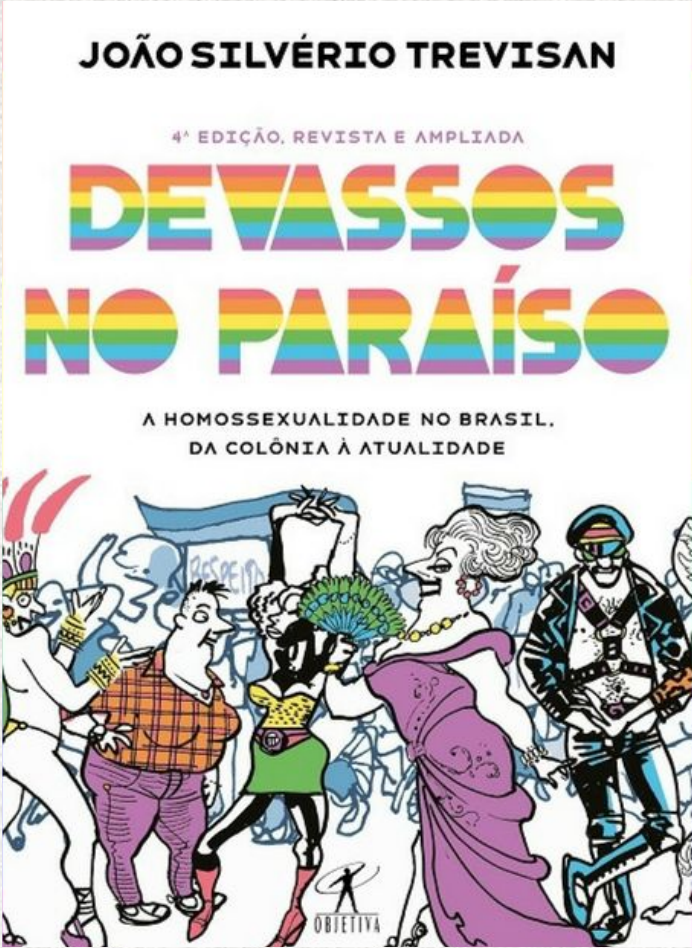


PARA
ler

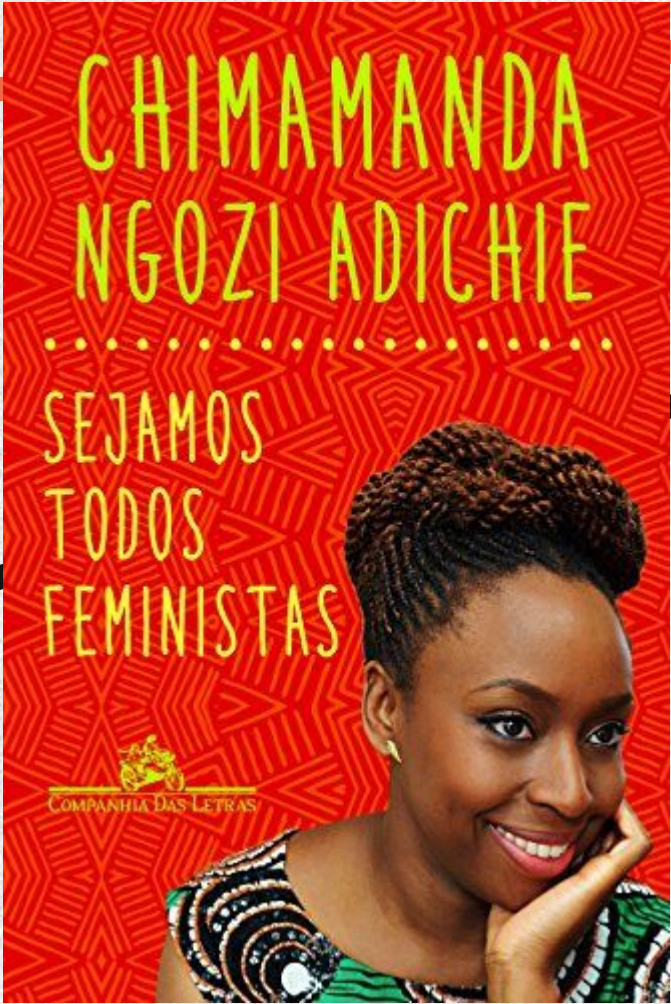
racial



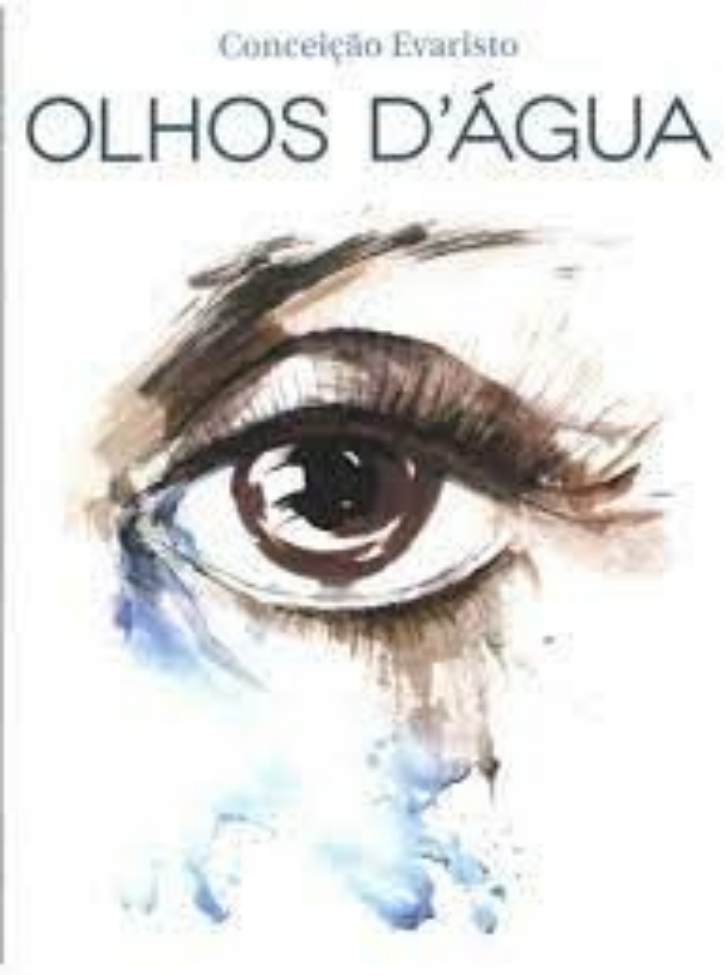
lgbtqia+



diversidade



gênero



racial



gerações

PARA
ouvir

pcd



diversidade



diversidade



racial/social



diversidade



diversidade



gerações

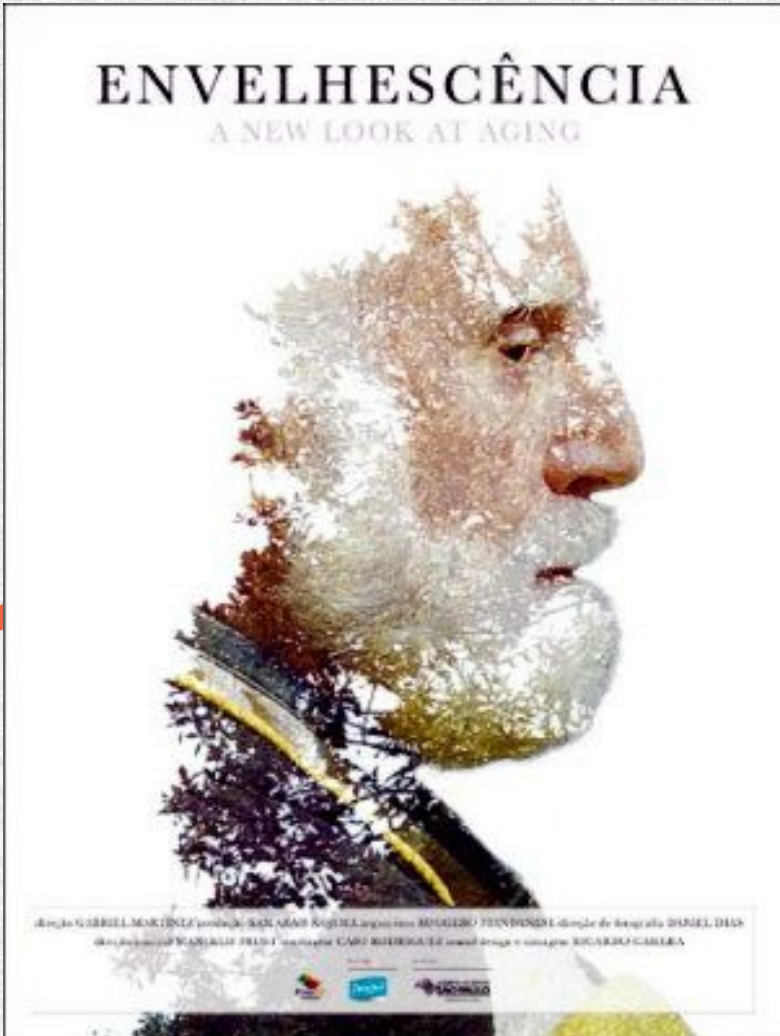
PARA
assistir



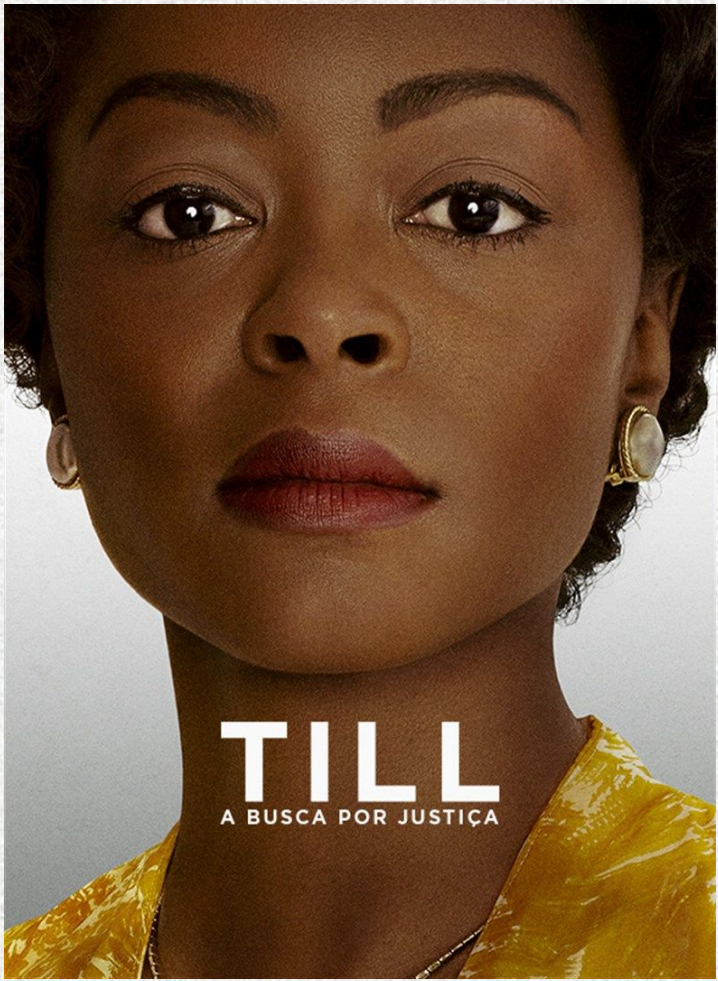
pcd



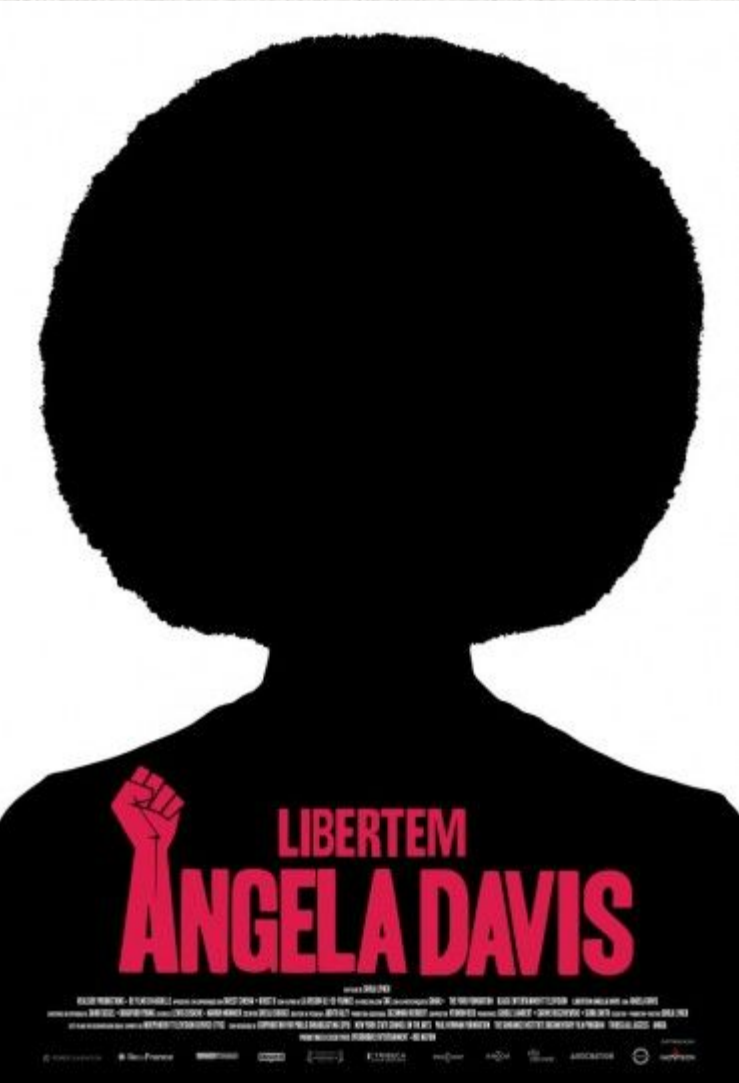
racial



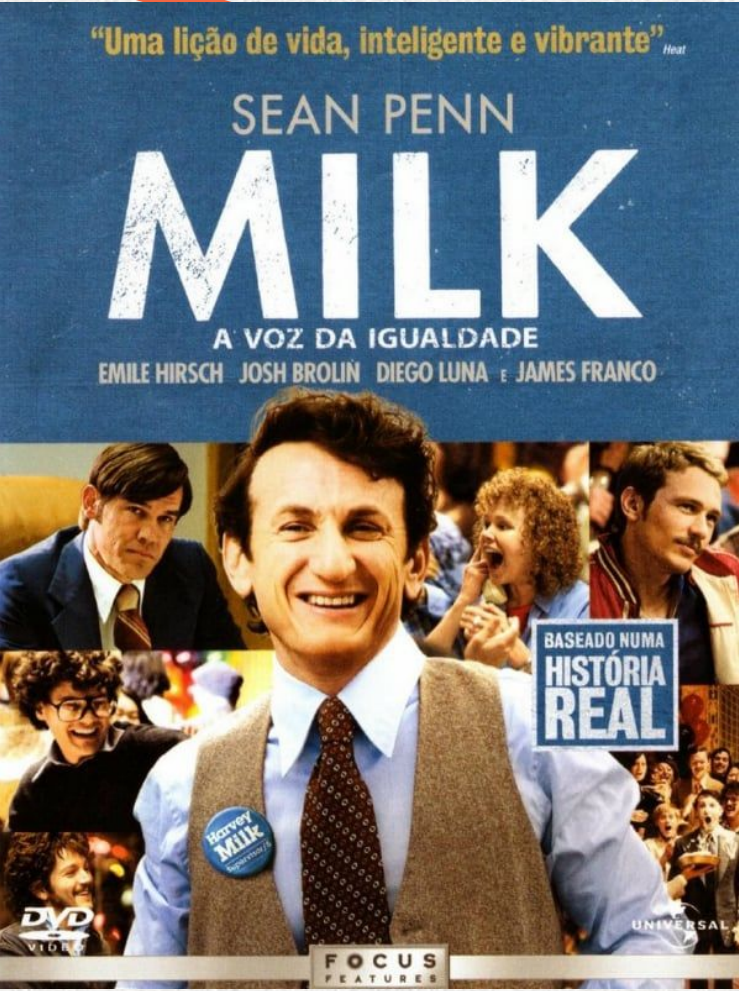
gerações



racial



gênero/racia
1



lgbtqiap+