

Kit de herramientas para el cambio: **CÓMO EVALUAR LA INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS LGBTIQ+**

Una asociación con La Cámara de Comercio LGBT Argentina y Out & Equal Workplace Advocates



Introducción: UN PANORAMA EN PROCESO DE CAMBIO PARA LAS EMPRESAS

En todo el mundo, los actores sociales, legales y comerciales están impulsando la equidad y la inclusión en el lugar de trabajo para la comunidad LGBTIQ+ (lesbiana, gay, bisexual, transgénero y queer). Las principales multinacionales han integrado plenamente iniciativas de inclusión de personas LGBTIQ+ a sus modelos estratégicos de negocios, y muchas se encuentran fomentando estas iniciativas desde hace dos o tres décadas.

Solo en los últimos cinco años:

- El número de empresas Fortune 500 que cuenta con protecciones específicas contra la discriminación para la comunidad LGBTIQ+ ha aumentado al 94 %;¹
- India, el segundo país más poblado del mundo, derogó la ley que tipificaba como delito las relaciones sexuales entre personas del mismo sexo;
- La cantidad de países con matrimonio igualitario ha aumentado a 31, 8 de los cuales se encuentran en América Latina; y
- La aceptación a nivel mundial de la comunidad LGBTIQ+ se ha incrementado en forma constante en más de 130 países, a lo largo de tres décadas, según las mediciones de encuestas sociales.²

Si miramos sólo estos datos, parecería que la equidad social y legal plena para la comunidad

AVANCES LGBTIQ+ EN AMÉRICA LATINA

CAMBIOS LEGALES

Despenalización

- La mayoría de los países de América Latina han despenalizado las relaciones sexuales consentidas entre adultos del mismo sexo. Sin embargo, 9 países, principalmente en el Caribe, todavía mantienen leyes que las penalizan.⁴ La mayoría de estas leyes son vestigios de la era colonial impuestas por países como el Reino Unido.
- Belice (2016) y Trinidad y Tobago (2018) son dos de los países que recientemente han despenalizado las relaciones sexuales entre personas del mismo sexo.⁵

Matrimonio igualitario

- El matrimonio igualitario es legal en Argentina (2010), Brasil (2013), Uruguay (2013), Colombia (2016), Ecuador (2019), Costa Rica (2020) y Chile (2021).
- En México, el matrimonio igualitario es permitido en aproximadamente $\frac{3}{4}$ de los estados.⁶
- En Bolivia se ha creado una figura similar llamada "unión civil" o "unión de hecho" para inscribir las uniones de personas del mismo sexo.

No discriminación

- México, Bolivia, Ecuador y Cuba cuentan con protecciones contra la discriminación basadas en la orientación sexual y la identidad de género en su constitución.⁷
- Muchos otros países, como Brasil y Perú, tienen amplias protecciones contra la discriminación basada en la orientación sexual.⁸
- Brasil criminalizó la homofobia y la transfobia a través de un fallo de la Corte Suprema en 2019.⁹

LGBTIQ+ es solo una cuestión de tiempo, pero sabemos que deben hacerse esfuerzos conjuntos para garantizar que los avances continúen.

Los cambios positivos en la mayor parte del mundo, y especialmente en América Latina, necesitan de empresas comprometidas con la comunidad LGBTIQ+. Desde las pequeñas hasta las medianas y grandes, las empresas que reconocen a la comunidad LGBTIQ+ lograrán mayor rentabilidad, tendrán más probabilidades de atraer y retener a su talento, y serán más innovadoras a medida que el mercado cambie, mientras las personas LGBTIQ+, sus amigos y familiares, esperan que los productos y anuncios publicitarios sean más inclusivos.³

Durante los últimos años, vienen aumentando las iniciativas de muchas personas y empresas para generar una mayor apertura e inclusión. Sin embargo, el proceso para lograr diversidad, equidad e inclusión es un poco confuso. En esta guía, compartimos todo lo que sabemos después de décadas de trabajar con compañías internacionales y aplicamos estas lecciones a un kit de herramientas de autoevaluación flexible para empresas de todo tipo.



Derechos para las personas trans

- En 2012, Argentina fue el primer país de América Latina en permitir que las personas transgénero cambien legalmente su nombre y género, en el documento nacional de identidad, sin enfrentar barreras como la terapia hormonal, la cirugía o el diagnóstico psiquiátrico.¹⁰ Desde entonces, otros países de la región han adoptado leyes similares.
- En 2021, Argentina ordenó que todos los documentos de identidad y pasaportes nacionales puedan tener una tercera opción de género, garantizando así el derecho a la identidad de género de las personas no binarias.¹¹

CAMBIOS SOCIALES

La aceptación hacia las personas LGBTIQ+ y sus derechos han aumentado a nivel mundial desde 1981. Esto también es consistente en muchos países de América Latina.¹²

Se han elegido políticos abiertamente LGBTIQ+ y/o designados para cargos gubernamentales en Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Perú, Uruguay y Venezuela.¹³

CAMBIOS EN EL MERCADO GLOBAL

Fortune 500: Beneficios y políticas contra la discriminación (2021)¹⁴

- 96% incluyen a la orientación sexual
- 94% incluyen a la identidad de género
 - * 68% extienden estas protecciones a nivel mundial
- 71% ofrecen cobertura de salud inclusiva para personas trans

2022 marca el séptimo año de que temas LGBTIQ+ sean parte de la agenda en Davos (Foro Económico Mundial).

En 2018, 32 corporaciones y ONGs se unieron a Out & Equal en la "Declaración de Apoyo a la Diversidad, el Respeto y la Inclusión de las Personas LGBT+ en el Lugar de Trabajo en Brasil."¹⁵

87% de participantes del IBM LGBT + Jam 2021 cree que su organización debería adoptar una posición pública más asertiva sobre la inclusión y pertenencia LGBT+.¹⁶

CAPÍTULOS DE PRIDE CONNECTION

- México
- Colombia
- Chile
- Costa Rica
- Perú
- Argentina
- Brasil
- Ecuador
- Panamá

Cómo comenzar

En este kit de herramientas, desmitificamos y facilitamos las mejores prácticas de inclusión LGBTQ+ de las principales compañías internacionales y regionales, así como también presentamos nuevas prácticas para las nuevas empresas que están surgiendo. En forma conjunta, vamos más allá de los “checklists” y pasamos a herramientas flexibles de empoderamiento individual y cambio organizacional. Por último, ayudamos a los empleadores a evaluar las brechas entre política y cultura.

Una empresa puede tener establecidas políticas solidarias, pero aun así perder

talento y clientes a causa de una cultura que simplemente no concuerda con las políticas adoptadas por escrito. Por otra parte, algunas empresas han sostenido culturas muy inclusivas, pero descubren que deben consolidar estos valores en políticas. Los cambios rara vez son lineales y para las empresas de la actualidad, atravesar el proceso de la inclusión LGBTQ+, les requiere de una visión multidimensional para detectar y evitar los obstáculos por delante, comprender la totalidad del camino, e incluso tomar algunos atajos. ¡Bienvenide al siguiente nivel para promover inclusión y evaluar su lugar de trabajo!

CUATRO CONSEJOS PARA UTILIZAR ESTE KIT DE HERRAMIENTAS:

1. Lea y considere atentamente el contenido de los tres componentes de este kit de herramientas.
2. Cuento los resultados de cada sección y anótelos. Resáltelos con rojo, amarillo o verde, de acuerdo a las indicaciones.
3. Tómese el tiempo para considerar su puntaje acumulativo y lo que significa en términos de los próximos pasos.
4. Comparta sus resultados confidenciales con nuestro equipo para ayudarle a alcanzar el siguiente nivel de inclusión LGBTQ+.

Cómo usar este kit de herramientas

Este kit de herramientas tiene tres componentes claves:

- 1** *Equidad como cuestión de política:* Una descripción general de las políticas, beneficios y protocolos indispensables requeridos como punto de partida para garantizar la inclusión en el lugar de trabajo. Esta línea de base la puede utilizar como medida para contrastar las políticas actuales de su empresa.
- 2** *Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva:* Una explicación de las prácticas que respaldan el cambio cultural dentro de una empresa que se utilizará como referencia y herramienta comparativa para las prácticas dentro de la compañía. Esta sección incluye dos categorías de prácticas: internas y externas.
- 3** *Experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión:* Estas son preguntas para reflexionar a fin de evaluar las experiencias cotidianas que la cultura y las prácticas y políticas de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) tienen sobre sus trabajadoras y trabajadores. Aquí es donde puede poner en perspectiva las brechas existentes en las prácticas de política y cultura, en comparación con las realidades cotidianas de su fuerza laboral.

Este kit de herramientas no tiene por objeto establecer un puntaje de inclusión para que sea compartido públicamente. Por el contrario, está destinado a ser una herramienta para el aprendizaje, la evaluación y la mejora continua. De hecho, debido a la naturaleza personalizada de la tercera sección de esta herramienta, Incidencia cotidiana de las iniciativas de inclusión, los resultados pueden variar en función de quién realiza la evaluación, ¡y eso forma parte del valor de este recurso! Esta función le permite identificar las posibles diferencias en las experiencias vividas y las perspectivas en toda la empresa.

Al final de cada sección, se explica cómo evaluar sus puntajes para cada componente, y en la sección final de esta herramienta se incluyen detalles que le ayudarán a determinar sus puntajes acumulados y sugerencias para los siguientes pasos.

Le recomendamos compartir sus resultados confidenciales con nosotros y utilizarlos como recurso para fomentar las iniciativas de diversidad, equidad e inclusión (DEI) de su empresa. También le alentamos a aplicar esta herramienta en los diferentes departamentos y niveles jerárquicos para obtener una perspectiva completa, y a utilizarla para medir el éxito en forma constante a lo largo del tiempo con el fin de monitorear los avances.

Componente 1

Equidad como cuestión de política

A pesar de lo importante que es la cultura dentro de una organización, una cultura inclusiva por sí sola no puede aportar expectativas claras y tangibles de inclusión y no discriminación, ni tampoco puede una cultura inclusiva pagar la atención médica o la jubilación. Este es el motivo por el cual, por ejemplo, la mayoría de las empresas Fortune 500 han implementado políticas antidiscriminación claras y han otorgado planes de beneficios para garantizar la equidad entre trabajadoras y trabajadores LGBTQ+ y no LGBTQ+.

Tanto postulantes como colaboradoras y colaboradores actuales, deben saber que no serán despedidos, y que no se les negará un empleo o un ascenso debido a su orientación sexual o identidad de género. Deben entender las expectativas de tratamiento equitativo en el lugar de trabajo y deben saber que existe responsabilidad y tienen derecho a una rendición de cuentas, si se infringen estas políticas.

ARGENTINA
COMPROMISO
INCLUSION
LGBTIQ

El “Qué” y los elementos esenciales

1. Protecciones antidiscriminación

a. ¿Qué son?

- i. Las protecciones antidiscriminación en las políticas corporativas garantizan a postulantes y trabajadoras y trabajadores que serán tratadas en forma equitativa y que su identidad como persona LGBTQ+ no será una desventaja en el trabajo. Incluso cuando la legislación nacional o local prohíba la discriminación en el lugar de trabajo, es importante que la empresa tenga su propia política que refleje su compromiso con la no discriminación. Esta transparencia contribuye al reclutamiento y a la retención de talento, y también a que la fuerza laboral comprenda las expectativas. Las empresas no deben dar por sentado que sus trabajadoras y trabajadores conocen la ley y deben tomar sus propias medidas para comunicar sus políticas y procesos para abordar las infracciones de la política de no discriminación.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Terminología:** Los términos “sexo”, “orientación sexual” e “identidad de género” deben designarse específicamente como categorías protegidas. La intersexualidad debe ser una categoría cubierta por las disposiciones de antidiscriminación que prohíben la discriminación por motivos de sexo. (Para obtener más información sobre la inclusión laboral de personas intersexuales, [haga clic aquí.](#)) Algunas empresas también optan por incluir “expresión de género”.
- ii. **Comunicación:** La política se comunica tanto públicamente (p. ej., en sitios web, solicitudes de empleo, etc.) como a nivel interno (p. ej., en la intranet, en carteles en el lugar de trabajo y se incluye en el “manual del empleado”).
- iii. **Capacitación y educación:** La empresa suministra capacitación específica sobre la política a toda la nueva fuerza laboral, gerentas y gerentes con oportunidades de actualizaciones regulares para toda la compañía.
- iv. **Denuncia de infracciones:** La empresa tiene un proceso transparente para investigar y abordar infracciones de la política, incluidas las políticas contra las represalias.

El “Qué” y los elementos esenciales

2. Beneficios para parejas

a. ¿Qué son?

- i. Los beneficios para parejas hacen referencia a la disponibilidad de cualquier beneficio proporcionado por la empresa, incluida la cobertura de atención médica, licencia por paternidad, jubilación, descuentos en productos, y otros, para la pareja no casada de un colaborador. Estos pueden incluir a trabajadoras y trabajadores en relaciones del mismo o de diferente sexo. Asimismo, al analizar el paquete de remuneración total, los beneficios pueden representar un aumento del 20 % al 30 % cuando las trabajadoras y trabajadores reciben opciones de atención médica, licencia con goce de sueldo y opciones financieras para la jubilación. Si una empresa otorga estos beneficios a las parejas casadas, pero no a las que no están casadas, podría considerarse que esa compañía infringe el principio central de la equidad en el pago para su base de colaboradoras y colaboradores. Argentina se encuentra entre los países con las menores tasas de matrimonio en el mundo. Por lo tanto, es aún más importante que las empresas afronten esta realidad para cerciorarse de no perder talento.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Beneficios equitativos:** Equidad en los beneficios ofrecidos a parejas casadas o no casadas.
- ii. **Documentación:** Creación de estándares justos y equitativos para la documentación del estado civil. En otras palabras, no obligar a las parejas del mismo sexo a presentar comprobantes de una economía conjunta, la duración de la relación u otros documentos que no se les solicitan a las parejas casadas. Las declaraciones juradas proporcionadas por la empresa pueden ofrecer protección contra el fraude, lo cual es posible tanto para las parejas casadas como para las que no están casadas.

El “Qué” y los elementos esenciales

3. Cobertura de atención médica inclusiva

a. ¿Qué es?

- i. La cobertura de atención médica inclusiva para personas transgénero e intersexuales alude a la cobertura de seguro y licencia médica con goce de sueldo propias de una empresa que cubren a las trabajadoras y trabajadores y—si corresponde—a sus dependientes en la transición o la atención continua como persona transgénero o intersexual. Muchos planes de seguro de atención médica aún incluyen exclusiones discriminatorias que no se basan en una opinión médica sensata, y que les niega cobertura de atención médica esencial a las personas transgénero e intersexuales. Le corresponde a la empresa trabajar con su proveedor o administrador de seguro para garantizar que se eliminen estas exclusiones y que se incluya una cobertura afirmativa.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Examinar los elementos materiales actuales:** Examine los elementos materiales del contrato de seguro, especialmente las opciones de cobertura para personas que deseen someterse a una cirugía de confirmación de género y atención de seguimiento para personas intersexuales, como revisiones de cirugías anteriores o terapia de reemplazo hormonal. Además, analice las exclusiones de la cobertura que podrían no reunir los requisitos para la cobertura o el reembolso; algunas incluso podrían excluir expresamente a las personas transgénero o intersexuales de ciertas opciones de cobertura.
- ii. **Defienda la cobertura:** Trabaje en conjunto con el proveedor o el administrador del seguro para adoptar pautas de cobertura para la atención relacionada con la transición respaldada desde el punto de vista médico y los tratamientos regulares, como terapias hormonales, procedimientos quirúrgicos, y otros.

Nota: Si la empresa no ofrece cobertura médica a trabajadoras y trabajadores o a miembros de su familia, no contabilice esta sección en su puntaje final.

El “Qué” y los elementos esenciales

4. Inclusión LGBTQ+ en programas de diversidad de proveedores

a. ¿Qué son?

- i. Las empresas de todos los tamaños tienen muchas opciones y facultades al tomar decisiones sobre su propia cadena de suministro: desde los restaurantes familiares al seleccionar a los proveedores de alimentos hasta las enormes firmas multinacionales cuando contratan estudios contables. Muchas empresas grandes asignan porcentajes y gastos financieros específicos a proveedores y contratistas de propiedad mayoritaria de grupos en actividad tradicionalmente marginados (p. ej., mujeres, personas con discapacidades, y otros). Cada vez más, las empresas están incorporando empresas de propiedad de personas LGBTQ+ a sus iniciativas de diversidad en la cadena de suministro. Esta es una estrategia ganadora para todas las partes involucradas: las empresas contratan proveedores talentosos de grupos diversos y les empresarias LGBTQ+ continúan aumentando su alcance financiero. Estas relaciones también le brindan a la empresa contratante conexiones auténticas con la comunidad de empresas LGBTQ+ locales, lo cual, a su vez, mejora su apertura al mercado y a futuros productos y servicios comerciales rentables.
- ii. La Cámara de Comercio LGBT Argentina (CCGLAR) es un recurso valioso en Argentina que conecta a las empresas con proveedores inclusivos de la comunidad LGBTQ+ y trabaja con organizaciones para impulsar un cambio de gran impacto hacia la inclusión plena de personas LGBTQ+.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Interseccionalidad:** Incluya a empresas de propiedad de personas LGBTQ+ en programas de diversidad de proveedores junto a otros grupos identitarios marginados (p. ej., propietarios de raza negra, mujeres, personas con discapacidades, etc.).
- ii. **Establezca un punto de referencia y futuras metas:** Un punto de referencia establecido determina la diversidad actual entre sus proveedores, así como el monto que se le paga a cada uno de ellos. A partir de allí, puede fijar objetivos específicos, metas y verificar los avances.
- iii. **Los mecanismos y recursos para identificar y contratar proveedores diversos** probablemente sean un componente importante de estos programas. Encontrar proveedores LGBTQ+ o respetuosos con la comunidad LGBTQ puede ser complejo, pero con las herramientas adecuadas, como bases de datos sólidas y asociaciones comunitarias, tendrá una mayor capacidad para forjar sociedades con proveedores de grupos diversos.
- iv. **Una ventaja adicional son los programas de procesos, incentivos o desarrollo para proveedores.** Su empresa puede ofrecer programas de incentivos o desarrollo a proveedores LGBTQ+ para que puedan continuar triunfando y siendo una parte valiosa de la cadena de suministro de su empresa, así como crecer y generar nuevas oportunidades comerciales para ellos.



El “Qué” y los elementos esenciales



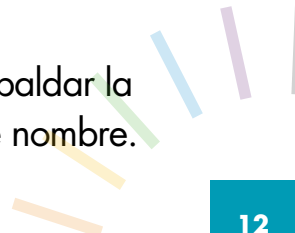
5. Protocolos de cambio de nombre

a. ¿Qué son?

- i. Ya sea que una colaboradora cambie legalmente su nombre o elija un nombre que no sea su nombre legal, existen consideraciones de cumplimiento para cada situación. Las instituciones tributarias a menudo requieren que el nombre legal de una colaboradora esté en los documentos oficiales; sin embargo, las empresas deben tener sus propios sistemas internos para reconocer y utilizar el nombre elegido por una persona en los servidores internos, direcciones de correo electrónico y registros de nómina. Los anexos internos también se pueden adjuntar a cualquier documentación oficial que requiera la inclusión de un nombre legal.
- ii. Es importante tener en cuenta que algunos trabajadores trans y no binarios optarán por no cambiar nunca su nuevo nombre legalmente; otros pueden esperar hasta que se sientan listos para hacer el cambio legal y algunos pueden no elegir un nuevo nombre en absoluto. En cualquier circunstancia, las políticas de cambio de nombre deben aplicarse por igual.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Tratamiento igualitario:** Al igual que un empleado que se hace llamar Paco en lugar de Francisco o una persona que cambia su nombre después de un divorcio o al casarse, un cambio de nombre de una persona trans o no binaria también se debe respetar. Esto incluye el uso en direcciones de correo electrónico, tarjetas de presentación, placas de identificación, intranet y directorio de la empresa, etc.
- ii. **Documentos internos:** Si la política de una empresa requiere que las trabajadoras y trabajadores utilicen su nombre legal completo en todos los documentos internos, se debe considerar la posibilidad de revisar la política para adaptarla a quienes utilicen sus nombres elegidos.
- iii. **Las empresas no deben exigir ningún documento o prueba** para respaldar la solicitud de una trabajadora trans o no binaria para un cambio de nombre.



El “Qué” y los elementos esenciales



6. Instalaciones neutrales al género

a. ¿Qué son?

- i. Las instalaciones neutrales al género, como los baños o los vestuarios, crean circunstancias más seguras y cómodas para los trabajadores transgénero y no binarios. Al eliminar las instalaciones que son masculinas y femeninas, las personas trans y no binarias se liberan de tener que tomar decisiones sobre su identidad de género que no reflejan la percepción interna de sí mismos. Las instalaciones neutrales al género también ayudan a protegerles de tener que enfrentar discriminación o acoso.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Baños:** Las organizaciones deben determinar si es posible construir baños neutrales al género en el edificio de oficinas. Por ejemplo, si las oficinas tienen baños para hombres y mujeres para una sola persona, se pueden convertir en baños para todos los géneros.
- ii. **Vestuarios:** Dependiendo de la naturaleza del trabajo, las trabajadoras y trabajadores pueden necesitar acceso a un vestuario durante la jornada laboral. Las organizaciones deben analizar las posibilidades de crear vestuarios para una sola persona o vestuarios neutrales al género que aún mantengan la privacidad adecuada y, al mismo tiempo, prioricen la seguridad y la comodidad para todos en el centro de trabajo.



Evaluación del componente 1: Equidad como cuestión de política

ROJO

Su empresa cumple **dos o menos** de las seis políticas anteriores que contribuyen a un lugar de trabajo inclusivo.

Se necesitan políticas más inclusivas para garantizar un lugar de trabajo seguro para trabajadoras y trabajadores LGBTQ+. Es posible que falten algunas protecciones básicas

AMARILLO

Su empresa cumple de **tres a cinco** de las seis políticas anteriores que contribuyen a un lugar de trabajo inclusivo.

Todavía hay margen de mejora cuando se trata de garantizar un lugar de trabajo seguro y acogedor para todes. Es posible que existan protecciones de nivel básico, pero se necesitan más políticas para mantener por completo un lugar de trabajo inclusivo para las personas LGBTQ+.

VERDE

Su empresa cumple con **las seis** políticas anteriores que contribuyen a un lugar de trabajo inclusivo.

Tanto las políticas de nivel básico como las de nivel más avanzado están en marcha para crear un lugar de trabajo donde todas las personas LGBTQ+ puedan pertenecer y prosperar. Continúe manteniéndose a flote respecto de las mejores prácticas y políticas.

Componente 2

Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva

Más allá de comenzar a redactar la implementación de políticas laborales inclusivas, otro factor clave de la inclusión total son las prácticas internas y externas para construir y mantener culturas de inclusión y pertenencia. Las personas LGBTQ+, así como aliadas y aliados, deben sentir que pueden llevar su yo auténtico al trabajo sin temor a la discriminación ni al aislamiento social. Esto es clave no solo para cultivar

una fuerza laboral más productiva e innovadora, sino también para el bienestar mental y emocional de sus colaboradoras y colaboradores.

Medir qué tan inclusiva es una cultura puede ser una tarea difícil. A continuación, describimos algunas de las mejores prácticas emergentes en la creación de culturas de inclusión.



El “Qué” y los elementos esenciales

Parte 1: Prácticas internas

1. Grupos de recursos para empleadas, grupos de afinidad o grupos de recursos empresariales

a. ¿Qué son?

- i. Los grupos de recursos para empleadas (Employee Resource Groups, ERG), los grupos de afinidad y los grupos de recursos empresariales (Business Resource Groups, BRG) son grupos voluntarios dirigidos por empleadas con el objetivo final de fomentar un sentido de comunidad, diversidad e inclusión dentro de su empresa. Los ERGs suelen estar dirigidos y compuestos por empleadas que comparten una identidad común, un interés especial o una experiencia de vida (por ejemplo, LGBTQ+, raza o etnia, condición de veterano, mujeres, personas con discapacidades, padres, etc.).
- ii. Estas estructuras formales ofrecen una comunidad de apoyo, espacios seguros e iniciativas hacia una mayor inclusión en el lugar de trabajo. También se puede invitar a las aliadas y los aliados a unirse a un ERG LGBTQ+.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Reconocimiento oficial de la empresa** como organización laboral formalizada.
- ii. **Una línea directa** con el liderazgo de la empresa o una patrocinadora o patrocinador ejecutivo es un aspecto útil de una estructura de ERG que garantiza el acceso al liderazgo.
- iii. **Un presupuesto**, generalmente determinado por el departamento de Diversidad e Inclusión o RR. HH. para llevar a cabo actividades y programas.
- iv. **Se necesita una declaración de la misión** y las metas del ERG para mantener el enfoque y realizar un seguimiento del progreso.

- v. **Estructura interna.** Por ejemplo, el grupo puede tener directoras, directores o líderes de delegaciones rotativos, etc.
- vi. **Varias delegaciones por ciudad, país o región** según el tamaño de la empresa y la antigüedad del ERG. Los codirectores globales o regionales pueden ayudar a seguir el progreso, mantener conexiones transregionales e implementar programas e iniciativas “glocalizados” o globales a locales.



El “Qué” y los elementos esenciales

2. Esfuerzos de contratación inclusivos y específicos

a. ¿Qué son?

- i. La contratación inclusiva se refiere a cómo una empresa toma medidas para comunicar sus políticas y programas de inclusión LGBTQ+ en sus anuncios de oportunidades laborales, presencia y materiales en ferias laborales o profesionales, y en todos los esfuerzos de reclutamiento de talentos. Los esfuerzos de contratación específicos son muy comunes para las empresas que buscan garantizar una fuerza laboral diversa y talentosa. Estos esfuerzos incluyen la publicación de oportunidades profesionales en listservs o sitios web LGBTQ+, o tener módulos u otra presencia en conferencias profesionales LGBTQ+.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Descripciones de trabajo inclusivas:** Rol claramente definido, expectativas transparentes, beneficios disponibles y el uso de un lenguaje inclusivo (o un lenguaje neutral, si corresponde, en idiomas como el [español](#) y el [portugués](#)).
- ii. **Grupo de candidates diverso:** Atraer a los mejores talentos significa un enfoque diversificado en cuanto a dónde una empresa pública sus ofertas de trabajo, es decir, en listserv y medios de comunicación dirigidos a personas LGBTQ+, mujeres, personas con discapacidades y más. Al usar sitios web generales como LinkedIn, las ofertas de trabajo pueden incluir lenguaje o simbolismo para reflejar su compromiso con la diversidad y la inclusión en general, con mención específica de la diversidad LGBTQ+.
- iii. **Proceso de solicitud inclusivo:** Algunos componentes clave aquí son solicitudes de empleo simples y transparentes con instrucciones claras, procesos de entrevistas inclusivos como entrevistas entre departamentos y medidas flexibles y de apoyo para personas con discapacidades o individuos neurodivergentes. Además, los materiales de la solicitud deben permitir pronombres opcionales, cualquier nombre previo y nombres elegidos que envíen señales claras de que la diversidad es bienvenida y que no se desanima injustamente a las personas LGBTQ+ a postularse.

El “Qué” y los elementos esenciales

3. Autoidentificación

a. ¿Qué es?

- i. Los esfuerzos de recopilación de datos LGBTQ+, más comúnmente conocidos como “autoidentificación”, arrojan luz sobre diversas identidades que de otro modo podrían ser invisibles en el lugar de trabajo. Dado que la orientación sexual y la identidad de género no son características típicamente visibles en el lugar de trabajo, la autoidentificación es especialmente importante para su talento LGBTQ+.
- ii. La autoidentificación permite a las empresas comprender el tamaño de su fuerza laboral LGBTQ+, observar patrones en la representación LGBTQ+ en toda la organización y realizar un seguimiento significativo del progreso hacia las metas clave de inclusión. También puede mejorar la capacidad de la compañía para analizar y responder a las necesidades de colaboradoras y colaboradores, identificar dónde puede ser necesaria una mayor inversión o atención, conectar a las personas LGBTQ+ con oportunidades de desarrollo profesional y más.
- iii. El programa de autoidentificación de una organización envía dos mensajes a les empleades:
 - 1) La inclusión LGBTQ+ es una prioridad de la empresa.
 - 2) La identidad LGBTQ+ se reconoce al mismo nivel que los grupos demográficos ya incorporados en encuestas y registros internos.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Cómo decidir el método de recopilación de datos:** El primer paso para implementar un programa de autoidentificación es determinar el método de recopilación de datos. Los dos métodos principales para recopilar datos de autoidentificación LGBTQ+ son a través de encuestas de participación anónimas o registros confidenciales de trabajadoras y trabajadores. Las encuestas de participación organizacional suelen ser anónimas y pueden

incluir preguntas demográficas opcionales sobre la orientación sexual y la identidad de género (sexual orientation and gender identity, SOGI) como parte de un conjunto más amplio de preguntas demográficas. Los Sistemas de Información de Recursos Humanos (Human Resource Information Systems, HRIS) existentes brindan oportunidades para que trabajadoras y trabajadores brinden voluntariamente información demográfica sobre su orientación sexual e identidad de género.

- ii. **Estrategia de comunicación:** Los datos de autoidentificación LGBTQ+ son particularmente sensibles, por lo tanto, las iniciativas de autoidentificación deben ir acompañadas de estrategias de comunicación sólidas que expliquen de forma clara por qué se recopilan los datos, dónde se almacenarán y protegerán, quién tendrá acceso y cómo se utilizará la información.
- iii. **Cómo hacer las preguntas adecuadas:** Es importante utilizar una redacción clara y cuidadosa al escribir las preguntas para recopilar datos de autoidentificación. La redacción de una pregunta de autoidentificación tiene una influencia significativa sobre el valor de los datos recopilados. Las preguntas que recopilan esta información demográfica deben ser completamente opcionales y la organización siempre debe reiterar que la información SOGI siempre se mantendrá anónima y confidencial.



El “Qué” y los elementos esenciales

4. Inclusión LGBTQ+ y capacitaciones educativas

a. ¿Qué son?

- i. Las capacitaciones para la inclusión en el lugar de trabajo son un componente clave para crear culturas de pertenencia en el trabajo. Establecen expectativas hacia políticas y una cultura de no discriminación. También brindan información educativa sobre diversidad e inclusión para fortalecer la comprensión de la compañía sobre DEI y cultivar la empatía. En el caso de la inclusión LGBTQ+, los conceptos de orientación sexual, identidad de género y la rápida evolución general del lenguaje relacionado con la comunidad resaltan la necesidad de utilizar contenido único. Muchas personas en el centro de trabajo quieren ser respetuosas e inclusivas, pero carecen de los conocimientos básicos para hacerlo. Estas capacitaciones brindan un espacio seguro para aprender y relacionarse.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Todas las capacitaciones sobre inclusión en el lugar de trabajo**, como las capacitaciones generales sobre conducta en el lugar de trabajo y las capacitaciones para trabajadoras, trabajadores, gerentas, y gerentes sobre DEI, deben ser inclusivas para la comunidad LGBTQ+ y preferiblemente desarrolladas en colaboración con socios comunitarios confiables.
- ii. **Recursos gratuitos:** Las empresas deben ofrecer y promover iniciativas educativas gratuitas para incluir elementos como recursos informativos, guías de inclusión y kits de herramientas, seminarios web educativos, talleres, conferencias, etc.
- iii. **Incentivos:** Algunos programas educativos y de concientización de aliadas, aliados, y aliades ofrecen incentivos para que todes en la compañía continúen su aprendizaje más allá del nivel de referencia, ofreciendo detalles como insignias de diferentes niveles para que las muestren en la intranet o en su escritorio como un marcador visible de su compromiso con la comunidad LGBTQ+.

El “Qué” y los elementos esenciales



5. Programa de mentoría centrado en DEI o programa de mentoría inversa

a. ¿Qué son?

- i. Un programa de mentoría o mentoría inversa consiste en crear una relación estructurada, por lo general un vínculo individualizado en un entorno de trabajo cuyo objetivo es conectar perfiles jóvenes con perfiles ejecutivos con un alto nivel de experiencia para crear oportunidades de desarrollo en grupos históricamente excluidos, como las personas LGBTIQ+, para obtener acceso a educación profesional, a un sistema de apoyo en el trabajo, a mentoría práctica de líderes de la industria y al crecimiento de la red.
- v. La mentoría inversa empareja a las trabajadoras y trabajadores más jóvenes con las ejecutivas, ejecutivos e ejecutivos para orientarles sobre nuevas perspectivas sobre distintos temas, incluido el valor de las iniciativas DEI, el impulso del cambio cultural, el liderazgo inclusivo y el intercambio de habilidades digitales como el marketing en redes sociales.
- vi. Por diseño, ambos tipos de programas tienen como objetivo crear oportunidades equitativas para el desarrollo profesional y promover culturas de pertenencia en el lugar de trabajo.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Planificación y organización estratégicas:** Esto incluye una declaración de misión estratégica y reflexiva para el programa y metas de DEI específicos y tangibles (por ejemplo, “aumentar la representación LGBTIQ+ en puestos directivos en un 15 % en 3 años”).
- ii. **Reclutamiento y capacitación intencionales** de mentores y aprendices que equipen a ambas partes con expectativas, estructura y metas.
- iii. **Se deben recopilar datos y métricas** del programa para medir la efectividad.



El “Qué” y los elementos esenciales

Parte 2: Prácticas externas

1. Participación y asociaciones comunitarias externas

a. ¿Qué son?

- i. La participación y las asociaciones comunitarias externas son el proceso de construcción de relaciones de colaboración con organizaciones LGBTQ+ (organizaciones sin fines de lucro y ONGs como CCGLAR) afiliadas por un interés o problema especial. Las asociaciones comunitarias son una herramienta importante para combinar y movilizar recursos para influir en el cambio y lograr los objetivos deseados.
- ii. Las organizaciones capaces de reconocer el poder de su influencia pueden identificar estratégicamente las formas en que un asunto específico (es decir, LGBTQ+, cuestiones relativas a la mujer, justicia racial, etc.) se cruza con sus propios intereses comerciales.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Fomento de las relaciones:** Las organizaciones deben centrarse en fomentar relaciones sólidas y de colaboración con organizaciones comunitarias externas asociadas y miembros de la comunidad para que puedan comprender mejor su mercado y satisfacer sus necesidades de manera más eficiente.
- ii. **Definición del propósito:** La definición de un propósito de la asociación y el establecimiento de metas estratégicas conducen a un compromiso externo más exitoso con resultados tangibles y positivos. Es importante identificar a las partes interesadas clave dentro de la asociación y crear roles específicos para cada persona involucrada en el trabajo.
- iii. **Creación de un presupuesto:** Un aspecto crucial de la participación en asociaciones comunitarias es determinar un presupuesto anual para la asociación, correspondiente al presupuesto general de su organización. Muchas asociaciones comunitarias requerirán un determinado importe de donación anual según el nivel de asociación y en lo que la asociación esté trabajando para lograr durante el año.

El “Qué” y los elementos esenciales

2. Filantropía y defensa pública

a. ¿Qué son?

- i. Hablamos de filantropía organizacional cuando una organización dona su tiempo, recursos y/o dinero a una causa benéfica que ayudará a mejorar las comunidades y que apoyará el trabajo de defensa en el que se enfoca una organización o grupo.
- ii. Las organizaciones son responsables ante una variedad de partes interesadas (sus empleadas, accionistas, clientes, comunidades locales en las que operan, etc.) de innovar y aumentar constantemente su valor, lo que no puede limitarse de manera realista dentro de las propias operaciones de una organización. Así como las empresas tienen un impacto en las tendencias políticas, económicas, sociales y ambientales, también lo tienen estas fuerzas directamente en los negocios. Es en esta intersección que las organizaciones fomentan sus posiciones de defensa pública.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Determinar el propósito:** Determine la razón de su organización para abogar por los asuntos LGBTQ+. Las empresas deben considerar cómo esto se entrecruza con sus valores comerciales y cómo afecta a sus empleadas, partes interesadas, proveedores y la comunidad en general.
- ii. **Evaluar la posición interna:** Al comenzar el trayecto de filantropía y defensa pública de su organización, evalúe el historial de la organización y las posturas anteriores sobre temas LGBTQ+ y decida si hay un trabajo interno en el que deba centrarse primero o en conjunto con la defensa externa. ¿Cómo ha fijado la organización su propia posición antes de promover la igualdad LGBTQ+ externamente?

El “Qué” y los elementos esenciales



3. Esfuerzos de marketing inclusivo

a. ¿Qué son?

- i. El marketing inclusivo implica la creación de contenido que se dirige a comunidades diversas específicas y refleja los valores, las necesidades y los intereses únicos de la comunidad. Los esfuerzos de marketing incluyen anuncios multimedia, promociones en redes sociales, eventos y recaudaciones de fondos, entre otros.
- ii. Los esfuerzos de marketing inclusivo centrados en políticas LGBTQ+ intentan eliminar la exclusión que la comunidad LGBTQ+ ha experimentado históricamente y ayudan a los miembros de la comunidad a sentirse vistos y valorados como consumidores.

b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Público objetivo:** En el desarrollo de una estrategia de marketing inclusivo, es fundamental que la organización se centre en el público objetivo. Determinar el público adecuado para la campaña de marketing asegurará que el mensaje llegue al grupo de consumidores deseado.
- ii. **Establecimiento de metas:** Determinar lo que la organización está tratando de lograr a través de los esfuerzos de marketing es clave en el proceso de creación de una campaña inclusiva. ¿La meta es atraer a más clientes LGBTQ+? ¿Es reclutar a empleadas LGBTQ+? ¿Es reconocer y celebrar a la comunidad? El establecimiento de las metas de la campaña ayudará a guiar los mensajes y el contenido.
- iii. **Creación de un presupuesto:** Los esfuerzos de marketing exitosos requerirán inversiones monetarias de la organización. Las organizaciones deben trabajar dentro de los canales apropiados para crear el presupuesto para la campaña en función de las metas generales.



Evaluación del componente 2: Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva

ROJO

Su empresa tiene **tres o menos** de las ocho prácticas internas y externas combinadas que contribuyen a una cultura inclusiva.

Se necesitan prácticas y protocolos de cultura más inclusivos para garantizar un lugar de trabajo seguro para trabajadoras y trabajadores LGBTQ+.

AMARILLO

Su empresa tiene **de cuatro a siete** de las ocho prácticas internas y externas combinadas que contribuyen a una cultura inclusiva.

Todavía hay margen de mejora cuando se trata de garantizar una cultura inclusiva en el lugar de trabajo. Las prácticas básicas pueden estar disponibles, pero se necesita más, tanto interna como externamente, para fomentar una cultura saludable de pertenencia.

VERDE

Su empresa tiene **las ocho** prácticas internas y prácticas externas que contribuyen a una cultura inclusiva.

Tanto las prácticas internas como las externas de niveles básico y más avanzado están en marcha para crear una cultura en el lugar de trabajo donde todas las personas LGBTQ+ pertenezcan y prosperen. Continúe manteniéndose a flote respecto de las mejores prácticas y políticas.

Componente 3

Experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión

Esta sección está destinada para que cada colaboradore llene una pequeña encuesta. Hasta este punto, es útil que una amplia diversidad de trabajadoras y trabajadores, de una manera reflexiva e individual, complete esta sección para identificar posibles brechas entre las políticas, los programas y las prácticas de cultura inclusiva en comparación con sus realidades cotidianas. Un conjunto de datos que abarque una muestra representativa de empleades permitirá una visión general completa de las experiencias y las tendencias de identidad. Desde les ejecutives de alto rango hasta les empleades que recién se inician, pasando por gerentes de nivel medio, estas preguntas se traducen en

indicadores concretos de cuándo y cómo los esfuerzos concertados de inclusión LGBTIQ+ tienen éxito y cuándo aún hay un margen significativo para mejorar.

Para agilizar la distribución de esta encuesta y cuantificar fácilmente las respuestas, nos complace proporcionarle esta [plantilla descargable](#). El uso de esta plantilla con fórmulas automatizadas no solo facilita el recuento de la puntuación de esta sección, sino que, lo que es más importante, garantiza la confidencialidad de la encuesta por parte de su empresa, así como la capacidad de agregar preguntas demográficas opcionales si también desea recopilar esos datos.



Componente 3: Encuesta

1. En este lugar de trabajo, todes saben qué es la política de no discriminación y lo que esta significa para las personas LGBTQ+.
 - 1 No, pocas personas lo saben
 - 2 Muchos pero no todes lo saben
 - 3 Casi todes lo saben
2. Sé que si experimento o presencio discriminación, mis preocupaciones serán tomadas en serio y serán abordadas adecuadamente.
 - 1 Lo dudo
 - 2 Quizás me escuchen pero no tengo la certeza de que el comportamiento sea abordado
 - 3 Tengo la certeza de que el comportamiento será abordado y mis preocupaciones serán escuchadas
3. Los chistes o comentarios negativos sobre las personas LGBTQ+ son comunes en este lugar de trabajo.
 - 1 Sí
 - 2 A veces
 - 3 Nunca o raramente
4. He escuchado a los líderes de nuestra empresa hablar con orgullo sobre la fuerza laboral LGBTQ+ y/o los esfuerzos de inclusión de esta comunidad en la empresa.
 - 1 Nunca o raramente
 - 2 A veces, pero no a menudo
 - 3 Con mucha frecuencia



5. No tengo que ocultar quién soy en el trabajo como persona LGBTQ+ o como aliada/o LGBTQ+.

- 1 En general tengo que ocultar esa parte de mí
- 2 A veces tengo que ocultar mi identidad para arreglármelas en el trabajo
- 3 En general no siento que necesite ocultar quién soy en el trabajo

6. En esta empresa, les empleades LGBTQ+ en general:

A. Son respetades

- 1 Nunca o raramente
- 2 A veces
- 3 Con mucha frecuencia

B. Son visibles

- 1 Nunca o raramente
- 2 A veces
- 3 Con mucha frecuencia

C. Se encuentra en diferentes puestos y niveles

- 1 Nunca o raramente
- 2 A veces
- 3 Con mucha frecuencia

Nota: Al tabular su puntaje acumulativo, tome en cuenta su puntaje promedio en las partes A, B y C como su puntaje final para la pregunta 6. Si está utilizando la [plantilla descargable](#), se calculará automáticamente como tal.

-
7. ¿Con qué frecuencia escucha a sus colegas compartir sus pronombres de género? Esto puede incluir prácticas como presentarse con sus pronombres en reuniones y agregar sus pronombres a las firmas de correo electrónico.
- 1 Nunca o raramente
 - 2 A veces, pero no a menudo
 - 3 Con mucha frecuencia
8. Cualquiera que solicite un trabajo o esté en el proceso de contratación, sabría que somos inclusivos, inclusivos, e inclusivos con la comunidad LGBTQ+.
- 1 Nunca o raramente
 - 2 A veces, si quien solicita el trabajo lo pregunta
 - 3 Es lo más probable; nuestros valores inclusivos se comunicarían específicamente
9. ¿Se siente representado en el perfil público y la marca de su empresa, incluyendo el marketing y publicidad?
- 1 Nunca o raramente
 - 2 A veces, pero no a menudo
 - 3 Con mucha frecuencia
10. Recomendaría y alentaría a un miembro de la comunidad LGBTQ+ o a una aliada, aliado, o aliada fuerte a unirse a mi empresa.
- 1 No
 - 2 Tal vez, según su puesto o a qué equipo se una
 - 3 Definitivamente



-
11. Les empleades y/o clientes transgéneros y no binaries tienen acceso seguro y respetuoso a las instalaciones apropiadas.
- 1 Nunca o raramente
 - 2 A veces, pero no a menudo
 - 3 Con mucha frecuencia
12. Les líderes de esta empresa dejan en claro que la inclusión LGBTQ+ es parte de nuestra estrategia comercial para el éxito.
- 1 Nunca o raramente
 - 2 A veces, pero no a menudo
 - 3 Con mucha frecuencia
13. Aquí las personas LGBTQ+ tienen acceso a oportunidades de desarrollo profesional y a mentores como cualquier otra persona.
- 1 Nunca o raramente
 - 2 A veces, pero no a menudo
 - 3 Con mucha frecuencia
14. Me animan a conectarme con organizaciones LGBTQ+ locales para asociaciones, consejos o eventos.
- 1 Nunca o raramente
 - 2 A veces, pero no a menudo
 - 3 Con mucha frecuencia
15. Esta empresa valora y prioriza las relaciones con las empresas cuyos dueños son parte de la comunidad LGBTQ+ en nuestra cadena de suministro e iniciativas contractuales.
- 1 Nunca o raramente
 - 2 A veces, pero no a menudo
 - 3 Con mucha frecuencia



Evaluación del componente 3: Experiencias cotidianas de los esfuerzos de inclusión

Sume el valor numérico de cada una de sus respuestas para obtener la suma total. Este número debe variar entre 15 y 45.

ROJO

Su puntaje total es de entre 15 y 24.

Las realidades vividas por les empleades en el trabajo no reflejan una cultura de pertenencia. El lugar de trabajo puede sentirse desde hostil e inseguro hasta poco acogedor y restrictivo.

AMARILLO

Su puntaje total es de entre 25 y 35.

Puede haber focos de resistencia a la plena inclusión y/o inconsistencias en la forma en que la fuerza laboral entiende y encarna la diversidad y la inclusión LGBTQ+.

VERDE

Su puntaje total es de entre 36 y 45.

Las experiencias de les empleades en el trabajo son en general positivas. Pueden ser ellas mismas y ver los valores de la inclusión LGBTQ+ reflejados y adoptados en muchos niveles de la empresa y en su liderazgo.

Evaluación de sus puntajes acumulados para una visión holística de la inclusión LGBTQ+ en el lugar de trabajo

Ahora que ha completado cada parte de esta herramienta de inclusión LGBTQ+, es conveniente observar comparativamente, a través de sus puntajes, los tres componentes. ¿Qué puntaje obtuvo en cada uno de estos componentes: “Equidad como cuestión de política”, “Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva” y “Experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión”?

Los puntajes en rojo indican una necesidad más urgente de abordar una clara brecha en las iniciativas de inclusión, mientras que los puntajes en amarillo indican una realidad más matizada. Los puntajes en amarillo pueden ser indicativos de una empresa que todavía está a mitad del recorrido para ser más inclusiva con la comunidad LGBTQ+, o tal vez una situación en la que las políticas o las prácticas culturales no abordan completamente todos los aspectos de la inclusión.

Podemos medir las políticas y las prácticas culturales cuantitativamente, pero la traducción de eso en las experiencias reales de cada colaborador, en todos los niveles y departamentos, puede ser difícil para obtener una visión integral. Por ejemplo, ¿qué pasa si su empresa tiene atención médica y beneficios trans inclusivos, pero los trabajadores trans experimentan que el entorno cotidiano no es uno en el que se sientan cómodos llevando todo su ser al trabajo? Uno de los usos prácticos más valiosos de esta herramienta es comparar los puntajes entre los componentes para identificar brechas como esta y explorar posibles soluciones. **En las páginas siguientes se explican algunos escenarios:**

Equidad como cuestión de política:

VERDE

Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva:

VERDE

Experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión:

AMARILLO

Su empresa tiene todas sus políticas y protecciones, así como muchas de las mejores prácticas para crear una cultura de pertenencia saludable para personas LGBTQ+. Sin embargo, es posible que sea necesario fortalecer los esfuerzos o que el liderazgo de la empresa deba darles más prioridad. Esto se refleja en la puntuación amarilla de las experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión.

El siguiente paso sería ir más allá de la política para fortalecer y hacer crecer las prácticas culturales inclusivas, tanto interna como externamente, para garantizar que las trabajadoras y trabajadores posean un verdadero sentido de pertenencia en el trabajo.

Equidad como cuestión de política:

VERDE

Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva:

AMARILLO

Experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión:

ROJO

Su empresa tiene todas sus políticas y protecciones en marcha, pero todavía carece de algunas de las mejores prácticas para crear una cultura saludable de pertenencia para les empleades LGBTQ+. En relación con la falta de prácticas de apoyo a la cultura, las experiencias cotidianas de les empleades están sufriendo y mostrando una brecha significativa.

El siguiente paso sería respaldar las políticas de su empresa mediante la implementación de un mayor número de mejores prácticas, tanto internas como externas, en torno a la creación de culturas inclusivas, y continuar haciendo crecer y desarrollando las que ya existen. Las organizaciones de la comunidad pueden ser socios indispensables de su compañía si aún no son parte de su ecosistema. Esto debería servir para mejorar las experiencias cotidianas de les empleades.

Equidad como cuestión de política:



Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva:



Experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión:



A pesar de que su empresa no tiene suficientes políticas inclusivas LGBTQ+ y requiere de prácticas de inclusión más completas, la experiencia cotidiana de sus empleadas en términos de inclusión y pertenencia es muy positiva.

El siguiente paso sería salvaguardar y reforzar estas experiencias mediante la solidificación de políticas que protejan a las empleadas LGBTQ+ de la discriminación y que ofrezcan beneficios inclusivos, así como continuar desarrollando las mejores prácticas en torno al cambio cultural.

Cualquiera sea el conjunto de puntajes que su empresa haya obtenido en esta autoevaluación, usted tiene dos socios entusiastas, CCGLAR y Out & Equal, que juntos aportan más de cuatro décadas de experiencia y conocimientos empresariales LGBTQ+ en Argentina y en todo el mundo. En lugar de hacer públicas las calificaciones, alentamos a todas las empresas, grandes y pequeñas, a presentar su participación en esta autoevaluación en Compromiso@outandequal.org. Todas las empresas participantes recibirán el Sello "Compromiso" de CCGLAR. Este sello comunica a les empleadas y clientes su compromiso con la inclusión LGBTQ+ y, lo que es más importante, con su perseverancia en seguir mejorando día a día.

Referencias

- ¹ Human rights Campaign. "Corporate Equality Index 2021." 2021.
- ² Flores, Andrew R. "Social Acceptance of LGBT People in 174 Countries." Williams Institute, October 2019.
- ³ Cox, Josie. "Pride Pays: LGBT-Friendly Businesses Are More Profitable, Research Shows." Forbes, Forbes Magazine, 25 May 2021, <https://www.forbes.com/sites/josiecox/2021/05/24/pride-pays-lgbt-friendly-businesses-are-more-profitable-research-shows/?sh=1bef2dac3d07>.
- ⁴ Farrell, Gabriella, The State of LGBTIQ++ Rights in Latin America (25 June 2021) <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/state-lgbtq-rights-latin-america-0>.
- ⁵ ILGA World: Lucas Ramon Mendos, Kellyn Botha, Rafael Carrano Lelis, Enrique López de la Peña, Iliá Savelev and Daron Tan, State-Sponsored Homophobia 2020: Global Legislation Overview Update (Dec 2020). https://ilga.org/downloads/ILGA_World_State_Sponsored_Homophobia_report_global_legislation_overview_update_December_2020.pdf
- ⁶ Farrell, <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/state-LGBTIQ+-rights-latin-america-0>.
- ⁷ ibid
- ⁸ ILGA World: Mendos et al. https://ilga.org/downloads/ILGA_World_State_Sponsored_Homophobia_report_global_legislation_overview_update_December_2020.pdf
- ⁹ Teixeira, Fabio, Brazil's top court rules to make homophobia a crime. Reuters (24 May 2019) <https://www.reuters.com/article/us-brazil-lgbt-court/brazils-top-court-rules-to-make-homophobia-a-crime-idUSKCN1SV009>.
- ¹⁰ Farrell, <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/state-lgbtq-rights-latin-america-0>.
- ¹¹ Politi, Daniel, Argentina Formally Recognizes Nonbinary People. New York Times (22 Jul 2021) <https://www.nytimes.com/2021/07/22/world/americas/argentina-nonbinary-identification.html>
- ¹² Flores, Andrew, Social Acceptance of LGBTI People in 175 Countries and Locations, 1981-2020, Williams Institute (Nov 2021) <https://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/Global-Acceptance-Index-LGBTI-Nov-2021.pdf>
- ¹³ List of the first LGBT holders of political offices https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_the_first_LGBT_holders_of_political_offices.
- ¹⁴ HRC Corporate Equality Index 2021, <https://reports.hrc.org/corporate-equality-index-2021>.
- ¹⁵ 32 Major Corporations and NGOs Join Out & Equal in Urging Brazil's Presidential Candidates to Recognize the Importance of Inclusion for LGBTIQ+ People in the Workplace in Brazil (5 Sep 2018) <https://outandequal.org/press-release-32-corporations-and-ngos-advocate-for-LGBTIQ+-inclusion-in-brazil/>.
- ¹⁶ Striving for Authenticity: LGBT+ views on enduring discrimination and expanding inclusion. Out & Equal and IBM (2021) <https://outandequal.org/striving-for-authenticity-lgbt-views-on-enduring-discrimination-and-expanding-inclusion/>
- ¹⁷ M. Szmigiera. "Countries with the Lowest Marriage Rates Worldwide 2018." Statista, 30 Apr. 2021, <https://www.statista.com/statistics/1226445/lowest-marriage-rate-worldwide-by-country/>.

Este recurso fue desarrollado como parte de la asociación entre CCGLAR y Out & Equal, con colaboradores clave:

Pablo De Luca, Presidente, Cámara de Comercio LGBT de Argentina

Gustavo Noguera, Secretario General, Cámara de Comercio LGBT de Argentina

Deena Fidas, Directora General y Directora de Programas y Asociaciones, Out & Equal

CV Viverito, Directore Asociade de Programas Globales y Participación de las Partes Interesadas, Out & Equal

Madeline Perrou, Gerente de Comunicaciones, Out & Equal

Corina Hendren, Asociada Sénior, Participación de las Partes Interesadas, Out & Equal

