

# Kit global de herramientas para el cambio:

Cómo evaluar la inclusión laboral de las personas LGBTQI+



# Introducción: Un panorama en proceso de cambio para las empresas

En todo el mundo, el estado de la igualdad para la comunidad LGBTQI+ cambia con rapidez y pasa de grandes avances a graves retrocesos. Para las empresas, estos cambios suponen tanto oportunidades como desafíos.

Solo en los últimos cinco años:

- Seis países, incluida la India, el segundo país más poblado del mundo, han derogado las leyes que criminalizaban al colectivo LGBTQI+.
- El 91 % de las empresas de Fortune 500 tienen protecciones de identidad de género enumeradas en sus políticas de no discriminación (frente al 3 % en 2002).<sup>1</sup>
- La cantidad de países con matrimonio igualitario ha aumentado a 31.<sup>2</sup>
- La aceptación a nivel mundial de la comunidad LGBTQI+ se ha incrementado de forma constante en más de 130 países, durante tres décadas, según las mediciones de encuestas sociales<sup>3</sup>.

## PROGRESO GLOBAL DE LA COMUNIDAD LGBTQI+

### Cambios legales

#### Despenalización

- En 124 estados miembros de las Naciones Unidas (64 de los estados miembros de la ONU) son legales los actos sexuales consentidos entre adultos del mismo sexo. Sesenta y nueve estados miembros de la ONU siguen penalizando los actos sexuales consentidos entre adultos del mismo sexo.<sup>4</sup>
- Belice (2016), India (2018), Trinidad y Tobago (2018), Botsuana (2019), Gabón (2020) y Angola (2021) son algunos de los países más recientes en despenalizar las relaciones sexuales entre personas del mismo sexo.<sup>5</sup>
- La mayoría de los países de América Latina han despenalizado las relaciones sexuales consentidas entre adultos del mismo sexo. Hay nueve países, la mayoría en el Caribe, que todavía tienen leyes que las penalizan.<sup>6</sup> La mayoría de estas leyes son vestigios de la época colonial impuestas por países como el Reino Unido.

#### Matrimonio igualitario

- Treinta y un países han aprobado leyes de matrimonio igualitario: Alemania, Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Dinamarca, Ecuador, España, Estados Unidos de América, Finlandia, Francia, Irlanda, Islandia, Luxemburgo, Malta, México, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Taiwán y Uruguay.<sup>7</sup>

En el mismo lapso de tiempo, los ataques a la comunidad, incluso en forma de legislación, discriminación social y violencia, han impedido más avances.

- En 2021, 375 personas transgénero fueron asesinadas en todo el mundo, según los casos documentados, la mayor cantidad de violencia contra las personas de género diverso desde que se iniciaron los esfuerzos de registro oficial.<sup>8</sup>
- En los Estados Unidos, se han presentado cientos de proyectos de ley contra el colectivo LGBTQI+ a nivel estatal, y, en 2021, casi se duplica la cantidad de proyectos de ley presentados el 2020.<sup>9</sup>
- El 58% de los estudiantes transgénero de la India abandonan la escuela secundaria, lo que reduce en gran medida sus oportunidades económicas en el futuro.<sup>10</sup>
- En Europa del Este se han producido varios retrocesos en materia de derechos LGBTQI+, como la legislación húngara que prohíbe cualquier información en las escuelas que se considere a favor de la igualdad LGBTQI+, y la implementación de “zonas libres de ideología LGBT” en Polonia.<sup>11</sup>

## Antidiscriminación

- Doce países de todo el mundo cuentan con protección constitucional contra la discriminación por motivos de orientación sexual: Bolivia, Cuba, Ecuador, Fiyi, Kosovo, Malta, México, Nepal, Portugal, San Marino, Suecia y Sudáfrica.<sup>12</sup>
- Muchos otros países, como Australia, Brasil, Canadá, Angola y Perú, cuentan con amplias protecciones contra la discriminación basada en la orientación sexual.<sup>13</sup>
- Brasil penalizó la homofobia y la transfobia a través de una sentencia de la Corte Suprema en 2019.<sup>14</sup>

## Derechos de las personas transgénero

- En 2012, Argentina fue el primer país que permitió a las personas transgénero cambiar legalmente su nombre y su marcador de género sin tener que enfrentarse a barreras como la terapia hormonal, la cirugía o el diagnóstico psiquiátrico. Desde entonces, otros países, como Australia, Bélgica, Botsuana, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Dinamarca, Francia, Grecia, India, Irlanda, Luxemburgo, Malta, Pakistán, Portugal y Sudáfrica han adoptado leyes similares.<sup>16</sup>
- Alemania, Argentina, Austria, Australia, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos (21 estados y Washington DC), Islandia, India, Países Bajos, Nepal, Nueva Zelanda, Pakistán, Taiwán, Tailandia, Reino Unido y Uruguay ordenaron que todos los documentos de identidad y pasaportes nacionales puedan tener una opción de género neutro.<sup>17</sup>

## Cambios sociales

- Los niveles promedio de aceptación de las personas LGBTQI+ y sus derechos han aumentado en todo el mundo desde 1981.<sup>18</sup>
- Se han elegido o nombrado para cargos gubernamentales a personas abiertamente LGBTQI+ en Aruba, Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Bolivia, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Croacia, República Checa, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Islas Feroe, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Guam, Guatemala, Hong Kong, Hungría, Islandia, India, Irlanda, Isla de Man, Israel, Italia, Japón, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Macao, México, Nepal, Países Bajos, Nueva Zelanda, Noruega, Perú, Filipinas, Polonia, Portugal, Serbia, Eslovaquia, España, Sri Lanka, Suecia, Sudáfrica, Suiza, Taiwán, Tailandia, Túnez, Reino Unido, Estados Unidos, Uruguay y Venezuela.<sup>19</sup>

## Cambios en el mercado global

Sin embargo, en muchas partes del mundo, la comunidad empresarial ha avanzado mucho más que los cambios legales y sociales.

Fortune 500: Políticas y beneficios de no discriminación (2022)<sup>20</sup>

- El 93% incluye protección por orientación sexual
- El 91% incluye protección por identidad de género
  - > El 68% extiende estas protecciones a nivel global
- El 67% ofrece cobertura de salud inclusiva para personas trans

El 2022 marca el séptimo año donde los temas LGBTQI+ son parte de la agenda en Davos (Foro Económico Mundial).

En 2018, 32 grandes empresas y ONG se unieron a Out & Equal en la "Declaración en apoyo a la diversidad, el respeto y la inclusión de las personas LGBT+ en el lugar de trabajo en Brasil."<sup>21</sup>

El 87% de los participantes en la IBM LGBT+ Jam de 2021 cree que su organización debería adoptar una posición pública más firme sobre la inclusión y la pertenencia del colectivo LGBT+.<sup>22</sup>

Por lo tanto, la comunidad empresarial está mejor preparada para aprovechar el impulso de la igualdad LGBTQI+ cuando ésta se produzca. Pero esta misma comunidad necesita apoyo para afrontar de manera eficaz los amplios retos de la igualdad.

Muchas multinacionales han integrado plenamente iniciativas de inclusión de personas LGBTQI+ a sus modelos estratégicos de negocios y se encuentran fomentando estas iniciativas desde hace dos y hasta tres décadas. Han establecido un business case claro y convincente para la inclusión de las personas LGBTQI+ más allá del marco moral o de derechos. La inclusión del colectivo LGBTQI+ en el lugar de trabajo es fundamental para atraer y retener a los mejores talentos y la cuota de mercado, en general, es un indicador de innovación y progreso.

Desde las pequeñas empresas hasta las medianas y grandes, los empleadores que reconocen a la comunidad LGBTQI+ lograrán mayor rentabilidad, tendrán más probabilidades de atraer y retener a empleadas talentosas, y serán más innovadoras a medida que el mercado cambie y las personas LGBTQI+, sus amigos y familiares se acostumbren a esperar que haya productos y anuncios publicitarios inclusivos.

Durante los últimos años, más personas y empresas están aumentando las iniciativas genuinas en pos de una mayor apertura e inclusión, pero a veces, el proceso para lograr diversidad, equidad e inclusión es un poco confuso. En esta guía, plasmamos nuestros aprendizajes y el conocimiento acumulado después de décadas de trabajar con empleadores internacionales y aplicamos estas lecciones a una herramienta de autoevaluación flexible para una diversidad de empresas.

# Cómo comenzar



En esta herramienta, desmitificamos y facilitamos las mejores prácticas en inclusión LGBTQI+, así como las recomendaciones de los principales empleadores internacionales y regionales, y también presentamos las nuevas prácticas para empresas que recién están empezando. En forma conjunta, vamos más allá de las listas de verificación 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

empleados talentosos y clientes a causa de una cultura que no concuerda con las políticas adoptadas por escrito. Por otra parte, algunas empresas tienen culturas muy inclusivas, pero descubren que deben consolidar estos valores en políticas. El cambio rara vez es lineal y, para las empresas de hoy en día, navegar por el camino de la inclusión del colectivo LGBTQI+ requiere una visión multidimensional para comprender la totalidad del recorrido, evitar posibles obstáculos e incluso encontrar algunos atajos. ¡Bienvenide al siguiente nivel de promoción de la inclusión y evaluación de 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. Cuenté 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 LGBTQI+.

# Componentes de la herramienta

---

Esta herramienta tiene tres componentes clave:

- 1** *Equidad como cuestión de política:* Una descripción general de las políticas, los beneficios y los protocolos fundamentales requeridos como punto de referencia para garantizar la inclusión en el lugar de trabajo. Esta línea de base se 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 empresa. 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 el impacto que la cultura y las prácticas y políticas de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) tienen sobre les empleades. Aquí es donde puede poner en perspectiva las brechas existentes en las prácticas de la política y la cultura, en comparación con las realidades cotidianas de su fuerza laboral.

Esta herramienta no tiene por objeto establecer un puntaje de inclusión para que sea compartido públicamente. Por el contrario, está destinada a ser una herramienta para el aprendizaje, la evaluación y la mejora continuos. De hecho, debido a la naturaleza personalizada de la tercera sección de esta herramienta, Impacto cotidiano de las iniciativas de inclusión, los resultados pueden variar en función de quién realiza la evaluación, y eso forma parte del valor de esta herramienta. 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 nosotres y utilizarnos como recurso para fomentar las iniciativas de DEI de su empresa. También le alentamos a emplear esta herramienta en los diferentes departamentos y niveles jerárquicos para obtener una perspectiva completa, y a monitorear los avances mediante la medición del éxito en forma constante con el paso del tiempo.

# 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 antidiscriminación, 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 de Fortune 500 han implementado políticas antidiscriminación claras y han otorgado planes de beneficios para garantizar la equidad entre trabajadores LGBTQI+ y no LGBTQI+.

Les posibles empleades y les empleades actuales deben saber que no serán despedidas o que no se les negará un empleo o un ascenso debido a su orientación sexual o identidad de género. Tode las empleades deben entender las expectativas de tratamiento igualitario en el lugar de trabajo y deben saber que, si se infringen estas políticas, tienen derecho a una rendición de cuentas y a la utilización de recursos.

# El “Qué” y los elementos esenciales

## 1. Protecciones antidiscriminación

### a. ¿Qué son?

- i. Las protecciones antidiscriminación codificadas en las políticas de la empresa garantizan a les postulantes y empleades que serán tratades en forma equitativa y que su identidad como persona LGBTQI+ no será una desventaja en el trabajo. Algunos países no reconocen la protección de las personas LGBTQI+, pero incluso cuando la legislación nacional o local prohíba la discriminación en el lugar de trabajo, aún 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 talentos, y también a que la fuerza laboral comprenda las expectativas. Las empresas no deben dar por sentado que les empleades conocen la ley y deben tomar sus propias medidas para comunicar sus políticas y procesos para abordar las infracciones de la política antidiscriminación.

### 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 antidiscriminación que prohíben la discriminación por motivos de sexo. (Para obtener más información sobre la inclusión en el lugar de trabajo de las personas intersex, [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, se publica en carteleras en el lugar de trabajo y se incluye en el manual de elle empleade).
- iii. **Capacitación y educación:** La empresa suministra capacitación específica sobre la política a todes les nuevas empleades y gerentes con oportunidades de actualizaciones regulares para toda la fuerza laboral.
- 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 y familiares

### a. ¿Qué son?

- i. Los beneficios para parejas y familiares se refieren a la disponibilidad de cualquier beneficio brindado por la empresa, incluida la cobertura de atención médica, la licencia por maternidad o paternidad, los beneficios de planificación familiar, incluidos los tratamientos de adopción, gestación subrogada y fertilidad, la jubilación, los descuentos en productos, etc., para les empleades o la pareja de hecho de una empleade, incluso en lugares que no reconocen legalmente el matrimonio igualitario. Estos pueden incluir a empleades en relaciones del mismo o de diferente sexo. Al analizar el paquete de remuneración total para le empleade, los beneficios pueden representar un aumento del 20 % al 30 % cuando les empleades 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 empresa infringe el principio central de la equidad en el pago para su base de empleades. La proporción de personas que se casan está disminuyendo en muchos países del mundo<sup>24</sup>, y solo 31 países reconocen el matrimonio igualitario. Por lo tanto, es aún más importante que las empresas afronten esta realidad para cerciorarse de no perder empleades talentosos.

### b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Beneficios equitativos:** A menudo, les empleades LGBTQI+ se enfrentan a barreras únicas para la planificación familiar. Por lo tanto, deben ofrecerse beneficios iguales e inclusivos a les cónyuges, a las parejas LGBTQI+, a las familias monoparentales y a las parejas de hecho.
- 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

### a. ¿Qué es?

- i. La cobertura de atención médica inclusiva para personas transgénero e intersex se refiere a la cobertura de seguro y licencia médica con goce de sueldo propias de una empresa que cubren a las empleadas y — si corresponde — a sus dependientes en la recepción de atención médica para su transición o para consultas regulares como persona transgénero o intersex. Muchos planes de seguro de atención médica aún mantienen 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 intersex. 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. **Revise los contratos actuales:** Examine el material de los seguros, en concreto las opciones de cobertura para las personas que deseen someterse a una cirugía de afirmación de género y la atención de seguimiento para las personas intersex, como las revisiones de cirugías anteriores o la terapia de sustitución 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 intersex de determinadas 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 las empleadas o a los miembros de su familia, no compute esta sección en su puntaje final.*

# El “Qué” y los elementos esenciales

## 4. Inclusión LGBTQI+ en programas de diversidad de proveedores

### a. ¿Qué es?

- i. Las empresas de todos los tamaños tienen muchas opciones y facultades cuando toman decisiones sobre su propia cadena de suministro: desde los restaurantes familiares cuando seleccionan 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 organizaciones están incorporando empresas de propiedad de personas LGBTQI+ 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 las empresarías LGBTQI+ continúan aumentando su capacidad financiera. Estas relaciones también le brindan a la empresa contratante conexiones auténticas con la comunidad de empresas LGBTQI+ locales, lo cual, a su vez, mejora su apertura al mercado y a futuros productos y servicios comerciales rentables.

### b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Interseccionalidad:** Incluya a empresas de propiedad de personas LGBTQI+ en programas de diversidad de proveedores junto a otros grupos identitarios marginados (p. ej., propietarías afrodescendientes, 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.

# El “Qué” y los elementos esenciales

- iii. Los mecanismos y recursos para identificar y contratar proveedores diversos probablemente sean un componente importante de estos programas. Encontrar proveedores propietarios LGBTQI+ o respetuosos con la comunidad LGBTQI+ 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 LGBTQI+ para que puedan continuar triunfando y siendo una parte valiosa de la cadena de suministro de su empresa, y también crecer y generar nuevas oportunidades comerciales para ellos.

## 5. Pautas para la transición de género en el lugar de trabajo

### a. ¿Qué es?

- i. Estas pautas se dirigen a les empleades o clientes transgénero y no binaries de la empresa, a sus compañeres de trabajo, a les directives, a les responsables de RR. HH. y a cualquier otra persona que participe en el proceso de transición de le empleade. Son un conjunto de pautas y políticas que establecen las prácticas recomendadas para apoyar y proteger mejor a les empleades transgénero durante su transición.
- ii. No hay una sola manera de hacer la transición. Algunos cambios pueden ser la expresión de género, la cirugía de afirmación del género, los cambios de género en los documentos oficiales de identidad, los cambios de nombre, los cambios de pronombre, etc. Es importante señalar que algunas empleades trans y no binaries optarán por no hacer nunca ninguno de estos cambios, mientras que otras podrían esperar hasta que sientan que es más seguro hacerlo. En cualquier caso, debe existir una cultura y una política de respeto.

# El “Qué” y los elementos esenciales

## b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Confidencialidad:** La condición de transgénero de una persona se considera confidencial y solo debe revelarse en caso necesario y con el consentimiento de la persona.
- ii. **Documentos internos:** Si la política de una empresa requiere que todas las empleadas utilicen su nombre legal completo y su género en todos los documentos internos, se debe considerar la posibilidad de revisar la política para adaptarla a las empleadas que utilicen sus nombres elegidos.
- iii. **Protocolos de cambio de nombre y género legal:** Ya sea que una empleada cambie legalmente su nombre o elija un nombre que no sea su nombre legal, existen consideraciones de cumplimiento para cada situación. A menudo, las instituciones tributarias requieren que el nombre legal de una empleada 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.
- iv. **Tratamiento igualitario:** Cualquier persona puede cambiar legalmente su nombre: puede utilizar un apodo o nombre preferido, o cambiar su nombre después de un divorcio o cuando se casa. Sin embargo, las personas trans se enfrentan a enormes barreras legales en distintas partes del mundo para cambiar su nombre y género. Con un protocolo de cambio de nombre, su empresa se asegura el tratamiento igualitario entre sus empleadas. Esto incluye el uso de su nombre elegido en direcciones de correo electrónico, tarjetas de presentación, placas de identificación, tarjetas de identificación, intranet y directorio de la empresa, etc.
- v. **Los empleadores no deben exigir ningún documento o prueba** para respaldar la solicitud de una empleada trans o no binarie para un cambio de nombre o un cambio en su marcador de género en los sistemas internos de la empresa.

# El “Qué” y los elementos esenciales

## 6. Código de vestimenta inclusivo

### a. ¿Qué es?

- i. Un código de vestimenta es un conjunto de pautas de apariencia en el lugar de trabajo. El objetivo de las políticas de vestimenta de la empresa no es imponer una vestimenta de género a las empleadas, sino garantizar que se vistan con lo que la empresa considere como ropa profesional y funcional.
- ii. Todas las empleadas deben sentirse cómodas con su apariencia en el lugar de trabajo, independientemente de su identidad de género, raza, religión, cultura o discapacidad.

### b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Haga explícito** que cada empleada puede llevar el atuendo con el que sienta más comodidad, siempre que sea seguro, funcional y apropiado para el lugar de trabajo..
- ii. El **lenguaje inclusivo** es fundamental. Unos simples cambios en el lenguaje pueden garantizar que determinados atuendos sean apropiados sin utilizar un lenguaje sexista (dictando prendas diferentes para hombres y mujeres) u otras fuentes de sesgo (como no permitir expresiones religiosas o culturales de atuendo y cabello). Un ejemplo de lenguaje neutro e inclusivo es el siguiente: “Se requiere vestimenta casual de negocios para las reuniones externas con clientes o posibles clientes. Se espera discreción y buen juicio en otras ocasiones”. Se pueden añadir cláusulas adicionales para garantizar la inclusión y no dejar lugar a interpretaciones erróneas, como la aclaración de que el código de vestimenta “no se utilizará para discriminar a ninguna empleada por motivos de identidad de género, orientación sexual, sexo, raza, etnia, religión, discapacidad o cualquier otro aspecto de la identidad de una persona”.

# El “Qué” y los elementos esenciales

## 7. 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 les empleades transgénero y no binaries. Al eliminar las instalaciones que son masculinas y femeninas, les empleades trans y no binaries 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 proteger a estes empleades 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 las oficinas de la empresa. 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:** Según la naturaleza del trabajo, les empleades 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 todes les empleades.

# Evaluación del componente 1: Equidad como cuestión de política



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

- Se necesitan políticas más inclusivas para garantizar un lugar de trabajo seguro para les empleades LGBTQI+. Es posible que falten algunas protecciones básicas.



Su empresa cumple **entre cuatro y seis** de las siete 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 les empleades LGBTQI+.



Su empresa cumple **las siete** 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 LGBTQI+ puedan pertenecer y prosperar. Continúe manteniéndose a flote respecto de las prácticas y políticas recomendadas.

# Componente 2



## *Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva*

Más allá de comenzar a redactar la implementación de políticas inclusivas en el lugar de trabajo, otro factor clave de la inclusión total son las prácticas internas y externas para construir y mantener culturas de inclusión y pertenencia. Les empleades LGBTQI+ y aliades 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 les empleades.

Medir qué tan inclusiva es una cultura puede ser una tarea difícil. A continuación, describimos algunas de las

prácticas recomendadas emergentes en la creación de culturas de inclusión.

*Nota: Es importante colaborar con líderes locales y organizaciones aliadas lideradas por el colectivo LGBTQI+ en cada país en el que su empresa tenga empleades. En algunos países con legislación punitiva contra las personas LGBTQI+, o con entornos sociales hostiles, algunas de las siguientes prácticas, como una campaña de autoidentificación, serían mucho más complicadas de aplicar. En ese caso, puede omitir esa sección de su puntaje final.*

# El “Qué” y los elementos esenciales

## Parte 1: Prácticas internas

### 1. Grupos de recursos para empleades, grupos de afinidad o grupos de recursos empresariales

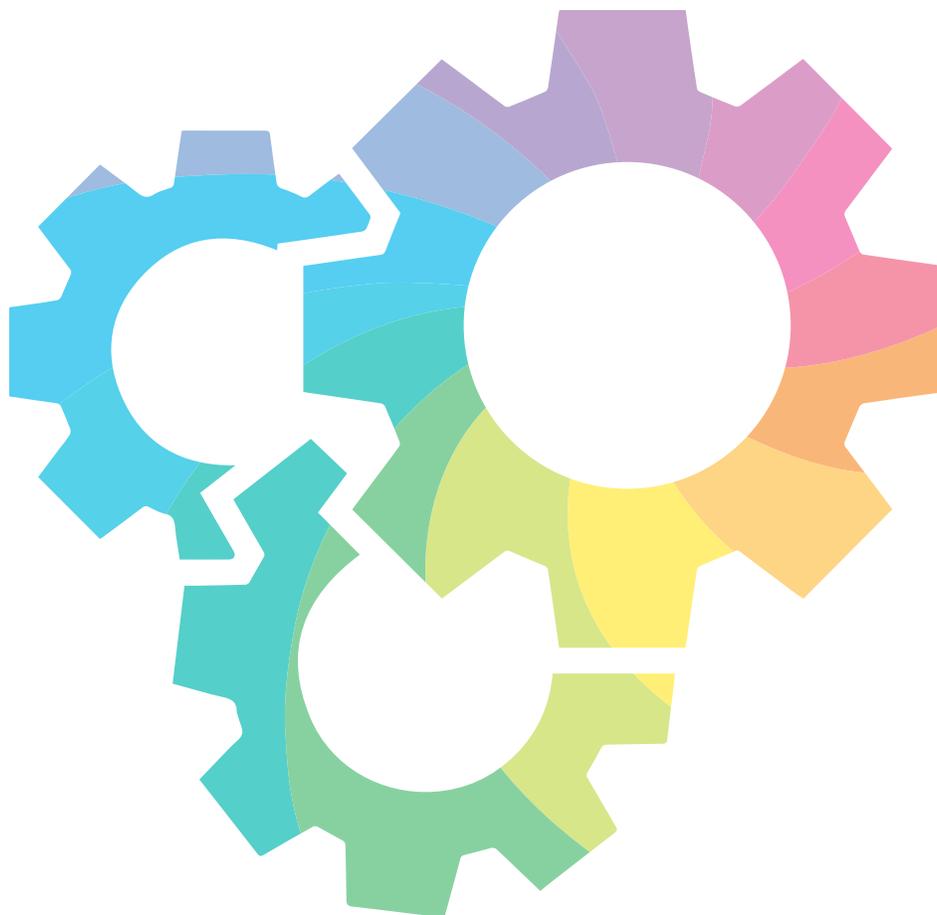
#### a. ¿Qué son?

- i. Los grupos de recursos para empleades (Employee Resource Groups, ERG), los grupos de afinidad y los grupos de recursos empresariales (Business Resource Groups, BRG) son grupos voluntarios dirigidos por empleades con el objetivo final de fomentar un sentido de comunidad, diversidad e inclusión dentro de su empresa. Los ERG suelen estar dirigidos y compuestos por empleades que comparten una identidad común, un interés especial o una experiencia de vida (por ejemplo, LGBTQ+, raza o etnia, condición de veterane, mujeres, personas con discapacidades, progenitore, 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 les aliades a unirse a un ERG LGBTQI+.

#### b. ¿Cuáles son los elementos esenciales?

- i. **Reconocimiento oficial de la empresa** como una organización laboral formal.
- ii. **Una línea directa** con el liderazgo de la empresa o un patrocinadore 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 directores o líderes de delegaciones rotativas, 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 “glocalizadas” o llevadas de lo global a lo local.



# El “Qué” y los elementos esenciales

## 2. Esfuerzos de contratación inclusivos y específicos

### a. ¿Qué son?

- i. La contratación inclusiva se refiere a cómo un empleador toma medidas para comunicar sus políticas y programas de inclusión LGBTQI+ 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 LGBTQI+, o tener módulos u otra presencia en conferencias profesionales LGBTQI+.

### 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 candidatas diverso:** Atraer a los mejores talentos significa un enfoque diversificado en cuanto a dónde un empleador publica sus ofertas de trabajo, es decir, en listserv y medios de comunicación dirigidos a personas LGBTQI+, 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 LGBTQI+.
- 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 de manera injusta a las personas LGBTQI+ a postularse.

# El “Qué” y los elementos esenciales

## 3. Autoidentificación

### a. ¿ Qué es?

- i. Los esfuerzos de recopilación de datos LGBTQI+, 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 les empleades LGBTQI+.
- ii. La autoidentificación permite a les empleadores comprender el tamaño de su fuerza laboral LGBTQI+, observar patrones en la representación LGBTQI+ en toda la organización y realizar un seguimiento significativo del progreso hacia las metas clave de inclusión. También puede mejorar la capacidad de la empresa para analizar y responder a las necesidades de les empleades, identificar dónde puede ser necesaria una mayor inversión o atención, conectar a les empleades LGBTQI+ con oportunidades de desarrollo profesional y más.
- iii. El programa de autoidentificación de una organización envía dos mensajes a les empleades:
  - 1) La inclusión LGBTQI+ es una prioridad de la empresa.
  - 2) La identidad LGBTQI+ se reconoce al mismo nivel que los grupos demográficos ya identificados 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 LGBTQI+ son a través de encuestas de participación anónimas o registros confidenciales de les empleades. Las encuestas de participación organizacional suelen ser anónimas y pueden incluir preguntas demográficas opcionales sobre la orientación sexual e 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 les empleades informen voluntariamente sus datos demográficos sobre orientación sexual e identidad de género.
- ii. **Estrategia de comunicación:** Los datos de autoidentificación LGBTQI+ 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 cuando escriba las preguntas para recopilar datos de autoidentificación, en la cual explique los términos clave cuando corresponda. La formulación de una pregunta de autoidentificación influye de manera significativa en el valor de los datos recopilados, ya que un lenguaje insensible o poco claro puede disuadir a alguien de revelar su identidad o hacer que una empleade se autoidentifique incorrectamente. Para garantizar la confianza y fomentar la divulgación, les empleadores deben comunicar de forma proactiva el propósito de las preguntas de autoidentificación y hacer hincapié en la confidencialidad de los datos para abordar cualquier temor o preocupación. Las preguntas que recopilen esta información demográfica deben ser totalmente opcionales, y las empresas deben practicar la transparencia cuando informen a les empleades sobre el propósito de las preguntas y sobre cómo se utilizarán los datos.

# El “Qué” y los elementos esenciales

## 4. Inclusión LGBTQI+ 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. Establecen expectativas hacia políticas y culturas de no discriminación. También brindan información educativa sobre diversidad e inclusión para fortalecer la comprensión de les empleades sobre DEI y cultivar la empatía. En el caso de la inclusión LGBTQI+, 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 empleades quieren ser respetuosas e inclusivas, pero carecen de los conocimientos básicos para hacerlo.

### 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 empleades y gerentes sobre DEI, deben ser inclusivas para la comunidad LGBTQI+ y, preferiblemente, desarrolladas en colaboración con socios comunitarios confiables.
- ii. **Recursos gratuitos**: Los empleadores deben ofrecer y promover iniciativas educativas gratuitas, 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 les aliades ofrecen incentivos para que les empleades continúen su aprendizaje más allá del nivel de referencia mediante el ofrecimiento de insignias de diferentes niveles para que les empleades las muestren en la intranet o en su escritorio como un marcador visible de aliade.
- iv. **Un espacio seguro** es una base crucial para el aprendizaje y la capacidad de relacionarse. Las iniciativas educativas pueden fomentar un espacio seguro para el aprendizaje mediante el establecimiento de pautas de participación, el respeto por los procesos de aprendizaje de les demás y un moderador o administrador que pueda intervenir para resolver cualquier problema que pueda surgir.

# El “Qué” y los elementos esenciales

## 5. Programa de tutoría centrado en DEI o programa de tutoría inversa

### a. ¿Qué es?

- i. Un programa de tutoría o tutoría inversa es una relación estructurada, por lo general individualizada, en un entorno de trabajo cuyo objetivo es crear oportunidades para grupos históricamente excluidos, como las personas LGBTQI+, para obtener acceso a la educación profesional, un sistema de apoyo profesional, tutoría práctica de los líderes de la industria y el crecimiento de la red.
- ii. La tutoría inversa empareja a las empleadas más jóvenes con los ejecutivos para orientarles sobre nuevas perspectivas de varios temas, incluido el valor de las iniciativas DEI, el impulso del cambio cultural, el liderazgo inclusivo y el intercambio de habilidades digitales como la mercadotecnia en redes sociales.
- iii. 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 específicas y tangibles (por ejemplo, “aumentar la representación LGBTQI+ 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 LGBTQI+ (organizaciones sin fines de lucro y ONG) 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 de manera estratégica las formas en que un asunto específico (es decir, LGBTQI+, 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 empresas 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 de un propósito:** La definición de un propósito de la asociación y el establecimiento de metas estratégicas conducen a una participación externa más exitosa 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 empresa. Muchas asociaciones comunitarias requerirán un determinado importe de donación anual, según el nivel de la alianza y 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. La filantropía organizacional se da cuando una organización dona su tiempo, recursos o dinero a una causa benéfica que ayudará a mejorar las comunidades y 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 lograrse 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. **Determinación del propósito:** Determine la razón de su organización para abogar por los asuntos LGBTQI+. 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. **Evaluación de 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 LGBTQI+ 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 postura antes de promover la igualdad LGBTQI+ de manera externa?

# El “Qué” y los elementos esenciales

## 3. Esfuerzos de mercadotecnia inclusiva

### a. ¿Qué son?

- i. La mercadotecnia inclusiva 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 mercadotecnia incluyen anuncios multimedia, promociones en redes sociales, eventos, recaudaciones de fondos, y mucho más.
- ii. Los esfuerzos de mercadotecnia inclusiva centrados en políticas LGBTQI+ intentan eliminar la exclusión que la comunidad LGBTQI+ 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 mercadotecnia inclusiva, es fundamental que la organización se centre en el público objetivo. Determinar el público adecuado para la campaña de mercadotecnia 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 mercadotecnia es clave en el proceso de creación de una campaña inclusiva. ¿La meta es atraer a más clientes LGBTQI+? ¿Es reclutar empleados LGBTQI+? ¿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 mercadotecnia exitosos requerirán inversiones monetarias de la organización. Las organizaciones deben trabajar dentro de los canales apropiados

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



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 les empleades LGBTQI+. Pueden no estar en vigor algunas prácticas básicas internas o externas.



Su empresa tiene **entre cuatro y 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. En función del resultado, las prácticas básicas pueden estar disponibles, pero se necesita más, ya sea interna o externamente, para fomentar una cultura saludable de pertenencia.



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 LGBTQI+ pertenezcan y prosperen. Continúe manteniéndose a flote respecto de las prácticas y políticas recomendadas.

# Componente 3



## *Experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión*

Esta sección está destinada a ser reflexiva e individual para cada empleade que complete esta pequeña encuesta. Para ese punto, es útil que una amplia diversidad de empleades complete esta sección para identificar posibles brechas entre las políticas, los programas y las prácticas de cultura inclusiva en comparación con las realidades cotidianas de les empleades. Un conjunto de datos que abarque una muestra representativa de empleades permitirá una visión general completa de las experiencias y las tendencias a través de diferentes identidades, roles o geografías. Desde les ejecutives de alto rango, pasando por les gerentes de nivel medio y hasta les empleades que recién

se inician, estas preguntas se traducen en indicadores concretos de cuándo y cómo los esfuerzos concertados de inclusión LGBTQI+ tienen éxito y cuándo aún hay un margen significativo para mejorar.

Para ayudar a su organización a distribuir esta encuesta y cuantificar fácilmente las respuestas, nos complace ofrecerle esta [plantilla descargable](#). El uso de esta plantilla con fórmulas automatizadas no solo facilita el recuento del puntaje de esta sección, sino que, lo que es más importante, garantiza la confidencialidad de la encuesta por parte de su empresa, así como la posibilidad de añadir preguntas demográficas opcionales si también desea recopilar esos datos.

# Encuesta del componente 3

---

1. En este lugar de trabajo, todes saben qué es la política antidiscriminación y lo que esta significa para les empleades LGBTQI+.
  - 1 No, pocas personas lo saben
  - 2 Muchas 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 LGBTQI+ son comunes en este lugar de trabajo.
  - 1 Sí
  - 2 A veces
  - 3 Nunca o raramente
4. He escuchado a les líderes de nuestra empresa hablar con orgullo sobre la fuerza laboral LGBTQI+ 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 LGBTQI+ o como aliado LGBTQI+.

- 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 empleadas LGBTQI+ en general:

A. Son respetadas

- 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 encuentran en diferentes puestos y niveles

- 1 Nunca o raramente
- 2 Un poco, pero tienden a estar en roles seleccionados
- 3 A menudo, se encuentran en todos los niveles, incluidos los de liderazgo

*Nota: Al tabular su puntaje acumulado, cuente 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 con la comunidad LGBTQI+.
- 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, incluidas la mercadotecnia 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 LGBTQI+ o a un aliado 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 o clientes transgénero 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 LGBTQI+ 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 LGBTQI+ 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 LGBTQI+ 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 LGBTQI+ 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: Impacto cotidiano de las iniciativas de inclusión

Al final de la encuesta, cada empleade sumará el valor numérico de cada una de sus respuestas para obtener la suma total. Este número debe variar entre 15 y 45.



**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.



**Su puntaje total es de entre 25 y 35.**

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



**Su puntaje total es de entre 36 y 45.**

En general, las experiencias de les empleades en el trabajo son positivas. Pueden ser ellos mismos y ver los valores de la inclusión LGBTQI+ reflejados y adoptados en muchos niveles de la empresa y en su liderazgo.

# Evaluación de sus puntajes acumulados para una visión integral de la inclusión LGBTQI+ en el lugar de trabajo

Ahora que ha completado cada parte de esta herramienta de inclusión LGBTQI+, es conveniente observar de manera comparativa todos sus puntajes para 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 indicar que una empresa todavía está a mitad del recorrido para ser más inclusiva con la comunidad LGBTQI+ o, tal vez, de una situación en la que las políticas o

las prácticas culturales no abordan de forma completa todos los aspectos de la inclusión.

Podemos medir las políticas y las prácticas culturales de manera cuantitativa, pero la traducción de eso en las experiencias reales de cada empleade, 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 les empleades trans experimentan que el entorno cotidiano no es uno en el que se sientan cómodes 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 siguientes páginas, se explican algunas situaciones:**

**Equidad como cuestión de política:**



**Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva:**



**Experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión:**



Su empresa cuenta con políticas y protecciones inclusivas, entre ellas, muchas prácticas recomendadas que buscan crear una cultura saludable de pertenencia para les empleades LGBTQI+. Sin embargo, es posible que sea necesario implementar iniciativas para reforzar la eficacia o que la dirección de la empresa les dé más prioridad. Esto se refleja en el puntaje en amarillo de las experiencias cotidianas de les empleades.

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 les empleades posean un verdadero sentido de pertenencia en el trabajo.

**Equidad como cuestión de política:**



**Construcción y mantenimiento de una cultura inclusiva:**



**Experiencias cotidianas de iniciativas de inclusión:**



Su empresa cuenta con todas las políticas y protecciones inclusivas, pero aún le faltan algunas de las prácticas recomendadas para crear una cultura de pertenencia sostenida para les empleades LGBTQI+. En relación con la falta de prácticas de apoyo a la cultura, las experiencias cotidianas de les empleades están mostrando esta importante brecha entre la intención de las políticas y la cultura cotidiana del lugar de trabajo.

El siguiente paso sería desarrollar las políticas de su empresa mediante la implementación de una mayor cantidad de prácticas recomendadas, tanto internas como externas, en torno a la creación de culturas inclusivas, y también continuar haciendo crecer y desarrollando las que ya existen. Les socias de la comunidad LGBTQI+ pueden ayudar en este aspecto si aún no son parte del ecosistema de su empresa. Esto debería contribuir a 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 LGBTQI+ y de la necesidad 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 LGBTQI+ de la discriminación y que ofrezcan beneficios inclusivos, así como continuar desarrollando las prácticas recomendadas en torno al cambio cultural.

Sea cual sea el conjunto de puntajes que su empresa haya obtenido en esta autoevaluación, tiene a Out & Equal como un socio entusiasta en los próximos pasos de su viaje hacia la inclusión. En lugar de publicar las calificaciones, alentamos a todas las empresas, grandes y pequeñas, a compartir los resultados de su autoevaluación en [toolkitforchange@outandequal.org](mailto:toolkitforchange@outandequal.org). Out & Equal puede brindar asistencia en la interpretación de los puntajes acumulados, así como consultas personalizadas sobre los próximos pasos y las futuras oportunidades de asociación y colaboración. Gracias por tomarse el tiempo de completar esta autoevaluación y por todo lo que hace para crear

# REFERENCIAS

- <sup>1</sup> Human Rights Campaign. "Marriage Equality Around the World." 2022. <https://www.hrc.org/resources/marriage-equality-around-the-world>
- <sup>2</sup> Human Rights Campaign. Marriage Equality Around the World. 2022. <https://www.hrc.org/resources/marriage-equality-around-the-world>
- <sup>3</sup> Flores, Andrew R. Social Acceptance of LGBT People in 174 Countries. Williams Institute. October 2019.
- <sup>4</sup> ILGA World: Lucas Ramon Mendos, Kellyn Botha, Rafael Carrano Lelis, Enrique López de la Peña, Ilia Savelev and Daron Tan, State-Sponsored Homophobia 2020: Global Legislation Overview Update (Dec 2020). <https://ilga.org/ilga-world-releases-state-sponsored-homophobia-december-2020-update>
- <sup>5</sup> Ibid.
- <sup>6</sup> 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>
- <sup>7</sup> Human Rights Campaign. Marriage Equality Around the World. 2022. <https://www.hrc.org/resources/marriage-equality-around-the-world>
- <sup>8</sup> Wareham, J. 375 Transgender People Murdered In 2021-'Deadliest Year' Since Records Began. Forbes. 2021, December 10. <https://www.forbes.com/sites/jamiewareham/2021/11/11/375-transgender-people-murdered-in-2021-deadliest-year-since-records-began/?sh=66541aba321c>
- <sup>9</sup> Bailey, P. Exclusive: 2022 could be most anti-trans legislative years in history, report says. USA Today. 20 Jan 2022. <https://www.usatoday.com/story/news/2022/01/20/2022-anti-trans-legislation/6571819001>
- <sup>10</sup> TNN. Kerala: 58% Transgenders Are School Dropouts. The Times of India. 29 Dec. 2020. <https://timesofindia.indiatimes.com/city/thiruvananthapuram/kerala-58-transgenders-are-school-dropouts/articleshow/80005423.cms>
- <sup>11</sup> Wesolowsky, T. The worrying regression of LGBT rights in Eastern Europe. Radio Free Europe/ Radio Liberty. 23 December 2021. <https://www.rferl.org/a/lgbt-rights-eastern-europe-backsliding/31622890.html>
- <sup>12</sup> ILGA World: Ramon Mendos, Botha, Carrano Lelis, López de la Peña, Savelev and Tan. State-Sponsored Homophobia. 2020. [https://ilga.org/downloads/ILGA\\_World\\_State\\_Sponsored\\_Homophobia\\_report\\_global\\_legislation\\_overview\\_update\\_December\\_2020.pdf](https://ilga.org/downloads/ILGA_World_State_Sponsored_Homophobia_report_global_legislation_overview_update_December_2020.pdf)
- <sup>13</sup> Ibid.
- <sup>14</sup> 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>
- <sup>15</sup> 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>
- <sup>16</sup> ILGA. Trans Human Rights: ILGA World Releases Global Research Into Legal Gender Recognition and Criminalisation. 2019. <https://ilga.org/ilga-world-releases-trans-legal-mapping-report-3rd-edition>
- <sup>17</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Legal\\_recognition\\_of\\_non-binary\\_gender](https://en.wikipedia.org/wiki/Legal_recognition_of_non-binary_gender)
- <sup>18</sup> 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>
- <sup>19</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_the\\_first\\_LGBT\\_holders\\_of\\_political\\_offices](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_the_first_LGBT_holders_of_political_offices)
- <sup>20</sup> Human Rights Campaign. Corporate Equality Index, 2022. <https://www.hrc.org/resources/corporate-equality-index>
- <sup>21</sup> 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-lgbtq-inclusion-in-brazil/>
- <sup>22</sup> 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/>
- <sup>23</sup> 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>
- <sup>24</sup> Our world in Data. Esteban Ortiz – Espinoza and Max Roser. Marriages and Divorces. 2020. <https://ourworldindata.org/marriages-and-divorces#in-many-countries-marriage-rates-are-declining>

## Este recurso fue desarrollado por Out & Equal, con los siguientes colaboradores clave:

Deena Fidas, directora general y directora de programas y asociaciones, Out & Equal

CV Viverito, direttore asociado de programas globales y participación de las partes interesadas, Out & Equal

Gabriel de la Cruz Soler, gerente de participación global de las partes interesadas, Out & Equal

Madeline Perrou, gerente de comunicaciones, Out & Equal

Corina Hendren, asociada sénior, participación de las partes interesadas, Out & Equal

