



# Un cambio necesario

## Cómo lograr la plena inclusión laboral LGBTQI+ en Argentina

---

Un proyecto de la Cámara de Comercio LGBTQI+ de Argentina (CCGLAR) y Out & Equal

[outandequal.org](http://outandequal.org)

A decorative footer graphic consisting of a horizontal row of overlapping circles in various colors: pink, orange, yellow, green, blue, purple, grey, brown, light blue, and light pink.

# Un cambio necesario: Cómo lograr la plena inclusión laboral LGBTQI+ en Argentina

Argentina ha liderado notablemente el avance de la igualdad de derechos y protecciones para la comunidad de lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, queer e intersexuales (LGBTQI+). Esto incluye:

- El **Primer país del hemisferio** en aprobar el matrimonio igualitario en 2010;
- Aprobar una de las **leyes más completas sobre derechos de las personas transgénero** en 2012; y,
- Establecer una **cuota del 1% para trabajadores transgénero** en empleos de la administración pública.

Si bien Argentina es pionera en legislación favorable para la comunidad LGBTQI+, las leyes y políticas, por sí solas, no garantizan la plena inclusión social. Además, el cambiante panorama político puede afectar las políticas públicas relacionadas con la comunidad LGBTQI+. De hecho, este informe llega inmediatamente después de la primera vuelta (22/10/23) en las elecciones presidenciales de Argentina de 2023. Donde la retórica política por sí sola ha tenido un efecto paralizador en la comunidad LGBTQI+, entre otras. Mientras el país se prepara para la segunda vuelta electoral del próximo mes y lucha contra una inflación récord (138%)<sup>1</sup>, el movimiento para promover la inclusión económica y empresarial de la comunidad LGBTQI+ es más importante que nunca.

Establecida en 2010, la Cámara de Comercio LGBTQI+ de Argentina (CCGLAR) es una de las organizaciones más antiguas de América Latina, creada con el objetivo de promover beneficios económicos de las empresas propiedad de personas LGBTQI+ al facilitarles apoyo intersectorial logrando que todas las organizaciones sean más inclusivas. CCGLAR ha sido una fuerza impulsora en la promoción del turismo a través de colaboraciones entre los sectores público y privado, incluso en GNetwork360, la conferencia de negocios LGBTQI+ más grande de América del Sur, que se lleva a cabo desde hace más de 15 años. La organización ha desarrollado el caso de negocio para dar la bienvenida al mercado de consumidores LGBTQI+ a través de investigaciones y distintas iniciativas que apoyan el desarrollo de negocios y productos que atienden a la diversa comunidad LGBTQI+ de América del Sur.





En sus 25 años de historia, Out & Equal ha promovido la inclusión LGBTQI+ en el lugar de trabajo entre cientos de empleadores multinacionales, regionales y nacionales, apoyando a trabajadores y empresas por igual en toda América Latina, con profundas raíces en Brasil y Argentina, llegando a las empresas a través de conferencias, creación de recursos especializados y análisis del clima empresarial para el avance de los derechos LGBTQI+. Out & Equal trabaja también en asociación directa con empresas locales, organizaciones de la sociedad civil y agentes de cambio individuales para desarrollar y fomentar las mejores prácticas, encontrar el tono más estratégico para hablar de la inclusión y la pertenencia, y poner en práctica soluciones y mejores prácticas "glocales" (caracterizadas por consideraciones y contextos locales y globales).

En casi cinco años de asociación, CCGLAR y Out & Equal han escuchado a numerosas empresas y trabajadores que buscan una evaluación comparativa de las mejores prácticas y herramientas para comprender y apoyar sus propias culturas de inclusión.

En conjunto, CCGLAR y Out & Equal lanzaron un recurso y una encuesta únicos en su tipo en marzo de 2023 para:

- Comprender las normas de las pequeñas, medianas y grandes empresas nacionales y multinacionales en Argentina con respecto a las políticas y prácticas dirigidas a las personas LGBTQI+;
- Evaluar las experiencias cotidianas de trabajadores LGBTQI+ y aliados en el trabajo, prestando especial atención a las brechas entre las políticas y prácticas y la cultura cotidiana; y
- Proporcionar a los trabajadores una guía práctica tanto para evaluar sus niveles de inclusión LGBTQI+ como para lograr un cambio tangible.

Si bien las personas LGBTQI+ son dignas de igualdad de derechos y son parte importante de la fuerza laboral, esto no es sólo un principio de justicia e inclusión social, sino que es también fundamental para mantener empresas sólidas e innovadoras. Muchas multinacionales y un número cada vez mayor de empresas regionales en América Latina han integrado plenamente las iniciativas de inclusión LGBTQI+ en sus modelos de negocio estratégicos y apoyan abiertamente la atracción y retención de talento con iniciativas de inclusión LGBTQI+. Además, las empresas están aumentando su voz en el mercado, con marketing especializado para el segmento LGBTQI+ y señalando de manera más amplia que son empresas inclusivas y con visión de futuro.

## DATOS DEMOGRÁFICOS DE LA ENCUESTA:

### Tamaño y tipo de empleador

- **70%** trabajan en empresas u organizaciones compuestas por menos de 1.000 personas
- El **70%** de participantes trabajan en corporaciones multinacionales\*, y el 30% restante en empresas locales o pequeñas empresas o entidades gubernamentales

\*En Argentina, las empresas multinacionales pueden tener "menos de 1.000" trabajadores

### Por género e identidad LGBTQI+

- El **55%** se identificó como hombre, el **32%** como mujer y el **8%** como no binarie
- El **66%** se identificó como miembro de la comunidad LGBTQI+, el **15%** como transgénero y el **1%** como intersex

Total

164

encuestades

Este informe revela áreas tangibles de desafío para la comunidad laboral LGBTQI+ y áreas de oportunidad para que las empresas sean más inclusivas en las políticas y prácticas institucionales y en la forma en que mantienen una cultura diaria de inclusión, lo que resulta en una mayor rentabilidad e innovación en general.



# 1. LA EQUIDAD COMO POLÍTICA

Los componentes más fundamentales de la inclusión LGBTQI+ en el lugar de trabajo son los establecidos en las políticas y, a menudo, asociados con los beneficios de los trabajadores. Incluso si un lugar de trabajo "se siente" acogedor, sin políticas concretas, estas tendencias pueden cambiar con la gerencia y ser interpretadas de manera inconsistente. Una cultura inclusiva por sí sola no puede proporcionar expectativas claras y tangibles de no discriminación, diversidad, equidad e inclusión. Para que los espacios de trabajo sean realmente inclusivos, se debe implementar una política efectiva. Por ejemplo, el 93% de las empresas de la lista Fortune 500, muchas de las cuales operan en América del Sur, incluyen protecciones de orientación sexual y un impresionante 91% incluyen la identidad de género.<sup>2</sup>

Se preguntó a los participantes sobre la presencia de las siguientes políticas básicas en su lugar de trabajo:

- Políticas de no discriminación que reconozcan explícitamente las protecciones para los trabajadores LGBTQI+
- Protocolos de cambio de nombre
- Baños y/o vestuarios inclusivos
- Beneficios para parejas y familiares LGBTQI+
- Inclusión de proveedores LGBTQI+ en los programas de diversidad de proveedores existentes

Entre este grupo diverso de empresas en toda Argentina, desde multinacionales hasta locales, se evidencian dos brechas evidentes: la falta total de políticas inclusivas LGBTQI+ formalizadas o, por el contrario, si bien los lugares de trabajo tienen políticas establecidas, estas políticas no se comunican adecuadamente. Estas brechas pueden conducir a varios desafíos, incluida la disminución de la productividad y la pérdida de talento.

## Falta de políticas

- El 57% de los participantes en la encuesta afirma que su empresa no tiene políticas explícitas que prohíban la discriminación de las personas LGBTQI+ en el lugar de trabajo.
- El 38%, lo que representa casi cuatro de cada diez trabajadores, afirma que su empresa no tiene ninguna de las políticas inclusivas LGBTQI+ mencionadas en la encuesta.
- Con respecto al apoyo centrado en las personas transgénero y no binarias, menos del 20% de las empresas de los participantes cuentan con protocolos de cambio de nombre o instalaciones inclusivas de género.

En algunos casos, la defensa del cambio es rechazada activamente por estas empresas.

*"En más de dos revisiones de nuestras políticas internas, pedí que se modificara el identificador hombre/mujer para incluir otros géneros. También pedí que se utilizara un lenguaje neutro en cuanto al género cuando correspondiera. Me dijeron que estas sugerencias no podían ser enviadas para su aprobación."*

-Participante de la encuesta





## Comunicación inadecuada y falta de conocimiento de las políticas

Las políticas que viven en el papel pero que no se comunican ni se difunden en la cultura de la empresa, empezando primero por el conocimiento básico de las políticas relacionadas con la comunidad LGBTQI+, no pueden ponerse en práctica. Si los líderes o gerentes de contratación no son conscientes del compromiso corporativo con la inclusión y las expectativas de la empresa en torno a la igualdad de trato en el lugar de trabajo, las brechas de inclusión se vuelven generalizadas. Las respuestas sobre el conocimiento de la política nos dan una fotografía del problema:

- El 13% de los participantes no sabe si su lugar de trabajo tiene políticas inclusivas LGBTQI+.
- Solo el 30% se encuentra en lugares de trabajo donde la mayoría de sus colegas son conscientes de la existencia de políticas contra la discriminación LGBTQI+.
- El 41% de los participantes dice que la mayoría, si no todos, los solicitantes de empleo no saben si su empresa u organización es inclusiva con las personas LGBTQI+.

Si bien la legislación del país reconoce protecciones para los trabajadores LGBTQI+, así como el matrimonio igualitario, los derechos de adopción para las personas LGBTQI+, una ley de identidad de género que permite a las personas trans y no binarias autoidentificarse en documentos oficiales y una cuota laboral trans en el sector público, estos resultados apuntan a la necesidad de que cada empresa no solo implemente políticas que apoyen la equidad en el lugar de trabajo para las personas LGBTQI+, sino que también deben comunicar intencionalmente esas políticas a toda la fuerza laboral.

No tener una estructura institucionalizada establecida o señales claras de bienvenida y pertenencia en el lugar de trabajo envía un mensaje de ambivalencia y falta de compromiso con la comunidad LGBTQI+, lo que puede afectar negativamente la productividad, la contratación y la retención.



## Disminución de la productividad:

"Mi DNI dice que soy mujer, pero soy un hombre trans. Mi jefe y mis colegas son conservadores. No hace falta decir que escondo quién soy por miedo a mi vida y miedo a perder mi trabajo."

-Participante de la encuesta

Trabajar con miedo a mostrar tu yo auténtico por temor a las consecuencias y a las posibles represalias no solo afecta a la salud mental de las personas LGBTQI+, sino que también impide su crecimiento profesional y puede afectar el clima organizativo de toda la empresa.<sup>3</sup> Como señala la economista Lee Badgett, "se estima que la discriminación cuesta a las economías hasta el uno por ciento de la producción económica total medida como producto interno bruto anual."<sup>4</sup>

## Problemas de reclutamiento y retención:

"Soy transmasculino y desde hace un tiempo no me han asignado ningún proyecto que me permita avanzar. Para cualquier proyecto en el que me ofrezco me dan una excusa. Prácticamente solo voy a trabajar para presentarme y no me siento completamente incluido por mis compañeros hombres cis\*. Actualmente estoy a la espera de un traslado a otra agencia donde siento que tendré más oportunidades."

-Participante de la encuesta

Cuando los gerentes no trabajan dentro de los parámetros de una política de no discriminación y los trabajadores se sienten juzgados por su identidad frente al producto del trabajo, pueden irse o buscar una reasignación, lo que resulta en la pérdida de talento o de líderes dentro de una unidad de negocio hacia otra donde sí se aproveche todo su potencial.

El catorce por ciento de las encuestadas no recomendaría que las personas de la comunidad LGBTQI+ o aliadas se unieran a su empresa y el 40% dijo que sí lo recomendaría, pero depende en gran medida de su posición o del equipo al que potencialmente se unirían. Las empresas deben asegurarse de que sus políticas sean uniformes y se comuniquen en todos los ámbitos para garantizar que la igualdad de trato no cambie en función de quién sea su gerente.

\*El término "CIS" describe a una persona cuya identidad de género corresponde a su sexo asignado al nacer.



## 2. CONSTRUIR Y MANTENER UNA CULTURA INCLUSIVA

Dentro de los lugares de trabajo, las políticas de apoyo y la intención detrás de ellas - atraer y retener un grupo de talentos diverso e innovador - deben ampliarse con prácticas que ayuden a garantizar que el talento LGBTQI+ pueda prosperar.

Tener prácticas efectivas de diversidad, equidad, inclusión y pertenencia es un indicador de innovación y progreso.<sup>5</sup>

Desde la opción de autoidentificarse en las encuestas de la empresa como LGBTQI+ hasta las capacitaciones y las asociaciones externas, las principales empresas globales han forjado un camino de inclusión con prácticas internas y externas básicas diseñadas para nutrir el talento LGBTQI+.

Estas prácticas aún no son la norma en el lugar de trabajo promedio en Argentina, pero su presencia es cada vez mayor. Entre les encuestades, aproximadamente dos tercios tienen algunas prácticas de apoyo LGBTQI+ implementadas, aunque con una gran variación:

- el 34% informa que su empresa tiene capacitaciones inclusivas LGBTQI+
- el 21% trabaja para una empresa con asociaciones externas con grupos LGBTQI+
- el 20% tiene campañas de marketing inclusivas
- el 19% tiene esfuerzos de contratación inclusivos
- el 17% cuenta con programas de autoidentificación y socialización de pronombres; y
- Solo el 5% de los trabajadores informan que su empresa tiene programas de tutoría dirigidos a personas LGBTQI+ en la empresa.

**Más del 40% de los participantes trabajan en empresas que no cuentan con ninguna de estas prácticas.**

*"Formo parte activamente de un equipo que implementa acciones de diversidad e inclusión en la empresa. Si bien hemos avanzado, sobre todo en la capacitación en temas como la eliminación de la discriminación por género y orientación sexual, es un compromiso a medias."*

-Participante de la encuesta

Las empresas que aún no han establecido estructuras internas integrales o iniciativas concretas que apoyen la inclusión duradera de las personas LGBTQI+ en el lugar de trabajo tienen una gran oportunidad de invertir en su talento actual y convertirse en un empleador codiciado para nuevos talentos.



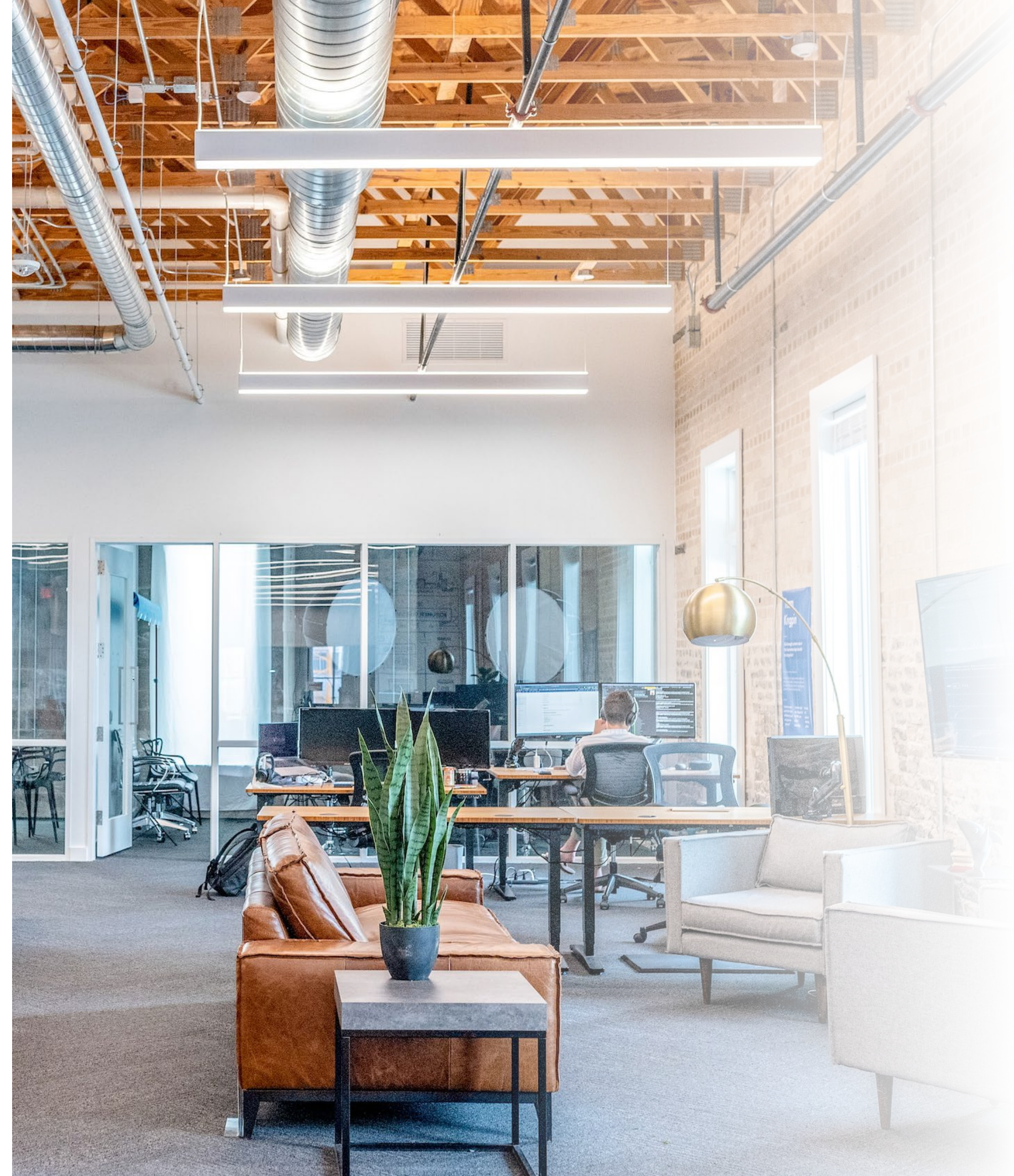
## ***La representación es importante***

Casi cuatro de cada diez encuestados (37%) informan que nunca o rara vez se sienten representados en el perfil público y la marca de su empresa. Según un estudio de Harvard Business Review, la falta de representación puede conducir a sentimientos de aislamiento y un sentido de pertenencia reducido.<sup>6</sup> Involucrar a los empleados para que se sientan representados y conectados con el trabajo es necesario para la innovación, el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo. Costes de exclusión de las empresas.

*"Se supone que esta es una empresa inclusiva, pero incluso los gerentes confunden el género de las personas trans a propósito y oprimen sutilmente a los empleados de la comunidad LGBTQI+."*

-Participante de la encuesta

Otro elemento importante de la representación es garantizar el reconocimiento adecuado de las personas en el trabajo con respecto al uso correcto de los pronombres y el intercambio en el lugar de trabajo. Esta es una preocupación importante entre los trabajadores trans y no binarios, sin embargo, el 60% de los participantes en esta encuesta indican que sus colegas rara vez comparten sus pronombres de género. Las empresas deben ser especialmente intencionales a la hora de establecer y apoyar prácticas para los empleados trans y no binarios, ya que a menudo son quienes reportan las tasas más altas de falta de respeto dentro y fuera del lugar de trabajo. El uso de pronombres de género correctos es importante, no solo para las personas trans y no binarias, sino para garantizar que se reconozca a todas las personas por lo que son.





### 3. EXPERIENCIAS COTIDIANAS DE ESFUERZOS DE INCLUSIÓN

La sección final del estudio evalúa las experiencias cotidianas de las personas LGBTQI+ y sus aliades en el lugar de trabajo. Las interacciones cotidianas, desde las conversaciones durante el café y los Zooms semanales programados hasta los saludos a los clientes, definen en gran parte la cultura del lugar de trabajo. Conocer estas realidades cotidianas ayuda a las organizaciones a comprender realmente dónde se pueden fortalecer las políticas y las prácticas.

#### Estar fuera del clóset, pero ser el foco de burlas

Si bien tres de cada cuatro encuestados LGBTQI+ no ocultan quiénes son en el trabajo, más de la mitad informan que escuchan regularmente chistes y comentarios anti-LGBTQI+. El simple hecho de estar fuera del clóset no es suficiente. Las empresas deben cultivar entornos en los que ser abiertamente LGBTQI+ sea recibido con respeto, no con insultos. Al no abordar las expresiones anti-LGBTQI+ generalizadas, las empresas pierden talento y disminuyen sus culturas en general.

- El 76% no siente que necesite ocultar quiénes son en el trabajo.
- Más del 50% de los encuestados informaron haber escuchado bromas o comentarios negativos sobre la comunidad LGBTQI+ en el trabajo.

*"Les empleades trans todavía tienen que lidiar con entornos hostiles. Incluso se evita algo tan básico como un saludo."*

-Participante de la encuesta

#### Representación y reconocimiento rezagados

La diversidad LGBTQI+ no es evidente sin una visibilidad y comunicación concertadas. Una de las brechas más significativas en la experiencia cotidiana de los trabajadores en Argentina es la persistente falta de líderes y empleades abiertamente LGBTQI+. Además, más de la mitad de los encuestados no escuchan a sus líderes hablar de sus propios esfuerzos LGBTQI+.

- El 72% de los encuestados informaron que a veces o rara vez ven a personas LGBTQI+ en todos los niveles de la empresa.
- El 53% rara vez o nunca escucha a sus líderes hablar sobre los esfuerzos LGBTQI+ de la empresa.

Más de la mitad (53%) de los participantes no cree que sus empleadores aborden adecuadamente las preocupaciones relacionadas con la discriminación anti-LGBTQI+ en el lugar de trabajo.

Si la mayoría de los trabajadores, como los representados en este estudio, no creen que sus empleadores abordarían adecuadamente las preocupaciones sobre la discriminación anti-LGBTQI+, lo más probable es que la política deba reelaborarse y comunicarse mejor al personal.

*"La cuota laboral trans es un gran paso, pero aún así hay que lidiar con ambientes hostiles, incluso se evita algo tan básico como un saludo."*

-Participante de la encuesta



Les líderes empresariales en Argentina tienen una gran oportunidad en frente, para maximizar el potencial del grupo de talentos LGBTQI+ y hacer crecer sus negocios en general deben invertir significativamente en una fuerza laboral diversa y comprometida. Una encuesta global reciente encontró que el 9% de las personas adultas se identifican como LGBTQI+ y ese número está en constante aumento.<sup>7</sup> Más allá de eso, sabemos que las generaciones más jóvenes son más propensas a identificarse como LGBTQI+. Y debido a que la fuerza laboral global está en camino de ser 58% Gen Z y millennial para 2030, demostrar el compromiso de una empresa con la inclusión ahora es necesario y estratégico.<sup>8</sup>

Comenzando con una claridad absoluta en palabras y acciones de que la inclusión LGBTQI+ es un valor importante de la empresa; las empresas deben poner en marcha prácticas que apoyen la inclusión LGBTQI+ y, en última instancia, permitan a los trabajadores ser ellos mismos, sin prejuicios ni miedos y relacionándose con sus trabajos con la máxima creatividad y compromiso.





# PERTENENCIA EN TODOS LOS NIVELES: PASOS PARA CREAR UN ESPACIO DE TRABAJO VERDADERAMENTE INCLUSIVO

Esta investigación muestra que, si bien hay notables esfuerzos de inclusión en las empresas argentinas que apoyan a la comunidad LGBTQI+, aún queda mucho trabajo por hacer para cerrar las brechas entre las políticas, las prácticas y las experiencias cotidianas de los trabajadores LGBTQI+, especialmente el talento trans y no binarie.

Todos los días, las personas talentosas deciden si se unen o abandonan las empresas. Los consumidores inteligentes también están evaluando si comenzar o dejar de comprar ciertos productos. El hecho de que la comunidad LGBTQI+ de Argentina contribuya con \$23.000.000.000 al PIB de Argentina anualmente es un gran incentivo para las organizaciones que intentan aumentar las ganancias, la retención de empleadas y la reputación de su marca.<sup>9</sup> Las empresas pueden mejorar sus posibilidades de obtener altos rangos entre los consumidores y empleadas potenciales a favor de la comunidad LGBTQI+ apoyándose en sus esfuerzos de inclusión LGBTQI+, comenzando con estos puntos clave:

1. Las empresas en Argentina deben fortalecer sus políticas, iniciativas y beneficios enfocados en la comunidad trans y no binarie. De las personas reflejadas en esta investigación, las personas trans y no binaries se enfrentan a los prejuicios más persistentes, así como a políticas y prácticas rezagadas en el trabajo, lo que deja a muchas personas temerosas a ser abiertas en el trabajo. Existe una clara necesidad y un beneficio rotundo para las empresas que crean culturas inclusivas trans y no binaries, para la fuerza laboral actual y futura.
2. Las políticas inclusivas son necesarias, pero no suficientes, para crear y mantener lugares de trabajo inclusivos. Deben ser comunicadas de manera consistente y apoyadas explícitamente mediante la afirmación de las políticas y prácticas LGBTQI+. Muy pocos empleadas LGBTQI+ perciben que sus líderes hablan fuerte y con orgullo sobre los esfuerzos de inclusión y diversidad de su empresa. Con el tiempo, estas brechas conducen a la pérdida de talento y a esfuerzos de reclutamiento ineficaces en general.

3. Las asociaciones externas ayudan a aliviar gran parte de la carga de las empresas a través de los esfuerzos de inclusión, la implementación de programas, la creación de herramientas innovadoras y evaluaciones. Las reuniones programadas periódicamente también son un factor importante en estas asociaciones. Participar en conferencias LGBTQI+, como la Cumbre de Out & Equal o nuestro Foro LatAm, ayuda a los líderes regionales a tener conversaciones con sus pares, aprender las mejores prácticas y ganar más visibilidad como líderes inclusivos.

*"En mi empresa promovemos la diversidad y la inclusión como el principal valor de nuestros servicios y nuestro código de conducta. Las personas trans se han unido a nuestro equipo y estamos orgullosos de seguir sumando talento LGBTQI+."*

-Participante de la encuesta

El [kit de herramientas para el cambio: cómo evaluar la inclusión laboral de personas LGBTQI+](#) es una herramienta diseñada para medir las políticas positivas de una organización, así como para medir las brechas y las posibles áreas de mejora.

Cuente con CCGLAR y Out & Equal como sus principales aliados en su viaje hacia la plena inclusión y pertenencia.

Solo cuando todos los trabajadores LGBTQI+ puedan aportar su auténtico yo al trabajo sin miedo a la discriminación o al aislamiento social, los lugares de trabajo podrán ser más innovadores y competitivos.



Este informe fue desarrollado como parte de la asociación entre CCGLAR y Out & Equal.

#### **CCGLAR Autoría:**

**Pablo De Luca**, Presidente, Cámara de Comercio LGBTQI+ de Argentina

**Gustavo Noguera**, Secretario General, Cámara de Comercio LGBTQI+ de Argentina

**Fernanda Sáñez**, Comunicación Estratégica, Cámara de Comercio LGBTQI+ de Argentina

#### **Out & Equal Autoría:**

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

**Corina Hendren**, Gerente Sénior, Investigación y Contenido, Out & Equal

**Gabriel de la Cruz Soler**, Gerente Sénior, Programas de Impacto Global (LatAm),  
Out & Equal

**Leslie Anne Frye-Thomas**, Gerente Sénior de Redacción, Out & Equal

## RECURSOS:

1. Alvarado, A., Pozzebon, S., Campanela, E., Suarez, K., & Chen, H. (2023, October 23). [Argentina presidential election heading to run-off with Massa leading Milei](#). CNN.
2. Human Rights Campaign. [Corporate Equality Index](#), 2022.
3. Mba, N. N. D. (n.d.). [Bringing Your Authentic Self to Work and Why it Matters](#).
4. Badgett, M. V. Lee. [The Economic Case for LGBT Equality: Why Fair and Equal Treatment Benefits Us All](#). Beacon Press. 2020.
5. Catalyst (2021, November 9). [Inclusive Leadership: The View From Six Countries \(Report\) | Catalyst](#).
6. Carr, E. W. (2021, December 21). [The value of belonging at work](#). Harvard Business Review.
7. [Global survey finds 9% of adults identify as LGBTQ](#). (2023b, June 1). NBC News.
8. PricewaterhouseCoopers. (n.d.). [How prepared are employers for Generation Z?](#) PwC.
9. Alfaro, Y. (2022, June 30). [¿Cuánto aporta la comunidad LGBT al PIB de los países de Latinoamérica?](#) Bloomberg Línea.