

ORGULLO EN ACCIÓN:  
UNA GUÍA PARA LA  
LA INCLUSIÓN  
LABORAL LGTBQ+  
EN AMÉRICA LATINA  
Y EL CARIBE



## ***Autores:***

---

El presente estudio ha sido escrito por la Dra. Juliana Martínez, profesora asociada de Estudios de Género, Sexualidad y Cultura en American University y por Philip R. Crehan, fundador de Eolas Consulting, bajo la dirección y con la orientación de Laura Giraldo, Oficial de Género, Diversidad e Inclusión en BID Invest.

## ***Agradecimientos:***

---

Los autores quieren agradecer a sus homólogos Kelly Widelska, Michael Castellano, y a Rudaba Zehra Nasir (Líder Global, Inclusión Económica, y Atención de IFC) y John (Ioannis) Arzinos (Oficial de Inclusión Económica, de IFC) por la revisión, así como a Vanessa Martínez, Flor Bárcenas y John Marth. Asimismo agradecen los comentarios de: Ángeles Barral (Consultora, Eficacia del Desarrollo – DSP/DVF), Milena Correia (Oficial SEG, Gestión Ambiental y Social – DSP/SEG), César Carcelen (Oficial de Negocios Sostenibles, Servicios de Asesoría – DSP/ADV) y Rafael González Rodríguez (Consultor, Servicios de Asesoría – DSP/ADV).

## ***Sobre BID Invest:***

---

BID Invest, miembro del Grupo BID, es un banco multilateral de desarrollo comprometido a promover el desarrollo económico de sus países miembros en América Latina y el Caribe a través del sector privado. BID Invest financia empresas y proyectos sostenibles para que alcancen resultados financieros y maximicen el desarrollo económico, social y medio ambiental en la región. Con una cartera de 13.100 millones de dólares en gestión de activos y 385 clientes en 25 países, BID Invest provee soluciones financieras innovadoras y servicios de asesoría que responden a las necesidades de sus clientes en una variedad de sectores.

**Copyright© 2023 Inter-American Investment Corporation (IIC).** Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO Licencia BY-NC-ND 3.0 IGO; <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional. Tras un proceso de revisión por parte de homólogos, y con el consentimiento previo por escrito del BID, también se puede reproducir una versión revisada de este trabajo en cualquier revista académica, incluidas las referenciadas por EconLit de la American Economic Association, siempre que se otorgue reconocimiento al BID y que el autor o autores no perciban ninguna remuneración por la publicación. Por tanto, la restricción de percibir ingresos por dicha publicación solo aplicará al autor o autores de la publicación. Respecto a dicha restricción, si existe alguna incoherencia entre la licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas y estas declaraciones, prevalecerá esta última.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia. Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su respectivo Consejo de Administración ni de los países que representa.



*Tabla de*  
**contenido**

---

Terminología clave y acrónimos **6**

Prólogo **10**

Resumen Ejecutivo **11**

## Parte 1:

**El panorama de las personas lesbianas, gais, bisexuales, transexuales y queer (LGBTQ+) en América Latina y el Caribe**

**16**

Discriminación laboral contra el colectivo LGBTQ+ en LAC

20

El cambio es posible y se está produciendo (a gran velocidad) en la región

22

## Parte 2:

**El caso de negocio para la inclusión LGBTQ+**

**26**

Inclusión LGBTQ+ en el lugar de trabajo: resultados positivos

28

**Caso práctico 1:** El índice de igualdad laboral LGBTQ+ en Perú

30

**Caso práctico 2:** Repercusiones trascendentales para el código de conducta de Aeroméxico

34

Solidez de la marca: el poder de los clientes

42

**Caso práctico 3:** Medidas inclusivas para las coberturas de seguros en Belice

44

**Caso práctico 4:** Diversidad como exigencia empresarial

47

## Parte 3 :

**El proceso de compromiso—Puntos de partida**

**50**

**Abordar la segregación ocupacional:**

50

una autoevaluación de la inclusión LGBTQ+

**Caso práctico 5:**

60

Fomentar políticas empresariales voluntarias en Trinidad y Tobago

Conclusión **62**

**Anexo 1:**  
Leyes y protecciones LGBTQ+ por país

**65**

Bibliografía

**69**

# Terminología Clave y acrónimos

## Sexo y género

---

**Características sexuales:** características anatómicas a partir de las cuales se asigna el sexo biológico y que incluyen los genitales, los órganos sexuales internos, las hormonas y los cromosomas (Martínez et al., 2020).

**Sexo asignado al nacer:** una categoría biomédica asignada a las personas principalmente según la apariencia de sus genitales al nacer, y que suele ser binaria: masculino o femenino

**Intersexual:** término genérico para designar a las personas que presentan variaciones en las características sexuales que no se corresponden con las concepciones tradicionales del cuerpo masculino o femenino (InterACT y AIS-DSD Support Group, 2020 en Martínez et al., 2020).

**Género:** una construcción social que atribuye expectativas culturales y sociales a las personas en función de su sexo asignado (ILGA-Europe, 2019 en Martínez et al., 2020).

## Orientación sexual

---

**Orientación sexual:** la capacidad duradera de una persona de tener sentimientos románticos, emocionales o físicos profundos o de sentir atracción por personas de un sexo o género en particular. Abarca la heterosexualidad, la homosexualidad, la bisexualidad y una amplia variedad de otras expresiones de orientación sexual.

**Heterosexual:** persona que se siente atraída por personas de un sexo o identidad de género distinto al suyo.

**Gay:** un hombre que tiene principalmente la capacidad de sentir atracción romántica, emocional o física por otros hombres. El término a veces se utiliza para describir a las mujeres que se sienten atraídas por otras mujeres.

**Lesbiana:** una mujer que tiene principalmente la capacidad de sentir atracción romántica, emocional o física por otras mujeres.

**Bisexual:** una persona que tiene la capacidad de sentir atracción romántica, emocional o física por personas del mismo sexo o género, así como por personas de otro sexo o género.

**Pansexual:** una persona que se siente atraída por personas de todos los géneros.

**Asexual:** falta de atracción sexual por otras personas, o interés o deseo bajo o nulo por la actividad sexual. La asexualidad no es lo mismo que la abstinencia sexual y el celibato.

**Demisexual:** alguien que solo siente atracción sexual por una persona después de haber establecido un fuerte vínculo emocional.

## *Identidad y expresión de género*

---

**Identidad de género:** la profunda experiencia interna e individual de género de cada persona (por ejemplo, de ser un hombre, una mujer, algo intermedio, ninguno de los dos u otro género) que puede corresponderse o no con el sexo asignado al nacer o el género atribuido socialmente. Abarca la percepción personal del cuerpo (que puede implicar, si se decide libremente, la modificación de la apariencia o funcionamiento por medios médicos, quirúrgicos u otros) y las expresiones del género, incluida la vestimenta, el habla y los gestos.

**Expresión de género:** la manifestación de la identidad de género a través del comportamiento, los gestos, el aspecto u otras formas de expresión. Sin relación directa o necesaria con el sexo asignado a una persona al nacer, la expresión de género puede cambiar a lo largo de la vida y puede coincidir o no con las expectativas sociales sobre los roles de género (Martínez et al., 2020).

**Cisgénero:** persona cuya identidad de género se corresponde con el sexo asignado al nacer. Cis significa «en consonancia con» o «en el mismo lado». Cisgénero es el término usado para describir a las personas que no son trans.

**Transgénero:** una persona cuyo sexo asignado al nacer no se corresponde con su identidad de género.

**No binario:** una autodescripción utilizada por personas cuya experiencia de identidad y expresión de género no se corresponde ni con «hombre» ni con «mujer», que son las dos categorías que los países occidentales han usado generalmente para clasificar el género.

**Queer:** un término genérico que incluye, entre otros, a lesbianas, gays, bisexuales, transgénero e intersexuales. Durante décadas, el término «queer» se utilizó exclusivamente para referirse

peyorativamente a gays y lesbianas. No obstante, los activistas lo reivindicaron como término de autoidentificación.

**Género no conforme:** personas que no siguen las ideas o estereotipos de otra gente sobre cómo deberían vestir o comportarse según el sexo femenino o masculino que se les asignó al nacer. Puede aplicar a todas las identidades de género: trans, cis, no binario y más. Se suele abreviar como GNC.

**Género fluido:** una persona de género fluido puede fluctuar entre distintas expresiones de género a lo largo de su vida o expresar múltiples aspectos de varios marcadores de género de forma simultánea. Las personas de género fluido pueden identificarse como no binarias o transgénero o también identificarse con su género asignado.

## *Discriminación*

---

**Homofobia:** miedo, odio o intolerancia hacia las personas homosexuales. También incluye la discriminación por motivos de orientación sexual.

**Transfobia:** el miedo irracional hacia las personas que cambian de género o la incapacidad para lidiar con la ambigüedad de género. También describe el tratamiento discriminatorio a las personas cuya apariencia o identidad no se corresponden con las ideas convencionales de género, o a las que no se identifican con su sexo asignado o no lo expresan.

**Heteronormatividad:** un sistema de creencias que presupone y dicta que todas las personas son y deben ser heterosexuales. En las sociedades heteronormativas, la heterosexualidad está social y/o legalmente impuesta y es necesaria para el bienestar de una persona y su supervivencia física y económica (Martínez et al., 2020).

**Cisnormatividad:** un sistema de creencias que presupone y dicta que todas las personas son y deben ser cisgénero. En las sociedades cisnormativas, ser cisgénero o ser percibido como tal también puede ser una cuestión de supervivencia y bienestar. La cisnormatividad premia a las personas cisgénero o que son percibidas como tal con reconocimiento sociopolítico, protección legal y oportunidades económicas, mientras que privan de sus derechos a las que no son cisgénero o no son percibidas como tal (Martínez et al., 2020).



## Acrónimos

---

**DEI** Diversidad, equidad e inclusión

---

**SEG** Social, Ambiental y Gobernanza

---

**GNC** Género no conforme

---

**LAC** América Latina y el Caribe

---

**LGBTQ+** Personas lesbianas, gays, bisexuales, transgénero y queer. El símbolo «+» indica que existen más identidades y características que podrían no estar incluidas en la nomenclatura del acrónimo «LGBTQ».

---

**MDB** Banco multilateral de desarrollo

---

**SOGI** Orientación sexual e identidad de género

---

**SOGIE** Orientación sexual e identidad y expresión de género



# PRÓLOGO



**Milagros Rivas**  
**Managing Director, Advisory Services**  
IDB Invest

La inclusión permite a las empresas crear ambientes de trabajo donde todos los empleados, independientemente de su género, orientación sexual, identidad y expresión de género, etnia, capacidad física u otros aspectos de su identidad, se sientan respetados y puedan trabajar entregando su máximo potencial, ayudando a las compañías a prosperar. El talento humano, en toda su diversidad y dentro de una cultura de inclusión, aporta grandes beneficios a las empresas. Estimula la innovación, fomenta el descubrimiento de nuevos mercados y mejora los resultados financieros.

En esta publicación, *Orgullo en acción*: una guía para la inclusión laboral LGBTQ+ en América Latina y el Caribe, analizamos en profundidad los beneficios económicos de la inclusión de personas LGBTQ+ en la fuerza de trabajo, detallando los cambios que pueden implementar las empresas en sus políticas laborales, procesos y valores organizativos con el fin de ampliar y mejorar sus directrices en favor de los empleados y de la propia empresa.

Este estudio señala que a través del análisis de las oportunidades de negocio que ofrece

al sector privado la inclusión de lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, queer u otras personas con diferentes orientaciones sexuales e identidades de género en la fuerza laboral y en otras partes de la economía de mercado, nuestra región está avanzando rápidamente hacia una tolerancia actitudinal positiva, e incluso de aceptación hacia la comunidad LGBTQ+.

Uno de los puntos destacados de este estudio es que hoy en día, tenemos un «imperativo de negocio» que en nuestros países se está convirtiendo en una tendencia a seguir. En el estudio se menciona que «las empresas ya están trabajando con las personas más tolerantes y abiertas a la diversidad sexual y de género y, si se mantienen las tendencias demográficas, esta cifra seguirá creciendo en los próximos años».

Mediante casos concretos en distintos países y sectores, este documento muestra que América Latina y el Caribe avanzan por un buen camino que abrirá paso a más innovación, oportunidades laborales y resultados de mercado inclusivos y sostenibles.

Las recomendaciones que el lector tendrá en este documento tienen el potencial de influir en el valor de la empresa, la productividad y el rendimiento de los empleados, así como en el ambiente de trabajo, lo que podría traducirse en una mayor retención del personal y marcas más consolidadas.

BID Invest tiene el firme compromiso de ayudar a las empresas de nuestra región a atraer y retener a los mejores talentos para que sean más sostenibles y competitivas. Proporcionamos las herramientas, los conocimientos y la formación adecuados que permiten a nuestros clientes crecer en este proceso.

# Resumen ejecutivo

En todo el mundo, el sector privado se está convirtiendo en líder clave a la hora de trabajar por unas economías más inclusivas y sostenibles. En el marco de este paradigma, es vital garantizar que todas las personas —incluida la población LGBTQ+— puedan acceder, contribuir y beneficiarse de todas las partes del ecosistema empresarial y de la cadena de suministro, independientemente de su identidad. Cada vez hay más datos fiables que demuestran que, más allá de consideraciones éticas o centradas en los derechos, estos esfuerzos se traducen en mejores resultados empresariales.

Esta lógica, o el «argumento comercial» a favor de la inclusión, está impulsando a un número cada vez mayor de empresas de todos los tamaños y sectores a plantearse cómo aprovechar este potencial empresarial, sobre todo en lo que respecta a la comunidad LGBTQ+.

Este informe se centra en el **caso de negocio para la inclusión LGBTQ+**. Basándose en el beneficio mutuo que un lugar de trabajo y una cultura inclusivos aportan a las empresas y a las personas, el argumento comercial a favor de la inclusión LGBTQ+ muestra las múltiples maneras en que las empresas se benefician cuando se esfuerzan por diversificar su plantilla e incluyen a personas LGBTQ+ en el entorno laboral y en otras operaciones. Cada vez más estudios señalan que estos esfuerzos merecen la pena.

**La inclusión LGBTQ+ aporta beneficios relacionados con la retención del talento, el aumento del rendimiento y la productividad de los trabajadores, el incremento del valor y la rentabilidad de la empresa el potencial de obtener mayores retornos por la inversión y un mayor acceso a una base de clientes cada vez más amplia.**

Además, las estimaciones demográficas apuntan al considerable tamaño de la comunidad LGBTQ+, concientizando así sobre su potencial en el mercado. Por ejemplo, si bien siguen existiendo carencias en los datos cuantitativos, una investigación rigurosa estima que entre el 5% y el 6% de la población se identifica como LGBTQ+. Extrapolándolo a la población total de América Latina y el Caribe (LAC), esto equivale a entre 33 y 39 millones de personas. **Es decir, si hubiese un país en la región con personas exclusivamente LGBTQ+, este sería el quinto país más grande de LAC después de Brasil, México, Colombia y Argentina.**

Este informe se divide en tres partes: **la parte 1 presenta el panorama jurídico y social** de la región en lo que respecta a las actitudes hacia la comunidad LGBTQ+, el reconocimiento de derechos y las experiencias con la discriminación y la violencia, prestando especial atención a la discriminación laboral contra el colectivo LGBTQ+.

**La parte 2 se centra en el caso de negocio para la inclusión LGBTQ+,** sobre todo en lo que respecta a las prácticas de contratación, la retención de talento, la productividad y la contribución a los resultados empresariales. En esta sección se demuestra que la decisión deliberada por parte de las empresas de contratar a personas LGBTQ+ y abordar las cuestiones relacionadas con la SOGIE (orientación sexual, identidad y expresión de género) en el entorno laboral, influye de manera clara y positiva tanto a los empleados como a las empresas.

**La parte 3 es la más accionable y práctica del informe. Se trata de una herramienta que ofrece a las empresas una forma de fomentar de manera activa la inclusión LGBTQ+ en el lugar de trabajo y durante sus operaciones.** Las recomendaciones descritas resultan útiles para que empresas de distintos tamaños evalúen su nivel de madurez en lo que respecta al inicio o la continuación del desarrollo de políticas y prácticas de inclusión LGBTQ+. Su objetivo es suscitar o fomentar debates constantes sobre qué se puede hacer para impulsar la inclusión LGBTQ+ en el lugar de trabajo, así como ofrecer ideas concretas y viables como, por ejemplo: (i) cómo poner en marcha políticas y prácticas para atraer a personas LGBTQ+, incluyendo talento trans y no binario; (ii) qué debería considerarse como parte de los beneficios de los empleados y (iii) cómo gestionar los sistemas de compensación.

Con el objetivo de fundamentar aún más estas conclusiones, el informe hace hincapié en el trabajo que ya se está realizando en la región a través de ejemplos de inclusión LGBTQ+ en distintos sectores (manufactureros, transporte, finanzas y servicios de subcontratación) en Perú, México, Belice y Trinidad y Tobago. También se incluyen dos entrevistas que muestran los beneficios económicos que la inclusión LGBTQ+ aporta a una pequeña empresa de servicios alimentarios y a una empresa de servicios en Colombia.



## Principales conclusiones

- **Un aspecto clave cuando se piensa en las oportunidades de negocio LGBTQ+ en LAC es tener en cuenta que las actitudes hacia las personas LGBTQ+ y el reconocimiento de sus derechos no son iguales en toda la región.** Por ejemplo, mientras que países como Argentina, Uruguay y Colombia están a la vanguardia, otros siguen aplicando métodos de exclusión a nivel estatal. Como ejemplo, aunque todos los países de habla hispana y portuguesa en LAC han despenalizado las relaciones consentidas entre personas adultas del mismo sexo, todavía hay seis países en la región que castigan estas relaciones. Todos se encuentran en el Caribe anglófono. Debido a estas disparidades, es fundamental que, a la hora de aprovechar el potencial del talento y los mercados LGBTQ+, las empresas y los emprendedores se informen adecuadamente sobre las leyes, políticas, normativas y cultura LGBTQ+ locales.
- **Las personas LGBTQ+ sufren habitualmente discriminación en el lugar de trabajo (y fuera de él), lo que se traduce en una pérdida considerable de talento y oportunidades.** Un análisis exploratorio sobre la discriminación en el entorno laboral que incluye datos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay (Nodos Argentina et al., 2020) reveló que el 74,4% de las personas encuestadas afirmó haber sufrido acoso, discriminación o violencia en el lugar de trabajo en el último año debido a su orientación sexual o identidad de género (Nodos Argentina et al., 2020, pp. 42–43). Casi una cuarta parte (23,8%) señaló que esta discriminación provino de sus superiores (Nodos Argentina et al., 2020, p. 55). Teniendo en cuenta estos resultados, no es de extrañar que el 46,4% afirmase que no han «salido del armario» en su lugar de trabajo (Nodos Argentina et al., 2020, p. 53).
- Las personas trans son una población especialmente vulnerable y con un acceso muy limitado a oportunidades laborales. Una encuesta realizada por la Alcaldía Mayor de Bogotá (Colombia) reveló que el 79% de las personas trans habían sufrido discriminación en el entorno laboral (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2010, pp. 29–30). Dentro de este grupo, las mujeres trans sufren más violencia y discriminación, lo que conlleva trágicas consecuencias. Si bien la esperanza de vida de las mujeres cisgénero (mujeres que no son trans) en la región es de 77 años, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos ha estimado que la esperanza de vida de las mujeres trans es de 35 años, la más baja de todos los grupos sociales (CIDH, 2015b, p. 170).
- **Aunque solo 16 países de 33 —casi la mitad de los países de la región— tienen medidas concretas de protección contra la discriminación en el lugar de trabajo para las personas LGBTQ+ (véase el Anexo 1),<sup>1</sup> rápidamente los cambios de actitud hacia la comunidad LGBTQ+ se están tornándose más positivos.** La edad es el principal impulsor de este cambio positivo de actitud. Las generaciones más jóvenes aceptan mucho mejor a la población LGBTQ+ que las personas mayores y es mucho más probable que se autoidentifiquen abiertamente como LGBTQ+. Para las empresas, esto implica que, lo sepan o no, ya están trabajando con la población más

<sup>1</sup>Para obtener información específica de cada país sobre leyes y normativas para la comunidad, consulte el Anexo 1 o visite ILGA Mundo (<https://database.ilga.org/en>).

tolerante y abierta a la diversidad sexual y de género en la historia de la región. Si las tendencias demográficas se mantienen, esta aceptación y el número de personas que se autoidentifican como LGBTQ+ continuará creciendo en los próximos años.

➤ **Cuando las empresas adoptan políticas inclusivas para las personas LGBTQ+ y trabajan por conseguir una cultura laboral más abierta, consiguen mejores resultados para esos empleados.**

De hecho, varios estudios globales han descubierto una importante correlación entre un aumento de las iniciativas inclusivas y la retención de empleados LGBTQ+, un mayor rendimiento laboral, una menor discriminación y una mejor salud de los trabajadores (Badgett, 2013).

➤ **Las personas LGBTQ+ tienen un poder adquisitivo muy alto. En 2016, Credit Suisse recurrió al Banco Mundial y a otros datos para constatar que las personas LGBTQ+ de todo el mundo tienen un poder adquisitivo colectivo que asciende a 3,7 billones de dólares, es decir, un poco más que el PIB de Alemania de ese mismo año (Credit Suisse, 2016). Aunque hay muy pocos datos disponibles sobre el poder adquisitivo de esta comunidad en LAC, en 2017 Forbes calculó que, solo en México, las personas LGBTQ+ generaron un consumo de 65 mil millones de dólares (Celis, 2017). Existe una gran oportunidad para que las empresas y organizaciones aprovechen el poder adquisitivo colectivo de las personas LGBTQ+ y satisfagan sus necesidades y preferencias específicas.**

➤ Es importante reconocer que el poder adquisitivo puede variar mucho dentro de la comunidad LGBTQ+. Cada grupo tiene sus propios matices y retos particulares. Tal es el caso de las personas transgénero, que se enfrentan a unas tasas de pobreza y vulnerabilidad alarmantes ya que carecen de un acceso adecuado a oportunidades económicas y laborales. Por ejemplo, en una encuesta realizada por la Alcaldía Mayor de Bogotá (Colombia), se demostró que solo el 5,3% de las personas trans había firmado alguna vez un contrato de trabajo (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2010, pp. 29-30).

➤ **Una investigación de Estados Unidos (Pichler et al., 2017) refleja directamente el impacto de las políticas inclusivas para las personas LGBTQ+ en los resultados globales de la empresa, mostrando un incremento del valor de la empresa, la productividad de los empleados y la rentabilidad general.** Por ejemplo, en el caso de las empresas con políticas inclusivas para las personas LGBTQ+, el valor medio aumenta considerablemente, obteniendo un 21% más de valor, en comparación con las empresas que no aplican dichas políticas. La rentabilidad de las empresas con políticas inclusivas también aumenta un 12,5% en comparación con las que no las aplican. Todavía no se han llevado a cabo estudios de esta naturaleza para las empresas de LAC, pero se podría argumentar que se obtendrían resultados similares si se incluyese más talento LGBTQ+ en la fuerza laboral de la región.

- **Una representación más diversa en el Consejo de Administración de una empresa repercute positivamente en las empresas, ya que crea un entorno laboral más inclusivo y que funciona mejor,** además de que aumenta la sensibilidad hacia una clientela cada vez más heterogénea (y, por tanto, la capacidad de ofrecer un mejor servicio).
- **La fidelización de la comunidad LGBTQ+ es una propuesta rentable y va más allá de la identidad personal para incluir a familiares, amigos y aliados. Numerosos estudios demuestran que está surgiendo una base de consumidores que son más fieles a las marcas que consideran inclusivas. Los consumidores LGBTQ+ muestran una mayor fidelidad a las empresas que tienen en cuenta sus necesidades (Patel & Feng, 2021; Pichler et al., 2017). Sin embargo, también existe una sólida base cada vez mayor de consumidores no LGBTQ+, conocidos como aliados, que son más propensos a comprar a una marca que apoya a las personas LGBTQ+ (Coqual, 2016) y también tienen más probabilidades de abandonar una marca que actúa de manera homófoba (Miller & Parker, 2018). Esto sucede especialmente con la generación millennial (PwC, 2013; Barton, Koslow & Beauchamp, 2014), que supone cerca de dos mil millones de la población mundial.**
- **Una llamada a la acción: se recomienda a los lectores que revisen la herramienta y las recomendaciones sobre la inclusión en el entorno laboral de la Parte 3 y que las aborden con una mentalidad de crecimiento, en vez de con una actitud perfeccionista.** Estas recomendaciones son una herramienta útil que las empresas pueden usar en el marco de su propio proceso hacia un lugar de trabajo más inclusivo y productivo, sobre todo para (i) evaluar el compromiso de toda la empresa (incluido el equipo directivo) con la inclusión LGBTQ+, (ii) establecer y aplicar medidas, (iii) medir el progreso y (iv) comunicar los resultados a todas las partes implicadas.

En resumen, LAC ha experimentado mejoras constantes, aunque irregulares, en el reconocimiento legal de las personas LGBTQ+ y cambios de actitud positivos. Además, un número cada vez mayor de estudios ha demostrado sistemáticamente los beneficios económicos de la diversidad y la inclusión en general, y específicamente sobre el impacto de la inclusión LGBTQ+ en las empresas.

No obstante, es vital reconocer que todavía queda un largo camino por recorrer. Hay que celebrar los avances logrados hasta ahora, pero no se debe perder la perspectiva de los retos que persisten, sobre todo para aquellas personas cuya expresión de género no encaja dentro de los límites que la sociedad ha definido tradicionalmente como «normales». **Para lograr una verdadera inclusión en el entorno laboral se necesita un esfuerzo colectivo de las empresas, los responsables de políticas y la sociedad en general para cuestionar los prejuicios y las normas existentes que impiden la total aceptación y empoderamiento de la población LGBTQ+.** Promover la diversidad, equidad e inclusión LGBTQ+ fomentando valores empresariales de entendimiento, respeto e igualdad de oportunidades puede crear un futuro en el que todos los trabajadores (independientemente de su orientación sexual o identidad y expresión de género) se sientan valorados, apoyados y puedan prosperar en su carrera profesional.

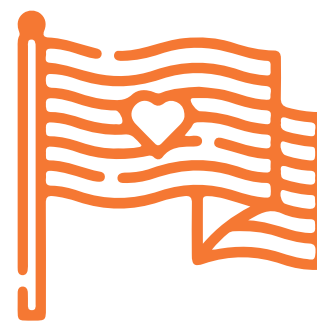


# Parte 1:

El panorama de las personas lesbianas, gais, bisexuales, transexuales y queer (LGBTQ+) en América Latina y el Caribe

## *Puntos Clave*

# 1



**Durante las últimas décadas, en pocos lugares se ha avanzado más en materia de derechos LGBTQ+** que en América Latina y el Caribe (LAC). Varios países de LAC han reconocido el matrimonio entre personas del mismo sexo y la adopción igualitaria, el derecho a disfrutar de todos los beneficios conyugales (incluidas la asistencia sanitaria y las pensiones) y los estatutos de no discriminación. Por si esto fuera poco, algunas de las leyes más avanzadas del mundo en materia de identidad de género se han aprobado en la región, concretamente en el Cono Sur. Sin embargo, estos avances legales han sido muy desiguales y presentan limitaciones considerables: muchos de estos derechos siguen siendo teóricos y las personas LGBTQ+ de la región continúan enfrentándose a prejuicios, discriminación y violencia en su día a día.



# 2



Únicamente **16 de 33 países de la región (el 48%)** cuentan con medidas concretas de protección contra la discriminación LGBTQ+ en el lugar de trabajo.



# 3

Los grandes desafíos que plantean la violencia y la discriminación, problemas de gran calibre, no solo afectan a las personas LGBTQ+ y sus familias, **sino que también tienen un impacto negativo en el desarrollo económico a nivel nacional y regional, y suponen una importante pérdida de oportunidades de negocio.**

# 4



A pesar de que siguen existiendo retos, **el cambio de actitud positiva hacia las personas LGBTQ+** es posible y se está produciendo a gran velocidad en la región (Chaux et al., 2021, p. 18).



# 5

La edad es el mayor impulsor de este cambio de actitud. **Las generaciones más jóvenes aceptan mucho mejor a la población LGBTQ+ que las personas mayores, y es mucho más probable que se autoidentifiquen abiertamente como LGBTQ+.**

# 6



Sean conscientes de ello o no, las empresas de LAC ya están trabajando con las personas más tolerantes y abiertas a la diversidad sexual y de género en la historia de la región y, si se mantienen las tendencias demográficas, esta cifra seguirá creciendo en los próximos años. Por tanto, incorporar la diversidad e inclusión LGBTQ+ en los valores empresariales, los paquetes de beneficios, los procesos y las estrategias de marketing y crecimiento del negocio es indispensable en el mundo laboral actual.

**América Latina y el Caribe es una región de contrastes y contradicciones en lo que respecta a los derechos humanos y la inclusión LGBTQ+.** Desde finales de la década de los 90, en pocos lugares se ha avanzado más en materia de adopción y respeto de los derechos LGBTQ+ que en América Latina y el Caribe (LAC). Varios países de LAC —como Argentina, Colombia, México y Uruguay— han reconocido el matrimonio entre personas del mismo sexo y la adopción igualitaria, el derecho a disfrutar de todos los beneficios conyugales (incluidas la asistencia sanitaria y las pensiones) y los estatutos de no discriminación. Por si esto fuera poco, algunas de las leyes más avanzadas del mundo en materia de identidad de género se han aprobado en la región, concretamente en el Cono Sur. Sin embargo, **estos avances legales han sido muy desiguales y presentan limitaciones considerables: muchos de estos derechos no se han implantado en su totalidad y muchas personas LGBTQ+ de la región continúan enfrentándose a prejuicios, discriminación y violencia en su día a día.**

**Por ejemplo, aunque casi todos los países de habla hispana y portuguesa en LAC despenalizaron en el siglo XX las relaciones consentidas entre personas adultas del mismo sexo<sup>2</sup>, todavía hay seis países en la región que castigan estas relaciones.** Todos se encuentran en el Caribe anglófono.<sup>3</sup> Además, mientras que Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Uruguay y algunos estados mexicanos reconocen el matrimonio igualitario, Honduras lo prohibió de forma explícita en su reforma constitucional más reciente. En términos generales, en la mayoría de los países del Caribe y América Central, los derechos LGBTQ+ siguen estando «muy poco reconocidos» (Chaux et al., 2021, p. 6). Por el contrario, las constituciones de Bolivia, Ecuador y Cuba prohíben explícitamente la discriminación por motivos de orientación sexual o identidad de género (Farrell, 2021). Asimismo, **únicamente 16 de 33 países de la región, casi la mitad, cuentan con medidas concretas de protección contra la discriminación LGBTQ+ en el lugar de trabajo (Mendos et al., 2020, p. 225).**<sup>4</sup>

**El Cono Sur, en especial Argentina, ha liderado el camino en materia de derechos de las personas trans.** En 2012, Argentina aprobó la primera ley integral de identidad de género del hemisferio. En 2018, Chile y Uruguay aprobaron leyes de similar alcance (Chaux et al., 2021, p. 6). Actualmente, en Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Panamá, Perú y algunos estados mexicanos, las personas trans también pueden cambiar su nombre y sexo en los documentos oficiales. Dependiendo del país, existen obstáculos financieros y procesales de distinto grado. No obstante, sigue habiendo fuertes contrastes. Por ejemplo, en Costa Rica, los procedimientos administrativos para cambiar de nombre y marcador de sexo son gratuitos y los documentos de identificación nacional (cédulas de ciudadanía) y otros documentos oficiales, como los pasaportes, no incluyen marcador de sexo desde 2018 (los certificados de nacimiento sí). Sin embargo, en Antigua y Barbuda, las Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Paraguay y Santa Lucía, no es posible cambiar el marcador de sexo en documentos oficiales (Chiam et al., 2019, p. 176).<sup>5</sup>

<sup>2</sup> Algunos ejemplos destacados son Colombia (1981), Ecuador y Venezuela (1997), Chile (1999), y Nicaragua y Panamá (2008).

<sup>3</sup> Jamaica, Dominica, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Granada y Guyana.

<sup>4</sup> Estos países son Barbados, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Honduras, México, Nicaragua, Perú, Santa Lucía, Surinam, Uruguay y Venezuela (Mendos et al., 2020, pp. 229–231).

<sup>5</sup> Para obtener información detallada sobre el estado actual del reconocimiento de derechos LGBTQ+ en la región, consulte el Anexo 1.

En LAC, el panorama en cuanto a las actitudes hacia la población LGBTQ+ y el reconocimiento de sus derechos es muy variado: «Existen diferencias importantes en las actitudes hacia la homosexualidad entre los países de LAC. Los países del extremo sur del continente, como Uruguay, Argentina y Chile muestran las actitudes más positivas hacia la homosexualidad, mientras que los países del Caribe como Haití, San Vicente y las Granadinas, y Dominica presentan las actitudes más negativas de la región». (Chaux et al., 2021, p. 12). Analicemos el caso del matrimonio igualitario: mientras que el 77% de las personas adultas en Uruguay apoya el matrimonio homosexual, en Haití, solo el 4% se muestra a favor (Chaux et al., 2021, p. 33).

**Estas actitudes negativas suelen traducirse en discriminación e incluso violencia. De hecho, América Latina y el Caribe es una de las regiones del mundo con más muertes de personas LGBTQ+. Un estudio de SinViolencia LGBT —un grupo de organizaciones de la sociedad civil que supervisa los homicidios contra población LGBTQ+ en diez países de la región<sup>6</sup>— concluyó que al menos 1.300 personas LGBTQ+ fueron asesinadas entre 2014 y 2019. Esta cifra equivale a cuatro homicidios al día y a uno al día solo en Brasil (SinViolencia LGBT, 2019, p. 5). Transrespect versus Transphobia Worldwide (TvT) —un proyecto en curso de investigación cualitativa-cuantitativa comparativa iniciado por Transgender Europe (TGEU) en 2005— confirma esta terrible tendencia. Los datos recopilados en 2021 revelaron que **el 70% de todos los asesinatos de personas trans registrados en el mundo ocurrieron en América Central y del Sur, solo en Brasil se produjeron el 33% de ellos. La edad media de las personas asesinadas fue de 30 años** (TGEU, 2014).<sup>7</sup>**

**Estas estadísticas ayudan a explicar por qué, si bien la esperanza de vida de las mujeres cisgénero<sup>8</sup> en la región es de 77 años, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos ha estimado que la esperanza de vida de las mujeres trans es de 35 años, la más baja de todos los grupos sociales (CIDH, 2015b, p. 170).**

La población LGBTQ+ en LAC también sufre discriminación sistémica en la educación, la asistencia sanitaria, su vida familiar y religiosa, el lugar de trabajo y otras áreas clave de su vida.



<sup>6</sup> Los países son Brasil, Bolivia, Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Perú y la República Dominicana.

<sup>7</sup> Para obtener más información sobre la violencia y la discriminación que sufren las mujeres trans, consúltese: Informe Sobre Personas Trans y De Género Diverso y Sus Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales (IACHR, 2020), disponible en <https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/PersonasTransDESCA-es.pdf>.

<sup>8</sup> «Cisgénero» es el término usado para personas que no son trans. Consúltese el cuadro «Terminología clave» en la página XX.

## Discriminación laboral contra el colectivo LGBTQ+ en LAC

Las personas LGBTQ+ se enfrentan a importantes retos a lo largo de su vida (en el ámbito familiar, educativo, sanitario, etc.) que limitan su acceso a la igualdad de oportunidades, lo que se traduce en una menor capacidad a la hora de acceder al mercado laboral. Esta discriminación puede ser tan habitual y, con frecuencia, multidimensional y endémica en muchos sectores, que es más preciso denominarla **«segregación ocupacional»**. Este concepto se refiere a la clasificación de los posibles empleados en distintas partes del mercado laboral, no en función de sus méritos o habilidades, sino más bien de los prejuicios y estereotipos del empleador, lo que suele traer consigo repercusiones económicas (Washington Center for Equitable Growth, 2017). En el caso de la población LGBTQ+, esto se debe a un estigma de actitud, así como a los obstáculos legales e institucionales que no reconocen las identidades y relaciones LGBTQ+ o que las criminalizan (Crehan, et al., 2021).

**La discriminación LGBTQ+ puede producirse en diferentes puntos del mercado laboral, entre los que se incluyen los siguientes:**

➤ **Prácticas de contratación:** Los prejuicios conscientes e inconscientes, cuando se mezclan con distintas formas de prácticas discriminatorias individuales e institucionales, constituyen graves obstáculos que impiden a la población LGBTQ+ acceder a la economía formal, mantenerse en el mundo laboral y conseguir su pleno desarrollo profesional y económico.

Por ejemplo, **en la Segunda Encuesta Nacional de Derechos Humanos de Perú (2019), cuatro de cada diez participantes afirmaron que no contratarían a una persona trans y tres de cada diez dijeron lo mismo en el caso de personas LGB** <sup>9</sup> (Ipsos, 2019). Esto concuerda con los resultados de la Encuesta Nacional LGBTI de 2021 en la República Dominicana, que informó de que «a pesar



<sup>9</sup> Lesbiana, gay bisexual

de contar con un nivel educativo superior a la media de la población general, entre las personas LGBTI que participaron en la encuesta había una mayor tasa de desempleo en comparación con la media nacional» (PNUD, 2021, p. 159).

➤ **Discriminación laboral:** Una vez que las personas LGBTQ+ se encuentran en el ámbito laboral, siguen enfrentándose a actitudes discriminatorias y recibiendo un trato desigual. **En un análisis exploratorio sobre la discriminación en el entorno laboral que incluía datos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay, el 74,4% de las personas encuestadas afirmó haber sufrido acoso, discriminación o violencia en el ámbito laboral debido a su orientación sexual o identidad de género (SOGI) en el último año (Nodos Argentina et al., 2020, pp. 42–43). Casi una cuarta parte (23,8%) señaló que esta discriminación provino de sus superiores (Nodos Argentina et al., 2020, p. 55). Teniendo en cuenta estos resultados, no es de extrañar que el 46,4% afirmasen que no han «salido del armario» en su lugar de trabajo (Nodos Argentina et al., 2020, p. 53).**

La primera Encuesta Nacional sobre Homofobia y el Mundo Laboral en México (ADIL, 2014) reveló que el 42% de los participantes pensaba que en sus lugares de trabajo no se respetaba su SOGIE <sup>10</sup> (p. 16). Asimismo, más de un tercio de las personas LGBTQ+ (35%) afirmó haber sufrido directamente discriminación por parte de sus superiores o compañeros. De ellas, el 45% dejó su trabajo, el 17% no quería ir a trabajar, otro 17% afirmó sentirse aislado y el 13% registró una menor productividad (ADIL, 2014, p. 12–13). **Una encuesta representativa más reciente (2021) llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI) mostró una tendencia similar. Casi un tercio (28,1%) de las personas LGBTQ+ había sufrido discriminación en el lugar de trabajo** durante el último año, incluyendo un acceso desigual a los beneficios, ser descartadas para ascensos y escuchar «bromas» y comentarios homófobos y transfobos (INEGI, 2021, p. 26). De igual manera, **una encuesta en Ecuador reveló que el 43,8% de los encuestados había experimentado discriminación LGBTQ+ en el ámbito laboral** y un 22% adicional afirmó que había sufrido violencia en el lugar de trabajo debido a su SOGIE (INEC, 2013, p. 48).

Los estudios realizados en Colombia arrojan resultados similares. Un estudio de 2020 reveló que el 25% de las personas lesbianas, gais y bisexuales encuestadas afirmaron que les habían despedido o rechazado de un trabajo por su orientación sexual. Asimismo, el 40% de los participantes transgénero declararon que habían sufrido el mismo tipo de discriminación por su identidad de género (Choi et al., 2020a, p. 31). Tal y como reflejan las cifras, la discriminación en el mercado laboral es especialmente notoria entre las personas trans. **Una encuesta realizada por la Alcaldía Mayor de Bogotá reveló que el 79% de las personas trans habían sufrido discriminación en el entorno laboral, el 40% se vieron obligados a vestirse y actuar de una manera que no reflejaba su identidad de género y solo el 5,3% había firmado alguna vez un contrato de trabajo** (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2010, pp. 29–30).

---

<sup>10</sup> Orientación Sexual e identidad y expresión de género



**El cambio  
es posible  
y se está  
produciendo  
(a gran  
velocidad)  
en la región**

### *Conceptos clave:*

#### ***Estimaciones de población LGBTQ+***

Aunque sigue habiendo una carencia de datos cuantitativos sobre la comunidad LGBTQ+, varios estudios rigurosos realizados en México, Estados Unidos y el Caribe estiman de manera fiable que **entre el 5% y el 6% de la población se identifica como LGBTQ+**, extrapolándolo a la población total de América Latina y el Caribe, **equivale a entre 33 y 39 millones de personas. Es decir, si hubiese un país en la región con personas<sup>11</sup> exclusivamente LGBTQ+, sería el quinto más grande de LAC después de Brasil, México, Colombia y Argentina.**

Estas estimaciones coinciden con una encuesta llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadística de México (INEGI) en 2021. La Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género reveló que **el 5,1% de la población mexicana se identifica como LGBTQ+** (INEGI, 2021, pp. 12-14). En Estados Unidos, los datos nacionales del sondeo de seguimiento diario de Gallup (2021), revelaron que el 5,6% de la población se identifica como LGBTQ+ (Jones, 2021). Por último, el estudio realizado en 12 países del Caribe anglófono estimó que más del 6% de la población regional era probablemente LGBTQ+ o se sentía atraída por personas del mismo sexo, basándose en una síntesis de varios datos procedentes de instituciones sanitarias y académicas de todo el mundo. Aunque, tal y como se detalla a continuación, esta cifra es más alta cuando los datos se desglosan por edad, ya que las personas más jóvenes son mucho más propensas a identificarse como LGBTQ+, no heterosexuales y no cisgénero.

**A pesar de que siguen existiendo retos, el cambio de actitud positiva hacia las personas LGBTQ+ es posible y se está produciendo a gran velocidad en la región. De hecho, «en casi todos los países analizados, hay más actitudes positivas en 2020 que hace una década, no solo entre los adultos, sino también entre los adolescentes» (Chaux et al., 2021, p. 33). El estudio también demuestra que la edad es el mayor impulsor de este cambio de actitud (Chaux et al., 2021, p. 18).**

**Este cambio hacia una actitud más positiva entre la población más joven está correlacionado con una mayor autoidentificación como LGBTQ+.** En otras palabras, **las generaciones más jóvenes aceptan mucho mejor a la población LGBTQ+ que las personas mayores y es mucho más probable que se autoidentifiquen abiertamente como LGBTQ+.** Aunque es difícil calcular el número de personas LGBTQ+ en la región debido a la falta de datos, la información disponible muestra sistemáticamente que el porcentaje de la población que se autoidentifica con categorías no heterosexuales (como gays, lesbianas, bisexuales, pansexuales, trans y no binarias) aumenta a medida que la edad de los encuestados disminuye. Es decir, cuanto más joven es la población, mayor es el número de personas que se identifican como LGBTQ+.

Por ejemplo, la Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género de México (2021) reveló que **más de uno de cada 20 mexicanos, es decir, el 5,1% de la población mexicana, se identifica como LGBTQ+** (INEGI, 2021, pp. 12-14). Sin embargo, al desglosar los datos por grupos de edad, la tendencia es clara: **casi siete de cada diez (67,5%) de los cinco millones de personas que se autoidentifican como LGBTQ+ tienen entre 15 y 29 años.** Esto significa que el 15,6% de las personas de ese rango de edad se identifican como LGBTQ+. Por el contrario, solo el 0,9% de los encuestados de 60 años o más se identifican como LGBTQ+ (INEGI, 2021, p. 6). Se encontraron patrones similares en la encuesta de clima escolar representativa a nivel nacional en Uruguay, que reveló altas tasas de autoidentificación LGBTQ+ entre los estudiantes: el 12,8% se autoidentificó como no heterosexual o no cisgénero (Rocha et al., 2019, p. 14).

<sup>11</sup> Para más información sobre este tema, véase: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=ZJ>

**Estos datos son consistentes con otros estudios que constatan que cada vez más personas se autoidentifican LGBTQ+ (sobre todo entre la población más joven y las mujeres) y esto se corrobora con actitudes más favorables, un mayor reconocimiento de derechos y más protecciones legales, así como con un mayor acceso a información, recursos y apoyo a través de Internet y las redes sociales.**

Por ejemplo, la encuesta Gallup en Estados Unidos muestran que un mayor número de millennials (5,8% en 2012 y 8,2% en 2017) y mujeres (del 3,5% al 5,1% en los mismos años) se identifican como LGBTQ+ (Urban et al., 2020, p. 18).<sup>12</sup>

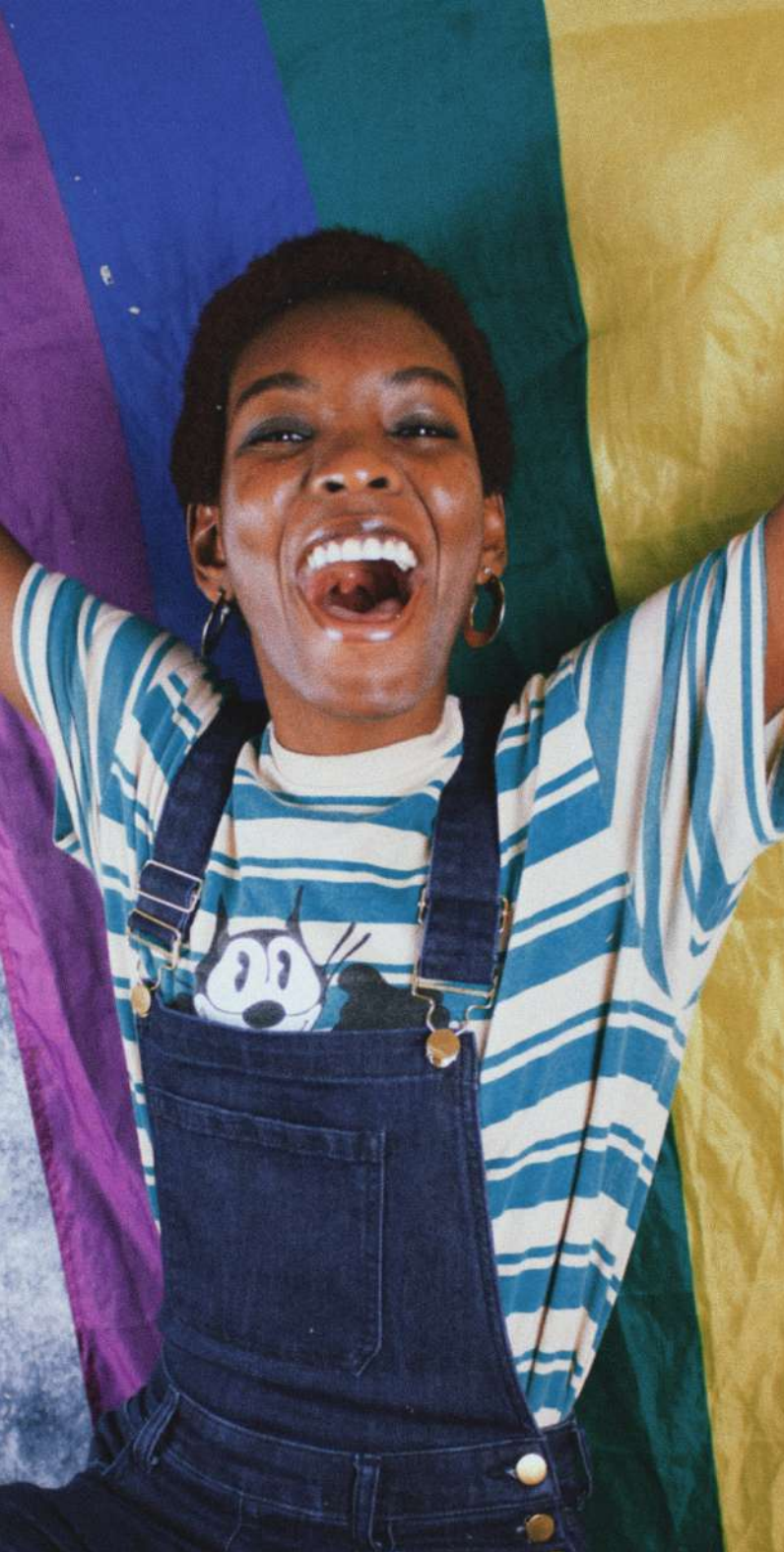
Por último, a pesar de las actitudes negativas que siguen existiendo, el alcance limitado de los avances legales y la violencia y la discriminación contra las personas LGBTQ+, **LAC ha demostrado una mejora constante —aunque lenta y desigual— en el reconocimiento de los derechos LGBTQ+ y un cambio de actitud positivo.** Asimismo, «en la región vive ahora la primera generación de personas que creció y alcanzó la mayoría de edad con muchos derechos, protecciones y disposiciones LGBTQ+ ya en vigor; con movimientos LGBTQ+ sólidos y con gran visibilidad, y con un debate mucho más abierto sobre la diversidad sexual y de género en las esferas pública, política, cultural y de las redes sociales» (Chaux et al., 2021, p. 8). Esta nueva generación está impulsando un cambio cultural, legal y social.

**Las empresas de LAC operan ahora en sociedades que reconocen y protegen cada vez más los derechos relacionados con la diversidad (incluyendo, entre otros, la diversidad sexual y de género) y que aceptan cada vez más a la población LGBTQ+. Asimismo, sean conscientes de ello o no, las empresas ya están trabajando con las personas más tolerantes y abiertas a la diversidad sexual y de género en la historia de la región y, si se mantienen las tendencias demográficas, esta cifra seguirá creciendo en los próximos años. Por tanto, incorporar la diversidad e inclusión LGBTQ+ en los valores empresariales, los paquetes de beneficios, los procesos y las estrategias de marketing y crecimiento del negocio es indispensable en el mundo laboral actual.**

<sup>12</sup> El auge en el número de personas que se identifican como LGBTQ+ no significa que haya cada vez más personas que se estén «convirtiendo» en LGBTQ+. Sucede más bien que los entornos son cada vez más tolerantes, hay mejores leyes y protecciones legales, y se ofrece un mejor acceso a información precisa y sin prejuicios sobre las identidades LGBTQ+. A su vez, cada vez más personas (sobre todo jóvenes) se sienten seguras para «salir del armario», es decir, deciden revelar su identidad LGBTQ+ a familiares y amigos, así como en centros educativos, documentos oficiales, encuestas y en el lugar de trabajo.







## Parte 2:

El caso de negocio para la inclusión LGBTQ+

### Puntos Clave

1



**Contar con políticas, procedimientos, culturas y estrategias inclusivas para el colectivo LGBTQ+ en el lugar de trabajo merece la pena.** Entre los beneficios tangibles se destacan: la retención del talento, el aumento del rendimiento y la productividad de los trabajadores, el incremento del valor y la rentabilidad de la empresa y, el potencial de obtener más retornos por inversión, y un mayor acceso a una base de clientes cada vez más amplia.



2

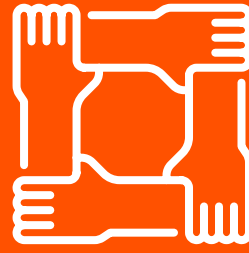
**Un estudio reciente sugiere una relación causal (no solo correlacional) entre las políticas inclusivas LGBTQ+ y las culturas laborales con unos resultados empresariales más sólidos.** Cuando las empresas toman la decisión voluntaria de contratar a personas LGBTQ+, influye de manera clara y positiva tanto en los empleados como en las empresas (Pichler et al., 2017).



# 3

**Una investigación de Estados Unidos refleja directamente el impacto de las políticas inclusivas en las personas LGBTQ+ y los resultados de la empresa, mostrando un incremento en la productividad, la rentabilidad general y el valor de la compañía**

(Pichler et al., 2017). Por ejemplo, en el caso de las empresas con políticas inclusivas para las personas LGBTQ+, el valor medio aumenta considerablemente, obteniendo un 21% más de valor en comparación con las empresas que no aplican dichas políticas (Pichler et al., 2017). La rentabilidad de las empresas con políticas inclusivas también aumenta un 12,5% en comparación con las que no aplican estas políticas (Pichler et al., 2017). Todavía no se ha llevado a cabo este tipo de investigación en empresas de LAC, pero se podría argumentar que, de hacerse, se obtendrían resultados similares.



# 5

**El poder adquisitivo de una base de clientes LGBTQ+ es alto:** en 2016, Credit Suisse recurrió al Banco Mundial y a otros datos para constatar que las personas LGBTQ+ de todo el mundo tienen un poder adquisitivo colectivo que asciende a 3,7 billones de dólares. Para ponerlo en perspectiva, esta cifra supera ligeramente el PIB de Alemania de ese mismo año (Credit Suisse, 2016). Aunque hay muy pocos datos disponibles sobre el poder adquisitivo de esta comunidad en la región en 2017 Forbes calculó que, solo en México, las personas LGBTQ+ generaron un consumo de 65 mil millones de dólares (Celis, 2017).

# 4



**Una representación más diversa en el Consejo Directivo de una empresa repercute positivamente en la compañía, ya que crea un entorno laboral más inclusivo y que funciona mejor,** además de que aumenta la sensibilidad hacia una clientela cada vez más heterogénea (y, por tanto, en la capacidad de ofrecer un mejor servicio).

# 6



**Los aliados tienen un poder económico considerable y cada vez mayor:** los consumidores no LGBTQ+ son mucho más propensos a comprar a una marca que apoya a las personas LGBTQ+ (Coqual, 2016) y también tienen más probabilidades de abandonar una marca que actúa de manera homófoba (Miller & Parker, 2018).



# Inclusión LGBTQ+ en el lugar de trabajo: resultados positivos

## *Conceptos clave:*

### **El caso de negocio para la inclusión LGBTQ+**

Basándose en el beneficio mutuo que un lugar de trabajo y una cultura inclusivos aportan a las empresas y las personas, **el argumento comercial a favor de la inclusión LGBTQ+ muestra las múltiples maneras en que las empresas se benefician** cuando se esfuerzan

por diversificar su plantilla e incluyen a personas LGBTQ+ en el entorno laboral y en sus operaciones.

**Esto se ejemplifica a través de la dedicación de una empresa a la hora de introducir mejores políticas y una mejor cultura laboral para las personas LGBTQ+,** sobre todo en relación con el proceso de contratación y en el lugar de trabajo, pero también fuera de sus cuatro paredes, como por ejemplo al aumentar su nivel de compromiso con clientes y emprendedores LGBTQ+.

Entre los resultados empresariales concretos se destacan **la retención del talento, el aumento del rendimiento y la productividad de los trabajadores, el incremento del valor y la rentabilidad de la empresa y el potencial para obtener un mayor retorno por las inversiones y más acceso a una base de clientes cada vez más amplia.**

Esta parte se centra en el caso de negocio para la inclusión LGBTQ+, sobre todo en lo que respecta a las prácticas de contratación, la retención de talento, la productividad, la contribución a los resultados empresariales, la solidez y el potencial de los emprendedores, el impacto en los clientes y la cuota de mercado, y el papel de la empresa en la esfera pública.

**Cuando las empresas toman la decisión voluntaria de contratar a personas LGBTQ+ y abordar las cuestiones relacionadas con la SOGIE, se obtienen resultados claros y positivos tanto para los empleados como para las empresas.** Open For Business, una coalición de 37 empresas multinacionales que trabajan por la inclusión y diversidad LGBTQ+ en el lugar de trabajo, ha identificado algunas de las maneras en que una mejor cultura y políticas LGBTQ+ en el entorno laboral favorecen la productividad individual y el rendimiento general de las operaciones empresariales. Consulte a continuación el desglose basado en varios impulsores a nivel empresarial e individual (Molino & Parker, 2018).

**«Las personas que trabajan en entornos abiertos, diversos e inclusivos suelen tener un mayor rendimiento» gracias a un mejor o mayor nivel de:**

- Autenticidad
- Motivación
- Afinidad
- Satisfacción
- Salud
- Hablar claro
- Dar un paso más allá
- Productividad individual



**«Un desempeño económico más sólido surge de la mayor capacidad de las empresas inclusivas con el colectivo LGBTQ+ para»:**

- Atraer talento
- Retener talento
- Innovar
- Colaborar
- Mejorar la atención al cliente
- Atraer consumidores LGBTQ+
- Consolidar su marca



**Cuando las empresas adoptan políticas inclusivas para las personas LGBTQ+ y trabajan por conseguir una cultura laboral más abierta, consiguen mejores resultados para esos empleados.**

De hecho, varios estudios globales han descubierto una importante correlación entre un aumento de las iniciativas inclusivas y la retención de empleados LGBTQ+, un mayor rendimiento laboral, una menor discriminación y una mejor salud de los trabajadores (Badgett et al., 2013).

# El índice de igualdad laboral LGBTQ+ en Perú



**Presente, una organización de la sociedad civil en Perú, lanzó el primer índice de igualdad laboral LGBTQ+ del país en 2018 con el fin de combatir la discriminación en el mercado laboral y promover más oportunidades para la comunidad.** Para ello, creó un cuestionario que las empresas podían llenar de manera voluntaria, utilizando la encuesta para realizar preguntas sobre las políticas de contratación. En la encuesta se preguntaba cómo contrata la empresa al talento LGBTQ+, cuáles son las políticas contra la discriminación en el lugar de trabajo, si existen mecanismos para que quienes sufren posibles prejuicios o discriminación puedan denunciarlo, si hay grupos de recursos para empleados LGBTQ+ y si las empresas participantes se han comprometido públicamente con la diversidad y la inclusión. Presente analiza estos datos y publica cada año una lista pública de las empresas con las puntuaciones más altas en inclusión LGBTQ+.

El índice ha tenido un impacto positivo en el interés y la disposición del sector privado a la hora de adoptar políticas más inclusivas, lo que ha repercutido positivamente en la capacidad de Presente para fomentar un diálogo social más amplio. Por ejemplo, solo el primer año, Presente evaluó y clasificó públicamente a 74 empresas participantes, lo que propició que 22 de ellas se comprometieron a adoptar mejores políticas en los años siguientes.

Además, con base en los resultados del índice, Presente ha llevado a cabo actividades de formación y otros servicios de consultoría con algunas de las empresas participantes, con el fin de ofrecerles el apoyo que necesitan para seguir trabajando para conseguir lugares de trabajo más inclusivos y productivos.

**En términos generales, el éxito del índice ha aumentado la capacidad de Presente para lograr que los líderes empresariales hablen sobre la importancia y los beneficios de la inclusión LGBTQ+, así como para ofrecer al sector privado recursos concretos que pueden usar para implantar, fomentar y supervisar sus iniciativas en materia de inclusión.**

Además, el estudio demuestra que estas iniciativas de evaluación de la inclusión se traducen, en última instancia, en importantes beneficios para las empresas participantes, puesto que incentivan la adopción de políticas más inclusivas que conducen directamente a mejores resultados empresariales (Pichler et al., 2017; Badgett et al., 2013).

Los resultados del índice también están impulsando el cambio cultural en las empresas participantes. Así lo resume una de las empresas a la que Presente evaluó e impartió formación: «Gracias a estas sesiones, creo que todo el equipo llegó a un punto clave de reflexión sobre los privilegios que tienen algunas personas en la sociedad y por qué es fundamental apoyar la inclusión de la comunidad LGBTQ+» (Presente, 2022).

**Mejores condiciones para el personal LGBTQ+ pueden conducir a mejores resultados empresariales** (como aquellos enumerados en la columna derecha superior). De hecho, una investigación reciente llevada a cabo en Estados Unidos refleja directamente el impacto de las políticas inclusivas para las personas LGBTQ+ en los resultados de la empresa, mostrando un incremento del valor de la empresa, la productividad de los empleados y la rentabilidad general (Pichler et al., 2017). Los datos recopilados de 3.100 empresas entre 1996 y 2009<sup>13</sup> mostraron que **existían conexiones positivas significativas entre las políticas inclusivas LGBTQ+ y el incremento del valor de la empresa, la productividad de los empleados y la rentabilidad general, incluso después de tener en cuenta otros factores.** Por ejemplo, un estudio constató un aumento aproximado del 3% en la productividad de los empleados entre las empresas que adoptaron políticas inclusivas para el personal LGBTQ+. Mediante pruebas de causalidad basadas en la precedencia temporal, para cada asociación los investigadores determinaron que **las políticas LGBTQ+ estaban generando por sí solas estos grandes beneficios positivos para las empresas** (Pichler et al., 2017). Todavía no se han llevado a cabo este tipo de investigación en empresas de LAC, pero es probable que se obtengan resultados similares.

**Además, en el caso de las empresas con políticas inclusivas para las personas LGBTQ+, el valor medio aumenta considerablemente, obteniendo un 21% más en comparación con las empresas que no aplican dichas políticas. En términos de rentabilidad, se ha constatado un hallazgo igual de importante: hay un aumento del 12,5% en la rentabilidad de las empresas con políticas inclusivas en comparación con las que no las aplican (Pichler et al., 2017).**

**Las empresas de LAC están prestando atención y dando pasos decisivos hacia la inclusión LGBTQ+.** Por ejemplo, **Guararapes Confeccoes SA, fabricante brasileño de ropa, ha adoptado una postura firme de apoyo a los empleados transgénero** (Moura, 2019). Esta empresa, uno de los empleadores más importantes del estado de Rio Grande do Norte, en el noreste del país, con más de 11.000 trabajadores, desempeña un papel clave en el tejido empresarial y económico del estado. Esto es significativo dado que **Guararape afirma haber contratado a más de 500 empleados transgénero y considera que aportan talento y compromiso a sus operaciones. De hecho, con el propósito de atraer a más trabajadores transgénero, la empresa estableció normas inclusivas para cambiar los marcadores de género en los documentos identificativos de la empresa e introdujo políticas para el uso de baños basadas en la identidad de género** (Moura, 2019).

<sup>13</sup> Datos obtenidos de la base de datos MSCI ESG Stats.







# Repercusiones trascendentales para el código de conducta de Aeroméxico

Grupo Aeroméxico, con sede en Ciudad de México, es una sociedad de holding multimillonaria que cotiza en bolsa y es propietaria de un total de seis grandes empresas del sector aéreo. En concreto, esta sociedad posee y opera a la principal aerolínea de México, Aeroméxico, que goza de prestigio internacional y que está considerada como una de las mejores aerolíneas por su servicio al pasajero (AirHelp, 2019), también para sus clientes LGBTQ+. En 2022, Grupo Aeroméxico publicó un código de conducta para toda la empresa que marca altos estándares en cuestiones relacionadas con los valores y la ética. Incluye medidas de diversidad, equidad e inclusión (DEI) en el lugar de trabajo y para el servicio de atención al cliente, y se aplica a todos los empleados de cada filial, así como a sus «proveedores, socios, clientes y terceros que actúan en nombre de empresas del Grupo Aeroméxico» (Aeroméxico, 2022a).

**El código de conducta prohíbe de manera explícita la discriminación contra cualquier persona por motivos de orientación sexual o identidad de género durante el proceso de contratación, así como en todas sus operaciones en el lugar de trabajo. Asimismo, todos los servicios y productos deben ofrecerse sin discriminación por motivos de SOGI, lo que implica que todos los clientes del Grupo Aeroméxico deben recibir el mismo trato y sin prejuicios.**

No es una política nominal. Desde siempre, Aeroméxico ha mostrado su apoyo a la comunidad LGBTQ+ y ha adoptado políticas inclusivas. Gracias a este esfuerzo constante, se ha convertido en una empresa merecedora de los máximos galardones otorgados por el índice de igualdad en el ámbito laboral de la Human Rights Campaign en México, HRC Equidad MX. De acuerdo con este índice, **Aeroméxico consiguió una puntuación del 100% en sus políticas en el entorno laboral en 2019**, lo que significa que ofreció políticas laborales igualitarias sin discriminación, permitió la creación de un grupo DEI o LGBTQ+ en el lugar de trabajo y asumió compromisos específicos al respecto en términos de marketing, filantropía, atracción de talento y diversidad de proveedores (Human Rights Campaign, 2019).

**Aeroméxico también ha sido pionera en iniciativas inclusivas al celebrar una de las primeras bodas homosexuales a bordo de un avión.** Antes de octubre de 2022, cinco estados mexicanos no reconocían el matrimonio igualitario. En junio de 2022, Aeroméxico lanzó una campaña llamada El amor no tiene fronteras que invitaba a parejas del mismo sexo de estados donde el matrimonio igualitario no era legal a compartir su historia de amor y optar a una boda con todos los gastos pagados en uno de sus aviones sobrevolando el espacio aéreo de un estado donde el matrimonio homosexual sí tuviera reconocimiento legal. Pamela y Lucía, la primera pareja seleccionada, se casaron en una emotiva ceremonia a treinta mil pies de altitud, con amigos y familiares celebrándolo con ellas desde los asientos de pasajeros (Aeroméxico, 2022b).



## El amor es nuestro paisaje favorito



Hay otros dos aspectos que merece la pena destacar sobre esta creativa e impactante iniciativa. **En primer lugar**, fue una propuesta del comité LGBTQ+ de Aeroméxico y fue aceptada por la dirección, no al revés. Por tanto, se basó en las necesidades y expectativas del personal LGBTQ+ y sus aliados, y fue puesta en marcha por la dirección, no se trató de una decisión top-down de la sede. Esto demuestra por un lado la importancia de que las empresas estén dispuestas a escuchar y responder a los grupos de recursos de los empleados, y por otro, su impacto positivo en las operaciones comerciales y en las relaciones con los clientes.

**En segundo lugar**, como señala Xiomara Martín Matos, vicepresidente de marketing y sostenibilidad en Aeroméxico, El amor no tiene fronteras no es una campaña, sino que representa un compromiso, una «acción social» (Aeroméxico, 2022b). Esto es clave, ya que va más allá de las iniciativas «puntuales» que se parecen más al pinkwashing que a un esfuerzo real en materia de DEI.

En general, las iniciativas a distintos niveles de Aeroméxico en favor de la inclusión LGBTQ+ aportan al menos tres valiosas lecciones para la región. **Primera, al aplicar su nuevo código de conducta en toda la empresa, incluidas sus filiales, Aeroméxico está ampliando considerablemente el alcance de sus políticas de inclusión, llegando a miles de empleados y representantes de la compañía.** Esto también engloba a los proveedores, puesto que se espera que no exista ningún tipo de discriminación en las operaciones de las pymes involucradas en sus cadenas de suministro.

**Segunda, Aeroméxico está estableciendo normas de inclusión para toda la industria, en particular para otras empresas del sector de los viajes.** Lo han logrado elaborando un código de conducta cuyo pilar es el trato igualitario tanto de empleados como de clientes, y que establece expectativas más sólidas para las políticas de trato igualitario y no discriminación en el pujante sector turístico, un sector que sigue mostrando poco apoyo a la inclusión LGBTQ+.

**Por último, el hecho de que el código de conducta se crease en México y sea específico para las operaciones nacionales, en lugar de proceder de Estados Unidos, Canadá o Europa, transmite un mensaje claro de que estas normas son importantes para las empresas mexicanas y no han sido «importadas».** Además, debido a la relevancia de Aeroméxico en la comunidad empresarial de América Latina, tienen el potencial de definir nuevas expectativas en términos de trato igualitario y no discriminación, e incluso de ser reconocidas como buenas prácticas en una amplia variedad de



El amor no tiene fronteras

**Las repercusiones de tener espacios de trabajo más diversos e inclusivos también pueden apreciarse en los consejos de administración.** Un estudio reciente demuestra los beneficios que aporta diversificar la composición del consejo de administración de una empresa, incluyendo la inclusión de personas LGBTQ+. Un análisis llevado a cabo en 1.443 empresas de 42 países durante cinco años<sup>14</sup>, reveló que un aumento de la diversidad en los consejos de administración estaba vinculado con menos incidentes y quejas por parte de los empleados y clientes (Srikant et al., 2020). Esto sugiere que una representación más diversa en el consejo de administración repercute positivamente en las empresas, ya que crea un entorno laboral más inclusivo y que funciona mejor, además de que aumenta la sensibilidad hacia una clientela cada vez más heterogénea (y, por tanto, la capacidad de ofrecer un mejor servicio). Este es un aspecto que merece mucho la pena resaltar, ya que hay muy pocas personas abiertamente LGBTQ+ en los consejos de administración de las empresas. De hecho, un estudio reciente muestra que **«tan solo 26 de los 5.670 (0,5%) puestos en el consejo de administración de la lista Fortune 500 están ocupados por directores abiertamente LGBTQ+»** (Catalyst, 2022).

## *Emprendedores LGBTQ+: una prometedora inversión empresarial*

---

Debido a los desafíos que plantea la segregación profesional y la discriminación en el mercado laboral, muchas personas LGBTQ+ recurren al emprendimiento (así como al sector informal) (iGravity & Dreiliden, 2019; Crehan et al., 2021). Esto significa que **es probable que haya una alta representación de personas LGBTQ+ entre los emprendedores y, al mismo tiempo, a menudo los inversores ángeles y los capitalistas de riesgo se interesan e invierten poco en este colectivo** (Deutsch et al., 2016).

**Con esta brecha generalizada en la financiación de los emprendedores LGBTQ+ surge una gran oportunidad para los inversores**, ya que estudios recientes también muestran su potencial para expandir sus negocios y rentabilizar sus inversiones.

**A medida que esta base de emprendedores sin aprovechar ha empezado a recibir financiación, han surgido indicios de éxito.** FME LGBT (una ONG de México), Viwala (una empresa fintech y de utilidad social) y Dreilinden (un financiador global) se asociaron para lanzar una iniciativa piloto que invierte en pequeñas empresas lideradas por personas LGBTQ+, concediendo préstamos de entre 20.000 y 250.000 dólares. Desde 2020, y durante la pandemia, Dreilinden y sus socios han analizado más de 100 pequeñas empresas lideradas por personas LGBTQ+ para buscar aquellas que están listas para expandirse y, en última instancia, han invertido en cinco compañías a través de un mecanismo de préstamos por el cual la amortización del capital y el pago de intereses están relacionados con los ingresos generados (Bollier & Dreilinden, 2021). Aunque la iniciativa sigue en curso, Dreilinden y Viwala están constatando que las pequeñas empresas están cosechando éxitos en términos de ingresos y crecimiento (Bollier & Dreilinden, 2021).

---

<sup>14</sup> Analyzed data derives from the Sustainability database.





## **Petunia, mezclando el amor por la repostería con la pasión por la inclusión**

*Bogotá, Colombia*

Petunia, Pastries with Love, surge de la combinación de las dos grandes pasiones de Andrea Suárez: la repostería y la inclusión.



Durante casi toda su vida, Suárez no se consideraba repostera, defensora de los derechos humanos ni emprendedora. Sin embargo, le encantaba la repostería y llevaba años dedicándose a ello: vendía pasteles, brownies y otros dulces desde su casa. A través de sus trabajos en el sector público, también se dio cuenta de los múltiples obstáculos a los que se enfrentaban diversos colectivos de la población —en especial, las mujeres trans— y cada vez se sentía más frustrada con las respuestas institucionales a estas cuestiones, sobre todo en lo relacionado con las oportunidades laborales.

En 2017, Suárez decidió que era hora de tomar cartas en el asunto. Se lanzó al vacío y abrió Petunia, una panadería que prioriza explícitamente la contratación de mujeres trans.

«Todo el mundo pensaba que estaba loca. Me decían cosas como: ‘¡Si contratas a personas trans, no va a ir nadie! Colombia es un país muy conservador, ite vas a arruinar!’ No obstante, los que me lo decían no conocían a ninguna persona trans», afirma Suárez.

Eso sí, la decidida postura de Petunia sobre la inclusión no generó el temido rechazo; al contrario, ahora es una parte clave de su propuesta de valor. Petunia no quebró. Sobrevivió a una pandemia y está en auge. Suárez tuvo unos inicios modestos: solo trabajaban ella y dos mujeres trans. El negocio —que sigue priorizando la contratación de personas LGBTQ+— (sobre todo trans) cuenta ahora con 15 empleados y está pensando en abrir dos establecimientos más.

La curva de aprendizaje, no obstante, fue pronunciada. «No tenía experiencia previa en el mundo de los negocios, no sabía nada, pensaba que solo iba a preparar pasteles y venderlos», comenta Suárez. También aprendió mucho de socios estratégicos como el GAAT (Grupo de Acción y Apoyo a Personas Trans), una de las principales organizaciones trans de Colombia, y tiene ideas sobre cómo los sectores público y privado podrían apoyar de manera más activa la incorporación de las personas trans a la economía formal.

Por ejemplo, Suárez cree que **los actores del sector privado podrían colaborar con cámaras de comercio locales LGBTQ+ y con organizaciones trans como el GAAT con el fin de apoyar o crear programas de desarrollo de habilidades profesionales a medida**. Esto aumentaría las oportunidades laborales de las personas trans y proporcionaría al tejido empresarial un pipeline de colaboradores con formación y muy motivados.

Suárez también prevé una posible asociación estratégica con el sector público. Por ejemplo, debido a la discriminación generalizada, sobre todo en el ámbito educativo, muchas personas trans de entornos marginales pueden necesitar periodos de formación adicionales. Suárez cree que las subvenciones públicas podrían cubrir parte del salario o de las prestaciones de los empleados (que son obligatorias en Colombia) mientras realizan programas de formación, con el fin de aliviar la carga financiera de las empresas, que afecta principalmente a las pequeñas empresas.

**Andrea Suárez**

*(Directora Creativa) en una conversación con los autores, agosto de 2022.*

## Solidez de la marca: el poder de los clientes

Las empresas descubren cada vez más el atractivo poder adquisitivo de la población LGBTQ+ y sus aliados, por lo que se adaptan a ese mercado emergente a través de anuncios, productos y servicios específicos. Cada vez más clientes esperan que determinadas empresas muestren claramente su apoyo a diferentes causas sociales y de derechos humanos, incluidas las que atañen a la comunidad LGBTQ+. Los mensajes de las marcas y los esfuerzos específicos por parte de las empresas que manifiestan su apoyo son muy eficaces para mantener y aumentar los ingresos de los clientes (International Finance Corporation, 2022).

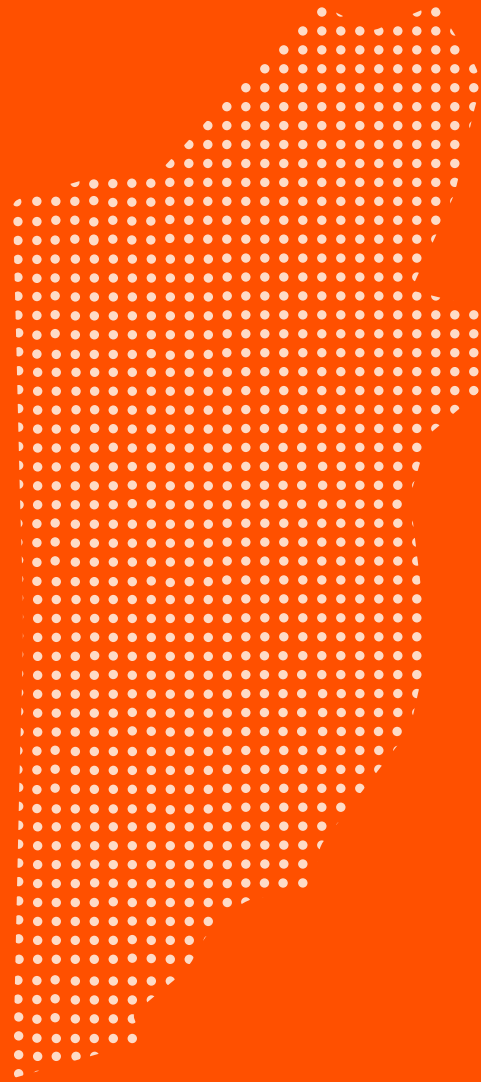
El poder adquisitivo del colectivo LGBTQ+ es alto y no deja de crecer. Las personas LGBTQ+ de todo el mundo tienen un poder adquisitivo colectivo que asciende a 3,7 billones de dólares. Esta cifra supera ligeramente al PIB de Alemania en ese mismo año (Credit Suisse, 2016). Otro estudio reveló que el poder adquisitivo de las personas LGBTQ+ en Estados Unidos ascendía a 917 mil millones de dólares en 2016, casi el 5% del PIB del país (Witeck, 2016). Aunque hay muy pocos datos disponibles sobre el poder adquisitivo de esta comunidad en la región de LAC, en 2017 Forbes calculó que, solo en México, las personas LGBTQ+ generaron un consumo de 65 mil millones de dólares (Celis, 2017). Por lo tanto, existe una gran oportunidad para que las empresas y organizaciones aprovechen el poder adquisitivo colectivo de las personas LGBTQ+ y satisfagan sus necesidades y preferencias específicas.





**Numerosos estudios han demostrado que está surgiendo una base de consumidores que son más fieles a las marcas que consideran inclusivas.** Los consumidores LGBTQ+ muestran una mayor fidelidad a las empresas que tienen en cuenta sus necesidades (Patel & Feng, 2020; Pichler et al., 2017). Por su parte, también existe una base sólida y cada vez más amplia de consumidores no LGBTQ+ que se fijan en cómo actúan las empresas en cuestiones LGBTQ+, y deciden cada vez más qué bienes y servicios consumir en función de su nivel de compromiso. De hecho, **los estudios demuestran que los consumidores no LGBTQ+ son más propensos a comprar a una marca que apoya a las personas LGBTQ+ (Coqual, 2016) y también tienen más probabilidades de abandonar una marca que actúa de manera homófoba (Miller & Parker, 2018).** Tal y como han constatado PwC y el Boston Consulting Group, esto sucede especialmente con la generación millennial (PwC, 2013; Barton, Koslow & Beauchamp, 2014), que supone cerca de dos mil millones de la población mundial.

# Medidas inclusivas para las coberturas de seguros en Belicee



En 2016, el histórico fallo dictado en el caso de Caleb Orozco contra el Fiscal General de Belice condujo a la despenalización de los actos sexuales entre personas del mismo sexo. No obstante, en el país existen muy pocas protecciones legales para la comunidad LGBTQ+. Asimismo, años de discriminación generalizada y a nivel estatal, agravada por un marcado estigma social, han creado obstáculos permanentes para acceder a los servicios, incluidas importantes brechas salariales, como ganar de media un 11% menos que el resto de la población (Crehan, et al., 2021). Aunque desde el sector privado han aparecido iniciativas prometedoras que fomentan la inclusión LGBTQ+.

Por ejemplo, RF&G Insurance, la compañía de seguros más grande de Belice, y una empresa familiar, ha aunado esfuerzos y adoptado medidas para garantizar que sus servicios sean accesibles para las personas LGBTQ+ y que el estigma por cuestiones de SOGIE no influya en el análisis económico de los empleados a la hora de evaluar a los posibles clientes.

De acuerdo con sus administradores, y siguiendo unas rigurosas pautas de su fundador y presidente, la plantilla debe tratar a todo el mundo por igual a la hora de llevar a cabo análisis de riesgos y se prohíbe de manera explícita recurrir a estigmas que influyan en su evaluación a la hora de fijar las primas de seguros. En concreto, **los empleados de RF&G no pueden considerar la SOGIE como un factor de riesgo inherente que podría motivar una denegación de servicio o un aumento de las primas.** Esta clara postura de los responsables y las directrices de aplicación de la empresa acabaron con un importante mecanismo de exclusión para las personas LGBTQ+, a las que a menudo les resulta muy difícil que les aprueben servicios de seguridad financiera clave, así como distintas formas de seguros, o que encuentran precios demasiado altos, lo que provoca que los servicios sean inaccesibles para la mayor parte de la comunidad LGBTQ+ y sus familias.

Además, las políticas de RF&G han ampliado el acceso a una mayor base de consumidores, lo que crea unos sólidos fundamentos empresariales para la igualdad de trato y la inclusión, y sus consiguientes mejores resultados empresariales.

Los esfuerzos de RF&G son un ejemplo de buenas prácticas incipientes al menos por tres razones.

**En primer lugar,** las personas LGBTQ+ siguen sufriendo un considerable estigma en todo el mundo cuando intentan acceder a servicios financieros, incluidos los seguros (Valfort, 2017; World Bank, 2018). Contar con directrices claras y explícitas que luchan (consciente o inconscientemente) contra los prejuicios anti-LGBTQ+ aumenta el acceso a una importante herramienta de seguridad financiera para el colectivo LGBTQ+ y sus familias. Esto impulsa la independencia económica mediante la economía formal, reduce el riesgo de necesitar ayuda del gobierno a corto y largo plazo, y amplía la base de clientes de una empresa. Es decir, es bueno para las empresas, las finanzas públicas y las personas LGBTQ+.

**En segundo lugar,** es un claro ejemplo de una empresa local que es pionera en incorporar la inclusión a sus principales prácticas empresariales. A menudo, los esfuerzos de inclusión LGBTQ+ provienen de grandes multinacionales con sede en el hemisferio norte, lo que puede reforzar la idea errónea de que la inclusión LGBTQ+ es una imposición de fuera y contraria a los valores locales. RF&G Insurance demuestra que no es así. En un país donde todavía reina un sentimiento anti-LGBTQ+ endémico, una empresa local y familiar está a la vanguardia demostrando que la inclusión LGBTQ+ no tiene por qué ser contraria a los valores locales y familiares, y que además es lo correcto y lo inteligente desde el punto de vista empresarial.

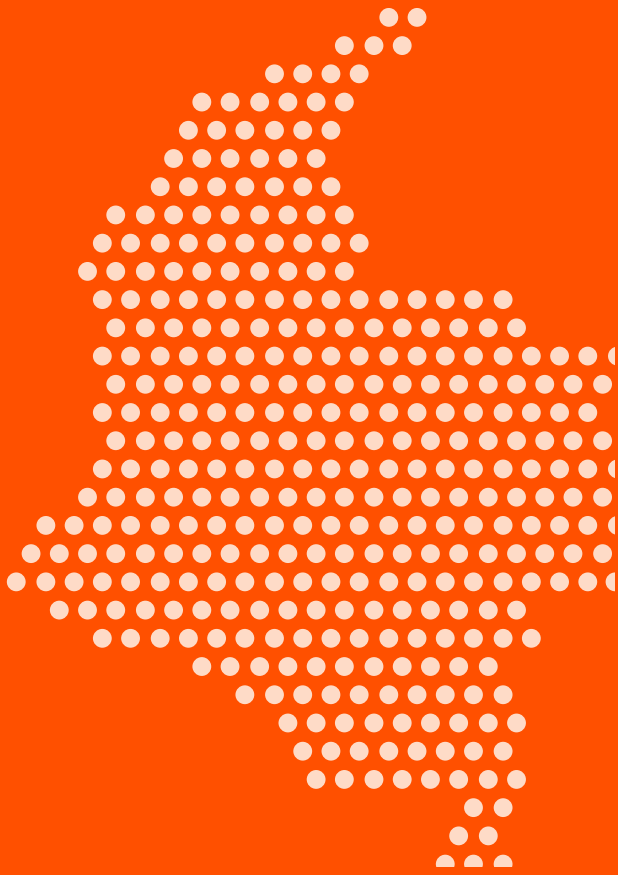
**Por último,** los defensores de la comunidad LGBTQ+ o las empresas pueden utilizar estos fundamentos empresariales a la hora de dialogar con sus gobiernos para que aprueben políticas más inclusivas, como el proyecto de ley de igualdad de oportunidades, que se está debatiendo ahora en el Parlamento de Belice.

Sin embargo, incluso pese al alto poder adquisitivo que se calcula que tienen los consumidores LGBTQ+ (y sus aliados), los estudios demuestran que este grupo demográfico no es completamente accesible para la mayoría de las empresas. Esto supone una considerable pérdida de ingresos para las empresas y las economías. Por ejemplo, un estudio reciente llevado a cabo en 12 países del Caribe indica que existe un vínculo entre la percepción de cómo se trata a las personas LGBTQ+ en el país de destino y el número de turistas internacionales que visitan la región. **En una encuesta realizada a 1.435 posibles turistas de la región (mayoritariamente LGBTQ+), casi uno de cada cinco (18%) no visitaría el Caribe por no sentirse seguros viajando a una región que tiene leyes discriminatorias contra ellos. En términos económicos, se calcula que se pierde hasta un 0,93% del PIB regional como consecuencia de la pérdida de ingresos procedentes de estos turistas, lo que demuestra que las leyes y los prejuicios anti-LGBTQ+ son perjudiciales tanto para las economías como para las empresas vinculadas, directa o indirectamente, al turismo en el Caribe (Crehan, et al., 2021).**

El mismo estudio también muestra que incluso a aquellas personas que sí visitarían el Caribe les preocupa mucho más viajar allí (en comparación con otros lugares), lo que puede alterar su experiencia en los países de destino y provocar que sean menos propensos a gastar dinero en las economías y empresas locales (Crehan, et al., 2021). **En una región donde el 14% de su PIB colectivo está relacionado con el turismo, y para las empresas que se están recuperando de la pandemia con la esperanza de llegar a nuevos públicos globales, este acceso reducido a los clientes supone una pérdida importante de ingresos (Crehan, et al., 2021).**

Sin embargo, también representa una gran oportunidad para que las empresas diseñen estrategias específicas que aborden las necesidades y preocupaciones de la comunidad LGBTQ+ y, por tanto, les permita crear una marca más sólida e inclusiva. Esto, además de ayudar a acceder al importante poder adquisitivo de las personas LGBTQ+, también contribuiría a llegar a una base cada vez mayor de consumidores aliados.





# Diversidad como exigencia empresarial:

## una propuesta win-win para los call centers Bogotá, Colombia

Jessica María Useche es una mujer trans colombiana que cree que los call centers son un buen sitio para trabajar, tanto para ella como para otras personas LGBTQ+, gracias a su cultura y sus políticas inclusivas.

Como ella misma explica, «en un call center da igual tu apariencia, la ropa que lleves o la música que te guste. Lo único que importa es el trabajo que haces».

Para los call centers, centrarse en el respeto y la inclusión es una exigencia empresarial. Tal y como comenta Useche, los call centers necesitan muchos agentes para llevar a cabo sus operaciones, lo que significa que deben tener acceso continuo a una gran reserva de talento.

**«Por este motivo, el respeto es una política clave de la empresa. Respetar a todo el mundo, apoyar a las personas, es bueno para la empresa ya que permite contar con muchos trabajadores comprometidos con su trabajo porque saben que es uno de los pocos lugares donde pueden expresarse con libertad».**

Además, los call centers reúnen tres características que los hacen muy atractivos para las mujeres trans, así como para otros trabajadores que históricamente han sido menospreciados por otros sectores: (1) ofrecen horarios de trabajo flexibles; (2) piden una cualificación relativamente baja (es decir, graduado escolar y hablar inglés con soltura); y (3) desde la pandemia, el teletrabajo se ha generalizado, y las empresas ofrecen a sus trabajadores conectividad y soporte tecnológico y material.

Aun así, Useche cree que las empresas podrían hacer más por contratar y retener el talento trans, en tres aspectos. **En primer lugar**, la mayoría de las personas trans (y LGBTQ+) solo se enteran de estas oportunidades laborales a través de amigos o conocidos. Dado que las empresas no realizan esfuerzos coordinados para contratar a personas LGBTQ+ y otras, no se benefician íntegramente de una cantera y un pipeline de talento diverso y muy motivado. En cambio, las empresas podrían forjar asociaciones con organizaciones trans y anunciar de manera estratégica sus ofertas de empleo en espacios, sitios webs y publicaciones que sean relevantes para la comunidad trans local y que suelen consultarlos.

**En segundo lugar**, como muchas mujeres trans han sufrido discriminación, acoso, y faltas de respeto a la hora de postularse para un puesto de trabajo, muchas creen que no se las evaluará de manera imparcial en el sector formal. «Nunca habría enviado el CV si un amigo no me hubiera asegurado que me tratarían con respeto», afirma Useche. Incluir un lenguaje que anime al colectivo LGBTQ+ (en especial, a las mujeres trans) a presentar su candidatura, indica a estas talentosas personas que son valoradas y bienvenidas.

**Por último**, debido a la discriminación sistémica que sufren las mujeres trans, muchas no han tenido acceso a oportunidades de formación, lo que dificulta que aprendan otros idiomas como el inglés. Asociarse con organizaciones para ofrecer oportunidades con el objetivo de mejorar el dominio del inglés contribuiría a conseguir los objetivos de contratación y retención.

Para Useche, estos esfuerzos merecerían la pena. «Todo el mundo saldría ganando: los call centers podrían contratar y retener a más agentes para satisfacer las necesidades de sus clientes, y las personas trans conseguirían trabajos bien remunerados, que también necesitan y se merecen, en el sector formal».

### **Jessica Maria Useche**

**(agente bilingüe en un call center y activista LGBTQ+) en una conversación con los autores, septiembre de 2022.)**







## *Abordar la segregación ocupacional: una autoevaluación de la inclusión LGBTQ+*

**La inclusión LGBTQ+ en el lugar de trabajo no tiene nada que ver con privilegios o beneficios especiales.** Al igual que el resto de las medidas de diversidad, equidad e inclusión (DEI), aspiran a lograr justicia, coherencia e interacciones respetuosas (Woods, 2011, p. 2), se trata de garantizar la no discriminación y fomentar las relaciones, y el espíritu de equipo para que todo el mundo pueda desarrollar sus talentos y destrezas en su propio beneficio y en el de la empresa (Woods, 2011, p. 3).

**La tabla a continuación muestra una lista de preguntas y recomendaciones generales para ayudar a que las empresas de distintos tamaños evalúen su nivel de madurez en lo que respecta al inicio o la continuación de políticas y prácticas de inclusión LGBTQ+.**

La lista es una recopilación de buenas prácticas y estándares corporativos reconocidos, así como de preguntas extraídas de algunos de los índices LGBTQ+ más respetados de la región, como el índice de Presente para Perú.

La idea es que las preguntas y recomendaciones: (1) susciten o alimenten debates constantes sobre qué se puede hacer para avanzar en la inclusión LGBTQ+ en el lugar de trabajo con el fin de sacar el máximo provecho de los múltiples beneficios empresariales asociados; y (2) ofrezcan ideas concretas y viables.

## **Parte 3:** El proceso de compromiso—Puntos de partida

Las preguntas y recomendaciones abarcan desde iniciativas iniciales (como el reconocimiento explícito de las personas LGBTQ+ en declaraciones sobre diversidad empresarial) hasta intervenciones más avanzadas (como la instalación de baños de género neutro) de modo que cada empresa pueda identificar y decidir qué ideas son más apropiadas en función de su tamaño, composición y nivel de madurez en materia LGBTQ+ y otras consideraciones.

Se recomienda que empresas y negocios aborden estas preguntas y recomendaciones con una mentalidad de crecimiento, en vez de con una actitud perfeccionista, y que las usen como aportación en su propio proceso hacia un entorno laboral más inclusivo y productivo. También se aconseja que las empresas sigan un marco para: (i) evaluar los compromisos formales de los consejos de administración en materia de inclusión LGBTQ+, (ii) establecer y aplicar medidas, (iii) medir el progreso y (iv) comunicar los resultados a todas las partes implicadas.





# Acceso a la reserva de talento, CV/ currículum, solicitud de empleo y proceso de entrevista

## *Actitudes de los empleados*

- ▶ Asegúrese de que su empresa está preparada para tratar con respeto a los candidatos LGBTQ+ y evaluarlos con objetividad.
- ▶ Asegúrese de que las personas que realizan las entrevistas se sientan cómodas interactuando con diversos solicitantes, incluidos candidatos LGBTQ+.
- ▶ Ofrezca formación obligatoria al personal de contratación sobre prejuicios implícitos, procesos inclusivos de contratación u otros temas destinados a garantizar que el proceso sea justo y mitigar posibles prejuicios anti-LGBTQ+.

## *Prácticas y políticas institucionales*

- ▶ Intente llegar a un abanico diverso y amplio de talentos potenciales asegurándose de que las ofertas de empleo lleguen a las redes formales e informales de los candidatos.
- ▶ Implante una política específica en toda la empresa contra la discriminación que sea inclusiva en materia SOGIE para el proceso de contratación.
- ▶ Asegúrese de que las ofertas de empleo de su empresa incluyan declaraciones sobre equidad e igualdad que mencionen explícitamente a la población LGBTQ+.
- ▶ Anime abiertamente a las personas de sectores tradicionalmente marginados (incluido el talento LGBTQ+) a que se postulen para los puestos vacantes.

# Talento trans y no binario



## ***Actitudes de los empleados***

---

- Ofrezca formación en toda la empresa que concientice a la fuerza laboral sobre cuestiones LGBTQ+ (y en particular de la comunidad trans), resolviendo sus dudas y cuestionando los estereotipos. Esto es clave para fomentar una cultura laboral sin estigmas e inclusiva.
- Ofrezca formación a los profesionales de RRHH para que conozcan y se sensibilicen ante los múltiples retos a los que se enfrentan los empleados trans y no binarios. Esto es clave para que los profesionales de RRHH sean capaces y estén dispuestos a trabajar con cada persona con el fin de cumplir los correspondientes requisitos y procesos administrativos y legales, a la vez que garantizan la confidencialidad y un trato respetuoso para todos.
- Plántese la creación de «espacios seguros» para los trabajadores trans y no binarios (y toda la plantilla LGBTQ+) con el fin de mostrar que las diversas voces y experiencias tienen cabida.
- Otra buena práctica establecida consiste en normalizar preguntar por los pronombres. Anime a todo el mundo (no solo a las personas trans o no binarias) a añadir sus pronombres en las firmas del correo, y junto a sus nombres en las videollamadas.

## ***Prácticas y políticas institucionales***

---

- ¿Su empresa reconoce al 100% la identidad de género de los empleados?
- La identidad de género de una persona puede no coincidir con el sexo que le asignaron al nacer. Por tanto, es habitual que la información que aparece en la documentación de una persona trans (como su certificado de nacimiento, títulos universitarios, etc.) no coincida con su nombre e identidad de género actuales. Si es necesario, tenga en cuenta estos cambios de nombre.
- Ofrezca a su plantilla la opción de: (1) utilizar su nombre y pronombres preferidos en todos los documentos, comunicados, formularios, eventos, etc. (por ejemplo, ID de empresa, correos electrónicos, etc.); (2) vestir de acuerdo a su identidad de género, no con su sexo asignado al nacer; (3) acceder sin problema a los baños.
- Asegúrese de que los directorios, las etiquetas con nombre, las identificaciones y el resto de los documentos de la empresa utilice el nombre y los pronombres preferidos de los empleados (que, de nuevo, pueden o no coincidir con los documentos oficiales).
- Evite preguntar por el sexo o género en formularios administrativos en los que esta información no sea relevante. Cuando sea necesario, asegúrese de hacerlo mediante un proceso de dos niveles. Primero, pregunte por el sexo asignado al nacer («sexo») y, en una pregunta aparte, por la identidad de género. Igualmente, asegúrese de incluir opciones no binarias en todos los formularios (incluidos los de solicitud de empleo y los documentos de onboarding).



# Beneficios para los empleados

## Actitudes de los empleados

- Ofrezca formación a los trabajadores encargados de negociar o distribuir los beneficios laborales de modo que las personas LGBTQ+ puedan acceder a ellos sin discriminación ni prejuicios.

## Prácticas y políticas institucionales

- Asegúrese de que su empresa aplica políticas de igualdad salarial (misma categoría, mismo salario), también en el caso de los trabajadores LGBTQ+.
- Ofrezca beneficios inclusivos, por ejemplo:
  - Prestaciones para parejas de hecho y cónyuges para toda la plantilla, independientemente de su SOGIE
  - Una política de baja por paternidad y/o maternidad igualitaria
  - Seguro de asistencia sanitaria y prestaciones por baja de maternidad y/o paternidad que contemplen los casos de adopción o gestación subrogada
  - Seguro de asistencia sanitaria<sup>15</sup> que cubra la terapia hormonal y las cirugías de confirmación de género a los empleados que quieran transicionar, así como bajas médicas para las personas que están transicionando.

<sup>15</sup> En función del país y del contexto, las leyes y las políticas pueden limitar o retrasar la prestación de servicios de seguros sanitarios a las personas LGBTQ+.

# El lugar de trabajo



## ***Actitudes de los empleados***

---

- ▶ Ofrezca formación de forma periódica, constante e innovadora (es decir, cambie el formato) y para todos los empleados, independientemente del nivel de responsabilidad y de jerarquía, así como de las áreas y los procesos (desde el onboarding), sobre la importancia de la diversidad, la equidad y la inclusión, haciendo referencia explícita a la inclusión LGBTQ+.
- ▶ La formación de los empleados (también durante el onboarding) puede reducir los casos de microagresiones, acabar con los prejuicios inconscientes, fomentar el respeto hacia los compañeros LGBTQ+ y dotar a los empleados de las herramientas necesarias para reconocer comportamientos inadecuados y reaccionar ante ellos. (Bailinson et al., 2020)
- ▶ Asegúrese de que la formación explique y respete las distintas identidades, experiencias y desafíos que vive la comunidad LGBTQ+ y que incluye un enfoque interseccional que tenga en cuenta el impacto de categorías sociales como el género, la raza, el país de origen y residencia, la religión, las discapacidades, el estatus serológico, etc.

## ***Prácticas y políticas institucionales***

---

- ▶ Asegúrese de que su empresa cuenta con una política oficial y reconocida de DEI que incluya la SOGIE. Cerciórese de que protege a los empleados LGBTQ+ frente a la discriminación, el acoso (verbal o físico), el bullying o el hostigamiento por parte de terceros, y de que ofrece un acceso igualitario a los servicios de la empresa.
- ▶ Estructure de manera explícita los valores y las expectativas empresariales en materia de comportamiento inclusivo en el ámbito laboral, que incluya el respeto y el trato igualitario a los compañeros y comunidades LGBTQ+.
- ▶ Ofrezca grupos de recursos para empleados (ERG), incluidos aquellos destinados específicamente al personal LGBTQ+ y sus aliados.



# Retención y fomento de talentos

## Actitudes de los empleados

- Asegúrese de que las actitudes potencialmente negativas hacia los empleados LGBTQ+ no repercutan en sus evaluaciones ni en sus posibilidades de ascender.
- Cerciórese de que todos los directivos reciban formación periódica y constante de sensibilización y concienciación LGBTQ+, incluso sobre cómo la SOGIE puede afectar a las evaluaciones de rendimiento, la desigualdad de oportunidades de ascenso, etc.

## Prácticas y políticas institucionales

- Pida a los directivos sénior que actúen como mentores en los grupos de recursos para empleados, incluido el grupo LGBTQ+.
- Plantéese que las funciones de liderazgo en los grupos de recursos para empleados (u otras iniciativas DEI internas o externas) formen parte de su plan de trabajo y/o sopesen la posibilidad de ofrecerles incentivos o aumentos por desempeñar estas funciones.
- Ponga en marcha una política explícita que prohíba la discriminación por cuestiones de SOGIE en evaluaciones o al considerar un ascenso.



# Sistemas de compensación



## ***Actitudes de los empleados***

---

- ▶ Asegúrese de que los mediadores o las personas que ocupan puestos directivos tengan las competencias o la concienciación necesarias para escuchar y resolver los incidentes denunciados por los trabajadores LGBTQ+ y de que el proceso esté libre de juicios y prejuicios.

## ***Prácticas y políticas institucionales***

---

- ▶ Plantéese contar con un responsable de diversidad que se encargue explícitamente de la inclusión LGBTQ+. O un mediador que pueda hablar de manera segura con los empleados LGBTQ+ que estén sufriendo problemas.
- ▶ Asegúrese de que los trabajadores LGBTQ+ pueden denunciar los posibles incidentes de discriminación o acoso anti-LGBTQ+. Proteja de las represalias y la revictimización a las personas que denuncien estos incidentes.
- ▶ Ponga en marcha políticas y procedimientos claros y seguros para investigar, sancionar y corregir los posibles incidentes de discriminación o acoso anti-LGBTQ+.



# Comparativa, crecimiento y supervisión

## *Actitudes de los empleados*

---

- Involucra a los responsables sénior desde el principio, con frecuencia y de manera visible en los esfuerzos para incluir a los trabajadores LGBTQ+.
- Ofrezca formación en liderazgo inclusivo que trate de forma explícita la concienciación y sensibilización en materia LGBTQ+.
- Aliente a los responsables sénior a que den ejemplo con un comportamiento inclusivo, y a que asuman y asignen responsabilidades claras y directas para conseguir los objetivos de inclusión.
- Considere cómo elaborar medidas y diagnósticos (por ejemplo, a través de un ERG LGBTQ+ o como parte de una iniciativa de toda la empresa) que reflejen las conductas de todos los empleados con respecto a los problemas que sufren las personas LGBTQ+ en el lugar de trabajo y utilícelo para diseñar un plan de acción que afiance una cultura de diversidad, equidad e inclusión.

## *Prácticas y políticas institucionales*

---

- Defina qué significa para su empresa el éxito en términos de inclusión LGBTQ+. Establezca referencias claras y viables en función de dicho objetivo. Asegúrese de que los incentivos estén en consonancia con esta meta en toda la empresa. No olvide que toda la plantilla debe priorizar cómo invierte sus recursos, incluido el tiempo. Si a la gente no se le recompensa por trabajar en materia de DEI (que suele ser el caso), no lo hará o no se lo tomará en serio. Adopte medidas coherentes. Supervise los avances. Adapte su plan de acción en consecuencia.
- Incorpore la responsabilidad sobre el clima laboral y la inclusión LGBTQ+ en todos los niveles jerárquicos incluyendo objetivos específicos de DEI LGBTQ+ en los indicadores de rendimiento de los directivos.
- Asegúrese de que todas las iniciativas de recogida de datos protegen adecuadamente a las personas LGBTQ+ y sus datos personales.

# En la esfera pública



## ***Actitudes de los empleados***

---

- ▶ Plantéese ser un «agente del cambio» más activo en la esfera pública. Entienda el contexto en el que se mueve y participe en el diálogo con la sociedad civil LGBTQ+.
- ▶ Conmemore abiertamente eventos LGBTQ+ clave, como el mes del Orgullo, el Día Internacional contra la Homofobia, la Bifobia y la Transfobia y el Día Internacional de la Memoria Transgénero, por ejemplo.

## ***Prácticas y políticas institucionales***

---

- ▶ Apoye públicamente la igualdad e inclusión LGBTQ+.
- ▶ Patrocine y participe en eventos, campañas, redes y otras iniciativas para apoyar el talento y a las comunidades LGBTQ+.
- ▶ Aproveche el poder adquisitivo de los clientes LGBTQ+. Dicho de otro modo, ¿su empresa atiende las necesidades e intereses de la clientela LGBTQ+?



# Fomentar políticas empresariales voluntarias en Trinidad y Tobago



Aunque en 2018 el Tribunal Superior de Justicia derogó la prohibición legal de mantener relaciones sexuales entre personas del mismo sexo en Trinidad y Tobago, existen muy pocas protecciones legales que protejan a la comunidad LGBTQ+ en el país, incluidas las leyes de no discriminación por motivos de SOGIE.

Pese a todo, se han producido grandes avances entre las organizaciones LGBTQ+ y los actores del sector privado. En colaboración con la Cámara de comercio y la Comisión de Igualdad de Oportunidades, la organización CAISO: Sex & Gender Justice elaboró un modelo de política para la inclusión LGBTI+ en el ámbito laboral en 2021. El objetivo es «ofrecer un conjunto de pautas prácticas para fomentar y respetar la diversidad y crear así un entorno productivo e inclusivo para toda la plantilla» (CAISO, 2022). Esta política, que hace énfasis sobre todo en el lugar de trabajo, se centra en los siguientes aspectos:

- Discriminación y acoso
- Privacidad
- Beneficios en el lugar de trabajo y programas de asistencia a empleados
- Formación
- Registros, nombres y pronombres
- Código de vestimenta
- Reclamaciones
- Accesibilidad de los aseos
- Defensores de la diversidad y grupos de recursos para empleados
- Cirugía de afirmación de género

Desde su lanzamiento, tanto empresas como organismos gubernamentales han apoyado el caso de negocio a favor de la inclusión LGBTQ+. En palabras de una persona a favor de esta política: **«Apoyar la igualdad LGBT+ no solo es lo correcto, también tiene sentido desde el punto de vista empresarial. Estas medidas suponen un paso importante para crear un ámbito laboral más seguro, justo y productivo para todo el mundo y una oportunidad para mejorar la cultura laboral en Trinidad y Tobago»** (CAISO, 2022). Tan solo durante el primer año, esta política ha sido adoptada por 14 empresas, la mayoría pymes, con el apoyo extra de la Comisión de Igualdad de Oportunidades, el Consulado Británico, la Cámara de Comercio y la sociedad civil (Lindo, 2021).

En términos generales, esta política es un ejemplo de al menos tres buenas prácticas emergentes para las empresas de LAC.

**En primer lugar**, dado que esta política fue elaborada por una organización con competencias técnicas y localizadas, se centró más en los retos LGBTQ+ y los intereses empresariales a nivel nacional, lo que dio lugar a soluciones a medida y a un mayor impacto tanto para las empresas como la población LGBTQ+.

**En segundo lugar**, su creación a nivel nacional implica que la política se centra más en las operaciones de las pymes, en lugar de representar en exceso los intereses de las multinacionales. Así, se han eliminado importantes carencias programáticas y de conocimientos, ya que a las pymes no se las suele tener en cuenta a la hora de comparar las políticas laborales LGBTQ+ en todo el mundo.

**Por último**, y gracias al apoyo prestado por la Cámara de Comercio y la Comisión de Igualdad de Oportunidades, la política y las correspondientes pautas han podido armonizarse en todos los sectores. Además, se le ha dado más credibilidad, aumentando el apoyo de las empresas.

# Conclusión

América Latina es una de las regiones del mundo que más ha avanzado en materia de derechos LGBTQ+ en las últimas décadas. A pesar de que siguen existiendo conductas negativas, **las actitudes en la región hacia las personas LGBTQ+ están cambiando a gran velocidad y volviéndose más positivas** (Chaux et al., 2021, p. 18).

Además, aunque únicamente 16 de 33 países de la región cuentan con medidas concretas de protección contra la discriminación LGBTQ+ en el lugar de trabajo, **cada vez más empresas en LAC y en todo el mundo son conscientes y están motivadas por los argumentos empresariales a favor de la inclusión LGBTQ+.**

Hay cinco puntos clave que tal vez sean los más destacados para las empresas que trabajan para fomentar la inclusión de las personas LGBTQ+:



# 1

Basándose en el beneficio mutuo que un lugar de trabajo y una cultura inclusivos aportan a las empresas y las personas, **el argumento comercial a favor de la inclusión LGBTQ+ muestra las múltiples maneras en que las empresas se benefician cuando se esfuerzan por diversificar su plantilla e incluir a personas LGBTQ+ en el entorno laboral y en sus operaciones.** Un buen ejemplo de ello es el compromiso de las empresas para impulsar mejores políticas y mejorar la cultura laboral para las personas LGBTQ+.

# 2

La inclusión LGBTQ+ aporta **grandes beneficios relacionados con la retención del talento, el aumento del rendimiento y la productividad de los trabajadores, el incremento del valor y rentabilidad de la empresa y, el potencial de obtener un mayor retorno por las inversiones, y un mayor acceso a una base de clientes cada vez más amplia.**

# 3

Las empresas pueden empezar a fomentar de manera activa la inclusión LGBTQ+ en sus operaciones, sobre todo si toman medidas para analizar **tanto las actitudes como las prácticas y políticas institucionales** relacionadas con: el proceso de contratación (buscar una reserva de talento más amplia, el CV/currículum y el proceso de entrevistas), las políticas de recursos humanos, los beneficios de los empleados, el lugar de trabajo, la retención de talento y el crecimiento, los sistemas de compensación, el seguimiento y las evaluaciones y el trabajo en la esfera pública. .

# 4

**En LAC, están surgiendo varios ejemplos** que muestran por qué y cómo empresas de distintos tamaños y sectores avanzan hacia la inclusión LGBTQ+. Este informe solo analiza algunos de ellos.

# 5

Las empresas de LAC operan ahora en sociedades que reconocen y protegen cada vez más los derechos relacionados con la diversidad (incluyendo, entre otros, la diversidad sexual y de género) y que aceptan cada vez más a la población LGBTQ+. **Conscientes de ello o no, las empresas de LAC ya están trabajando con las personas más tolerantes y abiertas a la diversidad sexual y de género en la historia de la región** y, si se mantienen las tendencias demográficas, esta cifra seguirá creciendo en los próximos años. **Por tanto, incorporar la diversidad, la equidad y la inclusión LGBTQ+ en los valores empresariales, los paquetes de beneficios, los procesos y las estrategias de marketing y crecimiento del negocio es indispensable en el mundo laboral actual.**

En resumen, LAC ha experimentado mejoras constantes, aunque irregulares, en el reconocimiento de los derechos de las personas LGBTQ+, así como cambios de actitud positivos. A su vez, un número cada vez mayor de estudios ha demostrado, sistemáticamente, los beneficios económicos de la diversidad y la inclusión en general, y de la inclusión LGBTQ+ en particular. No obstante, es vital reconocer que todavía queda un largo camino por recorrer. Hay que celebrar los avances logrados hasta ahora, pero no se debe perder la perspectiva de los retos que persisten, sobre todo para aquellas personas cuya expresión de género no encaja dentro de los límites que la sociedad ha definido tradicionalmente como «normativos».

Para lograr una verdadera inclusión en el entorno laboral se necesita un esfuerzo colectivo de las empresas, los responsables de políticas y la sociedad en general, para cuestionar los prejuicios y las normas existentes que impiden la total aceptación y empoderamiento de la población LGBTQ+. Promover la diversidad, equidad e inclusión LGBTQ+ fomentando valores empresariales de entendimiento, respeto e igualdad de oportunidades podemos crear un futuro en el que todos los trabajadores (independientemente de su orientación sexual o expresión de género) se sientan valorados, apoyados, y puedan prosperar en su carrera profesional.







# Anexo 1 – Leyes y protecciones LGBTQ+ por país

En este anexo se incluye una tabla con información exhaustiva sobre las leyes y las protecciones existentes en materia LGBTQ+ en los países de América Latina y el Caribe. Es un recurso muy valioso para entender el panorama legal y los progresos realizados para garantizar los derechos y la protección de las comunidades LGBTQ+ de la región. Destaca información clave como las leyes antidiscriminación, la legislación en materia de uniones civiles y matrimonio entre personas del mismo sexo, el reconocimiento de la identidad de género y otros marcos legales relevantes. El objetivo de este resumen es contribuir a un debate más amplio sobre los derechos de las personas LGBTQ+, fomentando la concientización y promoviendo las conversaciones sobre cómo impulsar la equidad y la inclusión en toda la región.

Tenga en cuenta que estas leyes están en constante cambio y, por tanto, esta información podría quedar obsoleta pronto. Por lo tanto, la información que figura a continuación debe considerarse un resumen de las protecciones y el reconocimiento de la comunidad LGBTQ+ en LAC al mes de abril de 2023. Para obtener información específica de cada país y consultar los datos más actuales, visite la Base de Datos de ILGA Mundo (<https://database.ilga.org/en>).

# México y el Caribe

	ANTIGUA Y BARBUDA	BAHAMAS	BARBADOS	CUBA	DOMINICA	GRANADA	HAÍTÍ	MÉXICO	JAMAICA	REPÚBLICA DOMINICANA	SAN CRISTÓBAL Y NIEVES	SAN VICENTE Y LAS GRANADINAS	SANTA LUCÍA	TRINIDAD Y TOBAGO
<b>PROTECCIONES</b>	Constitucional	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO
	Amplio <sup>16</sup>	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	Trabajo <sup>17</sup>	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	NO
	Delitos de odio	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO <sup>19</sup>	NO	NO	NO	NO	NO
	Incitación a un delito	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO
	Prohibición de las terapias de conversión	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
<b>RECONOCIMIENTO</b>	Matrimonio	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO
	Unión civil	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	Adopción conjunta	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	Adopción de un hijo del cónyuge	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	Ley de identidad de género <sup>18</sup>	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	Cambios de sexo en los documentos oficiales	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ <sup>20</sup>	NO	NO	NO	NO	NO
	Criminalización de las relaciones sexuales consentidas entre adultos del mismo sexo	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ

<sup>16</sup> Leyes generales que protegen de la discriminación y la violencia.

<sup>17</sup> Leyes que prohíben la discriminación contra las personas LGBT en el trabajo o que se les rechace para un puesto por su orientación sexual y/o identidad de género.

<sup>18</sup> Una ley que reconoce y protege los derechos de las personas trans.

<sup>19</sup> Solo dos estados, Querétaro y Michoacán prohíben los delitos de odio.

<sup>20</sup> Solo 13 estados mexicanos permiten cambios de sexo en los documentos oficiales: Ciudad de México, Coahuila, Colima, Chihuahua, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sonora y Tlaxcala.

# Sudamérica

	ARGENTINA	BOLIVIA	BRASIL	CHILE	COLOMBIA	ECUADOR	GUYANA	PARAGUAY	PERÚ	SURINAM	URUGUAY	VENEZUELA	
<b>PROTECCIONES</b>	Constitucional	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	
	Amplio <sup>16</sup>	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	NO	
	Trabajo <sup>17</sup>	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
	Delitos de odio	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
	Incitación a un delito	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	NO
	Prohibición de las terapias de conversión	SÍ <sup>21</sup>	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	SÍ <sup>23</sup>	NO
	Matrimonio	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO	NO <sup>22</sup>	NO	NO	SÍ	NO
<b>RECONOCIMIENTO</b>	Unión civil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	
	Adopción conjunta	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	
	Adopción de un hijo del cónyuge	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	
	Ley de identidad de género <sup>18</sup>	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	
	Cambios de sexo en los documentos oficiales	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
	Criminalización de las relaciones sexuales consentidas entre adultos del mismo sexo	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO

<sup>21</sup> Argentina y Uruguay prohíben a los profesionales de la salud mental llevar a cabo las denominadas «terapias de conversión», pero a otras personas, como líderes religiosos y terapeutas o coaches no certificados no se les prohíbe explícitamente.

<sup>22</sup> La constitución de Paraguay prohíbe expresamente el matrimonio igualitario.

<sup>23</sup> Véase la nota 21 a pie de página.

# Central America

	BELICE	COSTA RICA	EL SALVADOR	GUATEMALA	HONDURAS	NICARAGUA	PANAMÁ
<b>PROTECCIONES</b>							
Constitucional	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Amplio <sup>16</sup>	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO
Trabajo <sup>17</sup>	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
Delitos de odio	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
Incitación a un delito	NO	NO	NO	NO	SÍ	NO	NO
Prohibición de las terapias de conversión	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
<b>RECONOCIMIENTO</b>							
Matrimonio	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Unión civil	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Adopción conjunta	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO
Adopción de un hijo del cónyuge	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO
Ley de identidad de género <sup>18</sup>	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	SÍ
Cambios de sexo en los documentos oficiales	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SÍ
Criminalización de las relaciones sexuales consentidas entre adultos del mismo sexo	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

# Bibliografía



**ADIL. 2014.** *1ra. Encuesta Nacional sobre Homofobia y el Mundo Laboral en México. México, D.F.*  
<https://adilmexico.com/encuestas/1ra-encuesta-nacional-sobre-homofobia-y-el-mundo-laboral-en-mexico/>.

**ADIL. 2015.** *2da. Encuesta sobre diversidad e inclusión laboral: Presentación de resultados. México.*  
<https://www.adilmexico.com/wp-content/uploads/2015/09/2daEncuestaADIL2015superlow.pdf>.

**Aeroméxico. 2022a.** *Code Of Conduct.*  
[https://compliance.aeromexico.com/doc/CODIGO\\_DE\\_CONDUCTA\\_ENG.pdf](https://compliance.aeromexico.com/doc/CODIGO_DE_CONDUCTA_ENG.pdf).

**Aeroméxico. 2022b.** *Aeroméxico. El amor no tiene fronteras [Video]. YouTube.*  
<https://www.youtube.com/watch?v=LKcxhe5Uld8>.

**African Development Bank Group. 2021. Public Announcement:**  
*African Development Bank's Integrated Safeguards System Update.*  
<https://www.afdb.org/en/news-and-events/public-announcement-african-development-banks-integrated-safeguards-system-update-48171>.

**AirHelp. 2019. Top Airline Rankings Worldwide: AirHelp Score 2019.**  
<https://www.airhelp.com/en-ie/airhelp-score/airline-ranking/>.

**Albarracín-Caballero, Mauricio.** *How Targeting LGBTQ+ Rights Are Part of the Authoritarian Playbook. 2022. Human Rights Watch.*  
<https://www.hrw.org/news/2022/09/06/how-targeting-lgbtq-rights-are-part-authoritarian-playbook>.

**Alcaldía Mayor de Bogotá. 2010.** *Bogotá, Ciudad de Estadísticas. Boletín No. 25: Lesbianas, gays, bisexuales y transgénero en cifras. Secretaría Distrital De Planeación.*  
<https://docplayer.es/23522552-Boletin-no-25-lesbianas-gays-bisexuales-y-transgeneristas-en-cifras.html>.

**American Economic Association. 2022.** *Datasets with Information on LGBTQ+ People for Students and Researchers in Economics.*  
<https://www.aeaweb.org/about-aea/committees/aealgbtq/>

**B Lab Global. (n.d.). B Corporation website.**

<https://www.bcorporation.net/en-us>.

**Badgett, M.V.L. 2014.** *The economic cost of stigma and the exclusion of LGBT people: A case study of India.* Washington, D.C.: World Bank Group.

<http://documents.worldbank.org/curated/en/527261468035379692/The-economic-cost-of-stigma-and-the-exclusion-of-LGBT-people-a-case-study-of-India>.

**Badgett, M.V.L.; Durso, L.E.; Kastanis, A. & Mallory, C. 2013.** *The Business Impact of LGBT-Supportive Workplace Policies.* The Williams Institute.

[https://escholarship.org/content/qt3vt6t9zx/qt3vt6t9zx\\_noSplash\\_597c0e0c9e15189fb86a4c3166baa1bd.pdf?t=mpsapk](https://escholarship.org/content/qt3vt6t9zx/qt3vt6t9zx_noSplash_597c0e0c9e15189fb86a4c3166baa1bd.pdf?t=mpsapk)

**Badgett, M.V.L.; Park, A. & Flores, A. 2018.** *Links Between Economic Development and New Measures of LGBT Inclusion.* Los Angeles, California: The Williams Institute, UCLA.

<https://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/Global-Economy-and-LGBT-Inclusion-Mar-2018.pdf>.

**Badgett, M.V.L.; Waaldijk, K. & van der Meulen Rodgers, Y. 2019.** *The relationship between LGBT inclusion and economic development: Macro-level evidence.* *World Development*, 120, 1-14.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X19300695>.

**Bailinson, Peter; Decherd, William; Ellsworth, Diana & Guttman, Maital. 2020.** "LGBTQ+ voices: Learning from lived experiences." *McKinsey Quarterly.* McKinsey & Company

<https://www.mckinsey.com/business-functions/people-and-organizational-performance/our-insights/lgbtq-plus-voices-learning-from-lived-experiences>.

**Banco De Bogotá. 2022.** *Banco De Bogotá Participó En Wetrade 2018.*

<https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/nuestra-organizacion/sala-de-prensa/2018/wetrade-2018>.

**Barton, C.; Koslow, L. & Beauchamp, C. 2014.** *How Millennials Are Changing the Face of Marketing Forever: The Reciprocity Principle.* Boston Consulting Group.

<https://www.bcg.com/publications/2014/marketing-center-consumer-customer-insight-how-millennials-changing-marketing-forever>

**Bernal Duran, Camila. 2022.** *Solo 4 De Cada 100 Personas Trans En El País Tienen Un Contrato Laboral: Cámara De Comerciantes LGBT.* Forbes Colombia.

<https://forbes.co/2021/06/24/capital-humano/solo-4-de-cada-100-personas-trans-en-el-pais-tienen-un-contrato-laboral-camara-de-comerciantes-lgbt/>.

**Beslik, Sasja. (n.d.).** *ESG on a Sunday [Newsletter].* Substack.

<https://esgonasunday.substack.com/>.

**Bishop, A. 2020.** **Vulnerability Amplified: The Impact of the COVID-19 Pandemic on LGBTIQ People.** New York City, USA: OutRight Action International.

<https://outrightinternational.org/content/vulnerability-amplified-impact-covid-19-pandemic-lgbtqi-people>

**Bollier, Stefan & Dreilinden. 2020.** *Thriving Entrepreneurship in Queer South Africa.* Medium.

<https://dreilinden.medium.com/thriving-entrepreneurship-in-queer-south-africa-ecf53ecf91bc>.

**Bollier, Stefan & Dreilinden. 2021.** *Investing in LGBTQIA\* Enterprises in Mexico First Impressions.* Medium.

<https://dreilinden.medium.com/investing-in-lgbtqia-enterprises-in-mexico-first-impressions-56cae33f8f19>.

**Branigin, Anne. 2022a.** *A Guide to the Words We Use in Our Gender Coverage.* The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2022/04/01/gender-identity-glossary/>.

**Branigin, Anne. 2022b.** *5 percent of young adults identify as trans or nonbinary, survey says.* The Washington Post.

<https://www.washingtonpost.com/nation/2022/06/08/pew-research-trans-nonbinary-young-adults/>.

**Breast Cancer Action. (n.d.)** *Stop Banking on Breast Cancer.*

<https://www.bcaction.org/about-think-before-you-pink/campaigns/stop-banking-on-breast-cancer/>.





**CAISO:** *Sex and Gender Justice. 2022. Finding an Equal Place to Work: The Model LGBTQI+ Workplace Policy for Trinidad and Tobago.* <https://caisott.org/model-workplace-policy>.

**Carrillo, K. & Theron, L. 2020. From Fringes to Focus:** *A deep dive into the lived-realities of lesbian, bisexual and queer women and trans masculine persons in 8 Caribbean countries.* Amsterdam: COC Netherlands.

**Catalyst. 2022.** *LGBTQ+ Workplace Issues (Quick Take).*  
<https://www.catalyst.org/research/lgbtq-workplace-issues/>

**Celis, F. 2017. Mercado rosa:** *Un negocio de 65,000 mdd en México.* *Forbes México.*  
<https://www.forbes.com.mx/mercado-rosa-negocio-65000-mdd-mexico/>

**Center for LGBTQ Economic Advancement & Research. 2022.** *LGBTQ-Owned Small Businesses In 2021.* <https://lgbtq-economics.org/research/lgbtq-small-businesses-2021/>.

**Chaux, Enrique; León, Manuela; Martínez, Juliana & Cuellar, Lina. 2021.** *Attitudes Toward Homosexuality in Latin America and the Caribbean.* *Oxford Research Encyclopedia of Politics.* Oxford University Press. doi: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.1941>.

**Chiam, Zhan; Duffy, Sandra; González Gil, Matilda; Goodwin, Lara & Mpemba Patel, Nigel Timothy. 2019.** *Trans Legal Mapping Report 2019: Recognition before the law.* Geneva: ILGA World.  
[https://ilga.org/downloads/ILGA\\_World\\_Trans\\_Legal\\_Mapping\\_Report\\_2019\\_EN.pdf](https://ilga.org/downloads/ILGA_World_Trans_Legal_Mapping_Report_2019_EN.pdf).

**Choi, S.K.; Divsalar, S.; Flórez-Donado, J.; Kittle, K.; Lin, A.; Meyer, I.H. & Torres-Salazar, P. 2020a.** *Stress, Health, and Well-Being of LGBT People in Colombia: Results from a National Survey.* *The Williams Institute.*

**Choi, S.K.; Divsalar, S.; Flórez-Donado, J.; Kittle, K.; Lin, A.; Meyer, I.H. & Torres-Salazar, P. 2020b.** *Estrés, Salud y Bienestar de las Personas LGBT en Colombia: Resultados de una Encuesta Nacional [Webinar].* *Williams Institute, University of California Berkeley School of Law.*  
<https://williamsinstitute.law.ucla.edu/events/colombia-en-espanol-webinar/>

**Coqual. 2016.** *Study Maps Challenges and Opportunities for Pro-LGBT Companies Operating in Anti-LGBT Markets.*

[https://coqual.org/wp-content/uploads/2020/09/OutInTheWorld\\_PressRelease-CTI.pdf](https://coqual.org/wp-content/uploads/2020/09/OutInTheWorld_PressRelease-CTI.pdf).

**Coqual. 2022.** *Out in the World: Securing LGBT Rights in the Global Marketplace.*

<https://coqual.org/wp-content/uploads/2020/09/CoqualOutInTheWorldInfographic090720.pdf>.

**Cortez, Clifton; Arzinos, John & De la Medina Soto, Christian. 2021.** *Equality of Opportunity for Sexual and Gender Minorities.* Washington, DC: World Bank.

<https://www.worldbank.org/en/publication/equality-of-opportunity-for-sexual-and-gender-minorities>.

**Credit Suisse. 2016.** *LGBT: The value of diversity.*

[https://research-doc.credit-suisse.com/docView?language=ENG&format=PDF&document\\_id=807075590&source\\_id=emcsplus&serialid=YU6DApYK4XIb4Ht4%2FE2TIMxtC7zr6wSCpdiQ92fLI5U%3D&cspld=null](https://research-doc.credit-suisse.com/docView?language=ENG&format=PDF&document_id=807075590&source_id=emcsplus&serialid=YU6DApYK4XIb4Ht4%2FE2TIMxtC7zr6wSCpdiQ92fLI5U%3D&cspld=null)

**Crehan, P. 2021.** *Breaking New Ground for LGBTI Economic Empowerment.* Micro Rainbow International Foundation.

<https://mrifoundation.global/breaking-new-ground-for-lgbti-empowerment/>.

**Crehan, P., Daly, F., Fletcher, L., & Pichler, S. (2021).** *A Global Examination of LGBT Workplace Equality Indices.* In E. Ng, C. Stamper, & A. Klarsfeld (Eds.), *Handbook on Diversity and Inclusion Indices: A Research Compendium* Edward Elgar. Advanced online publication:

[https://www.researchgate.net/publication/337166708\\_A\\_Global\\_Examination\\_of\\_LGBT\\_Workplace\\_Equality\\_Indices](https://www.researchgate.net/publication/337166708_A_Global_Examination_of_LGBT_Workplace_Equality_Indices).

**Crehan, P.; Rezende, L.; Wolf, J.; Jordan, P.; Altincekic, C.; Miller, J. & Dovey, K. 2021.** *The Economic Case for LGBT+ Inclusion in the Caribbean.* London: Open For Business.

<https://open-for-business.org/reports>.



**Das, Maitreyi Bordia. 2015. All in My Head?: The Play of Exclusion and Discrimination in the Labor Market.** Policy Research Working Paper No. 7468. Washington, DC: World Bank.

<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/22890>.

**Data For Progress. 2022. Accountable Allies: DFP's Pride Corporate Accountability Project.**

<https://www.dataforprogress.org/accountable-allies>.

**Deutsch, W.; Ming, V.; Shea, M. & Sinton, C. 2016.**

*The State of LGBT Entrepreneurship in the US. StartOut.*

[https://startout.org/wp-content/uploads/2018/03/State\\_of\\_LGBT\\_Entrepreneurship.pdf](https://startout.org/wp-content/uploads/2018/03/State_of_LGBT_Entrepreneurship.pdf)

**Dicklitch-Nelson, S.; Yost, B. & Thompson Buckland, S. 2018.**

*F&M Global Barometer of Gay Rights and Global Barometer of Transgender Rights [Dataset]. Lancaster, PA: Franklin & Marshall College.*

[www.fandmglobalbarometers.org](http://www.fandmglobalbarometers.org).

**Dixon-Fyle, Sundiatu; Dolan, Kevin; Hunt, Vivian and Prince, Sara. 2020. Diversity Wins:**

*How Inclusion Matters. McKinsey & Company.*

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/diversity-wins-how-inclusion-matters>.

**Dreilinden. 2022. Beyond Gender Lens Investing. 2022. Medium.**

<https://dreilinden.medium.com/beyond-gender-lens-investing-1c480a1e6649>.

**Drydakis, N. 2019. Sexual Orientation and Labor Market Outcomes.**

*World of Labor, 111. doi: 10.15185/izawol.111.v2*

**Dunbar, W.; Pape, J. W. & Coppieters, Y. 2021. HIV among men who have sex with men in the Caribbean: Reaching the left behind. Pan American Journal of Public Health, 45, e12.**

<https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.12>.



# F

**Farrell, Gabriella. 2021, June 25.**

*The State of LGBTQ+ Rights in Latin America. Weekly Asado. The Wilson Center.*

<https://www.wilsoncenter.org/blog-post/state-lgbtq-rights-latin-america-0>.

**Federación Mexicana de Empresarios LGBT+. (n.d.).** *Institución Incluyente. Federación Mexicana de Empresarios LGBT+ (FME LGBT).*

**Flores, A.; Herman, J.L.; Gates, G.J. & Brown, T.N.T. 2016.**

*How Many Adults Identify as Transgender in the United States? The Williams Institute.*

<https://williamsinstitute.law.ucla.edu/publications/trans-adults-united-states/>.

**Forbes Colombia. 2022.** *Ambientes Seguros Y Sin Discriminación, La Apuesta De Grupo Aval Por La Diversidad.* <https://forbes.co/2022/06/23/pride-2022/ambientes-seguros-y-sin-discriminacion-la-apuesta-de-grupo-aval-por-la-diversidad/>.

**Fortuna. 2022.** *Empresas Incorporan Personas Trans.*

<https://fortuna.perfil.com/2019-04-16-203491-empleo-trans/>.



# G

**Gates, G. 2011.** *How Many People are Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender? The Williams Institute.*

<https://williamsinstitute.law.ucla.edu/publications/how-many-people-lgbt/>.

**Gethard, G. 2022.** *Protest Divestment and the End of Apartheid. 2022. Investopedia.*

<https://www.investopedia.com/articles/economics/08/protest-divestment-south-africa.asp>.

**Ghorayshi, Azeen. 2022, June 10.**

*Report Reveals Sharp Rise in Transgender Young People in the U.S. The New York Times.*

<https://www.nytimes.com/2022/06/10/science/transgender-teenagers-national-survey.html>.

**Gómez Cardeña, S. 2019.** *Políticas, Prácticas y Retos para la Inclusión de la Diversidad LGBTIQ en tres Centros Laborales de Lima Metropolitana.* Lima, Perú: Presente.

**Grupo Aval. (n.d.).** *Acerca De Nosotros.*

[https://www.grupoaval.com/acerca-de-nosotros.](https://www.grupoaval.com/acerca-de-nosotros)

**“Grupo Aval.” 2022.** *Wikipedia.*

[https://en.wikipedia.org/wiki/Grupo\\_Aval.](https://en.wikipedia.org/wiki/Grupo_Aval)

**GUYBOW; Theron, L.; Bisnauth, T.; Carrillo, K. & Small, O. 2020.** *From Fringes to Focus: A deep dive into the lived-realities of lesbian, bisexual and queer women and trans masculine persons in 8 Caribbean countries.* Amsterdam: COC Netherlands.



**Hermosa-Bosano, Carlos; Hidalgo-Andrade, Paula; Olaya- Torres, Adriana Julieth; Duque-Romero, Claudia; Costa, Pedro Alexandre and Salinas-Quiroz, Fernando. 2023.** Attitudes toward Lesbians, Gay Men, and Their Rights in a Sample of Ecuadorian Cisgender Men and Women. *Journal of Homosexuality*, 70(2) pp. 307–308. doi: 10.1080/00918369.2021.1948771.

**Hernández Muro, Alexandra; Sánchez Hinojosa, Mayra; Rojas Salas, Pilar & Rodríguez Ramos, José. 2021.** *Migración internacional calificada de peruanas/os LGBTQ+: Discriminación y fuga de talentos.* Lima: Más Igualdad Perú.

[https://drive.google.com/file/d/1tbETsWL-\\_SKuYTV3Ggr8sORPmp3SN6hV/view.](https://drive.google.com/file/d/1tbETsWL-_SKuYTV3Ggr8sORPmp3SN6hV/view)

**Herrera Pérez, Elizabeth & Hernández Caro, Samuel Felipe. 2019.** *Discriminación y exclusión laboral en población Igbti en Bogotá.* Universidad Jorge Tadeo Lozano, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. [http://hdl.handle.net/20.500.12010/7691.](http://hdl.handle.net/20.500.12010/7691)

**Homosensual. 2021.** *Todo Lo Que Vamos A Ver En El Wetrade 2021.*

[https://www.homosensual.com/mercado-lgbt/todo-lo-que-vamos-a-ver-en-el-wetrade-2021/.](https://www.homosensual.com/mercado-lgbt/todo-lo-que-vamos-a-ver-en-el-wetrade-2021/)

**Hosein, Gabrielle. 2021.** *Towards Less LBGTI Bias.* Trinidad and Tobago Newsday.

[https://newsday.co.tt/2021/07/14/towards-less-lbgti-bias/.](https://newsday.co.tt/2021/07/14/towards-less-lbgti-bias/)

**Human Rights Campaign. (2019).** *HRC Equidad MX 2019.*

[https://assets2.hrc.org/files/assets/resources/CEI-EquidadMX-Report-2018.pdf?\\_ga=2.191215466.113800302.1685504909-2100363911.1680283337](https://assets2.hrc.org/files/assets/resources/CEI-EquidadMX-Report-2018.pdf?_ga=2.191215466.113800302.1685504909-2100363911.1680283337)

**Hunt, Dame Vivian; Yee, Lareina; Prince, Sara & Dixon-Fyle, Sundiatu. 2018.**

*Delivering Through Diversity.* McKinsey & Company.

[https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/delivering-through-diversity.](https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/delivering-through-diversity)

**iGravity & Dreiliden. 2019.** *Rainbow Related Investment Opportunities in South Africa, Slovakia and Poland.* Medium.

[https://dreilinden.medium.com/the-queer-impact-investment-universe-c9f11504f4b3.](https://dreilinden.medium.com/the-queer-impact-investment-universe-c9f11504f4b3)

**Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2018.**

*Primera Encuesta Virtual para Personas LGBTI, 2017: Principales resultados.*

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/lgbti.pdf.](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/lgbti.pdf)

**Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). 2013.**

*Primera Investigación (estudio de caso) sobre Condiciones de Vida, Inclusión Social y Derechos Humanos de la población LGBTI en Ecuador.* Ecuador.

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/LGBTI/Presentacion-LGBTI.pdf.](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/LGBTI/Presentacion-LGBTI.pdf)

**Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2021a.** *Encuesta nacional sobre diversidad sexual y de género (ENDISEG) 2021: Nota técnica.*

[https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/endiseg/2021/doc/endiseg\\_2021\\_nota\\_tecnica.pdf.](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/endiseg/2021/doc/endiseg_2021_nota_tecnica.pdf)

**Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2021b.** *Encuesta Nacional Sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021: Presentación de resultados.* México.

[https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/endiseg/2021/doc/endiseg\\_2021\\_resultados.pdf.](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/endiseg/2021/doc/endiseg_2021_resultados.pdf)

**Inter-American Commission on Human Rights (IACHR). 2015a.** *En el Día Internacional de la Memoria Trans, CIDH urge a los Estados a aumentar la expectativa de vida de las personas trans en América* [Press Release]. <https://www.oas.org/es/cidh/prensa/comunicados/2015/137.asp>.

**Inter-American Commission on Human Rights (IACHR). 2015b.**  
*Violencia Contra Personas Lesbianas, Gay, Bisexuales, Trans E Intersex En América.*  
<http://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/violenciapersonaslgbti.pdf>.

**Inter-American Commission on Human Rights (IACHR). 2020.** *Informe Sobre Personas Trans y De Género Diverso y Sus Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales.*  
<https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/PersonasTransDESCA-es.pdf>.

**Inter-American Commission on Human Rights (IACHR). 2015a.**  
*En el Día Internacional de la Memoria Trans, CIDH urge a los Estados a aumentar la expectativa de vida de las personas trans en América* [Press Release].  
<https://www.oas.org/es/cidh/prensa/comunicados/2015/137.asp>.

**Inter-American Commission on Human Rights (IACHR). 2015b.**  
*Violencia Contra Personas Lesbianas, Gay, Bisexuales, Trans E Intersex En América.*  
<http://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/violenciapersonaslgbti.pdf>.

**Inter-American Commission on Human Rights (IACHR). 2020.** *Informe Sobre Personas Trans y De Género Diverso y Sus Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales.*  
<https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/PersonasTransDESCA-es.pdf>.

**Inter-American Development Bank (IDB). 2017.**  
*Latin America and the Caribbean faces critical skills gap, IDB study finds.*  
<https://www.iadb.org/en/news/news-releases/2017-08-30/study-bridging-latin-americas-skills-gap%2C11873.html>

**International Finance Corporation. 2022.** *Inclusive Banking: Emerging Practices to Advance the Economic Inclusion of LGBTI People.*  
[https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/topics\\_ext\\_content/ifc\\_external\\_corporate\\_site/gender+at+ifc/resources/practices-to-advance-the-economic-inclusion-of-lgbti-people](https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/topics_ext_content/ifc_external_corporate_site/gender+at+ifc/resources/practices-to-advance-the-economic-inclusion-of-lgbti-people).

**International Labour Organization (ILO). 2015.** *La discriminación en el trabajo por motivos de orientación sexual e identidad de género: Resultados del proyecto PRIDE de la OIT.*  
[https://www.ilo.org/gender/WCMS\\_380831/lang-es/index.htm](https://www.ilo.org/gender/WCMS_380831/lang-es/index.htm)

**International Labour Organization (ILO). 2017.** *Statistics on Labour Income and Inequality.*  
*Investopedia. 2022. What Is Environmental, Social, and Governance (ESG) Investing?*  
<https://www.investopedia.com/terms/e/environmental-social-and-governance-esg-criteria.asp>.

**Ipsos. 2019.** *II Encuesta Nacional de Derechos Humanos: Población LGBT.* Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).  
[https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-06/presentacion\\_ii\\_encuesta\\_nacional\\_ddhh.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-06/presentacion_ii_encuesta_nacional_ddhh.pdf)



**Jiménez Castaño, J.; Cardona Acevedo, M. & Sánchez Muñoz, M. 2017.** *Discriminación y exclusión laboral en la comunidad LGBT: Un estudio de caso en la localidad de Chapinero, Bogotá Colombia.* *Papeles de Población, 23(93), 231–267.*  
<https://doi.org/10.22185/24487147.2017.93.028>.

**Johnson, I. 2015.** *LGBT Diversity: Show me the Business Case. Netherlands: Out Now.*  
<https://www.outnowconsulting.com/market-reports/lgbt-diversity-show-me-the-business-case-report.aspx>.

**Joint United Nations Programme on HIV/AIDS (UNAIDS). 2014.** *The Caribbean Men’s Internet Survey (CARIMIS).*

**Jones, J.M. 2021.** *LGBT Identification Rises to 5.6% in Latest U.S. Estimate. Gallup.*  
<https://news.gallup.com/poll/329708/lgbt-identification-rises-latest-estimate.aspx>.



# K

**Kalume, C. 2022.** *9th Small Business Training For Low-Income LGBTQI+ Entrepreneurs In Brazil.* Micro Rainbow International Foundation.

<https://mrifoundation.global/9th-small-business-training-for-low-income-lgbtqi-entrepreneurs-in-brazil/>.

**Klawitter, M. 2015.**

*Meta-Analysis of the Effects of Sexual Orientation on Earnings. Industrial Relations, 54: 4-32.*

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/irel.12075>.

**Kosciw, Joseph G & Zongrone, Adrian D. 2019.** *A Global School Climate Crisis: Insights on Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender & Queer Students in Latin America.* GLSEN & Todo Mejora.

[https://www.glsen.org/sites/default/files/2019-12/Global-School-Climate-Crisis-Latin-America-English-2019\\_0.pdf](https://www.glsen.org/sites/default/files/2019-12/Global-School-Climate-Crisis-Latin-America-English-2019_0.pdf).

# L

**Legum, J.; Zeckeria, T. & Crosby, R. 2022.**

*These 25 rainbow-flag waving companies donated \$13 million to anti-gay politions since 2021.* Popular Information.

<https://popular.info/p/lgbtq2022?s=r>.

**Lindo, Paula. 2021.**

*LGBTI+ Workplace Policy Gives Advice on Inclusivity.* Trinidad And Tobago Newsday.

<https://newsday.co.tt/2021/07/08/lgbti-workplace-policy-gives-advice-on-inclusivity/>.

**Lopez-Claros, A. 2015.**

*How inclusive societies boost economic growth.* World Economic Forum.

<https://www.weforum.org/agenda/2015/08/how-inclusive-societies-boost-economic-growth/>

**Lugo, Ana María. 2022.** *McCann Colombia Y Banco De Bogotá Presentan: “Cambio De Sexo”, La Nueva Pieza De La Campaña “Cambiando Contigo”. Copublicitarias.* <https://copublicitarias.com/mccann-colombia-y-banco-de-bogota-presentan-cambio-de-sexo-la-nueva-pieza-de-la-campana-cambiando-contigo-%F0%9F%87%A8%F0%9F%87%B4/>.



**Martínez, Juliana; Duarte, Ángela María & Rojas, María Juliana. 2020.** *Manufacturing Moral Panic: Weaponizing Children to Undermine Gender Justice and Human Rights. Global Philanthropy Project, Elevate the Children Funders Group & Sentiido.*

<https://elevatechildren.org/publications-manufacturing-moral-panic>.

**Martínez, Juliana; Roscio, Joseph G; Zongrone, Adrian D and Duarte, Ángela María. 2022.** *LGBTQ+ Youth Experiences and Wellbeing During the Covid-19 Pandemic in Colombia: School, Family, Religion, and Online Activities. Sentiido.*

<https://sentiido.com/wp-content/uploads/2022/09/LGBTQ-YOUTH-EXPERIENCES.pdf>

**Mendos, L.R.; Botha, K.; Carrano Lelis, R.; López de la Peña, E.; Savelev, I. & Ran, D. 2020.** *State-Sponsored Homophobia 2020: Global Legislation Overview Update. Geneva: ILGA World.*

<https://ilga.org/ilga-world-releases-state-sponsored-homophobia-December-2020-update>.

**Miller, J. & Parker, L. 2018.** *Strengthening the Economic Case. Open for Business.*

<https://open-for-business.org/reports>

**Miller, J. & Parker, L. 2015.**

*The Economic and Business Case for LGB&T Inclusion. Open For Business.*

<https://open-for-business.org/reports>

**Ministerio de Desarrollo Social (MIDES). 2016.**

*Transforma 2016. Visibilizando realidades: Avances a partir del Primer Censo de personas trans.*

<http://dspace.mides.gub.uy:8080/xmlui/handle/123456789/1900>

**Mohammed, R.A.; Theron, L.; Carrillo, K. & Rambarran, N. 2020.**

*From Fringes to Focus: A deep dive into the lived-realities of lesbian, bisexual and queer women and trans masculine persons in 8 Caribbean countries. Amsterdam: COC Netherlands.*

**Morales, Joselyn Andrea Brenes. 2019.** *Los Principios De Igualdad Y De No Discriminación De Las Personas Lesbianas, Gays, Bisexuales Y Trans (LGBT) En Las Relaciones Laborales De Costa Rica.* <https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2019/05/Joselyn-Andrea-Brenes-Morales-Tesis-completa.pdf>.

**Moses, M.; Carrillo, K. & Theron, L. 2020.** *From Fringes to Focus: A deep dive into the lived-realities of lesbian, bisexual and queer women and trans masculine persons in 8 Caribbean countries.* Amsterdam: COC Netherlands.

**Moura, F. 2019.** *Brazil's Biggest Employer of Trans People Flies Its Pride Flag.* Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/news/features/2019-06-27/in-bolsonaro-s-brazil-guararapes-gua3-flaunts-its-trans-pride>.



N

**Nodos Argentina, Integra, Sentiido, Nodos Mexico & MSN 2020.** *Primera encuesta latinoamericana sobre diversidad sexual, acoso, violencia y discriminación en el ámbito laboral.* <https://sentiido.com/wp-content/uploads/2021/05/Encuesta-latinoamericana-diversidad-y-discriminacion-laboral-2020-Latam-1.pdf>.



O

**Ortega, Thalía. 2022.** *La Entrevista: El Amor No Tiene Fronteras; Aeroméxico. Expok.* <https://www.expoknews.com/el-amor-no-tiene-fronteras-aeromexico/>.

**Out & Equal. 2022.** *Carta De Apoio À Diversidade, Ao Respeito E À Inclusão De Pessoas LGBTQ+ Nos Locais De Trabalho No Brasil.* <https://outandequal.org/lgbtqbrazil/>.

**Out Now. (n.d.)** <http://www.outnow.lgbt/>.

**OutRight Action International. 2016.** *Cartografía de derechos trans en Colombia.* New York. [https://outrightinternational.org/sites/default/files/TransRpt\\_Colombia\\_SP.pdf](https://outrightinternational.org/sites/default/files/TransRpt_Colombia_SP.pdf).

**Paoli Itaborahy, L. 2014.**

*LGBT People Living in Poverty in Rio de Janeiro. London: Micro Rainbow International.*

[https://mrifoundation.global/wp-content/uploads/2014/06/Final-LGBT-Poverty-in-Rio\\_web\\_reduced.pdf](https://mrifoundation.global/wp-content/uploads/2014/06/Final-LGBT-Poverty-in-Rio_web_reduced.pdf).

**Paoli Itaborahy, L. 2021.**

*Giving Hope To LGBTI Entrepreneurs In Brazil Amid The Pandemic. Micro Rainbow International Foundation.* <https://mrifoundation.global/giving-hope-to-lgbti-entrepreneurs-in-brazil-amid-the-pandemic/>.

**Parizek, Katharina. 2019.** *Corporate Social Responsibility and Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender Issues [Master Thesis]. International Hellenic University Repository.*

<https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/handle/11544/29333>.

**Patel, Pankaj C. & Feng, C. 2021.** *LGBT Workplace Equality Policy and Customer Satisfaction: The Roles of Marketing Capability and Demand Instability. Journal Of Public Policy & Marketing, 40(1), 7-26. doi:10.1177/0743915620945259.*

**Pérez Díaz, Vanessa. 2019.** *La Comunidad Lgbt Movió El Año Pasado US\$253.000 Millones En América Latina. Diario La República.*

<https://www.larepublica.co/globoeconomia/la-comunidad-lgbt-movio-el-ano-pasado-us-253-000-millones-en-america-latina-2878418>.

**PETAL; Efunyemi, I.; Carrillo, K. & Theron, L. 2020. From Fringes to Focus: A deep dive into the lived-realities of lesbian, bisexual and queer women and trans masculine persons in 8 Caribbean countries. Amsterdam: COC Netherlands.**

**Petunia Crowdfunding Campaign:**

**Pichler, S. & Ruggs, E. 2018.** *LGBT workers. In A. Collela & E. King (Eds.), The Oxford Handbook of Workplace Discrimination, pp. 665-701. Oxford, UK: Oxford University Press.*

**Pichler, Shaun; Blazovich, Janell L.; Cook, Kirsten A.; Huston, Janet M. & Strawser, William R. 2017.** *Do LGBT-Supportive Corporate Policies Enhance Firm Performance?* *Human Resource Management*, 57(1), 263–278. doi:10.1002/hrm.21831.

**Planning Quant. 2022.** <http://planningquant.com/>.

**Presente. (n.d.).** *Presente, Qué Hacemos.*  
<http://presente.pe/empresas/#quehacemos>.

**Presente. (n.d.).** *Empresas Presente.*  
<https://presente.pe/empresas/>.

**PwC. 2013.**  
*Millennials value greater flexibility, appreciation, team collaboration and global opportunities.*  
<https://www.slideshare.net/PWC/pwc-nextgenstudy2013>



R

**Rainey, T. & Imse, E.E. 2015.** *Qualified and Transgender: A report on results of resume testing for employment discrimination based on gender identity.* Washington, DC: District of Columbia Office of Human Rights. [https://ohr.dc.gov/sites/default/files/dc/sites/ohr/publication/attachments/QualifiedAndTransgender\\_FullReport\\_1.pdf](https://ohr.dc.gov/sites/default/files/dc/sites/ohr/publication/attachments/QualifiedAndTransgender_FullReport_1.pdf).

**Rainey, T. & Imse, E.E. 2015.** *Qualified and Transgender: A report on results of resume testing for employment discrimination based on gender identity.* Washington, DC: District of Columbia Office of Human Rights. [https://ohr.dc.gov/sites/default/files/dc/sites/ohr/publication/attachments/QualifiedAndTransgender\\_FullReport\\_1.pdf](https://ohr.dc.gov/sites/default/files/dc/sites/ohr/publication/attachments/QualifiedAndTransgender_FullReport_1.pdf).

**RF&G Insurance.**  
<https://www.rfginsurancebelize.com/>.

**Robinson, G. & Dechant, K. 1997.** **Building a business case for diversity.** *The Academy of Management Executive*, 11(3), pp. 21–31.

**Rocha, Cecilia; Urban, Anne-Marie; Ortiz, Diana; Agreda, María José Flor; Frisancho, Verónica & Pandolfi, Jimena. 2019.** *Convivencia y discriminación en centros de educación media en Uruguay. Administración Nacional de Educación Pública (ANEP) and Ministerio de Educación Pública (MIDES).*

<http://repositorio.mides.gub.uy:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1920/Informe%20convivencia%20y%20discriminaci%3b3n%20en%20centros%20de%20educaci%3b3n%20media%20en%20Uruguay.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

**Rochín del Rincon, S.J.; Acevedo Salas, M.E.; Cortes Miguel, J.L.; Careaga Pérez, G.; Avilez Ortega, A.; González Cruz, J.L.; Herrera Bautista, M. & Hernández Reyes, L. 2018.** *Diagnóstico nacional sobre la discriminación hacia personas LGBTI en México. Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas (CEAV), Fundación Arcoirirs por el Respeto a la Diversidad Sexual.*

<https://www.gob.mx/ceav/documentos/diagnostico-nacional-sobre-la-discriminacion-hacia-personas-lgbti-en-mexico>.

**Russell, Eric Louis. 2019. Filip Dewinter: Pinkwashing, Populism and Nativism. The Discursive Ecology of Homophobia. Multilingual Matters. ISBN 978-1-78892-346-0.**

A large orange square containing a white, stylized letter 'S'.

**SinViolencia LGBT. 2019.** *El prejuicio no conoce fronteras: Homicidios de lesbianas, gay, bisexuales, trans e intersex en países de América Latina y el Caribe 2014-2019.*

<https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://sinviolencia.lgbt/wp-content/uploads/2022/07/El-prejuicio-no-conoce-fronteras.pdf>.

**SOGI Task Force & Koehler, Dominik. 2015.** *LGBTI people are (likely) over-represented in the bottom 40%. Governance for Development. World Bank.*

<https://blogs.worldbank.org/governance/lgbti-people-are-likely-over-represented-bottom-40>.

**Subramanian, Tia; Anderson, Joy & Bacalja Perianes, Milena. 2022.** *Investing with an LGBTQI Lens: Rethinking Gender Analysis Across Investing Fields. Criterion Institute.*

<https://criterioninstitute.org/wp-content/uploads/LGBTIQ-Report-Draft-Final-2020.pdf>.



**Tayar, M. 2017.** *Ranking LGBT inclusion: Diversity ranking systems as institutional archetypes.* *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 34(2), 198–210.

<https://doi.org/10.1002/cjas.1433>.

**Tayar, Mark. 2017.** *Ranking LGBT inclusion: Diversity ranking systems as institutional archetypes.* *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences De l'Administration*, 34(2), 198–210. doi: 10.1002/cjas.1433.

**Tilcsik, A. 2011.** *Pride and Prejudice: Employment Discrimination against Openly Gay Men in the United States.* *American Journal of Sociology*, 117(2), 586–626.

<https://doi.org/10.1086/661653>

**Tilcsik, A.; Anteby, M. & Knight, C. 2015.** *Concealable Stigma and Occupational Segregation: Toward a Theory of Gay and Lesbian Occupations.* *Administrative Science Quarterly*, 60(3), 446–481. <https://doi.org/10.1177/0001839215576401>.

**Transgender Europe (TGEU). 2014.** *Legal and social mapping archives.*

<https://transrespect.org/en/research/legal-social-mapping/>.

**Transgender Europe (TGEU). 2021.** *TVT TMM Update: Trans Day of Remembrance 2021.*

<https://transrespect.org/en/tmm-update-tdor-2021/>.

**United Nations Development Programme (UNDP). 2021.** *LGBTI National Survey 2020, Dominican Republic. Santo Domingo.*

<https://www.undp.org/es/dominican-republic/publications/informe-de-resultados-encuesta-nacional-lgbti-2020?types=Publicacion&topics=&countries=Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe%20Rep%C3%BAblica%20Dominicana%20&pubDate=26%20ago.%202021>.

**United Nations Free & Equal. 2017.** *Standards of Conduct for Business: Tackling Discrimination against Lesbian, Gay, Bi, Trans, & Intersex People. Geneva, Switzerland: United Nations Human Rights Office of the High Commissioner.*

<https://www.unfe.org/wp-content/uploads/2017/09/UN-Standards-of-Conduct.pdf>

**United Nations Global Compact. (n.d.).** *Business Actions to Eliminate Child Labour.*

<https://unglobalcompact.org/take-action/business-actions-to-eliminate-child-labour#:~:text=15%2D20%20May%202022%3A%20The,forced%20labour%20by%202030%2C%20as>

**Urban, Anne-Marie & Ágreda, María José Flor. 2020.** *Data for Equality. Let's Talk about Equality. The Inter-American Development Bank.*

<https://blogs.iadb.org/igualdad/en/data-for-equality/>.

**Urban, Anne-Marie; Ágreda, María José Flor; Ramos Moreno, Alejandra & Ortiz, Diana. 2020.**

*Hacia un mejor entendimiento de la discriminación por orientación sexual e identidad de género [Technical Note IDB-TN-01885]. Inter-American Development Bank, Gender and Diversity Division.*

**Urban, Anne-Marie; Flor Ágreda, María José; Ramos Moreno, Alejandra & Ortiz, Diana. 2022.**

*Hacia Un Mejor Entendimiento De La Discriminación Por Orientación Sexual E Identidad De Género. Inter-American Development Bank.*

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Hacia-un-mejor-entendimiento-de-la-discriminacion-por-orientacion-sexual-e-identidad-de-genero.pdf>.

**USAID. 2022.** *Developing A Business Case for Gender Equality.*

<https://www.usaid.gov/engendering-industries/gender-equality-guides/business-case#:~:text=The%20Global%20Business%20Case%20for%20Gender%20Equality&text=Research%20shows%20that%20the%20top,in%20the%20bottom%2025%20percent>.





**Washington Center For Equitable Growth. 2017.**

*Fact sheet: Occupational segregation in the United States.*

<https://equitablegrowth.org/fact-sheet-occupational-segregation-in-the-united-states/>

**Waters, John; Budhwani, Henna; Hasbun, Julia & Hearld, K. Ria. 2018a.** *Estimation of Key Population Size of Men Who Have Sex with Men (MSM) and Transgender Women in Belize. Caribbean Vulnerable Communities & University of Alabama at Birmingham.*

**Waters, John; Budhwani, Henna; Hasbun, Julia & Hearld, K. Ria. 2018b.** *Estimation of Key Population Size of Men Who Have Sex with Men (MSM), Transgender Women and Female Sex workers in the Eastern Caribbean. Caribbean Vulnerable Communities & University of Alabama at Birmingham.*

**WE-CHANGE; Neil, K.; Steward, S.; Carrillo, K. and Theron, L. 2020.** *From Fringes to Focus: A deep dive into the lived-realities of lesbian, bisexual and queer women and trans masculine persons in 8 Caribbean countries. Amsterdam: COC Netherlands.*

**Wenner, Mark. 2016.** *Brain Drain: A Curse of Small States? Caribbean Development Trends. Inter-American Development Bank.*

<https://blogs.iadb.org/caribbean-dev-trends/en/brain-drain-a-curse-of-small-states/>.

**Wetrade. 2020.** *Reporte Global Wetrade 2020.*

<https://cclgbt.co/wp-content/uploads/2021/01/REPORTE-WETRADE-2020-FINALfinal.pdf>.

**Wetrade. 2022.** *Wetrade 2022.*

<https://expowetrade.com/>.

**Witeck. 2016.** *America's LGBT 2015 Buying Power Estimated at \$917 Billion [Press Release].*

<https://www.witeck.com/pressreleases/2015-buying-power/>

**Woods, Susan. 2011. Thinking about LGBT Diversity in the Workplace. Henderson Woods, LLC.** [https://ecommons.cornell.edu/bitstream/handle/1813/74782/Woods7\\_Thinking\\_about\\_LGBT.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ecommons.cornell.edu/bitstream/handle/1813/74782/Woods7_Thinking_about_LGBT.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

**Workplace Pride. 2022. A Call to Action: Corporate Advocacy for LGBT+ Rights. Amsterdam.**

**Workplace Pride. 2022. LGBT+ International Corporate Advocacy Guide: A Key to Safe**

**Workplaces.** <https://workplacepride.org/2022/02/08/lgbt-international-corporate-advocacy-guide-a-key-to-safe-workplaces/>.

**World Bank Group. 2018. Economic Inclusion of LGBTI Groups in Thailand (Vol. 2): Main Report (English). Washington, DC.**

<http://documents.worldbank.org/curated/en/269041521819512465/main-report>.

**World Bank. (n.d.). Women, Business and the Law.** <https://wbl.worldbank.org/en/wbl>.

**World Bank. 2013. Inclusion Matters: The Foundation for Shared Prosperity (Advance Edition). Washington, DC.** <http://hdl.handle.net/10986/16195>.

A stylized, bold, orange letter 'Z' is centered within a solid orange square. The 'Z' is composed of three thick, parallel horizontal bars connected by two vertical bars, creating a modern, geometric look.

**Zhang, Sharon. 2022. Corporate Pride Sponsors Have Given Over \$1.5 Million To Anti-LGBTQ Politicians. Truthout.**

<https://truthout.org/articles/corporate-pride-sponsors-have-given-over-1-5-million-to-anti-lgbtq-politicians/>.