

ORGULHO EM AÇÃO:
UM GUIA PARA A
INCLUSÃO DE LGBTQ+
NO LOCAL DE TRABALHO
NA AMÉRICA LATINA
E CARIBE



Autores:

Este artigo foi escrito pelo Professor Associado de Estudos de Gênero, Sexualidade e Cultura da American University Dr. Juliana Martínez, e Philip R. Crehan, Fundador da Eolas Consulting, sob a liderança e orientação de Laura Giraldo, Diretora de Gênero, Diversidade e Inclusão do BID Invest.

Os autores gostariam de agradecer a Kelly Widelska, Michael Castellano e Rudaba Zehra Nasir (Líder Global, Inclusão Econômica e Cuidados, IFC) e John (Ioannis) Arzinos (Diretor de Inclusão Econômica, IFC) pela avaliação de seus pares, bem como a Vanessa Martínez, Flor Bárcenas e John Marth.

Os autores gostariam igualmente de agradecer o feedback fornecido por:

Ángeles Barral (Consultora, Eficácia do Desenvolvimento - DSP/DVF), Milena Correia (Diretora de ESG, Gestão Ambiental e Social - DSP/SEG), César Carcelen (Diretor de Negócios Sustentáveis, Serviços de Consultoria - DSP/ADV) e Rafael González Rodríguez (Consultor, Serviços de Consultoria - DSP/ADV).

Sobre o BID Invest:

O BID Invest, membro do Grupo BID, é um banco multilateral de desenvolvimento comprometido com a promoção do desenvolvimento econômico de seus países membros na América Latina e no Caribe por meio do setor privado.

O BID Invest financia empresas e projetos sustentáveis para obter resultados financeiros e maximizar o desenvolvimento econômico, social e ambiental na região.

Com uma carteira de US\$ 13,1 bilhões em gestão de ativos e 385 clientes em 25 países, o BID Invest oferece soluções financeiras inovadoras e serviços de consultoria que atendem às necessidades de seus clientes em uma variedade de setores.

Copyright© 2023 *Inter-American Investment Corporation (IIC)*. Este trabalho está licenciado sob a licença Creative Commons IGO 3.0 Attribution-NonCommercial-NoDerivatives (CC-IGO License BY-NC-ND 3.0 IGO; <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) e pode ser reproduzido com créditos à IIC e para qualquer finalidade não comercial.

Não são permitidas obras derivadas.

Qualquer disputa relacionada ao uso das obras da IIC que não possa ser resolvida amigavelmente deverá ser submetida à arbitragem de acordo com as regras da UNCITRAL.

O uso do nome IIC para qualquer outra finalidade que não a atribuição e o uso do logotipo do IIC estarão sujeitos a um contrato de licença por escrito entre o IIC e o usuário e não são autorizados como parte desta licença CC-IGO.

Após um processo de revisão por pares, e com o consentimento prévio por escrito do IIC, uma versão revisada deste trabalho também pode ser reproduzida em qualquer revista acadêmica, inclusive as indexadas pelo EconLit da American Economic Association, desde que seja atribuído o crédito ao IIC e que o(s) autor(es) não receba(m) nenhuma fonte de renda com a publicação.

Portanto, a restrição ao recebimento de renda de tal publicação se estenderá apenas ao(s) autor(es) da publicação.

Com relação a essa restrição, se houver alguma inconsistência entre a licença Creative Commons IGO 3.0 Attribution-NonCommercial-NoDerivatives e essas declarações, a última prevalecerá.

Observe que o link fornecido acima inclui termos e condições de licença adicionais.

As opiniões expressas nesta publicação são de responsabilidade dos autores e não refletem necessariamente as opiniões do Grupo do Banco Interamericano de Desenvolvimento, de seus respectivos Conselhos de Administração ou dos países que representam.



Índice

Principais Terminologias e Acrônimos **4**

Parte 1:

O cenário de lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, transexuais e queer (LGBTQ+) na América Latina e no Caribe

13

Discriminação no emprego de LGBTQ+ na LAC

15

A mudança é possível e está acontecendo (em alta velocidade) na região

17

Parte 2:

O caso de negócios para a inclusão de LGBTQ+

19

Inclusão de LGBTQ+ no local de trabalho: Resultados Sólidos

20

Estudo de Caso 1: O Índice de Igualdade no Emprego LGBTQ+ no Peru

22

Estudo de Caso 2: Implicações de longo alcance para o código de conduta da Aeromexico

24

Solidez da Marca: O Poder dos Clientes

28

Estudo de Caso 3: Medidas inclusivas para cobertura de seguro em Belize

29

Parte 3 :

O processo de engajamento—Pontos de partida

32

Abordagem da segregação ocupacional: uma autoavaliação da inclusão de LGBTQ+

32

Estudo de Caso 4:

39

Promoção de políticas empresariais voluntárias em Trinidad e Tobago

Conclusão

40

Anexo 1:

Leis e proteções LGBTQ+ por país

42

Biografia

45

Principais Terminologias e Acrônimos

Sexo e Gênero

Características sexuais: características anatômicas a partir das quais o sexo biológico é atribuído e que incluem genitália, órgãos sexuais internos, hormônios e cromossomos. (Martínez et al., 2020).

Sexo atribuído no nascimento: categoria biomédica atribuída a pessoas principalmente com base na aparência de seus órgãos genitais no nascimento, geralmente binária: masculino ou feminino

Intersexual: um termo genérico para pessoas com variações nas características sexuais que não correspondem às concepções tradicionais do corpo masculino ou feminino (InterACT e AIS-DSD Support Group, 2020 em Martínez et al., 2020).

Gênero: uma construção social que atribui expectativas culturais e sociais a indivíduos com base no sexo que lhes foi atribuído (ILGA-Europe, 2019 em Martínez et al., 2020).

Orientação Sexual

Orientação sexual: a capacidade duradoura de uma pessoa de ter sentimentos românticos, emocionais ou físicos profundos ou atração por pessoas de um determinado sexo ou gênero.

Abrange a heterossexualidade, a homossexualidade, a bissexualidade e uma ampla variedade de outras expressões de orientação sexual.

Heterossexual: uma pessoa que se sente atraída por pessoas de sexo ou identidade de gênero diferentes dos seus.

Gay: um homem que é capaz de sentir atração romântica, emocional ou física por outros homens. O termo às vezes é usado para descrever mulheres que se sentem atraídas por outras mulheres.

Lésbica: uma mulher que é capaz de sentir atração romântica, emocional ou física por outras mulheres.

Bissexual: uma pessoa que tem a capacidade de sentir atração romântica, emocional ou física por pessoas do mesmo sexo ou gênero, bem como por pessoas de outro sexo ou gênero.

Pansexual: uma pessoa que sente atração por pessoas de todos os gêneros.

Assexual: falta de atração sexual por outras pessoas, pouco ou nenhum interesse ou desejo por atividade sexual.

A assexualidade não é o mesmo que abstinência sexual e celibato.

Demissexual: alguém que só sente atração sexual por uma pessoa depois de ter estabelecido um forte vínculo emocional.

Identidade e Expressão de Gênero

Identidade de gênero: a experiência de gênero profundamente interna e individual de cada pessoa (por exemplo, ser homem, mulher, algo intermediário, nenhum dos dois ou outro gênero) que pode ou não corresponder ao sexo designado no nascimento ou ao gênero socialmente atribuído. Abrange a percepção pessoal do corpo (que pode envolver, se livremente escolhida, a modificação da aparência ou do funcionamento por meios médicos, cirúrgicos ou outros) e expressões de gênero, inclusive vestimenta, fala e comportamentos.

Expressão de gênero: a manifestação da identidade de gênero por meio de comportamento, gestos, aparência ou outras formas de expressão. Sem relação direta ou necessária com o sexo atribuído a uma pessoa no nascimento, a expressão de gênero pode mudar ao longo da vida e pode ou não coincidir com as expectativas sociais sobre os papéis de gênero (Martinez et al. 2020).

Cisgênero: uma pessoa cuja identidade de gênero corresponde ao sexo designado no nascimento. Cis significa “em linha com” ou “do mesmo lado”. Cisgênero é o termo usado para descrever pessoas que não são transgêneros.

Transgênero: pessoa cujo sexo atribuído no nascimento não corresponde à sua identidade de gênero.

Não binário: uma autodescrição usada por pessoas cuja experiência de identidade e expressão de gênero não corresponde a “masculino” ou “feminino”, que são as duas categorias que os países ocidentais geralmente usam para classificar o gênero.

Queer: termo genérico para minorias sexuais e de gênero, ou seja, que não são heterossexuais ou cisgênero. Durante décadas, “Queer” era usado pejorativamente contra aqueles com desejos ou relações homossexuais. No entanto, os ativistas o reivindicaram como um termo de autoidentificação.

Gênero no conforme: termo abrangente que inclui, entre outros, lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e pessoas intersexuais.

Não conformidade de gênero: pessoas que não seguem as ideias ou os estereótipos de outras pessoas sobre como devem se vestir ou se comportar de acordo com o sexo feminino ou masculino que lhes foi atribuído no nascimento. Pode se aplicar a todas as identidades de gênero: trans, cis, não binário e outras. Geralmente abreviado como GNC.

Gênero fluido: uma pessoa com gênero fluido pode oscilar entre diferentes expressões de gênero ao longo da vida ou expressar vários aspectos de diversos marcadores de gênero simultaneamente. As pessoas com fluidez de gênero podem se identificar como não binárias ou transgênero ou também se identificar com o gênero que lhes foi atribuído

Discriminação

Homofobia: medo, ódio ou intolerância contra homossexuais ou pessoas do mesmo sexo como um grupo social ou como indivíduos. Inclui também a discriminação com base na orientação sexual.

Transfobia: o medo irracional de pessoas que mudam de gênero ou a incapacidade de lidar com a ambiguidade de gênero. Também descreve o tratamento discriminatório de pessoas cuja aparência ou identidade não corresponde às ideias convencionais de gênero, ou aquelas que não se identificam ou não expressam o sexo que lhes foi atribuído.

Heteronormatividade: um sistema de crenças que pressupõe e determina que todas as pessoas são e devem ser heterossexuais. Nas sociedades heteronormativas, a heterossexualidade é imposta social e/ou legalmente e é necessária para o bem-estar e a sobrevivência física e econômica de uma pessoa (Martinez et al., 2020).

Cisnormatividade: um sistema de crenças que pressupõe e determina que todas as pessoas são e devem ser cisgêneros. Nas sociedades cisnormativas, ser cisgênero ou ser percebido como cisgênero também pode ser uma questão de sobrevivência e bem-estar.

A cisnormatividade recompensa as pessoas cisgêneras - ou percebidas como cisgêneras - com reconhecimento sociopolítico, proteção legal e oportunidades econômicas, ao mesmo tempo em que priva de direitos aqueles que não são cisgêneros ou percebidos como cisgêneros (Martinez et al., 2020).

Acrónimos

DEI Diversidade, Equidade e Inclusão

ESG Social, Ambiental e Governança

GNC Gênero não-conforme

LAC América Latina e Caribe

LGBTQ+ Lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e pessoas queer. O Símbolo “+” indica que há mais identidades e características que podem não estar incluídas na nomenclatura do acrônimo “LGBTQ”.

MDB Banco Multilateral de Desenvolvimento

SOGI Orientação sexual e identidade de gênero

SOGIE Orientação sexual e identidade e expressão de gênero



Prólogo



Milagros Rivas

Chefe da Divisão de Serviços de Consultoria
BID Invest

A inclusão permite que as empresas criem ambientes de trabalho em que todos os funcionários, independentemente de gênero, orientação sexual, identidade e expressão de gênero, etnia, capacidade física ou outros aspectos de sua identidade, sintam-se respeitados e possam trabalhar com todo o seu potencial, ajudando as empresas a prosperar. O talento humano, em toda a sua diversidade e dentro de uma cultura de inclusão, traz grandes benefícios para as empresas. Ele estimula a inovação, promove a descoberta de novos mercados e melhora o desempenho financeiro.

Nesta publicação, *Orgulho em ação*: Um guia para a inclusão de LGBTQ+ no local de trabalho na América Latina e no Caribe, analisamos em profundidade os benefícios econômicos da inclusão de LGBTQ+ na força de trabalho, detalhando as mudanças que as empresas podem implementar em suas políticas trabalhistas, processos e valores organizacionais para ampliar e melhorar suas diretrizes em benefício dos funcionários e da própria empresa.

Este estudo aponta como a nossa região está se movendo rapidamente em direção a uma atitude positiva de tolerância e até mesmo de aceitação da comunidade LGBTQ+, analisando as oportunidades de negócios que o setor privado tem quando lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e pessoas queer, ou outros com orientações sexuais e identidades de gênero diversas, são incluídos na força de trabalho e em outras partes da economia de mercado.

Um dos pontos de destaque desse estudo é que temos um “imperativo empresarial moderno” que está se tornando uma tendência a ser seguida em nossos países. O estudo menciona que “as empresas já estão trabalhando com pessoas que são mais tolerantes e abertas à diversidade sexual e de gênero e, se as tendências demográficas continuarem, esse número continuará a crescer nos próximos anos”.

Por meio de casos concretos em diferentes países e setores, este documento mostra que a América Latina e o Caribe estão no caminho certo rumo a mais inovação, oportunidades de emprego e resultados de mercado inclusivos e sustentáveis.

As recomendações que o leitor encontrará neste documento têm o potencial de influenciar o valor da empresa, a produtividade e o desempenho dos funcionários, bem como o ambiente de trabalho, o que pode resultar em maior retenção de pessoal e marcas mais fortes.

A BID Invest tem o compromisso de ajudar as empresas de nossa região a atrair e reter os melhores talentos para que se tornem mais sustentáveis e competitivas. Fornecemos as ferramentas, o conhecimento e o treinamento certos para que nossos clientes possam crescer nesse processo.

Resumo *Executivo*

Em todo o mundo, o setor privado está se tornando um líder importante no trabalho em prol de economias mais inclusivas e sustentáveis. Dentro desse paradigma, é fundamental garantir que todas as pessoas - inclusive as pessoas LGBTQ+ - possam acessar, contribuir e se beneficiar de todas as partes do ecossistema empresarial e da cadeia de suprimentos, independentemente de sua identidade. Há um crescente conjunto de evidências confiáveis de que, além das considerações éticas ou focadas em direitos, esses esforços se traduzem em melhores resultados comerciais.

Essa lógica, ou o “caso de negócios” para a inclusão, está levando um número cada vez maior de empresas de todos os tamanhos e setores a considerar como aproveitar esse potencial de negócios, especialmente em relação à comunidade LGBTQ+.

Este relatório enfoca o **caso de negócios para a inclusão de LGBTQ+**. Com base no benefício mútuo que um local de trabalho e uma cultura inclusivos trazem para empresas e indivíduos, o caso de negócios para a inclusão LGBTQ+ mostra as muitas maneiras pelas quais as empresas se beneficiam quando se esforçam para diversificar sua força de trabalho e incluir pessoas LGBTQ+ no local de trabalho e em outras operações. Um número crescente de pesquisas mostra que esses esforços são compensadores.

A inclusão de LGBTQ+ traz benefícios relacionados à retenção de talentos, ao aumento do desempenho e da produtividade dos funcionários, ao aumento do valor e da lucratividade da empresa, ao potencial de maior retorno sobre o investimento e ao maior acesso a uma base de clientes cada vez maior.

Além disso, as estimativas demográficas apontam para o tamanho considerável da comunidade LGBTQ+, aumentando a conscientização sobre seu potencial de mercado. Por exemplo, embora ainda haja lacunas nos dados quantitativos, pesquisas rigorosas estimam que entre 5% e 6% da população se identifica como LGBTQ+. Extrapolando isso para a população total da América Latina e do Caribe (LAC), isso equivale a um número entre 33 e 39 milhões de pessoas. **Ou seja, se houvesse um país na região com pessoas exclusivamente LGBTQ+, ele seria o quinto maior país da LAC, depois do Brasil, México, Colômbia e Argentina.**

Este relatório está dividido em três partes. **A Parte 1 apresenta o panorama jurídico e social** da região em termos de atitudes em relação à comunidade LGBTQ+, reconhecimento de direitos e experiências com discriminação e violência, com um foco especial na discriminação LGBTQ+ no local de trabalho.

A Parte 2 enfoca o caso de negócios para a inclusão de LGBTQ+, particularmente em termos de práticas de contratação, retenção de talentos, produtividade e contribuição para os resultados do negócio. Esta seção demonstra que uma decisão deliberada das empresas de contratar pessoas LGBTQ+ e abordar questões SOGIE (orientação sexual, identidade e expressão de gênero) no ambiente de trabalho tem uma influência clara e positiva tanto para os funcionários quanto para as empresas.

A Parte 3 é a parte mais prática e acionável do relatório. É uma ferramenta que oferece às empresas uma maneira de promover ativamente a inclusão LGBTQ+ no local de trabalho e durante suas operações. As recomendações descritas são úteis para empresas de diferentes portes avaliarem seu nível de maturidade para iniciar ou continuar a desenvolver políticas e práticas de inclusão de LGBTQ+. Elas têm como objetivo estimular ou incentivar discussões contínuas sobre o que pode ser feito para promover a inclusão de LGBTQ+ no local de trabalho, bem como oferecer ideias concretas e acionáveis, tais como: (i) implementar políticas e práticas para atrair pessoas LGBTQ+, inclusive talentos trans e não binários; (ii) o que deve ser considerado como parte dos benefícios dos funcionários; e (iii) gerenciar sistemas de remuneração.

Para fundamentar ainda mais essas conclusões, o relatório destaca o trabalho que já está sendo feito na região por meio de **exemplos de inclusão de LGBTQ+ em diferentes setores (manufatura, transporte, finanças e serviços de terceirização) no Peru, México, Belize e Trinidad e Tobago.** Também estão incluídas duas entrevistas que mostram os benefícios econômicos que a inclusão de LGBTQ+ traz para uma pequena empresa de serviços de alimentação e uma empresa de serviços na Colômbia.



Principais Conclusões

➤ **Um aspecto importante quando se pensa em oportunidades de negócios LGBTQ+ na LAC é ter em mente que as atitudes em relação às pessoas LGBTQ+ e o reconhecimento de seus direitos não são os mesmos em toda a região.** Por exemplo, enquanto países como Argentina, Uruguai e Colômbia estão na vanguarda, outros continuam a aplicar métodos de exclusão em nível estadual. Por exemplo, embora todos os países de língua espanhola e portuguesa da LAC tenham descriminalizado as relações entre pessoas do mesmo sexo entre adultos que consentem, ainda há seis países na região que punem as relações entre pessoas do mesmo sexo. Todos estão no Caribe de língua inglesa. Devido a essas divergências, é fundamental que, ao explorar o potencial dos talentos e mercados LGBTQ+, as empresas e os empreendedores estejam bem informados sobre as leis, políticas, regulamentações e cultura LGBTQ+ locais.

➤ **As pessoas LGBTQ+ enfrentam rotineiramente discriminação no local de trabalho (e fora dele), resultando em uma perda significativa de talentos e oportunidades.** Uma análise exploratória da discriminação no local de trabalho, incluindo dados da Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Uruguai (Nodos Argentina et al., 2020), revelou que 74,4% dos entrevistados relataram ter sofrido assédio, discriminação ou violência no local de trabalho no último ano por causa de sua orientação sexual ou identidade de gênero (Nodos Argentina et al., 2020, pp. 42-43). Quase um quarto (23,8%) relatou que essa discriminação veio de seus superiores (Nodos Argentina et al., 2020, p. 55). Diante desses resultados, não é de surpreender que 46,4% tenham declarado que não “se assumiram” em seu local de trabalho (Nodos Argentina et al., 2020, p. 53).

Os transgêneros são uma população particularmente vulnerável, com acesso muito limitado a oportunidades de emprego. Uma pesquisa realizada pela Prefeitura de Bogotá (Colômbia) revelou que 79% das pessoas transgênero sofreram discriminação no local de trabalho (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2010, pp. 29-30). Dentro desse grupo, as mulheres transgênero sofrem mais violência e discriminação, com consequências trágicas. Enquanto a expectativa de vida das mulheres cisgênero (mulheres que não são transgênero) na região é de 77 anos, a Comissão Interamericana de Direitos Humanos estimou que a expectativa de vida das mulheres transgênero é de 35 anos, a mais baixa de todos os grupos sociais (CIDH, 2015b, p. 170).

➤ **Embora apenas 16 dos 33 países —quase metade dos países da região— tenham medidas concretas para proteger as pessoas LGBTQ+ da discriminação no local de trabalho (consulte o Anexo 1) , as atitudes em relação à comunidade LGBTQ+ estão mudando rapidamente para melhor.** A idade é o principal fator dessa mudança positiva de atitude. As gerações mais jovens aceitam muito mais as pessoas LGBTQ+ do que as mais velhas e têm muito mais probabilidade de se identificar abertamente como LGBTQ+. Para as empresas, isso significa que, quer saibam ou não, elas já estão trabalhando com a população mais tolerante e aberta à diversidade sexual e de gênero da história da região. Se as tendências demográficas continuarem, essa aceitação e o número de pessoas que se identificam como LGBTQ+ continuarão a crescer nos próximos anos.

- **Quando as empresas adotam políticas inclusivas para LGBTQ+ e trabalham em prol de uma cultura de trabalho mais aberta, elas obtêm melhores resultados para os funcionários LGBTQ+.** De fato, vários estudos globais encontraram uma correlação significativa entre o aumento das iniciativas inclusivas e a retenção de funcionários LGBTQ+, maior desempenho no trabalho, menos discriminação e melhor saúde dos funcionários (Badgett, 2013).
- **As pessoas LGBTQ+ têm um poder aquisitivo muito alto. Em 2016, o Credit Suisse se baseou em dados do Banco Mundial e outros para descobrir que as pessoas LGBTQ+ em todo o mundo têm um poder de compra coletivo de US\$ 3,7 trilhões, um pouco mais do que o PIB da Alemanha nesse mesmo ano (Credit Suisse, 2016). Embora haja muito poucos dados disponíveis sobre o poder de compra dessa comunidade na LAC, em 2017 a Forbes estimou que, somente no México, as pessoas LGBTQ+ geraram US\$ 65 bilhões em consumo (Celis, 2017). Há uma grande oportunidade para as empresas e organizações aproveitarem o poder de compra coletivo das pessoas LGBTQ+ e atenderem às suas necessidades e preferências específicas.**
- É importante reconhecer que o poder de compra pode variar muito dentro da comunidade LGBTQ+. Cada grupo tem suas próprias nuances e desafios específicos. Esse é o caso das pessoas transgênero, que enfrentam índices alarmantes de pobreza e vulnerabilidade por não terem acesso adequado a oportunidades econômicas e de emprego. Por exemplo, uma pesquisa realizada pela Prefeitura de Bogotá (Colômbia) mostrou que apenas 5,3% das pessoas transgênero já haviam assinado um contrato de trabalho (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2010, pp. 29-30).
- **Uma pesquisa dos Estados Unidos (Pichler et al., 2017) reflete diretamente o impacto das políticas inclusivas LGBTQ+ no desempenho geral da empresa, mostrando um aumento no valor da empresa, na produtividade dos funcionários e na lucratividade geral.** Por exemplo, para empresas com políticas de inclusão de LGBTQ+, o valor médio aumenta significativamente, ganhando 21% mais valor, em comparação com empresas sem essas políticas. A lucratividade das empresas com políticas inclusivas também aumenta em 12,5% em comparação com as que não têm políticas. Estudos dessa natureza ainda não foram realizados para empresas da LAC, mas pode-se argumentar que resultados semelhantes seriam obtidos se mais talentos LGBTQ+ fossem incluídos na força de trabalho da região.
- **Uma representação mais diversificada no Conselho de Administração de uma empresa tem um impacto positivo sobre as empresas, pois cria um ambiente de trabalho mais inclusivo e com melhor funcionamento,** além de aumentar a sensibilidade a uma clientela cada vez mais heterogênea (e, portanto, a capacidade de prestar um serviço melhor).

¹ Para obter informações específicas de cada país sobre leis e regulamentações para a comunidade LGBTQ+, consulte o Anexo 1 ou acesse ILGA World (<https://database.ilga.org/en>).

- **A lealdade à comunidade LGBTQ+ é uma proposta econômica e vai além da identidade pessoal para incluir a família, os amigos e os aliados. Diversos estudos mostram que está surgindo uma base de consumidores que é mais fiel a marcas que consideram inclusivas. Os consumidores LGBTQ+ demonstram maior fidelidade a empresas que levam em conta suas necessidades (Patel & Feng, 2021; Pichler et al., 2017). No entanto, há também uma base forte e crescente de consumidores não LGBTQ+, conhecidos como aliados, que têm maior probabilidade de comprar de uma marca que apoia pessoas LGBTQ+ (Coqual, 2016) e também têm maior probabilidade de abandonar uma marca que age de forma homofóbica (Miller & Parker, 2018). Isso é especialmente verdadeiro para a geração do milênio (PwC, 2013; Barton, Koslow & Beauchamp, 2014), que representa quase dois bilhões da população mundial.**
- **Um chamado à ação: os leitores são incentivados a analisar o kit de ferramentas e as recomendações sobre inclusão no local de trabalho na Parte 3 e a abordá-los com uma mentalidade de crescimento em vez de uma atitude perfeccionista.** Essas recomendações são uma ferramenta útil que as empresas podem usar como parte de seu próprio processo rumo a um local de trabalho mais inclusivo e produtivo, especialmente para (i) avaliar o compromisso de toda a empresa (incluindo a gerência) com a inclusão de LGBTQ+, (ii) estabelecer e implementar medidas, (iii) medir o progresso e (iv) comunicar os resultados a todas as partes interessadas.

Em resumo, a LAC têm experimentado melhorias constantes, embora irregulares, no reconhecimento legal de pessoas LGBTQ+ e mudanças positivas de atitude. Além disso, um número crescente de estudos tem demonstrado sistematicamente os benefícios econômicos da diversidade e da inclusão em geral e especificamente sobre o impacto da inclusão de LGBTQ+ nas empresas.

No entanto, é fundamental reconhecer que ainda há um longo caminho a percorrer. O progresso feito até agora deve ser comemorado, mas não podemos perder de vista os desafios que ainda existem, especialmente para aqueles cuja expressão de gênero não se encaixa nos limites que a sociedade tradicionalmente define como “normal”. Alcançar a verdadeira inclusão no local de trabalho requer um esforço coletivo por parte das empresas, dos formuladores de políticas e da sociedade em geral para desafiar os preconceitos e as normas existentes que impedem a aceitação e o empoderamento plenos da comunidade LGBTQ+. A promoção da diversidade, da equidade e da inclusão LGBTQ+ por meio da promoção de valores empresariais de compreensão, respeito e oportunidades iguais pode criar um futuro em que todos os funcionários (independentemente da orientação sexual ou da identidade e expressão de gênero) se sintam valorizados, apoiados e possam prosperar em suas carreiras.



Parte 1:

O cenário de lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, transexuais e queer (LGBTQ+) na América Latina e no Caribe

Pontos Principais



Poucos lugares fizeram mais progresso em relação aos direitos LGBTQ+ nas últimas décadas do que a América Latina e o Caribe (LAC). Vários países da LAC reconheceram o casamento entre pessoas do mesmo sexo e a adoção igualitária, o direito de usufruir de todos os benefícios do cônjuge (inclusive assistência médica e pensões) e estatutos de não discriminação. Como se isso não bastasse, algumas das leis de identidade de gênero mais avançadas do mundo foram aprovadas na região, especificamente no Cone Sul. No entanto, esses avanços legais têm sido muito desiguais e apresentam limitações consideráveis: muitos desses direitos permanecem teóricos e as pessoas LGBTQ+ na região continuam a enfrentar preconceito, discriminação e violência em suas vidas diárias.

2



Apenas 16 dos 33 países da região (48%) têm medidas concretas em vigor para proteger contra a discriminação LGBTQ+ no local de trabalho.



5

A idade é o maior impulsionador dessa mudança de atitude. **As gerações mais jovens aceitam muito mais as pessoas LGBTQ+ do que os adultos mais velhos e têm muito mais probabilidade de se identificar abertamente como LGBTQ+.**



3

Os grandes desafios impostos pela violência e pela discriminação, que são problemas importantes, não afetam apenas as pessoas LGBTQ+ e suas famílias, **mas também têm um impacto negativo no desenvolvimento econômico em nível nacional e regional e resultam em uma perda significativa de oportunidades de negócios.**

6



Quer estejam cientes disso ou não, as empresas da LAC já estão trabalhando com as pessoas mais tolerantes e abertas à diversidade sexual e de gênero da história da região e, se as tendências demográficas continuarem, esse número continuará a crescer nos próximos anos. Portanto, incorporar a diversidade e a inclusão LGBTQ+ nos valores empresariais, nos pacotes de benefícios, nos processos, no marketing e nas estratégias de crescimento dos negócios é indispensável no mundo do trabalho atual.

4



Embora ainda existam desafios, **uma mudança positiva de atitude em relação às pessoas LGBTQ+ é possível e está acontecendo rapidamente na região** (Chaux et al., 2021, p. 18).

A América Latina e o Caribe são uma região de contrastes e contradições quando se trata de direitos humanos e inclusão LGBTQ+. Desde o final da década de 1990, poucos lugares fizeram mais progresso na adoção e no respeito aos direitos das pessoas LGBTQ+. O casamento entre pessoas do mesmo sexo e direitos iguais de adoção, benefícios completos para parceiros, incluindo assistência médica e pensão, e estatutos de não discriminação foram reconhecidos por vários países da LAC, como Argentina, Colômbia, México e Uruguai. Como se isso não bastasse, algumas das leis de identidade de gênero mais avançadas do mundo foram aprovadas na região, especificamente no Cone Sul. No entanto, **esses avanços legais têm sido muito desiguais e apresentam limitações consideráveis: muitos desses direitos não foram totalmente implementados e muitas pessoas LGBTQ+ na LAC continuam a enfrentar preconceito, discriminação e violência em suas vidas diárias.**

Por exemplo, embora quase todos os países de língua espanhola e portuguesa da LAC tenham descriminalizado as relações consensuais entre adultos do mesmo sexo no século XX², ainda há seis países na região que punem as relações entre pessoas do mesmo sexo. Todos esses estão no Caribe de língua inglesa.³ Além disso, embora Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, Uruguai e alguns estados mexicanos reconheçam o casamento entre pessoas do mesmo sexo, Honduras o proibiu explicitamente em sua reforma constitucional mais recente. De modo geral, na maioria dos países do Caribe e da América Central, os direitos LGBTQ+ permanecem “em grande parte não reconhecidos” (Chaux et al., 2021, p. 6). Em contrapartida, as constituições da Bolívia, Equador e Cuba proíbem explicitamente a discriminação com base na orientação sexual ou identidade de gênero (Farrell, 2021). Além disso, **apenas 16 dos 33 países da região, quase a metade, têm medidas concretas para proteger contra a discriminação LGBTQ+ no local de trabalho (Mendos et al., 2020, p. 225).**⁴

O Cone Sul, especialmente a Argentina, tem liderado o caminho dos direitos dos transgêneros. Em 2012, a Argentina aprovou a primeira lei abrangente de identidade de gênero no hemisfério. Em 2018, o Chile e o Uruguai aprovaram leis de escopo semelhante. (Chaux et al., 2021, p. 6). Atualmente, na Bolívia, no Brasil, na Colômbia, na Costa Rica, no Equador, no Panamá, no Peru e em alguns estados mexicanos, os transgêneros também podem alterar seu nome e sexo nos documentos oficiais. Dependendo do país, há obstáculos financeiros e processuais de diferentes graus. No entanto, ainda há contrastes acentuados. Por exemplo, na Costa Rica, os procedimentos administrativos para alterar o nome e o marcador de sexo são gratuitos e os documentos de identificação nacional (carteiras de identidade) e outros documentos oficiais, como passaportes, não incluem marcadores de sexo desde 2018 (as certidões de nascimento sim). Entretanto, em Antígua e Barbuda, Bahamas, Barbados, Belize, Dominica, Granada, Guatemala, Haiti, Honduras, Jamaica, Nicarágua, Paraguai e Santa Lúcia, não é possível alterar o marcador de sexo nos documentos oficiais (Chiam et al., 2019, p. 176).⁵

² Alguns exemplos notáveis são a Colômbia (1981), o Equador e a Venezuela (1997), o Chile (1999) e a Nicarágua e o Panamá (2008).

³ Jamaica, Dominica, Santa Lúcia, São Vicente e Granadinas, Granada e Guiana.

⁴ Esses países são Barbados, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, Honduras, México, Nicarágua, Peru, Santa Lúcia, Suriname, Uruguai e Venezuela.

⁵ Para obter informações detalhadas sobre a situação atual do reconhecimento dos direitos LGBTQ+ na região, consulte o Anexo 1.

Na LAC, o quadro relativo às atitudes em relação às pessoas LGBTQ+ e ao reconhecimento de seus direitos é muito variado: “Há diferenças significativas nas atitudes em relação à homossexualidade entre os países da LAC. Os países do extremo sul do continente, como Uruguai, Argentina e Chile, apresentam as atitudes mais positivas em relação à homossexualidade, enquanto os países do Caribe, como Haiti, São Vicente e Granadinas e Dominica, têm as atitudes mais negativas da região”. (Chaux et al., 2021, p. 12). Considere o caso do casamento igualitário: enquanto 77% dos adultos no Uruguai apoiam o casamento entre pessoas do mesmo sexo, no Haiti, apenas 4% são a favor (Chaux et al., 2021, p. 33).

Essas atitudes negativas geralmente resultam em discriminação e até mesmo em violência. De fato, a América Latina e o Caribe são uma das regiões do mundo com mais mortes de pessoas LGBTQ+. Um estudo do SinViolencia LGBT —um grupo de organizações da sociedade civil que monitora homicídios de LGBTQ+ em dez países da região⁶— constatou que pelo menos 1.300 pessoas LGBTQ+ foram mortas entre 2014 e 2019. Isso equivale a quatro homicídios por dia e a um homicídio por dia somente no Brasil (SinViolencia LGBT, 2019, p. 5). Transrespect versus Transphobia Worldwide (TvT) —um projeto de pesquisa comparativa qualitativa-quantitativa em andamento iniciado pela Transgender Europe (TGEU) em 2005— confirma essa tendência terrível. Dados coletados em 2021 revelaram que 70% de todos os assassinatos registrados de pessoas trans em todo o mundo ocorreram nas Américas Central e do Sul, sendo que somente o Brasil foi responsável por 33% deles. A idade média dos mortos era de 30 anos (TGEU, 2014).⁷

Essas estatísticas ajudam a explicar por que, enquanto a expectativa de vida das mulheres cisgênero na região é de 77 anos, a Comissão Interamericana de Direitos Humanos estimou que a expectativa de vida das mulheres trans é de 35 anos, a mais baixa de qualquer grupo social (CIDH, 2015b, p. 170).

As pessoas LGBTQ+ na LAC também enfrentam discriminação sistêmica na educação, na assistência médica, na vida familiar e religiosa, no local de trabalho e em outras áreas importantes de suas vidas.



⁶ Os países são Brasil, Bolívia, Colômbia, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Peru e República Dominicana.

⁷ Para obter mais informações sobre violência e discriminação contra mulheres transgênero, consulte: 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>.

Discriminação no emprego de LGBTQ+ na LAC

As pessoas LGBTQ+ enfrentam desafios significativos ao longo de suas vidas (na família, na educação, na saúde etc.) que limitam seu acesso a oportunidades iguais, resultando em uma capacidade reduzida de acessar o mercado de trabalho. Essa discriminação pode ser tão comum, muitas vezes multidimensional em muitos setores, que é mais precisamente chamada de “**segregação ocupacional**”. Esse conceito se refere à classificação de possíveis funcionários em diferentes partes do mercado de trabalho, não com base em seus méritos ou habilidades, mas sim com base nos preconceitos e estereótipos do empregador, muitas vezes resultando em repercussões financeiras (Washington Center for Equitable Growth, 2017). No caso da população LGBTQ+, isso se deve ao estigma atitudinal, bem como às barreiras legais e institucionais que não reconhecem as identidades e os relacionamentos LGBTQ+ ou que os criminalizam (Crehan, et al., 2021).

A discriminação LGBTQ+ pode ocorrer em diferentes pontos do mercado de trabalho, incluindo os seguintes:

➤ **Práticas de recrutamento.** Os preconceitos conscientes e inconscientes, quando combinados com várias formas de práticas discriminatórias individuais e institucionais, constituem sérios obstáculos que impedem as pessoas LGBTQ+ de acessar a economia formal, permanecer no mundo do trabalho e alcançar seu pleno desenvolvimento profissional e econômico.

Por exemplo, **na Segunda Pesquisa Nacional de Direitos Humanos do Peru (2019), quatro em cada dez entrevistados disseram que não contratariam uma pessoa trans e três em cada dez disseram o mesmo para pessoas LGB⁸** (Ipsos, 2019). Isso é consistente com os resultados da Pesquisa Nacional LGBTI de 2021 na República Dominicana, que relatou que “apesar de ter um nível educacional mais alto do que a média da população em geral, entre as pessoas LGBTI que participaram da pesquisa havia uma taxa de desemprego mais alta em comparação com a média nacional” (PNUD, 2021, p. 159).



⁸ Cisgênero é o termo usado para descrever pessoas que não são transgêneros. Consulte a caixa “Terminologia-chave” na página 5.

⁹ Lésbicas, gays e bissexuais

Discriminação no Local de Emprego. Quando as pessoas LGBTQ+ estão no local de trabalho, elas continuam enfrentando atitudes discriminatórias e tratamento desigual. **Em uma análise exploratória da discriminação no local de trabalho que incluiu dados da Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Uruguai, 74,4% dos entrevistados relataram ter sofrido assédio, discriminação ou violência no local de trabalho por causa de sua orientação sexual ou identidade de gênero (SOGI) no último ano** (Nodos Argentina et al., 2020, p. 55). **Quase um quarto (23,8%) disse que essa discriminação veio de seus superiores** (Nodos Argentina et al., 2020, p. 55). Diante desses resultados, não é de surpreender que 46,4% tenham declarado que não “se assumiram” em seu local de trabalho (Nodos Argentina et al., 2020, p. 53).

A primeira Pesquisa Nacional sobre Homofobia e o Mundo do Trabalho no México (ADIL, 2014) revelou que 42% dos participantes sentiam que sua SOGIE¹⁰ não era respeitada em seu local de trabalho (p. 16). Além disso, mais de um terço das pessoas LGBTQ+ (35%) disse ter sofrido discriminação direta por parte de seus superiores ou colegas. Desses, 45% abandonaram seus empregos, 17% não queriam ir trabalhar, outros 17% disseram que se sentiam isolados e 13% relataram menor produtividade (ADIL, 2014, p. 12-13). **Uma pesquisa representativa mais recente (2021) realizada pelo Instituto Nacional de Estatística e Geografia do México (INEGI) mostrou uma tendência semelhante. Quase um terço (28,1%) das pessoas LGBTQ+ sofreu discriminação no local de trabalho** no último ano, incluindo acesso desigual a benefícios, ser preterido em promoções e ouvir “piadas” e comentários homofóbicos e transfóbicos (INEGI, 2021, p. 26). Da mesma forma, **uma pesquisa no Equador revelou que 43,8% dos entrevistados haviam sofrido discriminação LGBTQ+ no local de trabalho** e outros 22% afirmaram que haviam sofrido violência no local de trabalho por causa de sua SOGIE (INEC, 2013, p. 48).

Estudos realizados na Colômbia mostram resultados semelhantes. Um estudo de 2020 constatou que 25% dos entrevistados lésbicas, gays e bissexuais disseram ter sido demitidos ou rejeitados de um emprego por causa de sua orientação sexual. Da mesma forma, 40% dos participantes transgêneros relataram ter sofrido o mesmo tipo de discriminação com base em sua identidade de gênero (Choi et al., 2020a, p. 31). Como mostram os números, a discriminação no mercado de trabalho é particularmente notável entre as pessoas transgênero. **Uma pesquisa realizada pela Prefeitura de Bogotá revelou que 79% das pessoas trans sofreram discriminação no local de trabalho, 40% foram forçadas a se vestir e agir de uma forma que não refletia sua identidade de gênero e apenas 5,3% já haviam assinado um contrato de trabalho** (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2010, pp. 29-30).

¹⁰ Orientação sexual e identidade e expressão de gênero



A mudança é possível e está acontecendo (em alta velocidade) na região

Pontos Principais:

Estimativas da população LGBTQ+

Embora ainda haja falta de dados quantitativos sobre a comunidade LGBTQ+, vários estudos rigorosos realizados no México, nos Estados Unidos e no Caribe estimam com segurança que **entre 5% e 6% da população se identifica como LGBTQ+**, extrapolando para a população total da América Latina e do Caribe, isso equivale a um número entre 33 e 39 milhões de pessoas.¹¹ **Ou seja, se houvesse um país na região com pessoas exclusivamente LGBTQ+, ele seria o quinto maior da LAC, depois do Brasil, México, Colômbia e Argentina.**

Essas estimativas estão de acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Nacional de Estatística do México (INEGI) em 2021. A Pesquisa Nacional sobre Diversidade Sexual e de Gênero revelou que 5,1% da população mexicana se identifica como LGBTQ+ (INEGI, 2021, pp. 12-14). Nos Estados Unidos, dados nacionais da pesquisa de rastreamento diário da Gallup (2021) revelaram que 5,6% da população se identifica como LGBTQ+ (Jones, 2021). Por fim, o estudo realizado em 12 países do Caribe de língua inglesa estimou que mais de 6% da população regional era provavelmente LGBTQ+ ou atraída pelo mesmo sexo, com base em uma síntese de vários dados de instituições acadêmicas e de saúde de todo o mundo. Embora, conforme detalhado abaixo, esse número seja maior quando os dados são divididos por idade, pois as pessoas mais jovens têm muito mais probabilidade de se identificar como LGBTQ+, não heterossexual e não cisgênero.

Embora ainda existam desafios, uma mudança positiva de atitude em relação às pessoas LGBTQ+ é possível e está acontecendo rapidamente na região. De fato, „em quase todos os países pesquisados, há atitudes mais positivas em 2020 do que há uma década, não apenas entre os adultos, mas também entre os adolescentes“ (Chaux et al., 2021, p. 33). O estudo também mostra que a idade é o maior impulsionador dessa mudança de atitude (Chaux et al., 2021, p. 18).

Essa mudança em direção a uma atitude mais positiva entre a população mais jovem está correlacionada a uma maior autoidentificação como LGBTQ+. Em outras palavras, as gerações mais jovens aceitam muito mais as pessoas LGBTQ+ do que as mais velhas e têm muito mais probabilidade de se identificar abertamente como LGBTQ+. Embora seja difícil estimar o número de pessoas LGBTQ+ na região devido à falta de dados, as informações disponíveis mostram consistentemente que a porcentagem da população que se autoidentifica com categorias não heterossexuais (como gays, lésbicas, bissexuais, pansexuais, trans e não binários) aumenta à medida que a idade dos entrevistados diminui. Ou seja, quanto mais jovem a população, maior o número de pessoas que se identificam como LGBTQ+.

Por exemplo, a Pesquisa Nacional Mexicana sobre Diversidade Sexual e de Gênero (2021) revelou que **mais de um em cada 20 mexicanos, ou 5,1% da população mexicana, se identifica como LGBTQ+** (INEGI, 2021, pp. 12-14). Entretanto, quando os dados são divididos por faixa etária, a tendência é clara: **quase 7 em cada 10 (67,5%) dos 5 milhões de pessoas que se autoidentificam como LGBTQ+ têm entre 15 e 29 anos.** Isto significa que 15,6% das pessoas nessa faixa etária se identificam como LGBTQ+. Em contrapartida, apenas 0,9% dos entrevistados com 60 anos ou mais se identificam como LGBTQ+ (INEGI, 2021, p. 6). Padrões semelhantes foram encontrados na pesquisa de clima escolar nacionalmente representativa do Uruguai, que revelou altas taxas de autoidentificação LGBTQ+ entre os alunos: 12,8% se identificaram como não heterossexuais ou não cisgêneros (Rocha et al., 2019, p. 14).

¹¹ Para obter mais informações sobre esse tópico, consulte: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=ZJ>

Esses dados são consistentes com outros estudos que constataam que cada vez mais pessoas estão se identificando como LGBTQ+ (especialmente entre os mais jovens e as mulheres) e isso é corroborado por atitudes de maior apoio, maior reconhecimento de direitos e proteções legais, bem como maior acesso a informações, recursos e apoio por meio da Internet e das mídias sociais. Por exemplo, as pesquisas Gallup nos Estados Unidos mostram que mais millennials (5,8% em 2012 e 8,2% em 2017) e mulheres (de 3,5% para 5,1% nos mesmos anos) se identificam como LGBTQ+. (Urban et al., 2020, p. 18).¹²

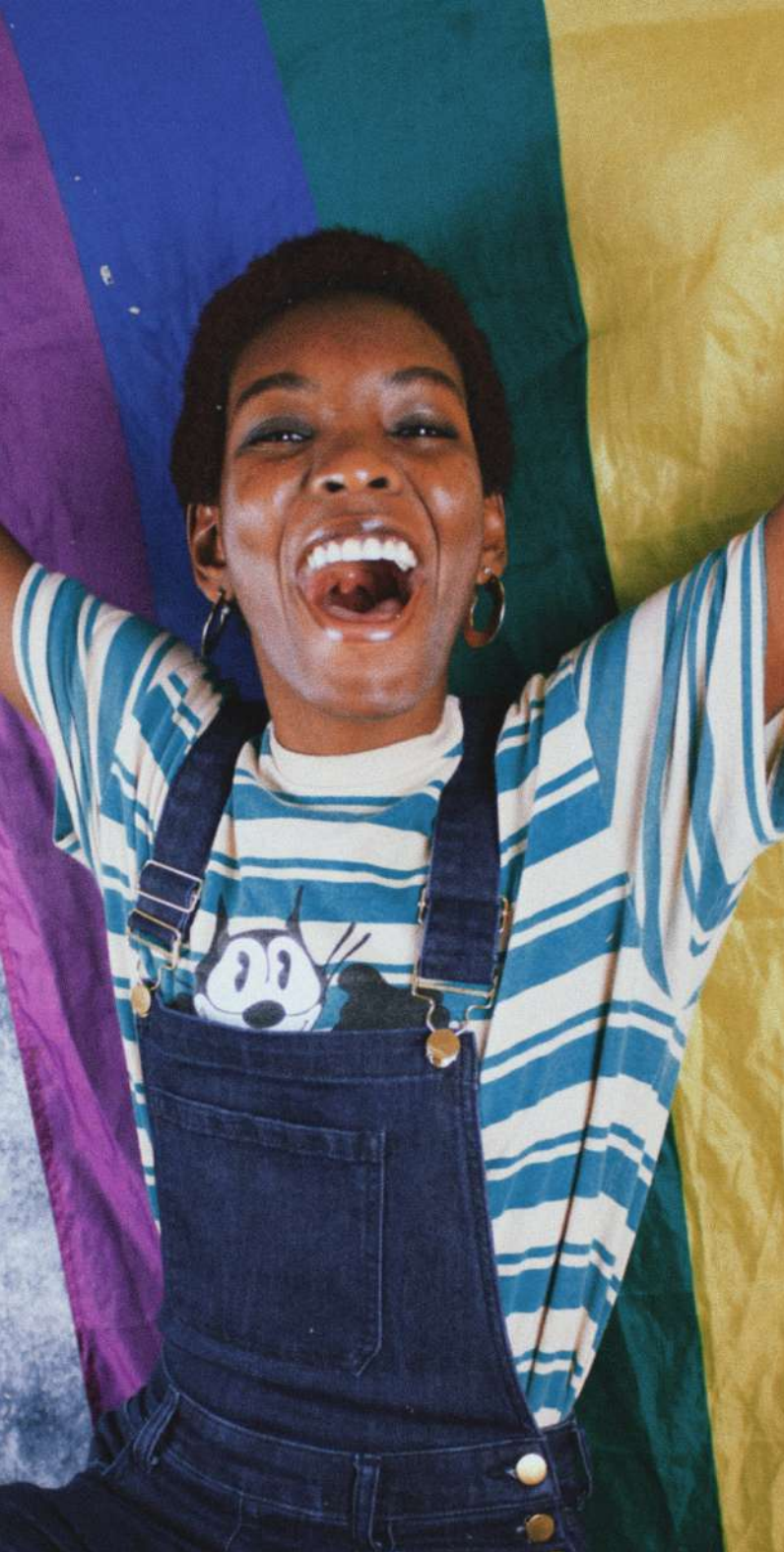
Para concluir, apesar das atitudes negativas que permanecem, do escopo e alcance limitados dos avanços legais e da violência e discriminação anti-LGBTQ+. **A LAC têm apresentado melhorias consistentes, embora lentas e irregulares, no reconhecimento dos direitos das pessoas LGBTQ+, e mudança positiva de atitude.** Além disso, “a região agora tem a primeira geração de pessoas que cresceram e atingiram a maioria com muitos direitos, proteções e disposições LGBTQ+ já em vigor; com movimentos LGBTQ+ fortes e altamente visíveis; e com uma discussão muito mais aberta sobre gênero e diversidade sexual nas esferas pública, política, cultural e de mídia social (Chaux et al., 2021, p. 8). Essa nova geração está promovendo mudanças culturais, legais e sociais.

As empresas da LAC agora operam em sociedades que reconhecem e protegem cada vez mais os direitos relacionados à diversidade (incluindo, entre outros, a diversidade sexual e de gênero) e aceitam muito mais as pessoas LGBTQ+.

Igualmente, quer estejam cientes disso ou não, as empresas já estão trabalhando com as pessoas mais tolerantes e abertas à diversidade sexual e de gênero da história da região e, se as tendências demográficas continuarem, esse número continuará a crescer nos próximos anos. Incorporar a diversidade e a inclusão LGBTQ+ nos valores empresariais, nos pacotes de benefícios, nos processos, no marketing e nas estratégias de crescimento dos negócios é indispensável no mundo do trabalho atual.

¹² O aumento da identificação LGBTQ+ não significa que um número crescente de pessoas esteja “se tornando” LGBTQ+. Em vez disso, os ambientes estão se tornando mais receptivos, com melhores leis e proteções legais em vigor, e proporcionando melhor acesso a informações precisas e sem julgamentos sobre as identidades LGBTQ+. Por sua vez, mais pessoas (especialmente os jovens) se sentem seguras para “sair do armário”, ou seja, estão optando por revelar sua identidade LGBTQ+ para familiares e amigos, bem como nas escolas, em documentos e pesquisas oficiais e no local de trabalho.





Parte 2:

O caso de negócios para a inclusão de LGBTQ+

Pontos Principais

1



Vale a pena ter políticas, procedimentos, culturas e estratégias inclusivas para LGBTQ+ no local de trabalho. Os benefícios tangíveis incluem: retenção de talentos, aumento do desempenho e da produtividade dos funcionários, aumento do valor e da lucratividade da empresa e o potencial para maiores retornos sobre o investimento e maior acesso a uma base de clientes em expansão.



2

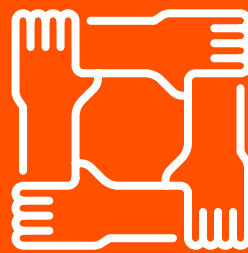
Um estudo recente sugere uma relação causal (e não apenas correlacional) entre políticas inclusivas LGBTQ+ e culturas de trabalho com resultados comerciais mais sólidos. Quando as empresas tomam uma decisão voluntária de contratar pessoas LGBTQ+, isso tem um impacto claro e positivo tanto para os funcionários quanto para as empresas (Pichler et al., 2017).



3

As pesquisas nos EUA refletem diretamente o impacto das políticas inclusivas para LGBTQ+ nos resultados das empresas, mostrando um aumento no valor da empresa, na produtividade e na lucratividade geral (Pichler et al., 2017).

Por exemplo, para empresas com políticas de inclusão de LGBTQ+, o valor médio aumenta significativamente, ganhando 21% mais valor, em comparação com empresas sem essas políticas (Pichler et al., 2017). A lucratividade das empresas com políticas inclusivas também aumenta em 12,5% em comparação com as que não têm políticas (Pichler et al., 2017). Esse tipo de pesquisa ainda não foi realizada para empresas da LAC, mas pode-se argumentar que resultados semelhantes podem ser encontrados.



4

O poder de uma base de clientes LGBTQ+ é forte:

Em 2016, o Credit Suisse se baseou em dados do Banco Mundial e outros para descobrir que as pessoas LGBTQ+ em todo o mundo têm um poder de compra coletivo de US\$ 3,7 trilhões. Para colocar isso em perspectiva, esse valor foi apenas um pouco maior do que o PIB da Alemanha no mesmo ano (Credit Suisse, 2016). Embora haja muito poucos dados disponíveis sobre o poder de compra dessa comunidade na LAC, em 2017 a Forbes estimou que, somente no México, as pessoas LGBTQ+ geraram US\$ 65 bilhões em consumo (Celis, 2017).

5



Uma representação mais diversificada no Conselho de Administração de uma empresa tem um impacto positivo sobre as empresas, pois cria um ambiente de trabalho mais inclusivo e com melhor funcionamento, além de aumentar a sensibilidade a uma clientela cada vez mais heterogênea (e, portanto, a capacidade de prestar um serviço melhor).

6



Os aliados têm um poder econômico considerável e crescente:

Os consumidores não LGBTQ+ são muito mais propensos a comprar de uma marca que apoie pessoas LGBTQ+ (Coqual, 2016) e também são mais propensos a abandonar uma marca que age de forma homofóbica (Miller & Parker, 2018).



Inclusão de LGBTQ+ no local de trabalho: Resultados Sólidos

Conceitos chave:

O plano de negócios para a inclusão de LGBTQ+

Com base no benefício mútuo que um local de trabalho e uma cultura inclusivos trazem para empresas e indivíduos, **o caso de negócios para a inclusão de LGBTQ+ mostra as muitas maneiras pelas quais as empresas**

se beneficiam quando se esforçam para diversificar sua força de trabalho e incluir pessoas LGBTQ+ no ambiente de trabalho e em suas operações.

Isso é exemplificado pela dedicação de uma empresa em introduzir melhores políticas e uma melhor cultura de trabalho para pessoas LGBTQ+, especialmente em relação ao processo de recrutamento e no local de trabalho, mas também fora de suas quatro paredes, por exemplo, aumentando seu nível de envolvimento com clientes e empresários LGBTQ+.

Os resultados comerciais específicos incluem a **retenção de talentos, o aumento do desempenho e da produtividade dos funcionários, o aumento do valor e da lucratividade da empresa e o potencial de maior retorno sobre o investimento e mais acesso a uma base de clientes em expansão.**

Esta parte se concentra no caso de negócios para a inclusão de LGBTQ+, especialmente com relação a práticas de contratação, retenção de talentos, produtividade, contribuição para o desempenho dos negócios, força e potencial empresarial, impacto sobre os clientes e a participação no mercado e o papel da empresa na esfera pública.

Quando as empresas tomam uma decisão voluntária de contratar pessoas LGBTQ+ e abordar questões de SOGIE, há resultados claros e positivos tanto para os funcionários quanto para as empresas. A Open For Business, uma coalizão de 37 empresas multinacionais que trabalham pela inclusão e diversidade LGBTQ+ no local de trabalho, identificou algumas das maneiras pelas quais a melhoria da cultura e das políticas LGBTQ+ no local de trabalho favorece a produtividade individual e o desempenho geral das operações comerciais. Veja abaixo o detalhamento com base em vários fatores em nível empresarial e individual (Molino & Parker, 2018).

As pessoas que trabalham em ambientes abertos, diversificados e inclusivos tendem a ter um desempenho melhor” devido a um nível melhor ou mais alto de “diversidade”:

- autenticidade
- Motivação
- Afinidade
- Satisfação
- Saúde
- Falar claro
- Ir mais além
- produtividade individual



“Um desempenho econômico mais forte decorre da maior capacidade das empresas inclusivas LGBTQ+ para”:

- Atrair talentos
- Reter talentos
- Inovar
- Colaborar
- Melhorar a orientação ao cliente
- Atrair consumidores LGBTQ+
- Consolidar a sua marca



Quando as empresas adotam políticas inclusivas para LGBTQ+ e trabalham em prol de uma cultura de trabalho mais aberta, elas obtêm melhores resultados para os funcionários LGBTQ+.

De fato, vários estudos globais encontraram uma correlação significativa entre o aumento das iniciativas inclusivas e a retenção de funcionários LGBTQ+, maior desempenho no trabalho, menos discriminação e melhor saúde dos funcionários (Badgett et al., 2013).

O Índice de Igualdade no Emprego LGBTQ+ no Peru



A Presente, uma organização da sociedade civil do Peru, lançou o primeiro índice de igualdade de emprego LGBTQ+ do país em 2018 para combater a discriminação no mercado de trabalho e promover mais oportunidades para a comunidade. Para isso, criou um questionário para as empresas preencherem voluntariamente, usando a ferramenta de pesquisa para fazer perguntas sobre políticas de contratação. A pesquisa perguntou como a empresa recruta talentos LGBTQ+, quais são as políticas antidiscriminação no local de trabalho, se existem mecanismos para que as pessoas que sofrem preconceito ou discriminação em potencial possam denunciá-los, se existem grupos de recursos para funcionários LGBTQ+ e se as empresas participantes assumiram um compromisso público com a diversidade e a inclusão. A Presente analisa esses dados e publica todos os anos uma lista pública das empresas com as maiores pontuações em inclusão LGBTQ+.

O índice teve um impacto positivo sobre o interesse e a disposição do setor privado em adotar políticas mais inclusivas, o que teve um impacto positivo sobre a capacidade da Presente de promover um diálogo social mais amplo. Por exemplo, somente no primeiro ano, a Presente avaliou e classificou publicamente 74 empresas participantes, o que resultou em 22 delas se comprometendo a adotar políticas melhores nos anos seguintes.

Além disso, com base nos resultados do índice, A Presente realizou atividades de treinamento e outros serviços de consultoria com algumas das empresas participantes para fornecer-lhes o apoio necessário para continuar trabalhando em prol de locais de trabalho mais inclusivos e produtivos.

De modo geral, o sucesso do índice aumentou a capacidade da Presente de fazer com que os líderes empresariais falem sobre a importância e os benefícios da inclusão de LGBTQ+, além de fornecer ao setor privado recursos concretos que eles podem usar para implementar, promover e monitorar suas iniciativas de inclusão.

Além disso, o estudo demonstra que essas iniciativas de avaliação da inclusão acabam se traduzindo em benefícios significativos para as empresas participantes, pois incentivam a adoção de políticas mais inclusivas que levam diretamente a melhores resultados comerciais (Pichler et al., 2017; Badgett et al., 2013).

Os resultados do índice também estão promovendo mudanças culturais nas empresas participantes. Isso é resumido por uma das empresas que a Presente avaliou e treinou:

“Graças a essas sessões, acho que toda a equipe chegou a um ponto chave de reflexão sobre os privilégios que algumas pessoas têm na sociedade e por que é essencial apoiar a inclusão da comunidade LGBTQ+” (Presente, 2022).

Melhores condições para a equipe LGBTQ+ podem levar a melhores resultados comerciais (como os listados na coluna superior direita). As pesquisas nos EUA refletem diretamente o impacto das políticas inclusivas para LGBTQ+ nos resultados das empresas, mostrando um aumento no valor da empresa, na produtividade e na lucratividade geral (Pichler et al., 2017). Dados coletados de 3.100 empresas entre 1996 e 2009¹³ mostraram que **houve conexões positivas significativas entre as políticas de inclusão de LGBTQ+ e o aumento do valor da empresa, da produtividade dos funcionários e da lucratividade geral, mesmo após a contabilização de outros fatores.** Por exemplo, um estudo constatou um aumento de aproximadamente 3% na produtividade dos funcionários entre as empresas que adotaram políticas inclusivas para LGBTQ+. Usando testes de causalidade baseados em precedência temporal, para cada parceria, os pesquisadores determinaram que **as políticas LGBTQ+ por si só estavam gerando esses grandes benefícios positivos para as empresas** (Pichler et al., 2017). Esse tipo de pesquisa ainda não foi realizado em empresas da LAC, mas é provável que resultados semelhantes sejam obtidos.

Além disso, no caso de empresas com políticas de inclusão de LGBTQ+, o valor médio aumenta consideravelmente, obtendo 21% a mais em comparação com empresas que não aplicam essas políticas. Em termos de lucratividade, há uma descoberta igualmente importante: há um aumento de 12,5% na lucratividade das empresas com políticas inclusivas em comparação com as que não as têm (Pichler et al., 2017).

As empresas da LAC estão prestando atenção e tomando medidas decisivas para a inclusão de LGBTQ+. Por exemplo, Guararapes Confecções SA, fabricante brasileiro de vestuário, assumiu uma posição firme de apoio aos funcionários transgêneros (Moura, 2019). Esta empresa, uma das maiores empregadoras do estado do Rio Grande do Norte, com mais de 11.000 funcionários, desempenha um papel fundamental na estrutura econômica e comercial do estado. Isso é significativo, uma vez que a **Guararape afirma ter contratado mais de 500 funcionários transgêneros e acredita que eles trazem talento e comprometimento para suas operações. Na verdade, em um esforço para atrair mais trabalhadores transgêneros, a empresa estabeleceu regras inclusivas para a mudança de marcadores de gênero nos documentos de identificação da empresa e introduziu políticas para o uso de banheiros com base na identidade de gênero** (Moura, 2019).

¹³ Dados obtidos da base de dados MSCI ESG Stats.





Implicações de Longo Alcance Para o Código de Conduta da Aeromexico

O Grupo Aeromexico, com sede na Cidade do México, é uma holding multibilionária de capital aberto que possui um total de seis grandes companhias aéreas. Especificamente, essa parceria é proprietária e opera a principal companhia aérea do México, a Aeromexico, que goza de prestígio internacional e é considerada uma das melhores companhias aéreas por seu serviço de passageiros (AirHelp, 2019), também para seus clientes LGBTQ+. Em 2022, o Grupo Aeromexico publicou um código de conduta para toda a empresa que estabelece altos padrões em questões relacionadas a valores e ética. Ele inclui medidas de diversidade, equidade e inclusão (DEI) no local de trabalho e no atendimento ao cliente, e se aplica a todos os funcionários de cada subsidiária, bem como a seus “fornecedores, parceiros, clientes e terceiros que atuam em nome das empresas do Grupo Aeromexico” (Aeroméxico, 2022a).

O código de conduta proíbe explicitamente a discriminação contra qualquer pessoa com base na orientação sexual ou identidade de gênero durante o processo de recrutamento, bem como em todas as suas operações no local de trabalho. Além disso, todos os serviços e produtos devem ser oferecidos sem discriminação com base na SOGI, o que significa que todos os clientes do Grupo Aeromexico devem ser tratados igualmente e sem preconceitos.

Não se trata de uma política nominal. A Aeromexico sempre demonstrou seu apoio à comunidade LGBTQ+ e adotou políticas inclusivas. Graças a esse esforço constante, ela se tornou uma empresa digna dos mais altos prêmios concedidos pelo índice de igualdade trabalhista da Human Rights Campaign no México, o HRC Equidad MX. De acordo com esse índice, **a Aeromexico obteve uma pontuação de 100% para suas políticas no local de trabalho em 2019**, o que significa que ofereceu políticas de emprego iguais sem discriminação, permitiu a criação de um grupo DEI ou LGBTQ+ no local de trabalho e assumiu compromissos específicos em termos de marketing, filantropia, atração de talentos e diversidade de fornecedores (Human Rights Campaign, 2019).

A Aeromexico também foi pioneira em iniciativas inclusivas, celebrando um dos primeiros casamentos gays a bordo de uma aeronave. Antes de outubro de 2022, cinco estados mexicanos não reconheciam o casamento igualitário. Em junho de 2022, a Aeromexico lançou uma campanha chamada *El amor no tiene fronteras* (O amor não tem fronteiras), que convidava casais do mesmo sexo de estados onde o casamento entre pessoas do mesmo sexo não era legal a compartilhar sua história de amor e se qualificar para um casamento com todas as despesas pagas em um de seus aviões sobrevoando o espaço aéreo de um estado onde o casamento entre pessoas do mesmo sexo era legalmente reconhecido. Pamela e Lucia, o primeiro casal selecionado, casaram-se em uma cerimônia emocionante a 30 mil pés de altitude, com amigos e familiares comemorando com eles dos assentos de passageiros (Aeroméxico, 2022b).

Dois outros aspectos dessa iniciativa criativa e impactante merecem ser destacados. **Em primeiro lugar**, foi uma proposta do comitê LGBTQ+ da Aeromexico e foi aceita pela gerência, e não o contrário. Portanto, baseou-se nas necessidades e expectativas dos funcionários LGBTQ+



El amor es nuestro paisaje favorito



e seus aliados, e foi iniciado pela gerência, não uma decisão de cima para baixo da matriz. Isso demonstra a importância da disposição das empresas em ouvir e responder aos grupos de recursos dos funcionários e seu impacto positivo nas operações comerciais e nas relações com os clientes.

Em **segundo lugar**, como destaca Xiomara Martín Matos, vice-presidente de marketing e sustentabilidade da Aeroméxico, o El amor no tiene fronteras não é uma campanha, mas representa um compromisso, uma “ação social” (Aeroméxico, 2022b). Isso é fundamental, pois vai além de iniciativas “pontuais” que mais parecem fantasias do que um esforço real de DEI.

Em geral, as iniciativas da Aeromexico em diferentes níveis em favor da inclusão de LGBTQ+ fornecem pelo menos três lições valiosas para a região. **Primeiro, ao implementar seu novo código de conduta em toda a empresa, incluindo suas subsidiárias, a Aeromexico está expandindo significativamente o alcance de suas políticas de inclusão, atingindo milhares de funcionários e representantes da empresa.** Isso também inclui os fornecedores, pois espera-se que não haja discriminação nas operações das PMEs envolvidas em suas cadeias de suprimentos.

Em segundo lugar, a Aeromexico está estabelecendo padrões de inclusão em todo o setor, especialmente para outras empresas do setor de viagens. Eles fizeram isso desenvolvendo um código de conduta que tem como base o tratamento igualitário de funcionários e clientes e que

estabelece expectativas mais fortes para políticas de tratamento igualitário e não discriminação no setor de turismo em expansão, um setor que continua a demonstrar pouco apoio à inclusão de LGBTQ+.

Por fim, o fato de o código de conduta ter sido criado no México e ser específico para operações domésticas, em vez de vir dos EUA, Canadá ou Europa, envia uma mensagem clara de que esses padrões são importantes para as empresas mexicanas e não foram “importados”. Além disso, devido à relevância da Aeromexico na comunidade empresarial latino-americana, eles têm o potencial de definir novas expectativas em termos de igualdade de tratamento e não discriminação, e até mesmo de serem reconhecidos como boas práticas em uma ampla variedade de setores na região.



El amor no tiene fronteras

O impacto de locais de trabalho mais diversificados e inclusivos também pode ser visto na sala de reuniões. Um estudo recente demonstra os benefícios em diversificar a composição do conselho de administração de uma empresa, inclusive com pessoas LGBTQ+. Uma pesquisa realizada em 1.443 empresas de 42 países durante cinco anos¹⁴ revelou que um aumento da diversidade nos conselhos de administração estava vinculado com menos incidentes e queixas por parte dos empregados e clientes (Srikant et al., 2020). Isto sugere que uma representação mais diversa no conselho de administração repercute positivamente nas empresas, uma vez que demonstra um ambiente laboral mais inclusivo e que funciona melhor, além de aumentar a sensibilidade para uma clientela cada vez mais heterogênea (e, por tanto, a capacidade de oferecer um melhor serviço). Este é um aspecto que merece muito ser ressaltado, uma vez que há pouquíssimas pessoas assumidas LGBTQ+ nos conselhos de administração das empresas. Com efeito, um estudo recente mostra que **“apenas 26 dos 5.670 (0,5%) assentos de diretoria da Fortune 500 são ocupados por diretores abertamente LGBTQ+”** (Catalyst, 2022).

Empreendedores LGBTQ+: um investimento empresarial promissor

Devido aos desafios impostos pela segregação ocupacional e discriminação no mercado de trabalho, muitas pessoas LGBTQ+ estão se voltando para o empreendedorismo (bem como para o setor informal) (iGravity & Dreiliden, 2019; Crehan et al., 2021). Isso significa que **é provável que haja uma alta representação de pessoas LGBTQ+ entre os empreendedores e, ao mesmo tempo, os investidores anjos e capitalistas de risco geralmente têm pouco interesse e investimento em empreendedores LGBTQ+** (Deutsch et al., 2016).

Com essa lacuna generalizada de financiamento para empreendedores LGBTQ+, surge uma grande oportunidade para os investidores, já que estudos recentes também mostram o potencial deles para expandir seus negócios e obter retorno sobre seus investimentos.

À medida que essa base empresarial inexplorada começou a receber financiamento, surgiram sinais de sucesso. A FME LGBT (uma ONG no México), a Viwala (uma empresa de fintech e utilidade social) e a Dreilinden (uma financiadora global) fizeram uma parceria para lançar uma iniciativa piloto que investe em pequenas empresas lideradas por LGBTQ+, fornecendo empréstimos entre US\$ 20.000 e US\$ 250.000. Desde 2020, e durante a pandemia, Dreilinden e seus parceiros examinaram mais de 100 pequenas empresas lideradas por LGBTQ+ para identificar aquelas que estavam prontas para se expandir e, por fim, investiram em cinco empresas por meio de um mecanismo de empréstimo em que o reembolso do principal e os pagamentos de juros estão vinculados à receita gerada (Bollier & Dreilinden, 2021). Embora a iniciativa ainda esteja em andamento, Dreilinden e Viwala estão descobrindo que as pequenas empresas estão obtendo sucesso em termos de receita e crescimento (Bollier & Dreilinden, 2021).

¹⁴ Dados analisados obtidos do banco de dados da Sustainalytics.





Petunia, combinando o Amor pela Confeitaria com a Paixão pela Inclusão

Bogotá, Colômbia

Petunia, *Pastries with Love*, a combinação das duas grandes paixões de Andrea Suárez: **panificação e inclusão.**

Durante a maior parte de sua vida, Suárez não se considerava uma confeitadeira, uma defensora dos direitos humanos ou uma empresária. No entanto, ela adorava cozinhar e já fazia isso há anos, vendendo bolos, brownies e outros doces em sua casa. Por meio de seu trabalho no setor público, ela também se conscientizou dos vários obstáculos enfrentados por diversos grupos da população —especialmente mulheres transgêneros— e ficou cada vez mais frustrada com as respostas institucionais a essas questões, especialmente em relação às oportunidades de emprego.

Em 2017, Suárez decidiu que era hora de resolver o problema com suas próprias mãos. Ela se arriscou e abriu a Petunia, uma padaria que prioriza explicitamente a contratação de mulheres trans.

“Todo mundo achava que eu era louca. Disseram-me coisas como: ‘Se você contratar pessoas trans, ninguém irá! A Colômbia é um país muito conservador, você ficará arruinada! No entanto, quem me disse isso não conhecia nenhuma pessoa transgênero”, diz Suárez.

A postura determinada da Petunia em relação à inclusão não gerou a reação adversa que se temia; pelo contrário, agora ela é uma parte fundamental de sua proposta de valor. Petunia não faliu. Sobreviveu a uma pandemia e está crescendo. Suárez teve um início modesto: somente ela e duas mulheres trans trabalhavam lá. A empresa —que continua a priorizar o recrutamento de pessoas LGBTQ+ (principalmente trans) — agora emprega 15 pessoas e está planejando abrir mais dois estabelecimentos.

A curva de aprendizado, no entanto, foi íngreme. “Eu não tinha nenhuma experiência comercial anterior, não sabia de nada, achava que ia apenas fazer bolos e vendê-los”, diz Suárez. Ele também aprendeu muito com parceiros estratégicos, como o GAAT (Grupo de Acción y Apoyo a Personas Trans), uma das principais organizações trans da Colômbia, e tem ideias sobre como os setores público e privado poderiam apoiar mais ativamente a incorporação de pessoas trans na economia formal.

Por exemplo, Suarez acredita que os atores do setor privado poderiam colaborar com câmaras de comércio LGBTQ+ locais e organizações trans, como a GAAT, para apoiar ou criar programas personalizados de desenvolvimento de habilidades profissionais. Isso aumentaria as oportunidades de emprego para pessoas transgênero e proporcionaria à comunidade empresarial um canal de funcionários instruídos e altamente motivados.

Suarez também prevê uma possível parceria estratégica com o setor público. Por exemplo, devido à discriminação generalizada, especialmente na educação, muitas pessoas trans de origens marginalizadas podem precisar de períodos adicionais de treinamento. Suárez acredita que os subsídios públicos poderiam cobrir parte do salário ou dos benefícios dos funcionários (que são obrigatórios na Colômbia) enquanto eles realizam programas de treinamento, a fim de aliviar a carga financeira das empresas, que afeta principalmente as pequenas empresas.

Andrea Suárez

(Diretora Criativa) em conversa com os autores, agosto de 2022.

Solidez da Marca: O Poder dos Clientes

As empresas estão descobrindo cada vez mais o atraente poder de compra da população LGBTQ+ e de seus aliados, e estão atendendo a esse mercado emergente por meio de publicidade, produtos e serviços direcionados. Cada vez mais os clientes esperam que determinadas empresas demonstrem claramente seu apoio a diferentes causas sociais e de direitos humanos, inclusive aquelas relacionadas à comunidade LGBTQ+. As mensagens de marca e os esforços direcionados das empresas que mostram apoio são altamente eficazes para manter e aumentar as receitas dos clientes (International Finance Corporation, 2022).

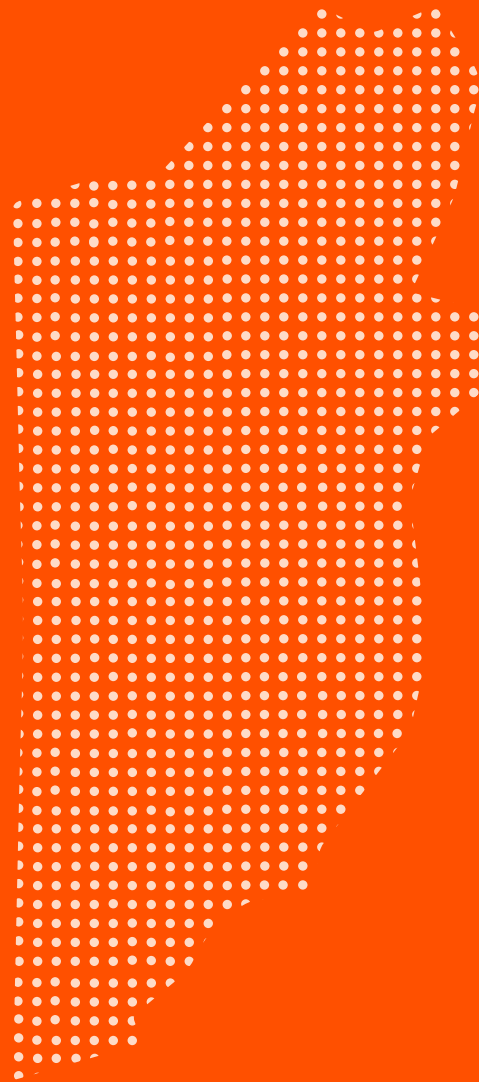
O poder de compra dos LGBTQ+ é alto e está crescendo. As pessoas LGBTQ+ em todo o mundo têm um poder de compra coletivo que chega a US\$ 3,7 trilhões. Esse valor é um pouco maior do que o PIB da Alemanha no mesmo ano (Credit Suisse, 2016). Outro estudo revelou que o poder de compra das pessoas LGBTQ+ nos Estados Unidos foi de US\$ 917 bilhões em 2016, quase 5% do PIB do país (Witeck, 2016). Embora haja poucos dados disponíveis sobre o poder de compra dessa comunidade na região da LAC, em 2017 a Forbes estimou que, somente no México, as pessoas LGBTQ+ geraram US\$ 65 bilhões em consumo. (Celis, 2017). Portanto, há uma grande oportunidade para as empresas e organizações aproveitarem o poder de compra coletivo das pessoas LGBTQ+ e atenderem às suas necessidades e preferências específicas.





Diversos estudos mostram que está surgindo uma base de consumidores que é mais fiel a marcas que consideram inclusivas. Os consumidores LGBTQ+ demonstram maior fidelidade a empresas que levam em conta suas necessidades (Patel & Feng, 2020; Pichler et al., 2017). Enquanto isso, há também uma base forte e crescente de consumidores não LGBTQ+ que observam como as empresas agem em relação às questões LGBTQ+ e estão cada vez mais decidindo quais bens e serviços consumir com base em seu nível de engajamento. De fato, **estudos mostram que os consumidores não LGBTQ+ são mais propensos a comprar de uma marca que apoie pessoas LGBTQ+ (Coqual, 2016) e também são mais propensos a abandonar uma marca que age de forma homofóbica (Miller & Parker, 2018).** Como a PwC e o Boston Consulting Group descobriram, isso é especialmente verdadeiro para a geração do milênio (PwC, 2013; Barton, Koslow & Beauchamp, 2014), que representa quase dois bilhões da população mundial.

Medidas Inclusivas para Cobertura de Seguro em Belize



In 2016, the landmark ruling on Caleb Orozco vs The Attorney General of Belize led to the decriminalization of same-sex sexual acts. In spite of this, the country still has very few legal protections for LGBTQ+ people. Furthermore, years of systemic and state-sanctioned discrimination compounded by significant social stigma have created enduring barriers to services, including significant wage gap disadvantages such as earning on average 11% less than the general population (Crehan, et al., 2021). Yet promising practices have emerged from the private sector that promote the inclusion of LGBTQ+ people.

For example, RF&G Insurance, Belize's largest insurance company, and a family-owned business, has made concerted efforts and established standards to ensure that its insurance services can be accessed by LGBTQ+ people, and that SOGIE-based stigma does not impact staff's economic analysis when evaluating prospective customers.

Em 2016, a decisão histórica no caso Caleb Orozco vs. Procurador-Geral do Belize levou à descriminalização de atos sexuais entre pessoas do mesmo sexo. No entanto, há muito poucas proteções legais para a comunidade LGBTQ+ no país. Além disso, anos de discriminação generalizada e em todo o estado, somados a um forte estigma social, criaram barreiras permanentes para o acesso a serviços, inclusive lacunas salariais significativas, como ganhar em média 11% menos do que o restante da população (Crehan, et al., 2021).

Embora iniciativas promissoras de promoção da inclusão LGBTQ+ tenham surgido no setor privado.

Por exemplo, a RF&G Insurance, a maior seguradora de Belize e uma empresa familiar, uniu forças e tomou medidas para garantir que seus serviços sejam acessíveis a pessoas LGBTQ+ e que o estigma da SOGIE não influencie a análise econômica dos funcionários ao avaliar clientes em potencial.

De acordo com seus administradores, e seguindo diretrizes rígidas de seu fundador e presidente, a equipe deve tratar todos igualmente ao realizar análises de risco e é explicitamente proibida de usar o estigma para influenciar sua avaliação ao estabelecer prêmios de seguro. Em particular, **os funcionários da RF&G não podem considerar a SOGIE como um fator de risco inerente que poderia levar a uma negação de serviço ou a um aumento nos prêmios.** Essa postura clara dos tomadores de decisão e as diretrizes de implementação da empresa acabaram resultando em um importante mecanismo de exclusão para as pessoas LGBTQ+, que muitas vezes acham muito difícil serem aprovadas para os principais serviços de segurança financeira, bem como para várias formas de seguro, ou que acham os preços muito altos, tornando os serviços inacessíveis para a maioria da comunidade LGBTQ+ e suas famílias.

Além disso, as políticas da RF&G ampliaram o acesso a uma base de consumidores mais ampla, criando um forte argumento comercial a favor da igualdade de tratamento e da inclusão, bem como dos melhores resultados comerciais resultantes.

Os esforços do RF&G são um exemplo de boas práticas incipientes por pelo menos três motivos.

Primeiro, as pessoas LGBTQ+ continuam enfrentando um estigma considerável em todo o mundo quando tentam acessar serviços financeiros, inclusive seguros (Valfort, 2017; World Bank, 2018). Ter diretrizes claras e explícitas que combatam (consciente ou inconscientemente) o preconceito anti-LGBTQ+ aumenta o acesso a uma importante ferramenta de segurança financeira para pessoas LGBTQ+ e suas famílias. Isso aumenta a independência econômica por meio da economia formal, reduz o risco de precisar de assistência governamental a curto e longo prazo e amplia a base de clientes da empresa. Em outras palavras, é bom para os negócios, para as finanças públicas e para as pessoas LGBTQ+.

Segundo, é um exemplo claro de uma empresa local que é pioneira na incorporação da inclusão em suas principais práticas comerciais. Em geral, os esforços de inclusão de LGBTQ+ vêm de grandes multinacionais sediadas no Hemisfério Norte, o que pode reforçar o conceito errôneo de que a inclusão de LGBTQ+ é uma imposição externa e contrária aos valores locais. O RF&G Insurance prova que esse não é o caso. Em um país onde o sentimento anti-LGBTQ+ ainda é endêmico, uma empresa familiar local está liderando o caminho ao demonstrar que a inclusão LGBTQ+ não precisa ser contrária aos valores locais e familiares, e que é a coisa certa e inteligente a se fazer do ponto de vista comercial.

Por último, os defensores ou as empresas LGBTQ+ podem usar essas justificativas comerciais ao se envolverem com seus governos para aprovar políticas mais inclusivas, como o Projeto de Lei de Igualdade de Oportunidades, que agora está sendo debatido no Parlamento de Belize.

No entanto, mesmo com o alto poder de compra estimado dos consumidores LGBTQ+ (e seus aliados), as pesquisas mostram que esse grupo demográfico não é totalmente acessível à maioria das empresas. Isso representa uma perda considerável de receita para empresas e economias. Por exemplo, um estudo recente realizado em 12 países do Caribe indica que há uma ligação entre a percepção de como as pessoas LGBTQ+ são tratadas no país de destino e o número de turistas internacionais que visitam a região. **Em uma pesquisa com 1.435 turistas em potencial da região (a maioria LGBTQ+), quase um em cada cinco (18%) não visitaria o Caribe por não se sentir seguro em viajar para uma região que tem leis discriminatórias contra eles. Em termos econômicos, estima-se que até 0,93% do PIB regional seja perdido como resultado da perda de renda desses turistas, demonstrando que as leis e os preconceitos anti-LGBTQ+ são prejudiciais tanto para as economias quanto para as empresas ligadas, direta ou indiretamente, ao turismo no Caribe (Crehan, et al., 2021).**

O mesmo estudo também mostra que mesmo as pessoas que visitariam o Caribe estão muito mais preocupadas em viajar para lá (em comparação com outros lugares), o que pode alterar sua experiência dos países de destino e torná-las menos propensas a gastar dinheiro nas economias e empresas locais (Crehan, et al., 2021). **Em uma região em que 14% de seu PIB coletivo está relacionado ao turismo, e para as empresas que estão se recuperando da pandemia na esperança de alcançar novos públicos globais, esse acesso reduzido aos clientes representa uma perda significativa de receita (Crehan, et al., 2021).**

No entanto, isso também representa uma grande oportunidade para as empresas criarem estratégias específicas que atendam às necessidades e preocupações da comunidade LGBTQ+ e, assim, possibilitem a criação de uma marca mais forte e inclusiva. Isso, além de ajudar a acessar o significativo poder de compra das pessoas LGBTQ+, também ajudaria a alcançar uma base crescente de consumidores aliados.

A Diversidade como um Requisito Comercial: Uma Proposta Vantajosa para as Centrais de Atendimento Bogotá, Colômbia



Jessica María Useche é uma mulher trans colombiana que acredita que os call centers são um bom lugar para trabalhar para ela e para outras pessoas LGBTQ+ por causa de sua cultura e políticas inclusivas.

Como ela explica, “em um call center, não importa sua aparência, o que você veste ou de que música gosta. No call center, tudo o que importa é o trabalho que você faz”.

Para os call centers, o foco no respeito e na inclusão é um requisito comercial. Como diz Useche, os call centers precisam de muitos agentes para executar suas operações, o que significa que elas precisam ter acesso contínuo a um grande grupo de talentos.

”Por esse motivo, o respeito é uma política fundamental da empresa. Respeitar a todos, apoiar as pessoas, é bom para a empresa, pois permite que muitos funcionários se comprometam com seu trabalho, pois sabem que é um dos poucos lugares em que podem se expressar livremente”.

Além disso, os call centers têm três características que os tornam muito atraentes para as mulheres trans, bem como para outros trabalhadores que historicamente têm sido subvalorizados por outros setores: (1) eles oferecem horários de trabalho flexíveis; (2) exigem qualificações relativamente baixas (ou seja, graduados e inglês fluente); e (3) desde a pandemia, o teletrabalho se generalizou, com as empresas oferecendo aos seus funcionários conectividade e suporte tecnológico e material.

Ainda assim, Useche acredita que as empresas poderiam fazer mais para recrutar e reter talentos trans, de três maneiras. **Primeiro**, a maioria das pessoas trans (e LGBTQ+) só fica sabendo dessas oportunidades de emprego por meio de amigos ou conhecidos. Como as empresas não fazem esforços conjuntos para recrutar pessoas LGBTQ+ e outras, elas não se beneficiam totalmente de um pool e de um pipeline de talentos diversificados e altamente motivados. **Em vez disso, as empresas poderiam estabelecer parcerias com organizações trans e anunciar estrategicamente suas vagas de emprego em espaços, sites e publicações que sejam relevantes para a comunidade trans local e que sejam frequentemente consultados por ela.**

Segundo, como muitas mulheres trans sofreram discriminação, assédio e desrespeito ao se candidatarem a empregos, muitas acreditam que não serão avaliadas de forma justa no setor formal. “Eu nunca teria enviado meu currículo se um amigo não tivesse me garantido que eu seria tratado com respeito”, diz Useche. **A inclusão de uma linguagem que incentive as pessoas LGBTQ+ (especialmente mulheres trans) a se candidatarem indica a esses indivíduos talentosos que eles são valorizados e bem-vindos.**

Por último, devido à discriminação sistêmica contra as mulheres trans, muitas não tiveram acesso a oportunidades de treinamento, o que dificulta o aprendizado de outros idiomas, como o inglês. **A parceria com organizações para oferecer oportunidades de aprimoramento da proficiência em inglês contribuiria para as metas de recrutamento e retenção.**

Para a Useche, esses esforços valeriam a pena. “Todos ganhariam: os call centers poderiam recrutar e manter mais agentes para atender às necessidades de seus clientes, e as pessoas trans conseguiriam empregos bem remunerados, que elas também precisam e merecem, no setor formal”.

Jessica Maria Useche

(agente bilíngue de call center e ativista LGBTQ+) em conversa com os autores, setembro 2022.





Part 3:

O processo de engajamento—Pontos de partida

Abordagem da segregação ocupacional: uma autoavaliação da inclusão de LGBTQ+

A inclusão de LGBTQ+ no local de trabalho não tem nada a ver com privilégios ou benefícios especiais. Como as outras medidas de diversidade, equidade e inclusão (DEI), elas têm como objetivo alcançar a justiça, a coerência e interações respeitosas (Woods, 2011, p. 2), trata-se de garantir a não discriminação e promover relacionamentos e espírito de equipe para que todos possam desenvolver seus talentos e habilidades em benefício próprio e da empresa (Woods, 2011, p. 3).

A tabela abaixo lista perguntas e recomendações gerais para ajudar empresas de diferentes portes a avaliar seu nível de maturidade na iniciação ou continuidade de políticas e práticas de inclusão de LGBTQ+.

A lista é uma compilação de boas práticas e padrões corporativos reconhecidos, além de perguntas extraídas de alguns dos índices LGBTQ+ mais respeitados da região, como o índice Presente para o Peru.

A ideia é que as perguntas e recomendações: (1) despertem ou alimentem discussões contínuas sobre o que pode ser feito para promover a inclusão de LGBTQ+ no local de trabalho a fim de maximizar os múltiplos benefícios comerciais associados a ela; e (2) ofereçam ideias concretas e acionáveis.

As perguntas e recomendações variam de iniciativas iniciais (como o reconhecimento explícito de pessoas LGBTQ+ em declarações

de diversidade corporativa) a intervenções mais avançadas (como a instalação de banheiros com gênero neutro) para que cada empresa possa identificar e decidir quais ideias são mais apropriadas com base em seu tamanho, composição, nível de maturidade LGBTQ+ e outras considerações.

Recomenda-se que as empresas e os negócios abordem essas perguntas e recomendações com uma mentalidade de crescimento, em vez de uma atitude perfeccionista, e as utilizem como insumo em seu próprio processo rumo a um ambiente de trabalho mais inclusivo e produtivo. As empresas também são aconselhadas a seguir uma estrutura para: (i) avaliar os compromissos formais da diretoria com a inclusão de LGBTQ+, (ii) estabelecer e implementar medidas, (iii) medir o progresso e (iv) comunicar os resultados a todos os acionistas.





Acesso Ao Banco De Talentos, Cv/ Currículo, Processo De Inscrição E Entrevista

Atitudes Dos Funcionários

- ▶ Certifique-se de que sua empresa esteja preparada para tratar os candidatos LGBTQ+ com respeito e avaliá-los objetivamente.
- ▶ Assegure que os entrevistadores se sintam à vontade para interagir com diversos candidatos, inclusive candidatos LGBTQ+.
- ▶ Forneça treinamento obrigatório para a equipe de recrutamento sobre preconceitos implícitos, processos de recrutamento inclusivos ou outros tópicos para garantir que o processo seja justo e para mitigar possíveis preconceitos anti-LGBTQ+.

Políticas E Práticas Institucionais

- ▶ Tente alcançar uma gama diversificada e ampla de talentos em potencial, garantindo que as ofertas de emprego cheguem às redes formais e informais dos candidatos.
- ▶ Implemente uma política antidiscriminação específica em toda a empresa que inclua a SOGIE no processo de recrutamento.
- ▶ Certifique-se de que os anúncios de emprego de sua empresa incluam declarações de equidade e igualdade que mencionem explicitamente a população LGBTQ+.
- ▶ Incentive abertamente pessoas de setores tradicionalmente marginalizados (incluindo talentos LGBTQ+) a se candidatarem a vagas.

Talento Trans E Não Binário



Atitudes Dos Funcionários

- ▶ Forneça treinamento para toda a empresa que aumente a conscientização sobre questões LGBTQ+ (e, em particular, transgêneros) entre os funcionários, abordando suas preocupações e desafiando estereótipos. Isso é fundamental para promover uma cultura de trabalho livre de estigma e inclusiva.
- ▶ Forneça treinamento aos profissionais de RH para conscientizá-los e sensibilizá-los para os vários desafios enfrentados por funcionários transgêneros e não-binários. Isso é fundamental para que os profissionais de RH possam e estejam dispostos a trabalhar com cada indivíduo a fim de cumprir os requisitos e processos administrativos e legais relevantes, garantindo ao mesmo tempo a confidencialidade e o tratamento respeitoso para todos.
- ▶ Considere a possibilidade de criar “espaços seguros” para trabalhadores trans e não binários (e todos os funcionários LGBTQ+) para mostrar que as diversas vozes e experiências têm lugar.
- ▶ Outra boa prática estabelecida é padronizar a solicitação de pronomes. Incentive todos (não apenas pessoas trans ou não binárias) a adicionar seus pronomes em assinaturas de e-mail e ao lado de seus nomes em chamadas de vídeo.

Políticas E Práticas Institucionais

- ▶ Sua empresa reconhece 100% a identidade de gênero dos funcionários?
- ▶ A identidade de gênero de uma pessoa pode não corresponder ao sexo que lhe foi atribuído no nascimento. Portanto, é comum que as informações na documentação de uma pessoa trans (como certidão de nascimento, diplomas universitários etc.) não correspondam ao seu nome real e à sua identidade de gênero. Se necessário, observe essas alterações de nome.
- ▶ Ofereça à sua equipe a opção de: (1) usar seu nome e pronomes preferidos em todos os documentos, comunicações, formulários, eventos, etc. (por exemplo, IDs de empresas, e-mails, etc.); (2) vestir-se de acordo com sua identidade de gênero, e não com o sexo atribuído no nascimento; (3) ter acesso irrestrito a banheiros.
- ▶ Certifique-se de que os diretórios, crachás, IDs e outros documentos da empresa usem os nomes e pronomes preferidos dos funcionários (que, novamente, podem ou não corresponder aos documentos oficiais).

Evite perguntar sexo ou gênero em formulários administrativos quando essa informação não for relevante. Quando necessário, garanta que isso seja feito por meio de um processo de dois níveis. Primeiro, pergunte sobre o sexo atribuído no nascimento (“sexo”) e, em uma pergunta separada, sobre a identidade de gênero. Além disso, certifique-se de incluir opções não binárias em todos os formulários (incluindo documentos de candidatura a emprego e de integração).



Benefícios Dos Funcionários

Atitudes Dos Funcionários

- ▶ Forneça treinamento aos funcionários responsáveis pela negociação ou distribuição de benefícios trabalhistas para que as pessoas LGBTQ+ possam acessá-los sem discriminação ou preconceito.

Institutional Practices and Policies

- ▶ Certifique-se de que sua empresa aplique políticas de igualdade de remuneração (mesmo nível, mesmo salário), inclusive para trabalhadores LGBTQ+.
- ▶ Ofereça benefícios inclusivos, por exemplo:
 - Benefícios para parceiros e cônjuges para todos os funcionários, independentemente de seu SOGIE
 - Uma política igualitária de licença paternidade e/ou maternidade
 - Seguro de saúde e benefícios de licença maternidade e/ou paternidade que abrangem adoção ou barriga de aluguel
 - Seguro de saúde¹⁵ para cobrir terapia hormonal e cirurgias de confirmação de gênero para funcionários que desejam fazer a transição, bem como licença médica para aqueles que estão fazendo a transição

¹⁵ Dependendo do país e do contexto, as leis e políticas podem limitar ou atrasar a prestação de serviços de seguro saúde para pessoas LGBTQ+.

O Local De Trabalho



Atitudes Dos Funcionários

- ▶ Forneça treinamento de forma regular, contínua e inovadora (ou seja, mudar o formato) e para todos os funcionários, independentemente do nível de responsabilidade e hierarquia, bem como áreas e processos (a partir da integração), sobre a importância da diversidade, equidade e inclusão, com referência explícita à inclusão de LGBTQ+.
- ▶ O treinamento dos funcionários (também durante a integração) pode reduzir os casos de microagressões, acabar com preconceitos inconscientes, incentivar o respeito pelos colegas LGBTQ+ e equipar os funcionários com as ferramentas para reconhecer e reagir a comportamentos inadequados. (Bailinson et al., 2020)
- ▶ Assegure-se que o treinamento explique e respeite as diferentes identidades, experiências e desafios enfrentados pela comunidade LGBTQ+ e que inclua uma abordagem interseccional que leve em conta o impacto de categorias sociais como gênero, raça, país de origem e residência, religião, deficiência, status

Políticas E Práticas Institucionais

- ▶ Certifique-se de que sua empresa tenha uma política oficial e reconhecida de DEI que inclua SOGIE. Assegure-se que ela proteja os funcionários LGBTQ+ contra discriminação, assédio (verbal ou físico), bullying ou assédio por terceiros e forneça acesso igualitário aos serviços da empresa.
- ▶ Estructure explicitamente os valores e as expectativas da empresa quanto ao comportamento inclusivo no local de trabalho, incluindo o respeito e o tratamento igualitário dos colegas e das comunidades LGBTQ+
- ▶ Ofereça grupos de recursos para funcionários (ERGs), incluindo aqueles especificamente para funcionários LGBTQ+ e seus aliados.



Retenção E Desenvolvimento De Talentos

Atitudes Dos Funcionários

- Garanta que atitudes potencialmente negativas em relação aos funcionários LGBTQ+ não afetem suas avaliações e chances de promoção.
- Assegure-se que todos os gerentes recebem treinamento regular e contínuo de conscientização e sensibilidade LGBTQ+, inclusive sobre como a SOGIE pode afetar as avaliações de desempenho, oportunidades desiguais de promoção, etc.

Institutional Practices and Policies

- Peça aos gerentes sênior que atuem como mentores em grupos de recursos de funcionários, incluindo o grupo LGBTQ+.
- Considere tornar as funções de liderança em grupos de recursos de funcionários (ERGs) —ou outras iniciativas internas ou externas de DEI— parte de seu plano de trabalho e/ou considere oferecer incentivos ou aumentos para essas funções.
- Implemente uma política explícita que proíba a discriminação por motivos de SOGIE em avaliações ou ao considerar uma promoção.

Sistemas De Compensação



Atitudes Dos Funcionários

- ▶ Garanta que os mediadores ou aqueles em cargos de gerência tenham as habilidades ou a conscientização necessárias para ouvir e resolver incidentes relatados por trabalhadores LGBTQ+ e que o processo seja livre de julgamentos e preconceitos.

Políticas E Práticas Institucionais

- ▶ Considere a possibilidade de ter um diretor de diversidade que seja explicitamente responsável pela inclusão de LGBTQ+. Ou um mediador que possa conversar com segurança com funcionários LGBTQ+ que estejam enfrentando problemas.
- ▶ Garanta que os trabalhadores LGBTQ+ possam denunciar possíveis incidentes de discriminação ou assédio anti-LGBTQ+. Proteger as pessoas que denunciam esses incidentes contra retaliação e revitimização.
- ▶ Estabeleça políticas e procedimentos claros e seguros para investigar, sancionar e corrigir possíveis incidentes de discriminação ou assédio contra LGBTQ+.



Benchmarking, Crescimento E Monitoramento

Atitudes Dos Funcionários

- Envolve os gerentes seniores desde o início, com frequência e de forma visível nos esforços para incluir os trabalhadores LGBTQ+.
- Forneça treinamento de liderança inclusiva que aborde explicitamente a conscientização e sensibilização LGBTQ+.
- Incentive os gerentes seniores a dar o exemplo de comportamento inclusivo e a assumir e atribuir responsabilidade clara e direta pelo cumprimento das metas de inclusão.
- Considere como desenvolver medidas e diagnósticos (por exemplo, por meio de um ERG LGBTQ+ ou como parte de uma iniciativa de toda a empresa) que reflitam os comportamentos de todos os funcionários com relação a questões LGBTQ+ no local de trabalho e use isso para elaborar um plano de ação que consolide uma cultura de diversidade, equidade e inclusão.

Institutional Practices and Policies

- Defina o que significa sucesso em termos de inclusão de LGBTQ+ para sua empresa. Estabeleça referências claras e alcançáveis em relação a essa meta. Certifique-se de que os incentivos estejam alinhados com essa meta em toda a empresa. Não se esqueça de que todos os funcionários devem priorizar a forma como gastam seus recursos, inclusive o tempo. Se as pessoas não forem recompensadas por trabalhar no DEI (o que geralmente acontece), elas não o farão nem o levarão a sério. Tome medidas consistentes. Monitore o progresso. Adapte seu plano de ação adequadamente.
- Incorpore a responsabilidade pelo clima no local de trabalho e pela inclusão de LGBTQ+ em todos os níveis hierárquicos, incluindo metas específicas de DEI para LGBTQ+ nos indicadores de desempenho da gerência.
- Garanta que todas as iniciativas de coleta de dados protejam adequadamente as pessoas LGBTQ+ e seus dados pessoais.

Na Esfera Pública



Atitudes Dos Funcionários

- ▶ Planeje ser um “agente de mudança” mais ativo na esfera pública. Compreenda o contexto em que você opera e dialoga com a sociedade civil LGBTQ+.
- ▶ Comemore abertamente os principais eventos LGBTQ+, como o mês do Orgulho, o Dia Internacional contra a Homofobia, Bifobia e Transfobia e o Dia Internacional da Memória dos Transgêneros, por exemplo.

Políticas E Práticas Institucionais

- ▶ Apoie publicamente a igualdade e a inclusão LGBTQ+.
- ▶ Patrocine e participe de eventos, campanhas, redes e outras iniciativas para apoiar talentos e comunidades LGBTQ+.
- ▶ Aproveite o poder de compra dos clientes LGBTQ+. Em outras palavras, sua empresa atende às necessidades e aos interesses da clientela LGBTQ+?



Promoção De Políticas Empresariais Voluntárias Em Trinidad E Tobago

Embora em 2018 o Tribunal Superior de Justiça tenha derrubado a proibição legal de relações sexuais entre pessoas do mesmo sexo em Trinidad e Tobago, há pouquíssimas proteções legais em vigor para proteger a comunidade LGBTQ+ no país, inclusive leis de não discriminação com base na SOGIE.

No entanto, houve um grande progresso entre as organizações LGBTQ+ e os atores do setor privado. Em colaboração com a Câmara de Comércio e a Comissão de Oportunidades Iguais, a organização CAISO: Sex & Gender Justice desenvolveu uma política modelo para a inclusão de LGBTI+ no local de trabalho até 2021. O objetivo é “fornecer um conjunto de diretrizes práticas para promover e respeitar a diversidade a fim de criar um ambiente produtivo e inclusivo para toda a força de trabalho” (CAISO, 2022). Essa política, com forte ênfase no local de trabalho, concentra-se nos seguintes aspectos:

- Discriminação e assédio
- Privacidade
- Benefícios no local de trabalho e programas de assistência ao trabalhador
- Treinamento
- Registros, substantivos e pronomes
- Código de vestimenta
- Reclamações
- Acessibilidade dos banheiros
- Defensores da diversidade e grupos de recursos de funcionários
- Cirurgia de afirmação de gênero

Desde seu lançamento, tanto as empresas quanto os órgãos governamentais têm apoiado o caso de negócios para a inclusão de LGBTQ+. Nas palavras de um defensor dessa política: **“Apoiar a igualdade LGBTQ+ não é apenas a coisa certa a fazer, mas também faz sentido para os negócios. Essas medidas são um passo importante para a criação de um ambiente de trabalho mais seguro, mais justo e mais produtivo para todos e uma oportunidade de melhorar a cultura de trabalho em Trinidad e Tobago”** (CAISO, 2022). Somente no primeiro ano, essa política foi adotada por 14 empresas, a maioria PMEs, com apoio adicional da Comissão de Igualdade de Oportunidades, do Consulado Britânico, da Câmara de Comércio e da sociedade civil (Lindo, 2021).

Em geral, essa política é um exemplo de pelo menos três boas práticas emergentes para empresas da LAC.

Em primeiro lugar, como essa política foi desenvolvida por uma organização com especialização técnica e localizada, ela foi mais focada nos desafios LGBTQ+ e nos interesses comerciais em nível nacional, resultando em soluções personalizadas e maior impacto tanto para as empresas quanto para a população LGBTQ+.

Em segundo lugar, sua criação em nível nacional significa que a política está mais focada nas operações das PMEs, em vez de representar excessivamente os interesses das multinacionais. Isso eliminou importantes lacunas programáticas e de conhecimento, já que as PMEs geralmente não são consideradas quando se comparam as políticas trabalhistas LGBTQ+ em todo o mundo.

Por último, graças ao apoio fornecido pela Câmara de Comércio e pela Comissão de Igualdade de Oportunidades, a política e as diretrizes relacionadas foram harmonizadas em todos os setores. Além disso, a política ganhou mais credibilidade, aumentando o apoio das empresas.

Conclusão

América Latina é uma das regiões do mundo que mais tem avançado na matéria de direitos LGBTQ+ nas últimas décadas. Embora os comportamentos negativos permaneçam, **as atitudes na região em relação às pessoas LGBTQ+ estão mudando rapidamente e se tornando mais positivas** (Chaux et al., 2021, p. 18).

Além disso, embora apenas 16 dos 33 países da região tenham medidas concretas para proteger contra a discriminação LGBTQ+ no local de trabalho, **cada vez mais empresas na LAC e em todo o mundo estão cientes e motivadas pelo caso de negócios para a inclusão LGBTQ+.**

Há cinco pontos principais que talvez sejam os mais importantes para as empresas que trabalham para promover a inclusão LGBTQ+:



1

Com base no benefício mútuo que um local de trabalho e uma cultura inclusivos trazem para empresas e indivíduos, **o caso de negócios para a inclusão de LGBTQ+ mostra as muitas maneiras pelas quais as empresas se beneficiam quando se esforçam para diversificar sua força de trabalho e incluir pessoas LGBTQ+ no ambiente de trabalho e em suas operações.** Um bom exemplo disso é o compromisso das empresas em promover melhores políticas e aprimorar a cultura do local de trabalho para pessoas LGBTQ+.

2

A inclusão de LGBTQ+ traz **importantes benefícios relacionados à retenção de talentos, ao aumento do desempenho e da produtividade dos funcionários, ao aumento do valor e da lucratividade da empresa, ao potencial de maior retorno sobre o investimento e ao maior acesso a uma base de clientes cada vez maior.**

3

As empresas podem começar a promover ativamente a inclusão de LGBTQ+ em suas operações, principalmente se tomarem medidas para analisar **tanto as atitudes quanto as práticas e políticas institucionais** relacionadas a: processo de recrutamento (busca de um grupo de talentos mais amplo, CV/currículo e processo de entrevista),

políticas de recursos humanos, benefícios aos funcionários, local de trabalho, retenção e crescimento de talentos, sistemas de remuneração, monitoramento e avaliação e trabalho na esfera pública.

4

Na LAC, estão surgindo vários exemplos que mostram por que e como empresas de diferentes tamanhos e setores estão se movendo em direção à inclusão LGBTQ+. Este relatório explora apenas alguns deles.

5

As empresas da LAC agora operam em sociedades que reconhecem e protegem cada vez mais os direitos relacionados à diversidade (incluindo, entre outros, a diversidade sexual e de gênero) e aceitam muito mais as pessoas LGBTQ+. **Quer estejam cientes disso ou não, as empresas da LAC já estão trabalhando com as pessoas mais tolerantes e abertas à diversidade sexual e de gênero da história da região** e, se as tendências demográficas continuarem, esse número continuará a crescer nos próximos anos. **Portanto, incorporar a diversidade e a inclusão LGBTQ+ nos valores empresariais, nos pacotes de benefícios, nos processos, no marketing e nas estratégias de crescimento dos negócios é indispensável no mundo do trabalho atual.**

Em resumo, a LAC tem experimentado melhorias constantes, embora irregulares, no reconhecimento legal de pessoas LGBTQ+ e mudanças positivas de atitude. Ao mesmo tempo, um número crescente de pesquisas tem mostrado consistentemente os benefícios econômicos da diversidade e da inclusão em geral, e da inclusão LGBTQ+ em particular. No entanto, é fundamental reconhecer que ainda há uma jornada considerável pela frente. O progresso feito até agora deve ser comemorado, mas não podemos perder de vista os desafios que ainda existem, especialmente para aqueles cuja expressão de gênero não se encaixa nos limites que a sociedade tradicionalmente define como “normal”.

Para alcançar a verdadeira inclusão no local de trabalho, é necessário um esforço coletivo das empresas, dos formuladores de políticas e da sociedade em geral para desafiar os preconceitos e as normas existentes que impedem a plena aceitação e o empoderamento das pessoas LGBTQ+. Ao promover a diversidade, a equidade e a inclusão LGBTQ+, fomentando valores empresariais de compreensão, respeito e oportunidades iguais, podemos criar um futuro em que todos os funcionários (independentemente da orientação sexual ou expressão de gênero) se sintam valorizados, apoiados e possam prosperar em suas carreiras.





Anexo 1 - Leis E Proteções LGBTQ+ por País

Este anexo inclui uma tabela com informações abrangentes sobre as leis e proteções LGBTQ+ existentes nos países da América Latina e do Caribe. Trata-se de um recurso valioso para compreender o cenário jurídico e o progresso alcançado na garantia de direitos e proteções para as comunidades LGBTQ+ na região. Ele destaca informações importantes, como leis antidiscriminatórias, legislação sobre união civil e casamento entre pessoas do mesmo sexo, reconhecimento de identidade de gênero e outras estruturas jurídicas relevantes. O objetivo deste briefing é contribuir para uma discussão mais ampla sobre os direitos LGBTQ+, aumentando a conscientização e promovendo conversas sobre como promover a equidade e a inclusão em toda a região.

Observe que essas leis estão mudando constantemente e, portanto, essas informações podem ficar desatualizadas em breve. Portanto, as informações abaixo devem ser consideradas um resumo das proteções e do reconhecimento LGBTQ+ na LAC em abril de 2023. Para obter informações específicas de cada país e os dados mais atualizados, visite o Banco de Dados Mundial da ILGA (<https://database.ilga.org/en>).

Mexico and the Caribbean

	ANTIGUA E BARBUDA	BAHAMAS	BARBADOS	CUBA	DOMINICA	GRANADA	HAITI	MÉXICO	JAMAICA	REPÚBLICA DOMINICANA	SÃO CRISTÓVÃO E NÉVIS	SÃO VICENTE E GRANADINAS	SANTA LUCÍA	TRINIDAD E TOBAGO
PROTEÇÕES														
Constitucional	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Amplo ¹⁶	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Trabalho ¹⁷	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO
Hate crimes	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO ¹⁹	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Incitação a um crime	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Proibição de terapias de conversão	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
RECONHECIMENTO														
Casamento	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
União civil	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Adoção conjunta	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Adoção de um filho do cônjuge	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Lei de identidade de gênero ¹⁸	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Alterações de marcadores de sexo em documentos oficiais	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM ²⁰	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Criminalização da intimidade consensual entre adultos do mesmo sexo	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO

¹⁶ Leis gerais que oferecem proteção contra discriminação e violência.

¹⁷ Leis que tornam ilegal discriminar pessoas LGBT no trabalho ou negar-lhes emprego com base em sua orientação sexual e/ou identidade de gênero.

¹⁸ Uma lei que reconheça e proteja os direitos das pessoas trans.

¹⁹ Apenas dois estados, Querétaro e Michoacan, proíbem crimes de ódio.

²⁰ Apenas 13 estados mexicanos permitem alterações nos marcadores de sexo em documentos oficiais: Cidade do México, Coahuila, Colima, Chihuahua, Hidalgo, Jalisco, Michoacan, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sonora e Tlaxcala.

South America

PROTEÇÕES

	ARGENTINA	BOLÍVIA	BRAZIL	CHILE	COLÔMBIA	EQUADOR	GUIANA	PARAGUAI	PERU	SURINAME	URUGUAI	VENEZUELA
Constitucional	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO
Amplio ¹⁶	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO
Trabalho ¹⁷	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM
Hate crimes	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO
Incitação a um crime	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO
Proibição de terapias de conversão	SIM ²¹	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM ^{23*}	NÃO

RECONHECIMENTO

Casamento	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO ²²	NÃO	NÃO	SIM	NÃO
União civil	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO
Adoção conjunta	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO
Adoção de um filho do cônjuge	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO
Lei de identidade de gênero ¹⁸	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO
Alterações de marcadores de sexo em documentos oficiais	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO
Criminalização da intimidade consensual entre adultos do mesmo sexo	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

²¹ A Argentina e o Uruguai proíbem os profissionais de saúde mental de realizar a chamada "terapia de conversão", mas outros, como líderes religiosos e treinadores ou terapeutas não certificados, não são explicitamente proibidos de fazê-lo or therapists, are not explicitly banned from this.

²² A constituição do Paraguai proíbe explicitamente o casamento igualitário.

²³ Ver nota de rodapé 21..

Central America

	BELIZE	COSTA RICA	EL SALVADOR	GUATEMALA	HONDURAS	NICARÁGUA	PANAMÁ
PROTEÇÕES							
Constitucional	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Amplio ¹⁶	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO
Trabalho ¹⁷	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO
Hate crimes	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO
Incitação a um crime	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO
Proibição de terapias de conversão	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
RECONHECIMENTO							
Casamento	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
União civil	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Adoção conjunta	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Adoção de um filho do cônjuge	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Lei de identidade de gênero ¹⁸	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM
Alterações de marcadores de sexo em documentos oficiais	NÃO	NÃO*	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM
Criminalização da intimidade consensual entre adultos do mesmo sexo	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

*Sem marcadores de sexo em documentos oficiais

Bibliography

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. *Código de Conducta.* https://compliance.aeromexico.com/doc/CODIGO_DE_CONDUCTA_ESP.pdf.

Aeroméxico. 2022b. *Aeroméxico. El amor no tiene fronteras [Vídeo].* 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. *Clasificación de aerolíneas del mundo: AirHelp Score 2019.* <https://www.airhelp.com/es/airhelp-score/ranking-aerolineas/>.

Albarracín-Caballero, Mauricio. *Atacar a las personas LGBTIQ+ hace parte del manual autoritario.* 2022. *Human Rights Watch.* <https://www.hrw.org/es/news/2022/09/07/atacar-las-personas-lgbtqi-hace-parte-del-manual-autoritario>.

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/datasets?fbclid=IwAR3rc2umsOLEC1HcqoHSWI2rhXjBu8FO6QQUBj7bdPBAqFaAToUXkZzJQVO>

Asian Development Bank. 2022. *Summary of the Analytical Study for the Safeguard Policy Review and Update: Sexual Orientation, Gender Identity, Gender Expression, and Sex Characteristics (SOGIESC).*

<https://www.adb.org/documents/spru-analytical-study-summary-sogiesc-draft>.



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

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. **Vulneración Amplificada:** *El impacto de la pandemia del COVID-19 en las personas LGBTIQ.* New York City, USA: OutRight Action International.

https://outrightinternational.org/sites/default/files/2023-04/COVIDReportMay_Spanish_Revised_OutrightInternational_1.pdf

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/>.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 2017. *Informe del BID revela brechas en habilidades técnicas en América Latina y el Caribe.*

<https://www.iadb.org/es/noticias/informe-del-bid-revela-brechas-en-habilidades-tecnicas-en-america-latina-y-el-caribe>

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

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

Banco Mundial. (n.d.). *Mujer, Empresa y el Derecho.*

<https://wbi.worldbank.org/es/wbi>.

Banco Mundial. 2013. Inclusion Matters: The Foundation for Shared Prosperity (Advance Edition). *Washington, DC.*

<http://hdl.handle.net/10986/16195>.



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_Mundo_Informe_de_Mapeo_Legal_Trans_2019_ES.pdf.

Choi, S.K.; Divsalar, S.; Flórez-Donado, J.; Kittle, K.; Lin, A.; Meyer, I.H. & Torres-Salazar, P. 2020a. *Estrés, salud y bienestar de las personas LGTB en Colombia: Resultados de una encuesta nacional.* *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.

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. *Igualdad de oportunidades para las minorías sexuales y de género.* Washington, DC: Banco Mundial. <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&cspId=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.

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>.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). 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 [Comunicado de Prensa].*

<https://www.oas.org/es/cidh/prensa/comunicados/2015/137.asp>.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). 2015b. *Violencia Contra Personas Lesbianas, Gay, Bisexuales, Trans E Intersex En América.*

<http://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/violenciapersonaslgbti.pdf>.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). 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>.

Corporación Financiera Internacional. 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.

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

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.

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.

A stylized, light-colored letter 'H' is centered within a solid orange square. The 'H' is composed of simple, blocky shapes with a slight shadow effect, giving it a three-dimensional appearance.

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

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.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/lgbti.pdf.](https://www.inei.gov.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>.

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.

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



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>.

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.

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. *Fabricar el Pánico Moral: Usar La Niñez Como Arma Para Atacar La Justicia De Género Y Los Derechos Humanos.* *Global Philanthropy Project, Elevate the Children Funders Group y 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. *Homofobia de Estado 2020; Actualización del Panorama Global de la Legislación.* *Ginebra: ILGA World.* https://ilga.org/downloads/ILGA_Mundo_Homofobia_de_Estado_Actualizacion_Panorama_global_Legislacion_diciembre_2020.pdf.

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 LGBT+ 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.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). 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

Organización Internacional del Trabajo (OIT). 2017. *Estadísticas sobre la renta del trabajo y la desigualdad.*



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.

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 Movi6 El A6o Pasado US\$253.000 Millones En Am6rica Latina.* *Diario La Rep6blica.*

<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:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZfP2ISU9Nm4&t=38s>

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>

Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA (ONUSIDA). 2014. *The Caribbean Men's Internet Survey (CARIMIS)*.

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.

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%20en%20centros%20de%20educaci%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.

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>.

T

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. *Archivos Mapa Legal y Social.*

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

Transgender Europe (TGEU). 2021. *TActualización TMM: Día de la Memoria Trans 2021* <https://transrespect.org/en/tmm-update-tdor-2021/>.



United Nations Development Programme (UNDP). 2021. *Encuesta Nacional LGBTI 2020, República Dominicana. 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%ABlica%20Dominicana%20&pubDate=26%20ago.%202021>.

United Nations Free & Equal. 2017. *Normas de Conducta para las Empresas: Hacer frente a la discriminación contra las personas lesbianas, gais, bisexuales, trans e intersexuales. Ginebra, Suiza. Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.*

<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 Ágrede, 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.>



Valfort, M. 2017. LGBT+I in OECD Countries: A Review [Working Paper No. 198]. Paris: *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).*

Vanderbilt University. (n.d.). *Latin American Public Opinion Project (LAPOP).*

Vela Barba, E. 2017. La discriminación en el empleo en México. Ciudad de México: *Instituto Belisario Domínguez, Senado de la República.*

<http://estefaniavelabarba.com/wp-content/uploads/2015/12/Vela-Barba-Discriminacio%CC%81n-en-el-empleo-2018-portada.pdf>.



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 [Nota de prensa].*

<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.

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*

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/>.

A stylized, light-colored letter 'Z' is centered within a solid orange square.

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/>.