

Radiografía Pride Connection 2025






Pride Connection^{Chile}
.....
El éxito está en la **diversidad**

¿Quiénes Somos?

Pride Connection Chile es una red de organizaciones que busca promover espacios de trabajo inclusivos para la diversidad sexual y generar lazos para la atracción de talento LGBTI+ a las distintas entidades que la componen.

Hoy en día, **Pride Connection Chile** está conformada por una amplia variedad de organizaciones, que junto a **Factor Diverso (agencia ligada a Fundación Iguales)**, buscan promover espacios inclusivos y libres de discriminación para todas las personas y en particular para las personas LGBTI+.

Nuestro Enfoque

La diversidad sexual está presente en todos los ambientes en los que se desenvuelve el ser humano.

Las organizaciones presentan la misma diversidad en sus ambientes de trabajo que se hace visible en la comunidad en la que estas desarrollan sus negocios y en la que se relacionan con diversos grupos de interés.

Dicha diversidad también está presente en clientes y proveedores de la organización. Por lo tanto, construir una cultura abierta a la diversidad sexual implica generar ambientes laborales que tengan como principios la no discriminación, el respeto, la aceptación y el trato igualitario de los colaboradores, lo que tiene como beneficio fundamental visibilizar a todas las personas, y desplegar su potencial y talento.



Radiografía

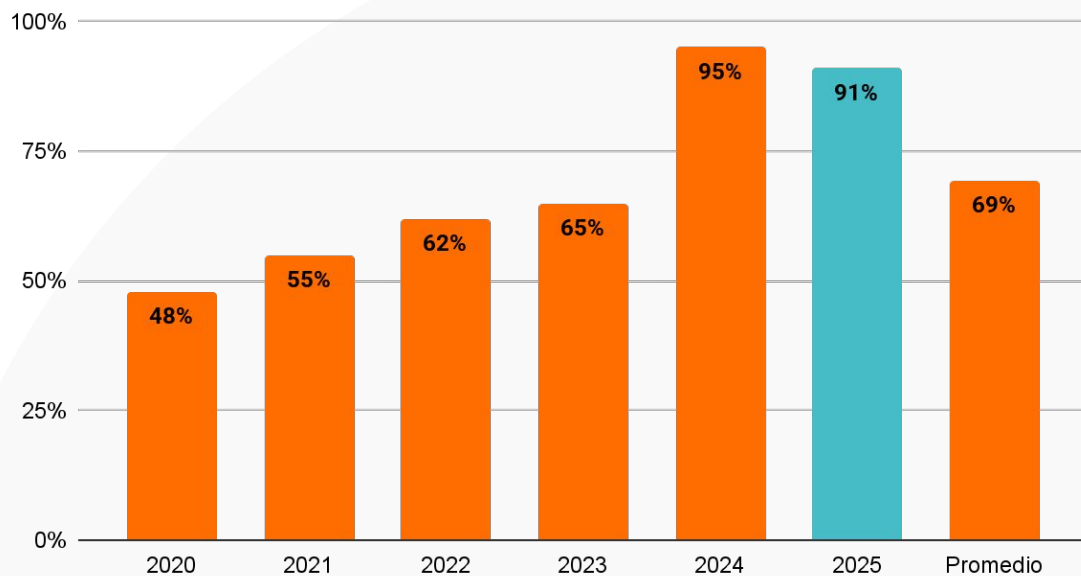
Pride Connection Chile: el impacto de la red 2017-2025



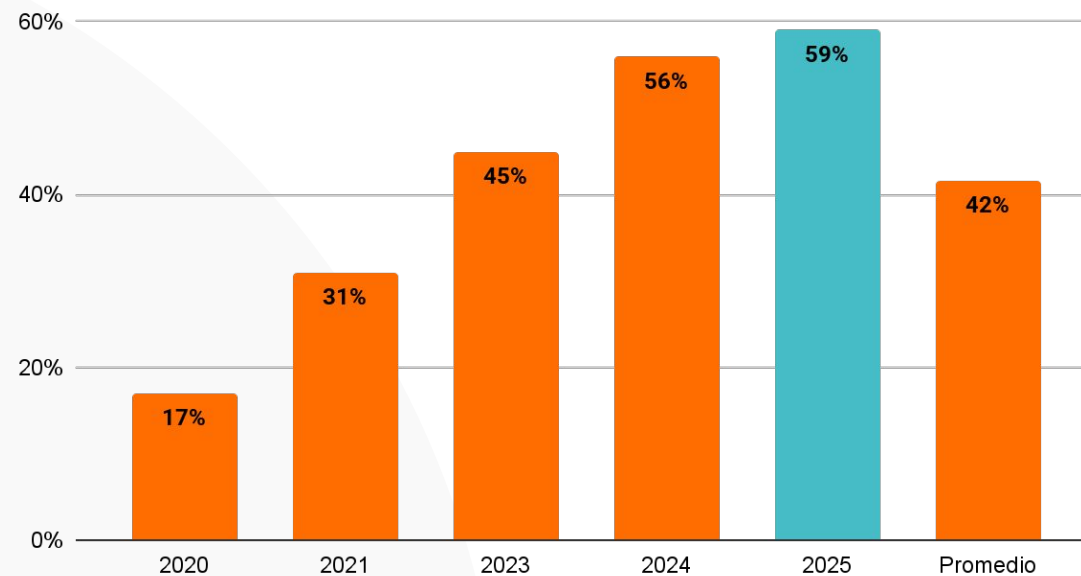
El avance de la inclusión

Desde su primera edición en 2017, en la que participaron 23 empresas, la Radiografía Pride Connection ha sido una herramienta clave para medir el avance de la diversidad e inclusión LGBTIQ+ en el mundo laboral. Gracias a la data levantada entre cientos de empresas a lo largo de los años, podemos evidenciar el impacto que ha tenido la red en mejorar los indicadores en las empresas y organizaciones miembro. En esta sección, presentamos la evolución de cada uno de los pilares evaluados, destacando los avances alcanzados que continúan moldeando espacios laborales más diversos y equitativos.

Liderazgos como sponsors del ERG LGBTIQ+



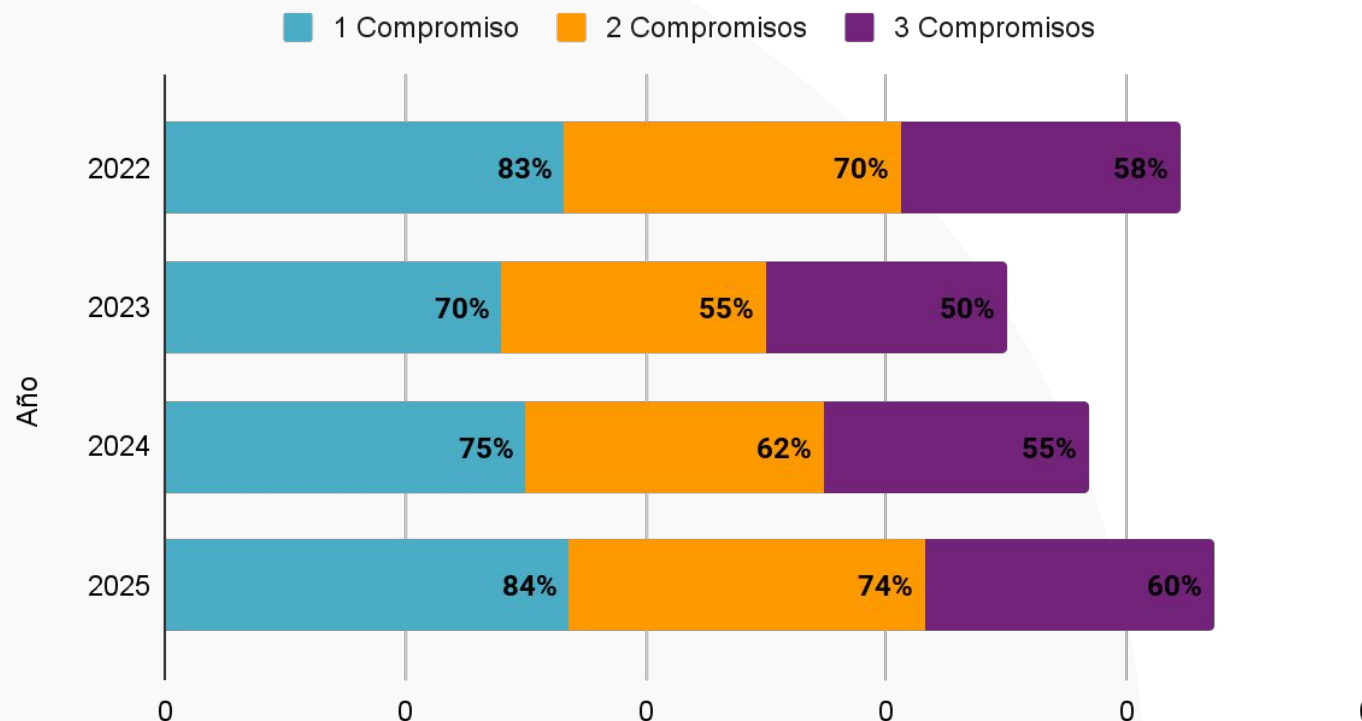
Beneficios para trabajadores trans



El avance de la inclusión

Desde su primera edición en 2017, en la que participaron 23 empresas, la Radiografía Pride Connection ha sido una herramienta clave para medir el avance de la diversidad e inclusión LGBTI+ en el mundo laboral. Gracias a la data levantada entre cientos de empresas a lo largo de los años, podemos evidenciar el impacto que ha tenido la red en mejorar los indicadores en las empresas y organizaciones miembro. En esta sección, presentamos la evolución de cada uno de los pilares evaluados, destacando los avances alcanzados que continúan moldeando espacios laborales más diversos y equitativos.

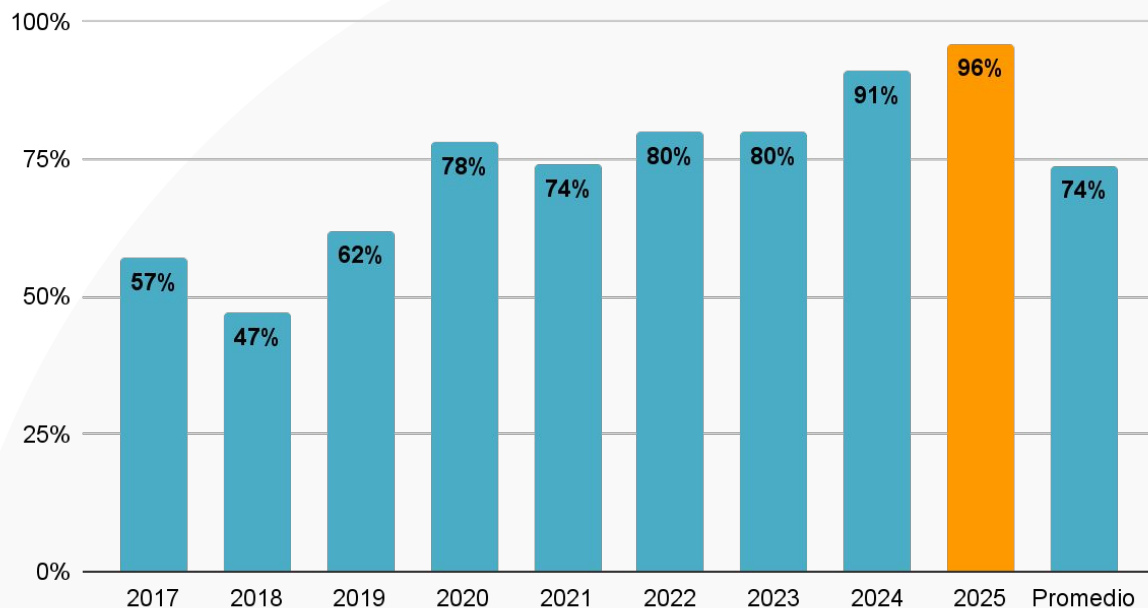
Compromisos públicos



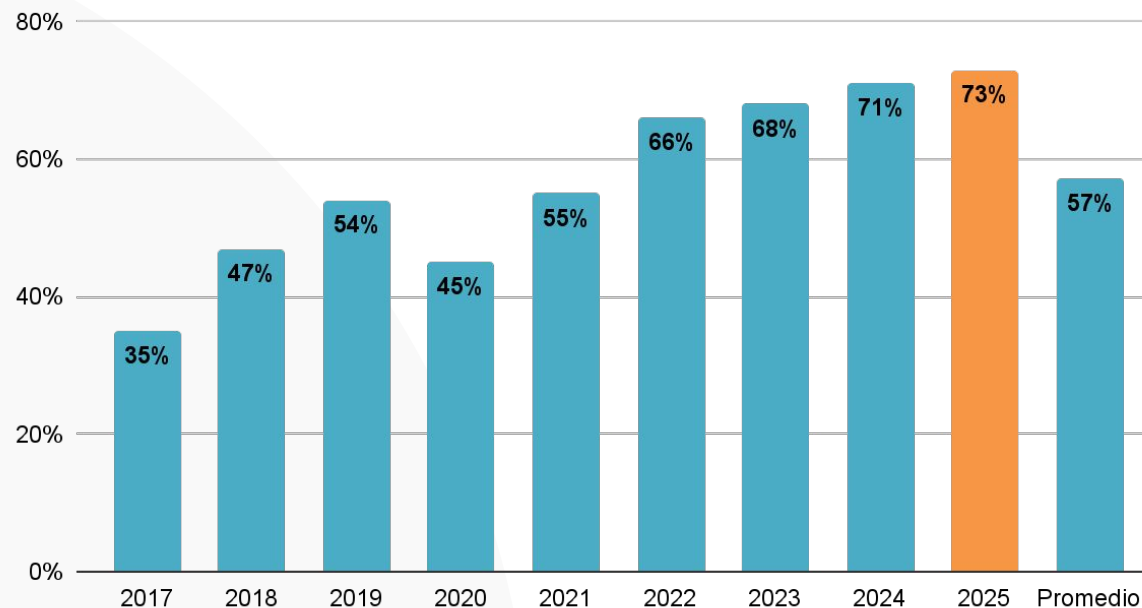
El avance de la inclusión

Desde su primera edición en 2017, en la que participaron 23 empresas, la Radiografía Pride Connection ha sido una herramienta clave para medir el avance de la diversidad e inclusión LGBTI+ en el mundo laboral. Gracias a la data levantada entre cientos de empresas a lo largo de los años, podemos evidenciar el impacto que ha tenido la red en mejorar los indicadores en las empresas y organizaciones miembro. En esta sección, presentamos la evolución de cada uno de los pilares evaluados, destacando los avances alcanzados que continúan moldeando espacios laborales más diversos y equitativos.

Política DEI



Existencia red LGBTI+

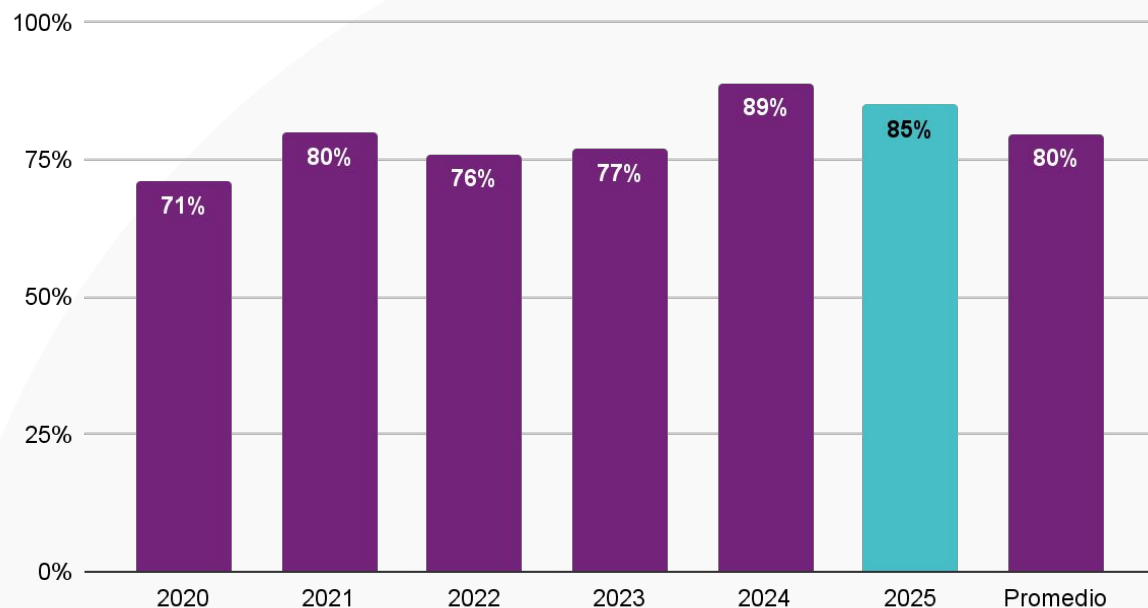




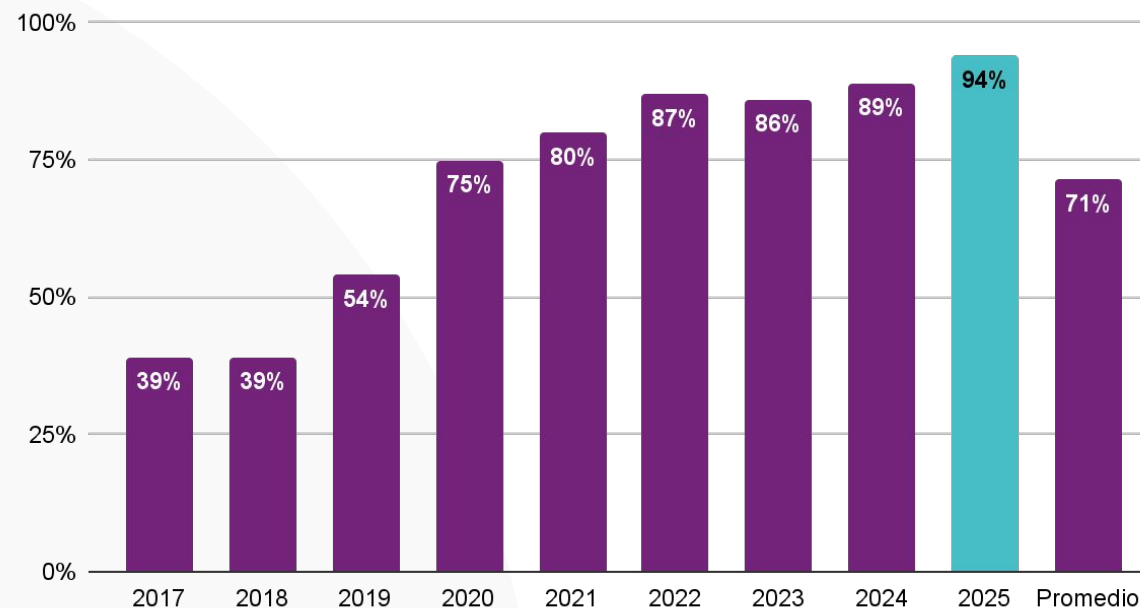
El avance de la inclusión

Desde su primera edición en 2017, en la que participaron 23 empresas, la Radiografía Pride Connection ha sido una herramienta clave para medir el avance de la diversidad e inclusión LGBTI+ en el mundo laboral. Gracias a la data levantada entre cientos de empresas a lo largo de los años, podemos evidenciar el impacto que ha tenido la red en mejorar los indicadores en las empresas y organizaciones miembro. En esta sección, presentamos la evolución de cada uno de los pilares evaluados, destacando los avances alcanzados que continúan moldeando espacios laborales más diversos y equitativos.

Comité DEI



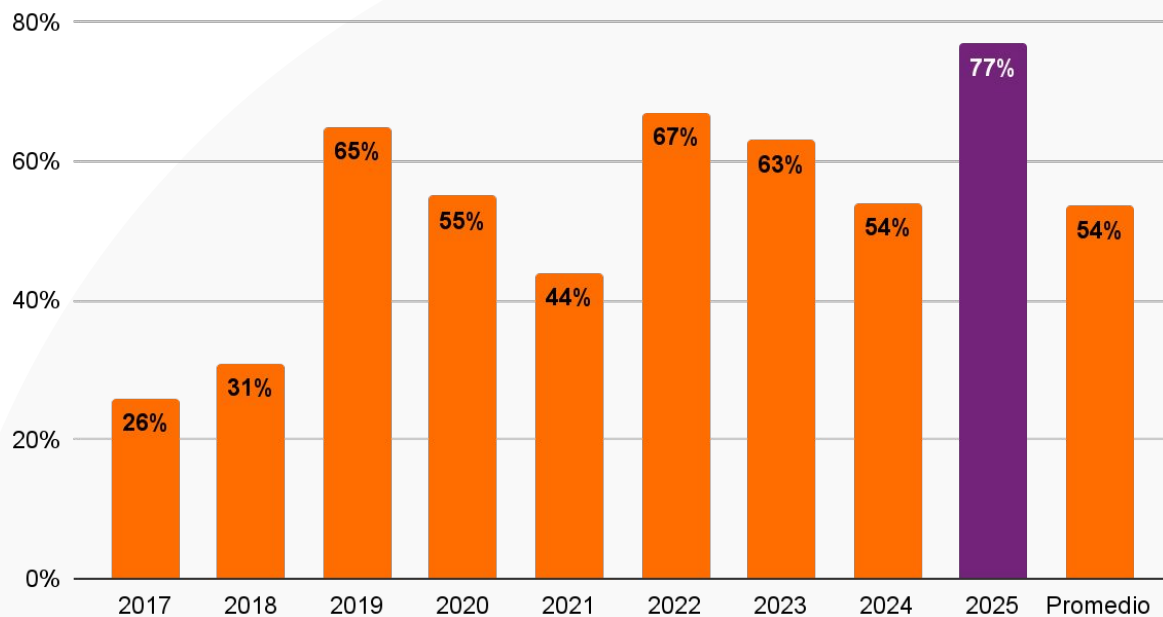
Entrenamientos



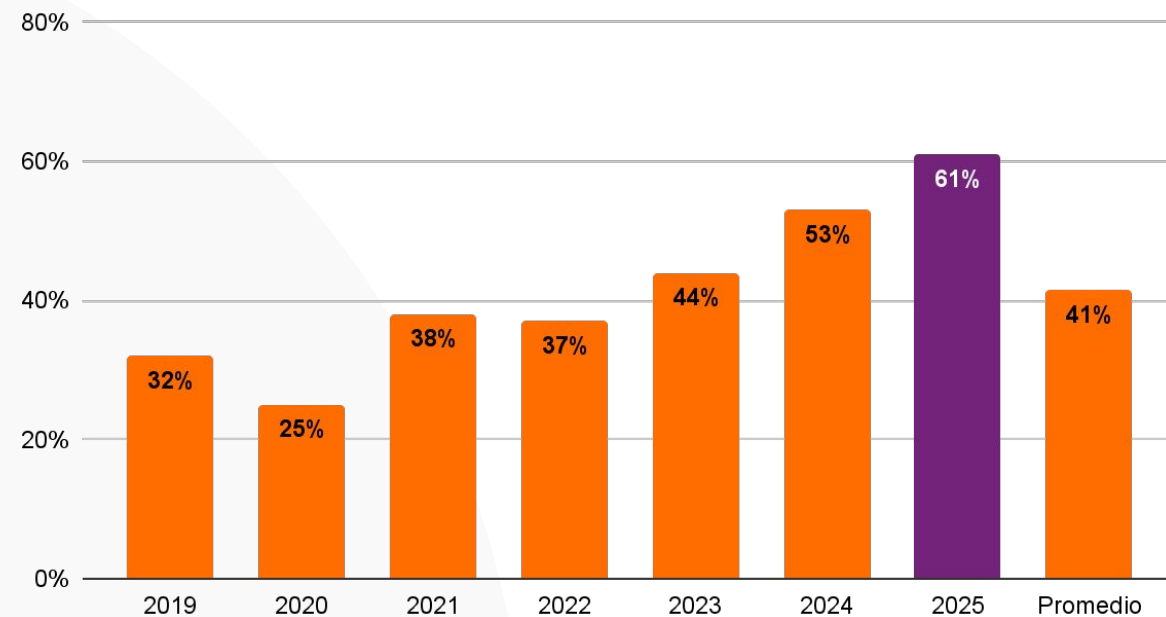
El avance de la inclusión

Desde su primera edición en 2017, en la que participaron 23 empresas, la Radiografía Pride Connection ha sido una herramienta clave para medir el avance de la diversidad e inclusión LGBTI+ en el mundo laboral. Gracias a la data levantada entre cientos de empresas a lo largo de los años, podemos evidenciar el impacto que ha tenido la red en mejorar los indicadores en las empresas y organizaciones miembro. En esta sección, presentamos la evolución de cada uno de los pilares evaluados, destacando los avances alcanzados que continúan moldeando espacios laborales más diversos y equitativos.

Encuestas anónimas



Protocolo de Transición de Género

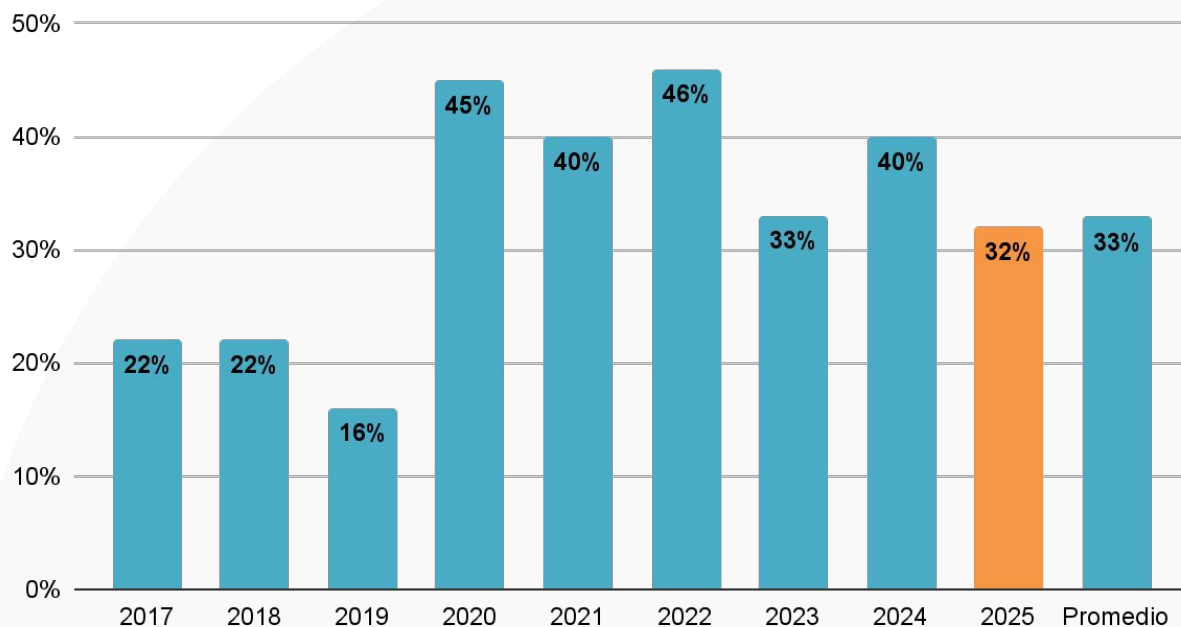




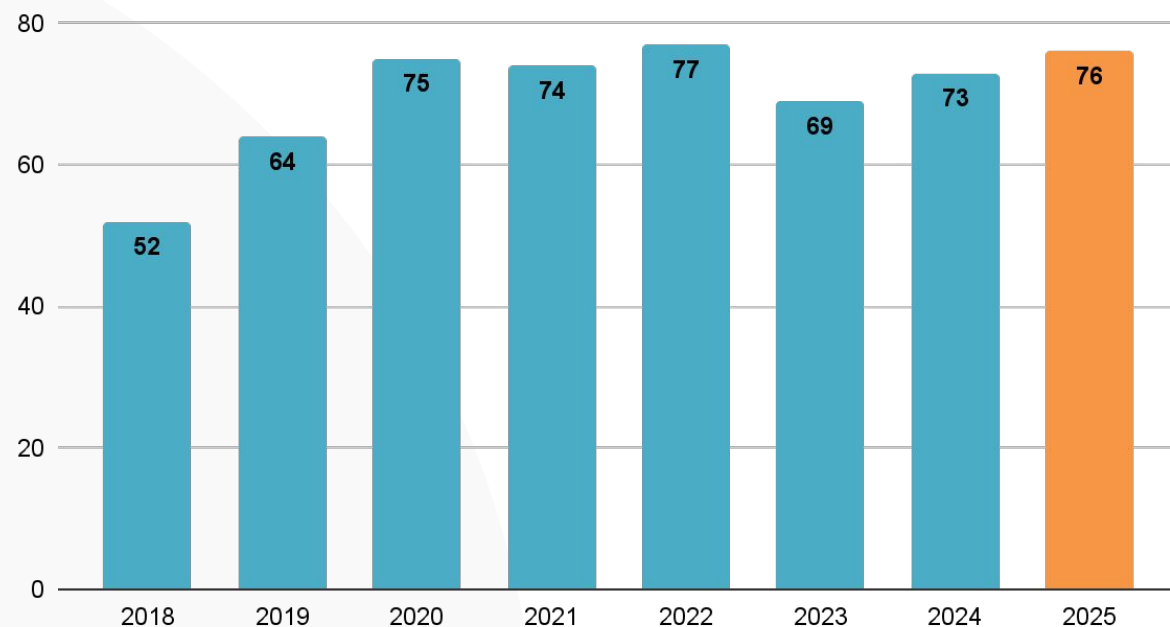
El avance de la **inclusión**

Desde su primera edición en 2017, en la que participaron 23 empresas, la Radiografía Pride Connection ha sido una herramienta clave para medir el avance de la diversidad e inclusión LGBTI+ en el mundo laboral. Gracias a la data levantada entre cientos de empresas a lo largo de los años, podemos evidenciar el impacto que ha tenido la red en mejorar los indicadores en las empresas y organizaciones miembro. En esta sección, presentamos la evolución de cada uno de los pilares evaluados, destacando los avances alcanzados que continúan moldeando espacios laborales más diversos y equitativos.

Evento reclutamiento LGBTI+



Promedio puntajes generales





Radiografía

Pride Connection Chile: Resultados edición 2025



Organizaciones participantes

- 3M
- ABB
- Accenture Chile
- Accor Hotels (Ibis, Mercure, Novotel, Ibis Budget, Pullman)
- ACHS
- Adidas
- AFP Provida
- Aguas Andinas
- AHA Inclusión
- Air Products Indura
- Aramark
- Ausenco
- Banco Falabella, CMR y Seguros Falabella
- Banco Ripley
- Banco Estado
- Banco Estado Express
- BASF Chile
- BAT Chile
- Bayer
- BD
- Bechtel
- Beiersdorf (Nivea y Eucerin)
- BHP
- Blue Express
- Boehringer Ingelheim
- Boston Consulting Group
- BUK
- Cabify
- Cencosud
- CEPD Abogados
- Cervecería AB InBev
- Chevrolet Servicios Financieros/ GM Financial
- Citi
- Clorox Chile
- Coca-Cola Chile
- Coca-Cola Brasil
- Coca-Cola Argentina
- Coca-Cola Paraguay (Paresa)
- Corona
- Corteva
- Cummins
- Decathlon
- Deloitte
- EFE Trenes de Chile
- Electrolux Group
- Embajada Británica en Santiago
- Empresas SB (Preunic y Salcobrand)
- ENAP
- Enel Chile
- ENTEL
- Equifax Chile
- Ericsson
- ESSBIO
- Eurofarma Chile
- EY
- Falabella Retail
- Falabella S.A.
- Fedex
- FEMSA Salud
- Finning
- Grupo Axo
- Grupo Smart Fit
- Grupo Vantaz
- GSK
- Hilti Chile
- HP Chile
- IBM
- IDEAL S.A.
- IKEA Chile, Colombia y Perú

Organizaciones participantes

- IPG Mediabrands
- Itaú
- J.P. Morgan
- Jetsmart
- Kibernum
- Kraft Heinz
- L'Oreal Chile
- Lizama Abogados
- Mallplaza
- ManpowerGroup Chile
- McDonald's
- McKinsey & Company Chile
- Medtronic
- Metlife
- Metro de Santiago
- MGC
- MSD Chile
- Museo de la Memoria y los Derechos Humanos
- Natura/ The Body Shop
- Nissan Chile/ Credinissan
- Nokia
- NTT Data Chile
- Oracle
- P&G Chile
- Page Group - Michael Page
- Papa Johns
- Paris
- Pedidos Ya
- Pepsico
- Pfizer
- Ripley
- SAP Chile
- Schneider Electric
- Scotiabank
- Securitas Chile
- Siemens Healthineers
- Sodexo
- Sodimac
- Softtek
- Soprole
- South 32 Chile
- Southbridge Insurance Company
- Starbucks
- Syngenta Chile
- Tata Consultancy Services Chile
- Teck
- Thomson Reuters
- Tottus
- Transbank
- Uber
- VMICA Consultores
- VSPT Wine Group
- Warner Bros. Discovery/ CNN Chile
- Wiener Lab Chile
- WOM.

Radiografía de Participación

La **IX Radiografía Interna de la Red Pride Connection Chile** es una herramienta clave para comprender cómo las organizaciones han avanzado en materia diversidad, equidad e inclusión, especialmente en temas de diversidad sexual y de género. Más allá de ser un diagnóstico, esta radiografía es una oportunidad para reflexionar sobre las brechas que aún existen y las acciones necesarias para construir espacios laborales más inclusivos y respetuosos.

Cada organización participante recibirá un informe personalizado que no solo les permitirá conocer su situación actual, sino también orientar sus planes de trabajo para 2025. Además, este proceso está estrechamente vinculado a **Equidad CL**, el único reconocimiento en Chile que premia a las organizaciones que se destacan como espacios inclusivos y atractivos para el talento diverso.



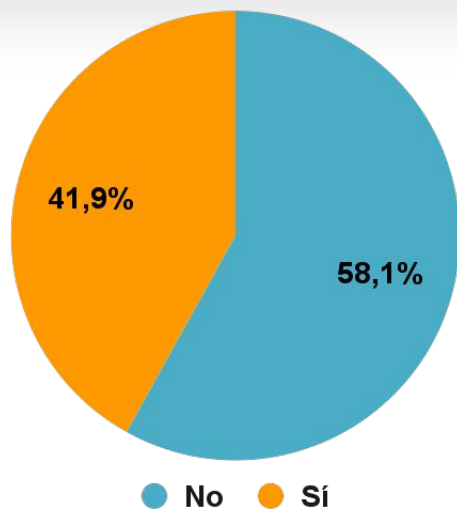
Radiografía de Participación

Este año, la Radiografía **Pride Connection Chile + Equidad CL** se llevó a cabo entre octubre de 2024 y enero de 2025, recopilando 124 cuestionarios, equivalentes a 141 organizaciones. Los datos fueron analizados con herramientas como Excel y R Studio para garantizar resultados claros y confiables.

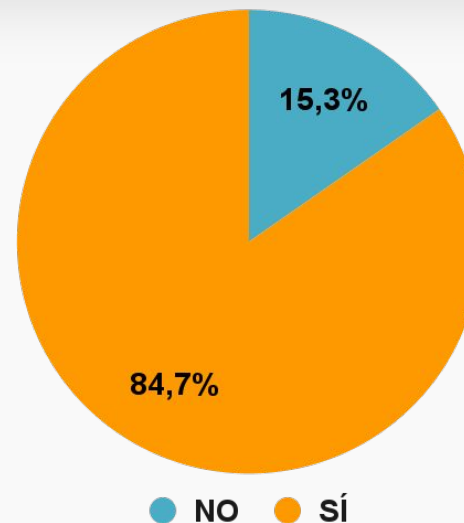
Realizar este tipo de encuestas no solo es importante, sino necesario para avanzar hacia un Chile más diverso e inclusivo. Cada respuesta cuenta y contribuye a generar el cambio que queremos ver.

Para el análisis de los datos, se utilizó Excel y el programa R Studio.

Organizaciones que han participado en otros Programas de HRC en la región (Equidad ARG, BR o MX)



Organizaciones con Operaciones significativas en América Latina (más allá de Chile)



Radiografía de participación

La categoría utilizada en esta variable, corresponde a la cantidad de colaboradores y, por ende, al tamaño de las organizaciones. Para esta medición, se aplican los siguientes criterios:



Radiografía de participación

En la versión 2025 se analizó la cantidad de organizaciones que participaron de la Radiografía, y que forman parte de la Red Pride Connection Chile. Al mismo tiempo, se preguntó cuál de estas organizaciones ha participado de las encuestas de HRC en México, Brasil o Argentina.



HRC Equidad AR

Un 41% de las organizaciones participantes ha también formado parte de la encuesta HRC Equidad AR (Argentina)



HRC Equidade BR

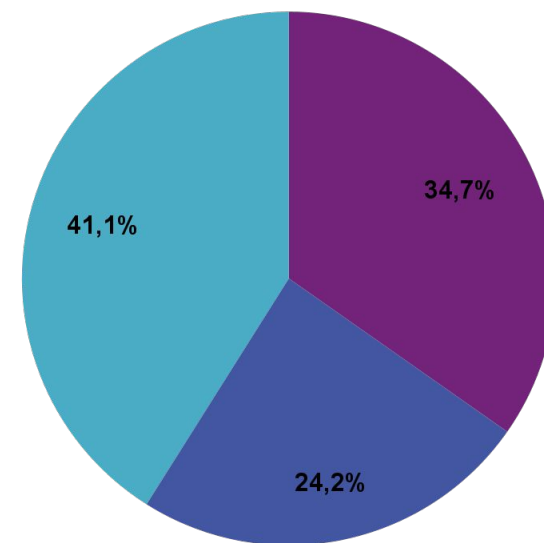
Un 24% de las organizaciones participantes ha también formado parte de la encuesta HRC Equidade BR (Brasil)



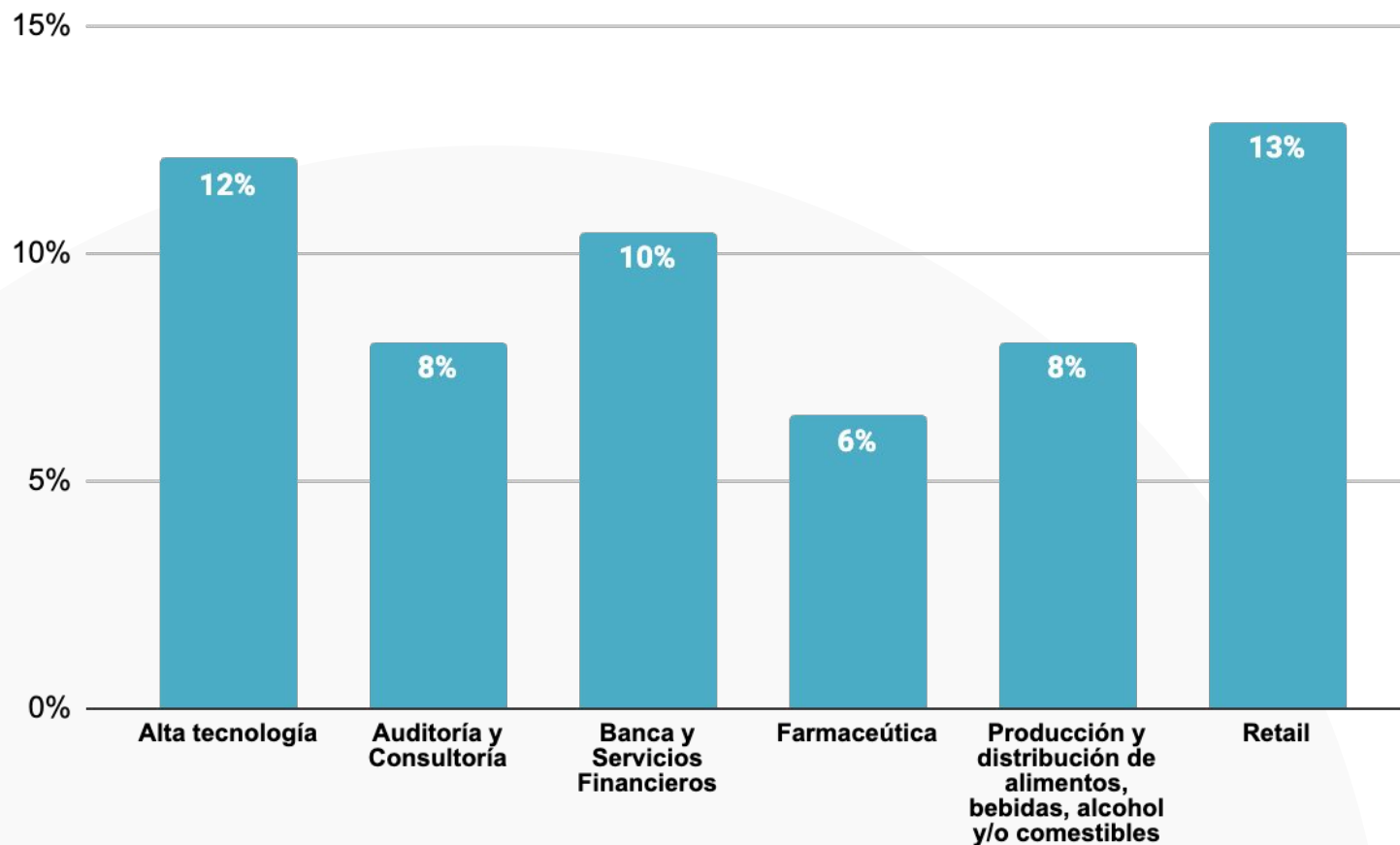
HRC Equidad MX

Un 34% de las organizaciones participantes ha también formado parte de la encuesta HRC Equidad MX (México)

- HRC Equidad AR
- HRC Equidad BR
- HRC Equidad MX



Radiografía de participación 2025: Rubros principales

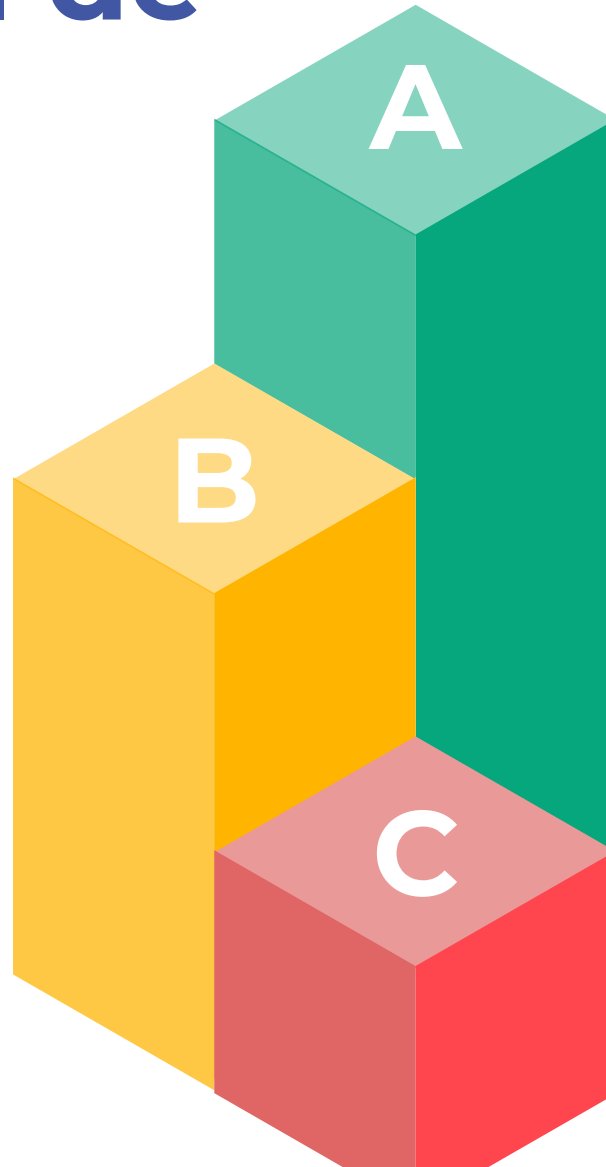


* En este gráfico, se muestran las 6 opciones más frecuentes en las respuestas de las organizaciones participantes.

Clasificación según nivel de desarrollo

Clasificación B

Las organizaciones tipo B, tienen un gran camino recorrido en torno a la inclusión de las personas gays, lesbianas, bisexuales, trans e intersex al interior de su organización. Cuentan con los mecanismos correctos para promover espacios de respeto, igualdad de condiciones y aceptación LGBTI+.



Clasificación A

En una organización tipo A, las personas LGBTI+ y aliadas pueden sentirse integradas, respetadas y con igualdad de condiciones. Existe una cultura en la que pueda hablarse abiertamente sobre su identidad de género u orientación sexual sin miedo a consecuencias negativas por parte de la organización o de quienes trabajen en ella.

Clasificación C

Las organizaciones C están en el lugar correcto: Pride Connection Chile. Para avanzar es importante identificar las barreras internas y las particularidades de cada organización para avanzar hacia la inclusión de personas LGBTI+ en la organización.

Clasificación según nivel de desarrollo

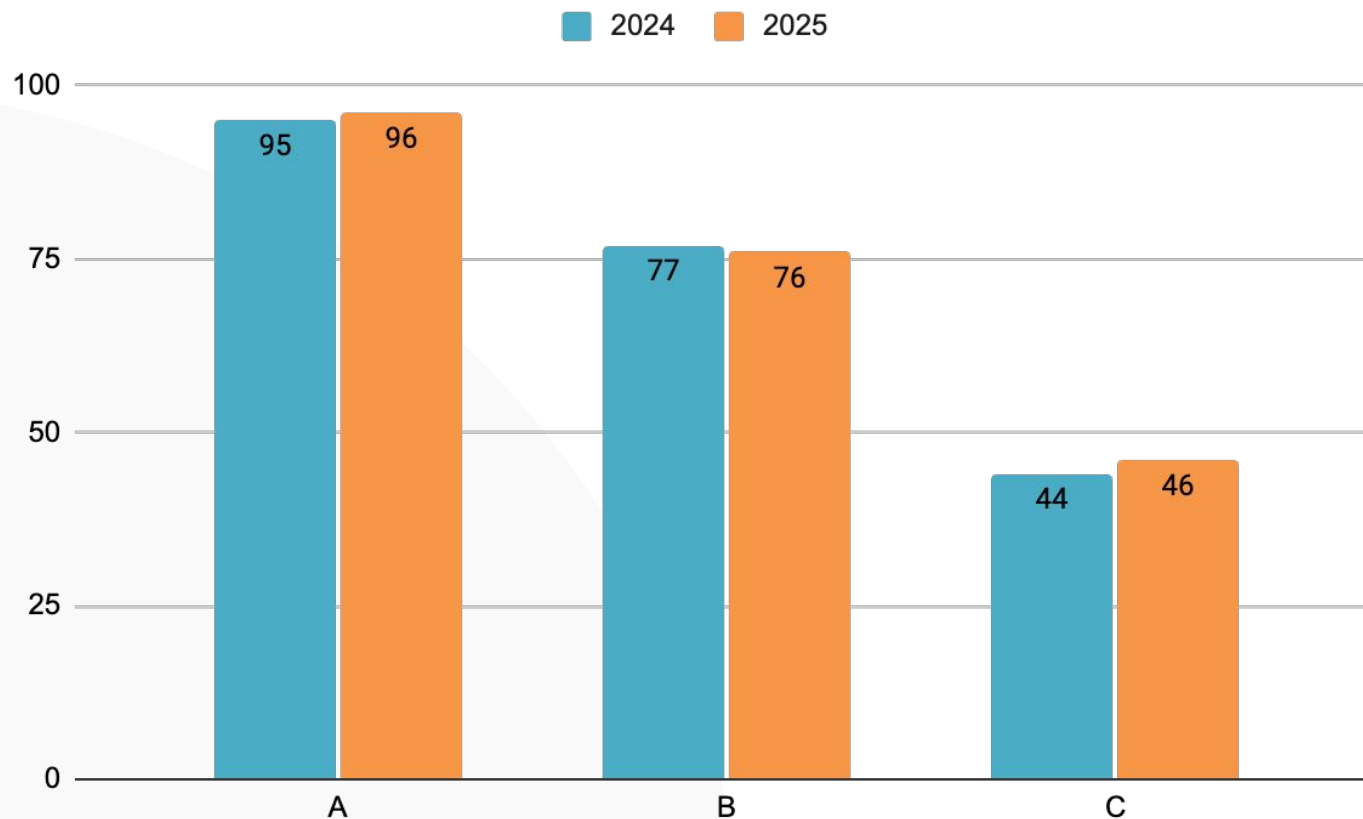
Puntaje promedio por categoría

El puntaje promedio de la totalidad de las organizaciones participantes en 2025 fue **76 puntos**. Mientras que el promedio de la totalidad de las organizaciones participantes en 2024 fue **73 puntos**.

El **75% de las organizaciones** que participaron en la versión 2024 de la Radiografía Pride Connection formaron parte también de la versión 2025.

2024

2025



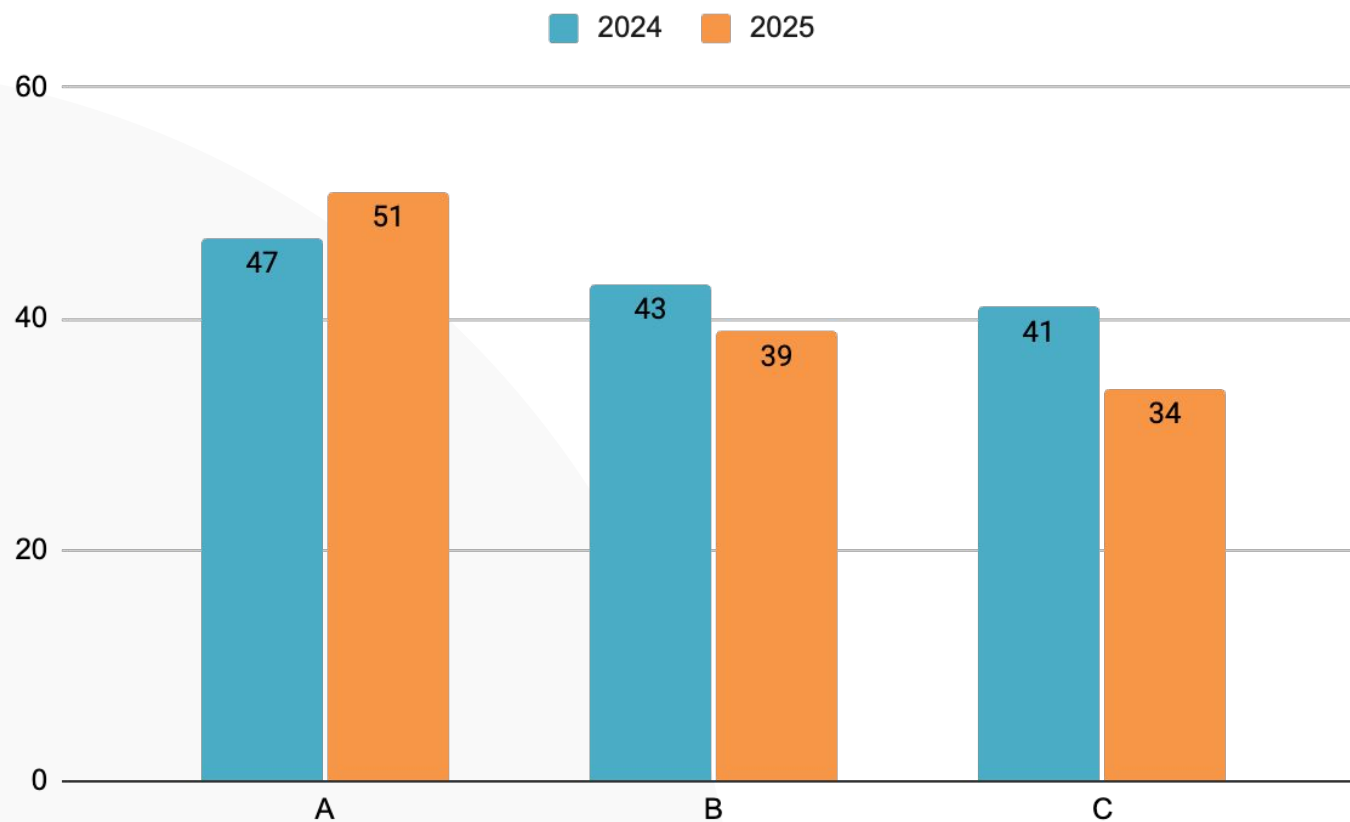
Clasificación según nivel de desarrollo

Cantidad de organizaciones por categoría

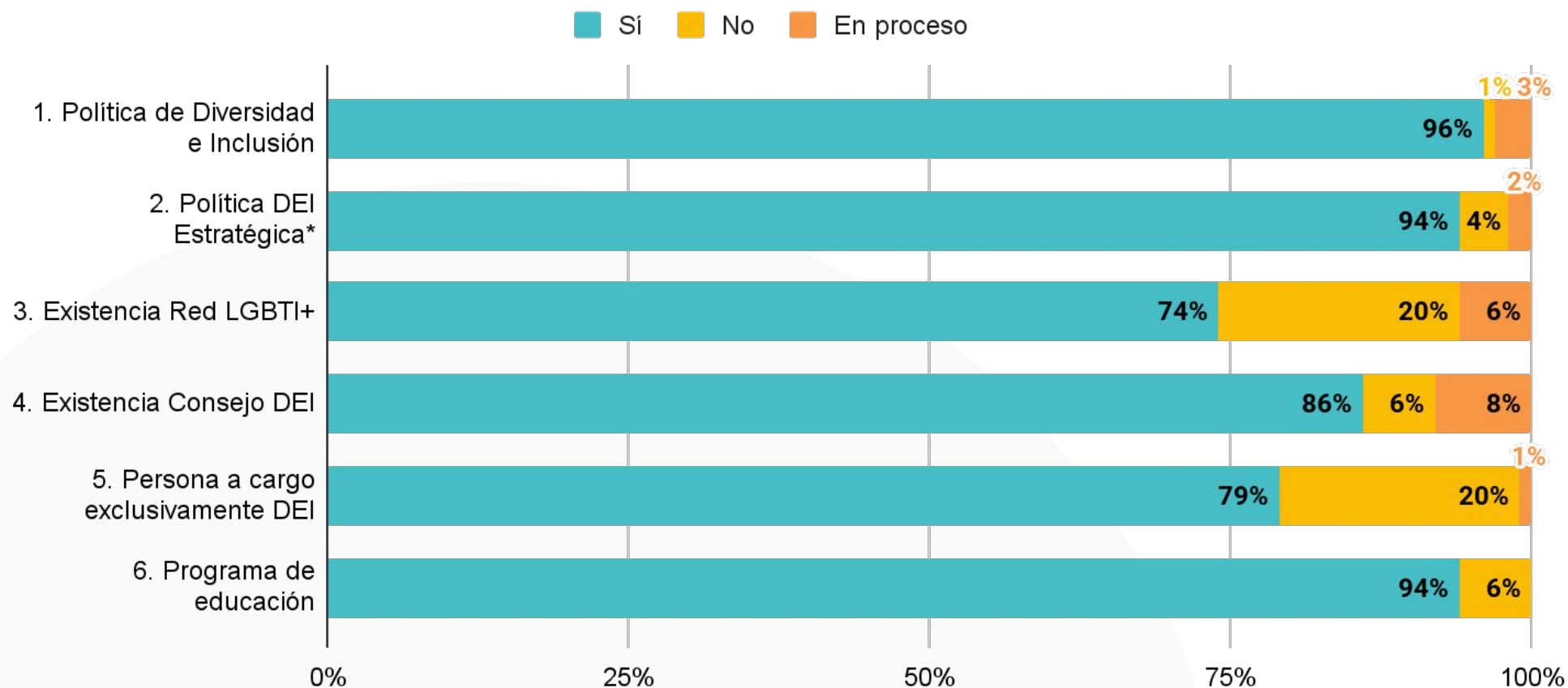
En la versión 2024 de la Radiografía Pride Connection, se recibieron 131 cuestionarios, mientras que en la actual (2025), 124 encuestas fueron llenadas (en representación de 141 empresas).

2024

2025

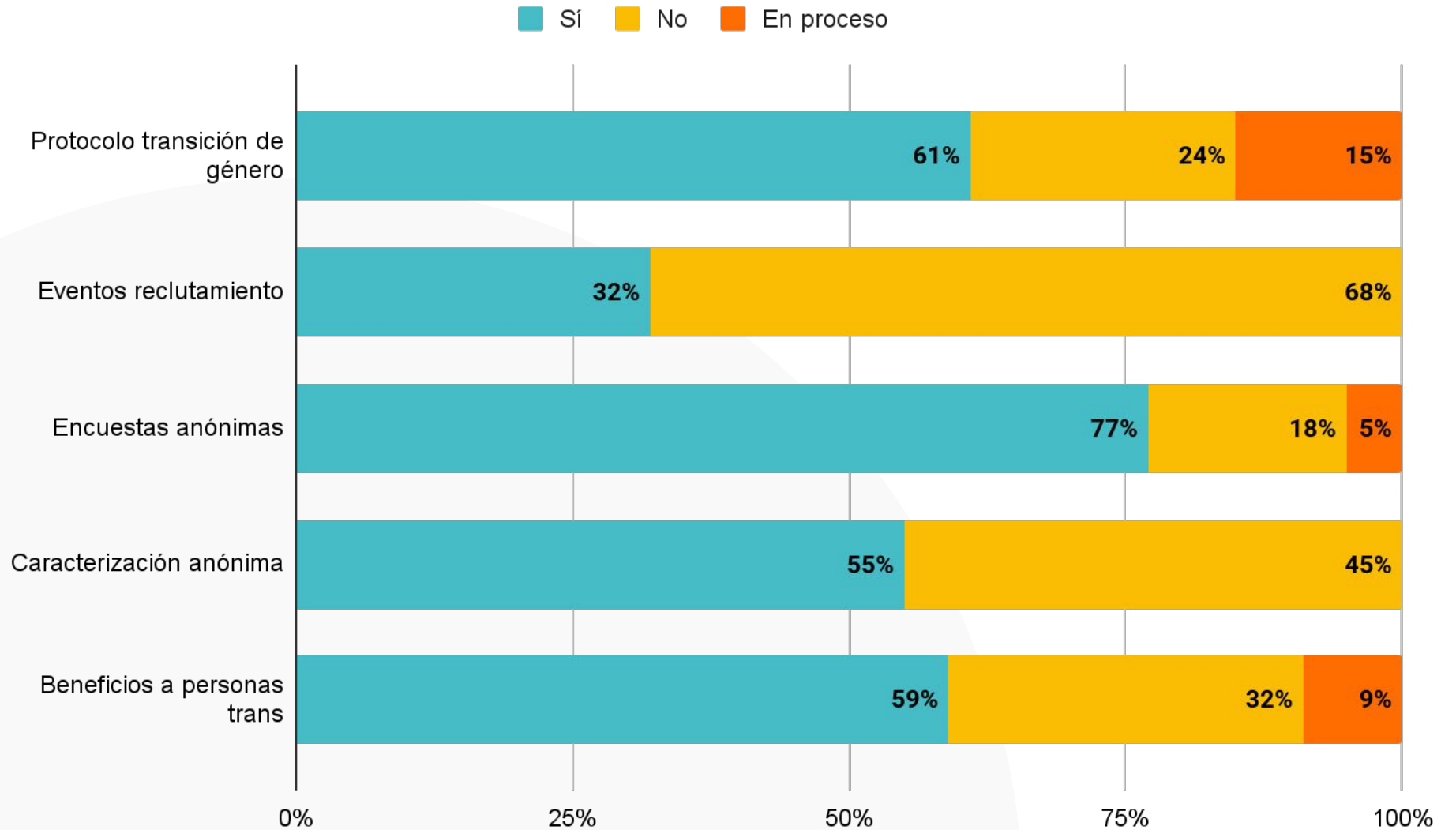


Resultados por dimensión (2025)



*Refieren a preguntas condicionales. En el caso de "Política DEI estratégica" (En caso de responder "Sí" (existencia de Política DEI), ¿su política de diversidad e inclusión -formalizada, divulgada y aplicada en Chile- considera a la diversidad sexual (o comunidad LGBTI+) como una temática estratégica o pilar estratégico de trabajo en la organización?), esta deviene de las empresas que contestaron "Sí" a la existencia de una política.

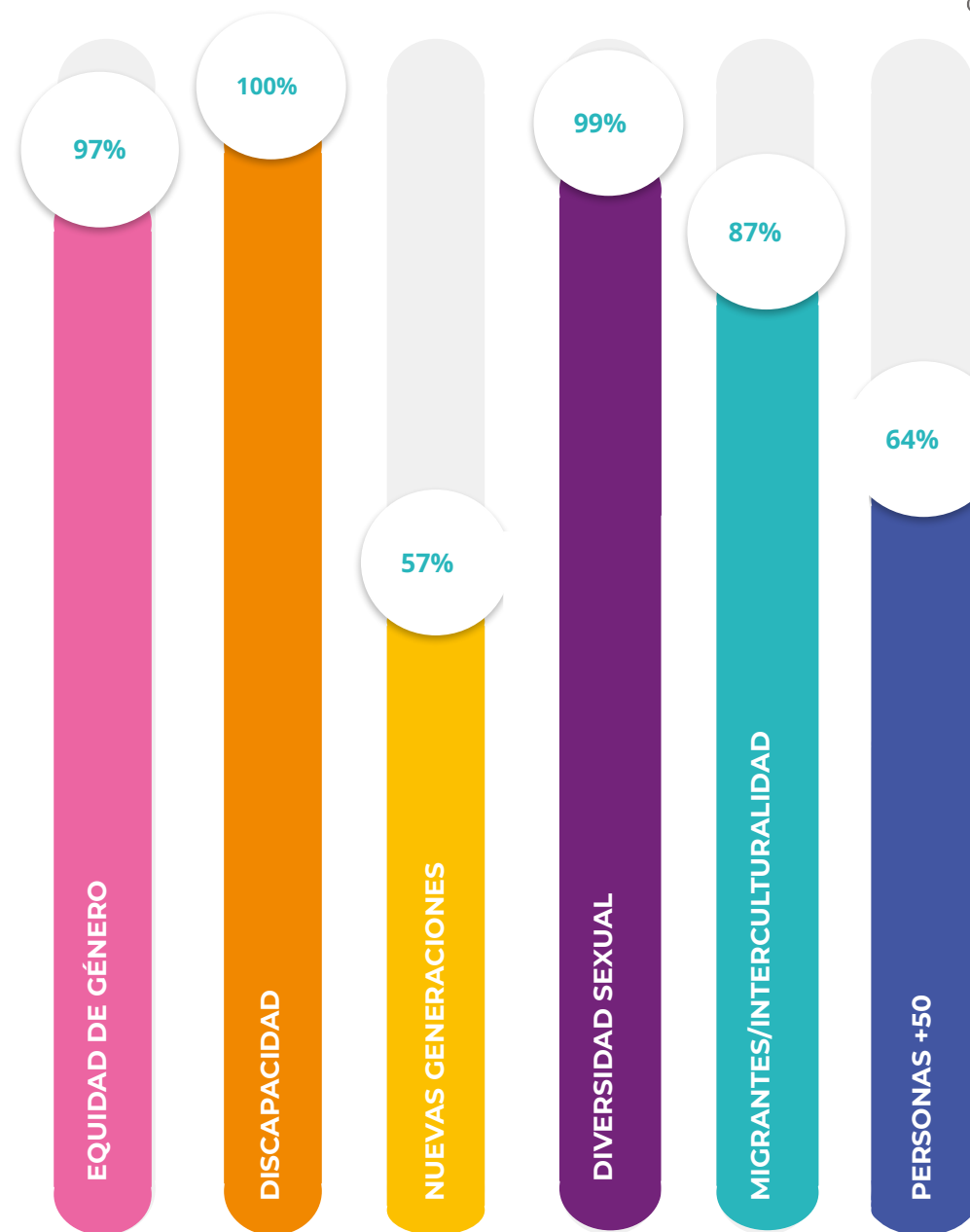
Resultados por dimensión 2025



Resultados por dimensión 2025

Política DEI

- El 96% de las organizaciones participantes cuenta con una política de diversidad e inclusión, mientras que el 3% declaró encontrarse “En proceso” de construcción.
- El 94% de las organizaciones que declararon tener una política DEI, considera la diversidad sexual como una temática estratégica o pilar estratégico de trabajo en la organización.
- El 95% de las organizaciones que declararon tener una política DEI, contienen la expresión “orientación sexual” en sus políticas de inclusión y diversidad.
- El 80% de las organizaciones que declararon tener una política DEI, contienen la expresión “expresión de género” en sus políticas de inclusión y diversidad.
- Mientras que el 88% de las organizaciones que declararon tener una política DEI, contienen la expresión “identidad de género” en sus políticas de inclusión y diversidad.
- El 41% de las organizaciones declaró contar con un manual de atención al público, formalizado, divulgado y aplicado en Chile, que orienta el trato inclusivo y respetuoso a las personas LGBTI+
- El siguiente gráfico refleja la presencia de diversos pilares, en las políticas DEI impulsadas por las diferentes organizaciones:



Resultados por dimensión 2025

Política DEI

Relación con proveedores respecto a DEI*	%
Solicitud de política de diversidad e inclusión propia para participar de procesos de licitación	10%
Solicitud de declaración (código de conducta u otro documento)	30%
Capacitación a colaboradores de la organización externa	22%
Solicitud de certificaciones en los procesos de licitación	3%
Solicitud de acciones públicas o internas en los procesos de licitación	3%
Todavía no existe este tipo de relacionamiento con proveedores	40%

Política D+I extensiva a proveedores*

- EN PROCESO (7%)
- NO (33)
- Sí (60%)



*Al igual que la revisión de métricas anteriores, el número total de referencias son las organizaciones que cuentan con política DEI (119).

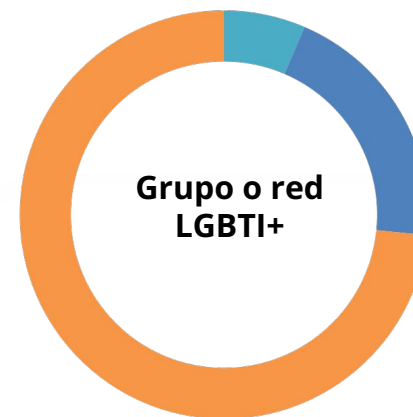
Resultados por dimensión 2025

Competencia organizacional

Iniciativas como redes de colaboradores y colaboradoras LGBTI+ y aliados, comités integrados por la alta gerencia, así como una persona a cargo de gestionar las iniciativas de Diversidad, Equidad e Inclusión, son acciones que permiten espacios laborales saludables y respetuosos de toda la diversidad entre las personas, que robustecen la manera de hacer negocio de una perspectiva humana y sostenible si se establecen desde *core* del negocio.

- El **35% de las organizaciones** declaró coordinar el área D+I regional desde Chile.
- El **91% de las organizaciones con ERG, cuentan con un sponsor de la comunidad LGBTI+; mientras que el 75% se declararon como aliados.**
- El **78% de las organizaciones**, que tienen una ERG, cuentan con un **presupuesto destinado exclusivamente a este grupo.**
- El **80% de los ERG**, incluyen **planificación anual** y **KPIs** para medir avances y un **7% está en proceso.**

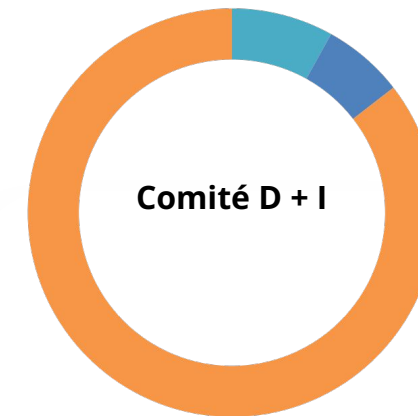
● EN PROCESO (6%) ● NO (20%) ● SÍ (74%)



El 91% de las organizaciones que tienen ERG, cuentan con una persona Sponsor Ejecutiva Senior de la red/grupo LGBTI+.

Del total de organizaciones que Sí cuentan con una red de trabajadores LGBTI+, **un 100% mencionó que este grupo es también para aliados de la comunidad LGBTI+.**

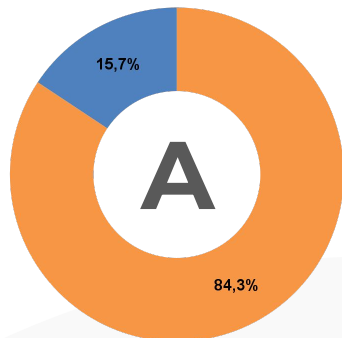
● EN PROCESO (8%) ● NO (6%) ● SÍ (86%)



El **86% de las organizaciones que tienen Comité**, están integrados por la alta gerencia, quienes dan seguimiento a las iniciativas de diversidad e inclusión, y un 5% está En Proceso de incorporar a estos cargos en dichos organismos.

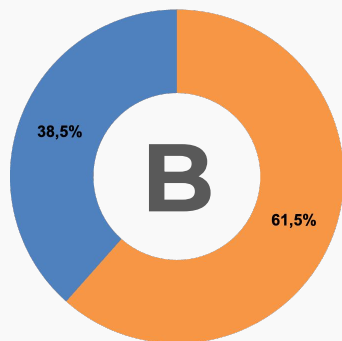
Resultados por dimensión 2025

Presupuesto ERG por categoría



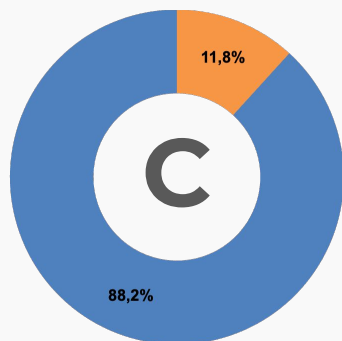
● Si
● No

Promedio: \$12.943.950



● Si
● No

Promedio: \$10.334.166



● Si
● No

Promedio: \$7.978.750

Entrenamientos

Un **20%** de las empresas que tiene una persona a cargo del programa D+I, tiene a alguien exclusivamente para el programa LGBTI+ para Chile.

De las **78% organizaciones** que declararon tener un presupuesto anual para el grupo/red LGBTI+, se pudo sacar un promedio que derivó en CLP **\$11.751.624**

- Con un monto máximo registrado de **\$110.000.000**
- Con un monto mínimo registrado de **\$500.000**

82

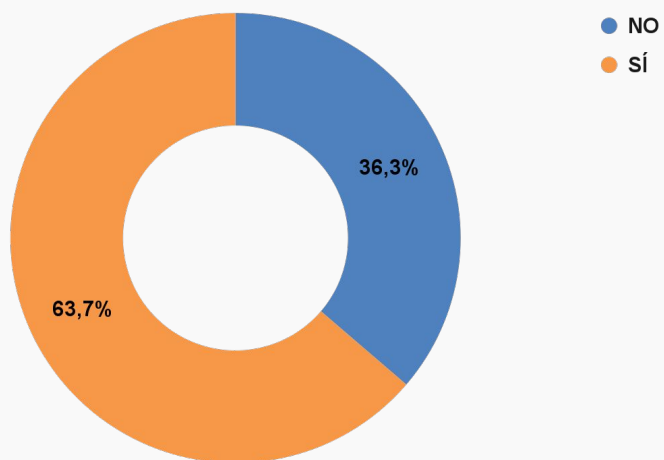
Personas en promedio integraron las redes LGBTI+

Resultados por dimensión 2025

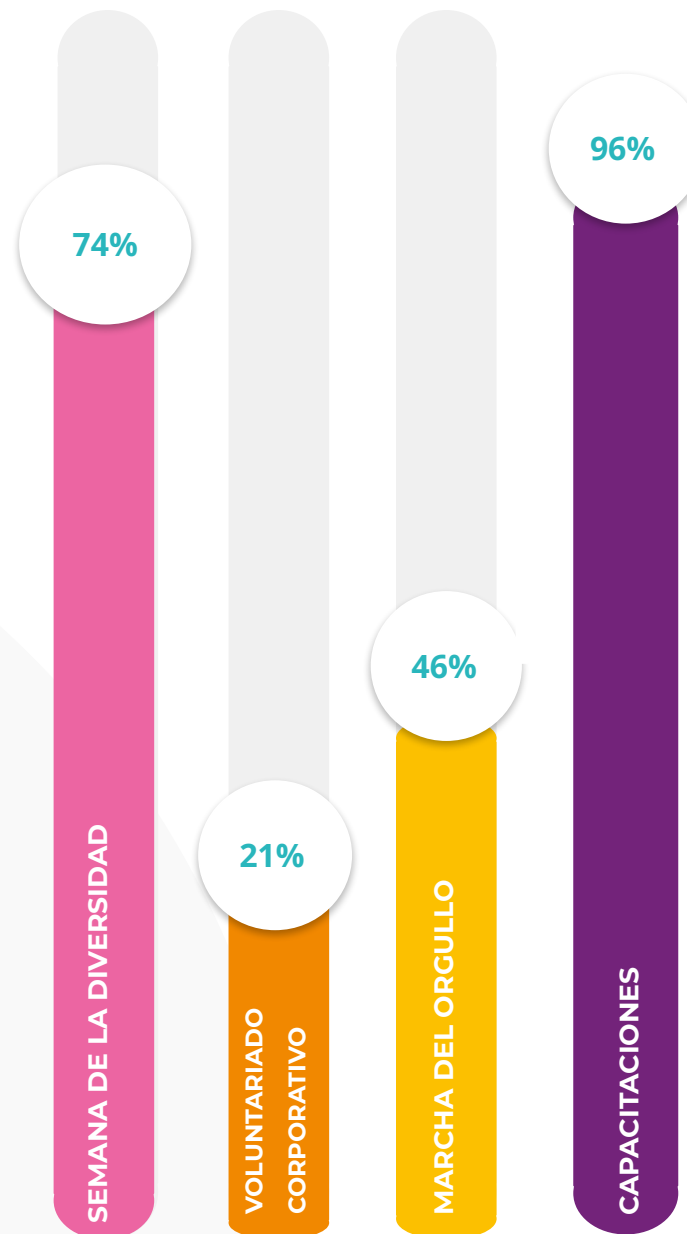
Competencia organizacional

Un **29%** de las organizaciones incluyen métricas para las evaluaciones anuales del desempeño de líderes y cargos en materia de inclusión LGBTI+.

Personas reconocidas LGBTI+ en altos cargos



El siguiente gráfico **refleja el porcentaje de actividades realizadas** por el ERG durante 2024:



Resultados por dimensión 2025

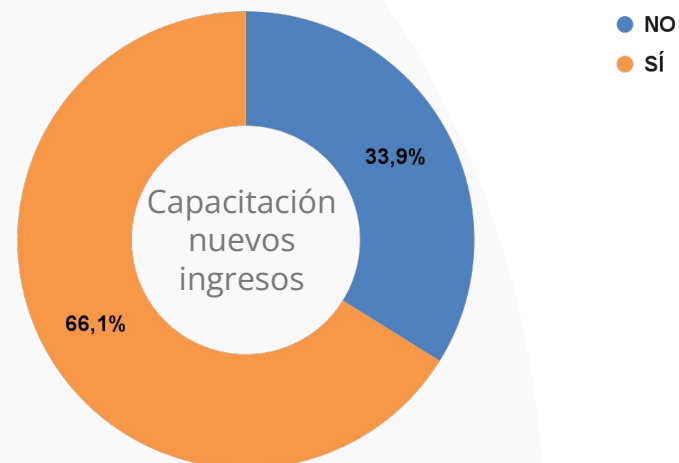
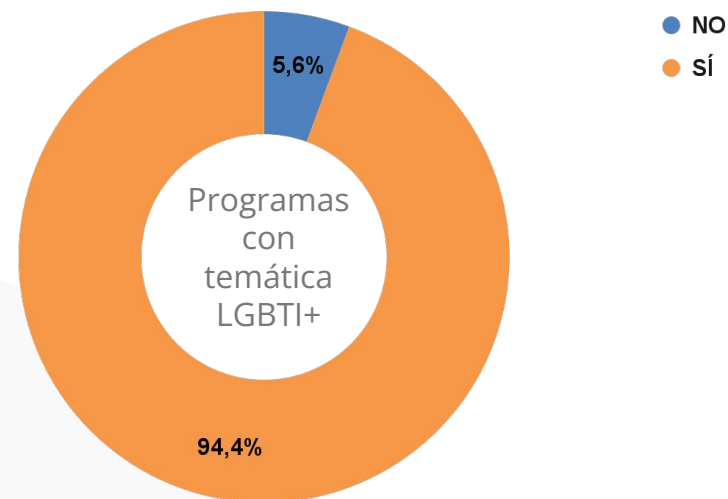
Entrenamientos

El **94%** de las organizaciones ha aplicado programas de entrenamiento/sensibilización en temática LGBTI+ a sus trabajadores ya existentes.

El **50%** de las organizaciones cuenta con un kit de onboarding inclusivo con foco en la comunidad LGBTI+.

En cuanto a las organizaciones que llevaron a cabo los entrenamientos, las **tres temáticas** más abordadas son Equidad de Género, Discapacidad y Sesgos Inconscientes.

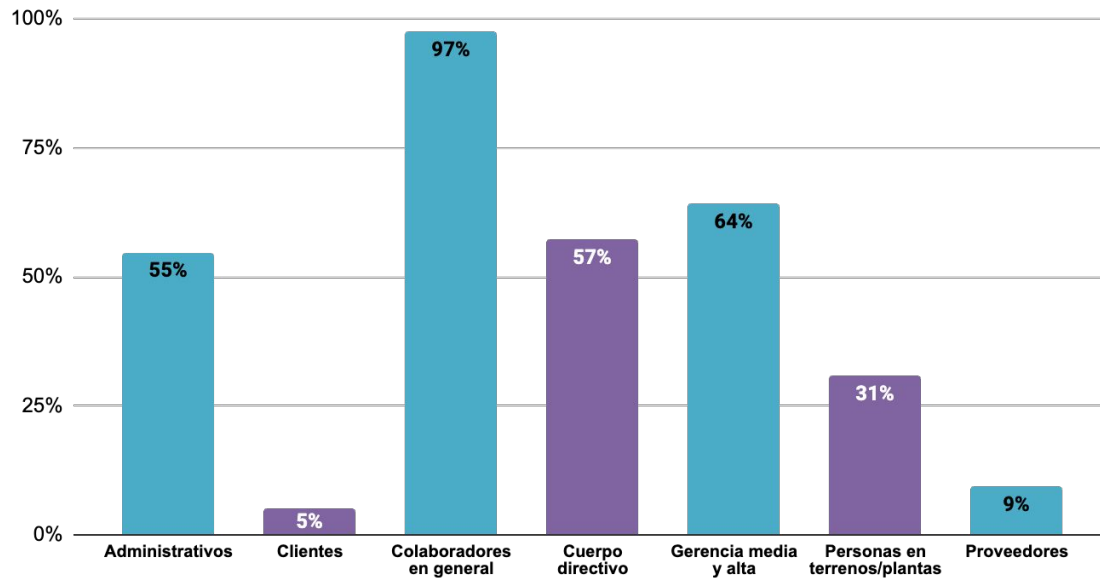
El **78% de las organizaciones** que capacitó lo hizo a través de personal interno de la organización.



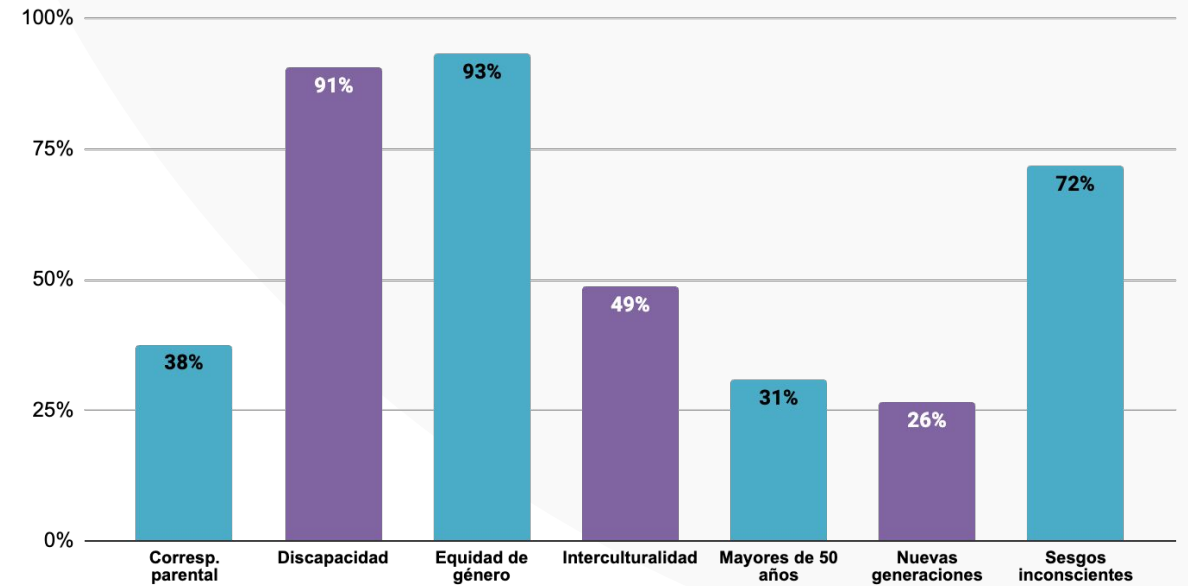
Resultados por dimensión

Entrenamientos

Entrenamiento dirigido a



Capacitación en otras materias



*Refieren a pregunta condicional. Las dos refieren a las organizaciones que declararon contar con un programa de sensibilización/educación con temática LGBTI+

Resultados por dimensión

Comparativa de iniciativas de marketing con foco en la comunidad LGBTI+ entre los años 2024 y 2025

Compromiso público

Compromiso	2024	2025
1 Compromiso	75,6%	84%
2 Compromisos	62,6%	74%
3 Compromisos	55,7%	60%

Resultados por dimensión

	A	B	C
1 Compromiso	100%	92%	50%
2 Compromisos	100%	82%	26%
3 Compromisos	98%	56%	6%

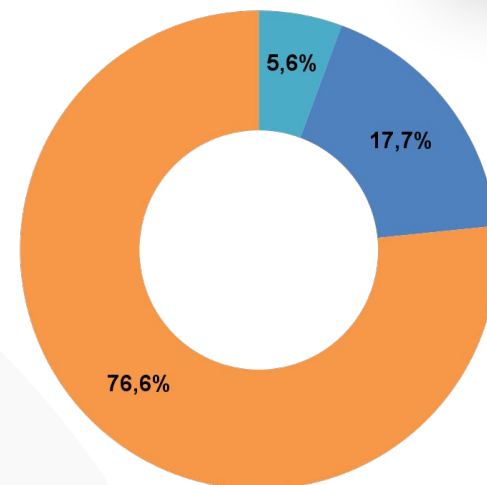
Compromiso público

Resultados por dimensión 2025

Iniciativas con foco LGBTI+

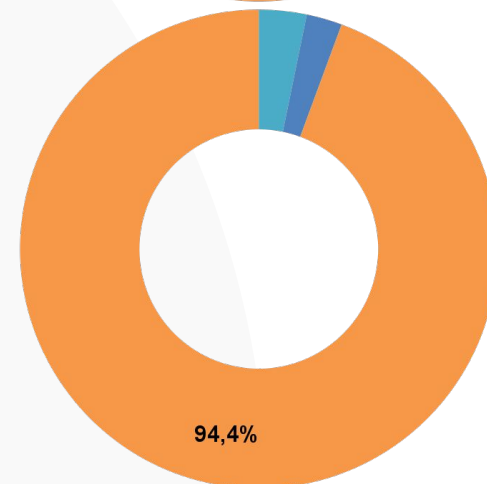
- El **77%** de las organizaciones aplica algún tipo de encuesta, ya sea de **clima organizacional** o de **otra índole vinculada a DEI**.
- El **94%** de las organizaciones cuenta con un **canal de denuncias**, mientras que el **2%** no lo tiene.
- Del total de las organizaciones que cuentan con un protocolo de transición de género, en promedio **han activado su protocolo 7,6 veces** cada organización.
- El **55%** de las organizaciones contaban con una caracterización LGBTI+ de sus colaboradores.

Encuesta confidencial



- EN PROCESO
- NO
- SÍ

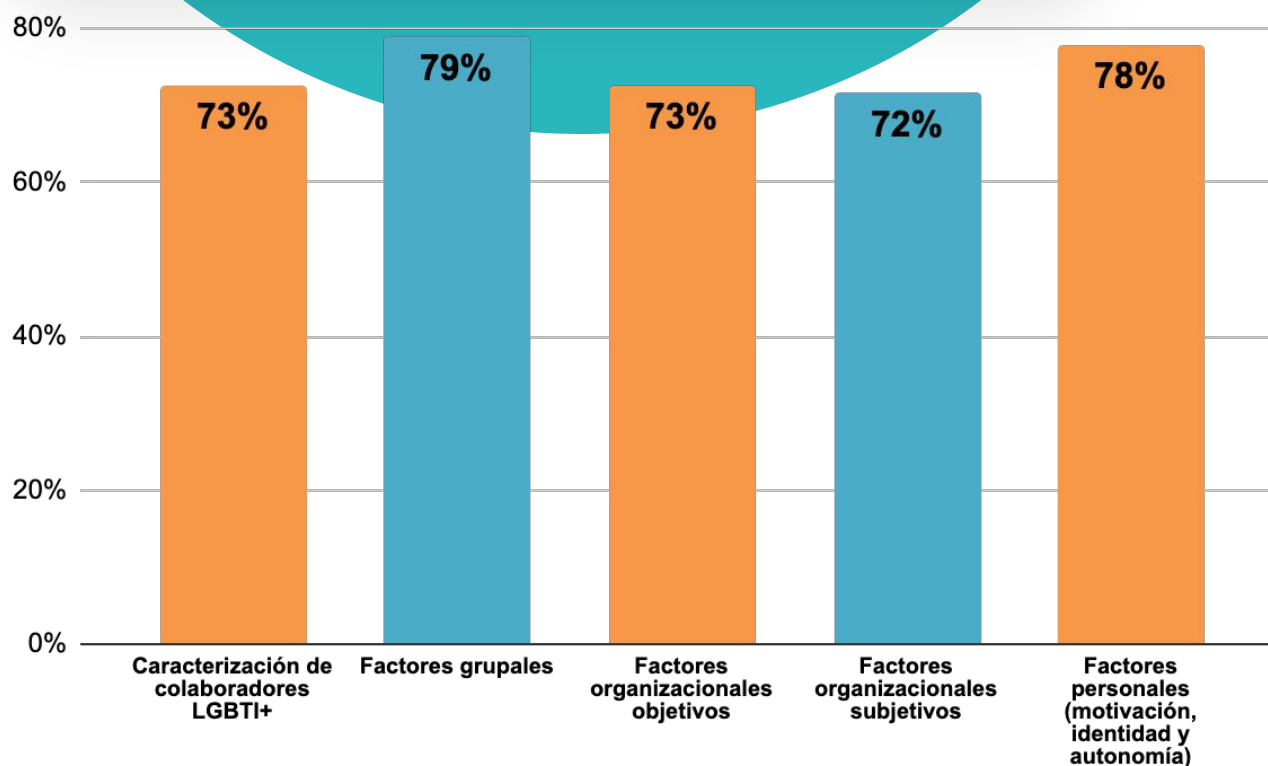
Plan de acción para denuncias



- EN PROCESO
- NO
- SÍ

Resultados por dimensión 2025

ELEMENTOS DE ENCUESTA ANÓNIMA



Iniciativas con foco
LGBTI+

*Refieren a pregunta condicional. En este caso, las organizaciones que realizaron la encuesta anónima.

Resultados por dimensión 2025

Respecto al **porcentaje de personas que se declaran parte de la comunidad LGBTI+**, del total de 68 organizaciones que respondieron realizar este tipo de caracterización, se obtuvo un promedio de **9% de colaboradores**, con una **mediana del 7%**.

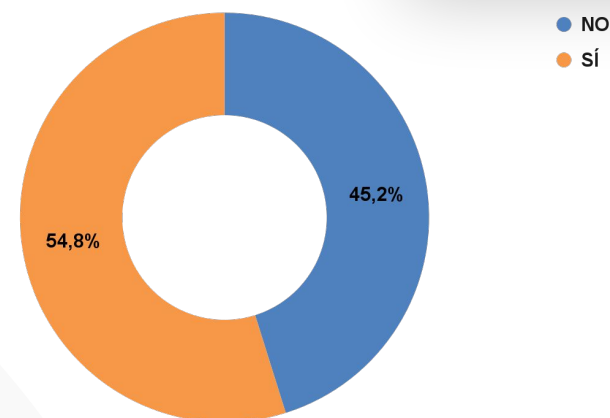
- El promedio de porcentaje de personas que declaran ser o identificarse como LGBTI+, en función de estas 68 organizaciones, es 9%. En 2024, el promedio fue de 8% y en 2023, del 7%.

Respecto al **porcentaje de personas que se declaran como personas trans**, del total de 68 organizaciones que respondieron realizar este tipo de caracterización, se obtuvo un promedio de **0,56% de colaboradores**, con una **mediana del 0,01%**.

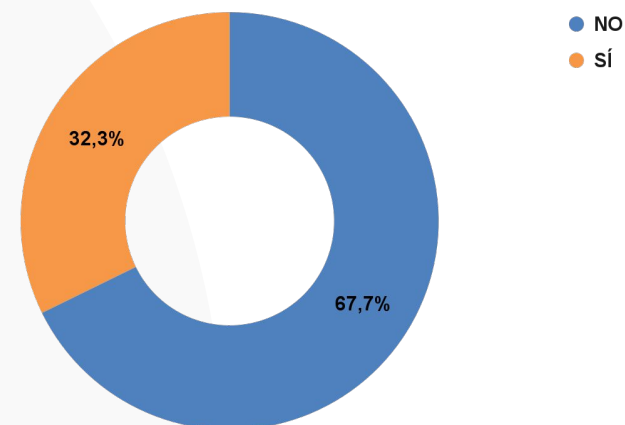
- El promedio de porcentaje de personas que declaran ser personas trans, en función de esas 68 organizaciones, es 0,56%. En 2024, dicho porcentaje fue 1,3%.

Iniciativas con foco LGBTI+

Caracterización LGBTI+



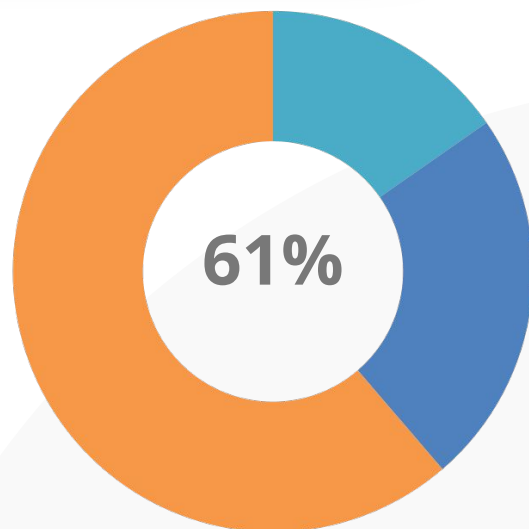
Evento de reclutamiento



Resultados por dimensión 2025

Iniciativas con foco LGBTI+

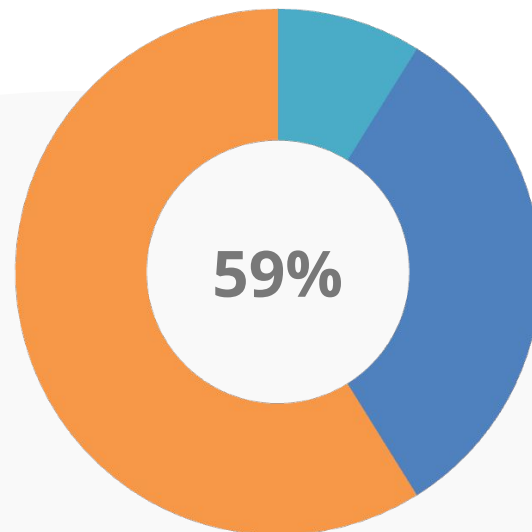
● EN PROCESO ● NO ● SÍ



Protocolo Transición de Género

En cuanto a esta variable, el 61% de las organizaciones cuenta con un protocolo en transición de género, mientras que 24% no lo tiene y el otro 15% está en proceso de elaboración.

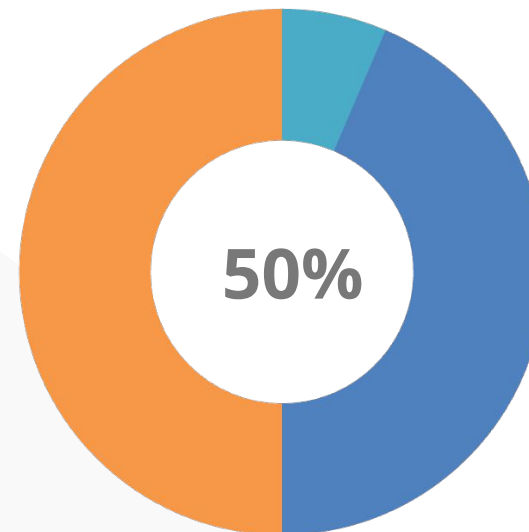
● EN PROCESO ● NO ● SÍ



Beneficios a personas trans

En cuanto a esta variable, el 59% de las organizaciones cuenta con beneficios para personas trans, mientras que 32% no tiene y el otro 9% está en proceso de tener beneficios.

● EN PROCESO ● NO ● SÍ



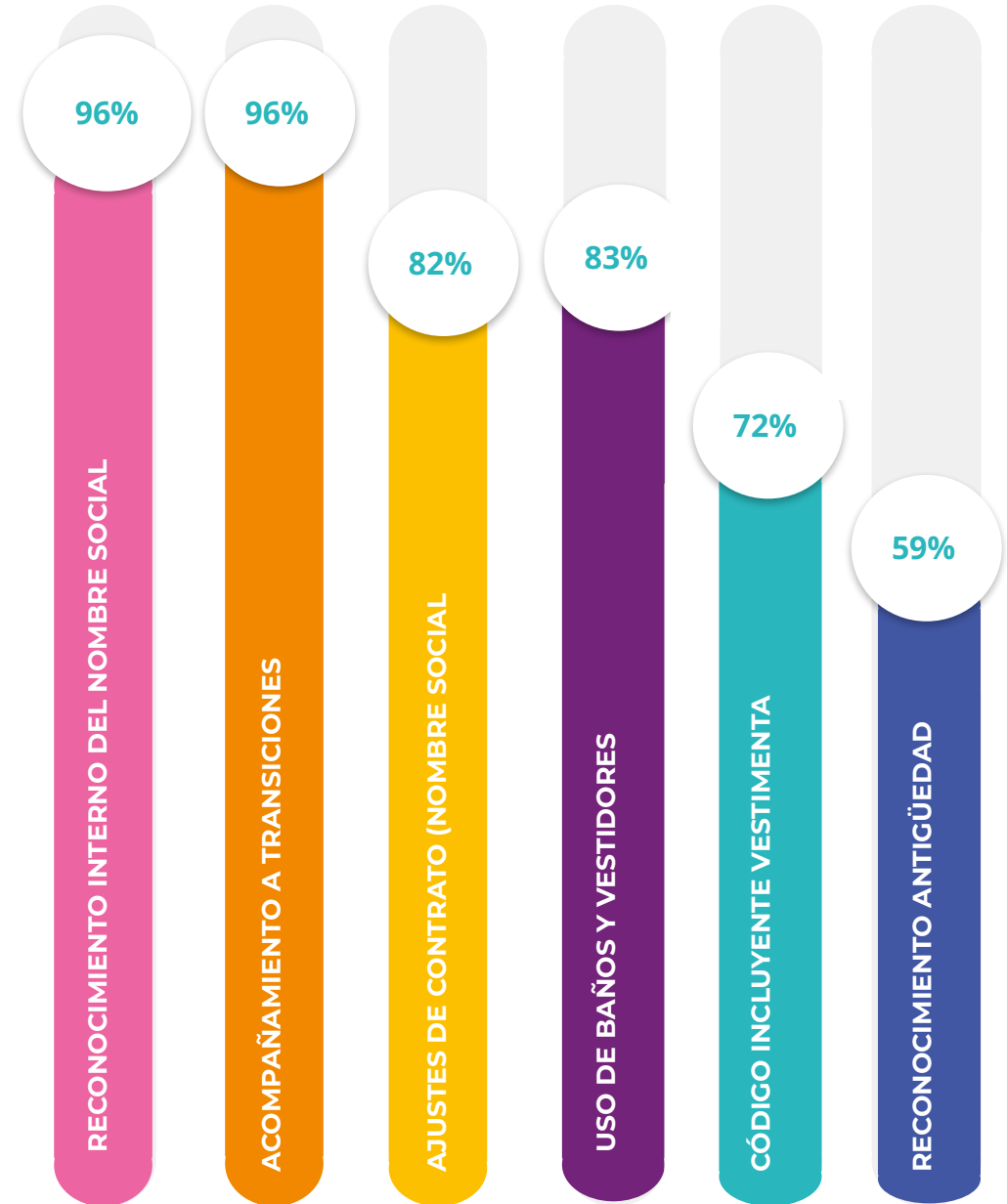
Beneficios a Hijos/as trans

En cuanto a esta variable, el 50% de las organizaciones cuenta con beneficios para hijos/as trans, mientras que 44% no tiene y el otro 6% está en proceso.

Resultados por dimensión 2025

Competencia organizacional

A partir de las **76 empresas** que declararon **tener un protocolo de transición de género**, el siguiente gráfico refleja el porcentaje de los lineamientos más relevantes vinculados al protocolo de transición completa:



Resultados por dimensión 2025

Iniciativas con foco
LGBTI+

Beneficios para
colaboradores
trans

Tipo de Beneficio	Porcentaje de aplicación
Acompañamiento legal y administrativo (Registro Civil)	56%
Días administrativos adicionales (cambio de sexo, nombre registral o terapias)	33%
Acompañamiento psicológico y/o psiquiátrico	99%
Gastos médicos de hospitalización	50%
Gastos médicos ambulatorios	68%
Gastos médicos por terapias hormonales	60%

*Refieren a pregunta condicional. En este caso, las organizaciones que efectivamente declararon tener beneficios para colaboradores trans.

Resultados por dimensión 2025

Iniciativas con foco
LGBTI+

Beneficios para
hijos/as trans

Tipo de Beneficio	Porcentaje de aplicación
Acompañamiento legal para cambio de sexo y nombre registral	52%
Días administrativos adicionales de acompañamiento ante tribunales de familia	21%
Días administrativos adicionales para el padre, madre o cuidador legal de trabajadores y/o de sus familias	23%
Acompañamiento psicológico y/o psiquiátrico para hijos/as trans de trabajadores y/o de sus familias	79%
Gastos médicos de hospitalización	66%
Gastos médicos ambulatorios	69%

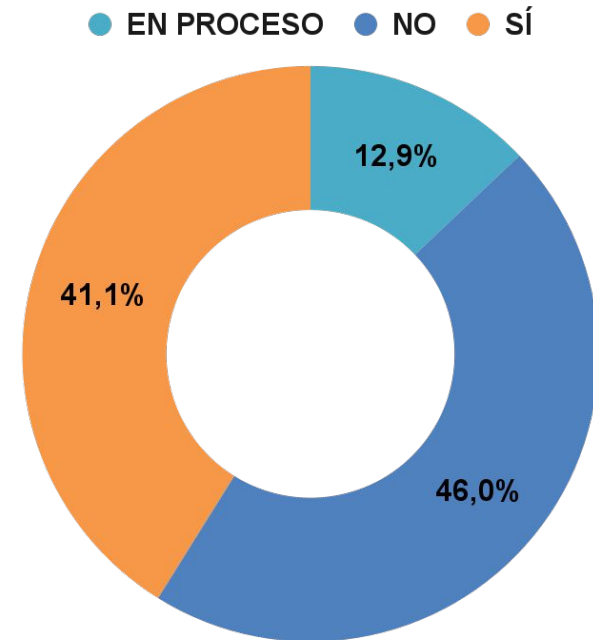
*Refieren a pregunta condicional. En este caso, las organizaciones que declararon efectivamente tener beneficios para hijos/as trans de colaboradores.

Resultados por dimensión 2025

Iniciativas con foco LGBTI+

- El **7% de las organizaciones** cuenta con un programa de contratación destinado a personas trans.
- El **24% de las organizaciones** cuenta con iniciativas dirigidas específicamente a la atracción del talento joven LGBTI+.
- El **33% de las organizaciones** que respondieron la encuesta, declaró tener en todas sus instalaciones baños unisex.
- El **34% de las organizaciones** que respondieron la encuesta, cuentan con acciones dirigidas para personas no binarias.

Manual de atención LGBTI+



Acciones dirigidas a personas de género **no binario**

Acciones aplicadas por las empresas/organizaciones encuestadas*

Acción 1	Uso de pronombres y nombres sociales en documentos internos, credenciales, plataformas, etc.
Acción 2	Lenguaje inclusivo en reglamentos, documentos oficiales y comunicaciones internas.
Acción 3	Baños sin distinción de género.
Acción 4	Capacitación y sensibilización sobre identidad de género y diversidad en el lugar de trabajo.
Acción 5	Conmemoración del día de las personas no binarias.
Acción 6	Protocolo de transición de género.
Acción 7	Campañas de uso de pronombres en comunicación interna y redes sociales.
Acción 8	Flexibilización del código de vestimenta, eliminando normas de género en esta.
Acción 9	Opciones de identificación de género en sistemas de internos.
Acción 10	Programas de inclusión laboral.
Acción 11	Canales de denuncia y protocolos contra la discriminación.
Acción 12	Espacios de apoyo interno.
Acción 13	Charlas y colaboraciones con organizaciones externas.
Acción 14	Visibilización en redes sociales y comunicaciones corporativas.

*El orden de las acciones es completamente aleatorio.

Acciones dirigidas a atracción de talento joven LGBTI+

Acciones aplicadas por las empresas/organizaciones encuestadas*

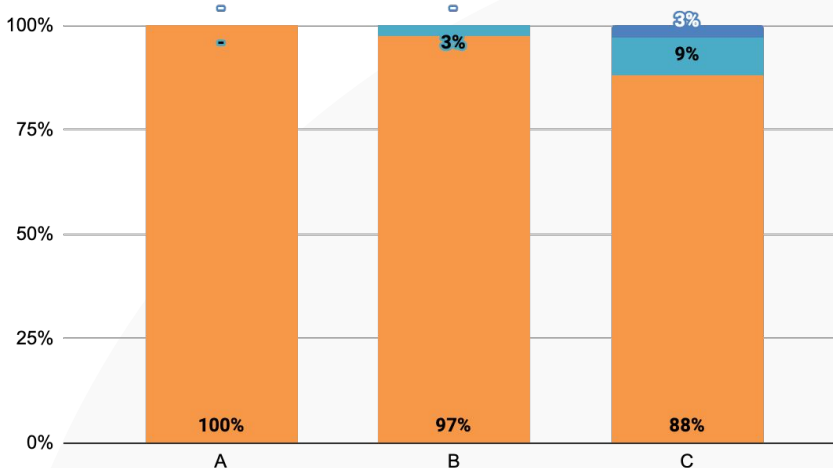
Acción 1	Participación en ferias laborales inclusivas.
Acción 2	Publicación de ofertas laborales en plataformas inclusivas.
Acción 3	Convenios con universidades.
Acción 4	Uso de lenguaje inclusivo en ofertas laborales.
Acción 5	Programas de prácticas y pasantías para jóvenes LGBTI+
Acción 6	Alianzas con organizaciones de diversidad.
Acción 7	Capacitaciones y sensibilización en diversidad e inclusión.
Acción 8	Creación de espacios seguros y protocolos de inclusión.
Acción 9	Promoción de redes sociales y medios digitales.
Acción 10	Participación en eventos y charlas sobre diversidad e inclusión.

*El orden de las acciones es completamente aleatorio.

Resultados por pregunta*

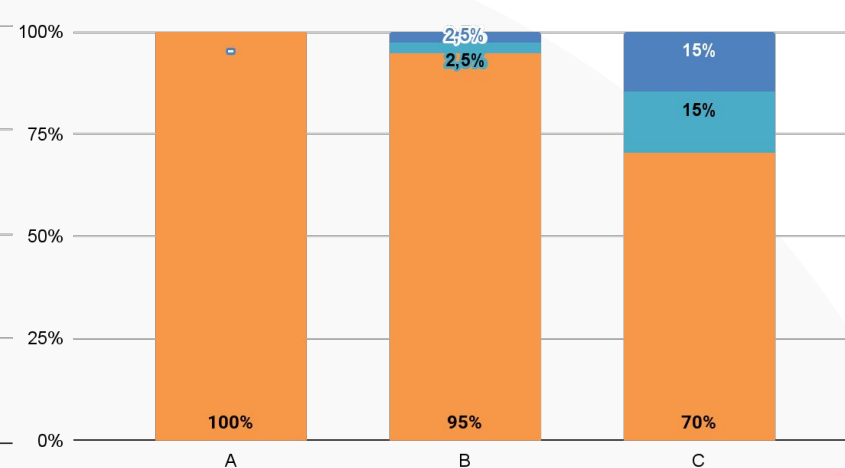
Política D+I

■ NO ■ EP ■ Sí



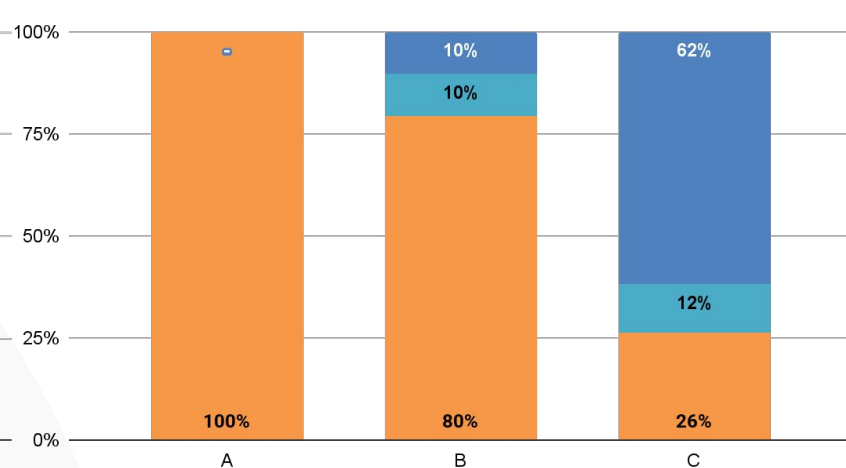
DEI Pilar Estratégico

■ NO ■ EP ■ Sí



Red o ERG LGBTI+

■ NO ■ EP ■ Sí

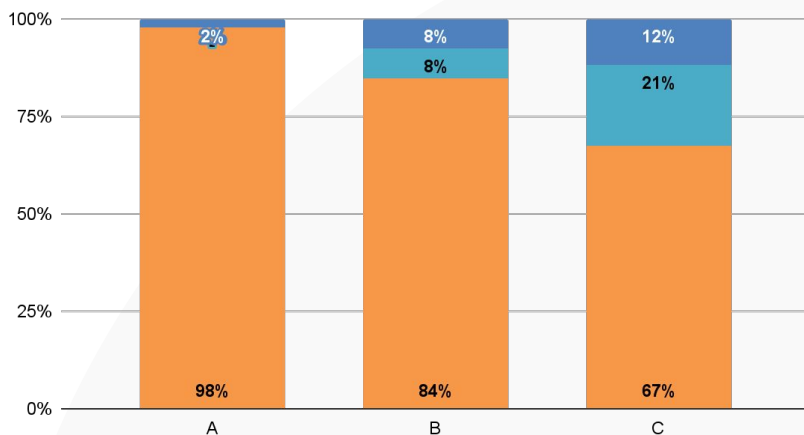


*Aquí, a diferencia de la revisión general de las preguntas, se toman las 124 respuestas totales en cada una. Sin condicionantes previos.

Resultados por pregunta 2025

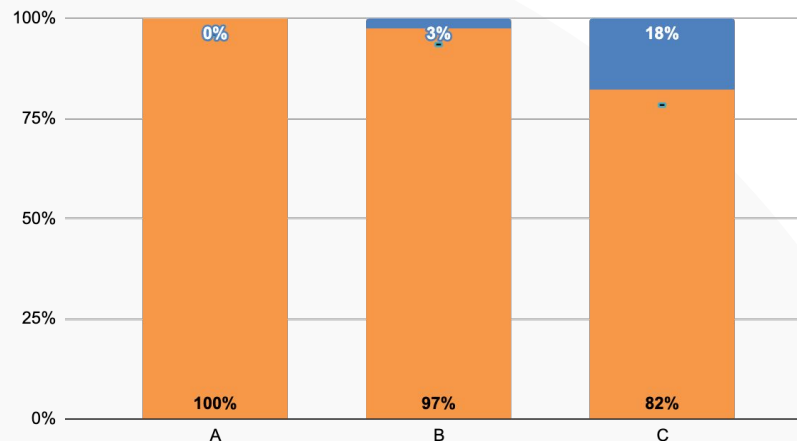
Comité DEI

■ NO ■ EP ■ Sí



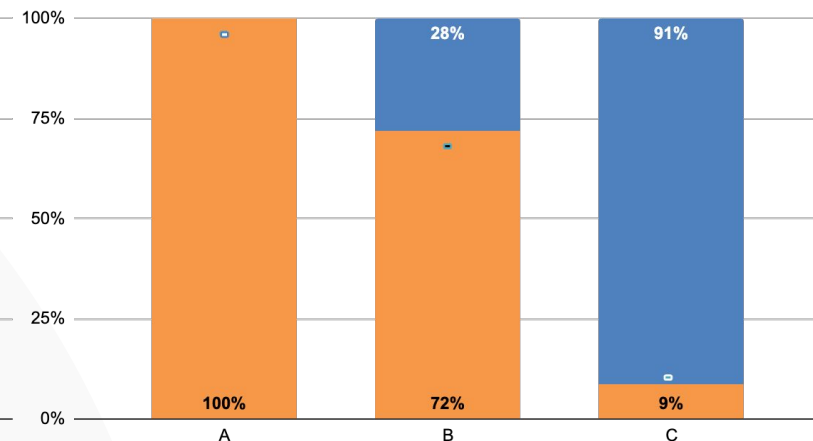
Programas de educación LGBTI+

■ NO ■ EP ■ Sí



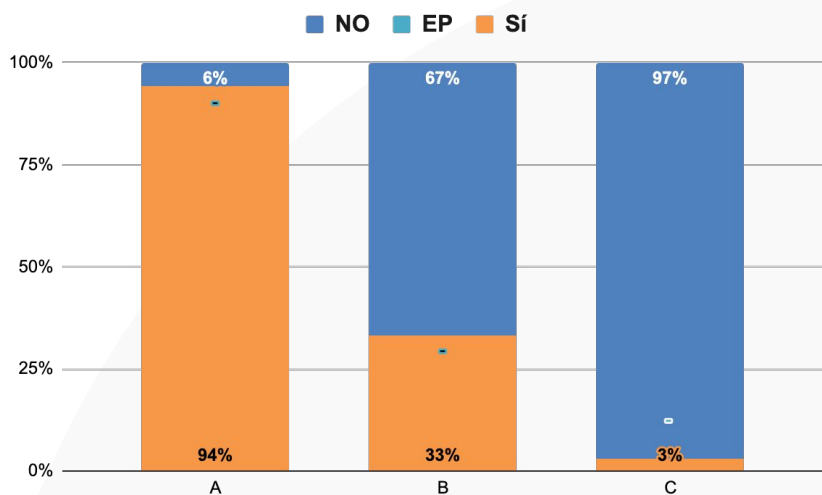
Onboarding nuevos ingresos

■ NO ■ EP ■ Sí

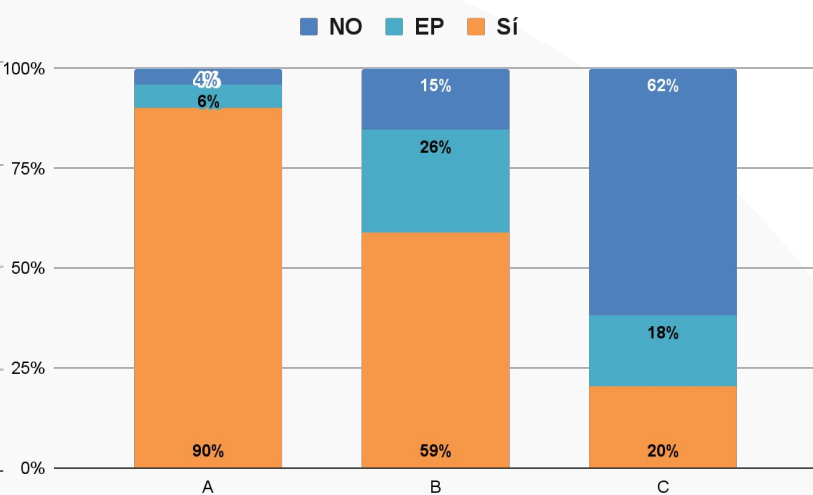


Resultados por pregunta 2025

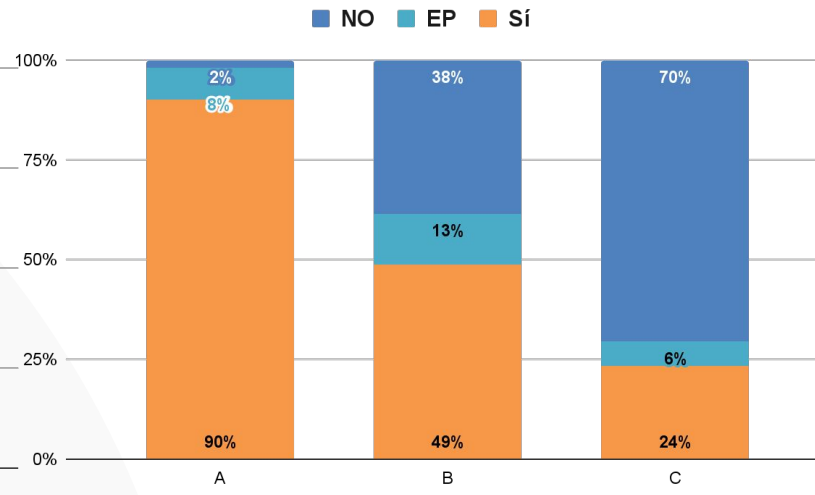
Kit Onboarding LGBTI+



Protocolo de transición de género

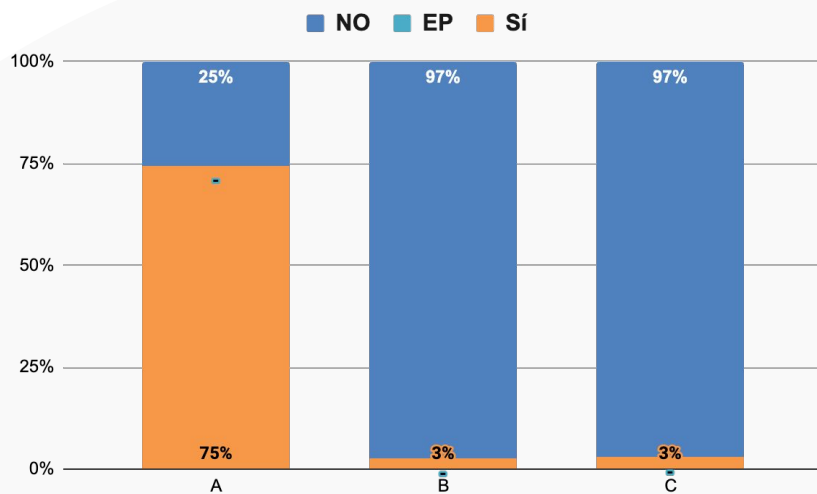


Beneficio a trabajadores trans

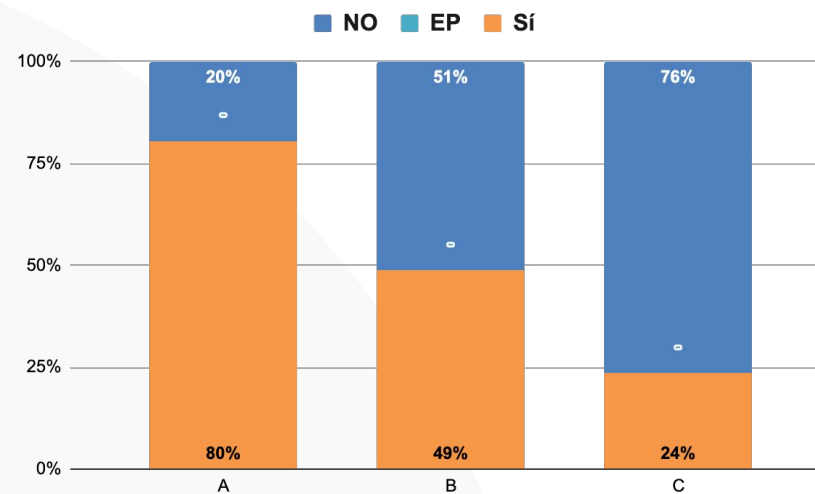


Resultados por pregunta 2025

Evento reclutamiento dirigido a personas LGBTI+



Encuestas de caracterización LGBTI+



Resultados radiografía 2025

