

Radiografía Pride Connection 2024





¿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 **Fundación Iguales (a través de su agencia Factor Diverso)**, 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 LGBTI+

Pride Connection Chile

Organizaciones participantes

Manuía

Xinerlink

Esval y Aguas del Valle

ENTEL

Michael Page

Empresas Socovesa, Almagro, Pilares

IPG MEDIABRANDS

Chevrolet Servicios Financieros

Transbank

HP Chile

BASF Chile

Jetsmart

Eurofarma

IBM

Corteva

VMICA Consultores SPA

Orica

Empresas SB

Accor Hotels, Novotel, Ibis, Mercure,

Pullman, Ibis Budget

Vicepresidencia Proyectos Codelco

ACHS

Corona

EY

Syngenta Chile

Finning Chile S.A.

Mattel de Chile

Cencosud

Directv Chile

Grupo Vantaz

NTT DATA Chile

Uber Chile

WOM

EFE Trenes de Chile

Papa John's y Just Burger

Essbio y NuevoSur

Accenture Chile

Teck

GSK

Embajada Británica en Santiago

Walmart Chile

Decathlon Chile

Cummins Chile

AHA Inclusión

Bupa

McDonald's Chile

Fedex Express

VSPT Wine Group

PedidosYa

Oracle Chile

SAP Chile

Banco Itaú Chile

Nokia

Falabella Retail S.A.

Porsche Chile

Banco Falabella, Seguros Falabella, CMR

Paris

Johnson & Johnson

Boehringer Ingelheim

Bristol Myers Squibb

BancoEstado

Hogar de Cristo

Betterfly

Nissan Chile

Southbridge Insurance Company

NIVEA- Eucerin

Cervecería AB InBev

Colgate Palmolive Chile

MGC

MSD

Radiografía 2024

Organizaciones participantes

Genomma Lab
ManpowerGroup Chile
Equifax Chile
Pepsico
Citi
Siemens Healthineers
Falabella.com
Blue Express
AES Andes
Aguas Andinas
Falabella Corporativo
IDEAL
Warner Bros Discovery
Tottus Chile
Natura, Avon y The Body Shop
General Electric Chile
Bayer
McKinsey & Company Chile
Scotiabank
Sodexo
Sodimac
Banco Ripley

Indura Grupo Air Products
Ripley
Adidas
ABB
Microsoft
Bain & Company Chile
BHP
SKY
Avient Chile SPA
Boston Consulting Group
Starbucks Chile
Medtronic
Hilti Chile
Mercer Chile
Electrolux, Mademsa, Somela, Fensa
Procter & Gamble Chile
Deloitte
Bechtel
IKEA
KIBERNUM
Roche Chile
Coca-Cola Andina
Globant

South 32 Chile Cooper
BancoEstado Express
Metro de Santiago
Ausenco Chile
MetLife Chile
123 Seguro
ProVida
DYU Dittborn y Unzueta
Tata Consultancy Services/ TCS
Unilever
Mall Plaza
Lizama Abogados
Enel Chile
The Clorox Company Chile
J.P. Morgan
Teleperformance
Pfizer

Radiografía de Participación

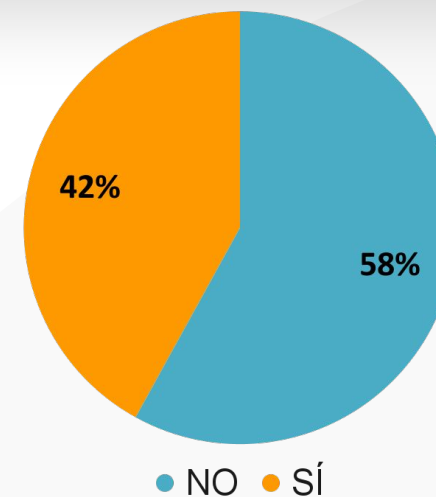
Este instrumento ha sido elaborado para configurar la **VIII Radiografía Interna de la Red Pride Connection Chile**, la cual es un **diagnóstico sobre diversidad, equidad e inclusión**, con foco en **diversidad sexual** y de **género**, que pretende detectar brechas y oportunidades de mejora en la gestión de procesos e iniciativas en cada organización.

Este instrumento entregará resultados individuales para cada organización que participó del mismo, como también a sus planes de trabajo para 2024. Por sexta vez, la Radiografía Interna Pride Connection Chile será conducente a **Equidad CL**, única certificación en el país a aquellos buenos lugares para atraer talento diverso en Chile.

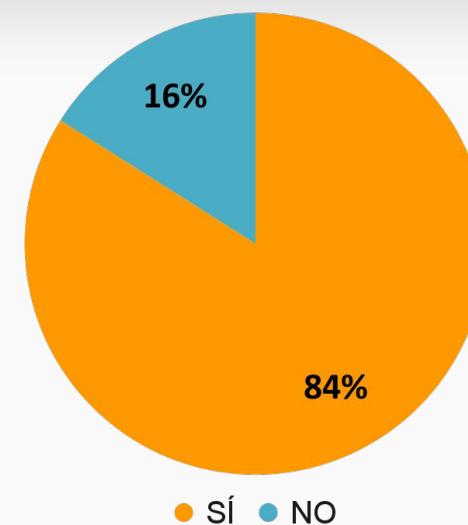
La Radiografía Pride Connection Chile + Equidad CL, se aplicó entre octubre 2023 y enero 2024 periodo en el cual se recibieron 131 cuestionarios, correspondientes a **151 organizaciones**.

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:

Pequeña:

25 o menos colaboradores

Mediana:

26 a 199 colaboradores

Grande:

200 a más colaboradores

- Pequeña (7%)
- Grande (76%)
- Mediana (17%)



Radiografía de Participación

En la versión 2024 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.

- NO (58%)
- SÍ (42%)



HRC Equidade BR

Un 19,85% de las organizaciones participantes ha también formado parte de la encuesta HRC Equidade BR (Brasil)



HRC Equidad AR

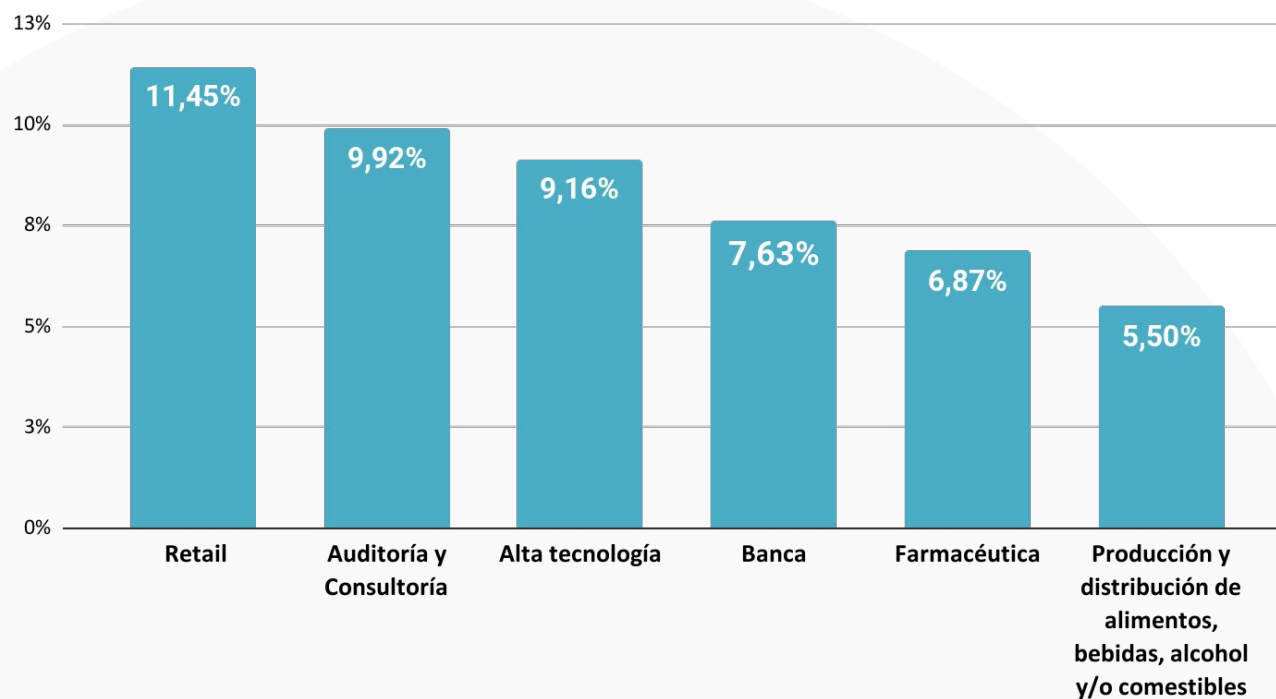
Un 26,72% de las organizaciones participantes ha también formado parte de la encuesta Equidad AR (Argentina)



HRC Equidad MX

Un 32,82% de las organizaciones participantes ha también formado parte de la encuesta Equidad MX (México)

Radiografía de participación: 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 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 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 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

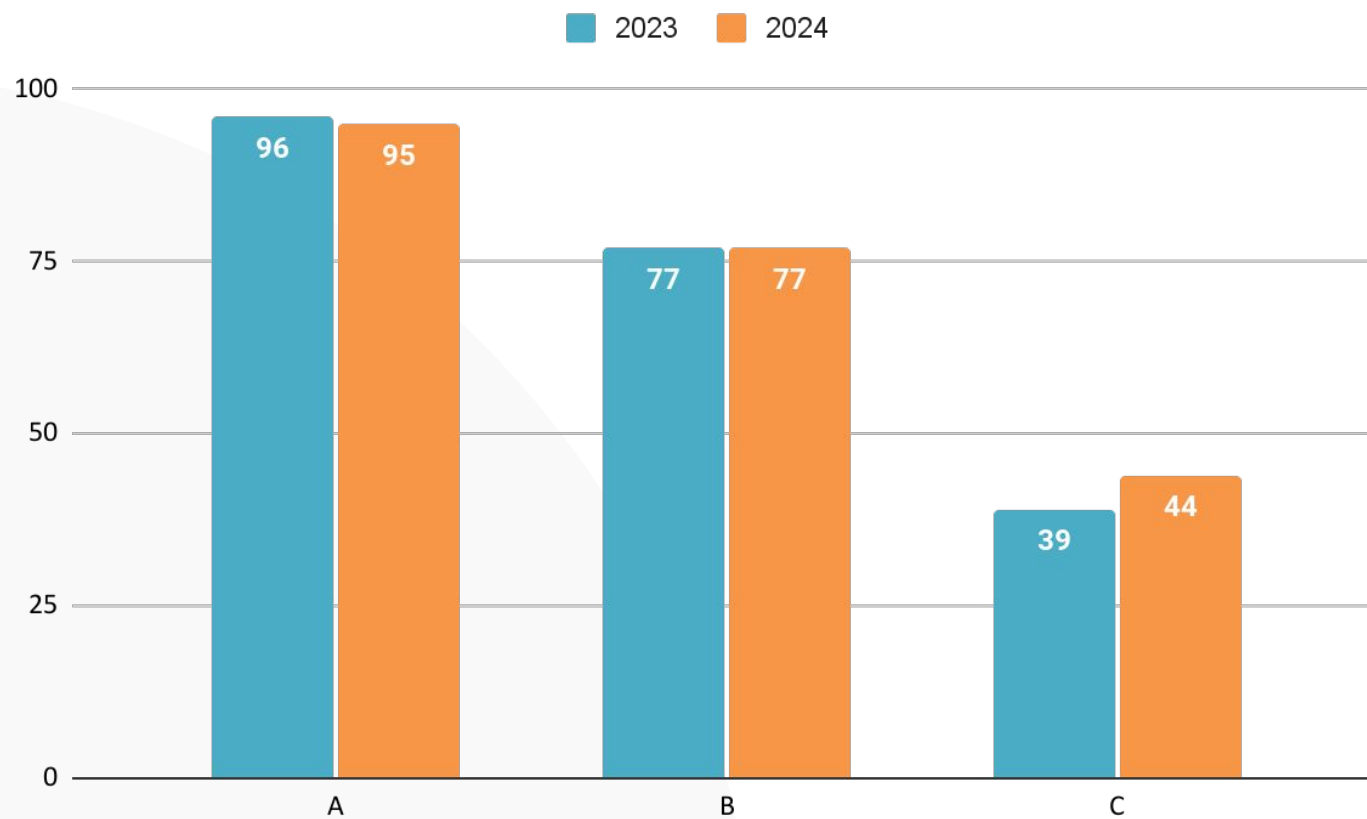
Puntaje promedio por categoría

El puntaje promedio de la totalidad de las organizaciones participantes en 2024 fue **73 puntos**. Mientras que la mediana de la totalidad de las organizaciones participantes en 2024 fue 80 puntos.

El **69% de las organizaciones** que participaron en la versión 2023 de la Radiografía Pride Connection formaron parte también de la versión 2024.

2023

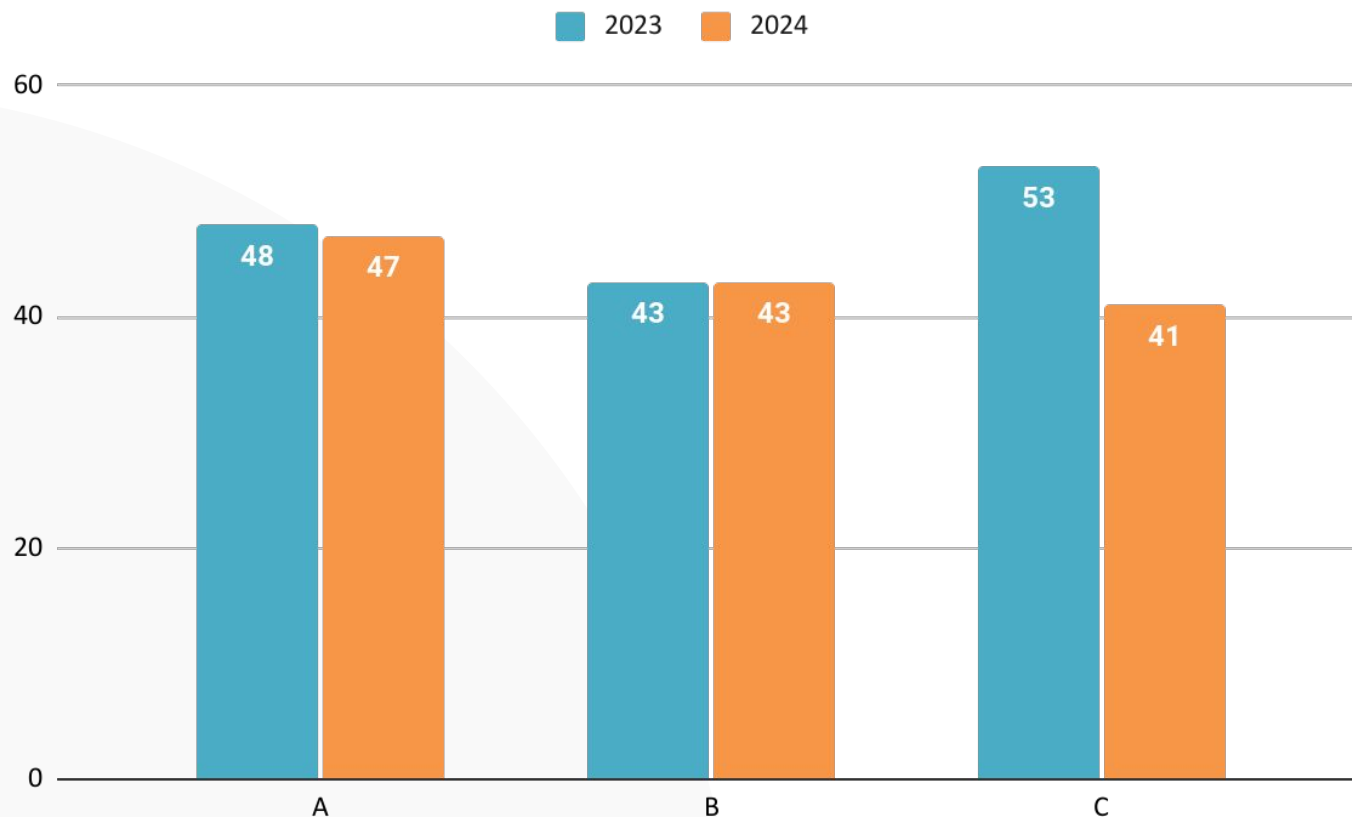
2024



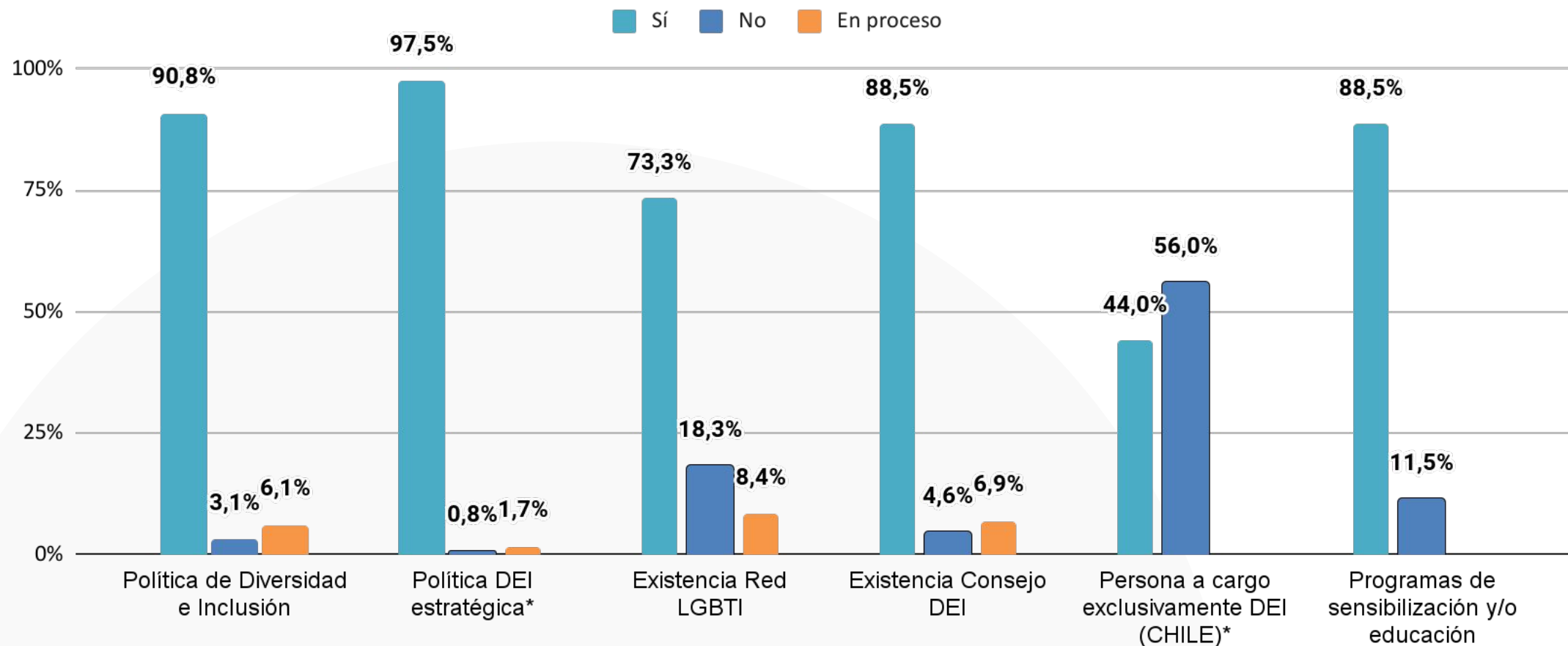
Clasificación según nivel de desarrollo

Cantidad de organizaciones por categoría

En la versión 2023 de la Radiografía Pride Connection, se recibieron 144 cuestionarios, mientras que en la actual (2024), 131 encuestas fueron llenadas (en representación de 151 empresas).

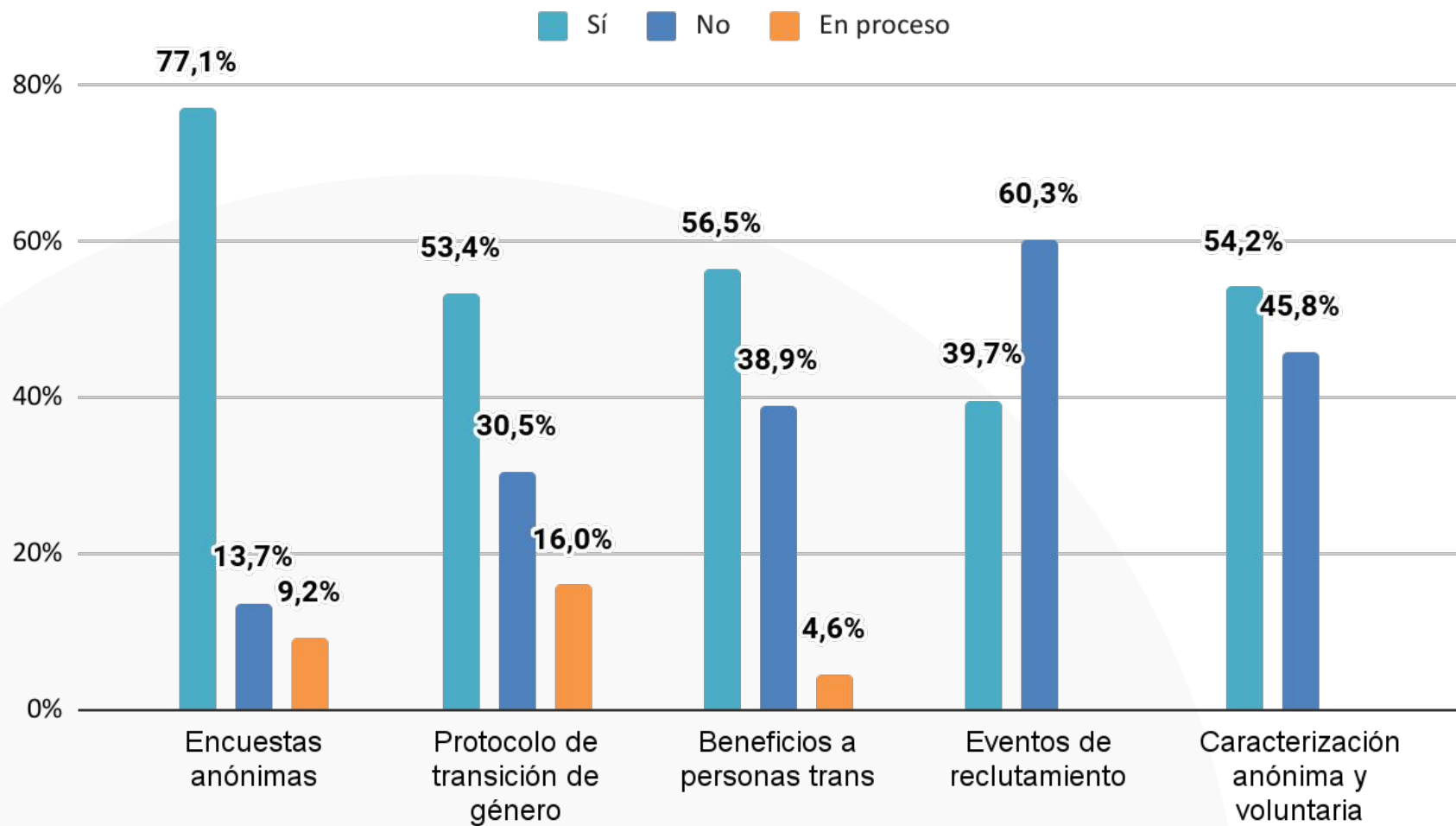


Resultados por dimensión



*Refieren a preguntas condicionales. En el caso de "Política DEI estratégica", esta deviene de las empresas que contestaron "Sí" a la existencia de una política con foco en personas LGBTI+; en el caso de la "Persona a cargo exclusivamente DEI en Chile", esta deviene de las empresas que contestaron "Sí" a la existencia de un área DEI en Chile.

Resultados por dimensión



Resultados por dimensión

Política DEI

El **90,8%** de las organizaciones participantes cuenta con una **política de inclusión y diversidad**, mientras que el 6,1% declaró encontrarse “En proceso” de construcción.

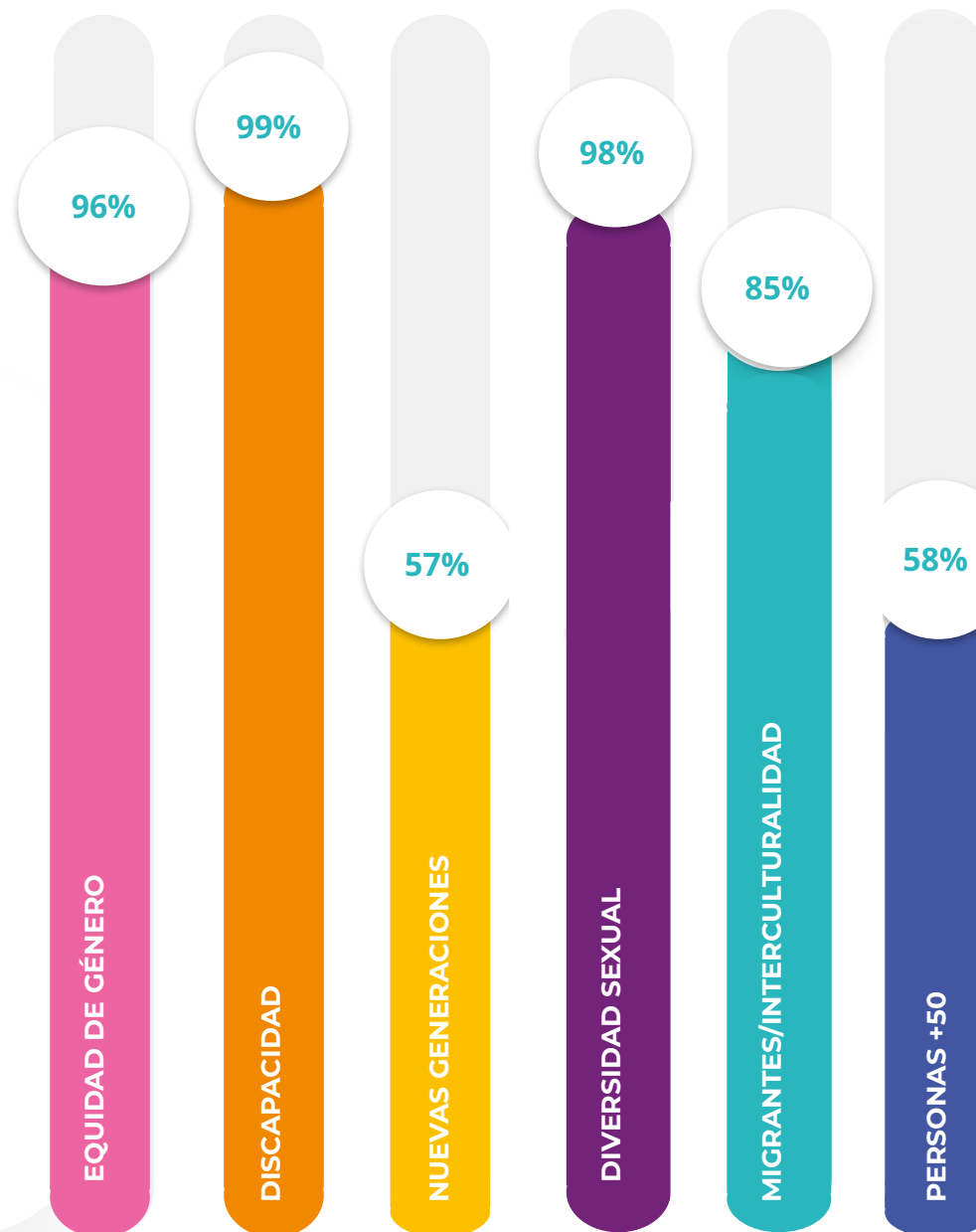
El **97,5%** de las organizaciones que declararon tener una política DEI, considera la **diversidad sexual** como una temática estratégica o pilar estratégico de trabajo en la organización.

El **95%** de las organizaciones que **declararon tener una política DEI**, contienen la **expresión “orientación sexual”** en sus políticas de inclusión y diversidad.

El **80,7%** 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 **88,2%** de las organizaciones que **declararon tener una política DEI**, contienen la **expresión “identidad de género”** en sus políticas de inclusión y diversidad.

El siguiente gráfico **refleja la presencia de diversos pilares, en las políticas DEI** impulsadas por las diferentes organizaciones:



Resultados por dimensión

Política DEI

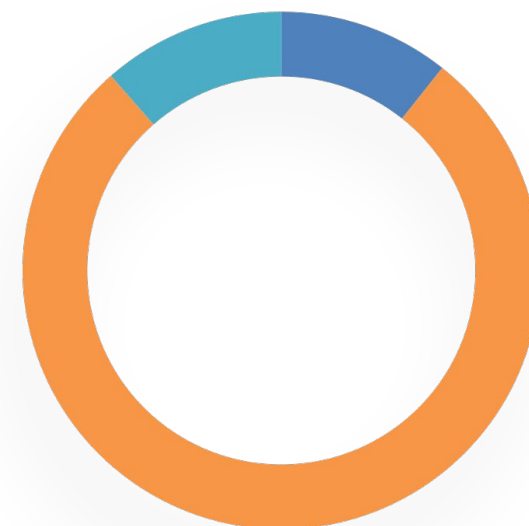
Comunicación de Política D+I*	%
Está publicada en la página web de la casa matriz (global)	52,9%
Está publicada en la página web pública regional	34,5%
Está publicada en página web de la operación chilena	36,1%
Se pueden consultar en intranet	91,6%
Se pueden consultar físicamente en todas las oficinas de trabajo (manuales, guías, etc)	21%
Están contenidas en un código de ética	51,3%
Están contenidas en un Reglamento Interno de Conducta	52,1%
Están comunicadas físicamente en afiches e infografías o pantallas de TV, que se exhiben en todos nuestros espacios laborales	33,6%

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

Manual contra el acoso, discriminación y violencia LGBTI+

¿Su organización tiene protocolo o manual contra el acoso, discriminación y/o violencia sexual o laboral hacia la comunidad LGBTI+ en Chile?

- NO (11%)
- SÍ (78%)
- EP (11%)



Política DEI

Resultados por dimensión

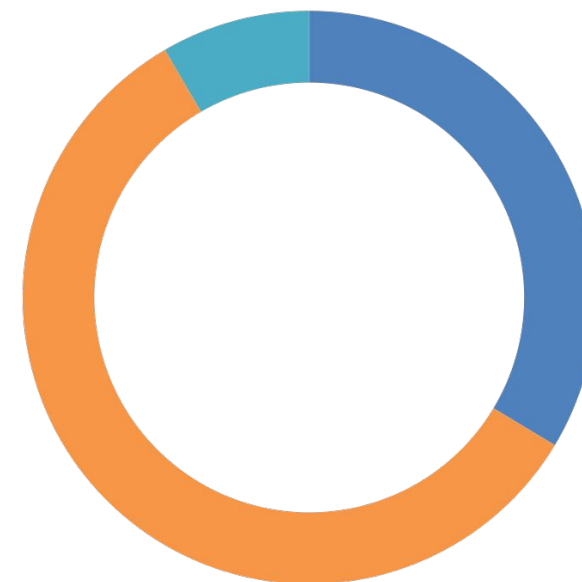
Relación con proveedores respecto a DEI*

	%
Solicitud de política de diversidad e inclusión propia para participar de procesos de licitación	12,6%
Solicitud de declaración (código de conducta u otro documento)	26,9%
Capacitación a colaboradores de la organización externa	23,5%
Solicitud de certificaciones en los procesos de licitación	2,5%
Solicitud de acciones públicas o internas en los procesos de licitación	2,5%
Todavía no existe este tipo de relacionamiento con proveedores	46,2%

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

Política D+I extensiva a proveedores*

- NO (34%)
- SÍ (58%)
- EP (8%)



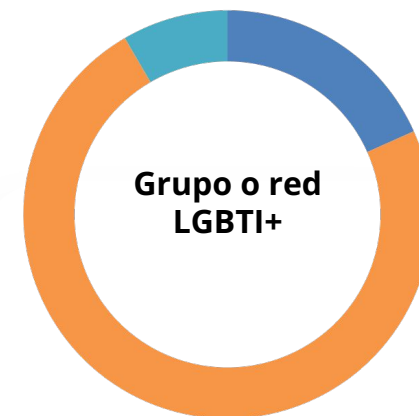
Resultados por dimensión

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 **38,2% de las organizaciones** declaró coordinar el área D+I regional desde Chile.
- El **38,5% de las organizaciones con ERG**, cuentan con un **sponsor de la comunidad LGBTI+**; mientras que el **55,2% se declararon como aliados**.
- El **79,2% de las organizaciones**, que tienen una ERG, cuentan con un **presupuesto destinado exclusivamente a este grupo**.
- El **83,3% de los ERG**, incluyen **planificación anual** y **KPIs** para medir avances y un **12,5%** está en proceso.

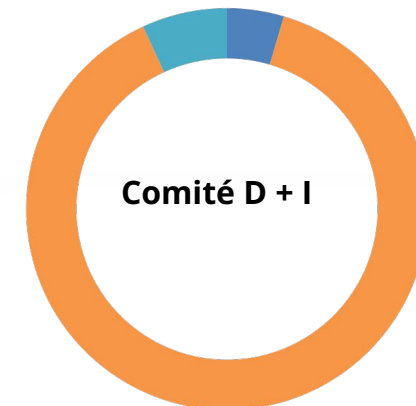
● NO (18%) ● SÍ (73%) ● EP (9%)



El **94,8%** 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 1% mencionó que este grupo es sólo para trabajadores LGBTI+.**

● NO (5%) ● SÍ (88%) ● EP (7%)



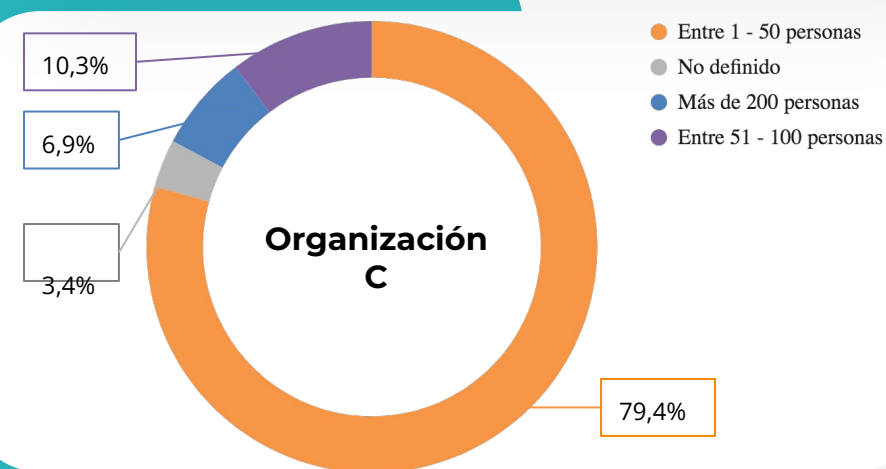
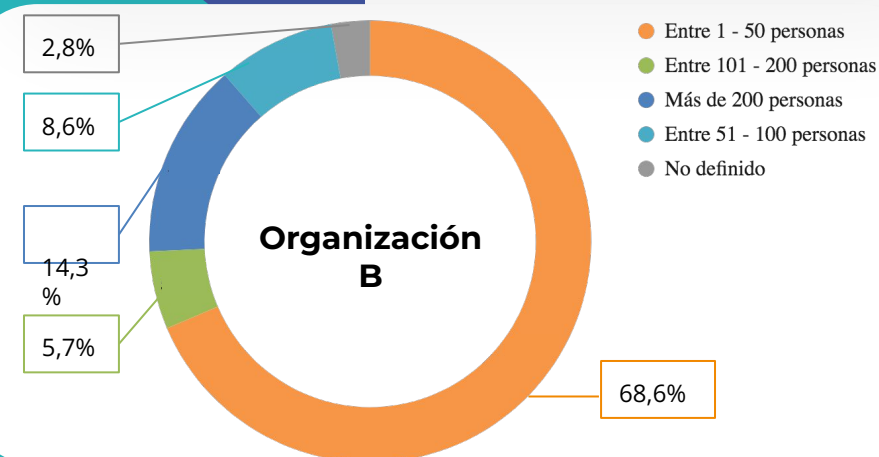
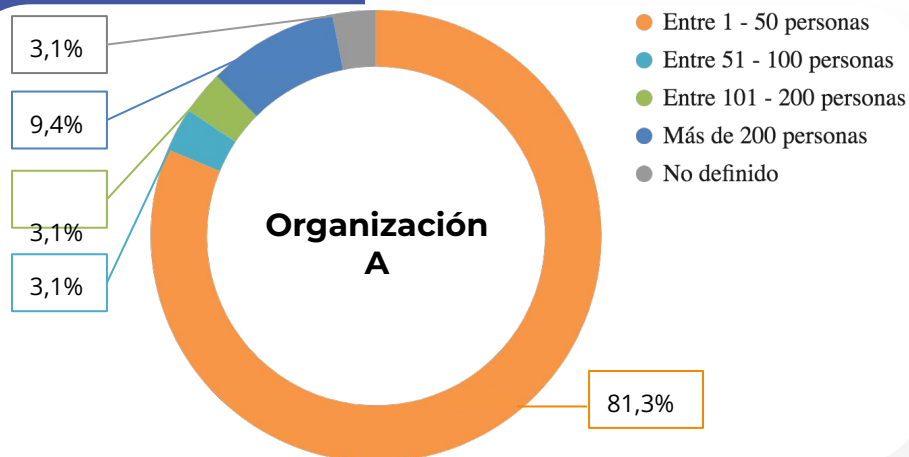
El **92,2% de las organizaciones que tienen Comité**, están integrados por la alta gerencia, quienes dan seguimiento a las iniciativas de diversidad e inclusión, y un **3,4%** está En Proceso de incorporar a estos cargos en dichos organismos.

Integrantes
de la red
LGBTI+

Competencia
organizacional

102

Personas en promedio
integran las redes LGBTI+



Resultados por dimensión

Un **17,5%** 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 **76 organizaciones** que declararon tener un presupuesto anual para el grupo/red LGBTI+, se pudo sacar un promedio que derivó en **\$11.069.142**

- Con un monto máximo registrado de \$106.000.000
- Con un monto mínimo registrado de \$500.000

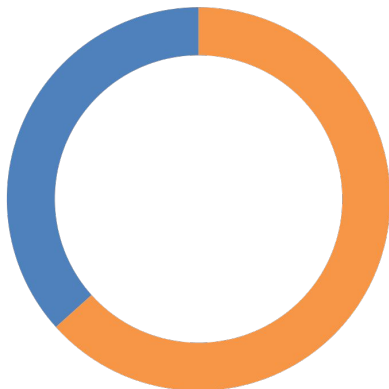
Resultados por dimensión

Competencia organizacional

Un **30,5%** 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

- Sí (63%)
- NO (37%)



El siguiente gráfico **refleja el porcentaje de actividades realizadas** por el ERG durante 2023:

78%

SEMANA DE LA DIVERSIDAD

26%

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

24%

MARCHA DEL ORGULLO

78%

CAPACITACIONES

Resultados por dimensión

Entrenamientos

El **96,6%** de las organizaciones ha **aplicado** programas de entrenamiento/sensibilización en temática LGBTI+ a sus trabajadores ya existentes.

El **36,6%** 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 **72,4%** de las organizaciones que capacitó lo hizo a través de personal interno de la organización.

● NO (11%)
● SÍ (89%)



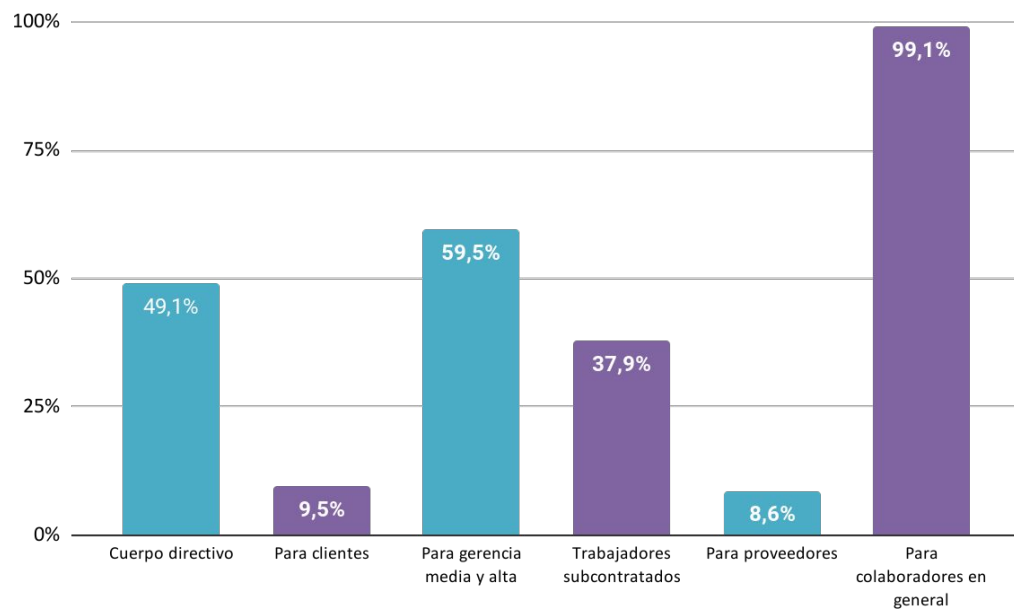
● NO (29%)
● SÍ (71%)



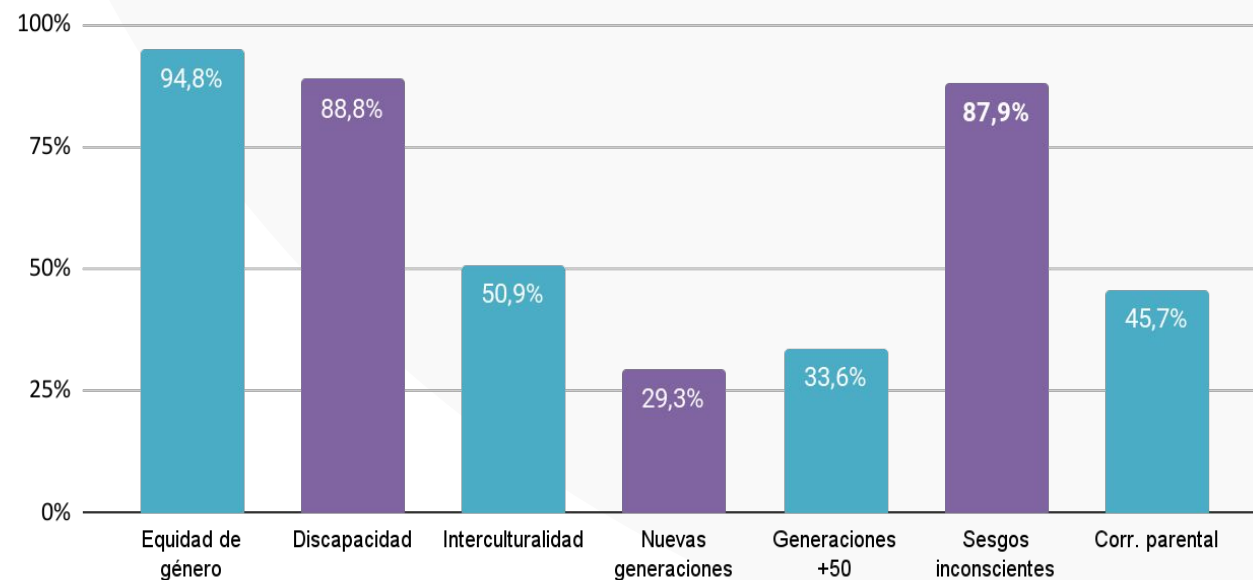
Resultados por dimensión

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+

Compromiso público

Resultados por dimensión

Compromiso	2023	2024
1 Compromiso	70%	75,6%
2 Compromisos	55,5%	62,6%
3 Compromisos	50%	55,7%

Resultados por dimensión

Compromiso público

	A	B	C
1 Compromiso	98%	98%	96%
2 Compromisos	88%	70%	58%
3 Compromisos	37%	15%	7%

Resultados por dimensión

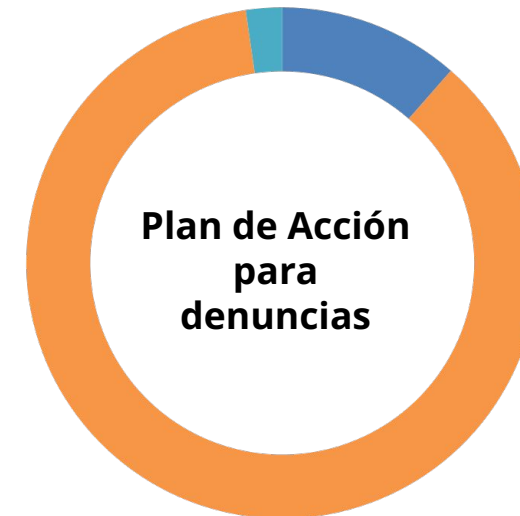
Iniciativas con foco LGBTI+

- El 77% de las organizaciones aplica algún tipo de encuesta, ya sea **de clima organizacional o de otra índole vinculada a D+I**.
- El 98,5% de las organizaciones cuenta con un **canal de denuncias**, mientras que el 1,5% no lo tiene.
- Del total de las organizaciones que cuentan con un protocolo de transición de género, en promedio **han activado su protocolo 8 veces** cada organización.
- El **54% de las organizaciones** contaban con una **caracterización LGBTI+** de sus colaboradores.

- SÍ (77%)
- NO (14%)
- EP (9%)

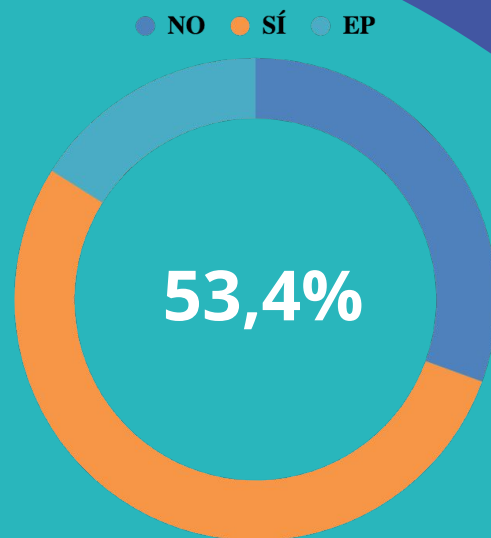


- NO (12%)
- SÍ (86%)
- EP(2%)



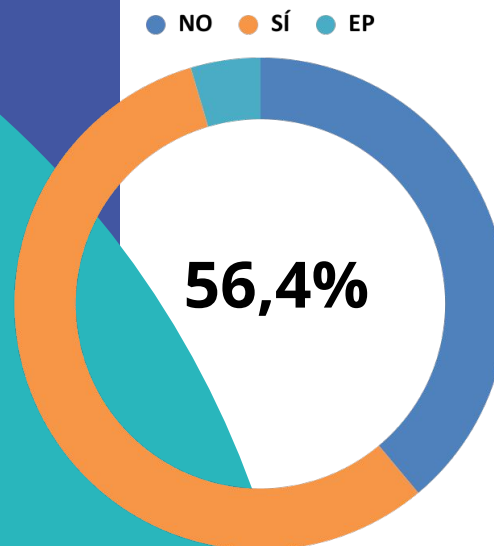
Resultados por dimensión

Iniciativas con foco
LGBTI+



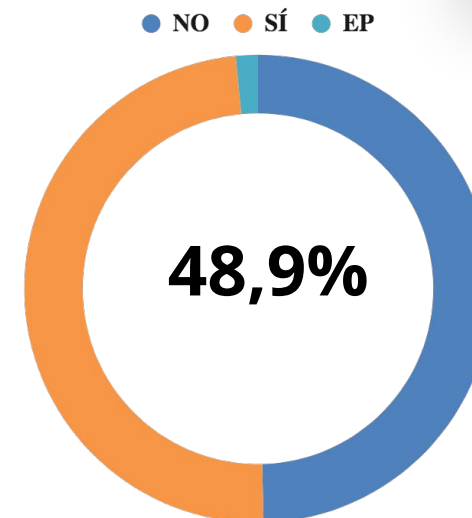
Protocolo Transición de Género

En cuanto a esta variable, el 53,4% de las organizaciones cuenta con un protocolo en transición de género, mientras que 30,5% no lo tiene y el otro 16,1% está en proceso de elaboración.



Beneficios a personas trans

En cuanto a esta variable, el 56,4% de las organizaciones cuenta con beneficios para personas trans, mientras que 38,9% no tiene y el otro 4,6% está en proceso de tener beneficios.



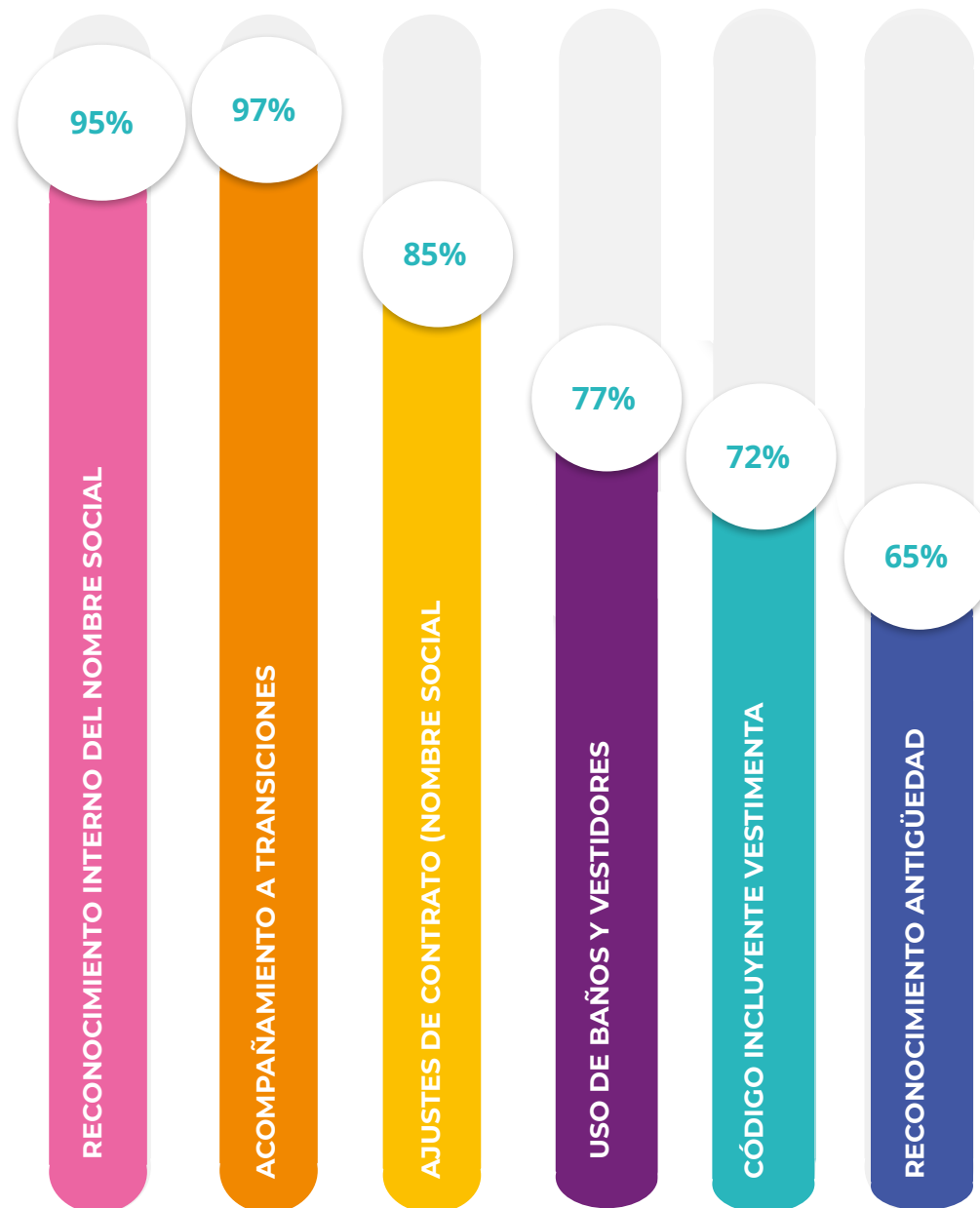
Beneficios a Hijos/as trans

En cuanto a esta variable, el 48,9% de las organizaciones cuenta con beneficios para hijos/as trans, mientras que 49,6% no tiene y el otro 1,5% está en proceso.

Resultados por dimensión

Competencia organizacional

A partir de las 70 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

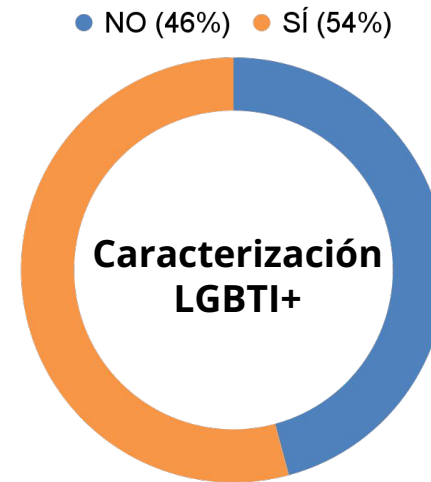
Respecto al **porcentaje de personas que se declaran parte de la comunidad LGBTI+**, del total de 71 organizaciones que respondieron, un 60,6% registraron entre un 0,1-10% , un 16,9% entre un 10,1-30% (16,9%) y un 1,4% con más del 30%.

- El **promedio** de porcentaje de personas que declaran ser parte de la comunidad LGBTI+, en función de estas 71 organizaciones, es **8%**. En 2023, el promedio fue de 7%

Respecto al **porcentaje de personas que se declaran parte de la comunidad trans**, del total de 71 organizaciones que respondieron, un 40,8% registraron entre un 0,1-10% y un 1% entre un 10,1-30%.

- El **promedio** de porcentaje de personas que declaran ser parte de la comunidad trans, en función de esas 71 organizaciones, es **1,3%**. En 2023, dicho porcentaje fue 1%.

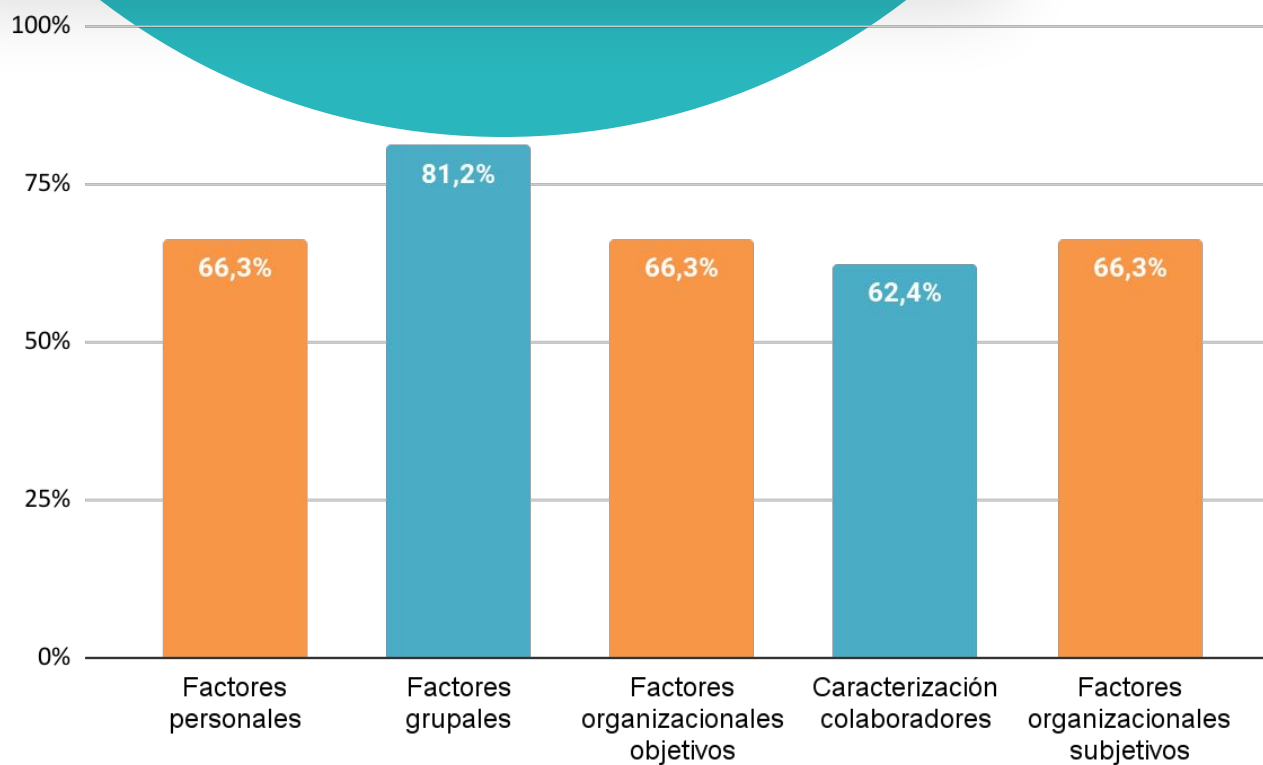
Iniciativas con foco
LGBTI+



Iniciativas con foco
LGBTI+

Resultados por dimensión

ELEMENTOS DE ENCUESTA ANÓNIMA*



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

Resultados por dimensión

Iniciativas con foco
LGBTI+

BENEFICIOS PARA COLABORADORES TRANS

Tipo de Beneficio	Porcentaje de aplicación
Acompañamiento legal y administrativo (Registro Civil)	54,1%
Días administrativos adicionales (cambio de sexo, nombre registral o terapias)	21,4%
Acompañamiento psicológico y/o psiquiátrico	90,5%
Gastos médicos de hospitalización	68,9%
Gastos médicos ambulatorios	68,9%
Gastos médicos por terapias hormonales	63,5%

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

Resultados por dimensión

Iniciativas con foco
LGBTI+

BENEFICIOS PARA HIJOS TRANS

Tipo de Beneficio	Porcentaje de aplicación
Acompañamiento legal para cambio de sexo y nombre registral	51,6%
Días administrativos adicionales de acompañamiento ante tribunales de familia	23,4%
Días administrativos adicionales para el padre, madre o cuidador legal de trabajadores y/o de sus familias	25%
Acompañamiento psicológico y/o psiquiátrico para hijos/as trans de trabajadores y/o de sus familias	85,9%
Gastos médicos de hospitalización	64,1%
Gastos médicos ambulatorios	73,4%
Gastos médicos por terapias hormonales	62,5%

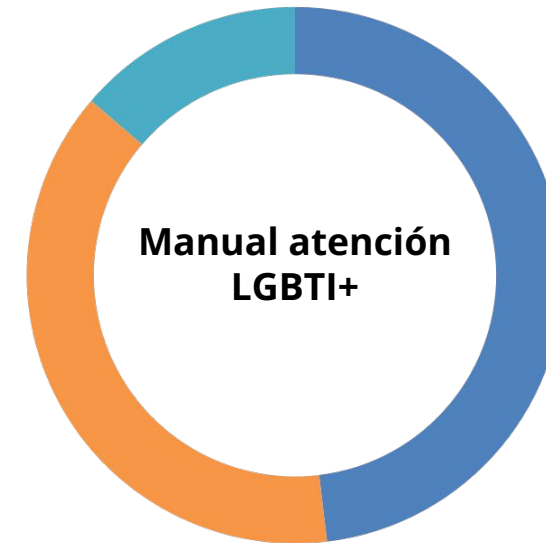
*Refieren a pregunta condicional. En este caso, las organizaciones que declararon efectivamente tener beneficios para hijos/as trans de colaboradores.

Resultados por dimensión

Iniciativas con foco LGBTI+

- El **7,6% de las organizaciones** cuenta con un programa de contratación destinado a personas Trans.
- El **22,9% de las organizaciones** cuenta con iniciativas dirigidas específicamente a la atracción del talento joven LGBTI+.
- El **27,5% de las organizaciones** que respondieron la encuesta, declaró tener en todas sus instalaciones **baños unisex**.
- El 34,4% de las organizaciones que respondieron la encuesta, cuentan con **acciones dirigidas para personas no binarias**.

● NO (48%) ● SÍ (38%) ● EP (14%)



Acciones dirigidas a personas de género no binario

Acciones aplicadas por las empresas/organizaciones encuestadas

Acción 1	Reconocimiento de nombre social ante compañeros de trabajo.
Acción 2	Charlas y/o talleres de sensibilización.
Acción 3	Espacios de visibilización.
Acción 4	Licencias de trabajo con perspectiva de género.
Acción 5	Actos conmemorativos a la diversidad.
Acción 6	Acompañamiento legal y/o psicológico.
Acción 7	Uso de baños no binarios.
Acción 8	Uniformes sin distinción de género.
Acción 9	Trabajo en medios y comunicaciones.
Acción 10	Políticas y beneficios sin sesgo de género.
Acción 11	Código de conducta.
Acción 12	Panel de colaboradores.
Acción 13	Guía de sensibilización.
Acción 14	Promoción de lenguaje inclusivo.

Acciones dirigidas a atracción de talento joven LGBTI+

Acciones aplicadas por las empresas/organizaciones encuestadas

Acción 1	Alianzas con empresas
Acción 2	Prácticas laborales enfocadas en LGBTI+
Acción 3	Ferias y/o alianzas universitarias
Acción 4	Campañas de reclutamiento
Acción 5	Beneficios a colaboradores potenciales.
Acción 6	Uso de plataformas de reclutamiento dirigido
Acción 7	Trabajo en medios y comunicaciones
Acción 8	Capacitaciones a equipos de atracción
Acción 9	Trabajo en redes sociales
Acción 10	Programas especializados en género

Resultados radiografía 2024

