



Red Pride
Connection Chile
Marcha del Orgullo
Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.

INFORME DE RESULTADOS

MIDIENDO LA DIVERSIDAD LGBTI+

Diagnóstico sobre la medición de KPI LGBTI+ en empresas participantes
del Comité Estratégico Pride Connection 2025.

CONTENIDOS

- 1 Resumen ejecutivo
- 2 Presentación, objetivos y metodología
- 3 Principales resultados
- 4 Análisis de los resultados
- 5 Indicadores clave para avanzar en la inclusión LGBTI+
- 6 Conclusiones y próximos pasos



Paris Forever
Marcha del Orgullo Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.

GRACIAS

POR SER PARTE DE ESTE PROCESO

Desde **Pride Connection Chile**, queremos agradecer sinceramente a **las ocho empresas miembro del Comité Estratégico 2025** por su activa participación en el diagnóstico de este año. Su compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión se refleja tanto en las acciones que impulsan como en la voluntad de participar en este ejercicio de reflexión y mejora continua.

Sabemos que avanzar hacia espacios laborales más inclusivos es un camino que se construye paso a paso, y su participación demuestra una clara **disposición a fortalecer ese recorrido con información, análisis y colaboración**. Este diagnóstico permite reconocer los avances alcanzados y, al mismo tiempo, identificar nuevas oportunidades para seguir creciendo como red.

Su apertura y compromiso son claves para seguir impulsando una inclusión cada vez más estratégica, que no solo promueva la visibilidad, sino también el bienestar y desarrollo de las personas LGBTI+ en todos los niveles de la organización.

Gracias por ser parte activa de esta construcción colectiva. Como Pride Connection Chile, valoramos profundamente su participación y seguiremos acompañándoles en este camino hacia una cultura organizacional más diversa, equitativa e inclusiva.



EMPRESAS PARTICIPANTES

COMITÉ ESTRATÉGICO PRIDE CONNECTION 2025



Deloitte.



RESUMEN EJECUTIVO

El diagnóstico del **Comité Estratégico Pride Connection 2025**, en el que participaron activamente sus ocho empresas miembro, revela un panorama de luces y sombras. Por un lado, el compromiso inicial es total: el 100% de las organizaciones cuenta con políticas de DEI y ya mide al menos un KPI LGBTI+. El foco actual está puesto en lo visible y operativo, como la participación en campañas o el reporte de casos de discriminación.

Sin embargo, el informe **revela una brecha estratégica fundamental**. Mientras se miden las acciones, se omiten los resultados de fondo: un contundente 0% de las empresas analiza la retención de talento LGBTI+ o las brechas en promoción interna. **La principal barrera detectada es la baja tasa de autodeclaración**, reportada por el 75% de las empresas, lo que apunta directamente a una **brecha de confianza y a la necesidad de garantizar la seguridad de los datos**.

Frente a este desafío, la propuesta es clara y transformadora. Se insta a las empresas a evolucionar, **pasando de solo contar actividades a medir el impacto real que estas tienen en la cultura y el bienestar de los equipos**. Para ello, se ofrece una ruta de Implementación progresiva que permite a cada organización avanzar a su ritmo, desde una sensibilización inicial hasta integrar estos KPI en la estructura misma del negocio.

En definitiva, el llamado es a **convertir la medición en una herramienta estratégica y poderosa**, capaz de tomarle el pulso a la inclusión real y de construir la confianza necesaria para que todas las personas puedan crecer y desarrollarse plenamente en sus lugares de trabajo.



PRESENTACIÓN

El presente informe tiene como propósito presentar y analizar los resultados del diagnóstico “*Midiendo la Diversidad LGBTI+*”, realizado con las empresas miembro del Comité Estratégico Pride Connection 2025.

Esta entrega busca **ofrecer una mirada clara y estratégica sobre el estado actual de la gestión de la diversidad LGBTI+ en las organizaciones**, destacando los principales indicadores utilizados, los avances alcanzados y las brechas y oportunidades identificadas.

Para su elaboración, se aplicó una encuesta online confidencial entre el 27 de mayo y el 13 de junio de 2025, que permitió recopilar información clave directamente desde las empresas participantes.

En las siguientes páginas se presentan los hallazgos más relevantes del diagnóstico, un análisis estratégico de los datos recopilados y una batería actualizada de KPI, diseñada para fortalecer la medición organizacional y promover una gestión de la diversidad LGBTI+ más efectiva, sostenible y basada en evidencia.

OBJETIVOS

Identificar qué KPI relacionados con la comunidad LGBTI+ están siendo medidos actualmente por las organizaciones del Comité Estratégico Pride Connection 2025, con el fin de fortalecer su gestión a través de indicadores estratégicos, comparables y sostenibles en el tiempo.

Diagnosticar el nivel de avance en la medición de indicadores LGBTI+ en las empresas participantes.

Identificar principales brechas, desafíos y oportunidades en la recolección, análisis y uso de datos.

Proponer una batería de KPI complementarios e instrumentos sugeridos para mejorar la medición de la inclusión LGBTI+.

METODOLOGÍA



Instrumento aplicado

Encuesta online autoadministrada, confidencial y de carácter diagnóstico.



Empresas participantes

El diagnóstico contó con la participación del 100% de las organizaciones que integran el Comité Estratégico Pride Connection 2025, (8 empresas).



Dimensiones de la encuesta

La encuesta está conformada por 4 dimensiones.

1. Datos generales de la empresa
2. Medición actual de KPI LGBTI+
3. Alcance y uso de los datos
4. Retos, intereses y oportunidades de mejora



Formato de respuesta

Preguntas cerradas de opción múltiple y selección, con opción de respuesta abierta en algunos ítems.



Periodo de levantamiento

Del 27 de mayo al 13 de junio de 2025.



**Agrupación Cultural
Suyai Batu**
Marcha del Orgullo
Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.

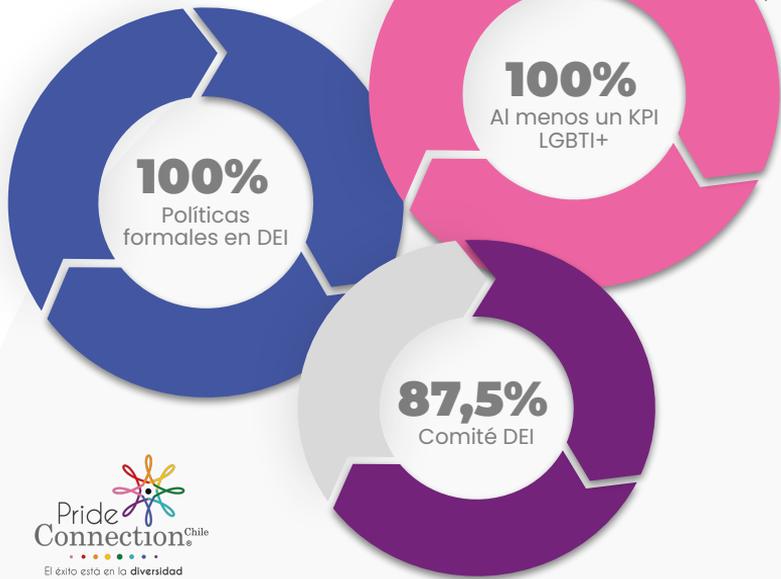
PRINCIPALES RESULTADOS

Informe de resultados: "Midiendo la diversidad"

Diagnóstico sobre la medición de KPI LGBTI+ en empresas del Comité Estratégico Pride Connection 2025.

Medición actual KPI LGBTI+

¿Con qué cuentan las empresas del Comité Estratégico?



¿Qué KPI están levantando las empresas del Comité Estratégico?

* Esta pregunta permitía seleccionar más de una opción.



- 37,5% Porcentaje de personas LGBTI+ en cargos de liderazgo o toma de decisiones
- 37,5% Porcentaje de líderes o equipos formados en temas de inclusión LGBTI+.
- 37,5% Inclusión del enfoque LGBTI+ en las políticas o documentos institucionales.
- 25% Tiempo de resolución de incidentes relacionados a diversidad sexual o de género.
- 25% Nivel de visibilidad y apoyo institucional a redes LGBTI+ internas.
- 25% Inclusión de lenguaje inclusivo y representaciones diversas en comunicaciones internas.
- 12,5% Evaluación de proveedores según criterios de diversidad e inclusión.
- 12,5% Evaluación de percepción de personas LGBTI+ sobre oportunidades de desarrollo.
- 0% Brecha de promoción interna entre personas colaboradoras LGBTI+ y no LGBTI+.
- 0% Índice de retención de talento LGBTI+.

Medición actual KPI LGBTI+

¿Qué herramientas o fuentes utilizan para medir estos KPI?

Encuestas internas anónimas

75%

Datos de Recursos Humanos
(autodeclaración)

75%

Informes de clima laboral

62,5%

Sistemas de
gestión de talento

25%

* Esta pregunta permitía seleccionar más de una opción.

Frecuencia
medición

62,5%

Anual

25%

Semestral

12,5%

Trimestral



Paris Forever
Marcha del Orgullo
Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.

Paris Forever y
Morganne
LaMorte

Marcha del Orgullo
Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.

Informe de resultados: "Midiendo la diversidad".
Pride Connection Chile 2025.



Alcance y uso de datos

* Estas preguntas permitían seleccionar más de una opción.

¿Qué áreas o departamentos utilizan esta información?



¿Para qué se utilizan estos KPI?



IMPACTO DE LOS KPI en la gestión interna

COMUNICACIÓN INTERNA

¿Los resultados de estos indicadores se comunican internamente?

50%

No se comunican

25%

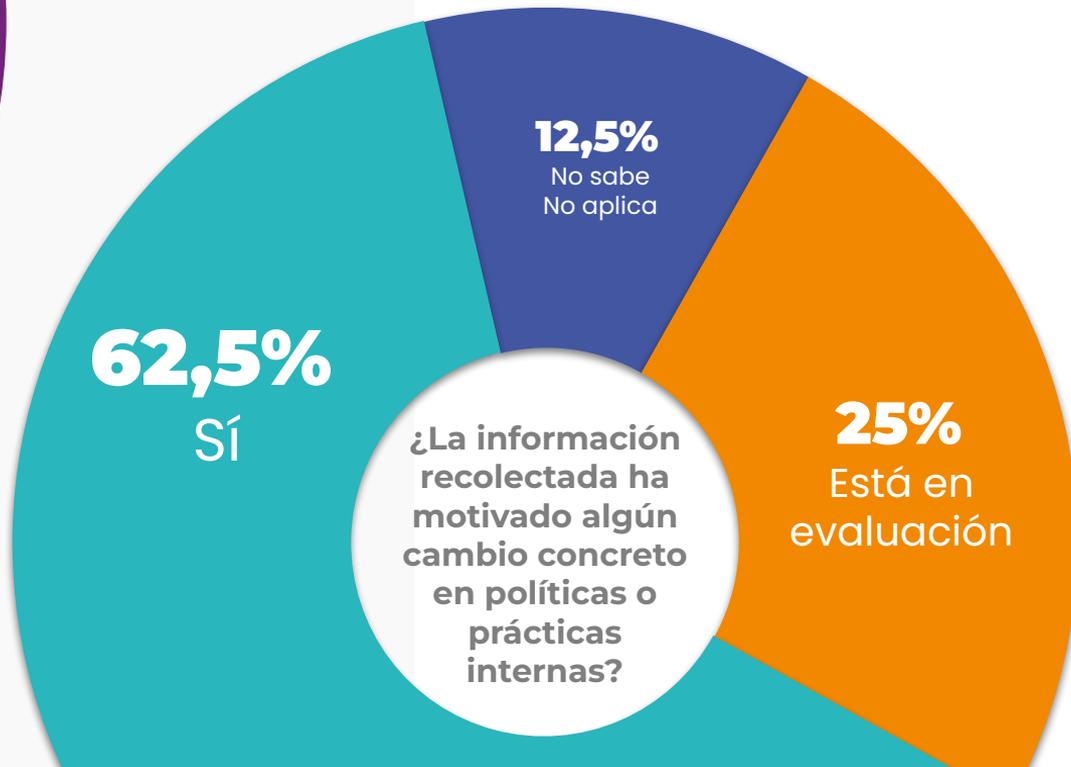
Sí, a toda la organización

12,5%

Áreas especialistas y alta dirección

12,5%

Otro: Depende del tipo de informe



DESAFÍOS en la medición de KPI

¿Cuáles son las principales dificultades para medir KPI LGBTI+ en su organización?

* Esta pregunta permitía seleccionar más de una opción.

Falta de datos o autodeclaración incompleta



Red Pride Connection Chile
Marcha del Orgullo Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.

KPI CLAVES para el Comité Estratégico Pride Connection 2025

¿Qué indicadores les gustaría poder medir?

Efectividad de capacitaciones y sensibilización

75%



Impacto de programas de bienestar específicos para personas LGBTI+

75%



Participación y nivel de compromiso en redes o grupos de afinidad LGBTI+

62,5%



Percepción de seguridad psicológica en el lugar de trabajo (con foco LGBTI+)

50%



Percepción sobre la inclusión LGBTI+ entre personas aliadas

50%



37,5%

Nivel de confianza para hablar abiertamente sobre orientación sexual e identidad de género.

37,5%

Proporción o impacto de campañas o comunicaciones internas que visibilizan positivamente la diversidad sexual y de género.

37,5%

Grado de cumplimiento de metas DEI relacionadas a diversidad sexual y de género.

25%

Clima de inclusión específico para personas LGBTI+.

25%

Avance en visibilidad y liderazgo LGBTI+ en todos los niveles de la organización.

25%

Reconocimiento de la empresa como espacio seguro para personas LGBTI+ (gestión interna y reputación).

12,5%

Inclusión del enfoque LGBTI+ en procesos de selección, inducción y evaluación de desempeño.

12,5%

Evaluación del impacto de alianzas con organizaciones externas LGBTI+.

12,5%

Acceso equitativo a oportunidades de promoción para personas LGBTI+.

12,5%

Participación en encuestas internas con enfoque LGBTI+ (tasa de respuesta, percepción de seguridad al responder).



ANÁLISIS DE RESULTADOS

Informe de resultados: “Midiendo la diversidad”

Diagnóstico sobre la medición de KPI LGBTI+ en empresas del Comité
Estratégico Pride Connection 2025.

Agrupación Cultural
Suyai Batu
Marcha del Orgullo
Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis se estructuró en cinco categorías que reflejan los principales enfoques, avances y brechas en la medición de la inclusión LGBTI+. Esta **mirada integral** permite **reconocer áreas de mejora y proyectar acciones más consistentes** con los objetivos de inclusión y desarrollo organizacional.



ANÁLISIS DE RESULTADOS



ANÁLISIS DE RESULTADOS



Integración de los KPI en la gestión

Si bien un 62,5% de las organizaciones ya utilizan los KPI LGBTI+ para diseñar políticas inclusivas, su integración en la gestión estratégica aún es incipiente: sólo un 25% comunica estos resultados a toda la organización y apenas un 12,5% los vincula con procesos como la evaluación de desempeño.

Esto indica que los KPI están siendo utilizados principalmente como insumo técnico, y no como herramientas de gestión cultural y organizacional. Potenciar su uso como palanca de cambio interno es clave para generar aprendizajes colectivos, alinear expectativas y consolidar compromisos a largo plazo.



Diagnóstico
"Midiendo la
diversidad"



Desafíos actuales en la medición de KPI

La medición de la diversidad LGBTI+ es una práctica que aún está en proceso de consolidación. La principal dificultad reportada es la baja tasa de autodeclaración (75%), lo que pone de relieve la importancia de seguir fortaleciendo la confianza y seguridad psicológica. A esto se suman desafíos como la confidencialidad de los datos (50%), ciertas resistencias internas (25%) y la necesidad de contar con metodologías claras y formación técnica adecuada (25%).

Esto evidencia que avanzar en la medición requiere un enfoque integral, que combine capacidades técnicas y liderazgos comprometidos con construir entornos donde todas las personas puedan compartir quiénes son, con libertad y sin temor.

ANÁLISIS DE RESULTADOS



Nuevas prioridades en la medición

Entre los indicadores de interés identificados en el diagnóstico, se observa una tendencia clara: **las organizaciones comienzan a priorizar dimensiones relacionales y experienciales de la inclusión**, tales como la seguridad psicológica, el bienestar, la efectividad de las capacitaciones y la percepción de inclusión por parte de personas aliadas. Esta orientación va más allá de los datos operativos y **abre una oportunidad concreta para avanzar hacia una gestión más interseccional, humana y sostenible, centrada en las condiciones reales de convivencia y desarrollo organizacional.**

En este contexto, el comité manifestó su interés en **fortalecer una medición más estratégica**, que permita capturar percepciones, experiencias y dinámicas organizacionales vinculadas a la inclusión LGBTIQ+. Como resultado de este análisis, se identificaron cinco KPI como prioritarios:

1. Efectividad de capacitaciones y sensibilización
2. Impacto de programas de bienestar específicos para personas LGBTIQ+
3. Participación y nivel de compromiso en redes o grupos de afinidad LGBTIQ+
4. Percepción de seguridad psicológica en el lugar de trabajo (con foco LGBTIQ+)
5. Percepción sobre la inclusión LGBTIQ+ entre personas aliadas

En las siguientes láminas se presenta el desarrollo de cada uno de estos KPI, incluyendo indicadores sugeridos, métricas, instrumentos y frecuencias de medición recomendadas.

Diagnóstico
"Midiendo la
diversidad"

INDICADORES PARA AVANZAR EN LA INCLUSIÓN LGBTI+

Informe de resultados: “Midiendo la diversidad”
Diagnóstico sobre la medición de KPI LGBTI+ en empresas
del Comité Estratégico Pride Connection 2025.



Morganne LaMorte
Marcha del Orgullo Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.

5

KPI claves construidos desde los desafíos comunes



KPI 1: Efectividad de capacitaciones y sensibilización en temas LGBTI+



KPI 2: Impacto de programas de bienestar específicos para personas LGBTI+



KPI 3: Participación y nivel de compromiso en redes o grupos de afinidad LGBTI+



KPI 4: Percepción de seguridad psicológica en el lugar de trabajo (con foco LGBTI+)



KPI 5: Percepción sobre la inclusión LGBTI+ entre personas aliadas

A partir de los resultados de la encuesta aplicada al Comité Estratégico Pride Connection 2025, se identificaron **intereses y brechas comunes en torno a la medición de inclusión LGBTI+**.

En base a esta priorización, **se seleccionaron cinco KPI estratégicos** que abordan dimensiones clave.

Estos indicadores fueron diseñados para ser claros, medibles y viables, y buscan acompañar a las empresas en una ruta de implementación progresiva: desde la intención de medir hasta el uso estratégico de los datos para transformar cultura.

En las siguientes páginas revisaremos en detalle cada uno de ellos.

5 KPI claves construidos desde los desafíos comunes



KPI 1: Efectividad de capacitaciones y sensibilización en temas LGBTI+

Este KPI busca medir cuánto **impacto tienen las capacitaciones en torno a diversidad sexual y de género.**

Evalúa no solo si las personas adquieren nuevos conocimientos, sino también **si se generan cambios en sus actitudes y comportamientos dentro del entorno laboral.**

Medir la efectividad **permite saber si las actividades formativas están cumpliendo su objetivo:** promover aprendizajes significativos, fomentar una mayor disposición a actuar como personas aliadas y aplicar lo aprendido en situaciones reales, ya sea en interacciones cotidianas, toma de decisiones o en el diseño de procesos más inclusivos.

En la siguiente lámina se presentan **tres ejemplos de indicadores** específicos que pueden utilizarse para evaluar este KPI de manera más concreta y práctica.

Ejemplos de indicadores e instrumentos por KPI

KPI I: Efectividad de capacitaciones y sensibilización en temas LGBTI+

Indicador sugerido	¿Qué mide?	Métrica propuesta (% o fórmula)	Formas de medición	Ejemplos de preguntas o herramientas	Recomendaciones
Efectividad formativa (inmediata)	Utilidad percibida por parte de las personas participantes	% de personas que declaran haber aprendido algo nuevo Fórmula: (Nº de respuestas afirmativas / Total de respuestas) x 100	Encuesta post actividad	"¿Aprendiste algo que antes no sabías?" (sí/no) "¿Te resultó útil para tu rol?"	Pregunta cerrada + pregunta abierta para contraste.
Cambio en actitudes o confianza	Evolución en percepción de capacidad o disposición para actuar	% de variación positiva pre/post en afirmaciones clave Fórmula: (% post - % pre)	Encuesta comparativa pre y post	"Confío en mi capacidad para actuar frente a situaciones de LGBTI+fobia" (pre y post)	Aplicar las mismas preguntas en ambos momentos para comparar
Aplicación de lo aprendido	Integración de aprendizajes en contextos laborales reales	% de personas que declaran haber aplicado lo aprendido Fórmula: (Nº de personas que reportan aplicación / Total encuestadas) x 100	Focus group o entrevistas 1-3 meses después	"¿Usaste algo aprendido en tu equipo?" "¿Qué conversaciones nuevas generaste?"	Hacer seguimiento diferido para evaluar transferencia efectiva

Frecuencia de medición

Frecuencia sugerida

Post-actividad inmediata (para aprendizaje)+
Evaluación diferida a los 2-3 meses (para aplicación).

Justificación estratégica

Permite capturar tanto el efecto inmediato como la transferencia al contexto laboral. La evaluación diferida muestra si hubo impacto sostenido.

5

KPI claves construidos desde los desafíos comunes

KPI 2: Impacto de programas de bienestar específicos para personas LGBTI+

Este KPI permite **evaluar en qué medida los programas de bienestar orientados a personas LGBTI+ están cumpliendo su propósito**. Se centra en tres dimensiones clave: la pertinencia de las iniciativas (si responden a las necesidades reales de esta población), el acceso efectivo a los beneficios (si llegan a quienes los necesitan) y el impacto percibido por quienes los utilizan.

Medir este KPI **ayuda a identificar si las acciones implementadas, como apoyo psicológico, redes de contención, políticas de salud inclusiva, días libres por motivos identitarios, entre otros, están siendo valoradas como útiles, accesibles y transformadoras para la salud mental, física y emocional de las personas LGBTI+** dentro de la organización.

En la siguiente lámina se presentan **tres ejemplos de indicadores** específicos que pueden utilizarse para evaluar este KPI de manera más concreta y práctica.

Ejemplos de indicadores e instrumentos por KPI

KPI 2: Impacto de programas de bienestar específicos para personas LGBTI+

Indicador sugerido	¿Qué mide?	Métrica propuesta (% o fórmula)	Formas de medición	Ejemplos de preguntas o herramientas	Recomendaciones
Accesibilidad percibida	Grado en que las personas LGBTI+ consideran que los programas son relevantes y accesibles	% de personas LGBTI+ que consideran los programas pertinentes Fórmula: (Nº de respuestas afirmativas / Total de personas LGBTI+ encuestadas) x 100	Encuesta interna.	"¿Sientes confianza para hacer uso de estos beneficios de bienestar?" "¿Se adapta a tus necesidades?"	Incluir opción "Prefiero no responder" para proteger la identidad
Uso de beneficios	Acceso efectivo a servicios o beneficios ofrecidos a la población LGBTI+	% de personas LGBTI+ que accedieron a al menos un beneficio Fórmula: (Nº de personas LGBTI+ usuarias / Total de personas LGBTI+) x 100	Análisis de registros internos	Registros de atención en salud, consulta psicológica, apoyo legal, etc.	Desagregar por tipo de beneficio para identificar brechas o preferencias
Impacto subjetivo	Valor percibido del programa en el bienestar personal y laboral	% de personas que reportan un impacto positivo en su bienestar Fórmula: (Nº de valoraciones positivas/Total encuestas) x 100	Focus group, entrevistas o encuestas.	"¿Este beneficio contribuyó a tu bienestar?" "¿Qué cambió para ti desde que accediste?"	Contratar a personas facilitadoras externas para resguardar seguridad y confidencialidad

Frecuencia de medición

Frecuencia sugerida

1 vez al año, idealmente en ciclo de clima o bienestar.

Justificación estratégica

Es un indicador que requiere cierta maduración para mostrar resultados. Una frecuencia anual permite identificar tendencias sin generar fatiga.

5

**KPI claves
construidos desde los
desafíos
comunes**



KPI 3: Participación y nivel de compromiso en redes o grupos de afinidad LGBTI+

Este KPI permite conocer el **grado de involucramiento, motivación y sentido de pertenencia de las personas que forman parte de redes LGBTI+ dentro de la organización**. No se trata sólo de cuántas personas participan, sino también de cómo se vinculan, qué tan sostenida es su participación y qué significado tiene para ellas formar parte de estos espacios.

Evaluar este KPI ayuda a **dimensionar el rol que cumplen estas redes en la vida organizacional**: si son vistas como espacios seguros, influyentes y representativos, y si logran movilizar iniciativas, visibilizar necesidades o generar cambios culturales. También permite observar el **nivel de apoyo que reciben por parte de la organización** y si se reconocen como un actor clave en la estrategia DEI.

En la siguiente lámina se presentan **tres ejemplos de indicadores** específicos que pueden utilizarse para evaluar este KPI de manera más concreta y práctica.

Ejemplos de indicadores e instrumentos por KPI

KPI 3: Participación y nivel de compromiso en redes o grupos de afinidad LGBTI+

Frecuencia de medición

Indicador sugerido	¿Qué mide?	Métrica propuesta (% o fórmula)	Formas de medición	Ejemplos de preguntas o herramientas	Recomendaciones
Participación activa	Cantidad y constancia de participación en actividades de la red	% de personas inscritas que participaron en al menos una actividad anual Fórmula: (Nº participantes / Total de personas inscritas en la red) x 100	Registro interno con consentimiento	Asistencia a reuniones, campañas, eventos formativos	Registrar de forma anónima o codificada para resguardar confidencialidad
Satisfacción y pertenencia	Nivel de conexión e identificación con la red LGBTI+	% de personas que evalúan positivamente su experiencia en la red Fórmula: (Nº de respuestas positivas / Total encuestadas) x 100	Encuesta interna dirigida	“¿Sientes que la Red te representa?” “¿Qué tan útil te resulta?” (escala 1-5)	Levantar feedback al menos una vez al año
Articulación con otras áreas	Grado de colaboración o influencia en decisiones organizacionales	Nº de propuestas implementadas o colaboraciones institucionales anuales	Revisión documental o entrevistas	“¿Qué propuestas han escalado desde la red?” “¿Con qué otras áreas han trabajado?”	Sistematizar buenas prácticas y fomentar vinculación con RRHH, DEI u otras redes

Frecuencia sugerida

Registro continuo de participación + Encuesta anual a integrantes activos/as.

Justificación estratégica

La participación puede registrarse de forma continua; el compromiso y satisfacción se evalúan mejor una vez al año para observar cambios.

KPI 4: Percepción de seguridad psicológica en el lugar de trabajo (con foco LGBTI+)

5

KPI claves construidos desde los desafíos comunes

Este KPI permite **evaluar en qué medida los programas de bienestar orientados a personas LGBTI+ están cumpliendo su propósito**. Se centra en tres dimensiones clave: la pertinencia de las iniciativas (si responden a las necesidades reales de esta población), el acceso efectivo a los beneficios (si llegan a quienes los necesitan) y el impacto percibido por quienes los utilizan.

Medir este KPI **ayuda a identificar si las acciones implementadas, como apoyo psicológico, redes de contención, políticas de salud inclusiva, días libres por motivos identitarios, entre otros, están siendo valoradas como útiles, accesibles y transformadoras para la salud mental, física y emocional de las personas LGBTI+** dentro de la organización.

En la siguiente lámina se presentan **tres ejemplos de indicadores** específicos que pueden utilizarse para evaluar este KPI de manera más concreta y práctica.

Ejemplos de indicadores e instrumentos por KPI

KPI 4: Percepción de seguridad psicológica en el lugar de trabajo (con foco LGBTI+)

Frecuencia de medición

Indicador sugerido	¿Qué mide?	Métrica propuesta (% o fórmula)	Formas de medición	Ejemplos de preguntas o herramientas	Recomendaciones
Seguridad para expresarse	Grado en que las personas LGBTI+ se sienten libres de expresarse en el entorno laboral	% de personas LGBTI+ que se sienten seguras al expresarse Fórmula: (Nº de respuestas afirmativas / Total personas LGBTI+ encuestadas) x 100	Encuesta de clima con enfoque específico	“¿Puedes hablar abiertamente sobre tu identidad en tu equipo?” “¿Te sientes libre de ser tú?”	Asegurar anonimato y opción de no respuesta
Gestión de incidentes	Capacidad institucional para responder a situaciones de discriminación o acoso	% de incidentes gestionados en tiempo estándar Fórmula: (Nº incidentes resueltos dentro del plazo / Total incidentes reportados) x 100	Análisis de canales formales de denuncia	Reporte de incidentes por motivo (identidad/orientación) + evaluación del proceso posterior	Establecer protocolos claros y tiempos máximos de respuesta
Barreras no explícitas	Factores culturales o relacionales que inhiben la expresión de identidad	% de personas que declaran autocensura o evasión de ciertos temas Fórmula: (Nº de personas que reportan barreras / Total encuestadas) x 100	Grupos de escucha o entrevistas confidenciales	“¿Qué temas prefieres evitar en tu equipo?” “¿Qué condiciones te ayudarían a sentirte en un entorno más seguro?”	Facilitar espacios de escucha con equipos externos especializados

Frecuencia sugerida

1–2 veces al año, según disponibilidad del módulo de clima.

Justificación estratégica

Como es una percepción sensible y dinámica, se recomienda medirla al menos una vez al año. Si se incluye en encuestas de clima, puede repetirse cada 6 meses.

5

**KPI claves
construido
s desde los
desafíos
comunes**



KPI 5: Percepción sobre la inclusión LGBTI+ entre personas aliadas

Este KPI permite **evaluar en qué medida los programas de bienestar orientados a personas LGBTI+ están cumpliendo su propósito**. Se centra en tres dimensiones clave: la pertinencia de las iniciativas (si responden a las necesidades reales de esta población), el acceso efectivo a los beneficios (si llegan a quienes los necesitan) y el impacto percibido por quienes los utilizan.

Medir este KPI **ayuda a identificar si las acciones implementadas**, como apoyo psicológico, redes de contención, políticas de salud inclusiva, días libres por motivos identitarios, entre otros, **están siendo valoradas como útiles, accesibles y transformadoras para la salud mental, física y emocional de las personas LGBTI+** dentro de la organización.

En la siguiente lámina se presentan **tres ejemplos de indicadores** específicos que pueden utilizarse para evaluar este KPI de manera más concreta y práctica.

Ejemplos de indicadores e instrumentos por KPI

KPI 5: Percepción sobre la inclusión LGBTI+ entre personas aliadas

Frecuencia de medición

Indicador sugerido	¿Qué mide?	Métrica propuesta (% o fórmula)	Formas de medición	Ejemplos de preguntas o herramientas	Recomendaciones
Conciencia inclusiva	Nivel de percepción sobre el entorno inclusivo desde personas no LGBTI+	% de personas aliadas que consideran que su empresa es un entorno seguro para personas LGBTI+ Fórmula: (Nº de respuestas afirmativas / Total personas aliadas encuestadas) x 100	Encuesta general con módulo para personas aliadas	"¿Percibes que tu empresa es un lugar seguro para personas LGBTI+?" "¿Sabes cómo actuar como persona aliada?"	Usar lenguaje claro y accesible, evitando tecnicismos
Participación aliada	Grado de involucramiento de personas aliadas en acciones de sensibilización	% de personas aliadas que han participado en al menos una acción en el último año Fórmula: (Nº participantes / Total personas aliadas) x 100	Registros de asistencia o participación	Asistencia a formaciones, campañas, grupos de discusión	Medir junto a indicadores de visibilidad institucional
Disposición a actuar	Intención o preparación para intervenir ante situaciones de discriminación	% de personas aliadas que declaran estar dispuestos a intervenir activamente Fórmula: (Nº de respuestas afirmativas / Total encuestadas) x 100	Focus group mixto o encuestas cualitativas	"¿Qué harías si presencias un comentario discriminatorio?" "¿Qué necesitarías para sentir mayor preparación para actuar como persona aliada?"	Usar esta información para co-crear kits de respuesta rápida

Frecuencia sugerida

1 vez al año, como parte de clima, DEI o diagnóstico cultural.

Justificación estratégica

Este indicador cambia lentamente y está influenciado por la cultura. Su medición anual es suficiente si se combina con acciones sostenidas.



**Red Pride
Connection Chile**

Marcha del Orgullo
Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.



CONCLUSIÓN Y PRÓXIMOS PASOS

Informe de resultados: "Midiendo la diversidad"
Diagnóstico sobre la medición de KPI LGBTI+ en empresas del
Comité Estratégico Pride Connection 2025.

CONCLUSIÓN

El análisis de los datos ofrece una valiosa perspectiva sobre el avance y compromiso de las empresas del Comité Estratégico Pride Connection 2025 en la gestión de la diversidad LGBTI+. Se evidencia una evolución importante en la capacidad de registrar acciones e iniciativas, lo que constituye una **base sólida para dar el siguiente paso: fortalecer la medición del impacto real que estas acciones tienen en la cultura organizacional.**

Este tránsito, de las métricas operativas hacia indicadores estratégicos, permite a las organizaciones **conectar sus esfuerzos con un cambio más profundo y sostenible**, y evitar así los riesgos de lo que en el campo de la gestión de la diversidad se conoce como *“inclusion washing”*¹.

El diagnóstico muestra que existe un **alto potencial aún por desplegar en el uso de los datos**. En muchos casos, estos se gestionan como un insumo técnico, más que como una herramienta transversal al servicio de la estrategia organizacional.

¹ El concepto de *“inclusion washing”* (o lavado de inclusión, en español) se refiere a una práctica mediante la cual una organización proyecta un compromiso con la diversidad y la inclusión sin respaldarlo con acciones reales, sostenidas o estructurales, generando una imagen pública que no refleja su gestión interna.

En este contexto, **la confianza emerge como un elemento clave para seguir avanzando**, particularmente en lo que respecta a la mejora de la tasa de autodeclaración, directamente vinculada a la percepción de seguridad psicológica en los equipos.

Este hallazgo se alinea con estudios globales, como el de *McKinsey & Company* (2024), que identifican la seguridad psicológica como el factor más decisivo para que las personas LGBTI+ se sientan cómodas compartiendo su identidad en el entorno laboral.

Asimismo, destaca el **interés emergente por medir el impacto de las personas aliadas**, lo cual representa una oportunidad estratégica. Investigaciones como la de *Boston Consulting Group* (2023) demuestran que un fuerte apoyo por parte de las personas aliadas es un factor determinante en la retención del talento LGBTI+.

En síntesis, este análisis reconoce los avances logrados por las empresas del Comité Estratégico y propone seguir profundizando en una gestión que complemente las capacidades técnicas actuales con un enfoque más centrado en la cultura, el impacto y la construcción de confianza.



PRÓXIMOS PASOS

Para consolidar y profundizar los avances identificados en el diagnóstico, es fundamental **trazar una hoja de ruta que permita a las organizaciones transformar la medición de la inclusión LGBTI+ en una herramienta estratégica y cultural**. En este sentido, es necesario:

- **Fortalecer la confianza y la seguridad psicológica dentro de las empresas**, implementando campañas comunicativas claras y espacios de diálogo que expliquen el uso responsable y la protección de los datos personales. Además, capacitar a líderes para generar ambientes seguros y de apoyo.
- **Promover la autodeclaración a través de procesos accesibles y sensibles**, integrados a las plataformas habituales, que refuercen el valor y la confidencialidad de compartir la identidad.
- **Ampliar el enfoque de medición para integrar los KPI estratégicos**, como la efectividad de capacitaciones, bienestar específico para personas LGBTI+, participación en redes de afinidad y percepción de seguridad psicológica. Diseñar instrumentos que combinen datos cuantitativos y cualitativos con enfoque inclusivo y libre de sesgos.

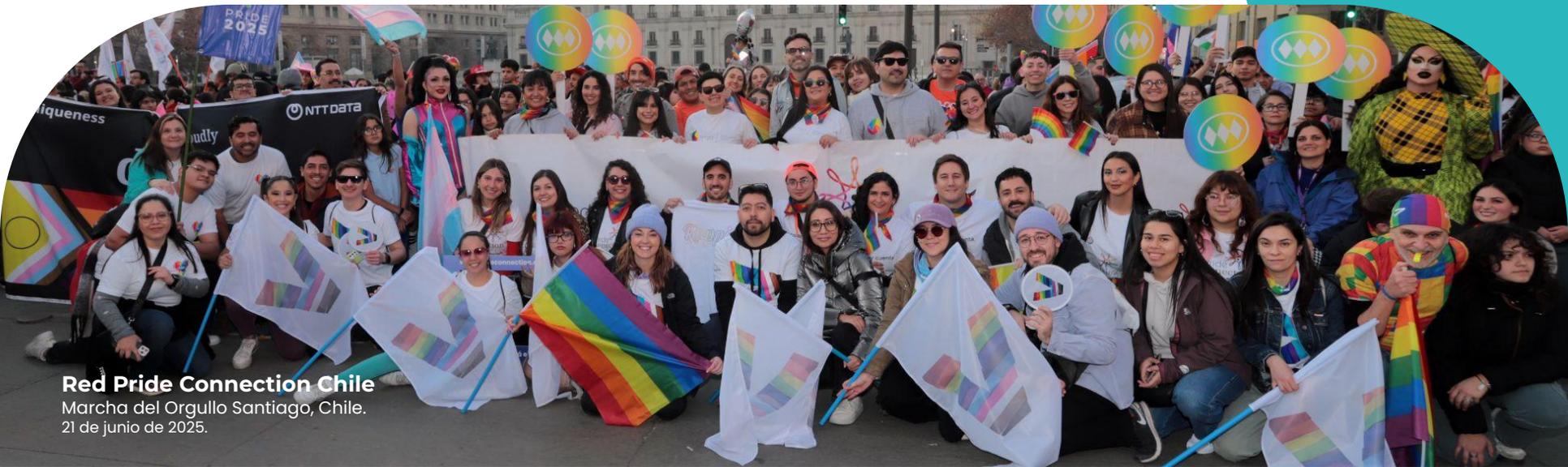
- **Vincular los indicadores con la gestión organizacional**, comunicando resultados de forma transversal e incorporándolos en procesos clave como evaluaciones de desempeño y planes de desarrollo, para fomentar la retención y el crecimiento del talento LGBTI+.
- **Desarrollar capacidades técnicas y de liderazgo inclusivo**, promoviendo formación continua, desarrollo de competencias especializadas y espacios internos de aprendizaje y reflexión para mejorar la gestión DEI.
- **Establecer un proceso dinámico de monitoreo y ajuste continuo**, mediante calendarios periódicos de seguimiento y evaluación que permitan adaptar metodologías y acciones para garantizar un impacto real y sostenible en la cultura organizacional.

Estos pasos invitan a las organizaciones a avanzar con compromiso hacia una inclusión LGBTI+ profunda y auténtica, **transformando datos en acciones que fomenten un ambiente donde todas las personas se sientan valoradas, seguras y con oportunidades reales para desarrollarse**. Así, se construyen culturas organizacionales resilientes y diversas, capaces de potenciar el futuro de las empresas.

INFORME DE RESULTADOS

MIDIENDO LA DIVERSIDAD LGBTI+

Diagnóstico sobre la medición de KPI LGBTI+ en empresas del Comité Estratégico Pride Connection 2025.



Red Pride Connection Chile
Marcha del Orgullo Santiago, Chile.
21 de junio de 2025.