

# Informe Anual de Diversidad de Google 2022



Google

# Índice

- 3 **Introducción**
- 5 **Cronología de diversidad, equidad e inclusión**
- 7 **Acción #1: Contratación**
- 19 **Acción #2: Retención y progresión**
- 30 **Acción #3: Representación**
- 47 **Acción #4: Flexibilidad**
- 53 **Acción #5: Innovación y pertenencia**
- 62 **Compromisos del lugar de trabajo**
- 63 **Con la mirada puesta en el futuro**
- 64 **Metodología de datos**
- 66 **Apéndice**

# Introducción

## **Seguimos creciendo para llegar a las personas dondequiera que estén.**

Durante 2020, prestamos atención a cómo las desigualdades sociales y económicas, además de los efectos implacables de la pandemia global, afectaron a las personas en Google y otros ámbitos. En 2021, reflexionamos sobre lo que aprendimos y pusimos manos a la obra.

Analizamos de forma integral a quiénes les generamos un impacto, como nuestros empleados, las personas que usan nuestros productos y nuestros clientes, así como nuestro abanico de recursos y herramientas. Además, hicimos un esfuerzo proactivo y en conjunto para transformar en esencia la manera en que operamos a fin de crear un cambio positivo y sistémico tanto en el lugar de trabajo como en el mundo.

Luego, nos pusimos a trabajar. Hasta el momento, fue nuestro mejor año en cuanto a contratar y retener personas de comunidades con poca representación, y desarrollamos una amplia variedad de métodos nuevos para acompañar mejor el crecimiento de cada Googler. Además, seguimos invirtiendo responsablemente en los mercados en los que nos hemos establecido y ampliamos el apoyo a socios de la comunidad en todo el mundo. Y tomamos medidas para crear una cultura de trabajo más flexible y accesible. Por último, aumentamos nuestros esfuerzos para fomentar un sentido de pertenencia, no solo para empleados, sino también para todas las comunidades en las que generamos un impacto.

Sabemos que aún nos queda un largo camino y reconocemos que necesitamos tener en cuenta las circunstancias actuales de las personas para poder construir una versión de Google para todos y en todo lugar. Pero nos llenan de energía nuestro progreso y el impulso que generamos.

En este informe, se detallan cinco medidas clave que tomamos en 2021, además del progreso concreto que tuvimos en lo que respecta a seguir construyendo una versión inclusiva de Google.

# Conclusiones principales

A continuación, se detallan cinco medidas concretas que tomamos durante 2021 para crear un lugar de trabajo inclusivo y flexible donde todos puedan tener un sentido de pertenencia.

---

## Acción #1: Contratación

**Hasta el momento, este fue nuestro mejor año en lo que respecta a la contratación de mujeres en todo el mundo, además de empleados afrodescendientes+ y latinos+ en EE.UU.**

---

## Acción #2: Retención y progresión

**Contamos con nuevas maneras de ayudar a los empleados a triunfar en Google y comenzamos a ver los primeros indicios prometedores de inclusión y retención.**

---

## Acción #3: Representación

**Invertimos responsablemente en los lugares que nos deben inspirar pertenencia y creamos una versión de Google que refleje mejor la diversidad de nuestro mundo.**

---

## Acción #4: Flexibilidad

**Implementamos nuevas políticas y prácticas para que el trabajo híbrido sea más inclusivo y accesible.**

---

## Acción #5: Innovación y pertenencia

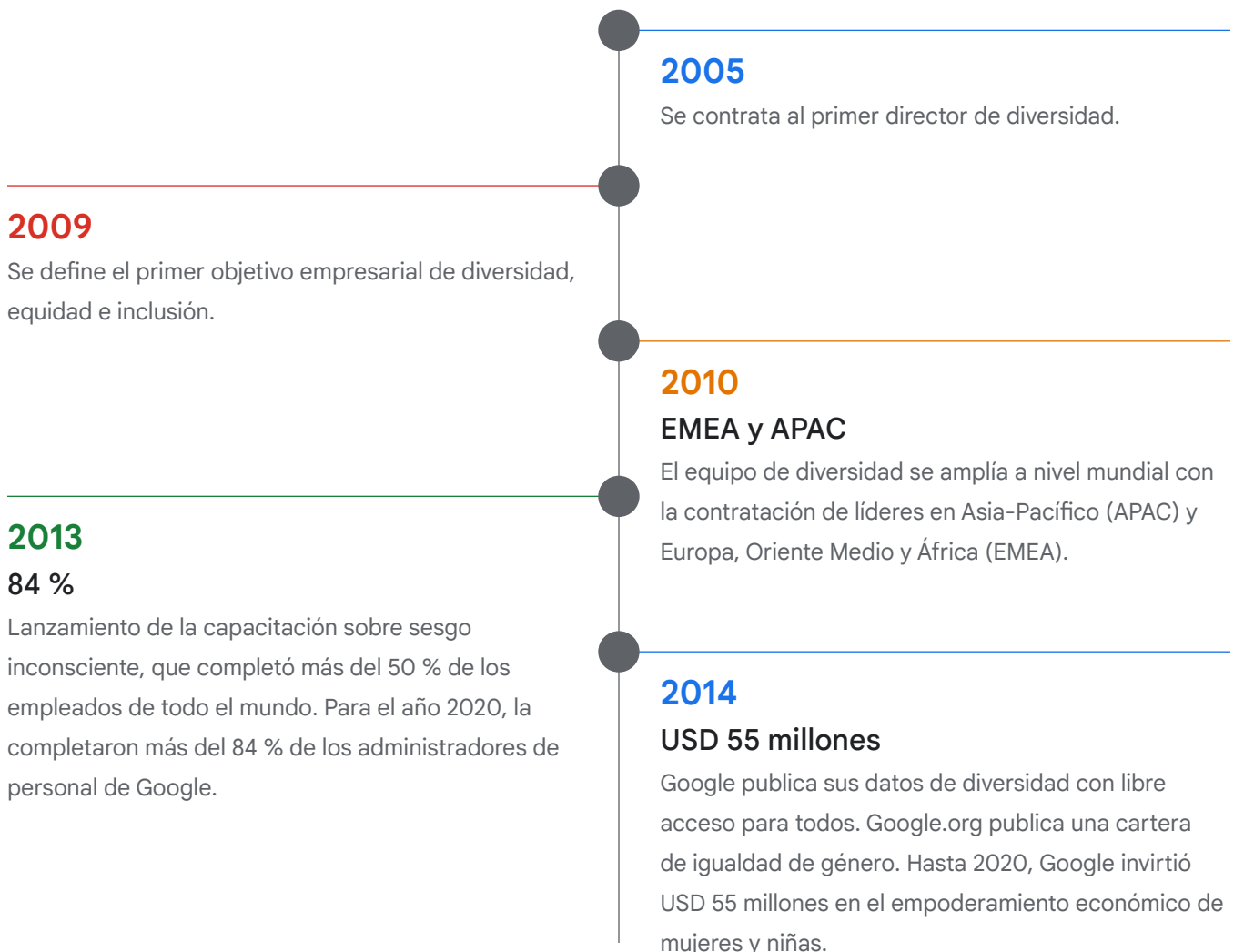
**Tomamos medidas concretas para fomentar una cultura de pertenencia, lo que nos ayuda a diseñar y desarrollar productos de una mejor manera teniendo en cuenta a todas las personas.**

---

# Cronología de diversidad, equidad e inclusión

**Tomamos medidas con el objetivo de construir una versión de Google que sea para todos.**

Algunos años después de la fundación de Google, comenzamos a enfocarnos en distintas maneras de fomentar la diversidad, equidad e inclusión (DEI) en el lugar de trabajo. En la actualidad, publicamos uno de los conjuntos más importantes de datos sobre diversidad en el sector y compartimos de forma transparente nuestros aprendizajes con el mundo. Nuestros datos son globales y ofrecemos públicamente todo nuestro conjunto de datos históricos como código abierto en BigQuery y el almacén de datos de Google Cloud. Seguiremos compartiendo nuestros datos y progreso de forma transparente y alentando a que todas las empresas hagan lo mismo. A través de la transparencia y la acción colectivas podemos lograr el mayor impacto posible en estos arraigados problemas estructurales.



## 2015

### USD 104 millones y 25,000 horas

Google.org publica una cartera de justicia racial. Hasta 2020, Google invirtió USD 104 millones en subsidios y 25,000 horas pro bono para promover la igualdad racial.

## 2020

Lanzamiento de los compromisos de igualdad racial a fin de crear equidad sustentable para la comunidad afrodescendiente de Google y hacer que nuestros productos y programas sean útiles para los usuarios negros.

## 2019

El Informe anual sobre diversidad se amplía para incluir a Googlers LGBTQ+, con discapacidad, militares, veteranos y no binarios de todo el mundo.

## 2021

### USD 50 millones

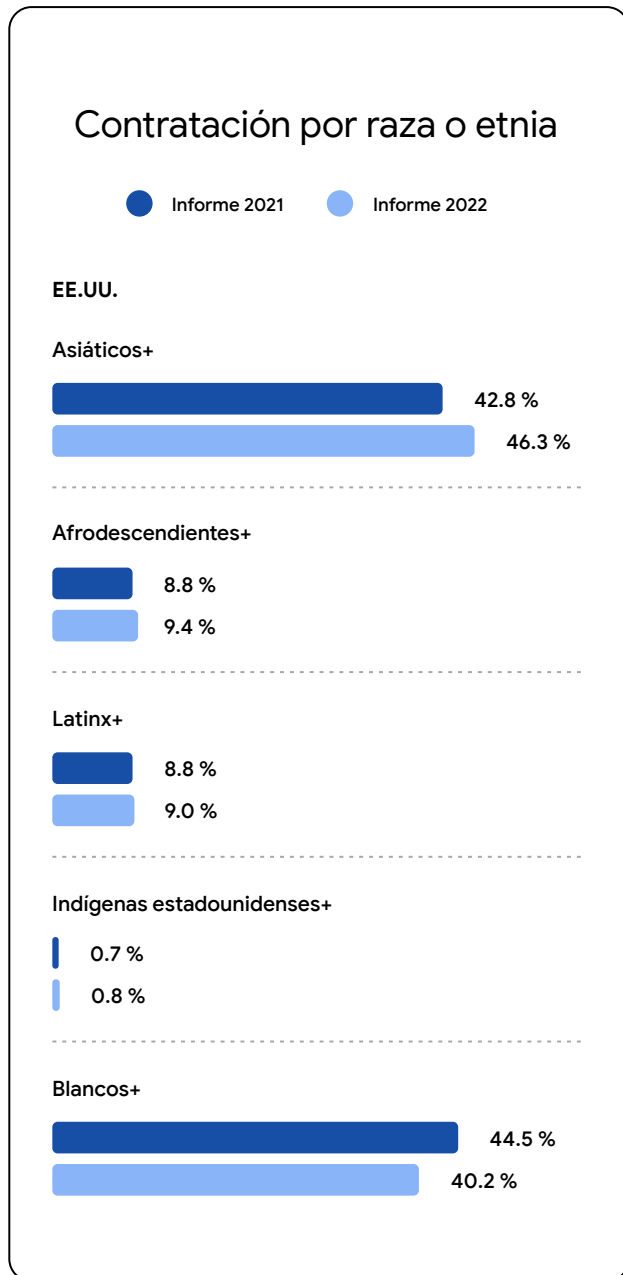
Google invierte USD 50 millones en universidades históricamente negras de EE.UU. para abordar mejor la brecha en la diversidad en tecnología.

## Acción #1: Contratación

**Hasta el momento,  
este fue nuestro mejor  
año en lo que respecta  
a la contratación de  
mujeres a nivel mundial,  
además de empleados  
afrodescendientes+ y  
latinos+ en EE.UU.**

## Nuestros datos de contratación

Nos enorgullece que, en 2021, la cantidad de empleados de Google que provienen de comunidades con poca representación haya aumentado más rápido que los Googlers en general (la representación de afrodescendientes+ aumentó dos veces más rápido). Gran parte de este crecimiento es atribuible a las importantes iniciativas de contratación que implementamos en 2021. Observamos el porcentaje más significativo hasta el momento de nuevas contrataciones de personas afrodescendientes+ y latinas+ en EE.UU., y de nuevas contrataciones de mujeres en todo el mundo.





## Contratación por género

● Informe 2021 ● Informe 2022

### EE.UU.

#### Mujeres



#### Hombres



### EMEA

#### Mujeres



#### Hombres



### APAC

#### Mujeres



#### Hombres



### América

#### Mujeres



#### Hombres



### Global

#### Mujeres



#### Hombres



## Contratación interseccional

● Informe 2021 ● Informe 2022

### EE.UU.

#### Asiáticos+

##### Mujeres

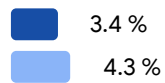


##### Hombres

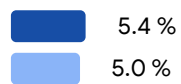


#### Afrodescendientes+

##### Mujeres

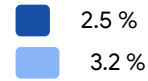


##### Hombres

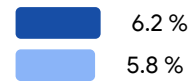


### Latinx+

#### Mujeres

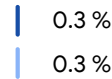


#### Hombres



### Indígenas estadounidenses+

#### Mujeres



#### Hombres



### Blancos+

#### Mujeres



#### Hombres



## Nuestro enfoque

### El camino que conduce a trabajar en Google, o en la industria de la tecnología, comienza mucho antes de la contratación de una persona.

Para poder crecer con responsabilidad como empresa (y como industria), sabemos que debemos invertir en el éxito profesional de todos, especialmente de las generaciones futuras. En 2021, creamos programas más personalizados para acercarnos a las personas donde sea que se encuentren en su trayecto profesional, con el foco en los estudiantes de todas las edades. Queremos que todas las personas tengan la posibilidad de acceder a un puesto de trabajo en Google, o que puedan lograr una carrera profesional exitosa con la ayuda de nuestros productos y servicios.

## En el lugar de trabajo

### Continuamos enfocándonos en la equidad en nuestro proceso de contratación.

En 2021, nuestro equipo de reclutamiento siguió creando iniciativas y estrategias para garantizar que nuestros procesos de contratación estuvieran enfocados en la igualdad. Por ejemplo, ampliamos nuestra capacitación "Pasos para una contratación inclusiva" para ayudar a los ejecutivos de contratación a identificar y eliminar sesgos personales en el proceso de contratación, y así fomentar una mentalidad más inclusiva y justa. En 2021, esas capacitaciones llegaron a 10,000 Googlers, y duplicamos su alcance en el transcurso de los últimos tres años. Además, trabajamos en conjunto con Color in Tech para conectarnos con talentos afrodescendientes+, promocionar eventos de reclutamiento y permanecer en contacto con los candidatos potenciales. Mediante esta asociación, Google ayudó a patrocinar la conferencia Black Tech Fest, que convocó a aproximadamente 4,000 profesionales de la tecnología para compartir conocimientos, crear relaciones y mucho más.



Seguimos desarrollando nuevas formas de priorizar la diversidad, la equidad y la inclusión en nuestros procesos de contratación.

## **Hemos probado, y planeamos expandir, un programa para hacer crecer nuestra comunidad de personas en el espectro autista en Google.**

En 2021 inauguramos el "Autism Career Program" de Google Cloud, el primer programa de Google diseñado para desarrollar y fortalecer aún más nuestra comunidad de personas con autismo mediante la contratación y el respaldo de más individuos talentosos. El programa permitió capacitar a más de 350 ejecutivos de Google Cloud y otras personas implicadas en los procesos de contratación para garantizar que los procesos de incorporación de Google fueran accesibles y equitativos para los candidatos con autismo. Nuestro socio externo, el Stanford Neurodiversity Project, también ofrece orientación y apoyo continuo a los solicitantes, sus colegas y superiores.

## **Ayudamos a derribar barreras para aumentar nuestras probabilidades de atraer a los mejores talentos a nivel mundial.**

Recientemente, completamos el primer grupo de nuestra pasantía de capacitación y desarrollo de 2 años en Brasil, para el cual eliminamos el requisito de nivel fluido de inglés. Posteriormente, contratamos a la mayoría del grupo para puestos de tiempo completo en Google. Utilizando este éxito como base, inauguramos un grupo dedicado específicamente al área de tecnología y ampliamos el programa a México y Argentina.

### **En el mundo**

## **En la industria, también ayudamos a crear más caminos que conduzcan a carreras profesionales en el ámbito de la tecnología.**

En los últimos años, Google.org ha otorgado más de USD 80 millones a organizaciones que crean oportunidades para mujeres de todo el mundo, lo que incluye USD 25 millones donados el año pasado a nuestro Impact Challenge para mujeres y niñas. Y, por tercer año consecutivo, en el sudeste asiático, dirigimos nuestra Women Developer Academy, a fin de dotar a las mujeres en el área de la tecnología con habilidades que les permitan impulsar sus carreras profesionales.

En 2021, también impulsamos Mind the Gap, una iniciativa que comenzamos en Israel en 2008 para motivar a mujeres y niñas a seguir carreras profesionales relacionadas con CTIM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas). Mind the Gap hizo la transición a una plataforma virtual al comienzo de la pandemia. En 2021, el programa alcanzó cerca de 60,000 estudiantes en Israel y se expandió a Rumania y Ghana.

También ampliamos la asistencia para personas indígenas estadounidenses y de otros países que buscan empleo en EE.UU. y Canadá. Partiendo del trabajo sobre preparación laboral que realizamos con instituciones orientadas a hispanos (HSI) y universidades históricamente negras (HBCU), donamos USD 1 millón a Partnership with Native Americans para ayudar a capacitar a 10,000 estudiantes de más de 50 instituciones y universidades tribales (TCUs) y organizaciones orientadas a indígenas estadounidenses (NSO) para el año 2025. Durante el transcurso de los próximos cuatro años, colaboraremos con un plan de estudios de habilidades digitales y recursos de capacitaciones destinados a grupos que ofrecen servicios laborales en esas instituciones. El programa también está dirigido a estudiantes de escuelas secundarias que están preparándose para ir la universidad y trabajar. Además, nos comprometimos a invertir USD 600,000 para proporcionar capacitación gratuita en habilidades digitales a personas indígenas que buscan trabajo en Canadá. La ayuda incluye financiación para un programa de capacitación en TI y lecciones adicionales, además de becas para certificados de Trabajar en Google.



Social Builder es una app que anima a las mujeres a prosperar en la economía digital. En 2021, recibió ayuda a través de nuestra iniciativa Impact Challenge para mujeres y niñas.

**Trabajo destacado**

# Conectar la contratación y la educación: nos enfocamos en aumentar el acceso a educación temprana y superior en CTIM.

Nuestro mundo está impulsado por la tecnología, y los campos de crecimiento acelerado, como la medicina, la fabricación y el entretenimiento, siguen necesitando personal con habilidades técnicas. Creemos que todo el mundo debería tener la posibilidad de desarrollar esas habilidades, y tenemos la responsabilidad de ayudar a reducir la brecha de oportunidades en la industria de la tecnología. Como resultado, en 2021, nos enfocamos en encontrar maneras de aumentar el acceso a la educación temprana y superior en CTIM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).



Nuestra asociación con 4-H aportó conocimientos de programación a más de 1 millón de estudiantes.

## Para eliminar las brechas, hay que empezar cuanto antes.

Los conceptos básicos de las habilidades técnicas se pueden aprender desde el jardín de infantes. Por eso, nuestro foco está en ayudar no solo a los alumnos, sino también a los profesores y a la tecnología que marcan la diferencia.

En 2021, 1.4 millones de alumnos de EE.UU. se introdujeron en el área de la programación gracias a nuestra asociación continua con 4-H. Superamos el objetivo de 1 millón de estudiantes que establecimos en 2019. De los 1.4 millones de estudiantes beneficiados, el 47 % formaba parte de comunidades históricamente poco representadas en informática y el 65 % vivía en áreas rurales. Además, el 56 % de los líderes adolescentes en el programa eran mujeres. También creamos una versión "desconectada" de nuestro programa educativo en informática, CS First, de manera que los estudiantes sin Internet pudieran desarrollar sus habilidades de programación de todos modos.

También otorgamos a Kapor Center un subsidio de Google.org de USD 3 millones para crear el Plan de estudios igualitario en Informática. Se trata de una iniciativa de varios años en la que trabajamos con un panel asesor diverso a fin de establecer pautas para la creación de recursos de aprendizaje.

**Miles de profesores tendrán acceso a planes de estudio que combaten estereotipos, fomentan el interés en la informática y reivindican las diversas culturas de millones de estudiantes en todo el país.**

En América Latina, lanzamos Grow with Google para jóvenes, un programa cuyo objetivo es enseñar habilidades digitales a 5,000 adultos jóvenes de comunidades poco representadas de Colombia, Perú, Chile, México y Argentina entre 2021 y 2022. En Brasil, también lanzamos Grasshopper, nuestra app de programación para principiantes. Durante la primera semana, tuvimos más de 560,000 nuevos estudiantes. En 2021, más de 970,000 estudiantes dedicaron una hora o más a programar con Grasshopper, y más del 70% de ellos provenía de regiones en vías de desarrollo.

Además, ofrecimos capacitación en informática a más de 4,000 profesores de Canadá, en apoyo al nuevo requisito del plan de estudios de Informática de Ontario para estudiantes de escuelas primarias. Nos conectamos con más de 200,000 participantes de Canadá, haciendo hincapié en llegar a comunidades históricamente poco representadas en CTIM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) y a comunidades de bajos ingresos.

También expandimos nuestros programas de aprendices, que funcionan en Francia, India, Irlanda, Países Bajos, Suiza, Reino Unido y EE.UU. Las pasantías proporcionan vías alternativas para acceder a puestos de trabajo en la industria tecnológica y ofrecen una formación práctica en el mundo real. Al menos el 90 % de los aprendices que completaron el programa informan que se les presentó una oportunidad significativa en los seis meses posteriores a la finalización del programa.

## Compromiso continuo y a largo plazo con la educación superior.

Los institutos y las universidades que históricamente apoyaron a comunidades con poca representación ayudaron a forjar la diversidad en la industria de la tecnología. Dado que el 25 % de los graduados afroamericanos con títulos en CTIM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) proceden de institutos y universidades históricamente negros (HBCU), es fundamental que invirtamos en estas instituciones y comunidades de estudiantes. A fin de crear caminos más igualitarios hacia la industria de la tecnología, consolidamos nuestro apoyo a las HBCU y las instituciones orientadas a hispanos (HSI) en 2021 a través de subsidios y trabajo continuo en el campus.

Por ejemplo, otorgamos USD 50 millones en subvenciones no restringidas a 10 HBCU para apoyar las becas, la tecnología en las aulas y el plan de estudios de preparación profesional. Cada institución recibió un único subsidio financiero sin restricciones que aportó la flexibilidad necesaria para invertir el dinero como fuera necesario en sus comunidades y la fuerza laboral del futuro.

También ampliamos el programa 'Grow with Google Career Readiness' (en inglés) en colaboración con la Hispanic Association of Colleges and Universities para llegar a las HSI. En 2021, otorgamos una inversión de USD 2 millones para centros de servicios profesionales universitarios en Estados Unidos a fin de ayudar a formar a 200,000 estudiantes universitarios latinos en habilidades digitales para 2025.

A nivel internacional, seguimos ampliando nuestras iniciativas para aumentar la diversidad de los egresados de doctorados en informática. Unos 590 aprendices se graduaron del programa CS Research Mentorship Program, una iniciativa de Google Research que apoya a los estudiantes de comunidades históricamente poco representadas en la investigación informática. De los graduados, el 83 % se identificaba a sí mismo como parte de una comunidad poco representada. Contaron con el apoyo de 194 mentores de Google, nuestro grupo más numeroso hasta la fecha.



Grant Bennett se graduó hace poco tiempo de una HBCU y, actualmente, trabaja en Google como asociado de Recursos Humanos. Le apasiona impulsar la equidad y la inclusión tanto dentro como fuera de Google.



## En el mundo

### Apoyamos las iniciativas de reintegración del personal perteneciente a comunidades desfavorecidas de EE.UU.

Las personas que recién salen de prisión se enfrentan a obstáculos estructurales que les impiden reinsertarse en sus comunidades y prosperar en ellas, especialmente cuando se trata de desarrollar una carrera profesional. En 2021, Grow with Google puso en marcha una iniciativa para ofrecer habilidades digitales a personas afectadas por la justicia, en colaboración con Center for Employment Opportunities, Defy Ventures, Fortune Society, The Ladies of Hope Ministries y The Last Mile. Este programa capacitó a más de 10,000 exconvictos en habilidades digitales con las que podrían obtener un empleo o comenzar un negocio.

Para ayudar a los veteranos de guerra y sus parejas, Google.org otorgó un subsidio de USD 10 millones a Hiring Our Heroes para apoyar el lanzamiento de Career Forward, una nueva iniciativa que busca capacitar a 8,000 miembros de las fuerzas armadas en transición, veteranos y parejas de militares en empleos que tienen demanda a través del acceso gratuito a Google Career Certificates. El 75 % de los graduados del programa informan una mejora en su trayectoria profesional, como un nuevo trabajo, una nueva carrera, un ascenso o un aumento de sueldo, en los 6 meses posteriores a la finalización del certificado.



Amie Hanbury, veterana del Cuerpo de Marines de EE.UU., se graduó de Google Career Certificate y nos cuenta que no podría estar más contenta con su nueva carrera en TI.

## Además, estamos ayudando a capacitar a adultos mayores en las habilidades digitales que les faltan.

Gracias a un subsidio de USD 10 millones de Google.org, la American Association of Retired People (AARP) ayudará a 25,000 adultos mayores con bajos ingresos (especialmente a personas de color y mujeres) a mejorar sus habilidades digitales. La iniciativa ofrecerá capacitación para desarrollar habilidades del lugar de trabajo, lo que incluye búsqueda de empleo en línea y herramientas de creación de redes de contactos. La financiación también apoyará la capacitación digital en habilidades necesarias para comenzar un negocio, como el marketing de redes sociales y la financiación colectiva.

## “Cuando las mujeres afrodescendientes y transgénero aprenden a programar, el campo de TI se diversifica en todas las direcciones”.

— Mariel Reyes Milk es la fundadora de {reprograma}, un programa destinado a la inclusión de más mujeres afrodescendientes y transgénero en la industria tecnológica de Brasil. En 2021, {reprograma} recibió ayuda de Google.org a través de la iniciativa Impact Challenge para mujeres y niñas.



## Acción #2: Retención y progresión

**Contamos con nuevas maneras de ayudar a los empleados a triunfar en Google y comenzamos a ver los primeros indicios prometedores de inclusión y retención.**

## Nuestros datos de deserción

Para mejorar la retención, estudiamos las tasas de deserción y diseñamos programas basados en esos datos para ayudar a los Googlers a quedarse en nuestra empresa y triunfar. En 2021, mejoramos la retención de mujeres a nivel mundial y la de empleados afrodescendientes+ y latinos+ en EE. UU. Este logro refleja nuestro compromiso en toda la empresa, desde los foros de ayuda de la comunidad que desarrolló el equipo de programas de inclusión hasta la asistencia individualizada distintiva que ofrece el equipo de Permanecer y Prosperar a los Googlers. Este progreso nos alienta, y seguiremos creando iniciativas para ayudar a que los Googlers desarrollen un profundo sentido de pertenencia.

Para 2021, cambiamos la forma de medir la deserción a fin de reflejar con mayor precisión las tendencias del personal. Encontrarás más detalles en la sección sobre metodología de datos de este informe. Usaremos esta metodología de ahora en adelante, pero los datos de nuestros métodos anteriores están disponibles en BigQuery: <https://console.cloud.google.com/marketplace/product/bigquery-public-datasets/google-diversity-annual-report>.

## Deserción por raza o etnia

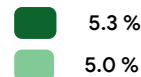
- Representación del personal de 2022
- Representación de deserciones de 2022

### EE.UU.

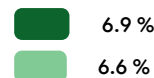
#### Asiáticos+



#### Afrodescendientes+



#### Latinxs+



#### Indígenas estadounidenses+



#### Blancos+



## Deserción por género

- Representación del personal de 2022
- Representación de deserciones de 2022

### EE.UU.

#### Mujeres



#### Hombres



### EMEA

#### Mujeres



#### Hombres



### APAC

#### Mujeres

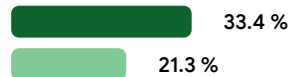


#### Hombres



### América

#### Mujeres



#### Hombres



### Global

#### Mujeres



#### Hombres



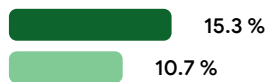
## Deserción interseccional

- Representación del personal de 2022
- Representación de deserciones de 2022

### EE.UU.

#### Asiáticos+

##### Mujeres

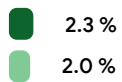


##### Hombres



#### Afrodescendientes+

##### Mujeres

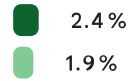


##### Hombres

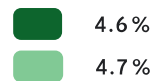


### Latinxs+

#### Mujeres

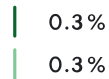


#### Hombres

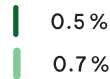


#### Indígenas estadounidenses+

##### Mujeres



##### Hombres



#### Blancos+

##### Mujeres



##### Hombres



## Nuestro enfoque

### El cambio de actitud en todo el mundo con respecto al trabajo nos dio la oportunidad de convertir los pensamientos en acciones.

Desde el comienzo de la pandemia en 2020, hubo una reevaluación colectiva del rol que cumple el trabajo en la vida de las personas. Aprovechamos este momento para reevaluar cómo apoyamos a los Googlers durante su paso por la empresa. Mientras todo el mundo explora los cambios de actitud respecto de lo que implica desarrollar una carrera significativa en un entorno de trabajo sustentable, nuestra dedicación a ayudar a que nuestros empleados triunfen es más firme que nunca.

## En el lugar de trabajo

### Ayudamos a los líderes de Google a comprender por qué las personas abandonan sus equipos y por qué deciden quedarse.

En 2021, nuestro equipo de Permanecer y Prosperar presentó una nueva manera de ayudar a los líderes a comprender mejor los datos de deserción de sus equipos. Este nuevo proceso es más completo y fácil de entender, ya que ofrece a los líderes una historia con información significativa y práctica. Además de ofrecer a cada líder datos de deserción cuantitativos, el equipo de Permanecer y Prosperar humaniza los números al ofrecer información relevante sobre la experiencia diaria de los empleados.

Una vez que conocen los *motivos* que provocan la deserción, el liderazgo está mejor posicionado para implementar las soluciones recomendadas del equipo de Permanecer y Prosperar, como mejorar las habilidades de dirección, concebir planes de progresión más definidos y brindar más asistencia para la movilidad interna.

Además, por tercer año, llevamos a cabo nuestro programa #ItsUpToMe, nombre en inglés cuya traducción significa 'Depende de mí', cuyo impacto fue mayor que nunca. #ItsUpToMe es un programa global en más de 30 oficinas de Europa, Oriente Medio, África, Asia-Pacífico y regiones de América que ayuda a líderes, gerentes y Googlers a ser aliados más proactivos de todo tipo de comunidades. En 2021, #ItsUpToMe llegó a más de 5,000 gerentes de personal. Los participantes trabajaron de cerca con nuestros especialistas en Recursos Humanos, expertos de DEI y líderes de grupos de recursos para empleados para definir y alcanzar objetivos concretos y significativos. También lanzamos un centro digital con recursos como material de aprendizaje, historias breves y podcasts para ayudar a todos los participantes a convertirse en líderes más inclusivos.



Seguimos ampliando las formas de ayudar a todos los Googlers a triunfar en el trabajo y en todos los demás aspectos.

## **Creamos nuevas oportunidades para que los Googlers actúen como mentores entre ellos.**

En Europa, Oriente Medio y África, volvimos a lanzar Elevate+, un programa de tres a seis meses de duración que ofrece oportunidades de mentoría individualizada y asesoría ejecutiva a empleados afrodescendientes. El objetivo del programa es fomentar un sentido de pertenencia más fuerte en Google emparejando a Googlers experimentados con aprendices que deseen mejorar sus habilidades de liderazgo y avanzar en su carrera profesional.

En Canadá, creamos Momentum, un programa de mentoría semestral diseñado para ayudar a los miembros de la Black Googler Network (BGN) de Canadá a progresar en sus carreras. Se asignan mentores a aprendices y, juntos, crean un plan de desarrollo profesional personalizado para adquirir habilidades de liderazgo, obtener ascensos y armar una red de apoyo más sólida. Durante este proceso, los aprendices reciben asesoría, capacitación y apoyo de los mentores.



## Ofrecemos a los padres, y especialmente a las madres, más recursos para el cuidado de la salud.

En EE.UU., lanzamos el Maven Maternal Health Program para brindarles más apoyo a los futuros padres y madres que trabajan en Google. El programa ofrece recursos que abordan específicamente problemas de salud que afectan de manera desproporcionada a las familias afrodescendientes. A través del programa, las madres embarazadas pueden tener acceso a un equipo de atención al cliente, citas virtuales las 24 horas, todos los días y más de 30 tipos de instructores, doctores y especialistas. Además, el programa ofrece apoyo para recién nacidos y asesoramiento personalizado para volver al trabajo. El programa también ofrece servicios de asistencia de salud mental para problemas como pérdida del embarazo, además de orientación previa a la concepción para personas LGBTQ+ en torno a cuestiones como fertilización in vitro, inseminación intrauterina, vitrificación de ovocitos, vientre subrogado y adopción.

## También ayudamos a crear espacios seguros y ofrecer apoyo profesional a los Googlers asiáticos+.

Como respuesta al aumento de la violencia contra las comunidades asiáticas, notamos que crear espacios seguros para los Googlers asiáticos+ es más importante que nunca. En Asia, Europa, Oriente Medio y África, lanzamos AGN Rise, un programa de un mes de duración para Googlers asiáticos+ y aliados, liderado por la Asian Google Network. Rise homenajeó el legado de los Googlers asiáticos+ y difundió sus historias. También ofreció a los participantes la oportunidad de desarrollar nuevas habilidades y crear conexiones en diferentes regiones. En Australia y Nueva Zelanda, creamos un programa piloto de desarrollo profesional de nueve meses de duración destinado a Googlers asiáticos+, en el que facilitadores internos ayudaron a los participantes a estructurar su carrera para crecer profesionalmente y desarrollar su propio estilo de liderazgo.

### En el mundo

## Fuera de Google, apoyamos las iniciativas globales de mejora y renovación de habilidades, lo que ayuda a las personas a seguir el ritmo de los sectores de rápido crecimiento.

Considerando que: el Informe de 2020 sobre el futuro del empleo prevé que el 50 % de todos los empleados deberá volver a capacitarse para el año 2025. Como resultado, en 2021, abrimos la inscripción global para nuevos certificados profesionales en análisis de datos, administración de proyectos y diseño de UX. También lanzamos una nueva certificación de Associate Android Developer a fin de preparar a los estudiantes para empleos de nivel inicial en el desarrollo de contenido para Android. Con más de 1 millón de puestos de trabajo actuales en estos campos en EE.UU., las oportunidades son muchas.

En asociación con el Gobierno de Singapur, lanzamos Skills Ignition en Singapur, un nuevo programa que capacita a aprendices en las habilidades necesarias para desarrollar una carrera profesional en una economía que depende cada vez más de la tecnología. El 90 % de los aprendices que han participado hasta el momento en este programa sienten que pudieron obtener las habilidades necesarias para triunfar en la economía digital.

## Continuamos nuestra labor de ayuda para que las personas latinas de EE.UU. logren igualdad económica.

Como parte de nuestro compromiso con la justicia racial, invertimos USD 15 millones en iniciativas de igualdad económica enfocadas en personas latinas de EE.UU. Nuestro objetivo es ayudar a que emprendedores, estudiantes y solicitantes de empleo de la comunidad latina tengan acceso igualitario a financiamiento y respaldo para triunfar en la economía actual. Alcanzar este objetivo fortalecería tanto la economía de EE.UU. como a las comunidades latinas.

Por lo tanto, estamos trabajando con la Cámara de Comercio Hispana de Estados Unidos para crear centros de recursos digitales y capacitar a más de 10,000 propietarios de empresas latinos sobre cómo usar las herramientas digitales para expandir su negocio. También otorgamos USD 1 millón adicional a la Federación Hispana, con el objetivo de ayudar a 6,000 solicitantes de empleo latinos para que puedan desarrollar sus habilidades en 2021. Además, invertimos USD 7 millones en fundadores de startups latinas de todo el mundo a través del Latinx Founders Fund.



Estamos invirtiendo en igualdad económica para comunidades latinas en EE.UU.

---

## Trabajo destacado

# Para lograr la igualdad de género en el sector de la tecnología, creamos nuevos recursos para la capacitación en habilidades, nuevos programas de mentoría y mucho más.

En gran parte debido al impacto de la pandemia del COVID-19, observamos que aumentó la disparidad de género y se convirtió en una cuestión más apremiante en 2020.

Como parte de nuestra respuesta, lanzamos la iniciativa Impact Challenge para mujeres y niñas a través de Google.org, mediante el cual donamos USD 25 millones a organizaciones de todo el mundo dedicadas al empoderamiento económico. Después de recibir casi 8,000 solicitudes, seleccionamos 34 organizaciones que recibirán apoyo en financiación, capacitación y mentoría a fin de ayudar a que mujeres y niñas, especialmente aquellas de comunidades desfavorecidas a nivel geográfico, económico o social, puedan alcanzar todo su potencial económico. Esta iniciativa también incluyó apoyo a organizaciones que ayudan a personas trans a desarrollar carreras prósperas tanto en el sector de la tecnología como en otros.

A través de #IamRemarkable, una iniciativa de Google que se centra en el empoderamiento de las mujeres y otros grupos subrepresentados, impartimos capacitaciones y talleres con el objetivo de mejorar sus habilidades de autopromoción y motivación. En 2021, #IamRemarkable llegó a más de 300,000 participantes de 170 países con la ayuda de más de 4,000 moderadores activos. Asimismo, más de 1,000 organizaciones externas emplearon la iniciativa #IamRemarkable en sus oficinas para capacitar a su personal. La mitad de todos los participantes comentó que #IamRemarkable los ayudó a crecer en sus empleos y carreras profesionales.

---

## Apoyo a las mujeres afrodescendientes en EE.UU.

Observamos un progreso significativo con Black Women Lead, una iniciativa que lanzamos en 2020 con el objetivo de capacitar a 100,000 mujeres afrodescendientes en habilidades digitales para el

año 2022. Hasta la fecha, hemos capacitado a más de 200,000 mujeres en EE.UU. gracias a la colaboración con Dress for Success, The Links Incorporated y las sororidades del National Pan-Hellenic Council.

## Cómo expandimos nuestro enfoque en África y la India.

También expandimos nuestras iniciativas para fomentar la igualdad de género en África, por ejemplo, a través del patrocinio de la conferencia Our Girls, Our Future para mujeres jóvenes interesadas en el sector de la tecnología. Durante la conferencia, organizamos un taller sobre entrevistas técnicas, sesiones informativas sobre carreras profesionales y una charla informal con una persona líder del sector. En África, trabajamos en conjunto con el Graca Machel Trust para ofrecer capacitaciones en habilidades digitales a más de 5,000 mujeres emprendedoras.

En la India, organizamos nuestra segunda edición de DigiPivot, una experiencia envolvente que ayuda a las mujeres a orientar sus carreras profesionales hacia el marketing digital, con el objetivo de ayudarlas a conseguir trabajos en el sector de la tecnología y en Google. La cohorte de 2021 tuvo 39 graduadas, y el 27 % informó un cambio de carrera, un aumento del 7 % respecto de 2020. También organizamos una prueba piloto de nuestro programa Next Innings en la India, que ayudó a que una cohorte de mujeres se reintegre al trabajo después de un período de inactividad.



La fundación educativa Pratham de la India ayuda a mujeres jóvenes y desempleadas de zonas rurales a aprender habilidades para insertarse en el mundo laboral. En 2021, recibió nuestra ayuda a través de la iniciativa Impact Challenge para mujeres y niñas de ese año.

“«Acabar con el sesgo» implica ir más allá de los límites percibidos, darles a todas las personas la libertad de poner sobre la mesa lo que tienen para ofrecer a fin de lograr un bien mayor”.

— Juliet Ehimuan, directora de la oficina de Nigeria, explica lo que significa para ella el tema de la edición 2022 del Día Internacional de la Mujer.

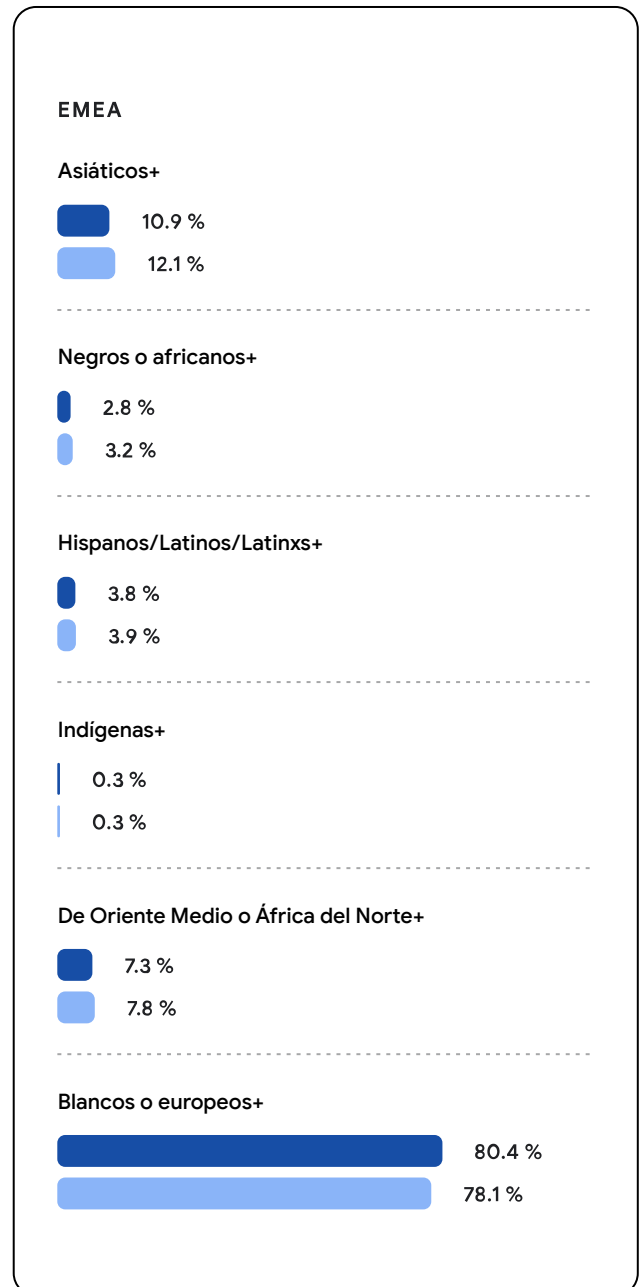
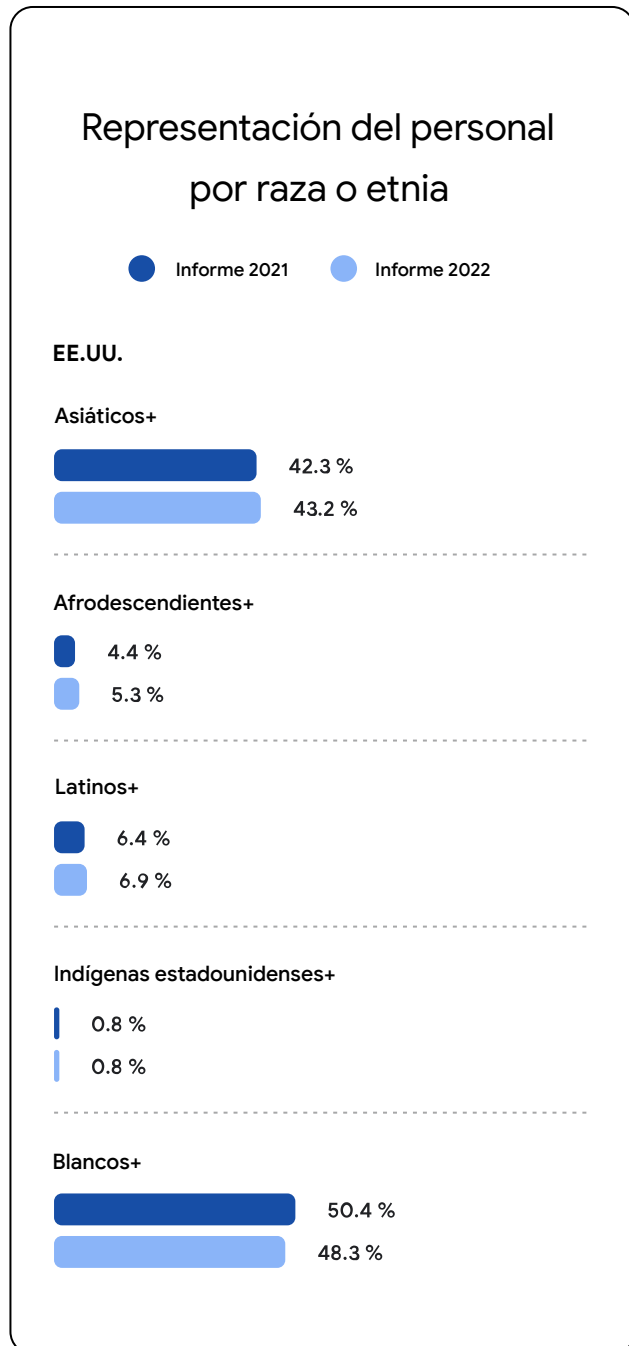


### Acción #3: Representación

**Invertimos  
responsablemente en los  
lugares que nos deben  
inspirar pertenencia y  
creamos una versión  
de Google que refleje  
mejor la diversidad de  
nuestro mundo.**

## Nuestros datos de representación del personal

En 2021, observamos el mayor aumento en la representación de personas afrodescendientes+ y latinas+ en EE.UU, y en la representación de mujeres a nivel mundial en Google desde que comenzamos a publicar informes en 2014.

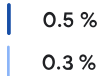


**APAC**

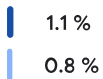
**Asiáticos+**



**Negros o africanos+**



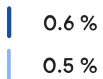
**Hispanos/Latinos/Latinxs+**



**Indígenas+**



**De Oriente Medio o África del Norte+**



**Blancos o europeos+**



**América**

**Asiáticos+**



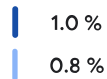
**Negros o africanos+**



**Hispanos/Latinos/Latinxs+**



**Indígenas+**



**De Oriente Medio o África del Norte+**



**Blancos o europeos+**





## Representación del personal por género

● Informe 2021 ● Informe 2022

### EE.UU.

#### Mujeres



#### Hombres



### EMEA

#### Mujeres



#### Hombres



### APAC

#### Mujeres



#### Hombres



### América

#### Mujeres



#### Hombres



### Global

#### Mujeres



#### Hombres



## Representación interseccional del personal

● Informe 2021 ● Informe 2022

### EE.UU.

#### Asiáticos+

##### Mujeres



##### Hombres



### Afrodescendientes+

##### Mujeres



##### Hombres



### Latinx+

#### Mujeres



#### Hombres



### Indígenas estadounidenses+

#### Mujeres



#### Hombres



### Blancos+

#### Mujeres



#### Hombres



## Representación directiva por raza o etnia

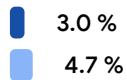
● Informe 2021 ● Informe 2022

### EE.UU.

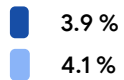
#### Asiáticos+



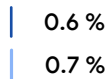
#### Afrodescendientes+



#### Latinx+



#### Indígenas estadounidenses+



#### Blancos+



### EMEA

#### Asiáticos+



#### Negros o africanos+



#### Hispanos/Latinos/Latinxs+

N/A  
N/A

#### Indígenas+

N/A  
N/A

#### De Oriente Medio o África del Norte+



#### Blancos o europeos+



**APAC**

**Asiáticos+**



**Negros o africanos+**

N/A

N/A

**Hispanos/Latinos/Latinxs+**

N/A

N/A

**Indígenas+**

N/A

N/A

**De Oriente Medio o África del Norte+**

N/A

N/A

**Blancos o europeos+**



**América**

**Asiáticos+**

N/A

N/A

**Negros o africanos+**

N/A

N/A

**Hispanos/Latinos/Latinxs+**



**Indígenas+**

N/A

N/A

**De Oriente Medio o África del Norte+**

N/A

N/A

**Blancos o europeos+**



## Representación directiva por género

● Informe 2021 ● Informe 2022

### EE.UU.

#### Mujeres



#### Hombres



### EMEA

#### Mujeres



#### Hombres



### APAC

#### Mujeres



#### Hombres



### América

#### Mujeres



#### Hombres



### Global

#### Mujeres



#### Hombres



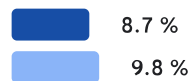
## Representación directiva interseccional

● Informe 2021 ● Informe 2022

### EE.UU.

#### Asiáticos+

#### Mujeres

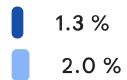


#### Hombres

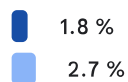


### Afrodescendientes+

#### Mujeres



#### Hombres



### Latinx+

#### Mujeres



#### Hombres

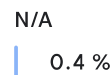


### Indígenas estadounidenses+

#### Mujeres



#### Hombres



### Blancos+

#### Mujeres



#### Hombres



## Nuestro enfoque

### Avanzamos firmemente escuchando a la comunidad y retribuyendo.

Incrementamos las inversiones en regiones a las que sentimos que pertenecemos durante años y afianzamos nuestras raíces en ubicaciones más nuevas. Por ejemplo, aumentamos nuestra presencia en más ubicaciones, sobre todo en Atlanta, Chicago, Nueva York y Washington D.C. para poder atraer a talentos de contextos y comunidades más variados. También invertimos y logramos un crecimiento significativo en nuestra oficina de Londres. Estamos orgullosos de nuestro progreso porque estos esfuerzos nos ayudaron a lograr una mayor representación de grupos que históricamente no la tuvieron en la industria de la tecnología y, además, nos encaminaron para cumplir con los compromisos de igualdad racial que hicimos. Junto con estos esfuerzos, ampliamos nuestra forma de retribuir a las comunidades de todo el mundo.



Nuestra oficina de Washington D.C.

## Trabajo destacado

# Progresamos de manera significativa en lo relacionado a nuestros compromisos con la igualdad racial.

Para 2025, nos comprometimos con lo siguiente:

- 30 % Mejorar un 30 % la representación de grupos poco representados en puestos de liderazgo en EE.UU.
- 2x Duplicar la cantidad de Googlers afrodescendientes+ en puestos que no sean de liderazgo en EE.UU.
- 2x Duplicar la cantidad de directores afrodescendientes+ en EMEA (Europa, Oriente Medio y África) para el año 2023.
- 10,000 Aumentar nuestra presencia en las ciudades que ofrecen una alta calidad de vida para Googlers afrodescendientes+ a través de la generación de 10,000 puestos de trabajo en Atlanta, Chicago, Nueva York y Washington D.C., además del enfoque continuo en el reclutamiento y la contratación de Googlers afrodescendientes+ en Londres.



Trabajamos para ayudar a los Googlers de todo el mundo a desarrollar conocimientos y habilidades a fin de fomentar un sentido de pertenencia.



---

## Como parte de la iniciativa de igualdad racial que comenzamos en 2020, creamos nuevas maneras de apoyar a los empleados afrodescendientes.

En 2020, comenzamos una iniciativa proactiva y en conjunto para ayudar a poner fin al racismo sistémico que han sufrido las comunidades de personas afrodescendientes durante generaciones. Diversas investigaciones demuestran que el racismo y el sesgo están presentes en las interacciones cotidianas de las personas afrodescendientes de todo el mundo, que van desde el cuidado de la salud hasta las interacciones cotidianas con colegas. Por lo tanto, para nuestros empleados afrodescendientes, nos enfocamos en generar más instancias de apoyo a lo largo de toda su experiencia en Google.

Por ejemplo, hicimos una prueba piloto de un nuevo programa de integración para empleados afrodescendientes. El programa está adaptado al nivel de experiencia de cada empleado y ofrece mentoría y recursos diseñados para hacer de guía durante sus primeros meses en Google. Hasta ahora, el 80 % de los participantes de la prueba piloto afirma que recomendaría el programa a otros empleados afrodescendientes.

---

## Una iniciativa verdaderamente global.

Para los empleados de todo el mundo, lanzamos la plataforma interna sobre Equidad racial, una herramienta digital que ofrece contenido de aprendizaje adaptado a cada región y permite a Googlers de todo el mundo desarrollar el conocimiento, las habilidades y las actitudes que ayudan a fomentar un sentido de pertenencia individual y compartido en Google.

Además de nuestra herramienta de seguimiento del progreso en torno a la diversidad, la equidad y la inclusión, desarrollamos acciones de liderazgo concretas para garantizar el cumplimiento de nuestros compromisos de igualdad racial en todas nuestras regiones. De esta manera, podemos tomar medidas y realizar un seguimiento de nuestro progreso en áreas como el aumento del conocimiento sobre diversidad, equidad e inclusión, y la creación de más oportunidades digitales de aprendizaje.

---

## Un vistazo a YouTube.

En YouTube, estamos invirtiendo en la diversidad mediante el fortalecimiento de nuestro alcance a grupos históricamente subrepresentados en la industria de la tecnología y el cambio de mentalidad cultural para centrarnos en la equidad.

---

## Logramos avances significativos relacionados con la diversificación de las personas que contratamos.

El 2021 fue nuestro mejor año en cuanto a la contratación de personas provenientes de grupos históricamente subrepresentados en la industria tecnológica. Del total de nuestras contrataciones nuevas en 2021, el 37 % fueron mujeres, lo que aumentó el porcentaje de empleadas mujeres al 37 % en general.

Además, el 10 % de nuestras contrataciones nuevas fueron de personas afrodescendientes+, lo que duplicó el porcentaje total de empleados afrodescendientes+ de YouTube del 3 % al 6 %. Por último, el 9 % de nuestras contrataciones nuevas fueron de personas latinas+, lo que aumentó la representación de este grupo en YouTube del 5.4 % al 7 %.

---

## Seguimos invirtiendo en los empleados del presente (y del futuro).

A través de programas de acceso al liderazgo como Black@YouTube y YouTube Coffee Club (un grupo dedicado a brindar apoyo a las mujeres de categoría Junior y nivel medio en puestos técnicos), seguimos ampliando nuestro apoyo a grupos históricamente subrepresentados en la industria tecnológica. También pusimos a prueba nuevas estrategias de contratación para llegar a un grupo más amplio de candidatos. Por ejemplo, organizamos una serie

de eventos adaptados a diferentes públicos, como “Una mirada al interior de YouTube”, un debate en el que directores de producto afrodescendientes compartieron el desarrollo de sus carreras profesionales en YouTube.

Durante el año próximo, seguiremos trabajando para garantizar que YouTube sea verdaderamente representativo de todas las comunidades.

## En el mundo

### Invertimos casi USD 1,500 millones en proveedores diversos y superamos nuestro objetivo de 2021.

Queremos ayudar a construir una economía inclusiva para todo el mundo. Esta idea se extiende dentro de nuestra empresa y da cuenta del impacto económico que podemos tener cuando adquirimos bienes y servicios. Por eso, a través de nuestro programa de diversidad de proveedores, facilitamos el acceso, el desarrollo y la inversión en empresas de propiedad diversa.

Aunque nuestros esfuerzos para fomentar la diversidad en nuestros proveedores comenzaron hace casi una década, en el verano boreal de 2020 nos comprometimos a hacer todavía más. En 2021, superamos nuestro objetivo de invertir USD 1,000 millones en proveedores de orígenes diversos con un total de casi USD 1,500 millones. En 2022, pretendemos aumentar nuestro gasto en proveedores de orígenes diversos y alcanzar los USD 2,500 millones, mientras extendemos nuestro programa más allá de EE.UU. para incluir a proveedores de grupos históricamente subrepresentados de todo el mundo.



Socios de la constructora Moody-Holder en una obra.

## Invertimos en startups con fundadores de comunidades subrepresentadas de todo el mundo.

Creamos Latinx Founders Fund, con una inversión inicial de USD 7 millones. Latinx Founders Fund otorga a fundadores subvenciones en efectivo de hasta USD 100,000 en fondos no dilutivos. Este tipo de apoyo ayuda a los fundadores a conservar la propiedad de su empresa sin endeudarse. Sabemos el enorme impacto que puede tener el capital no dilutivo para un fundador. Los destinatarios también reciben apoyo y conocimientos prácticos de programación, como mentorías personalizadas con expertos técnicos y empresariales de Google, además de la posibilidad de pertenecer a una comunidad dinámica de fundadores.

También nos asociamos con Black Founders Fund a nivel global e invertimos un total de USD 16 millones en más de 200 fundadores en EE.UU., Brasil, Europa y África. Fundadores afrodescendientes de Europa, Oriente Medio y África recibieron USD 63 millones en fondos de seguimiento después de participar en nuestro Black Founders Fund. El 95 % de los participantes lograron un impacto positivo en las habilidades de recaudación de fondos de su startup. Además, el 81 % de los participantes de esta región lograron un impacto positivo en los ingresos después de recibir nuestro apoyo, con ingresos recurrentes mensuales totales de USD 1,300,000 en toda la cohorte.



Estamos ayudando a que Miami se convierta en un centro tecnológico de América.

## También invertimos en empresas lideradas por personas LGBTQ+.

Inauguramos un centro de recursos global para empresas LGBTQ+ y amigables con LGBTQ+ a fin de facilitar su acceso a herramientas gratuitas de crecimiento inclusivo. Además, Grow with Google ayudó a pequeñas empresas LGBTQ+ de EE.UU. a que aprendieran a usar herramientas digitales para impulsar el crecimiento empresarial. Nos asociamos con la National LGBT Chamber of Commerce (NGLCC), la "voz empresarial de la comunidad LGBT", a fin de brindar a su red de cámaras afiliadas planes de estudios y recursos de capacitación que ayuden a las pequeñas empresas a adaptarse, crecer y ofrecer un mejor servicio a su comunidad. En conjunto, dictamos más de 100 talleres sobre habilidades digitales.



Estamos orgullosos de apoyar espacios en los que las personas LGBTQ+ se sientan seguras, como Mina's World, una cafetería centrada en la comunidad de personas trans y de color en la región oeste de Filadelfia.

## Datos demográficos más inclusivos.

En Google, creamos para todos. Sabemos que una de las mejores formas de hacerlo es contar con personal que sea más representativo de los usuarios para los que trabajamos. Gracias a una iniciativa denominada Self-ID, Google recopila datos globales sobre raza, género y otras identidades para obtener una imagen más completa de nuestro personal. Esos datos nos ayudan a reforzar nuestras iniciativas de diversidad, equidad e inclusión (DEI) en todo el mundo, y también ayudan a que todos en Google sean más visibles, con el objeto de generar un ambiente laboral cada vez más inclusivo.

De los empleados que se autoidentificaron a nivel mundial, observamos lo siguiente:

|       |   |
|-------|---|
| 6.7 % | Se identifican como LGBTQ+ y/o trans+   |
| 5.4 % | Se identifican como personas con discapacidad   |
| 5 %   | Se identifican como miembros de las fuerzas militares (en la actualidad o en el pasado) |
| <1 %  | Se identifican como personas no binarias  |

En 2021, aumentó la cantidad de Googlers que se autoidentificaron como miembros de estas comunidades menos representadas, pero a un ritmo inferior al de nuestro crecimiento general.

**“No solo se trata del capital, sino de todo lo que logramos, desde ayuda con la narrativa hasta oportunidades de mentoría”.**

— Rudy Ellis, fundador de Switchboard Live, recibió el apoyo de nuestro Black Founders Fund.



## Acción #4: Flexibilidad

**Implementamos nuevas políticas y prácticas para que el trabajo híbrido sea más inclusivo y accesible.**

## Nuestro enfoque

### En nuestra planificación del regreso a la oficina, tuvimos en cuenta los desafíos que nos esperaban.

Después de dos años de trabajo remoto, reconocemos que el futuro del trabajo es flexible y que es nuestra responsabilidad hacer que todos los lugares de trabajo sean aún más flexibles y accesibles. Ahora que estamos más próximos a un mundo de trabajo híbrido, sabemos que nuestras políticas y estrategias no pueden ser generalizadas. Por lo tanto, este año tomamos medidas para que todas nuestras oficinas sean inclusivas, con nuevos estándares globales sobre prácticas recomendadas, experimentos de diseño de oficinas y mucho más.

## En el lugar de trabajo

### Creamos un plan de regreso a la oficina enfocado en el equilibrio y el bienestar.

Nuestra política de regreso a la oficina refleja que escuchamos a los Googlers sobre lo que más les gusta de nuestro lugar de trabajo y cómo se adaptaron a seguir creciendo mientras trabajaban desde casa. Los Googlers de comunidades subrepresentados nos comentaron que aprecian tener la flexibilidad de trabajar desde partes del país que son más diversas y en comunidades donde se sienten más a gusto. Además, muchos adoptaron el trabajo remoto por completo porque les permitía equilibrar las responsabilidades que implican cuidar niños pequeños o familiares enfermos.



Estamos experimentando nuevas formas de hacer que el futuro del trabajo sea más inclusivo y accesible.



Por eso, implementaremos una semana de trabajo híbrido. En la actualidad, la mayoría de los Googlers pasan aproximadamente tres días en la oficina y dos días donde mejor trabajan, ya sea en la misma oficina o en su casa. Como parte de nuestra iniciativa, lanzamos una campaña global llamada "Room for All" destinada a generar conciencia de que nosotros, como Googlers, somos dueños de nuestra cultura de trabajo y de que cada persona tiene la facultad de tomar decisiones (grandes o pequeñas) que creen un entorno más inclusivo. La campaña ofrece a los Googlers lenguaje y herramientas útiles creados por nuestros líderes y grupos de recursos de empleados. También ofrecemos más oportunidades para que puedan trasladarse a otras oficinas o trabajar de forma 100% remota. Además, proporcionamos cuatro semanas al año de "trabaja desde donde quieras", lo que brinda más flexibilidad a todos, especialmente en la época de viajes por vacaciones y las fiestas.

### Trabajo destacado

## Nuestro equipo del lugar de trabajo está creciendo y ampliando su enfoque en la inclusión y la accesibilidad.

Durante los últimos años, trabajamos en crear espacios que sean accesibles e inclusivos para todos. En Google, ponemos en práctica la teoría del "diseño universal". Mediante la creación de espacios accesibles para personas con discapacidad, hacemos que nuestros entornos sean más inclusivos para todos. Ahora, con un futuro centrado en el trabajo híbrido, damos los pasos necesarios para garantizar que nuestros empleados tengan la mejor experiencia posible cuando estén en la oficina.



Miembros de nuestro grupo de recursos de empleados de Disability Alliance reunidos.

---

## Más comentarios.

Como parte de nuestra iniciativa por crear un lugar de trabajo inclusivo, nuestro equipo de Accessibility and Inclusion ahora recopila comentarios de grupos de empleados representativos de la diversidad de la comunidad Googler. Como resultado de ese trabajo,

en nuestras oficinas de Toronto y Waterloo (Canadá) instalamos lavamanos para la ablución (wudu), que son fundamentales en las prácticas religiosas diarias de muchas comunidades musulmanas.

**“Me sorprenden las mejoras constantes y generalizadas en la accesibilidad del edificio, que permiten crear una experiencia inclusiva para los Googlers con discapacidad. Durante la última década, noté cómo esta práctica se manifiesta hasta el punto en que la inclusividad y la ausencia de obstáculos se sienten como parte de la cultura física fundamental de la oficina”.**

— Sasha, Googler con discapacidad que trabaja en Nueva York.

---

## Difusión del trabajo.

En 2021, el equipo Accessibility and Inclusion de REWS también creó Baseline Accessibility Global Guidance, la primera iniciativa enfocada en unificar prácticas recomendadas de inclusión y accesibilidad en oficinas de Google de todo el mundo.

Estamos en las primeras etapas del desarrollo de un nuevo tipo de sala llamada "entorno sensorial

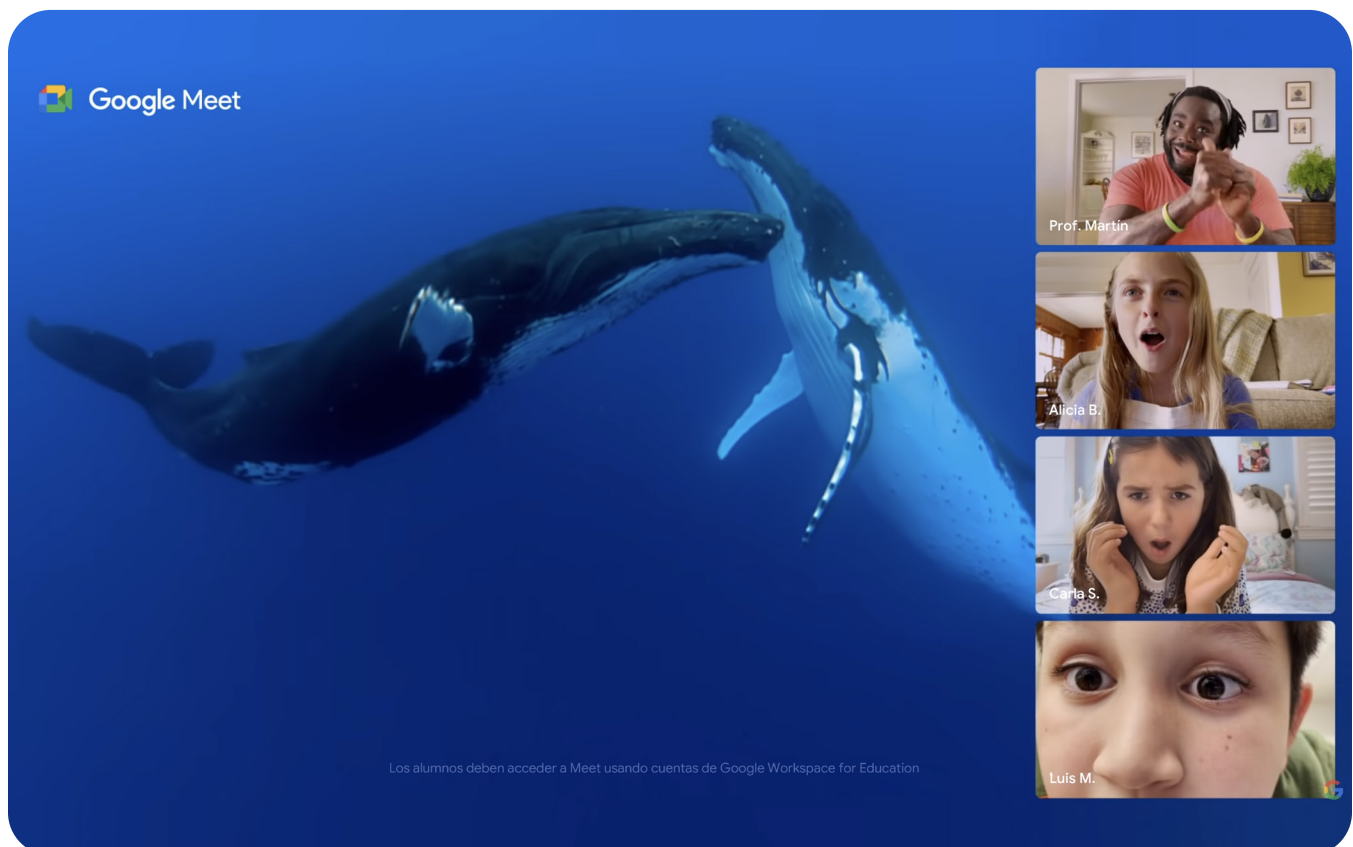
controlado", que permitirá controlar los estímulos ambientales, como la temperatura, la luz y el ruido. Se trata de un espacio que puede resultar beneficioso para todos los Googlers, pero que ofrece un alivio fundamental para las personas que se identifican como neurodiversas.

## En el mundo

### En todo el mundo, incorporamos más flexibilidad a los lugares de trabajo y las aulas.

Acercamos Google Workspace a todo el mundo con una Cuenta de Google sin costo. De esta manera, permitimos que las personas colaboren con mayor facilidad en proyectos laborales, escolares y de cualquier otra índole, como promover una causa, planificar una reunión familiar o debatir sobre el libro del mes.

También mejoramos las experiencias de educación híbrida y virtual para profesores y alumnos. Lanzamos más de 50 nuevas funciones de educación para Google Classroom, Meet y Cloud, que facilitan la experiencia de aprendizaje para alumnos y profesores dondequiera que estén. También lanzamos una versión especial de Google Workspace, diseñada específicamente con fines educativos. Google Workspace for Education reúne en un solo lugar todas las herramientas y los servicios de Google que utilizan los profesores, junto con funciones adicionales para mejorar la enseñanza, ofrecer mayor seguridad y mucho más.



Las apps de Google Workspace, como Google Meet, permiten a las personas colaborar más fácilmente, ya sea en el trabajo, en la escuela o en la vida.

“La cultura inclusiva y abierta de Google es el aspecto que más he valorado a lo largo de los años. Me enseñó a aceptar mi identidad y la de los demás, y esto me permitió crecer como persona”.

— Parinita Das, una Googler de Hyderabad (India), reflexiona sobre lo que más aprecia de Google. Recientemente, perdió un miembro superior y ahora usa un brazo biónico.



## Acción #5: Innovación y pertenencia

**Tomamos medidas concretas para fomentar una cultura de pertenencia, lo que nos ayuda a diseñar y desarrollar productos de una mejor manera teniendo en cuenta a todas las personas.**

## Nuestro enfoque

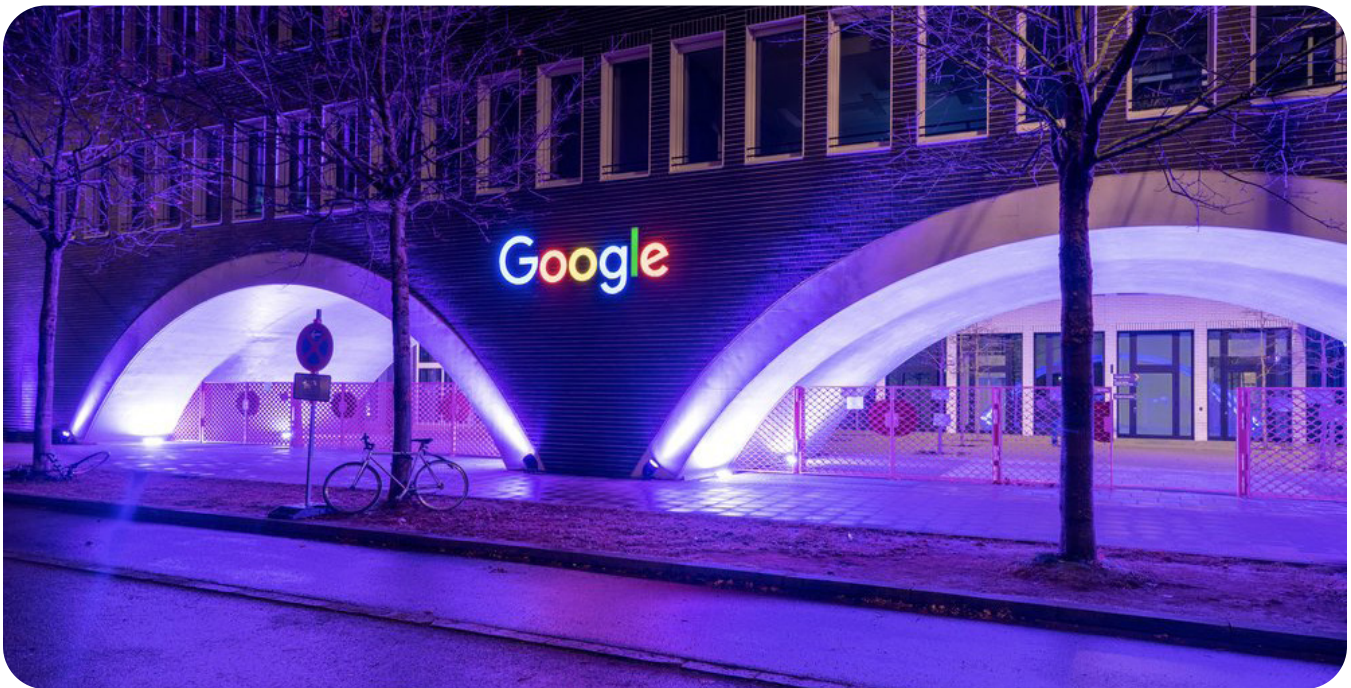
### **El sentido de pertenencia es una necesidad humana, y es nuestra responsabilidad ayudar a fomentarlo.**

Según el trabajo de John A. Powell, un experto en derechos civiles reconocido a nivel internacional, la "pertenencia" es el hilo en común que une a naciones, vecindarios, familias, comunidades y lugares de trabajo. En Google, nuestro objetivo es crear una cultura de pertenencia en la que todos puedan contribuir de forma significativa a la creación de productos y servicios útiles que sean accesibles para todo el mundo.

## En el lugar de trabajo

### **A nivel mundial, fortalecimos el apoyo interno que brindamos a las personas con discapacidad en Google.**

Aumentamos la representación de las personas con discapacidad en Google y nos aseguramos de que puedan fomentar, concebir y desarrollar un sentido de pertenencia significativo en nuestra empresa. Por ejemplo, en Brasil, donde triplicamos la representación de Googlers con discapacidad, incorporamos subtítulos instantáneos en tiempo real (generados por personas reales), intérpretes de lengua de señas y descriptores de audio en vivo en las reuniones para toda la oficina.



Nuestras oficinas de Zúrich, Londres, Breslavia y Múnich (en la imagen), y el Hyperlink Bridge en Dublín de color púrpura por el Día Internacional de las Personas con Discapacidad.

También ayudamos a crear conexiones con comunidades de personas con discapacidad de todo el mundo. El año pasado, nuestras oficinas de Londres, Dublín, Múnich, Zúrich, Breslavia y Nairobi participaron de la #PurpleLightUp, una campaña global que celebra a los empleados con discapacidad alrededor del planeta. Los líderes de cada oficina conversaron con nuestros grupos de recursos de empleados (ERG) para Googlers con discapacidad.

## Estamos integrando el sentido de pertenencia en el entramado de nuestras prácticas empresariales.

En 2021, colaboramos estrechamente con el Othering & Belonging Institute a fin de crear estrategias focalizadas en incorporar el sentido de pertenencia en todo lo que hace Google. Por ejemplo, continuamos organizando debates trimestrales sobre cómo hacer que la investigación de IA sea más igualitaria. Como resultado de nuestros paneles de debate, cocreamos un conjunto de prácticas internas para garantizar que los equipos prioricen la igualdad y la inclusión a medida que diseñan y crean nuevos productos y servicios.

Con el objetivo de respaldar el desarrollo de una tecnología de IA ética y justa, reunimos a 70 de los asesores expertos de Google provenientes de 40 oficinas de todo el mundo para que se desempeñen como "pioneros de principios". Cada asesor recibió una capacitación específica sobre ética de la tecnología y equidad algorítmica, en consonancia con nuestros Principios de IA, antes de involucrarse en proyectos de gran alcance que abarcan a todos los productos de Google. Recientemente, el equipo identificó y ayudó a corregir preocupaciones sobre la equidad en un conjunto de datos de imágenes que se utilizó en un nuevo producto creado para usuarios de Internet en países en vías de desarrollo.



Marian Croak y Jen Gennai son dos Googlers que ayudan a definir la IA responsable.

## A nivel global, creamos más espacios para conversaciones abiertas sobre temas complejos.

En 2020, en la región Asia-Pacífico, lanzamos "You Can't Ask That", un programa que crea un espacio valiente y respetuoso para que cualquier Googler pueda compartir historias y experiencias que reflejen lo que vivió en su comunidad. Seguimos viendo una fuerte participación en este programa. En 2021, por ejemplo, más de 3,400 Googlers asistieron a las sesiones. Además de organizar debates comunitarios en EE.UU. y ofrecer servicios globales de salud mental, escuchamos los comentarios de nuestros empleados y tomamos medidas para apoyar a los Googlers asiáticos de todo el mundo. Por otra parte, en nuestras oficinas de la India, recibimos una calificación de oro en el India Workplace Equality Index 2021, la primera herramienta de comparación integral de ese país que mide la inclusión de la comunidad LGBTQ+ en el lugar de trabajo, gracias a iniciativas internas, como "Chai Chats", que permiten debates abiertos entre empleados.



Miembros de nuestro grupo de recursos de empleados de la Asian Google Network reunidos.

### En el mundo

## Respondemos al odio con apoyo y compasión.

Google destinó más de USD 10 millones en fondos para contribuir con #StopAsianHate, una campaña global enfocada en repudiar la violencia contra las personas asiáticas, que incluyen subsidios de Google.org, Google Ad Grants y YouTube Ad Credits. También creamos recursos de marketing gratuitos para generar conciencia sobre el aumento en el odio hacia las comunidades de estadounidenses con herencia asiática y de las Islas del Pacífico (AAPI).



Además, lanzamos nuevas iniciativas internas. Para ayudar a que Googlers asiáticos de todo el mundo se sientan apoyados durante una época particularmente dolorosa, los escuchamos y tomamos medidas que abarcan desde crear debates comunitarios en EE.UU. hasta agregar más servicios de salud mental a nivel global.

Google y YouTube hicieron una promesa a nivel empresarial de continuar luchando contra la incitación al odio o a la violencia en línea mediante nuestras políticas, herramientas y programas frente a un público de líderes mundiales en el Malmö International Forum, un evento anual enfocado en combatir el antisemitismo en todo el mundo. También anunciamos USD 5.4 millones en subsidios monetarios y donaciones publicitarias en especie para apoyar a Gobiernos y organizaciones sin fines de lucro que buscan sensibilizar respecto del Holocausto y combatir el antisemitismo.

## Ofrecimos oportunidades para que personas con discapacidad pudieran desarrollar su carrera profesional en la industria de la tecnología.

A fin de aumentar la representación de las personas con discapacidad, lanzamos gReach en Asia, un programa pagado de perfeccionamiento de habilidades para estudiantes y profesionales con discapacidad. El programa brinda a los participantes capacitación en el puesto de trabajo y la posibilidad de trabajar en diferentes proyectos dentro de distintos equipos de Google.

## Respaldamos los espacios que crean un sentido de pertenencia para las comunidades LGBTQ+.

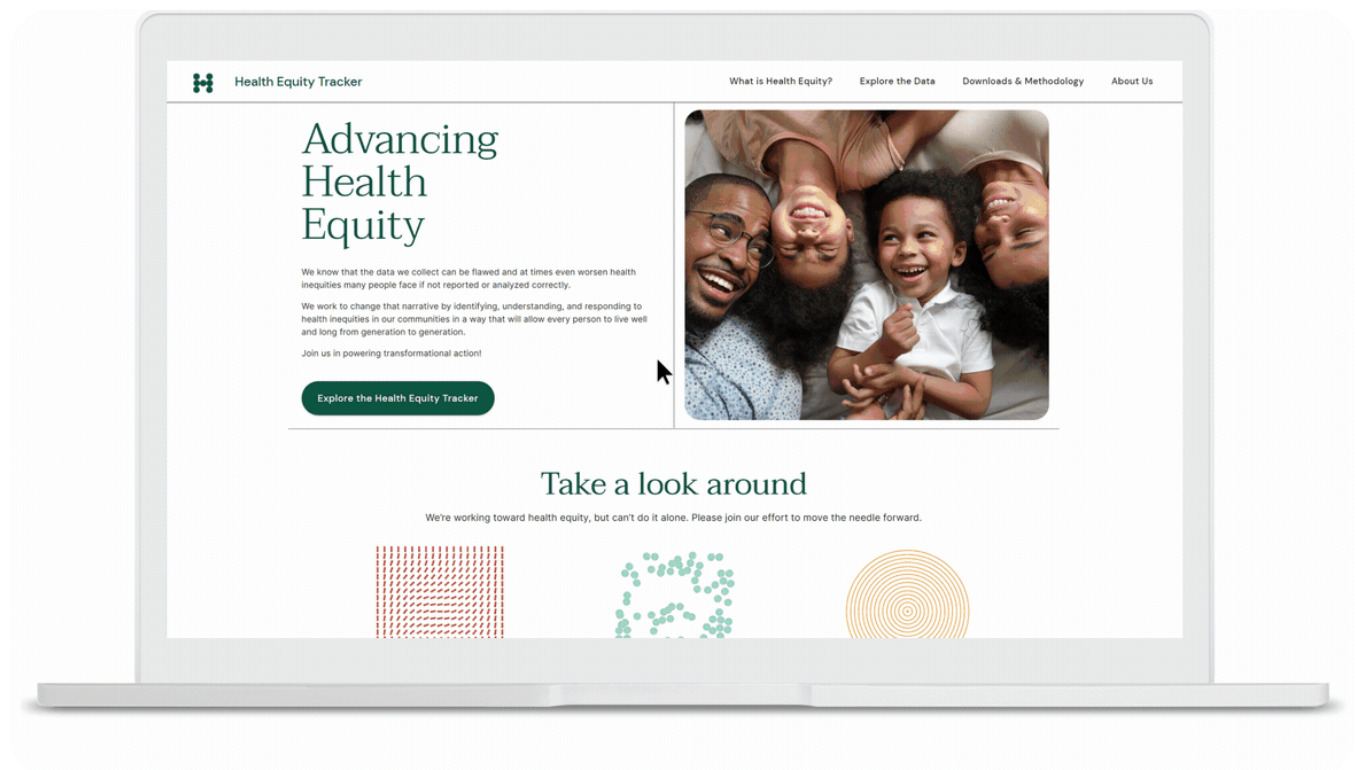


Nos enorgullece apoyar espacios como el Magic City Acceptance Center, un lugar radicalmente inclusivo y de afirmación para comunidades LGBTQ+ en Alabama.

Para ayudar a la recuperación de las pequeñas empresas durante la pandemia, lanzamos una campaña global a fin de ayudar y celebrar los espacios amigables con LGBTQ+, desde talleres mecánicos que son propiedad de personas queer y trans hasta centros de arte comunitarios y bares gay históricos. También nos comprometimos a donar USD 4 millones de fondos y Ad Grants (además de herramientas, capacitación y oportunidades de voluntariado) a empresas y organizaciones LGBTQ+ que se estén recuperando después de la pandemia de COVID-19.

## Además, trabajamos para fomentar la equidad sanitaria usando datos y tecnología.

Lanzamos Health Equity Tracker (HET), una plataforma de datos de acceso público que muestra de manera visual y pone en contexto las desigualdades en el ámbito de la salud a las que se enfrentan las comunidades de color en EE.UU. Esta herramienta analiza los datos públicos de salud a nivel nacional para registrar casos, muertes y hospitalizaciones por COVID-19 según raza, etnia, sexo y edad, además de realizar un seguimiento de la tasa de casos por estado y condado. La herramienta también mide factores sociales y sistémicos, como la pobreza y la falta de seguro médico, que agravan estas desigualdades y provocan mayores tasas de muerte por COVID-19 entre las personas de color, sobre todo en las comunidades afrodescendientes y latinas.

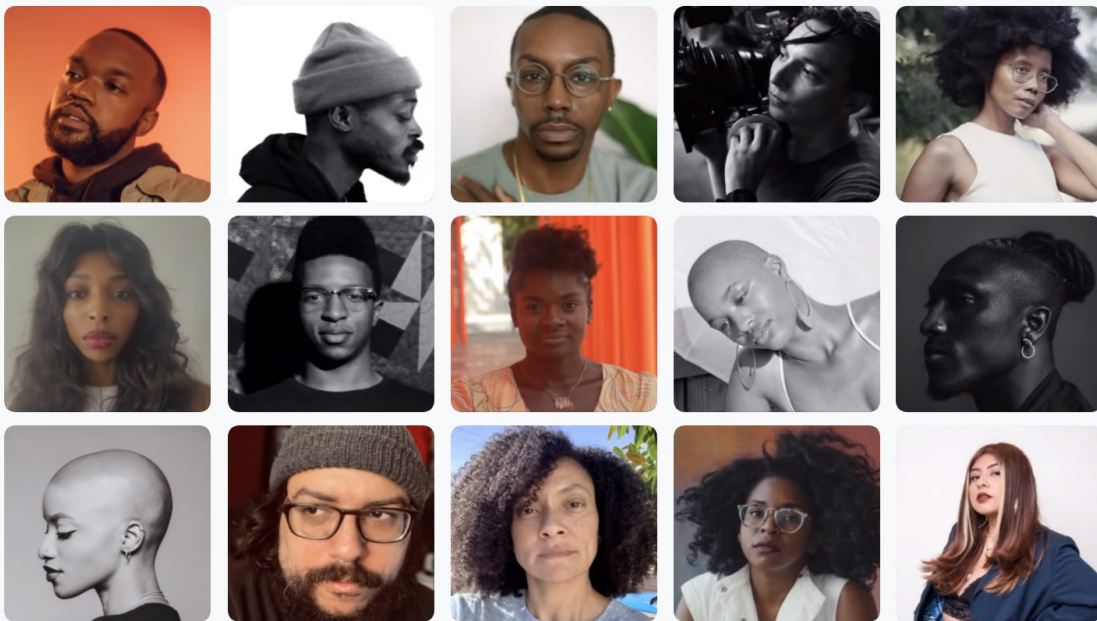


Nuestra nueva herramienta Health Equity Tracker permite visualizar datos de salud, y los vuelve más procesables y accesibles.

**Trabajo destacado**

# Equidad e Innovación de productos: crear junto con las personas, no solo para ellas.

Cuando se trata de la innovación de productos, creemos que es necesario estar en contacto con las comunidades para crear con ellas y no solo para ellas. En 2021, materializamos algunas de esas emocionantes iniciativas de colaboración.



Como parte del compromiso de Google con la inclusión en los productos, nuestros equipos están trabajando para garantizar que todos los productos relacionados a la cámara y las imágenes de Google funcionen para todas las personas, sin importar su tono de piel.

---

## Nos tomamos muy en serio los comentarios que recibimos.

Pensemos en Tono real. Históricamente, el sesgo en la industria tecnológica de las cámaras provocaba que las personas de color quedaran excluidas de los momentos importantes. Antes, como las cámaras no estaban diseñadas para capturar los tonos de piel más oscuros, en las fotos solo se venían con claridad y balance los tonos de piel claros. Nos asociamos con reconocidas creadoras de imágenes en comunidades de color, como la cinematógrafa Kira Kelly y la artista multidisciplinaria Deun Ivory, a fin de comprender mejor y optimizar los conjuntos de datos que entrenan nuestros modelos de cámaras.

Sus comentarios nos ayudaron a mejorar nuestra tecnología de detección de rostros, además de nuestras cámaras y productos de edición. ¿Cómo lo

hicimos? Por ejemplo, mejoramos los modelos del balance de blancos automático, que determinan el color de las fotos, para que se muestren más matices de color de piel. También creamos un algoritmo para reducir la luz parásita, que tiende a difuminar de manera desproporcionada los tonos de piel más oscuros.

Del mismo modo, trabajamos con comunidades transgénero para mejorar Google Fotos.

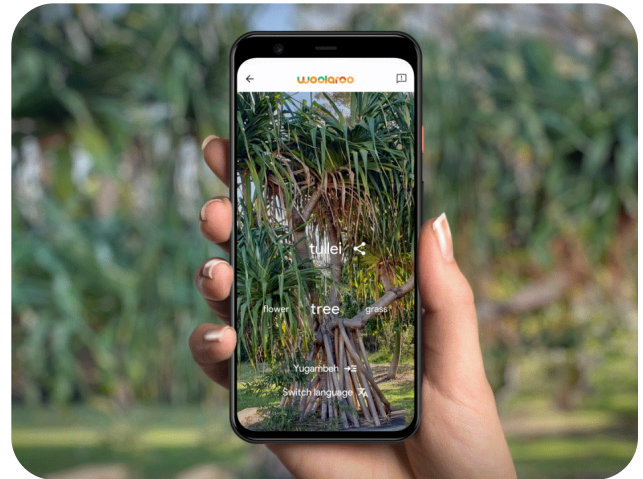
Para esas comunidades, una foto antigua puede causar mucho dolor. Por lo tanto, hicimos que fuera posible ocultar fotos de algunas personas o períodos en la función Recuerdos. También estamos trabajando para agregar más funciones de control en el futuro.

---

Cuando nos asociamos con GLAAD, recibimos comentarios de comunidades transgénero, no binarias y de género expansivo respecto de que algunas funciones como Recuerdos no son para todas las personas.

## Debemos crear de manera inclusiva para preservar lo que más importa.

Más allá de nuestros productos principales, también creamos otros que pueden ayudar a las comunidades a preservar su cultura. Por ejemplo, en 2021, lanzamos Woolaroo, una herramienta de código abierto para explorar los idiomas indígenas del mundo, en asociación con expertos del Yugambah Museum, en Australia. La herramienta permite que las comunidades preserven y amplíen listas de palabras para 10 idiomas de todo el mundo, como Māori, Nawat, Tamazight, Siciliano, Yang Zhuang y Rapa Nui, entre otros.



Woolaroo es una nueva herramienta digital para explorar los idiomas indígenas.

**“Cuando me uní a Google, tuve la oportunidad maravillosa de estar al frente del debate sobre cómo la tecnología y la innovación pueden ayudar a resolver algunos de los desafíos a los que nos enfrentamos como sociedad. Después de todo, nos dedicamos a reflexionar sobre herramientas, quién las usa y cómo se utilizan”.**

— Chanelle Hardy, quien codirige el Programa de Derechos Civiles y Humanos de Google, ayuda a garantizar que los productos y servicios de Google reflejen el aporte de diversas comunidades.



# Compromisos del lugar de trabajo

En septiembre de 2020, anunciamos más de 50 nuevos compromisos relacionados con nuestros lugares de trabajo, como parte de los esfuerzos continuos por crear un entorno inclusivo y seguro. Estos compromisos están basados en cinco principios esenciales: equidad y consistencia, compromiso, cuidado, transparencia y responsabilidad. Estos principios y nuestras mejoras a los lugares de trabajo reflejan nuestro compromiso de garantizar un entorno laboral libre de acoso. Cada uno de estos principios aborda diversas áreas, como indemnizaciones por despido, relaciones laborales, diversidad, inclusión, equidad y mucho más. Estos cambios entraron en vigor a partir del primer trimestre de 2022, conforme a las leyes y los requisitos locales.

Estos principios también refuerzan nuestras iniciativas de mejorar la diversidad, la equidad y la inclusión (DEI) en Google y Alphabet. En Alphabet, DEI Advisory Council supervisa la creación, la implementación y el funcionamiento continuo de estas iniciativas. En su año inaugural, entre los miembros del Consejo se encontraban Sundar Pichai (director general de Alphabet y Google), Kent Walker (presidente de Asuntos Globales de Alphabet y Google), Jen Fitzpatrick (vicepresidenta sénior de Experiencias y Sistemas Básicos), Melonie Parker (directora de Diversidad) y tres miembros externos a Alphabet: la jueza retirada Nancy Gertner, Grace Speights y Fred Alvarez, que aportan conocimientos y experiencia en torno a la implementación de prácticas recomendadas destinadas a abordar la diversidad, la equidad, la inclusión y el acoso sexual.

En febrero de 2022, conforme a los lineamientos del DEI Advisory Council, anunciamos nuestros compromisos más recientes para los lugares de trabajo, con objetivos que destacan los altos estándares a los que aspiran nuestros líderes sénior y administradores de personal. Estos compromisos afirman nuestra creencia de que los líderes tienen la responsabilidad de fomentar un lugar de trabajo inclusivo y respetuoso donde los Googlers puedan expresar sus preocupaciones y se sientan respaldados cuando lo hagan. Otros compromisos incluyen adoptar posturas más severas en relación con conductas inapropiadas a fin de garantizar la toma de responsabilidad frente a comportamientos inaceptables, además de asegurar que las consecuencias sean justas y equitativas en toda la empresa. Por ejemplo, implementamos restricciones obligatorias en cuanto a las calificaciones de rendimiento, la compensación, los requisitos para ascensos y las indemnizaciones por despido de las personas involucradas en conductas inapropiadas graves. También ampliamos y actualizamos nuestras políticas de arbitraje para que los reclamos individuales de acoso, discriminación y represalia en todo Alphabet, incluido Bets, pudieran renunciar a cualquier obligación de ser arbitrados.

Estos son solo algunos ejemplos del progreso que logramos conforme a los lineamientos del DEI Advisory Council. Esperamos seguir avanzando con este trabajo el año próximo y continuaremos compartiendo estas actualizaciones en el futuro.

## Con la mirada puesta en el futuro

**Mientras creamos una versión de Google más inclusiva y representativa, nos haremos responsables de cómo trabajamos para poder cumplir estos objetivos.**

Queremos mantener el impulso del cambio positivo y sistémico que fomentamos durante los últimos dos años. Seguimos comprometidos con la equidad y la inclusividad como prioridades en todo lo que hacemos, desde la contratación y el acompañamiento de nuestros empleados en su crecimiento, hasta la creación de nuevos productos y servicios o el diseño de nuestras oficinas. Además, seguiremos ampliando nuestras iniciativas para que todos los Googlers desarrollen un fuerte sentido de pertenencia en el trabajo y en el mundo. Estas iniciativas se ajustarán según la región y la comunidad, ya que sabemos que no es posible lograr la equidad con un enfoque generalizado.

También seguimos enfocados en asumir la responsabilidad por los resultados obtenidos. Además de este informe, seguiremos compartiendo el progreso continuo con el directorio de Alphabet a través de informes que abarcan temas como la representación justa, la contratación, la retención, el rendimiento y los ascensos.

En una mirada retrospectiva de 2021, nos enorgullece nuestra manera de trabajar sin perder de vista las circunstancias de las personas. Nuestro progreso dinamizó el trabajo de 2022, y esperamos que nos acompañes en nuestro recorrido mientras ayudamos a crear un futuro más inclusivo y equitativo.



# Metodología de datos

## Descubre cómo informamos nuestros datos.

### Metodología de datos

Las cifras históricas pueden diferir ligeramente debido al redondeo y a correcciones en la metodología de un año a otro.

Es posible que se oculten intencionalmente algunos datos debido a restricciones de seguridad y privacidad en torno a recuentos  $n$ - más pequeños. En esos casos, los datos se marcan como "N/A".

En algunas ocasiones, debido al redondeo y la manera de contar a las personas multirraciales, la suma de los porcentajes individuales podría no ser igual al porcentaje general.

En los últimos Informes anuales sobre diversidad, utilizamos un índice calculado internamente para evaluar la paridad en la retención mediante la comparación de las tasas de deserción de las comunidades subrepresentadas y la deserción a nivel general en Google. A partir de este año, comenzaremos a registrar la representación de las deserciones (la representación demográfica de los Googlers que abandonan la empresa) y a comparar la representación de las deserciones de las comunidades subrepresentadas respecto de su representación general en Google. Esta nueva metodología es más transparente, ya que ofrece porcentajes reales en lugar de un índice calculado. Además, es más fácil comprender y comparar la deserción de manera interanual, lo que nos permite ver nuestros datos de manera holística en el transcurso del tiempo. Si quieres ver nuestros datos de deserción de 2021 calculados con la metodología anterior, puedes consultar el apéndice de datos de este informe.

### Metodología de comunidades

Todos los informes sobre el género reflejan datos globales, a menos que se indique lo contrario. Google también realiza informes sobre el género no binario de manera global con datos globales de autoidentificación. No recopilamos datos en lugares donde la ley lo prohíbe expresamente o en los que se pudiera poner en riesgo la seguridad de nuestros empleados.

Todos los informes relacionados con el origen étnico o racial de las personas reflejan datos de EE.UU., a menos que se indique lo contrario. Google también informa los datos de representación racial en APAC (Asia-Pacífico), América (excepto EE.UU.) y EMEA (Europa, Oriente Medio y África) y, para ello, usa datos globales de autoidentificación. En esas instancias, se cambiaron algunas categorías de razas para que fuesen más relevantes a nivel mundial. No recopilamos datos en lugares donde la ley lo prohíbe expresamente o en los que se pudiera poner en riesgo la seguridad de nuestros empleados.



En el Informe anual sobre diversidad de 2019, comenzamos a contar a las personas multirraciales como miembros de todas las categorías con las que se identifican. Este sistema utilizado en el informe se denomina "sistema de suma" (que se indica con el signo "+"), porque las personas multirraciales se suman a cada categoría de raza con la que se identifican. El signo "+" no se usa cuando se hace referencia a una persona o comunidad por fuera de la metodología de datos. Si quieres ver estos datos en función de las categorías de informes del Gobierno de EE.UU., consulta [https://about.google/belonging/diversity-annual-report/2021/static/pdfs/2021\\_Alphabet\\_Consolidated\\_EEO-1\\_Report.pdf](https://about.google/belonging/diversity-annual-report/2021/static/pdfs/2021_Alphabet_Consolidated_EEO-1_Report.pdf).

Por segunda vez, publicamos datos raciales fuera de EE.UU. Esto nos permitió expandirnos y desarrollar nuestro trabajo en respuesta a contextos históricos y culturales únicos de raza y género alrededor del mundo gracias a la creación de programación adaptada y personalizada, y puestos de trabajo específicos.

Es muy complejo definir categorías étnicas y raciales. El objetivo de este informe es generar categorías que se centren en patrones mundiales significativos de dinámicas raciales y étnicas. En algunos casos, el conjunto de datos se ve limitado por las diferentes protecciones gubernamentales que se aplican en distintas partes del mundo y el deseo de proteger la confidencialidad de los Googlers.

"Indígena estadounidense+" incluye a los indígenas estadounidenses, alaskaños, hawaianos y otras poblaciones originarias de las islas del Pacífico, según la categorización de los estándares de informes del Gobierno de EE.UU.

"América" incluye a todos los países de América del Sur y del Norte en los que operamos, excepto EE.UU.

"Latinx" es un término general que incluye a todas aquellas personas que se identifiquen como latinx, latino, latina o de origen hispanico.

## **Transparencia y uso compartido de datos**

La transparencia de datos es una contribución fundamental para la creación de soluciones sistémicas aplicables a toda la industria. Algunas investigaciones externas demuestran que solo las soluciones sistémicas aplicables a toda la industria permitirán generar un cambio sustentable. Por este motivo, publicamos nuestros datos en BigQuery, un almacén de datos de código abierto, para que investigadores, organizaciones comunitarias y grupos del sector puedan consultar y analizar nuestros datos con mayor facilidad.

En 2014, fuimos una de las primeras empresas de tecnología en comenzar a compartir públicamente nuestros datos de diversidad y, en la actualidad, nos enorgullece contar con uno de los mayores conjuntos de datos de diversidad, equidad e inclusión disponibles y públicos. Creemos que la estandarización y transparencia de datos es un paso importante en pos de la acción colectiva.

Las ilustraciones de gráficos son aproximadas. Para obtener datos detallados y exactos, consulta el apéndice de este informe.

# Apéndice

## Datos de contratación de Google

| Total                         |        |        |        |        |        |        |        |        |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                               | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>           |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                    | 34.9 % | 37.4 % | 43 %   | 43.8 % | 43.9 % | 48.5 % | 42.8 % | 46.3 % |
| Afrodescendientes+            | 3.5 %  | 4.3 %  | 3.7 %  | 4.1 %  | 4.8 %  | 5.5 %  | 8.8 %  | 9.4 %  |
| Hispanos/latinos+             | 5.9 %  | 6.5 %  | 5.8 %  | 6.3 %  | 6.8 %  | 6.6 %  | 8.8 %  | 9 %    |
| Indígenas estadounidenses+    | 0.9 %  | 0.7 %  | 0.6 %  | 0.8 %  | 1.1 %  | 0.8 %  | 0.7 %  | 0.8 %  |
| Blancos+                      | 59.3 % | 54.9 % | 51.1 % | 49.7 % | 48.5 % | 43.1 % | 44.5 % | 40.2 % |
| <b>Género en EE.UU.</b>       |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                       | 29.4 % | 29.4 % | 30.4 % | 30.4 % | 34.9 % | 32.1 % | 33.1 % | 37.6 % |
| Hombres                       | 70.6 % | 70.6 % | 69.6 % | 69.6 % | 65.1 % | 67.9 % | 66.9 % | 62.4 % |
| <b>Género a nivel mundial</b> |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                       | 30.7 % | 30.6 % | 31.6 % | 31.3 % | 33.2 % | 32.5 % | 33.7 % | 37.5 % |
| Hombres                       | 69.3 % | 69.4 % | 68.4 % | 68.7 % | 66.8 % | 67.5 % | 66.3 % | 62.5 % |
| Tecnología                    |        |        |        |        |        |        |        |        |
|                               | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>           |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                    | 38.6 % | 42.5 % | 48.1 % | 49.7 % | 51.8 % | 55.5 % | 51.3 % | 54.9 % |
| Afrodescendientes+            | 2 %    | 2.5 %  | 2.2 %  | 2.6 %  | 2.8 %  | 3.5 %  | 6.2 %  | 6 %    |
| Hispanos/latinos+             | 4.8 %  | 4.5 %  | 4.9 %  | 4.9 %  | 5.3 %  | 5.5 %  | 8.4 %  | 7.4 %  |
| Indígenas estadounidenses+    | 0.9 %  | 0.4 %  | 0.5 %  | 0.7 %  | 0.8 %  | 0.7 %  | 0.6 %  | 0.7 %  |
| Blancos+                      | 57.8 % | 53.1 % | 48.1 % | 46 %   | 43.5 % | 38.7 % | 39 %   | 35.8 % |
| <b>Género en EE.UU.</b>       |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                       | 21.8 % | 22.7 % | 24.4 % | 25.4 % | 27.3 % | 26.7 % | 28.9 % | 30.6 % |
| Hombres                       | 78.2 % | 77.3 % | 75.6 % | 74.6 % | 72.7 % | 73.3 % | 71.1 % | 69.4 % |
| <b>Género a nivel mundial</b> |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                       | 20.8 % | 22.1 % | 23.6 % | 24.6 % | 25.7 % | 25.6 % | 27.9 % | 29.1 % |
| Hombres                       | 79.2 % | 77.9 % | 76.4 % | 75.4 % | 74.3 % | 74.4 % | 72.1 % | 70.9 % |

## Datos de contratación de Google

| Ámbitos no relacionados con la tecnología |        |        |        |        |        |        |        |        |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>                       |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                | 25.5 % | 24.7 % | 27.6 % | 26.2 % | 26.3 % | 29.9 % | 26.5 % | 28.5 % |
| Afrodescendientes+                        | 7.3 %  | 9 %    | 8.2 %  | 8.4 %  | 9.2 %  | 10.6 % | 13.7 % | 16.3 % |
| Hispanos/latinos+                         | 8.8 %  | 11.3 % | 8.6 %  | 10.4 % | 10.2 % | 9.6 %  | 9.5 %  | 12.4 % |
| Indígenas estadounidenses+                | 1%     | 1.5 %  | 0.9 %  | 1.1 %  | 1.6 %  | 1.2 %  | 1%     | 1.1 %  |
| Blancos+                                  | 63.3 % | 59.6 % | 60.6 % | 60.4 % | 59.3 % | 54.8 % | 55.2 % | 49.2 % |
| <b>Género en EE.UU.</b>                   |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                                   | 48.9 % | 45.9 % | 48.7 % | 45.2 % | 51.6 % | 46.6 % | 41.4 % | 52.4 % |
| Hombres                                   | 51.1 % | 54.1 % | 51.3 % | 54.8 % | 48.4 % | 53.4 % | 58.6 % | 47.6 % |
| <b>Género a nivel mundial</b>             |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                                   | 46 %   | 44.2 % | 46.8 % | 43.9 % | 47.2 % | 43.9 % | 41.1 % | 49.1 % |
| Hombres                                   | 54 %   | 55.8 % | 53.2 % | 56.1 % | 52.8 % | 56.1 % | 58.9 % | 50.9 % |
| Liderazgo                                 |        |        |        |        |        |        |        |        |
|   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>                       |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                | 28 %   | 25.3 % | 33.1 % | 27.7 % | 32.7 % | 28 %   | 23.7 % | 33.3 % |
| Afrodescendientes+                        | 4.8 %  | 2.3 %  | 1.5 %  | 5.7 %  | 3.6 %  | 3.6 %  | 7.1 %  | 12.6 % |
| Hispanos/latinos+                         | 2.4 %  | 3.4 %  | 2.3 %  | 4.3 %  | 5.1 %  | 4.4 %  | 5.8 %  | 4.9 %  |
| Indígenas estadounidenses+                | 0 %    | 0 %    | 1.5 %  | 1.4 %  | 0.5 %  | 0.7 %  | N/A    | N/A    |
| Blancos+                                  | 68.3 % | 69 %   | 64.6 % | 63.1 % | 59.7 % | 66.2 % | 65.8 % | 51.4 % |
| <b>Género en EE.UU.</b>                   |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                                   | 28.9 % | 23 %   | 27.5 % | 28.4 % | 26 %   | 24.6 % | 30.4 % | 35.1 % |
| Hombres                                   | 71.1 % | 77 %   | 72.5 % | 71.6 % | 74 %   | 75.4 % | 69.6 % | 64.9 % |
| <b>Género a nivel mundial</b>             |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                                   | 30.1 % | 25.7 % | 29.6 % | 29.4 % | 25.9 % | 26.1 % | 28.9 % | 35.9 % |
| Hombres                                   | 69.9 % | 74.3 % | 70.4 % | 70.6 % | 74.1 % | 73.9 % | 71.1 % | 64.1 % |

## Datos de contratación interseccional de Google

| Total                      |        |        |        |        |        |        |        |        |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                            | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                 | 11.6 % | 12.2 % | 14.2 % | 14.2 % | 15.6 % | 16.1 % | 15.2 % | 17.4 % |
| Afrodescendientes+         | 1.2 %  | 1.6 %  | 1.7 %  | 1.4 %  | 2.2 %  | 2.3 %  | 3.4 %  | 4.3 %  |
| Hispanas/latinas+          | 1.9 %  | 2.1 %  | 1.8 %  | 2 %    | 2.7 %  | 2.3 %  | 2.5 %  | 3.2 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.4 %  | 0.3 %  | 0.2 %  | 0.2 %  | 0.5 %  | 0.4 %  | 0.3 %  | 0.3 %  |
| Blancos+                   | 16 %   | 14.8 % | 14.1 % | 14.4 % | 16.2 % | 13 %   | 13.7 % | 14.8 % |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                 | 23.3 % | 25.2 % | 28.9 % | 29.6 % | 28.3 % | 32.4 % | 27.7 % | 28.9 % |
| Afrodescendientes+         | 2.3 %  | 2.7 %  | 2 %    | 2.6 %  | 2.6 %  | 3.2 %  | 5.4 %  | 5 %    |
| Hispanos/latinos+          | 4 %    | 4.4 %  | 4 %    | 4.3 %  | 4.1 %  | 4.3 %  | 6.2 %  | 5.8 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.5 %  | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.6 %  | 0.5 %  | 0.4 %  | 0.5 %  | 0.5 %  |
| Blancos+                   | 43.3 % | 40.1 % | 37 %   | 35.3 % | 32.3 % | 30.1 % | 30.8 % | 25.4 % |
| Tecnología                 |        |        |        |        |        |        |        |        |
|                            | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                 | 10.9 % | 12.2 % | 14.2 % | 14.4 % | 15.9 % | 16.5 % | 17.1 % | 18.4 % |
| Afrodescendientes+         | 0.4 %  | 0.6 %  | 0.7 %  | 0.6 %  | 0.8 %  | 1 %    | 1.8 %  | 2 %    |
| Hispanas/latinas+          | 0.9 %  | 0.9 %  | 1 %    | 1.1 %  | 1.4 %  | 1.4 %  | 1.8 %  | 1.8 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.3 %  | 0.1 %  | 0.1 %  | 0.1 %  | 0.3 %  | 0.3 %  | 0.2 %  | 0.2 %  |
| Blancos+                   | 10.2 % | 9.8 %  | 9.5 %  | 10.4 % | 10.3 % | 8.9 %  | 9.6 %  | 9.8 %  |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                 | 27.7 % | 30.3 % | 33.7 % | 35.2 % | 35.9 % | 39 %   | 34.2 % | 36.5 % |
| Afrodescendientes+         | 1.6 %  | 1.9 %  | 1.6 %  | 2 %    | 2 %    | 2.5 %  | 4.4 %  | 4 %    |
| Hispanos/latinos+          | 3.8 %  | 3.6 %  | 3.9 %  | 3.8 %  | 3.9 %  | 4.1 %  | 6.6 %  | 5.6 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.6 %  | 0.3 %  | 0.4 %  | 0.6 %  | 0.5 %  | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.5 %  |
| Blancos+                   | 47.5 % | 43.3 % | 38.6 % | 35.6 % | 33.3 % | 29.8 % | 29.4 % | 26.1 % |

## Datos de contratación interseccional de Google

| Ámbitos no relacionados con la tecnología |        |        |        |        |        |        |        |        |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>                  |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                                | 13.4 % | 12.4 % | 14.1 % | 13.4 % | 14.8 % | 15.2 % | 11.5 % | 15.4 % |
| Afrodescendientes+                        | 3.4 %  | 4 %    | 4.6 %  | 3.9 %  | 5.2 %  | 5.6 %  | 6.4 %  | 9.2 %  |
| Hispanas/latinas+                         | 4.4 %  | 5 %    | 4.2 %  | 4.6 %  | 5.6 %  | 4.6 %  | 4 %    | 6.1 %  |
| Indígenas estadounidenses+                | 0.6 %  | 0.7 %  | 0.4 %  | 0.6 %  | 1 %    | 0.7 %  | 0.4 %  | 0.5 %  |
| Blancos+                                  | 30.7 % | 27 %   | 28.2 % | 26 %   | 29.2 % | 23.8 % | 21.7 % | 25.2 % |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>                  |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                | 12.1 % | 12.3 % | 13.4 % | 12.8 % | 11.5 % | 14.6 % | 15.1 % | 13.1 % |
| Afrodescendientes+                        | 3.9 %  | 4.9 %  | 3.6 %  | 4.4 %  | 4 %    | 5.1 %  | 7.2 %  | 7 %    |
| Hispanos/latinos+                         | 4.4 %  | 6.2 %  | 4.4 %  | 5.8 %  | 4.7 %  | 5.1 %  | 5.6 %  | 6.4 %  |
| Indígenas estadounidenses+                | 0.4 %  | 0.7 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.6 %  | 0.6 %  | 0.7 %  | 0.5 %  |
| Blancos+                                  | 32.5 % | 32.6 % | 32.3 % | 34.4 % | 30.2 % | 31 %   | 33.6 % | 24 %   |
| Liderazgo                                 |        |        |        |        |        |        |        |        |
|   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>                  |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                                | 10.8 % | 4.6 %  | 10.8 % | 9.9 %  | 7.1 %  | 5.8 %  | 6.8 %  | 11.9 % |
| Afrodescendientes+                        | 3.6 %  | 0 %    | 0.8 %  | 2.1 %  | 0.5 %  | 1.1 %  | 2.6 %  | 4.7 %  |
| Hispanas/latinas+                         | 0 %    | 2.3 %  | 0.8 %  | 0.7 %  | 3.1 %  | 2.2 %  | N/A    | N/A    |
| Indígenas estadounidenses+                | 0 %    | 0 %    | 0 %    | 0 %    | 0.5 %  | 0 %    | N/A    | N/A    |
| Blancos+                                  | 15.7 % | 16.1 % | 15.4 % | 17 %   | 16.3 % | 17.8 % | 20.8 % | 17.8 % |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>                  |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                | 18.1 % | 20.7 % | 22.3 % | 17.7 % | 25.5 % | 22.2 % | 16.8 % | 21.5 % |
| Afrodescendientes+                        | 1.2 %  | 2.3 %  | 0.8 %  | 3.5 %  | 3.1 %  | 2.6 %  | 4.5 %  | 7.9 %  |
| Hispanos/latinos+                         | 2.4 %  | 1.1 %  | 1.5 %  | 3.5 %  | 2 %    | 2.2 %  | 4.5 %  | 3 %    |
| Indígenas estadounidenses+                | 0 %    | 0 %    | 1.5 %  | 1.4 %  | 0 %    | 0.7 %  | N/A    | N/A    |
| Blancos+                                  | 51.8 % | 52.9 % | 49.2 % | 46.1 % | 43.4 % | 48.4 % | 45 %   | 33.6 % |

## Datos de contratación de Google por región

| <b>Total</b>                                     |         |               |        |
|--|---------|---------------|--------|
|  |         | 2021          | 2022   |
|  |         | <b>Género</b> |        |
| América (no EE.UU.)                              | Mujeres | 28.5 %        | 35.8 % |
|  | Hombres | 71.5 %        | 64.2 % |
| APAC   | Mujeres | 36.4 %        | 37.2 % |
|  | Hombres | 63.6 %        | 62.8 % |
| EMEA   | Mujeres | 33.9 %        | 38.5 % |
|  | Hombres | 66.1 %        | 61.5 % |
| <b>Tecnología</b>                                |         |               |        |
|  |         | 2021          | 2022   |
|  |         | <b>Género</b> |        |
| América (no EE.UU.)                              | Mujeres | 23.2 %        | 27.1 % |
|  | Hombres | 76.8 %        | 72.9 % |
| APAC   | Mujeres | 25 %          | 24.9 % |
|  | Hombres | 75 %          | 75.1 % |
| EMEA   | Mujeres | 27.9 %        | 28 %   |
|  | Hombres | 72.1 %        | 72 %   |
| <b>Ámbitos no relacionados con la tecnología</b> |         |               |        |
|  |         | 2021          | 2022   |
|  |         | <b>Género</b> |        |
| América (no EE.UU.)                              | Mujeres | 34.1 %        | 40.6 % |
|  | Hombres | 65.9 %        | 59.4 % |
| APAC   | Mujeres | 43.3 %        | 46.8 % |
|  | Hombres | 56.7 %        | 53.2 % |
| EMEA   | Mujeres | 38.9 %        | 49.2 % |
|  | Hombres | 61.1 %        | 50.8 % |

## Datos de contratación de Google por región

| <b>Liderazgo</b>    |         |               |        |
|---------------------|---------|---------------|--------|
|                     |         | 2021          | 2022   |
|                     |         | <b>Género</b> |        |
| América (no EE.UU.) | Mujeres | N/A           | N/A    |
|                     | Hombres | 75 %          | N/A    |
| APAC                | Mujeres | 20.8 %        | 27.5 % |
|                     | Hombres | 79.2 %        | 72.5 % |
| EMEA                | Mujeres | 28.8 %        | 47.1 % |
|                     | Hombres | 71.2 %        | 52.9 % |



## Datos de índice de deserción de Google

| <b>Total</b>                  |      |      |      |      |      |  |
|-------------------------------|------|------|------|------|------|--|
|                               | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |  |
| <b>Raza o etnia</b>           |      |      |      |      |      |  |
| Asiáticos+                    | 85   | 81   | 80   | 85   | 94   |  |
| Afrodescendientes+            | 122  | 112  | 112  | 121  | 102  |  |
| Hispanos/latinos+             | 110  | 106  | 97   | 105  | 99   |  |
| Indígenas estadounidenses+    | 97   | 104  | 131  | 136  | 126  |  |
| Blancos+                      | 110  | 110  | 117  | 112  | 107  |  |
| <b>Género en EE.UU.</b>       |      |      |      |      |      |  |
| Mujeres                       | 90   | 86   | 82   | 82   | 80   |  |
| Hombres                       | 105  | 105  | 108  | 108  | 110  |  |
| <b>Género a nivel mundial</b> |      |      |      |      |      |  |
| Mujeres                       | 94   | 90   | 87   | 84   | 83   |  |
| Hombres                       | 103  | 104  | 106  | 107  | 108  |  |
| <b>Tecnología</b>             |      |      |      |      |      |  |
|                               | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |  |
| <b>Raza o etnia</b>           |      |      |      |      |      |  |
| Asiáticos+                    | 84   | 80   | 79   | 86   | 95   |  |
| Afrodescendientes+            | 155  | 120  | 121  | 130  | 92   |  |
| Hispanos/latinos+             | 120  | 110  | 101  | 110  | 100  |  |
| Indígenas estadounidenses+    | 71   | 104  | 116  | 103  | 156  |  |
| Blancos+                      | 115  | 114  | 122  | 115  | 109  |  |
| <b>Género en EE.UU.</b>       |      |      |      |      |      |  |
| Mujeres                       | 81   | 76   | 79   | 76   | 77   |  |
| Hombres                       | 107  | 106  | 107  | 108  | 108  |  |
| <b>Género a nivel mundial</b> |      |      |      |      |      |  |
| Mujeres                       | 84   | 78   | 83   | 78   | 80   |  |
| Hombres                       | 105  | 107  | 105  | 107  | 107  |  |

## Datos de índice de deserción de Google

| <b>Ámbitos no relacionados con la tecnología</b> |      |      |      |      |      |  |
|--|------|------|------|------|------|--|
|  | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |  |
| <b>Raza o etnia</b>                              |      |      |      |      |      |  |
| Asiáticos+                                       | 97   | 93   | 85   | 80   | 84   |  |
| Afrodescendientes+                               | 92   | 96   | 103  | 121  | 112  |  |
| Hispanos/latinos+                                | 102  | 102  | 87   | 96   | 98   |  |
| Indígenas estadounidenses+                       | 181  | 116  | 133  | 183  | 91   |  |
| Bancos+  | 101  | 104  | 106  | 106  | 105  |  |
| <b>Género en EE.UU.</b>                          |      |      |      |      |      |  |
| Mujeres  | 93   | 95   | 82   | 90   | 85   |  |
| Hombres  | 108  | 107  | 117  | 109  | 116  |  |
| <b>Género a nivel mundial</b>                    |      |      |      |      |      |  |
| Mujeres  | 94   | 92   | 88   | 87   | 86   |  |
| Hombres  | 106  | 107  | 110  | 110  | 112  |  |

## Datos de índice de deserción interseccional de Google

| <b>Total</b>               |      |      |      |      |      |
|----------------------------|------|------|------|------|------|
|                            | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>   |      |      |      |      |      |
| Asiáticas+                 | 73   | 71   | 59   | 66   | 73   |
| Afrodescendientes+         | 90   | 92   | 110  | 146  | 97   |
| Hispanas/latinas+          | 92   | 90   | 93   | 81   | 83   |
| Indígenas estadounidenses+ | 100  | 112  | 123  | 148  | 87   |
| Blancos+                   | 103  | 94   | 99   | 94   | 86   |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>   |      |      |      |      |      |
| Asiáticos+                 | 92   | 87   | 90   | 95   | 105  |
| Afrodescendientes+         | 145  | 125  | 114  | 106  | 106  |
| Hispanos/latinos+          | 117  | 113  | 98   | 117  | 107  |
| Indígenas estadounidenses+ | 140  | 104  | 143  | 127  | 156  |
| Blancos+                   | 112  | 117  | 124  | 119  | 116  |
| <b>Tecnología</b>          |      |      |      |      |      |
|                            | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>   |      |      |      |      |      |
| Asiáticas+                 | 65   | 60   | 50   | 62   | 72   |
| Afrodescendientes+         | 124  | 84   | 107  | 190  | 84   |
| Hispanas/latinas+          | 118  | 86   | 88   | 78   | 83   |
| Indígenas estadounidenses+ | 31   | 132  | 70   | N/A  | 144  |
| Blancos+                   | 102  | 90   | 116  | 94   | 88   |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>   |      |      |      |      |      |
| Asiáticos+                 | 93   | 88   | 91   | 96   | 105  |
| Afrodescendientes+         | 160  | 136  | 127  | 110  | 99   |
| Hispanos/latinos+          | 122  | 112  | 105  | 120  | 106  |
| Indígenas estadounidenses+ | 89   | 96   | 140  | N/A  | 171  |
| Blancos+                   | 118  | 120  | 124  | 120  | 114  |

## Datos de índice de deserción interseccional de Google

| <b>Ámbitos no relacionados con la tecnología</b> |      |      |      |      |      |  |
|--|------|------|------|------|------|--|
|  | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |  |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>                         |      |      |      |      |      |  |
| Asiáticas+                                       | 88   | 95   | 78   | 75   | 75   |  |
| Afrodescendientes+                               | 68   | 86   | 106  | 137  | 106  |  |
| Hispanas/latinas+                                | 78   | 86   | 89   | 79   | 85   |  |
| Indígenas estadounidenses+                       | 124  | 80   | 130  | 141  | N/A  |  |
| Blancos+   | 96   | 95   | 81   | 94   | 88   |  |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>                         |      |      |      |      |      |  |
| Asiáticos+                                       | 108  | 91   | 93   | 87   | 96   |  |
| Afrodescendientes+                               | 122  | 107  | 98   | 104  | 120  |  |
| Hispanos/latinos+                                | 115  | 120  | 83   | 107  | 111  |  |
| Indígenas estadounidenses+                       | 140  | 191  | 127  | 246  | 147  |  |
| Blancos+   | 106  | 113  | 130  | 116  | 123  |  |

## Datos de índice de deserción de Google por región

| <b>Total</b>                                     |         |               |      |
|--|---------|---------------|------|
|  |         | 2021          | 2022 |
|  |         | <b>Género</b> |      |
| América (no EE.UU.)                              | Mujeres | 97            | 66   |
|  | Hombres | 101           | 117  |
| APAC   | Mujeres | 79            | 92   |
|  | Hombres | 111           | 101  |
| EMEA   | Mujeres | 92            | 90   |
|  | Hombres | 102           | 105  |
| <b>Tecnología</b>                                |         |               |      |
|  |         | 2021          | 2022 |
|  |         | <b>Género</b> |      |
| América (no EE.UU.)                              | Mujeres | N/A           | 52   |
|  | Hombres | 108           | 117  |
| APAC   | Mujeres | 79            | 87   |
|  | Hombres | 106           | 105  |
| EMEA   | Mujeres | 94            | 93   |
|  | Hombres | 103           | 102  |
| <b>Ámbitos no relacionados con la tecnología</b> |         |               |      |
|  |         | 2021          | 2022 |
|  |         | <b>Género</b> |      |
| América (no EE.UU.)                              | Mujeres | 97            | 80   |
|  | Hombres | 104           | 113  |
| APAC   | Mujeres | 75            | 90   |
|  | Hombres | 118           | 104  |
| EMEA   | Mujeres | 91            | 85   |
|  | Hombres | 105           | 115  |

## Datos de representación de deserciones de Google

| <b>Total</b>                  |        |        |        |        |        |  |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--|
|                               | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |  |
| <b>Raza o etnia</b>           |        |        |        |        |        |  |
| Asiáticos+                    | 31 %   | 31.5 % | 31.9 % | 35.2 % | 39.5 % |  |
| Afrodescendientes+            | 4 %    | 3.9 %  | 4.1 %  | 5.1 %  | 5 %    |  |
| Hispanos/latinos+             | 6.1 %  | 6.2 %  | 5.9 %  | 6.5 %  | 6.6 %  |  |
| Indígenas estadounidenses+    | 0.8 %  | 0.9 %  | 1.1 %  | 1.1 %  | 1 %    |  |
| Blancos+                      | 62.7 % | 61.5 % | 61.8 % | 57.2 % | 53.2 % |  |
| <b>Género en EE.UU.</b>       |        |        |        |        |        |  |
| Mujeres                       | 27 %   | 26.3 % | 25.6 % | 26.5 % | 26.1 % |  |
| Hombres                       | 73 %   | 73.7 % | 74.4 % | 73.5 % | 73.9 % |  |
| <b>Género a nivel mundial</b> |        |        |        |        |        |  |
| Mujeres                       | 29.5 % | 28.3 % | 28.2 % | 27.4 % | 28.2 % |  |
| Hombres                       | 70.5 % | 71.7 % | 71.8 % | 72.6 % | 71.8 % |  |
| <b>Tecnología</b>             |        |        |        |        |        |  |
|                               | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |  |
| <b>Raza o etnia</b>           |        |        |        |        |        |  |
| Asiáticos+                    | 34.6 % | 35.2 % | 36.1 % | 40.9 % | 45.8 % |  |
| Afrodescendientes+            | 3.1 %  | 2.9 %  | 2.9 %  | 3.1 %  | 3 %    |  |
| Hispanos/latinos+             | 4.9 %  | 5 %    | 4.9 %  | 5.6 %  | 5.4 %  |  |
| Indígenas estadounidenses+    | N/A    | 0.8 %  | 0.9 %  | 0.6 %  | 1 %    |  |
| Blancos+                      | 61.6 % | 59.7 % | 60 %   | 54.4 % | 49.9 % |  |
| <b>Género en EE.UU.</b>       |        |        |        |        |        |  |
| Mujeres                       | 17.4 % | 17.5 % | 18.8 % | 19 %   | 20.3 % |  |
| Hombres                       | 82.6 % | 82.6 % | 81.2 % | 81 %   | 79.7 % |  |
| <b>Género a nivel mundial</b> |        |        |        |        |        |  |
| Mujeres                       | 17.9 % | 17.3 % | 19.1 % | 18.5 % | 20.1 % |  |
| Hombres                       | 82.1 % | 82.7 % | 81 %   | 81.5 % | 79.9 % |  |

## Datos de representación de deserciones de Google

| <b>Ámbitos no relacionados con la tecnología</b> |        |        |        |        |        |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
|  | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>                              |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                       | 23.6 % | 22.8 % | 22 %   | 21.1 % | 22.3 % |
| Afrodescendientes+                               | 5.9 %  | 6.3 %  | 7.1 %  | 9.9 %  | 10.6 % |
| Hispanos/latinos+                                | 8.4 %  | 9.1 %  | 8.2 %  | 8.7 %  | 9.8 %  |
| Indígenas estadounidenses+                       | 1.6 %  | 1.2 %  | 1.6 %  | 2.3 %  | 1.1 %  |
| Blancos+   | 65 %   | 65.6 % | 66.1 % | 64.2 % | 62.3 % |
| <b>Género en EE.UU.</b>                          |        |        |        |        |        |
| Mujeres  | 46.9 % | 47.2 % | 41.7 % | 45.1 % | 41.9 % |
| Hombres  | 53.1 % | 52.8 % | 58.4 % | 54.9 % | 58.1 % |
| <b>Género a nivel mundial</b>                    |        |        |        |        |        |
| Mujeres  | 45.4 % | 44.2 % | 42.3 % | 41.4 % | 41.2 % |
| Hombres  | 54.7 % | 55.9 % | 57.8 % | 58.6 % | 58.8 % |

## Datos de representación interseccional de deserciones de Google

| <b>Total</b>               |        |        |        |        |        |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                            | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                 | 8.7 %  | 9.1 %  | 7.9 %  | 9.4 %  | 10.7 % |
| Afrodescendientes+         | 1.2 %  | 1.2 %  | 1.7 %  | 2.5 %  | 2 %    |
| Hispanas/latinas+          | 1.6 %  | 1.8 %  | 1.9 %  | 1.8 %  | 1.9 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.3 %  |
| Blancos+                   | 16.6 % | 15 %   | 15.3 % | 14.4 % | 13.2 % |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                 | 22.4 % | 22.3 % | 24.1 % | 25.8 % | 28.8 % |
| Afrodescendientes+         | 2.8 %  | 2.7 %  | 2.5 %  | 2.6 %  | 3 %    |
| Hispanos/latinos+          | 4.4 %  | 4.4 %  | 4 %    | 4.7 %  | 4.7 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.4 %  | 0.5 %  | 0.7 %  | 0.6 %  | 0.7 %  |
| Blancos+                   | 46.2 % | 46.6 % | 46.5 % | 42.8 % | 40 %   |
| <b>Tecnología</b>          |        |        |        |        |        |
|                            | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                 | 7.4 %  | 7.5 %  | 6.5 %  | 9 %    | 10.8 % |
| Afrodescendientes+         | 0.7 %  | 0.6 %  | 0.7 %  | 1.1 %  | 0.8 %  |
| Hispanas/latinas+          | 0.8 %  | 1.1 %  | 0.9 %  | 1 %    | 1.1 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | N/A    | N/A    | N/A    | N/A    | 0.3 %  |
| Blancos+                   | 9.6 %  | 8.8 %  | 11.2 % | 9.1 %  | 8.8 %  |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                 | 27.3 % | 27.6 % | 29.6 % | 31.8 % | 35.1 % |
| Afrodescendientes+         | 2.4 %  | 2.3 %  | 2.1 %  | 2 %    | 2.1 %  |
| Hispanos/latinos+          | 4.1 %  | 4 %    | 4 %    | 4.6 %  | 4.3 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | N/A    | 0.5 %  | 0.7 %  | N/A    | 0.7 %  |
| Blancos+                   | 52 %   | 51.1 % | 48.8 % | 45.3 % | 41 %   |



## Datos de representación interseccional de deserciones de Google

| <b>Ámbitos no relacionados con la tecnología</b> |        |        |        |        |        |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
|  | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>                         |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                                       | 11.5 % | 12.9 % | 10.9 % | 10.2 % | 10.4 % |
| Afrodescendientes+                               | 2.4 %  | 2.7 %  | 3.8 %  | 6 %    | 5 %    |
| Hispanas/latinas+                                | 3.4 %  | 3.6 %  | 4.2 %  | 3.7 %  | 4 %    |
| Indígenas estadounidenses+                       | 1 %    | N/A    | 0.9 %  | 1.1 %  | N/A    |
| Blancos+   | 30.8 % | 29.5 % | 25 %   | 27.8 % | 25 %   |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>                         |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                       | 12 %   | 9.9 %  | 11.1 % | 10.9 % | 11.9 % |
| Afrodescendientes+                               | 3.5 %  | 3.6 %  | 3.3 %  | 4 %    | 5.5 %  |
| Hispanos/latinos+                                | 5 %    | 5.5 %  | 4 %    | 5 %    | 5.7 %  |
| Indígenas estadounidenses+                       | N/A    | N/A    | N/A    | 1.3 %  | 0.8 %  |
| Blancos+   | 34.2 % | 36.1 % | 41.1 % | 36.4 % | 37.3 % |

## Datos de representación de deserciones de Google por región

| <b>Total</b>                                     |         |               |        |
|--|---------|---------------|--------|
|  |         | 2021          | 2022   |
|  |         | <b>Género</b> |        |
| América (no EE.UU.)                              | Mujeres | 29 %          | 21.3 % |
|  | Hombres | 71 %          | 78.7 % |
| APAC   | Mujeres | 28 %          | 36.5 % |
|  | Hombres | 72 %          | 63.5 % |
| EMEA   | Mujeres | 30.8 %        | 31.6 % |
|  | Hombres | 69.2 %        | 68.4 % |
| <b>Tecnología</b>                                |         |               |        |
|  |         | 2021          | 2022   |
|  |         | <b>Género</b> |        |
| América (no EE.UU.)                              | Mujeres | N/A           | 9.3 %  |
|  | Hombres | 90 %          | 90.7 % |
| APAC   | Mujeres | 15.9 %        | 19.8 % |
|  | Hombres | 84.1 %        | 80.2 % |
| EMEA   | Mujeres | 17.1 %        | 21 %   |
|  | Hombres | 82.9 %        | 79 %   |
| <b>Ámbitos no relacionados con la tecnología</b> |         |               |        |
|  |         | 2021          | 2022   |
|  |         | <b>Género</b> |        |
| América (no EE.UU.)                              | Mujeres | 36.7 %        | 32.9 % |
|  | Hombres | 63.3 %        | 67.1 % |
| APAC   | Mujeres | 33.9 %        | 42.7 % |
|  | Hombres | 66.1 %        | 57.3 % |
| EMEA   | Mujeres | 41.1 %        | 39.4 % |
|  | Hombres | 58.9 %        | 60.6 % |

## Datos de representación de personal de Google

| <b>Total</b>                  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                               | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>           |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                    | 31.5 % | 32.7 % | 33.9 % | 36.3 % | 38.1 % | 39.8 % | 41.9 % | 42.3 % | 43.2 % |
| Afrodescendientes+            | 2.4 %  | 2.5 %  | 2.8 %  | 2.8 %  | 3 %    | 3.3 %  | 3.7 %  | 4.4 %  | 5.3 %  |
| Hispanos/latinos+             | 4.5 %  | 4.9 %  | 5.2 %  | 5.3 %  | 5.3 %  | 5.7 %  | 5.9 %  | 6.4 %  | 6.9 %  |
| Indígenas estadounidenses+    | 1 %    | 1 %    | 0.8 %  | 0.8 %  | 0.8 %  | 0.8 %  | 0.8 %  | 0.8 %  | 0.8 %  |
| Blancos+                      | 64.5 % | 62.9 % | 61 %   | 58.5 % | 56.6 % | 54.4 % | 51.7 % | 50.4 % | 48.3 % |
| <b>Género en EE.UU.</b>       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                       | 29 %   | 29.2 % | 29.3 % | 29.5 % | 29.8 % | 31 %   | 31.6 % | 32.2 % | 33.5 % |
| Hombres                       | 71 %   | 70.8 % | 70.7 % | 70.5 % | 70.2 % | 69 %   | 68.4 % | 67.8 % | 66.5 % |
| <b>Género a nivel mundial</b> |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                       | 30.6 % | 30.6 % | 30.6 % | 30.8 % | 30.9 % | 31.6 % | 32 %   | 32.5 % | 33.9 % |
| Hombres                       | 69.4 % | 69.4 % | 69.4 % | 69.2 % | 69.1 % | 68.4 % | 68 %   | 67.5 % | 66.1 % |
| <b>Tecnología</b>             |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|                               | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>           |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                    | 35.1 % | 36.4 % | 38.1 % | 40.6 % | 42.8 % | 45.1 % | 47.6 % | 48.3 % | 49.6 % |
| Afrodescendientes+            | 1.5 %  | 1.6 %  | 1.7 %  | 1.8 %  | 1.9 %  | 2.1 %  | 2.4 %  | 2.9 %  | 3.5 %  |
| Hispanos/latinos+             | 3.6 %  | 4 %    | 4.1 %  | 4.2 %  | 4.3 %  | 4.5 %  | 4.8 %  | 5.3 %  | 5.7 %  |
| Indígenas estadounidenses+    | 0.8 %  | 0.8 %  | 0.6 %  | 0.6 %  | 0.6 %  | 0.7 %  | 0.7 %  | 0.7 %  | 0.6 %  |
| Blancos+                      | 62.3 % | 60.6 % | 58.7 % | 56.1 % | 53.6 % | 51.1 % | 48.1 % | 46.6 % | 44.4 % |
| <b>Género en EE.UU.</b>       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                       | 17.4 % | 18.9 % | 20 %   | 21.1 % | 22.4 % | 23.8 % | 24.7 % | 25.7 % | 27 %   |
| Hombres                       | 82.6 % | 81.1 % | 80 %   | 78.9 % | 77.6 % | 76.2 % | 75.3 % | 74.3 % | 73 %   |
| <b>Género a nivel mundial</b> |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                       | 16.6 % | 18 %   | 19.1 % | 20.2 % | 21.4 % | 22.9 % | 23.6 % | 24.6 % | 25.9 % |
| Hombres                       | 83.4 % | 82 %   | 80.9 % | 79.8 % | 78.6 % | 77.1 % | 76.4 % | 75.4 % | 74.1 % |

## Datos de representación de personal de Google

| Ámbitos no relacionados con la tecnología |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>                       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                | 24.6 % | 24.5 % | 24.2 % | 25.1 % | 25 %   | 25.4 % | 26.6 % | 26.7 % | 27.2 % |
| Afrodescendientes+                        | 4.1 %  | 4.6 %  | 5.2 %  | 5.5 %  | 5.8 %  | 6.6 %  | 7.2 %  | 8.4 %  | 9.8 %  |
| Hispanos/latinos+                         | 6.3 %  | 7 %    | 7.8 %  | 7.9 %  | 8.4 %  | 8.9 %  | 9.1 %  | 9.3 %  | 10 %   |
| Indígenas estadounidenses+                | 1.6 %  | 1.4 %  | 1.4 %  | 1.2 %  | 1.1 %  | 1.2 %  | 1.2 %  | 1.2 %  | 1.2 %  |
| Blancos+                                  | 68.7 % | 67.9 % | 66.4 % | 65.3 % | 64.7 % | 63.3 % | 61.5 % | 60.4 % | 58.1 % |
| <b>Género en EE.UU.</b>                   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                                   | 51.6 % | 51.4 % | 51.1 % | 50.9 % | 50.2 % | 50.7 % | 50.3 % | 48.8 % | 50 %   |
| Hombres                                   | 48.4 % | 48.6 % | 48.8 % | 49.1 % | 49.8 % | 49.3 % | 49.7 % | 51.2 % | 50 %   |
| <b>Género a nivel mundial</b>             |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                                   | 48.1 % | 48.1 % | 48.1 % | 48.4 % | 47.8 % | 47.9 % | 47.4 % | 46.4 % | 47.4 % |
| Hombres                                   | 51.9 % | 51.9 % | 51.9 % | 51.6 % | 52.2 % | 52.1 % | 52.6 % | 53.6 % | 52.6 % |
| Liderazgo                                 |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>                       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                | 24.2 % | 25 %   | 25.8 % | 27.1 % | 27.3 % | 28.9 % | 29.6 % | 29.4 % | 31.2 % |
| Afrodescendientes+                        | 1.7 %  | 2 %    | 1.8 %  | 2 %    | 2.4 %  | 2.6 %  | 2.6 %  | 3 %    | 4.7 %  |
| Hispanos/latinos+                         | 2.2 %  | 2 %    | 2.1 %  | 2.4 %  | 2.7 %  | 3.3 %  | 3.7 %  | 3.9 %  | 4.1 %  |
| Indígenas estadounidenses+                | 0.6 %  | 0.9 %  | 0.7 %  | 0.8 %  | 0.8 %  | 0.7 %  | 0.5 %  | 0.6 %  | 0.7 %  |
| Blancos+                                  | 73.2 % | 72.2 % | 71.3 % | 69.6 % | 68.9 % | 66.6 % | 65.9 % | 65.5 % | 62 %   |
| <b>Género en EE.UU.</b>                   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                                   | 20.6 % | 23.2 % | 24 %   | 24.2 % | 25.3 % | 26.4 % | 26.9 % | 28.1 % | 30.5 % |
| Hombres                                   | 79.4 % | 76.8 % | 76 %   | 75.8 % | 74.7 % | 73.6 % | 73.1 % | 71.9 % | 69.5 % |
| <b>Género a nivel mundial</b>             |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Mujeres                                   | 20.8 % | 22.9 % | 24.2 % | 24.5 % | 25.5 % | 26.1 % | 26.7 % | 28.1 % | 30.6 % |
| Hombres                                   | 79.2 % | 77.1 % | 75.8 % | 75.5 % | 74.5 % | 73.9 % | 73.3 % | 71.9 % | 69.4 % |

## Datos de representación de personal interseccional de Google

| <b>Total</b>               |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                            | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                 | 10 %   | 10.5 % | 11 %   | 11.8 % | 12.5 % | 13.3 % | 14.2 % | 14.6 % | 15.3 % |
| Afrodescendientes+         | 1.1 %  | 1 %    | 1.1 %  | 1.2 %  | 1.2 %  | 1.4 %  | 1.6 %  | 1.8 %  | 2.3 %  |
| Hispanas/latinas+          | 1.5 %  | 1.6 %  | 1.7 %  | 1.7 %  | 1.7 %  | 2 %    | 2 %    | 2.2 %  | 2.4 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.5 %  | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.3 %  | 0.3 %  | 0.3 %  | 0.3 %  | 0.3 %  | 0.3 %  |
| Blancos+                   | 17.6 % | 17.1 % | 16.5 % | 15.9 % | 15.5 % | 15.7 % | 15.2 % | 15 %   | 15.1 % |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                 | 21.4 % | 22.1 % | 22.9 % | 24.4 % | 25.7 % | 26.4 % | 27.7 % | 27.7 % | 27.9 % |
| Afrodescendientes+         | 1.3 %  | 1.5 %  | 1.7 %  | 1.7 %  | 1.8 %  | 1.9 %  | 2.1 %  | 2.6 %  | 3 %    |
| Hispanos/latinos+          | 3 %    | 3.3 %  | 3.5 %  | 3.6 %  | 3.6 %  | 3.8 %  | 3.9 %  | 4.2 %  | 4.6 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.6 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.4 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  |
| Blancos+                   | 47 %   | 45.9 % | 44.6 % | 42.8 % | 41.1 % | 38.8 % | 36.5 % | 35.4 % | 33.2 % |
| <b>Tecnología</b>          |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|                            | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                 | 8.3 %  | 9.1 %  | 10.1 % | 11.2 % | 12.1 % | 13.2 % | 14.2 % | 14.9 % | 15.7 % |
| Afrodescendientes+         | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.6 %  | 0.7 %  | 0.9 %  | 1.1 %  |
| Hispanas/latinas+          | 0.5 %  | 0.7 %  | 0.7 %  | 0.8 %  | 0.9 %  | 1 %    | 1.1 %  | 1.3 %  | 1.4 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.2 %  | 0.2 %  | 0.2 %  | 0.2 %  | 0.2 %  | 0.2 %  | 0.2 %  | 0.2 %  | 0.2 %  |
| Blancos+                   | 8.6 %  | 9 %    | 9.2 %  | 9.3 %  | 9.6 %  | 9.9 %  | 9.6 %  | 9.7 %  | 9.8 %  |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                 | 26.8 % | 27.3 % | 28 %   | 29.5 % | 30.7 % | 31.9 % | 33.4 % | 33.5 % | 33.9 % |
| Afrodescendientes+         | 1.1 %  | 1.3 %  | 1.3 %  | 1.3 %  | 1.4 %  | 1.5 %  | 1.7 %  | 2.1 %  | 2.4 %  |
| Hispanos/latinos+          | 3 %    | 3.3 %  | 3.3 %  | 3.4 %  | 3.4 %  | 3.5 %  | 3.7 %  | 4 %    | 4.3 %  |
| Indígenas estadounidenses+ | 0.6 %  | 0.5 %  | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.4 %  |
| Blancos+                   | 53.8 % | 51.7 % | 49.5 % | 46.7 % | 44 %   | 41.3 % | 38.5 % | 36.9 % | 34.6 % |

## Datos de representación de personal interseccional de Google

| Ámbitos no relacionados con la tecnología |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>                  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                                | 13.3 % | 13.4 % | 13.2 % | 13.6 % | 13.4 % | 13.7 % | 14.3 % | 13.8 % | 14.3 % |
| Afrodescendientes+                        | 2.4 %  | 2.5 %  | 2.7 %  | 2.9 %  | 3.1 %  | 3.6 %  | 3.9 %  | 4.3 %  | 5.2 %  |
| Hispanas/latinas+                         | 3.3 %  | 3.6 %  | 3.9 %  | 3.8 %  | 4 %    | 4.5 %  | 4.5 %  | 4.5 %  | 4.9 %  |
| Indígenas estadounidenses+                | 1 %    | 0.9 %  | 0.8 %  | 0.7 %  | 0.7 %  | 0.7 %  | 0.7 %  | 0.6 %  | 0.7 %  |
| Blancos+                                  | 35.1 % | 34.3 % | 33.4 % | 32.7 % | 31.8 % | 31.3 % | 30.3 % | 28.9 % | 28.5 % |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>                  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                | 11 %   | 10.9 % | 10.9 % | 11.5 % | 11.7 % | 11.7 % | 12.4 % | 12.9 % | 12.9 % |
| Afrodescendientes+                        | 1.7 %  | 2.1 %  | 2.5 %  | 2.5 %  | 2.8 %  | 3 %    | 3.3 %  | 4 %    | 4.5 %  |
| Hispanos/latinos+                         | 3 %    | 3.4 %  | 3.9 %  | 4.1 %  | 4.4 %  | 4.4 %  | 4.6 %  | 4.8 %  | 5.2 %  |
| Indígenas estadounidenses+                | 0.6 %  | 0.6 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  | 0.5 %  |
| Blancos+                                  | 33.8 % | 33.6 % | 33.1 % | 32.6 % | 32.9 % | 32 %   | 31.2 % | 31.5 % | 29.7 % |
| Liderazgo                                 |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |
| <b>Mujeres de EE.UU.</b>                  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticas+                                | 6.1 %  | 7.2 %  | 7.5 %  | 7.2 %  | 7.3 %  | 8.1 %  | 8.5 %  | 8.7 %  | 9.8 %  |
| Afrodescendientes+                        | 1 %    | 1.2 %  | 1 %    | 1.1 %  | 1.3 %  | 1.1 %  | 1.1 %  | 1.3 %  | 2 %    |
| Hispanas/latinas+                         | 0.4 %  | 0.5 %  | 0.6 %  | 0.8 %  | 0.7 %  | 1.3 %  | 1.5 %  | 1.4 %  | 1.5 %  |
| Indígenas estadounidenses+                | 0.1 %  | 0.3 %  | 0.3 %  | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.3 %  | N/A    | 0.3 %  |
| Blancos+                                  | 14.3 % | 15 %   | 15.2 % | 15.7 % | 16.4 % | 16.5 % | 16.8 % | 17.8 % | 18.3 % |
| <b>Hombres de EE.UU.</b>                  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Asiáticos+                                | 18.4 % | 17.9 % | 18.4 % | 20.1 % | 20 %   | 20.9 % | 21.1 % | 20.7 % | 21.4 % |
| Afrodescendientes+                        | 0.8 %  | 0.8 %  | 0.8 %  | 0.9 %  | 1.1 %  | 1.5 %  | 1.5 %  | 1.8 %  | 2.7 %  |
| Hispanos/latinos+                         | 1.8 %  | 1.5 %  | 1.4 %  | 1.6 %  | 1.9 %  | 2 %    | 2.2 %  | 2.5 %  | 2.6 %  |
| Indígenas estadounidenses+                | 0.6 %  | 0.6 %  | 0.3 %  | 0.4 %  | 0.4 %  | 0.3 %  | 0.2 %  | N/A    | 0.4 %  |
| Blancos+                                  | 58.6 % | 57.2 % | 56.2 % | 53.8 % | 52.4 % | 50.1 % | 49.1 % | 47.7 % | 43.7 % |

## Datos de representación de personal de Google por región

| Total               |                                   |        |        |
|---------------------|-----------------------------------|--------|--------|
|                     |                                   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b> |                                   |        |        |
| América (no EE.UU.) | Asiáticos+                        | 21.8 % | 23.3 % |
|                     | Negros o africanos+               | 3.9 %  | 4.9 %  |
|                     | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 33.3 % | 34.1 % |
|                     | Indígenas+                        | 1 %    | 0.8 %  |
|                     | Oriente Medio o África del Norte+ | 4.8 %  | 4.7 %  |
|                     | Blancos o europeos+               | 48.2 % | 43.6 % |
| APAC                | Asiáticos+                        | 85.8 % | 88.8 % |
|                     | Negros o africanos+               | 0.5 %  | 0.3 %  |
|                     | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 1.1 %  | 0.8 %  |
|                     | Indígenas+                        | 0.2 %  | 0.2 %  |
|                     | Oriente Medio o África del Norte+ | 0.6 %  | 0.5 %  |
|                     | Blancos o europeos+               | 13.8 % | 11 %   |
| EMEA                | Asiáticos+                        | 10.9 % | 12.1 % |
|                     | Negros o africanos+               | 2.8 %  | 3.2 %  |
|                     | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 3.8 %  | 3.9 %  |
|                     | Indígenas+                        | 0.3 %  | 0.3 %  |
|                     | Oriente Medio o África del Norte+ | 7.3 %  | 7.8 %  |
|                     | Blancos o europeos+               | 80.4 % | 78.1 % |
| <b>Género</b>       |                                   |        |        |
| América (no EE.UU.) | Mujeres                           | 31 %   | 33.4 % |
|                     | Hombres                           | 69 %   | 66.6 % |
| APAC                | Mujeres                           | 34.6 % | 35.3 % |
|                     | Hombres                           | 65.4 % | 64.7 % |
| EMEA                | Mujeres                           | 32.7 % | 33.8 % |
|                     | Hombres                           | 67.3 % | 66.2 % |

## Datos de representación de personal de Google por región

| Tecnología          |                                   |        |        |
|---------------------|-----------------------------------|--------|--------|
|                     |                                   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b> |                                   |        |        |
| América (no EE.UU.) | Asiáticos+                        | 30.4 % | 33.9 % |
|                     | Negros o africanos+               | 3.2 %  | 3.8 %  |
|                     | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 19.2 % | 17.8 % |
|                     | Indígenas+                        | 0.8 %  | 0.7 %  |
|                     | Oriente Medio o África del Norte+ | 6.5 %  | 6.3 %  |
|                     | Blancos o europeos+               | 50.1 % | 46.2 % |
| APAC                | Asiáticos+                        | 89.2 % | 91.5 % |
|                     | Negros o africanos+               | 0.4 %  | 0.3 %  |
|                     | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 0.7 %  | 0.6 %  |
|                     | Indígenas+                        | N/A    | 0.1 %  |
|                     | Oriente Medio o África del Norte+ | 0.5 %  | 0.4 %  |
|                     | Blancos o europeos+               | 10.6 % | 8.4 %  |
| EMEA                | Asiáticos+                        | 11.3 % | 13 %   |
|                     | Negros o africanos+               | 1.9 %  | 2.3 %  |
|                     | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 3.9 %  | 4 %    |
|                     | Indígenas+                        | 0.3 %  | 0.3 %  |
|                     | Oriente Medio o África del Norte+ | 7.9 %  | 8.5 %  |
|                     | Blancos o europeos+               | 80.5 % | 77.7 % |
| <b>Género</b>       |                                   |        |        |
| América (no EE.UU.) | Mujeres                           | 20.4 % | 23.5 % |
|                     | Hombres                           | 79.6 % | 76.5 % |
| APAC                | Mujeres                           | 22.5 % | 23.5 % |
|                     | Hombres                           | 77.5 % | 76.5 % |
| EMEA                | Mujeres                           | 21 %   | 22.7 % |
|                     | Hombres                           | 79 %   | 77.3 % |



## Datos de representación de personal de Google por región

| Ámbitos no relacionados con la tecnología |                                   |        |        |
|---|-----------------------------------|--------|--------|
|   |                                   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b>                       |                                   |        |        |
| América (no EE.UU.)                       | Asiáticos+                        | 14.7 % | 15.1 % |
|   | Negros o africanos+               | 4.6 %  | 5.9 %  |
|   | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 45 %   | 47 %   |
|   | Indígenas+                        | 1.2 %  | 0.9 %  |
|   | Oriente Medio o África del Norte+ | 3.3 %  | 3.5 %  |
|   | Blancos o europeos+               | 46.7 % | 41.6 % |
| APAC                                      | Asiáticos+                        | 82 %   | 85.5 % |
|   | Negros o africanos+               | 0.5 %  | 0.4 %  |
|   | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 1.6 %  | 1.1 %  |
|   | Indígenas+                        | 0.3 %  | 0.2 %  |
|   | Oriente Medio o África del Norte+ | 0.7 %  | 0.6 %  |
|   | Blancos o europeos+               | 17.3 % | 14.1 % |
| EMEA                                      | Asiáticos+                        | 10.5 % | 11.1 % |
|   | Negros o africanos+               | 3.7 %  | 4.3 %  |
|   | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 3.6 %  | 3.8 %  |
|   | Indígenas+                        | 0.4 %  | 0.4 %  |
|   | Oriente Medio o África del Norte+ | 6.7 %  | 6.9 %  |
|   | Blancos o europeos+               | 80.3 % | 78.6 % |
| <b>Género</b>                             |                                   |        |        |
| América (no EE.UU.)                       | Mujeres                           | 39.7 % | 40.5 % |
|   | Hombres                           | 60.3 % | 59.5 % |
| APAC                                      | Mujeres                           | 44.3 % | 45.3 % |
|   | Hombres                           | 55.7 % | 54.7 % |
| EMEA                                      | Mujeres                           | 44.4 % | 45.4 % |
|   | Hombres                           | 55.6 % | 54.6 % |

## Datos de representación de personal de Google por región

| Liderazgo           |                                   |        |        |
|---------------------|-----------------------------------|--------|--------|
|                     |                                   | 2021   | 2022   |
| <b>Raza o etnia</b> |                                   |        |        |
| América (no EE.UU.) | Asiáticos+                        | N/A    | N/A    |
|                     | Negros o africanos+               | N/A    | N/A    |
|                     | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | 43.8 % | 40.9 % |
|                     | Indígenas+                        | N/A    | N/A    |
|                     | Oriente Medio o África del Norte+ | N/A    | N/A    |
|                     | Blancos o europeos+               | 50 %   | 52.3 % |
| APAC                | Asiáticos+                        | 70.8 % | 72.1 % |
|                     | Negros o africanos+               | N/A    | N/A    |
|                     | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | N/A    | N/A    |
|                     | Indígenas+                        | N/A    | N/A    |
|                     | Oriente Medio o África del Norte+ | N/A    | N/A    |
|                     | Blancos o europeos+               | 28.8 % | 27.9 % |
| EMEA                | Asiáticos+                        | 6.6 %  | 6.6 %  |
|                     | Negros o africanos+               | 3.3 %  | 3.8 %  |
|                     | Hispanos/Latinos/Latinxs+         | N/A    | N/A    |
|                     | Indígenas+                        | N/A    | N/A    |
|                     | Oriente Medio o África del Norte+ | 4.5 %  | 5.8 %  |
|                     | Blancos o europeos+               | 87.7 % | 85.8 % |
| <b>Género</b>       |                                   |        |        |
| América (no EE.UU.) | Mujeres                           | 29.8 % | 34.3 % |
|                     | Hombres                           | 70.2 % | 65.7 % |
| APAC                | Mujeres                           | 29.2 % | 31.8 % |
|                     | Hombres                           | 70.8 % | 68.2 % |
| EMEA                | Mujeres                           | 26.9 % | 29.7 % |
|                     | Hombres                           | 73.1 % | 70.3 % |

## Datos de autoidentificación de Google

| <b>Total</b>  |                 |                 |                 |                 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|   | Informe de 2019 | Informe de 2020 | Informe de 2021 | Informe de 2022 |
| Porcentaje global que se autoidentifica como persona LGBTQ+ o trans+  | 8.5 %           | 7.1 %           | 6.9 %           | 6.7 %           |
| Porcentaje global que se autoidentifica como persona con discapacidad   | 7.5 %           | 6.1 %           | 5.6 %           | 5.4 %           |
| Porcentaje global que se autoidentifica como miembro de las fuerzas militares en la actualidad o en el pasado | 5.2 %           | 5.5 %           | 5.2 %           | 5 %             |
| Porcentaje global que se autoidentifica como persona no binaria   | <1 %            | <1 %            | <1 %            | <1 %            |