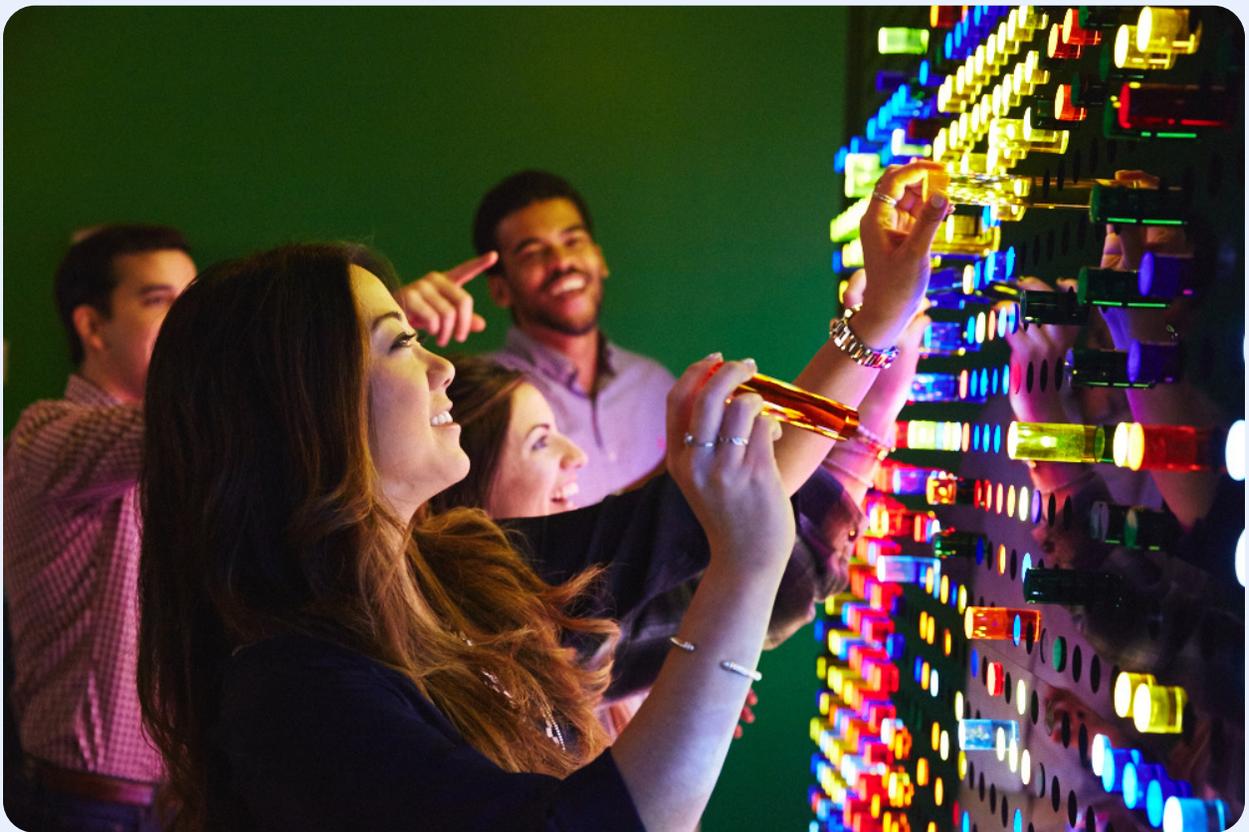


2024 Informe Anual de Diversidad de Google

Fomentamos la innovación y cerramos brechas.



Google

Índice

3	Introducción
4	Contenido Destacado de 2023
6	Nuestro Lugar de Trabajo
22	Compromisos en el Lugar de Trabajo
24	Nuestra Tecnología
39	Nuestras Asociaciones
55	Cronología
57	Con la Mirada Puesta en el Futuro
58	Metodología de Datos
64	Nos Comprometemos con la Equidad Salarial
66	Tablas y Gráficos

Soluciones innovadoras que conectan a todas las personas.

En 2023, Google celebró su 25º aniversario. En ese extraordinario cuarto de siglo, aprendimos que la diversidad de perspectivas y experiencias estimula la creatividad y la innovación. La misión de Google (organizar la información del mundo y hacer que sea universalmente accesible y útil) requiere que diseñemos, creemos y construyamos para todo el mundo, todos los días. Ofrecemos un mejor servicio a nuestros usuarios cuando priorizamos esa misión.

Al reflexionar sobre nuestro esfuerzo a lo largo del 2023, estamos orgullosos del progreso que logramos, y no vamos a detenernos ahora. Guiándonos por lo que aprendimos de nuestras oficinas de todo el mundo, estamos fortaleciendo nuestras iniciativas de mayor impacto respecto de cómo apoyamos a nuestra gente, desarrollamos nuestra tecnología y ayudamos a las comunidades donde nos establecemos.

Para este informe, consideramos el progreso en tres categorías generales: Nuestro lugar de trabajo, Nuestra tecnología y Nuestras asociaciones, que comparten el objetivo de generar un sentido de pertenencia para todo el mundo.

Este informe destaca el trabajo que contribuyó más al impacto logrado y reconoce las áreas en las que aún debemos seguir progresando. Es un privilegio compartir nuestros aprendizajes en Google mientras continuamos esforzándonos por crear, gracias a la tecnología, un mundo mejor en el que nuestras innovaciones fomentan el potencial ilimitado de cada persona.

Melonie Parker, directora general de Diversidad

Enfoques probados, impacto real.

Nuestra Tecnología

Garantizamos que los estudiantes puedan explorar la Web a su manera.

En colaboración con Productos para Todos, el equipo de Chrome desarrolló el Modo de lectura, una función que ayuda a mejorar la accesibilidad de una determinada página web reformateando el texto del cuerpo de la página según las preferencias de fuente y espaciado del usuario.

Nuestro Lugar de Trabajo

Ampliamos un programa de retención distintivo a más Googlers.

Stay and Thrive, un programa formal y estructurado de coaching y apoyo centrado en retener a Googlers de diversos orígenes, se amplió a mercados seleccionados de Europa. Lanzado en EE.UU. en 2019, el programa proporciona coaching y apoyo 1:1 de forma directa para ayudar a que las personas prosperen en Google.

Nuestro Lugar de Trabajo

Promovemos la inclusión de la discapacidad en todo el mundo.

La primera conferencia presencial sobre inclusión de la discapacidad celebrada en la región de Asia-Pacífico (APAC) reunió en Tokio a ejecutivos, diplomáticos y directores de RR.HH. durante dos días para compartir estrategias que fomenten una cultura en la que las personas con discapacidad puedan desarrollarse.

Nuestras Asociaciones

Generamos un sentido de pertenencia para personas de todas las edades.

A través de un subsidio de USD 10 millones a la AARP Foundation y a su organización de impacto social Older Adults Technology Services (OATS), ayudamos a proporcionar capacitación en habilidades digitales a miles de adultos mayores, lo que superó nuestro objetivo de 2022.



Nuestras Asociaciones

Trabajamos para brindar apoyo en CTIM a mujeres y niñas.

Google.org proporcionó al Spelman College un subsidio de USD 5 millones y un equipo de 18 miembros de Google.org Fellowship y voluntarios para ayudar a crear una plataforma digital dedicada a destacar los logros de mujeres afrodescendientes en CTIM.

Invertidos

\$5M

USD invertidos para ayudar a destacar a las mujeres afrodescendientes en CTIM

Nuestra Tecnología

Mejoramos el cribado del cáncer de mama con la IA.

El sistema de Inteligencia Artificial de Google Health para el diagnóstico de cáncer de mama se integra en los flujos de trabajo de cribado para ayudar a los radiólogos a identificar este tipo de cáncer con mayor anticipación. El sistema también disminuye la prevalencia tanto de falsos positivos como de falsos negativos, lo que ayuda a los radiólogos a diagnosticar con mayor coherencia.

Nuestra Tecnología

Prácticas innovadoras que reflejan nuestro mundo.

Complementando el trabajo que emprendimos en 2022, avanzamos en la implementación de revisiones anónimas de código. Estas revisiones ahora se implementaron como práctica recomendada en la documentación interna y, en algunos casos, son el tipo de revisión predeterminada.

Nuestro Lugar de Trabajo

Nos asociamos para demostrar orgullo.

Gracias a nuestra colaboración durante tantos años con el Sydney Gay and Lesbian Mardi Gras, nos convertimos en uno de los mayores socios del WorldPride 2023 y lanzamos una campaña de redes sociales para informar a los negocios sobre la posibilidad de mostrar el atributo "Amigable con LGBTQ+" en sus Perfiles de Negocio de Google.

Nuestra Tecnología

Colaboramos con una plataforma de salud mental potente para veteranos que tiene como fin eliminar los estigmas.

Aprovechando la experiencia de varios miembros de nuestro grupo de recursos de empleados veteranos (VetNet), colaboramos en la creación de HomeTeam, un programa educativo interactivo y en línea desarrollado por ReflexAI que proporciona a los veteranos militares habilidades para mantener conversaciones significativas en las que puedan abordar temas de salud mental.

Invertidos

\$1.5M

USD invertidos para respaldar el desarrollo de HomeTeam

Nuestro Lugar de Trabajo

Trabajamos para garantizar que todos prosperen en Google.



Nuestro Lugar de Trabajo



Fortalecimos y perfeccionamos nuestros enfoques más efectivos en relación con la contratación, la retención y los ascensos en todo Google.

Trabajamos para garantizar que todos prosperen en Google.

Nos enfocamos deliberadamente en desarrollar una fuerza de trabajo que refleje a nuestro público global, porque la innovación sucede solo cuando todos sienten que cuentan con el apoyo para impulsarla.

Contratación

Una perspectiva más amplia para crear equipos con mayor representación.

Nuestro compromiso por tener una fuerza de trabajo que refleje nuestro público global requiere que transformemos las tácticas de reclutamiento que implementamos, ya sea trabajando con socios para ser una opción que consideren los talentos prometedores o llevando a cabo eventos de comunicación –de mucho más alcance que un portal de trabajo– para generar conciencia y asegurarnos de estar reclutando a personas de todo el mundo, incluidos de lugares no tradicionales.

Valoramos tener diversas perspectivas en todos los niveles de nuestra empresa. Por ese motivo, nos enorgullece haber aumentado la representación en la contratación de líderes de Google Workspace a través de una asociación cercana con el equipo de Reclutamiento de Líderes Ejecutivos. Google Workspace incluye las apps que más de tres mil millones de usuarios conocen y disfrutan, incluidas Gmail, Calendario, Drive, Documentos y Meet. Gracias a la diversidad de experiencias y perspectivas que aportan más de 20 ejecutivos nuevos de Google Workspace, estas herramientas están evolucionando para satisfacer las necesidades de incluso más personas.

Como los candidatos talentosos provienen de todo tipo de orígenes profesionales, ampliamos nuestros procesos de reclutamiento. En Brasil, lanzamos Prep Tech_Afro, un programa de cuatro meses de duración que fomenta el talento de los ingenieros de software afrodescendientes.

Las cohortes del programa recibieron una beca para asistir a dos clases remotas por semana y a sesiones de capacitación que los preparaban para las entrevistas en Google. Se contrató al 46% de los entrevistados. Dado el progreso que aún falta para aumentar la representación femenina en el área de tecnología, la próxima cohorte de Prep Tech_Afro se ampliará a todas las mujeres en 2024.

En sedes claves de todo el mundo, trabajamos directamente con organizaciones que representan a personas con discapacidad. Nuestros equipos del Reino Unido, Francia, Alemania y Japón colaboraron con estas entidades, incluido nuestro socio de larga data Disability:IN, en la comunicación y el diálogo con posibles candidatos.

Uno de los resultados más importantes de nuestra relación con Disability:IN fue la primera conferencia presencial sobre inclusión de personas con discapacidad que se llevó a cabo en la región de Asia-Pacífico (APAC). Durante dos días, la conferencia reunió en Tokio a ejecutivos, diplomáticos y directores de RR.HH. Los paneles y talleres abordaron cómo las empresas pueden reducir de forma proactiva las barreras sistémicas, por ejemplo, brindando adaptaciones en el lugar de trabajo y posibilitando el progreso profesional, además de fomentar una cultura en la que las personas con discapacidad puedan desarrollarse. La conferencia ayudó a replantear el tema central y pasar de hablar sobre cupos y mandatos a reafirmar la necesidad empresarial de la inclusión de personas con discapacidad.



En Brasil, Prep Tech_Afro potenció el talento de ingenieros de software afrodescendientes.



Con nuestro socio de larga data Disability:IN, realizamos la primera conferencia presencial de inclusión para personas con discapacidad en la región de Asia-Pacífico (APAC).

Ching-Shiuan Jiang

asesora principal en
inclusión con personas
con discapacidad en
Disability:IN, APAC

Fue una semana llena de conversaciones inolvidables, aprendizajes de líderes y profesionales con discapacidades, y momentos emotivos en la lucha por lograr lugares de trabajo y futuros más inclusivos. Estoy muy emocionada y tengo energías para seguir impulsando el trabajo.



Claro que, para que un entorno de contratación sea realmente accesible, el trabajo comienza mucho antes de que una persona se postule. Los gerentes de Google en APAC adquirieron conocimientos sobre la contratación y la gestión de personas con discapacidad a través de cursos como Aspectos básicos de la discapacidad para gerentes y Contratación inclusiva de candidatos con discapacidad. Los líderes y gerentes también apoyaron la inclusión de personas con discapacidad en las estrategias de las sedes, patrocinando y ampliando programas de captación de talentos como gReach, que proporciona capacitación remunerada en el puesto de trabajo a aprendices con discapacidad. Funciona desde 2020 en Corea y Japón, y se expandió a Taiwán y China continental desde entonces.

De manera similar, en Alemania, los reclutadores se asociaron con MyAbility, una organización que brinda apoyo y orientación a estudiantes y recién graduados con discapacidad que buscan ingresar al mercado laboral. El equipo organizó un exitoso taller sobre currículos con candidatos de MyAbility como parte de una serie de colaboraciones que los ayudarán a prepararse para el proceso de entrevistas en Google.

Como parte de nuestro compromiso permanente de aumentar la representación de las mujeres en el área de tecnología, Google se asoció en Polonia con la Perspektywy Women in Tech Summit, la conferencia más grande de Europa para mujeres en los campos de la ciencia, la tecnología y la TI. El evento atrajo a 11,200 participantes, y nosotros interactuamos con 3 veces más personas que expresaron su interés en trabajar en Google que en la edición de 2022 de la cumbre. En Rumania, creamos un programa de capacitación de seis meses para ingenieras.

Las participantes trabajaron con un coach y su cohorte para alcanzar un objetivo ambicioso y, en 2023, apoyamos a varias ingenieras en el inicio de su carrera profesional a través del programa. En Ghana, recibimos a nuestra tercera cohorte de residentes con nuestro programa Research AI Residency, diseñado para impulsar carreras de investigación en el área de tecnología. Nuestra inversión llega hasta lo más profundo del sistema universitario de África a través del otorgamiento de becas y acuerdos de investigación con cinco instituciones educativas.

Retención

Reforzamos las redes de apoyo para todo el personal.

Para diseñar tecnología que beneficie a todos, los Googlers necesitan sentirse cómodos para innovar, crear y dar lo mejor de ellos. En 2023, mantuvimos nuestro compromiso de priorizar el sentido de pertenencia en todos los equipos de Google y ampliamos una de nuestras iniciativas de retención de personal más eficaces: Stay and Thrive.

Lanzado en EE.UU. en 2019, Stay and Thrive es un programa formal y estructurado de orientación y apoyo centrado en retener a Googlers de diversos orígenes. El programa proporciona orientación y apoyo 1:1 de forma directa para ayudar a que las personas prosperen en Google.

La expansión de Stay and Thrive a mercados selectos de Europa, Oriente Medio y África (EMEA) brindó la oportunidad de probar nuevas tácticas de captación.



La orientación del programa Stay and Thrive fue fundamental a la hora de abordar conversaciones difíciles y fomentar una relación más sólida con mi superior. Me dio la confianza y las herramientas que necesitaba para adoptar un enfoque proactivo de mi desarrollo profesional.

Lerato S.

gerenta de Marketing de Producto



Nuestro trabajo para aumentar la representación en todos los niveles de Google continuó en 2023 ampliando globalmente los programas Pathways to Sponsorship. Emparejamos a más de 500 Googlers con patrocinadores VP y directores para ayudar a forjar relaciones que apoyen el crecimiento profesional y el desarrollo de Googlers talentosos de diferentes orígenes. Basándonos en la alta satisfacción de las cohortes anteriores con el programa, ahora queremos ampliar el acceso a los recursos del programa para todos los Googlers.

En EMEA, celebramos Turning Point 2023, una cumbre emblemática para pasantes y Googlers afrodescendientes+. Con más de 200 inscripciones, el evento fomentó el empoderamiento, la conexión y el diálogo, y cerca del 80% de los encuestados manifestaron sentirse más orgullosos de trabajar en Google, lo que supone un fuerte respaldo al impacto del programa.

Durante todo nuestro trabajo para aumentar la representación, hemos aprendido la importancia de dar a los Googlers vías claras para compartir lo que piensan. Nuestros asesores de Respect@ atienden a los Googlers de todo el mundo que se enfrenten a problemas laborales. En 2023, hicimos un esfuerzo coordinado para aumentar la representación entre nuestros asesores de Respect@, de modo que todos los Googlers sientan que pueden ser ellos mismos cuando utilicen estos valiosos recursos.



A lo largo de 2023, expandimos nuestras iniciativas de retención de mayor impacto a más regiones.

Beneficios que reconocen a la persona en su totalidad.

A lo largo de los 25 años de historia de nuestra empresa, hemos aprendido que las personas trabajan mejor cuando sienten que reciben apoyo más allá de las responsabilidades básicas de su puesto. En 2023, desarrollamos nuevas prestaciones de movilidad para cónyuges y parejas de militares estadounidenses. Cuando un empleado que cumple ciertos requisitos solicita un traslado o la modalidad de trabajo remoto debido a una reubicación por motivos militares de su cónyuge o pareja, sus superiores y equipos aprueban la solicitud de forma predeterminada. Eso se traduce en un mayor número de cónyuges y parejas de militares contratados en Google y, al mismo tiempo, en un verdadero respaldo al servicio que prestan sus seres queridos.

En Polonia, tuvimos el orgullo de obtener el reconocimiento de la Fundacja Mamo Pracuj, cuya certificación “Base de datos para padres” se concede a las empresas tras una serie de entrevistas individuales con sus empleados. El informe que publicó Mamo Pracuj concluye que los acuerdos laborales flexibles, las prestaciones, el acceso a la atención médica y la sólida comunidad de padres empleados de Google hacen que sea un lugar estupendo para ser padres trabajadores.

Parte de reconocer a una persona en su totalidad consiste en apreciar los retos que enfrentó en su camino hasta llegar a Google. Según el Legal Defense Fund, en Estados Unidos hay 1.7 billones de dólares de deuda en préstamos estudiantiles, y esa carga recae desproporcionadamente sobre las personas de color, con implicaciones a largo plazo que dificultan su capacidad para generar riqueza y mantenerla.

Por ese motivo, ofrecemos el programa Student Loan Repayment Match (Igualación de pago de préstamos estudiantiles), disponible para todos los Googlers de EE.UU. y el Reino Unido. Desde su creación en 2022, el programa ha igualado millones de pagos de préstamos, lo que ayuda a aliviar la carga de la deuda de los préstamos estudiantiles.

Creamos un lugar de trabajo acogedor.

Buscamos crear un lugar de trabajo que responda a las necesidades de todos los Googlers, porque un entorno laboral cómodo es esencial para tener un gran desempeño. Para garantizar que los Googlers neurodiversos y con capacidades diferentes dispongan de un entorno laboral acogedor y comprensivo, en 2023, mejoramos la accesibilidad de los espacios de trabajo en muchas instalaciones de todo el mundo.

En Madrid, instalamos planos en braille, mapas señalizados y bucles de inducción para facilitar la orientación en las áreas comunes. La oficina dispone de una selección de salas de reuniones con mobiliario 100% suelto, que permite a los usuarios con distintas capacidades físicas configurar los espacios de la forma que los ayude a trabajar con mayor eficacia. También pusimos en marcha salas de descanso y cestas con objetos para ayudar a la estimulación. En conjunto, este trabajo recibió un Certificado de accesibilidad 5 Estrellas de AIS, una organización que reconoce los más altos estándares de accesibilidad en España, y fuimos finalistas para el reconocimiento del premio.



En 2023, mejoramos la accesibilidad de los espacios de trabajo en muchas instalaciones de todo el mundo.

En las sedes de América Latina y Asia, completamos evaluaciones de accesibilidad, un paso fundamental para comprender las necesidades específicas de acceso a nivel comunitario. Recibimos la acreditación de Singapore Enabling Mark, un marco a nivel nacional que evalúa y compara a las organizaciones en sus esfuerzos por abordar la discapacidad desde una perspectiva inclusiva, lo que garantiza que se sigue apoyando al personal diverso en nuestra oficina de Singapur.

Una cultura en la que todos los Googlers pueden ser ellos mismos.

Celebrar lo que hace únicos a los Googlers nos ayuda a generar un sentido de pertenencia en nuestra empresa. Nuestro equipo de Dublín organizó el Festival de la Diversidad, que fomentó el diálogo a través de la participación de varios oradores, una feria para inscribirse en el grupo de recursos de empleados, charlas informales y visitas guiadas. El festival fue un éxito rotundo que reunió a más de 3,000 asistentes de toda nuestra sede de Dublín.



En el Festival de la Diversidad de nuestra sede de Dublín, se celebró lo que hace únicos a los Googlers.



Los oradores invitados compartieron historias inspiradoras y conmovedoras durante el Festival de la Diversidad en nuestra sede de Dublín.

Participante del Festival de la Diversidad de Google, Dublín

Fue una charla muy inspiradora. Los oradores fueron muy abiertos, honestos y mostraron su lado vulnerable cuando describían situaciones en las que fueron víctimas del sesgo, además de compartir formas para romper barreras.



Gracias a nuestra colaboración durante tantos años con el Sydney Gay and Lesbian Mardi Gras, nos convertimos en uno de los mayores socios del WorldPride 2023, con más de 70 Googlers que marcharon entre los 12,500 participantes del desfile y difundieron un mensaje claro y optimista sobre la inclusión y la solidaridad. Además de nuestra participación en el WorldPride, lanzamos una campaña de redes sociales y correos electrónicos segmentados denominada Finding Pride (Búsqueda del orgullo) para informar a los negocios sobre la posibilidad de mostrar el atributo “Amigable con LGBTQ+” en sus Perfiles de Negocio de Google. Miles de negocios de toda Australia actualizaron sus perfiles con el atributo durante el WorldPride y, para fin de año, decenas de miles lo habían hecho.



Miles de empresas de Australia actualizaron sus perfiles con el atributo “Amigable con LGBTQ+” durante WorldPride.

Como parte de nuestro compromiso por crear espacios de trabajo acogedores, nuestros campus de Zúrich instalaron estaciones permanentes de ablución cerca de salas de meditación y rezo para Googlers musulmanes, así como una sucá para Googlers judíos (con un espacio para comer apropiado junto a una de nuestras cafeterías más grandes) con el objetivo de celebrar la fiesta de Sucot. En nuestras oficinas de Zúrich, también se llevó a cabo la Cumbre de Gerentes de Producto de EMEA, en la que nuestro grupo de solidaridad presentó “Practicing Consistent Allyship” (Práctica coherente de la solidaridad).

Capacitación

Queremos crear una infraestructura que apoye la diversidad de talentos.

Cuando los gerentes y los líderes sienten que tienen las habilidades necesarias para contratar y retener personal, toda nuestra organización se beneficia. En EE.UU., a raíz de un estudio de investigación realizado en 2022 en colaboración con la empresa de diseño IDEO, el equipo de Desarrollo y Aprendizaje Inclusivo de Google lanzó el taller “Multiplier Moments” (Momentos multiplicadores). El resultado de esa colaboración fue enriquecedor: se diseñó un marco de trabajo específico para Google que les permite a los gerentes y líderes reconocer, evaluar y abordar los momentos clave que pueden promover una cultura laboral positiva y acogedora. El programa, que se está ampliando a las regiones de APAC y EMEA, llegará a unos 10,000 gerentes y líderes en 2024.

Además de los programas como Multiplier Moments, mejoramos las capacitaciones específicas para centros locales. Estas sesiones ayudan a trasladar el aprendizaje a la práctica, lo que refuerza la cultura de pertenencia de Google en todos los niveles. Un buen ejemplo de ello tuvo lugar en Brasil donde, de la mano de la Dra. Jaqueline Conceição, fundadora del Coletivo Di Jeje, llevamos a cabo la Jornada Ifá en portugués de Brasil. El objetivo fue generar conciencia y promover la solidaridad entre los Googlers de la nación más grande de Sudamérica.

Mientras tanto, por tercer año consecutivo, nuestro equipo de Corea celebró el Día del Aprendizaje sobre DEI, en el que los Googlers participaron en sesiones y debates en pequeños grupos en torno a los sesgos y la inclusión de la discapacidad, dos áreas de interés clave para Google en ese país. De forma similar, en Australia, realizamos sesiones de capacitación sobre la concientización cultural para aumentar la comprensión, el valor y el reconocimiento de las culturas, las historias, el conocimiento y los derechos de los aborígenes y los isleños del estrecho de Torres.

Nuestra oficina de Taiwán celebró un evento abierto al público para socios de Recursos Humanos de varias empresas taiwanesas. Los participantes tuvieron conversaciones directas con voluntarios y líderes de equipo de Google, y pudieron escuchar a distintos Googlers que ofrecieron una mirada en primera persona sobre cómo Google incorpora la pertenencia a su cultura.



En nuestra sede de Taiwán, recibimos a socios de Recursos Humanos de varias empresas Taiwanesas para que aprendieran cómo Google genera un sentido de pertenencia.

Compromisos en el Lugar de Trabajo

Desde septiembre de 2020, hemos implementado más de 50 nuevos compromisos relacionados con nuestros lugares de trabajo que se basan en cinco Principios rectores: equidad y consistencia, compromiso, cuidado, transparencia y responsabilidad. Los Principios rectores y las mejoras en el lugar de trabajo reflejan nuestro compromiso permanente de prohibir y abordar eficazmente el hostigamiento, la discriminación, las represalias y otras conductas inapropiadas. Estos principios forman parte de nuestras iniciativas para mejorar la diversidad, la equidad y la inclusión en Google y Alphabet.

El Consejo Asesor de Diversidad, Equidad e Inclusión de Alphabet continúa brindando supervisión y asesoría fundamentales en relación con las mejoras en las operaciones de nuestro lugar de trabajo. Algunos miembros del Consejo son Fiona Cicconi (vicepresidenta sénior de Recursos Humanos y directora de Personal), Jen Fitzpatrick (vicepresidenta sénior de Experiencias y Sistemas Básicos), Kent Walker (presidente de Asuntos Globales y director de Asuntos Legales de Alphabet y Google), Melonie Parker (directora de Diversidad) y tres miembros externos a Alphabet (Fred Alvarez, Grace Speights y la jueza retirada Nancy Gertner), que ofrecen su experiencia y prácticas recomendadas en torno a la diversidad, la equidad y la inclusión, así como a la prevención y el tratamiento de casos de hostigamiento sexual.

A pesar de que las mejoras principales comenzaron a implementarse durante el primer trimestre de 2022, nuestro trabajo continúa. Con la ayuda del Consejo Asesor de DEI, realizamos auditorías anuales para garantizar que nuestros compromisos en el lugar de trabajo funcionen eficazmente y según lo previsto.

A medida que nuestros procesos subyacentes cambian (como los procesos de administración del rendimiento y de ascensos), nos aseguramos de cumplir con nuestros compromisos en el lugar de trabajo, haciendo ajustes oportunos y necesarios. Además, seguimos evaluando si hay mejoras adicionales que deberíamos realizar para seguir garantizando un programa sano y efectivo. Seguimos enfocados en aplicar de forma justa y coherente nuestras políticas y procesos actualizados en materia de conducta inapropiada, así como en garantizar que nuestros equipos directivos cumplan con los estándares más rigurosos, entre otros aspectos, a través de procesos adecuados de derivación y supervisión de las investigaciones de conducta indebida.

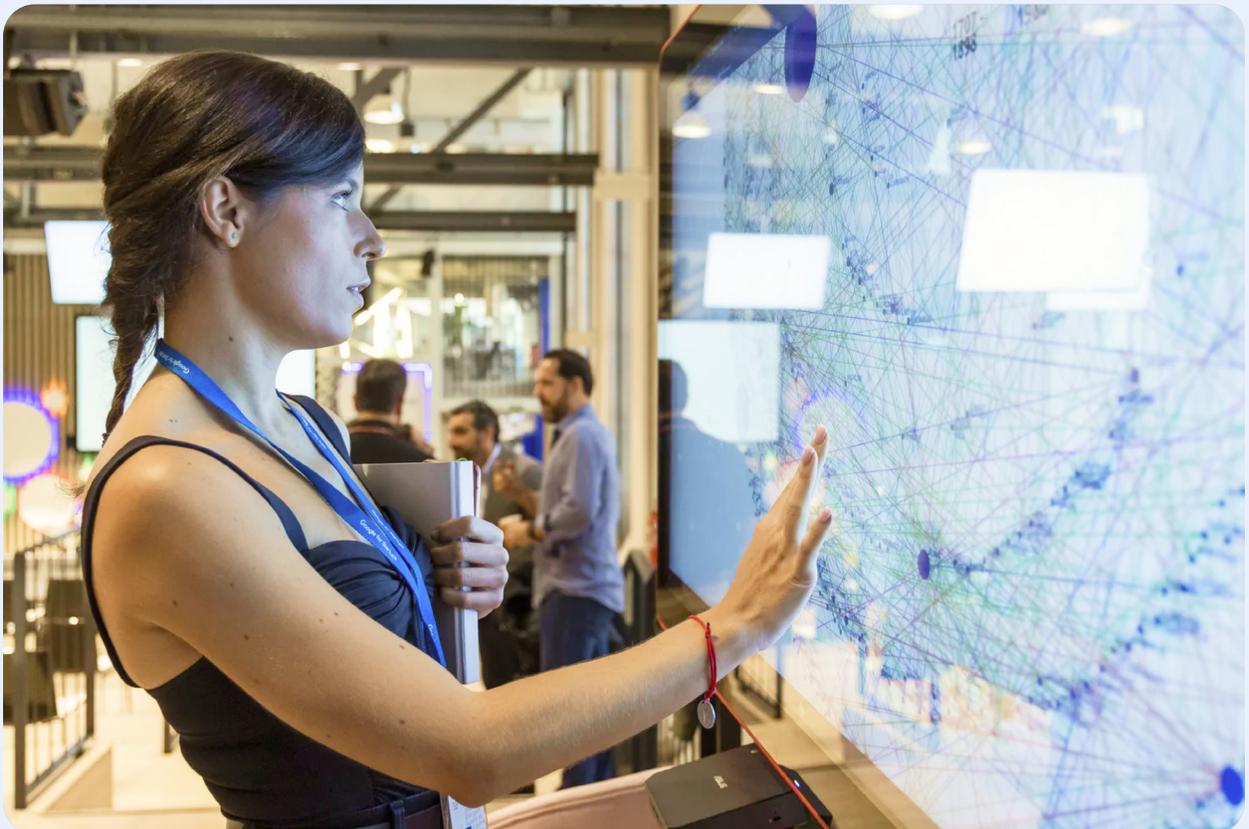
Nuestros Principios rectores siguen siendo la base de nuestro trabajo, y mantenemos nuestro compromiso de seguir progresando en este ámbito.



Estos principios forman una parte importante de nuestras iniciativas para mejorar la diversidad, la equidad y la inclusión en Google y Alphabet.

Nuestra Tecnología

Creamos productos
innovadores que
reflejan nuestro mundo.



Nuestra Tecnología



Priorizamos la tecnología que garantizaba de forma más profunda y coherente que las personas tuvieran lo que necesitaban para prosperar.

Creamos productos innovadores que reflejan nuestro mundo.

Durante 2023, lanzamos varias funciones y actualizaciones para que nuestros productos sean más útiles para más personas. A lo largo del camino, hemos recurrido a una variedad más amplia de perspectivas de desarrollo, al tiempo que realizamos investigaciones y aplicamos lo aprendido para proponer enfoques que ayuden a garantizar la igualdad en las revisiones de código.

Abordamos los obstáculos de la salud física y mental.

Junto con nuestros socios, hemos sido pioneros en innovaciones positivas que pueden salvar vidas. Entre ellas, se encuentra un sistema basado en Inteligencia Artificial que se integra en los flujos de trabajo del cribado de cáncer de mama para ayudar a los radiólogos a identificar este tipo de cáncer con mayor anticipación, lo que puede marcar una gran diferencia para los pacientes. Nuestra investigación publicada también demuestra que la tecnología disminuye la prevalencia tanto de falsos positivos como de falsos negativos, lo que ayuda a los radiólogos a diagnosticar con mayor coherencia.

Sin embargo, su eficacia diagnóstica es solo parte de la noticia. La densidad mamaria varía según el origen étnico, por lo que contar con datos de entrenamiento más amplios puede generar una mayor eficacia. Por ese motivo, nos asociamos con investigadores de todo el mundo para crear conjuntos de datos representativos. Convocamos un Foro de Participación Pública (un grupo que informa y asesora sobre cómo diseñamos, probamos y aplicamos la IA a las mamografías) que refleja de forma significativa esas diferencias de origen étnico.



Ayudamos a los radiólogos a detectar el cáncer de mama con mayor anticipación y precisión.



Nos asociamos con investigadores de todo el mundo para crear conjuntos de datos representativos.

**Della Ogunleye
(1961–2023)**

asesora de Participación
Pública, proyecto de IA
sobre cáncer de mama de
Google Health

Me detectaron cáncer en etapa avanzada. Tuve que someterme a una mastectomía. Por eso me uní al Foro de participación pública: para representar la voz de los pacientes y preguntar: ‘¿Cómo se compara esta experiencia de IA con la mía?’ o ‘¿Esto puede detectar el cáncer antes, para que no tenga tiempo de expandirse?’. Creo que de eso trata este proyecto: de mejorar mucho la situación de los pacientes.



Con una inversión de USD 1.5 millones y 18 miembros de Google.org Fellowship (incluidos varios miembros de nuestro grupo de recursos de empleados veteranos, o VetNet), colaboramos con ReflexAI para crear HomeTeam, un programa educativo interactivo y en línea que proporciona a los veteranos militares habilidades para mantener conversaciones significativas en las que puedan abordar temas de salud mental. El equipo recopiló estadísticas de más de 600 miembros de las fuerzas armadas de EE.UU. de distintos orígenes y ramas militares, y descubrió que más del 92% quería ayudar a sus compañeros con relación a temas de salud mental, pero solo el 25% se sentía preparado para hacerlo. A partir de esas estadísticas, ReflexAI creó una herramienta con módulos educativos prácticos que reducen el estigma de la salud mental. Aprovechando un simulador de chat que complementa los módulos, los usuarios pueden practicar conversaciones sobre salud mental en un entorno confidencial y de bajo riesgo antes de mantener conversaciones reales con otros veteranos.



Miembros de nuestro grupo de recursos de empleados veteranos (VetNet) colaboraron con ReflexAI para crear HomeTeam.

Nuestro Centro de Descubrimiento de la Accesibilidad (ADC) de Londres, inaugurado en diciembre de 2022, impulsó una importante innovación en productos durante 2023. Creado para colaborar con personas con discapacidad, codiseñar con ellas y aprender de ellas, el centro contribuyó al desarrollo de la Lupa del Pixel 8 y Google Lookout, además de participar en investigaciones de Wear OS y Fitbit. En nuestras investigaciones, participaron reguladores gubernamentales, parlamentarios británicos, estudiantes de escuelas locales y cientos de clientes actuales y potenciales. Inauguraremos al menos cuatro nuevos ADC en la región durante 2024, incluido el primero en Dublín, y no vemos la hora de compartir las innovaciones que generen.



Continuamos colaborando y codiseñando con personas con discapacidad, y aprendiendo de ellas.

Herramientas que ayudan a las personas a relacionarse, a su manera, con el mundo.

Nuestros productos son más útiles cuando no solo satisfacen las necesidades de las personas, sino también sus preferencias. Reconociendo que las personas multilingües a menudo utilizan apps en diferentes idiomas, lanzamos el proyecto Panlingual para Android. Los usuarios pueden asignar idiomas específicos a apps individuales mientras mantienen el sistema de su teléfono en otro idioma. Si un usuario de Android utiliza diferentes idiomas para comunicarse con sus amigos en las redes sociales y chatear con sus compañeros de trabajo, las apps pueden reflejar esa preferencia.

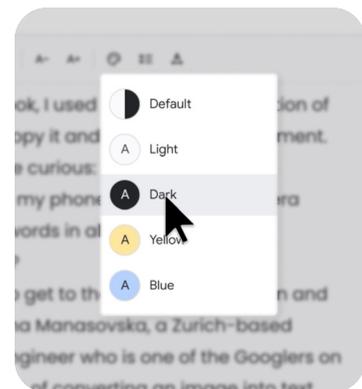
Para una mayor compatibilidad lingüística, agregamos 31 nuevos idiomas a Subtítulos en Meet, una función que proporciona subtítulos automáticos durante las reuniones. Además, agregamos 10 idiomas nuevos a nuestros subtítulos traducidos para las reuniones habladas en inglés. Asistente de Google posee dos nuevos estilos de habla: Indigo y Lime.



En Google, seguimos trabajando para hacer que nuestros productos sean más accesibles para más personas.

También colaboramos con organizaciones para diversificar mucho más el futuro de la tecnología de voz. Junto con el Indian Institute of Science (IISc), recopilamos datos anónimos del habla de los 773 distritos de la India para que cualquiera que cree tecnología lingüística pueda reflejar la forma en que los indios hablan sus lenguas locales. Del mismo modo, en EE.UU., recopilamos y transcribimos un conjunto de datos de prueba de inglés afroestadounidense vernáculo (AAVE) en colaboración con la Howard University y otras facultades y universidades históricamente negras (HBCU) para reducir las disparidades raciales en el reconocimiento de voz.

Y Chrome, la principal plataforma de lectura del mundo, se volvió más accesible con el Modo de lectura. En EE.UU., uno de cada cinco niños tiene una diferencia de aprendizaje y pensamiento, como dislexia y TDAH. En colaboración con Productos para Todos, el equipo de Chrome desarrolló esta función, que ayuda a mejorar la accesibilidad de una determinada página web reformateando el cuerpo del texto según las preferencias de fuente y espaciado del usuario. El Modo de lectura reduce los elementos que puedan distraer la atención en la pantalla, como imágenes o videos, para fomentar la concentración en el contenido principal de la página.



El Modo de lectura cambia el formato del texto según las preferencias del usuario.



Gracias al Modo de lectura, millones de niños con dislexia y otras diferencias de aprendizaje pueden leer más fácilmente. Además, proporciona a padres y educadores una herramienta útil para ayudar a los lectores con dificultades.

Nathan Friedman

Copresidente de Understood.org



Ayudamos a los consumidores a sentirse incluidos y reflejados.

Todos los días, millones de personas usan la Web para buscar cosas que necesitan. Sin embargo, es posible que no encuentren imágenes que reflejen la diversidad del mundo que las rodea. Basándonos en esta realidad y en nuestro trabajo previo con los Ajustes del tono de piel, cuyo objetivo es representar la variedad de tonos de piel que vemos en la sociedad, en junio lanzamos Ajustes de la textura del cabello (HTR) para la búsqueda con imágenes. HTR es parte de un compromiso continuo para impulsar una representación más auténtica en todos nuestros productos. Para búsquedas relacionadas con peinados, como “cabello corto” o “peinado de novia”, los usuarios ahora pueden elegir entre cuatro opciones de ajuste: lacio, ondulado, rizado y con bucles.

En EMEA, lanzamos un informe inédito sobre la accesibilidad digital de las mayores tiendas de comercio electrónico de Alemania. En colaboración con tres ONGs dedicadas al trabajo con personas con discapacidad y con apoyo del Gobierno, descubrimos que al 75% de los sitios web analizados les faltaban criterios de accesibilidad fundamentales. A partir de esos resultados, publicamos en canales sociales ocho videos educativos con estrategias para mejorar la accesibilidad de los sitios web. En la nueva versión del informe para 2024, se registrarán avances y se ofrecerá mayor orientación para las operaciones de las tiendas de comercio electrónico.



En colaboración con ONGs y socios gubernamentales de Alemania, publicamos estrategias para mejorar la accesibilidad de los sitios web.

Representación en canales de contenido.

Mantuvimos el compromiso de representar una variedad diversa de perspectivas a través de nuestros canales de contenido de interés potencial para nuestros públicos globales.

El equipo de YouTube Music introdujo un mecanismo de promoción de bibliotecas que aumenta la exposición de las campañas segmentadas. El lanzamiento de esta función aumentó las impresiones de las campañas en un 773%, sin ningún impacto medible en la capacidad de los usuarios para escuchar y descubrir música desde sus páginas principales.

Nos asociamos con 13 organizaciones sin fines de lucro de todo el mundo enfocadas en apps y juegos, e invertimos en ellas. Desde el lanzamiento de desafíos de juegos en África hasta capacitaciones de desarrollo de Android en Pakistán, nuestra programación apuntó a incentivar a desarrolladores de orígenes muy diversos para que crearan contenido en las plataformas de Android.

En Google TV, ofrecemos recursos sobre el Mes del Orgullo y la historia LGBTQ+. Y Play también presentó apps, juegos y libros para la comunidad LGBTQ+, incluidas apps como Spotify y Audible (que destacaron a artistas LGBTQ+ y sus historias), apps de salud mental como Headspace y Evolve, libros, colecciones de juegos y mucho más.



En Google TV, ofrecemos recursos sobre el Mes del Orgullo y la historia LGBTQ+.

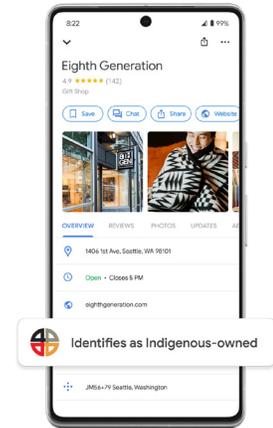
Empoderamos a las personas en el Googleverse.

Uno de los pilares de nuestra cultura es el diseño de herramientas que respalden a propietarios de empresas pequeñas. Para empresas pequeñas de todo el país, aparecer en la Búsqueda es un factor clave para potenciar su negocio. En 2023, Google trabajó para apoyar a las pequeñas empresas subrepresentadas de EE.UU. mejorando su visibilidad en Maps y la Búsqueda de Google, brindando acceso a capacitación en herramientas de Google y ofreciendo asistencia financiera directa. Además, para mejorar la visibilidad, lanzamos un nuevo atributo de indígenas en Google Business para que las personas encuentren y apoyen más fácilmente pequeñas empresas de indígenas a través de Maps y la Búsqueda de Google.

Un grupo de Googlers lanzó Project Nabi, un hackatón interno que invitó a personal de toda la empresa a contribuir con información sobre accesibilidad en Google Maps. El proyecto, que comenzó en APAC, se extendió por todo el mundo. Durante el desafío de dos meses, más de 300 Googlers de 13 países y 96 ciudades agregaron, verificaron y actualizaron más de 1,200 atributos de accesibilidad en Google Maps para indicar si los negocios tenían entradas, baños, asientos, estacionamiento, ascensor y otras facilidades accesibles para personas en silla de ruedas.



Project Nabi, un “hackathon” sobre accesibilidad que se inició en la región de APAC, se expandió por el mundo.



Trabajamos con empresas pequeñas y medianas de indígenas en EE.UU. para mejorar sus habilidades de comercio electrónico.

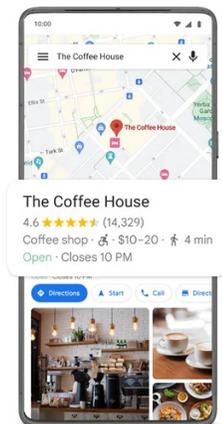
“Mi abuela de 75 años, que vive en la India, habla hindi con fluidez, pero no sabe leer ni escribir. Con Asistente de Google, puede realizar llamadas, escuchar rezos y mirar los programas que le gustan usando comandos por voz. Además, gracias a la función de lectura de artículos en voz alta que incluye Asistente, está aprendiendo a leer y escribir en hindi. Para Google, esta podría ser solo una de millones de historias, pero el impacto que Asistente tiene en la vida de mi abuela es indescriptible”.

– Shalini N., ingeniera de software

Este trabajo complementó otra innovación de Maps, en la que hicimos más visible el ícono de “accesible para personas en silla de ruedas” en más de 40 millones de ubicaciones. Los usuarios de Maps ahora pueden consultar sobre la disponibilidad de bucles magnéticos o asientos, baños y estacionamiento accesibles para personas en silla de ruedas en la pestaña Información.

Diseñamos en conjunto con las comunidades.

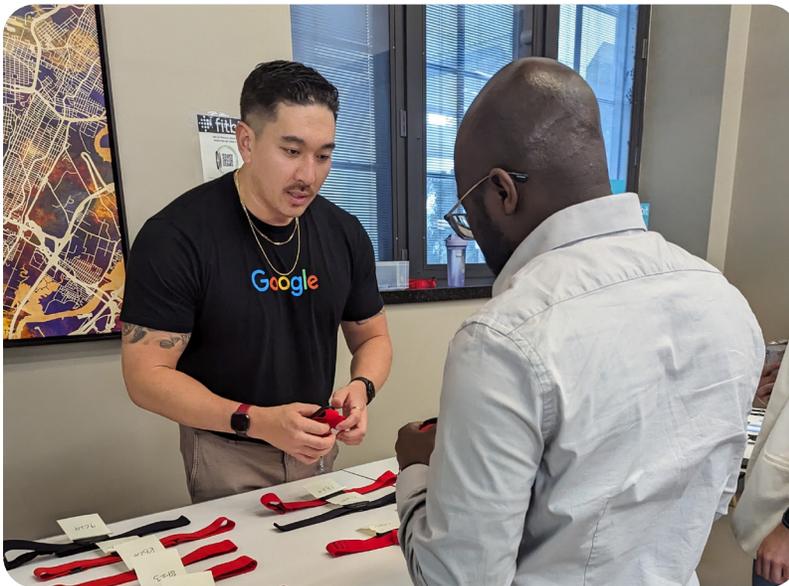
Para satisfacer las necesidades de una amplia variedad de públicos, trabajamos en conjunto con diversas comunidades que utilizan nuestra tecnología y nos comparten lo que realmente funciona. Organizamos eventos para establecer una conexión directa con líderes, investigadores y científicos que desarrollan productos wearables y de salud.



Hicimos más visible el ícono de “accesible para personas en silla de ruedas” en más de 40 millones de ubicaciones.

Los asistentes brindaron comentarios a través de demostraciones interactivas en laboratorios de investigación y participaron activamente en evaluaciones de precisión de la frecuencia cardíaca, seguimiento del movimiento y otras demostraciones que influyen en el funcionamiento de nuestros productos. Durante las numerosas fases de investigación, el equipo de Investigación sobre la Salud de los Consumidores trabajó dentro de las limitaciones técnicas y de la industria actuales para brindarles a Fitbit y Pixel Watch flujos de incorporación más inclusivos que implementan lo aprendido durante esas iniciativas.

Nuestro equipo de Wear OS está comprometido a hacer que nuestros productos wearables sean más útiles para las personas trans, intersexuales y de género no conforme, y creamos un flujo de incorporación para Fitbit y Pixel Watch que incluye todos los géneros.



Los comentarios que recibimos durante eventos de demostración definieron la forma en que funcionan nuestros productos.

También seguimos creando formas innovadoras de reflejar la igualdad de género en los deportes. En los cuadros de información ubicados en la parte superior de las páginas de resultados de la Búsqueda de Google, expandimos la cobertura de competencias femeninas para incluir más de 380 ligas. Además, mejoramos nuestra comprensión de las búsquedas de género ambiguo y facilitamos el cambio entre resultados de torneos deportivos masculinos y femeninos.

Realizamos investigaciones orientadas a las personas para crear mejores productos.

Seguimos realizando trabajo interno y financiando investigación vital para crear productos que funcionen para todos nuestros usuarios.

Para compartir las prácticas recomendadas sobre cómo fomentar la creatividad en una variedad de perspectivas y orígenes, entrevistamos a ingenieros de diversos equipos de Google. Cuando analizamos las entrevistas, detectamos enfoques similares para reclutar, contratar y generar un entorno constructivo, todo lo cual contribuye a crear un ciclo de retroalimentación productivo para los ingenieros de software. Por ejemplo, los equipos de alto rendimiento garantizaban que el trabajo se repartiera de forma equitativa entre los miembros y evitaban encasillar a las personas en puestos específicos. Este análisis también complementó el trabajo que emprendimos en 2022 (y que refinamos en 2023) sobre la implementación de revisiones de código anónimas. Estas revisiones anónimas ahora se implementaron como práctica recomendada en la documentación interna y, en algunos casos, son el tipo de revisión predeterminada.

Nos comprometemos a aplicar los aprendizajes de algunas de las investigaciones más rigurosas del campo. El método GenderMag ayuda a identificar y abordar las barreras de usabilidad del software que tienen más probabilidades de afectar a un género. Al combinar datos de género autodeclarados por decenas de miles de usuarios con datos de registros de software recopilados a lo largo de cinco años, demostramos a nivel cuantitativo que GenderMag ayudó a que un producto de Google identificará correctamente que la visibilidad como brecha de usabilidad tenía más probabilidades de afectar a las mujeres que a los hombres. Además, permitió reducir esa barrera 2.4 veces.

También nos enfocamos en proyectos a nivel local. Por ejemplo, DataKind (una organización sin fines de lucro que usa la ciencia de datos y la IA para mejorar las capacidades de organizaciones con impacto social) colaboró con el John Jay College de Nueva York para crear y mantener una herramienta predictiva anonimizada que identifica estudiantes con mayor riesgo de abandono. Gracias a ella, se logró aumentar la tasa de graduación de los estudiantes de último año del 54% al 86% en solo dos años a través de asistencia específica. Esta herramienta se pudo crear en parte gracias a la inversión de USD 1.8 millones de Google.org. Ya se expandió para incluir el apoyo a estudiantes de transferencia en riesgo de no graduarse y se está ampliando a otras instituciones de todo el país.

Nuestras Asociaciones

Ampliamos las oportunidades en todo el mundo.



Nuestras Asociaciones



Destinamos inversiones y forjamos asociaciones para impulsar el acceso a la educación, la economía y la salud.

Ampliamos las oportunidades en todo el mundo.

También estamos trabajando con un ecosistema de socios para generar un sentido de pertenencia y ampliar el acceso a la enseñanza de tecnología, ayudar a los veteranos con los próximos pasos de sus carreras profesionales, expandir las oportunidades en la industria tecnológica para las mujeres, aumentar la comunicación internacional y mucho más.

Mejoramos el acceso a la educación tecnológica.

La tecnología es útil de forma generalizada cuando todos pueden aprovecharla, y garantizar el acceso a ella es la base de nuestro trabajo. En 2023, empoderamos a una generación nueva de innovadores tecnológicos fomentando rutas de aprendizaje equitativas en educación informática y habilidades digitales. Para respaldar este esfuerzo, invertimos más de USD 7 millones en organizaciones sin fines de lucro que apoyan la ampliación del acceso a la enseñanza de Informática. También reforzamos iniciativas comprobadas como Blockly (el editor visual que impulsa proyectos educativos de programación en todo el mundo), Code Next (el programa gratuito de educación que fomenta el talento en Informática subpresentado en escuelas secundarias) y CS First (el plan de estudios gratuito de Informática que ayuda a los estudiantes a interesarse en la programación).



Invertimos para aumentar el acceso y la participación de estudiantes indígenas en educación informática.

Como parte del Mes de la Herencia Indígena Estadounidense, anunciamos un financiamiento de más de USD 180,000 adicionales para la University of Minnesota, la Arizona State University (ASU) y la American Indian Science and Engineering Society (AISES), con el objetivo de aumentar el acceso a la enseñanza de Informática y la participación en ella para estudiantes indígenas de preescolar a bachillerato y educación superior.

En EE.UU., nuestro subsidio de USD 300,000 a Last Mile Education Fund tuvo un gran impacto educativo que ayudó a los estudiantes universitarios de Informática con menos ingresos de comunidades subrepresentadas. En 2023, el fondo otorgó subsidios individuales para respaldar la educación de 23 estudiantes.

Fuera de EE.UU., lanzamos Project Jetpack, un programa de capacitación que ofrece oportunidades profesionales digitales a personas con discapacidades en Filipinas. Aproximadamente el 80% de la cohorte asistió con regularidad a las sesiones, y los comentarios fueron positivos de forma casi unánime.

Para generar un impacto duradero, nos asociamos con Gobiernos para aumentar el acceso a capacitación vital en herramientas digitales. En Perú, lanzamos la “Plataforma Nacional de Talento Digital”, una plataforma de capacitación que mejora las habilidades en Google Cloud de estudiantes y profesores de todo el país. Del mismo modo, nos asociamos con el Gobierno de Colombia para lanzar “Fundamentos de Nube”, un curso digital que ofrece capacitación de Google Cloud a más colombianos.



El apoyo al Last Mile Education Fund fue uno de los puntos destacados de nuestros esfuerzos en materia de educación informática de 2023.

Ayudamos a los veteranos a dar el siguiente paso.

Los veteranos aportan una gran cantidad de talento y habilidades a las empresas que los contratan. Nuestra apreciación de este hecho es un gran motivo por el que, en 2023, Forbes nombró a Google el 5º Mejor Empleador de Veteranos en Estados Unidos. También es una de las razones principales por las que apoyamos las oportunidades (a menudo encabezadas por nuestro propio grupo de recursos de empleados veteranos) para proporcionar herramientas y capacitación a comunidades afiliadas con las fuerzas armadas.

VetNet organizó su tercera “Career Week” anual, un evento virtual de tres días que ofreció a los veteranos de EE.UU., cónyuges de militares y miembros del servicio militar herramientas esenciales, apoyo y asesoramiento para potenciar sus carreras profesionales. Tuvimos el honor de agregar apoyo profesional a personas desplazadas por las guerras de Afganistán y Ucrania, en colaboración con Welcome.US, que empodera a estadounidenses para que acojan a nuevos refugiados. Casi 4,000 registrantes participaron en varias sesiones de desarrollo profesional durante toda la semana, y cerca de 1,700 voluntarios de Google hicieron aproximadamente 2,000 revisiones 1:1 de currículums a la comunidad militar y a refugiados de Ucrania y Afganistán.

También recibimos a 56 militares como parte del programa SkillBridge en 2023. Los becarios participaron en muchas áreas de producto de Google, como Cloud, Google Public Sector, Research y AI, Marketing, etc. Además, nos asociamos con la iniciativa Career Forward, en la que 3,330 participantes interactuaron con expertos de Google de todas las áreas, como diseño de UX, TI y gestión de proyectos.



En la programación de la “Career Week” de VetNet, se presentaron oradores invitados y se ofrecieron herramientas esenciales, asesoramiento y apoyo.

Apoyamos a las mujeres y niñas en CTIM.

Históricamente, las mujeres han estado subrepresentadas en carreras relacionadas con la tecnología, incluso aquí en Google. Teniendo eso en cuenta, expandimos Mind the Gap, nuestro programa global de difusión que incentiva a niñas y mujeres a seguir profesiones relacionadas con la tecnología.

Ahora el programa llega a 23 países, incluido Ghana, en donde recibimos a más de 200 estudiantes de la región de Gran Accra en nuestro popular evento, y más de 50 de ellas fueron a nuestras oficinas. Para reducir la brecha de acceso a CTIM de las niñas y mujeres coreanas, invitamos a 22 estudiantes y profesoras de la Busan Hyehwa High School a nuestro campus. Junto a nuestra ONG socia Adfaber, la iniciativa Mind the Gap en Rumania llegó a 200 niñas en 2023, un gran aumento en comparación con las 70 del año anterior. En Tokio, recibimos a 19 grupos escolares en la oficina de Google y llegamos a más de 800 mujeres y niñas. Visitas como estas desmitifican el trabajo y la vida de los ingenieros en software para las jóvenes interesadas en profesiones relacionadas con CTIM. Por primera vez en Japón, lanzamos Mind the Gap for Teachers, un programa que ayuda a educadores a convertirse en grandes aliados de estudiantes mujeres que quieren seguir una profesión en la industria de la tecnología.



Como parte de nuestra expansión de Mind the Gap, recibimos a más de 200 estudiantes de la región de Gran Accra de Ghana.

En EE.UU., Google.org proporcionó al Spelman College un subsidio de USD 5 millones y un equipo de 18 miembros de Google.org Fellowship y voluntarios para ayudar a crear una plataforma digital dedicada a destacar los logros de mujeres afrodescendientes en CTIM. Los miembros de Google.org Fellowship agregaron a Data Commons 21,000 nuevos datos, que abarcan desde 2003 hasta 2021. Investigadores y legisladores ahora pueden combinar esos datos nuevos con más de tres mil millones de datos adicionales de Data Commons para obtener nuevas estadísticas.

Para fomentar el interés de las niñas de Sudáfrica en las carreras profesionales relacionadas con CTIM, Google se asoció con Cape Town Science Centre para organizar talleres de CTIM interactivos y prácticos. Los talleres se llevaron a cabo en el Día Internacional de la Niña y alcanzaron a cerca de 80 estudiantes de entre 10 y 13 años, tanto de Ciudad del Cabo como de áreas rurales.

Un paso fundamental para aumentar la representación de mujeres en los campos de CTIM es ofrecer capacitación y mentoría. Por ejemplo, en Türkiye, colaboramos con UP School para brindar la capacitación Associate Cloud Engineer de Google a 51 mujeres de 37 universidades provenientes de 20 ciudades del país. Esta iniciativa benefició tanto a Google como a la industria en general de EMEA. En los próximos meses, intensificaremos estos esfuerzos para diseñar un programa de mentoría de Googlers para graduadas que les permita recibir asesoramiento continuo en sus carreras profesionales.



Seguimos trabajando para cerrar la brecha de género en CTIM para niñas en la región de África subsahariana.



En Türkiye, colaboramos con UP School para brindar capacitación en ingeniería de la nube a 51 mujeres de 37 universidades.



Agradecemos la generosa contribución de Google.org, que nos permitirá continuar con el legado de Spelman de reconocimiento y promoción de las contribuciones de mujeres de color en CTIM. Muchas mujeres afrodescendientes ocupan puestos esenciales en diversas disciplinas científicas. Poder documentar con eficacia esos esfuerzos fortalecerá nuestra capacidad de elevar y reconocer sus voces, investigaciones y experiencias interseccionales.

Helene D. Gayle, médica, máster en Salud Pública
Presidenta, Spelman College



Al inicio del Mes de la Herencia Hispana en EE.UU., Crece con Google anunció un subsidio de USD 150,000 para expandir Technolochicas, una iniciativa que ha beneficiado a cerca de 20,000 niñas desde su lanzamiento en México en 2021. Esta inversión ayuda a brindar mentoría y capacitaciones en desarrollo web, diseño de aplicaciones y robótica a 1,000 niñas latinas en Houston, Chicago y Los Ángeles. El evento de lanzamiento, realizado en Houston, reunió a voluntarios de Google, mentores universitarios, educadores, miembros de familias y socios de la industria de la NASA y Univision.

Nuestro informe de investigación “Breaking Barriers: Why Girls Don’t Choose Computer Science in Europe” identificó seis obstáculos que impiden que las niñas emprendan carreras profesionales relacionadas con la Informática. En ese informe, se detallan varias recomendaciones para combatir estos obstáculos y alentar el interés en ese campo.



Ayudamos a educadores a convertirse en grandes aliados de mujeres y niñas que quieren seguir una profesión en la industria de la tecnología.



El propósito de nuestra sociedad con el Cape Town Science Centre es inspirar a la nueva generación de innovadores del campo de la tecnología.

Theresa Ely-Felino

Gerenta de Programación
y Robótica, Cape Town
Science Centre

Es esencial hacer un esfuerzo consciente para darles a las niñas sudafricanas las oportunidades y el apoyo que necesitan para desarrollar el interés en CTIM y estudiar carreras relacionadas. En particular, nos entusiasma la asociación entre Cape Town Science Centre y Google, ya que representa un paso promisorio hacia la igualdad en el ámbito de CTIM.



Nos comprometemos con la inclusión de proveedores.

En 2023 y a nivel mundial, Google gastó más de USD 2,000 millones en productos y servicios de empresas que pertenecen a personas de grupos subrepresentados. Eso nos ayuda a llegar a un conjunto más amplio de proveedores de todo el mundo y a ofrecer mejores productos y servicios a los Googlers y a nuestros usuarios.

En Australia, ampliamos nuestro alcance en relación con los proveedores aborígenes y de las islas del estrecho de Torres con eventos realizados en Sidney, que incluyeron una conferencia corporativa y el patrocinio de la feria de comercio y gala Connect de Supply Nation. Este trabajo surgió directamente del Reconciliation Action Plan (RAP) más reciente de Google, que es parte de nuestro compromiso por crear un futuro digital inclusivo y consolidado para nuestros equipos de Australia.

Establecemos vínculos con personas de todas las edades.

La tecnología es sumamente importante para fomentar la estabilidad económica y de las comunidades, incluso para los adultos mayores. En 2022, Google.org otorgó un subsidio de USD 10 millones a la fundación AARP y a su organización de impacto social Older Adults Technology Services (OATS), que ayudó a proporcionar capacitación en habilidades digitales, en colaboración con más de 120 organizaciones, a miles de adultos mayores en 2023, lo que superó nuestro objetivo de 2022.

Un claro complemento de este trabajo es nuestro apoyo continuo a uno de los primeros beneficiarios de Google Ad Grants, Elder Wisdom Circle, que empareja a jóvenes que buscan consejos con una red de adultos mayores que ofrecen orientación y apoyo. En la última década, Google Ad Grants ayudó a más de 500,000 personas a conectarse con Elder Wisdom Circle y, solo en 2023, el 74% de los visitantes llegó al sitio web gracias a anuncios de búsqueda donados por Google, lo que ayuda a cerrar la brecha generacional.

También destacamos las contribuciones vitales de personas de todas las edades dentro de Google. En conjunto con Greyglers (el ERG para Googlers mayores), nuestro equipo de Liderazgo a través de Igualdad y Diversidad (Leading Through Equity and Diversity, LEAD) llevó a cabo la primera Semana de Concientización y Celebración de la Vejez, durante la cual hubo una serie de disertaciones y charlas sobre cómo fomentar un entorno de trabajo productivo para Googlers de todas las edades.



Ampliamos nuestro trabajo sobre inclusión etaria a través de nuestra asociación profundizada con la AARP.



Nuestro trabajo con la AARP y socios selectos ayudó a brindar capacitación sobre habilidades digitales a adultos mayores.

Louvenia Williams

participante, capacitación
Foundation Digital Skills
Ready@50+ para la AARP

Me dio confianza y un propósito.
Nos ayudan a sentir que
seguimos siendo parte de la
sociedad. No nos dejan a un lado,
¿me explico? Nos acompañan.

”

Establecemos vínculos con la comunidad creativa.

Google Marketing realizó una serie de promociones para impulsar la inclusión global en el Festival Internacional de la Creatividad Cannes Lions 2023. En colaboración con Cannes Can: Diversity Collective en Inkwell y Black Leadership Advisory Group, creamos oportunidades para convocar a directores ejecutivos globales, impulsores de ideas influyentes y líderes de opinión con el objetivo de mostrar el talento para el liderazgo procedente de distintos orígenes a través de paneles en el escenario principal.

El trabajo logró llegar a más de 15,000 asistentes presenciales.

Creamos redes de apoyo a través de la tecnología.

Nuestros coaches digitales de Crece con Google (expertos en marketing y emprendedores locales que ofrecen capacitación en vivo y orientación práctica sin costo) apoyaron a los negocios de propietarios subrepresentados y rurales de todo Estados Unidos. Hasta la fecha, más de 75,000 personas han aprendido habilidades digitales a través de los programas de capacitación digital de Crece con Google.

Según el Censo de EE.UU., los negocios con propietarios indígenas estadounidenses contribuyen a la economía de ese país con más de USD 35,000 millones y emplean a más de 200,000 personas. Sin embargo, uno de cada seis de esos negocios declaró haber perdido la totalidad de sus ingresos durante la pandemia de COVID-19.



Los coaches digitales de Crece con Google ofrecieron capacitación sin costo en vivo y coaching práctico a 1,800 pymes de indígenas.

Los coaches digitales de Crece con Google capacitaron a 1,800 pequeñas y medianas empresas (pymes) de indígenas en 2023.

Usamos Ad Grants para continuar apoyando la Partnership with Native Americans (PwNA), que atiende a un cuarto de millón de nativos americanos cada año brindándoles oportunidades de liderazgo, capacitación en habilidades laborales y asistencia inmediata a través de alimentos y agua, ayuda de emergencia y servicios sanitarios. Ad Grants difunde la misión de PwNA conectando a los miembros de tribus que buscan recursos, concientizando al público en general y atrayendo donantes, lo que ayuda a PwNA a generar más de USD 800,000 en donaciones.

Para establecer vínculos con mujeres fundadoras de startups en Oriente Medio y África del Norte, un equipo de miembros de Google.org Fellowship, en colaboración con la iniciativa MicroMentor de Mercy Corps, creó una plataforma de código abierto para ponerlas en contacto con mentores. Gracias a un subsidio de USD 1 millón de Google.org, la plataforma conectará a 5,000 mentores con 1,750 emprendedoras.



Usamos Ad Grants para continuar apoyando a Partnership with Native Americans (PwNA), lo que les permite generar más de USD 800,000 en donaciones.

Realizamos investigaciones que generan políticas más inclusivas.

Un estudio realizado por nuestro equipo de News Partnership India, en colaboración con nuestro socio de investigación Kantar, reveló que, en la India, las mujeres solo representan el 28% del personal de los medios de comunicación. Para acortar esta brecha, nuestro equipo lanzó Breaking Barriers (“Rompiendo barreras”), un programa de certificación basado en las estadísticas de nuestra investigación. Está diseñado para brindarles a los líderes estrategias prácticas y a largo plazo que ayuden a sus empresas y les permitan ampliar la representación.

En 2023, se publicó un estudio sobre el panorama de la Informática de preescolar a bachillerato en Irlanda, financiado por Google y dirigido por la University of Galway. Como consecuencia, se invitó a la investigadora principal a presentarse ante el Comité Parlamentario Irlandés de Educación como parte de una mesa redonda sobre el futuro de la CTIM en la educación de ese país. Posteriormente, el comité publicó un informe que contenía recomendaciones clave basadas en la investigación y en los comentarios de la investigadora.



Nuestro equipo de News Partnership India trabajó para ofrecer a los líderes de medios las estrategias necesarias que les permitan expandir la representación en sus empresas

Tomamos medidas para crear una versión de Google que sea para todos.

Pocos años después de la fundación de Google, empezamos a centrarnos en formas de dar más espacio a perspectivas y experiencias diversas en nuestro lugar de trabajo. Hoy en día, publicamos uno de los mayores conjuntos de datos del 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, 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.

Cronología

2005	Se contrata al primer director de diversidad.
2009	Se establece el primer objetivo de Diversidad, Equidad, e Inclusión para toda la compañía.
2010	EMEA y APAC El equipo de diversidad se expande globalmente con la contratación de líderes en Europa, Medio Oriente y África (EMEA) y Pacífico Asiático (APAC).
2013	84% Se lanza la capacitación sobre prejuicios inconscientes, completada por más del 50% de los empleados en todo el mundo. Para el 2020, ha sido completada por más del 84% de los gerentes de personal de Google.
2014	USD 55M Google difunde nuestros datos de diversidad públicamente. Google.org lanza un portafolio de igualdad de género. Para el 2020, ha destinado USD 55 millones para crear fortalecimiento económico para mujeres y niñas.
2015	USD 104M, 25K Horas Google.org lanza un portafolio de justicia racial. Para el 2020, ha destinado USD 104 millones en subsidios y 25,000 horas pro bono para promover la equidad racial.
2019	El Informe Anual De Diversidad se expande para incluir empleados de Google por todo el mundo que forman parte de la comunidad LGBTQ+, personas con discapacidad, militares y veteranos, y personas de género no binario.
2020	Lanzamiento de compromisos de equidad racial para generar equidad sostenible para la comunidad negra y afroamericana de Google y hacer que nuestros productos y programas sean útiles para los usuarios negros y afroamericanos.
2021	USD 50M Google invierte USD 50 millones en universidades históricamente negras de EE.UU. para abordar mejor la brecha en la diversidad en tecnología.
2022	30% En 2022, Google alcanzó su Compromiso por la Igualdad Racial que implicaba aumentar en un 30% la representación en puestos de liderazgo de Googlers afrodescendientes+, indígenas estadounidenses+ y latinxs+.
2023	EMEA Ampliamos Stay and Thrive, un programa de retención distintivo lanzado en EE.UU. y centrado en retener a Googlers de diversos orígenes, a mercados selectos de Europa.

Con la Mirada
Puesta en el
Futuro

Esfuerzo sostenido para un impacto duradero.

Nuestro progreso en 2023 es un paso más hacia cumplir la misión de Google y garantizar que establecemos vínculos duraderos con empleados, clientes y socios de todo el mundo. En medio de desafíos económicos y sociales, nos hemos mantenido firmes en nuestro objetivo de impulsar la innovación al servicio de todos, no solo de algunos. Al mirar hacia los próximos 25 años de Google, sacamos fuerzas y nos centramos en este legado, junto con el apoyo continuo de nuestra gente y nuestros socios. Ahora y siempre, Google trabaja para construir –y ser– para todos.

Metodología de Datos

Cómo informamos nuestros datos.



Metodología de Datos



Compartimos públicamente nuestros datos sobre representación, contratación y deserción desde 2014.

Metodología de Datos

Las cifras históricas pueden diferir ligeramente debido al redondeo y a correcciones en la metodología entre un año y el siguiente. 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 de varios orígenes, la suma de los porcentajes individuales podría no ser igual al porcentaje general.

Los datos de contratación y salida incluyen todas dichas entradas y salidas del personal desde el 1 de enero de 2023 hasta el 31 de diciembre de 2023. Los datos de representación reflejan a los Googlers empleados al 1 de enero de 2024.

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 de 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://static.googleusercontent.com/media/about.google/en//belonging/diversity-annual-report/2023/static/pdfs/google_2022_consolidated_eeo_report.pdf).

Por cuarta 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 (excepto EE.UU.)” 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 hispánico.

Transparencia

La transparencia de datos es una contribución fundamental para crear 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 de la industria puedan consultarlos y analizarlos con mayor facilidad (<https://console.cloud.google.com/marketplace/product/bigquerypublic-datasets/google-diversity-annual-report?q=search&referrer=search&project=bigquery-public-data>). 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 DEI disponibles de manera pública. 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 detalles exactos, consulta todos nuestros datos en la sección de tablas y gráficos de este informe.

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. Reconocemos que categorizar las identidades puede ser falsamente limitante y omitir matices importantes dentro de categorías demográficas más amplias. Gracias a una iniciativa denominada Self-ID, Google recopila datos globales más inclusivos sobre origen étnico, género y otras identidades para obtener una imagen más detallada de nuestro personal. Seguiremos usando e iterando Self-ID para que podamos entender mejor los matices de las comunidades y potenciar nuestros esfuerzos de diversidad, equidad e inclusión (DEI) a nivel mundial.

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

El 7.0% se autoidentificó como LGBTQ+ o Trans+.

El 6.7% se autoidentificó como persona con discapacidad.

El 5.5% se autoidentificó como miembro de las fuerzas militares (tanto si lo son en la actualidad como si lo fueron en el pasado).

Menos del 1% se autoidentificó como no binario.

Obtén más información sobre cómo informamos nuestros datos en la sección de tablas y gráficos.

Nos Comprometemos con la Equidad Salarial

Creemos que todas las personas deberían recibir un salario en función del trabajo que hacen, no quienes son. Además, hacemos inversiones importantes para que los procesos de contratación y remuneración sean imparciales y justos.

Realizamos el primer análisis de equidad salarial en 2012 y seguimos realizando uno todos los años para garantizar que todos los salarios, bonos y premios de equidad nuevos sean justos. Nos basamos en prácticas recomendadas del sector para ejecutar análisis estadísticos. Además, estudiamos en profundidad las teorías más recientes sobre análisis de equidad salarial. En función de esas investigaciones, diseñamos análisis que combinan los mejores estándares de rigor con la capacidad de tomar medidas valiosas. Nuestro enfoque evoluciona todos los años a medida que encontramos formas de mejorar, ampliar y definir mejor la metodología. Evaluamos todas las posibles modificaciones frente a los siguientes seis principios:

- Capacidad de acción: Produce resultados que se pueden interpretar y se traducen en medidas.
- Coherencia: Se aplican los mismos principios y normas para cada Googler.
- Ética: Se basa en principios sólidos y definidos.
- Legalidad: Cumple con la ley y anticipa la dirección de la legislación.
- Oportunidad de cobertura: Maximiza el número de Googlers analizados.
- Rigor: Sólido en términos estadísticos y con coherencia teórica.

Guiados por esos principios, ampliamos nuestra metodología con el paso del tiempo de formas innovadoras y nuevas. Por ejemplo, en 2018, agregamos un análisis de empleados nuevos y ampliamos las categorías de origen étnico. En 2019, ampliamos el

análisis para verificar resultados de otra clase protegida en EE.UU.—personas de 40 años o mayores. Seguimos buscando formas de ampliar la cobertura y mejorar la metodología.

Nuestro enfoque actual tiene en cuenta aspectos que podrían impactar el salario, como el puesto, el nivel, la ubicación y el rendimiento. Si encontramos discrepancias estadísticamente significativas en salarios propuestos entre hombres y mujeres a nivel mundial o por origen étnico o edad en EE.UU., realizamos modificaciones ascendentes.

Todos los años, seguimos mejorando nuestro enfoque analítico. El análisis de este año abarcó el 94% de los Googlers a nivel global. Después de la revisión de este año, aumentamos la remuneración de 553 empleados para garantizar que no haya incoherencias. Los aumentos sumaron USD 2.9 millones, y los Googlers que recibieron ajustes entraron en casi todas las categorías demográficas.

Nuestros hallazgos

	Cobertura (porcentaje de Googlers que reunieron los requisitos incluidos en el análisis)	Cantidad de Googlers que recibieron ajustes	Total de los ajustes (USD)
2024	94%	553	~\$2.9M
2023 ¹	95%	1,096	~\$9.4M
2021 ²	93%	1,639	~\$12.2M
2020	93%	2,352	~\$4.4M
2019	93%	2,400	~\$5.1M
2018	91%	10,677	~\$9.7M
2017	89%	228	~\$270K

¹ Debido a una transición del proceso de revisión de rendimiento, el ciclo de remuneración del año calendario 2022 se llevó a cabo en 2023.

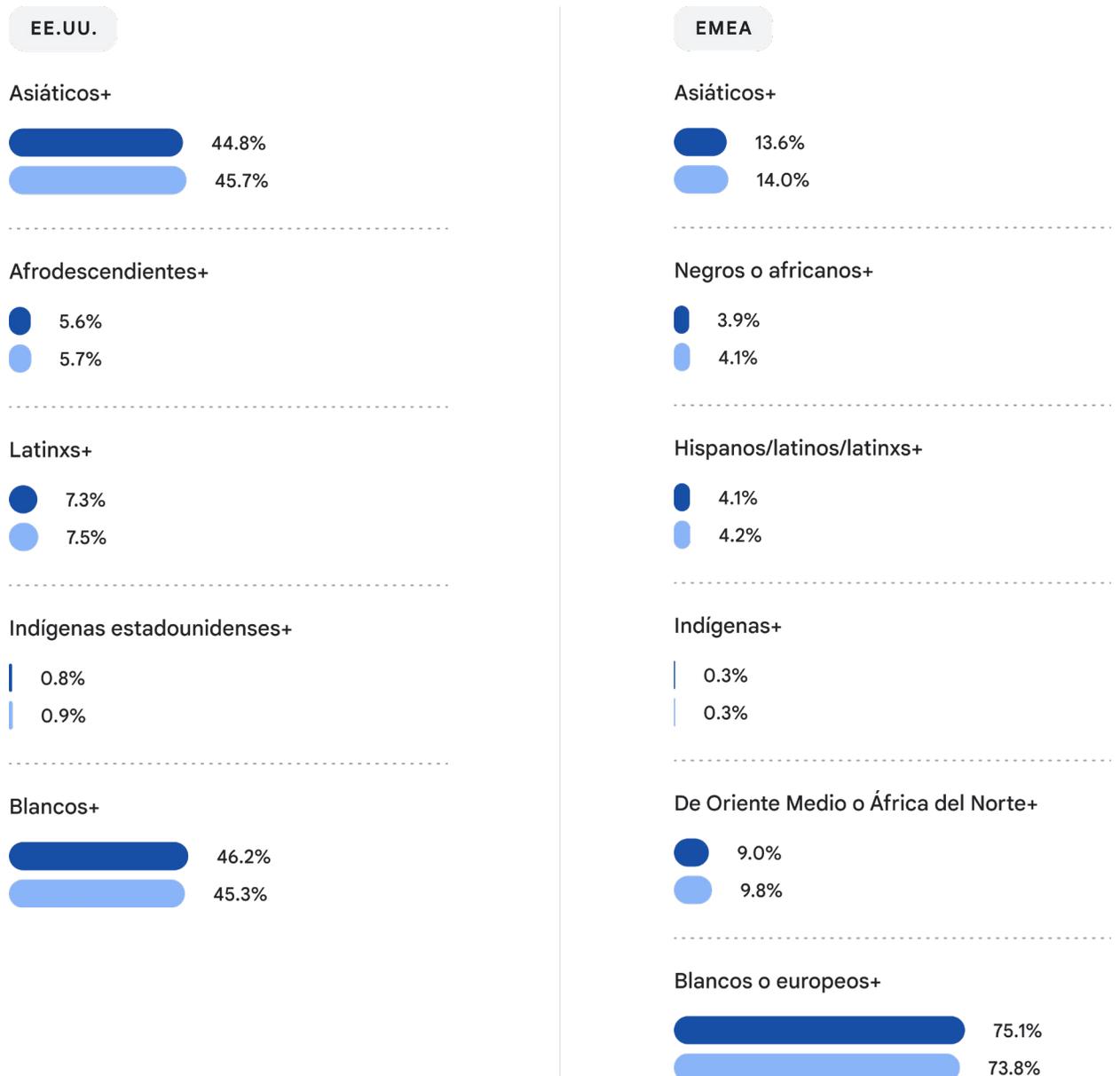
² Los números de 2021 incluyen algunos ajustes relacionados con la remuneración de 2020 que se identificaron y pagaron en 2021.

Nuestros Datos de Representación de Personal

En 2023, seguimos aumentando la representación en todo nuestro personal.

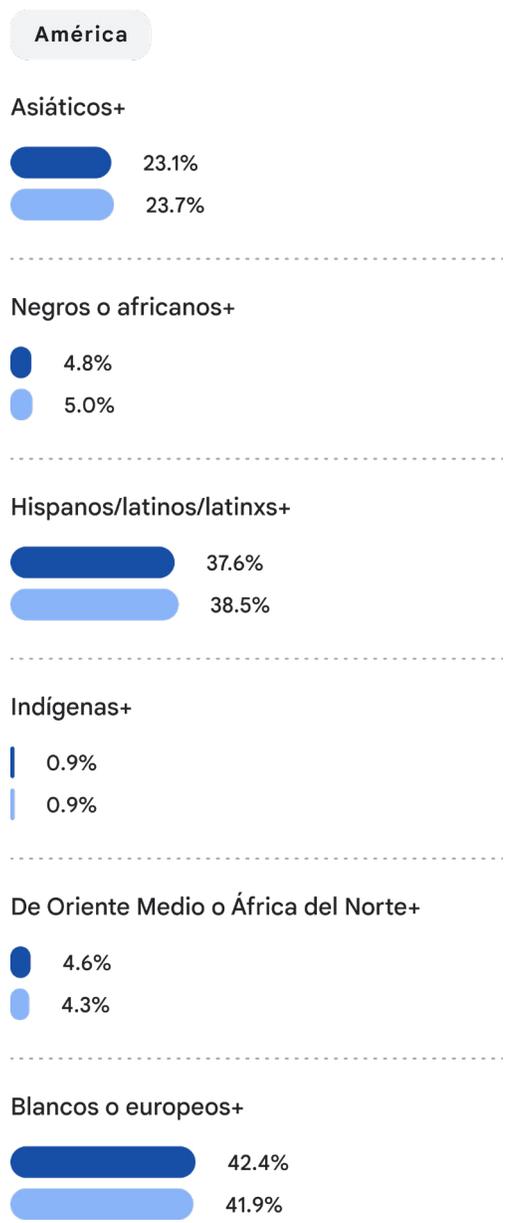
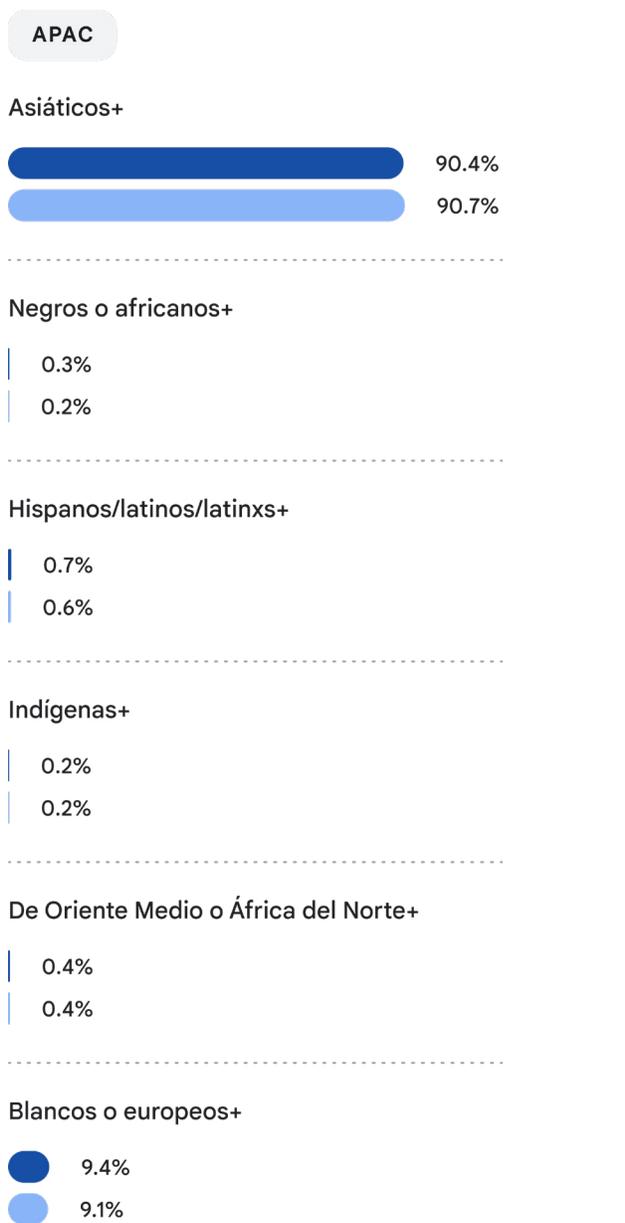
Representación del Personal por Raza o Etnia

● Informe 2023
● Informe 2024



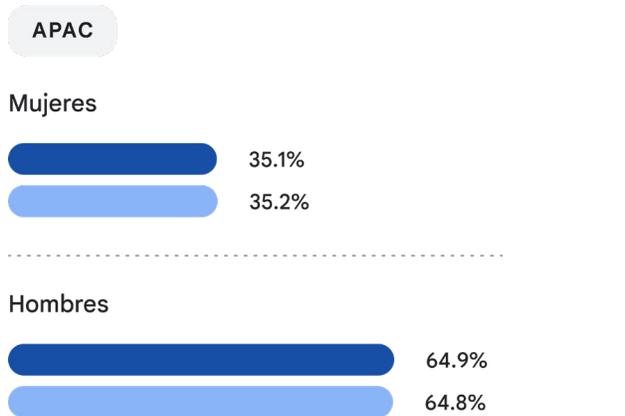
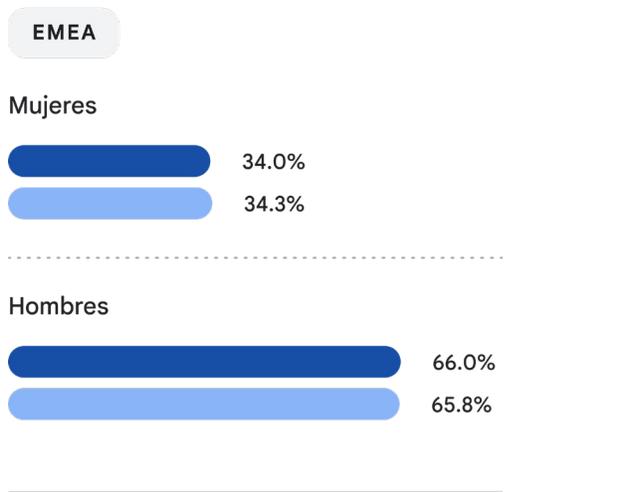
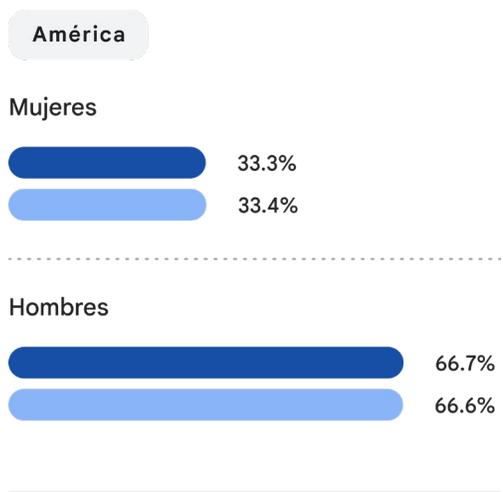
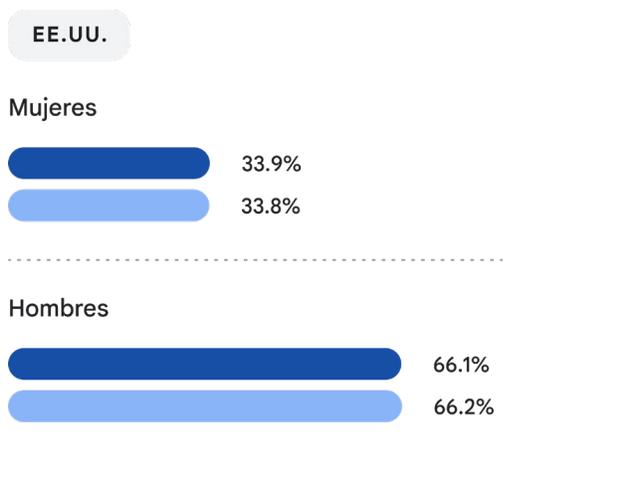
Representación del Personal por Raza o Etnia

- Informe 2023
- Informe 2024



Representación del Personal por Género

- Informe 2023
- Informe 2024



Representación Interseccional del Personal

● Informe 2023

● Informe 2024

EE.UU.

Asiáticos+

Mujeres



Hombres



Afrodescendientes+

Mujeres

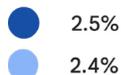


Hombres



Latinxs+

Mujeres



Hombres



Indígenas estadounidenses+

Mujeres



Hombres



Blancos+

Mujeres

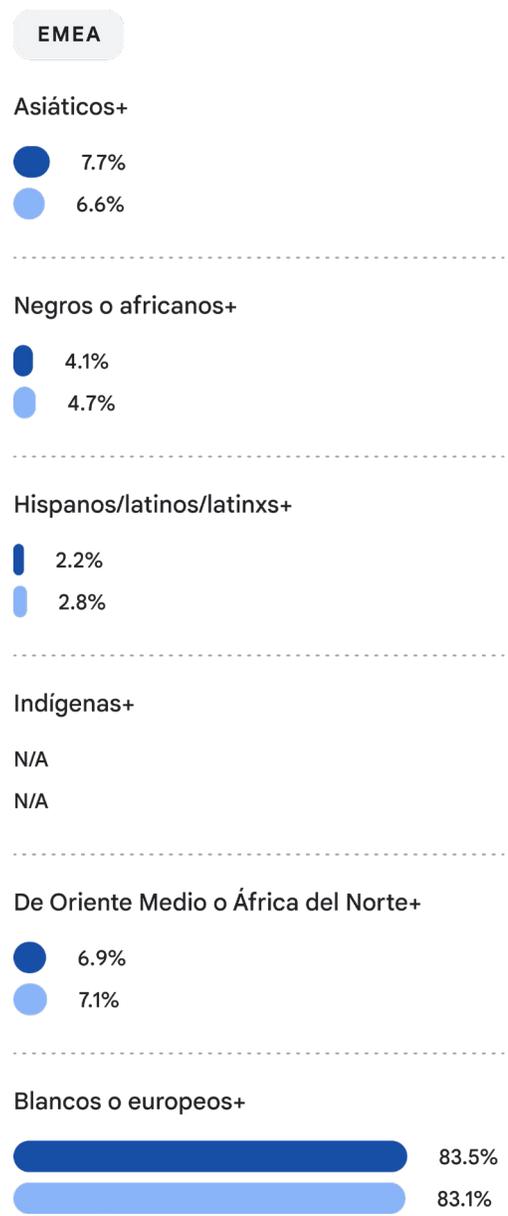
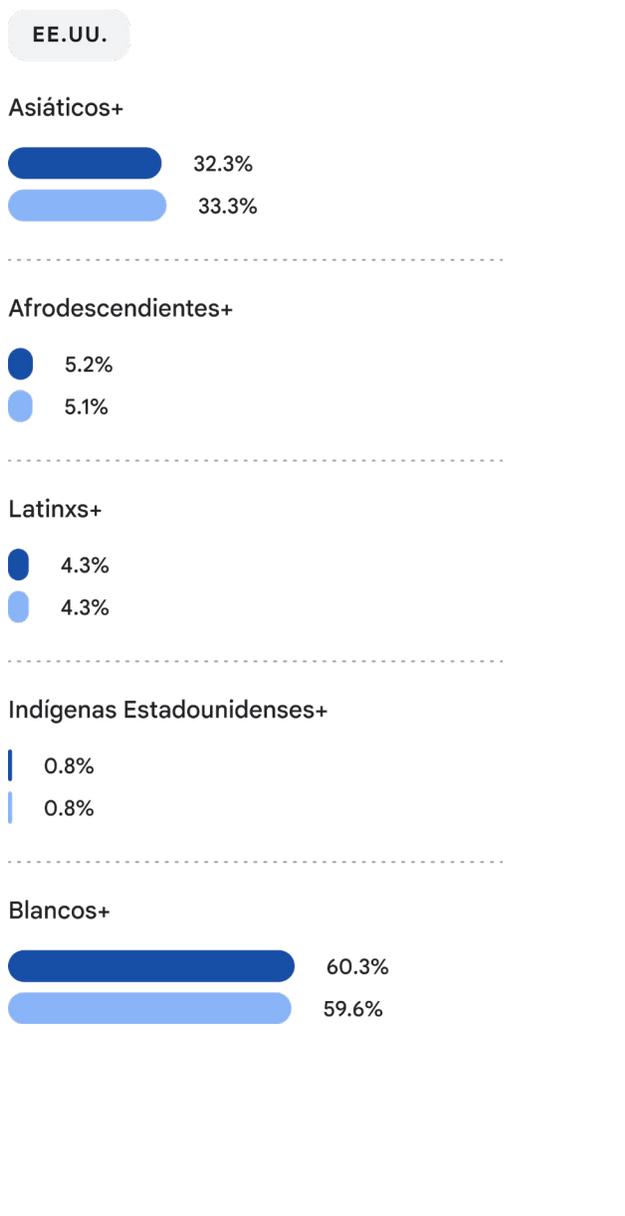


Hombres



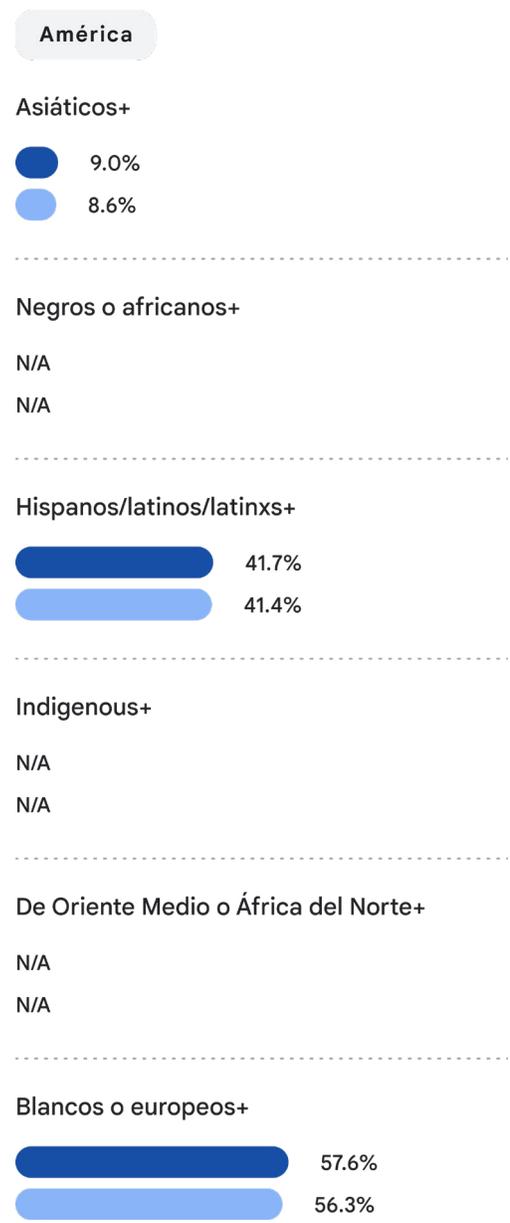
Representación en Puestos de Liderazgo por Raza o Etnia

- Informe 2023
- Informe 2024



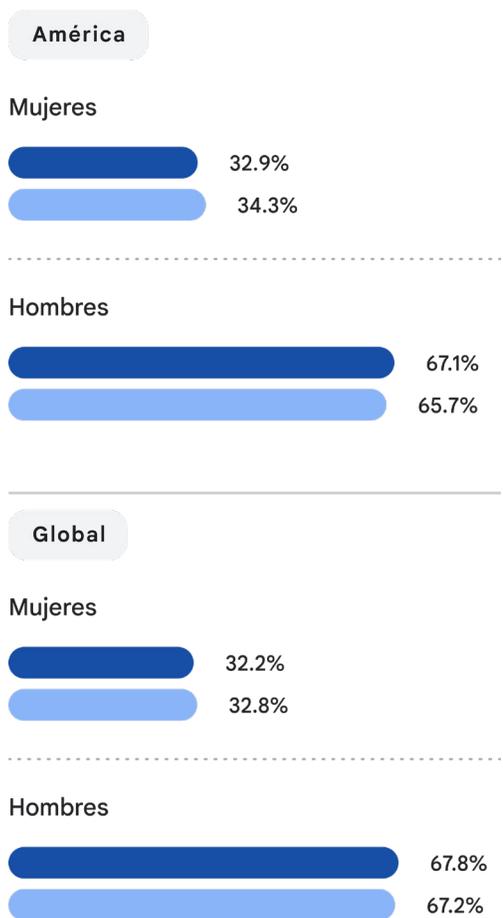
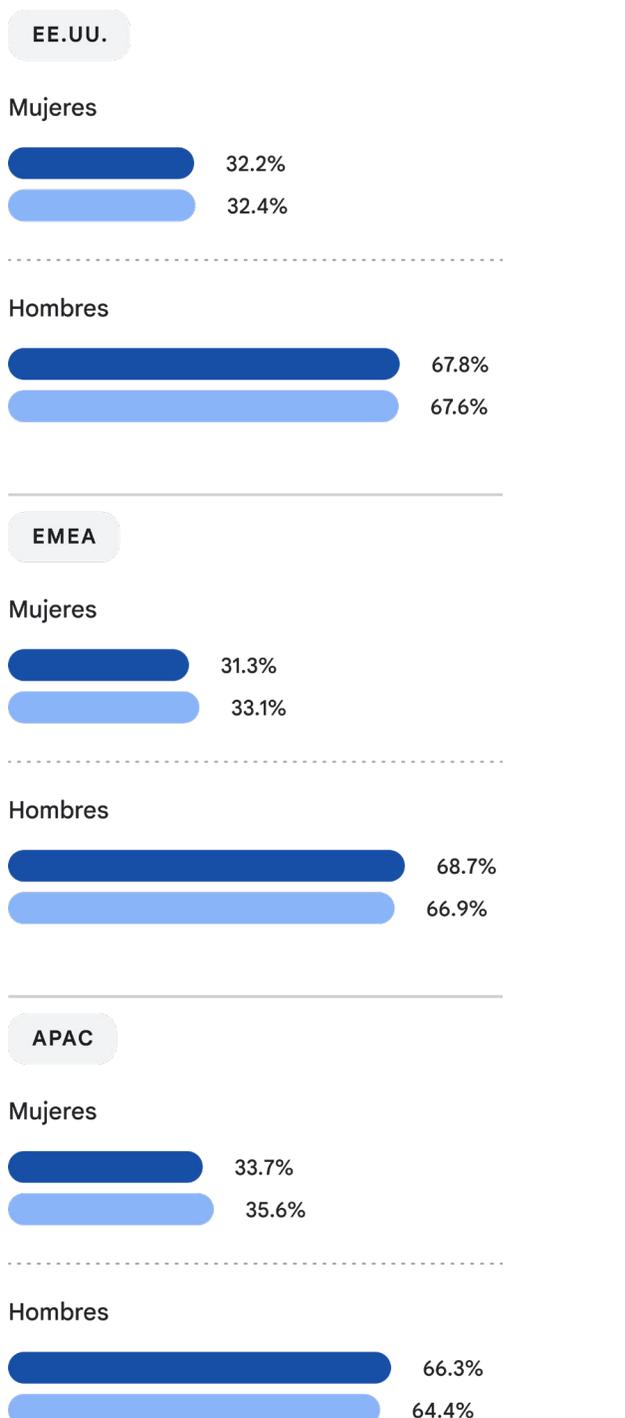
Representación en Puestos de Liderazgo por Raza o Etnia

- Informe 2023
- Informe 2024



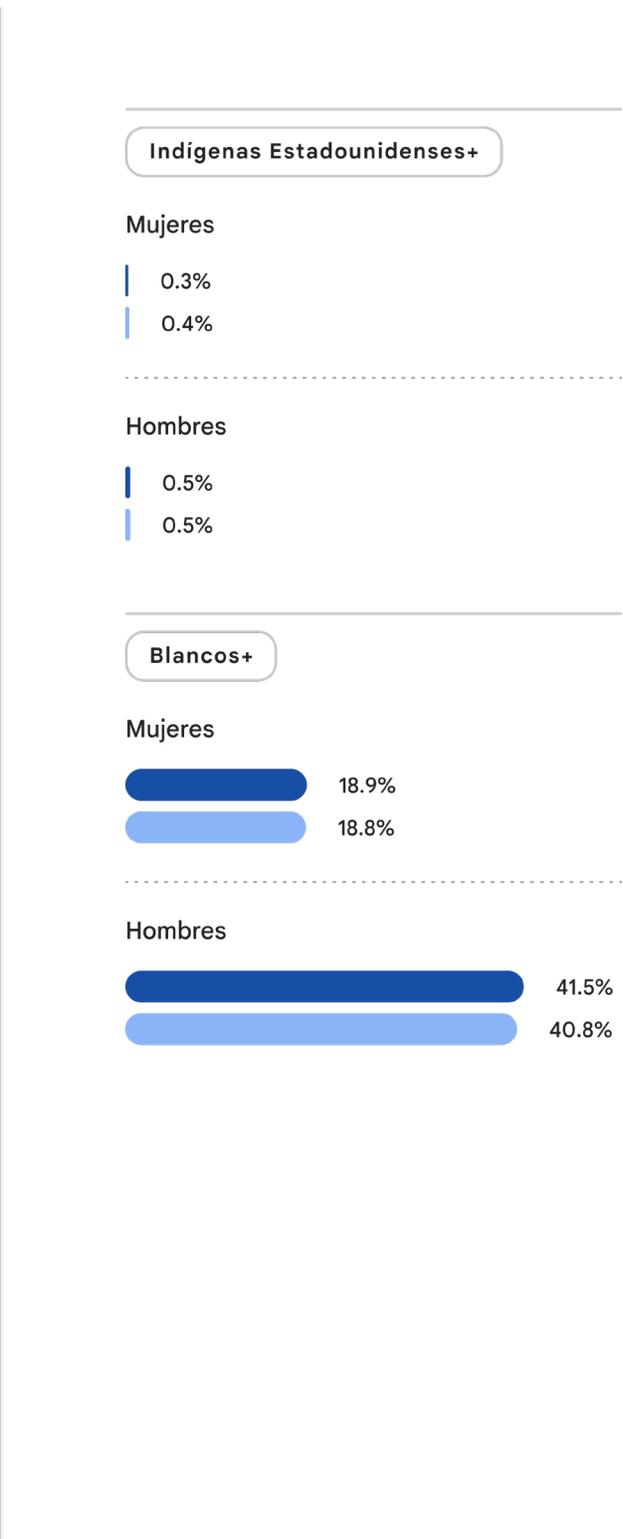
Representación en Puestos de Liderazgo por Género

- Informe 2023
- Informe 2024



Representación Interseccional de Puestos de Liderazgo

- Informe 2023
- Informe 2024



Nuestros Datos de Contratación

Avanzamos en nuestro compromiso por crear equipos inclusivos y aumentamos la representación en nuestras contrataciones en 2023. Mientras continuamos este trabajo, sabemos que aún queda mucho por hacer en relación con las identidades interseccionales.

Contratación por Raza o Etnia

- Informe 2023
- Informe 2024

EE.UU.

Asiáticos+



Afrodescendientes+



Latinxs+



Indígenas estadounidenses+

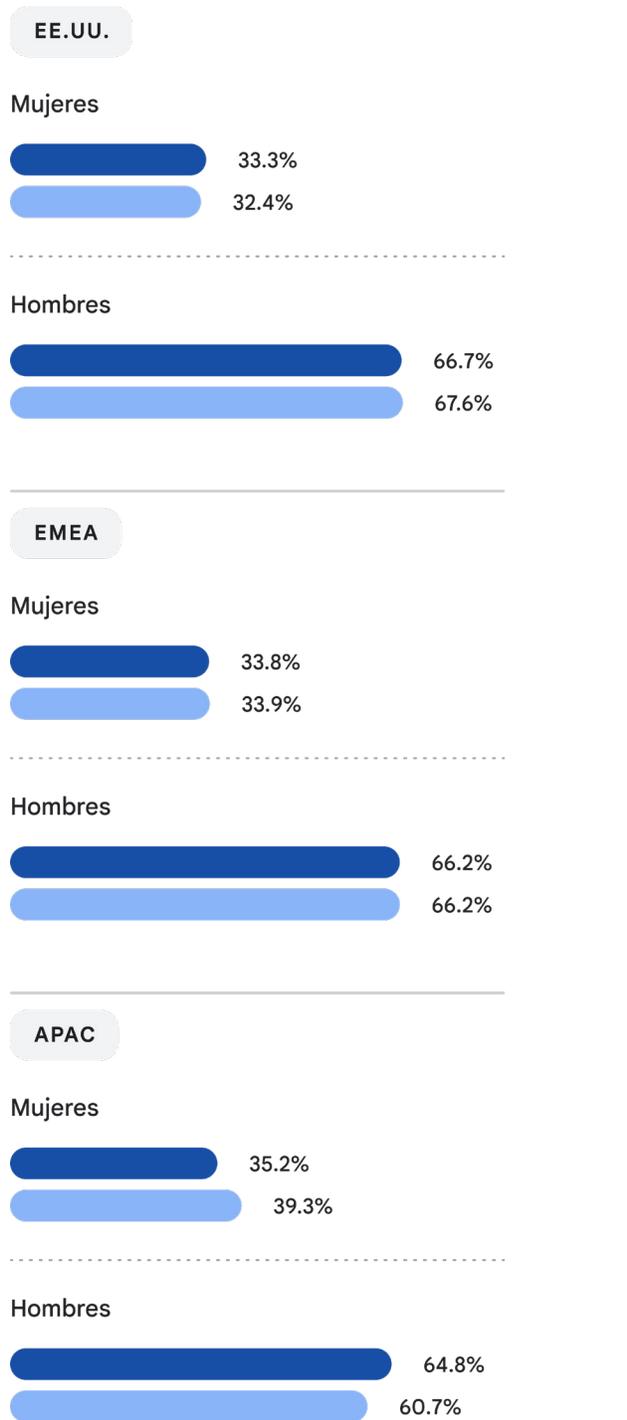


Blancos+



Contratación por Género

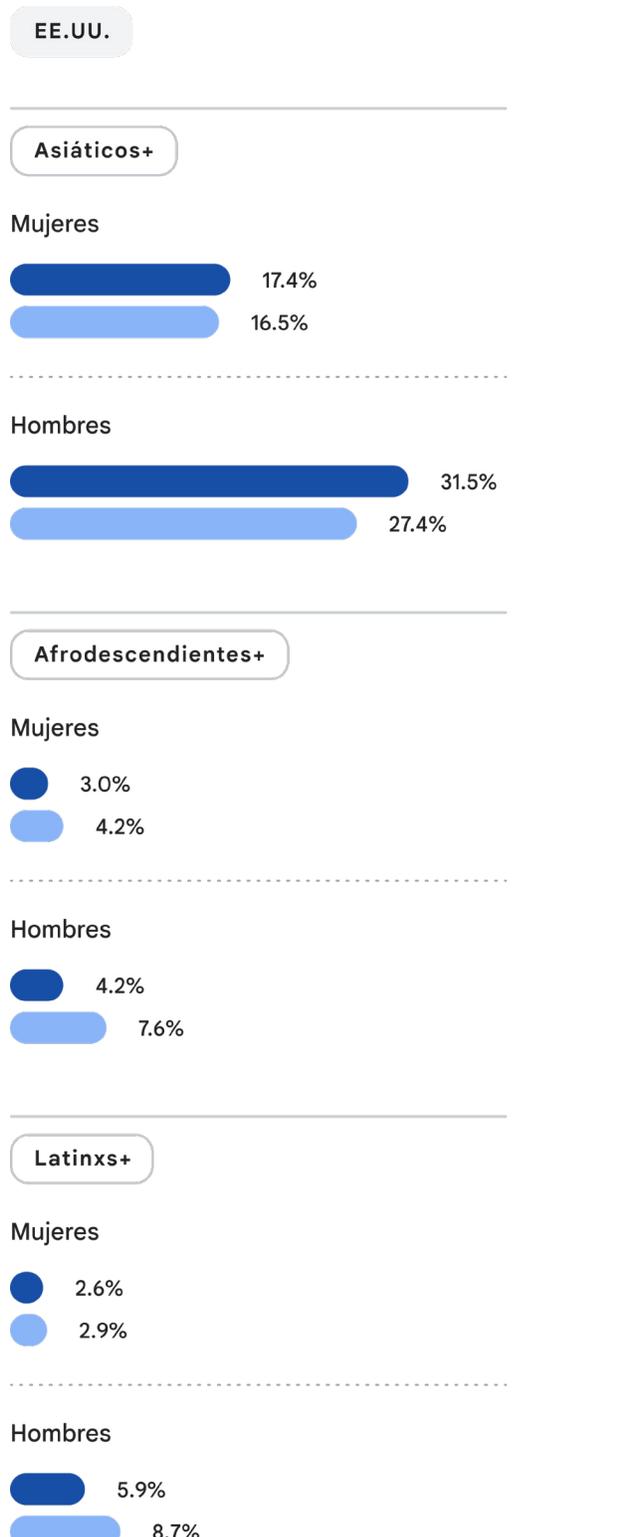
- Informe 2023
- Informe 2024



Contratación Interseccional

● Informe 2023

● Informe 2024



Nuestros Datos de Bajas

En 2023, seguimos priorizando la retención de nuestros empleados. Sin embargo, sabemos que aún hay margen de crecimiento en nuestras comunidades.

Deserción por Raza o Etnia

- Representación del Personal de 2024
- Representación de Deserciones de 2024

EE.UU.

Asiáticos+



Afrodescendientes+



Latinxs+



Indígenas Estadounidenses+

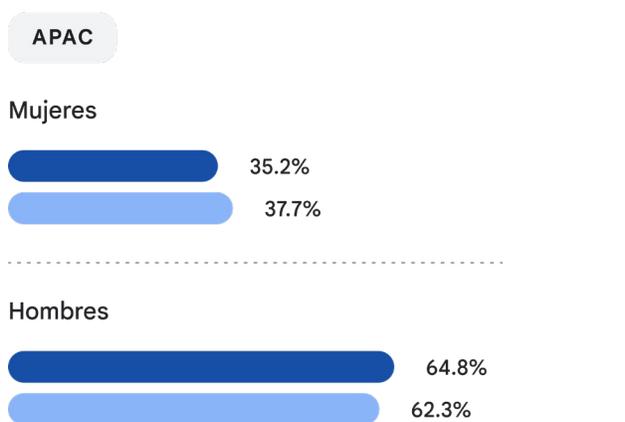
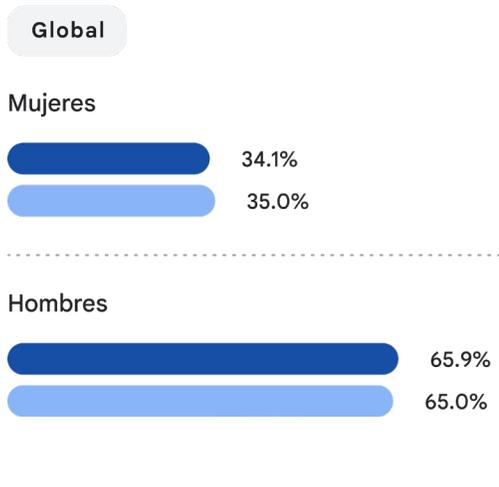
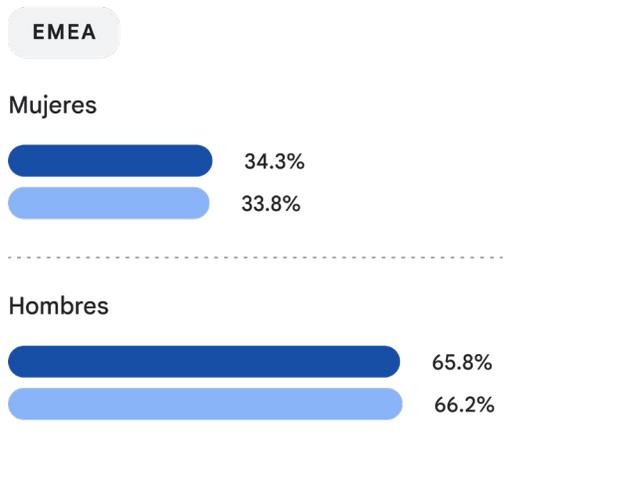
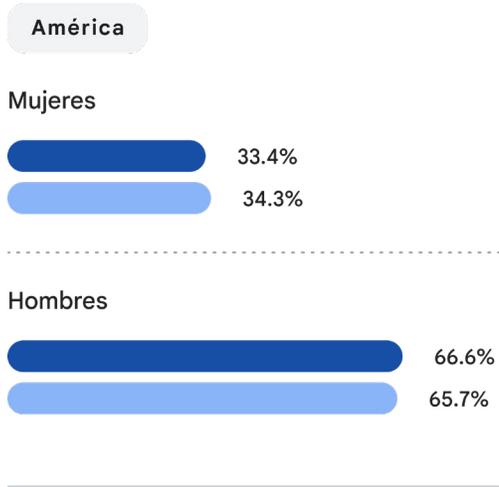
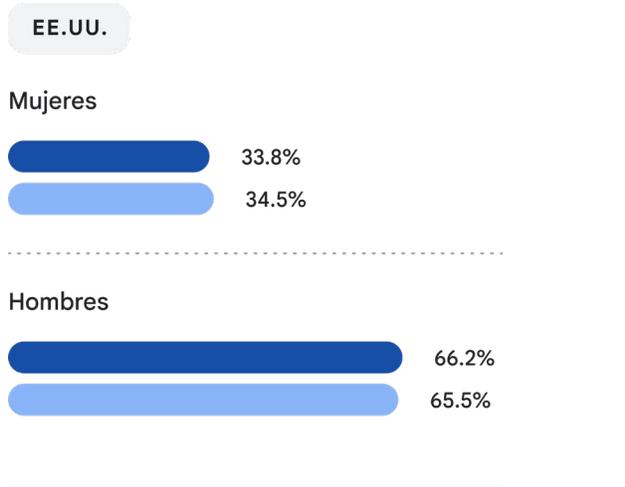


Blancos+



Deserción por Género

- Representación del Personal de 2024
- Representación de Deserciones de 2024



Deserción Interseccional

- Representación del Personal de 2024
- Representación de Deserciones de 2024

EE.UU.

Asian+

Mujeres

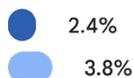


Hombres



Afrodescendientes+

Mujeres

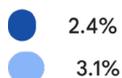


Hombres



Latinxs+

Mujeres



Hombres



Indígenas Estadounidenses+

Mujeres



Hombres



Blancos+

Mujeres



Hombres



Datos de Representación de Personal de Google

Total

Raza o Etnia

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	31.5%	32.7%	33.9%	36.3%	38.1%	39.8%	41.9%	42.3%	43.2%	44.8%	45.7%
Afrodescendientes+	2.4%	2.5%	2.8%	2.8%	3.0%	3.3%	3.7%	4.4%	5.3%	5.6%	5.7%
Hispanos/latinos+	4.5%	4.9%	5.2%	5.3%	5.3%	5.7%	5.9%	6.4%	6.9%	7.3%	7.5%
Indígenas estadounidenses+	1.0%	1.0%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.9%
Blancos+	64.5%	62.9%	61.0%	58.5%	56.6%	54.4%	51.7%	50.4%	48.3%	46.2%	45.3%

Género en EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	29.0%	29.2%	29.3%	29.5%	29.8%	31.0%	31.6%	32.2%	33.5%	33.9%	33.8%
Hombres	71.0%	70.8%	70.7%	70.5%	70.2%	69.0%	68.4%	67.8%	66.5%	66.1%	66.2%

Género a Nivel Mundial

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	30.6%	30.6%	30.6%	30.8%	30.9%	31.6%	32.0%	32.5%	33.9%	34.1%	34.1%
Hombres	69.4%	69.4%	69.4%	69.2%	69.1%	68.4%	68.0%	67.5%	66.1%	65.9%	65.9%

Datos de Representación de Personal de Google

Tecnología

Raza o Etnia

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	35.4%	36.8%	38.2%	40.9%	42.9%	45.0%	47.3%	47.9%	49.2%	50.9%	51.4%
Afrodescendientes+	1.5%	1.7%	1.8%	1.8%	2.0%	2.2%	2.5%	3.1%	3.7%	4.1%	4.2%
Hispanos/latinos+	3.6%	3.9%	4.0%	4.2%	4.4%	4.7%	4.8%	5.4%	5.9%	6.2%	6.5%
Indígenas estadounidenses+	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%	0.7%
Blancos+	62.2%	60.4%	58.7%	55.9%	53.5%	51.1%	48.2%	46.8%	44.5%	42.4%	41.5%

Género en EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	17.5%	18.7%	19.6%	20.6%	21.7%	23.1%	24.0%	24.8%	26.1%	26.7%	27.2%
Hombres	82.5%	81.3%	80.4%	79.4%	78.3%	76.9%	76.0%	75.2%	73.9%	73.4%	72.8%

Género a Nivel Mundial

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	16.7%	17.8%	18.8%	19.8%	20.8%	22.1%	23.0%	23.7%	24.9%	25.3%	25.9%
Hombres	83.3%	82.2%	81.2%	80.2%	79.2%	77.9%	77.1%	76.3%	75.1%	74.7%	74.1%

Datos de Representación de Personal de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología

Raza o Etnia

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	23.8%	23.6%	23.9%	24.7%	24.6%	24.9%	25.6%	25.5%	25.6%	25.8%	26.1%
Afrodescendientes+	4.3%	4.6%	5.1%	5.6%	5.9%	6.6%	7.3%	8.5%	10.0%	10.6%	10.6%
Hispanos/latinos+	6.6%	7.4%	8.1%	8.2%	8.5%	9.1%	9.4%	9.6%	10.1%	10.8%	10.9%
Indígenas estadounidenses+	1.6%	1.5%	1.4%	1.3%	1.3%	1.5%	1.4%	1.3%	1.3%	1.4%	1.3%
Blancos+	69.0%	68.3%	66.7%	65.5%	65.0%	63.7%	62.3%	61.3%	59.5%	58.2%	58.0%

Género en EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	53.3%	53.1%	52.6%	52.5%	52.5%	54.1%	54.8%	54.4%	55.6%	56.3%	56.3%
Hombres	46.7%	46.9%	47.4%	47.5%	47.5%	45.9%	45.2%	45.6%	44.4%	43.7%	43.7%

Género a Nivel Mundial

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	49.3%	49.3%	49.1%	49.5%	49.9%	51.0%	51.4%	51.1%	52.5%	53.1%	53.2%
Hombres	50.7%	50.7%	50.9%	50.6%	50.1%	49.0%	48.6%	48.9%	47.6%	46.9%	46.9%

Datos de Representación de Personal de Google

Liderazgo

Raza o Etnia

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	24.2%	25.0%	25.8%	27.1%	27.3%	28.9%	29.6%	29.4%	31.2%	32.3%	33.3%
Afrodescendientes+	1.7%	2.0%	1.8%	2.0%	2.4%	2.6%	2.6%	3.0%	4.7%	5.2%	5.1%
Hispanos/latinos+	2.2%	2.0%	2.1%	2.4%	2.7%	3.3%	3.7%	3.9%	4.1%	4.3%	4.3%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.9%	0.7%	0.8%	0.8%	0.7%	0.5%	0.6%	0.7%	0.8%	0.8%
Blancos+	73.2%	72.2%	71.3%	69.6%	68.9%	66.6%	65.9%	65.5%	62.0%	60.3%	59.6%

Género en EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	20.6%	23.2%	24.0%	24.2%	25.3%	26.4%	26.9%	28.1%	30.5%	32.2%	32.4%
Hombres	79.4%	76.8%	76.0%	75.8%	74.7%	73.6%	73.1%	71.9%	69.5%	67.8%	67.6%

Género a Nivel Mundial

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	20.8%	22.9%	24.2%	24.5%	25.5%	26.1%	26.7%	28.1%	30.6%	32.2%	32.8%
Hombres	79.2%	77.1%	75.8%	75.5%	74.5%	73.9%	73.3%	71.9%	69.4%	67.8%	67.2%

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Total

Mujeres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	10.0%	10.5%	11.0%	11.8%	12.5%	13.3%	14.2%	14.6%	15.3%	16.1%	16.5%
Afrodescendientes+	1.1%	1.0%	1.1%	1.2%	1.2%	1.4%	1.6%	1.8%	2.3%	2.4%	2.4%
Hispanas/latinas+	1.5%	1.6%	1.7%	1.7%	1.7%	2.0%	2.0%	2.2%	2.4%	2.5%	2.4%
Indígenas estadounidenses+	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	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%	15.0%	15.1%	14.6%	14.1%

Hombres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	21.4%	22.1%	22.9%	24.4%	25.7%	26.4%	27.7%	27.7%	27.9%	28.7%	29.2%
Afrodescendientes+	1.3%	1.5%	1.7%	1.7%	1.8%	1.9%	2.1%	2.6%	3.0%	3.2%	3.3%
Hispanos/latinos+	3.0%	3.3%	3.5%	3.6%	3.6%	3.8%	3.9%	4.2%	4.6%	4.9%	5.0%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.5%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
Blancos+	47.0%	45.9%	44.6%	42.8%	41.1%	38.8%	36.5%	35.4%	33.2%	31.7%	31.1%

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Tecnología

Mujeres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	8.5%	9.4%	10.1%	11.1%	12.0%	12.9%	13.9%	14.5%	15.5%	16.3%	16.8%
Afrodescendientes+	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%	0.6%	0.7%	0.8%	1.0%	1.2%	1.2%
Hispanas/latinas+	0.5%	0.6%	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%	1.0%	1.1%	1.3%	1.3%	1.4%
Indígenas estadounidenses+	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
Blancos+	8.7%	8.9%	9.0%	9.0%	9.2%	9.4%	9.3%	9.3%	9.3%	9.0%	8.9%

Hombres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	26.9%	27.5%	28.1%	29.7%	31.0%	32.1%	33.5%	33.4%	33.7%	34.7%	34.7%
Afrodescendientes+	1.1%	1.3%	1.4%	1.4%	1.5%	1.6%	1.9%	2.3%	2.7%	2.9%	3.0%
Hispanos/latinos+	3.1%	3.3%	3.4%	3.5%	3.6%	3.7%	3.8%	4.2%	4.6%	4.9%	5.1%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.5%	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%
Blancos+	53.4%	51.5%	49.6%	46.9%	44.3%	41.7%	38.9%	37.6%	35.2%	33.4%	32.7%

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología

Mujeres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	13.3%	13.3%	13.2%	13.7%	13.9%	14.5%	15.2%	14.8%	15.0%	15.5%	15.5%
Afrodescendientes+	2.5%	2.5%	2.7%	3.1%	3.3%	3.9%	4.3%	4.9%	5.9%	6.3%	6.3%
Hispanas/latinas+	3.5%	3.9%	4.2%	4.1%	4.4%	5.0%	5.1%	5.2%	5.6%	6.1%	6.1%
Indígenas estadounidenses+	1.0%	1.0%	0.9%	0.8%	0.8%	0.9%	0.9%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%
Blancos+	36.1%	35.7%	34.7%	34.0%	33.6%	33.8%	33.4%	32.6%	32.4%	32.0%	32.1%

Hombres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	10.5%	10.3%	10.6%	11.0%	10.7%	10.4%	10.5%	10.7%	10.6%	10.3%	10.7%
Afrodescendientes+	1.8%	2.1%	2.4%	2.5%	2.6%	2.8%	3.0%	3.6%	4.0%	4.3%	4.2%
Hispanos/latinos+	3.1%	3.5%	3.9%	4.1%	4.1%	4.1%	4.3%	4.3%	4.6%	4.8%	4.8%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.6%	0.6%	0.5%	0.6%	0.6%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
Blancos+	32.9%	32.7%	32.0%	31.5%	31.5%	30.0%	28.9%	28.7%	27.0%	26.2%	26.0%

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Liderazgo

Mujeres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	6.1%	7.2%	7.5%	7.2%	7.3%	8.1%	8.5%	8.7%	9.8%	10.6%	11.1%
Afrodescendientes+	1.0%	1.2%	1.0%	1.1%	1.3%	1.1%	1.1%	1.3%	2.0%	2.4%	2.3%
Hispanas/latinas+	0.4%	0.5%	0.6%	0.8%	0.7%	1.3%	1.5%	1.4%	1.5%	1.6%	1.6%
Indígenas estadounidenses+	0.1%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	N/A	0.3%	0.3%	0.4%
Blancos+	14.3%	15.0%	15.2%	15.7%	16.4%	16.5%	16.8%	17.8%	18.3%	18.9%	18.8%

Hombres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	18.4%	17.9%	18.4%	20.1%	20.0%	20.9%	21.1%	20.7%	21.4%	21.6%	22.2%
Afrodescendientes+	0.8%	0.8%	0.8%	0.9%	1.1%	1.5%	1.5%	1.8%	2.7%	2.9%	2.8%
Hispanos/latinos+	1.8%	1.5%	1.4%	1.6%	1.9%	2.0%	2.2%	2.5%	2.6%	2.6%	2.7%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.6%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.2%	N/A	0.4%	0.5%	0.5%
Blancos+	58.6%	57.2%	56.2%	53.8%	52.4%	50.1%	49.1%	47.7%	43.7%	41.5%	40.8%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Total									
Asiáticos+					Afrodescendientes+				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	21.8%	23.3%	23.1%	23.7%	América (no EE.UU.)	3.9%	4.9%	4.8%	5.0%
APAC	85.8%	88.8%	90.4%	90.7%	APAC	0.5%	0.3%	0.3%	0.2%
EMEA	10.9%	12.1%	13.6%	14.0%	EMEA	2.8%	3.2%	3.9%	4.1%
Hispanos/latinos/latinxs+					Indígenas+				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	33.3%	34.1%	37.6%	38.5%	América (no EE.UU.)	1.0%	0.8%	0.9%	0.9%
APAC	1.1%	0.8%	0.7%	0.6%	APAC	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
EMEA	3.8%	3.9%	4.1%	4.2%	EMEA	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
Oriente Medio o África del Norte+					Blancos+				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
Americas (non-U.S.)	4.8%	4.7%	4.6%	4.3%	Americas (non-U.S.)	48.2%	43.6%	42.4%	41.9%
APAC	0.6%	0.5%	0.4%	0.4%	APAC	13.8%	11.0%	9.4%	9.1%
EMEA	7.3%	7.8%	9.0%	9.8%	EMEA	80.4%	78.1%	75.1%	73.8%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Total									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	31.0%	33.4%	33.3%	33.4%	América (no EE.UU.)	69.0%	66.6%	66.7%	66.6%
APAC	34.6%	35.3%	35.1%	35.2%	APAC	65.4%	64.7%	64.9%	64.8%
EMEA	32.7%	33.8%	34.0%	34.3%	EMEA	67.3%	66.2%	66.0%	65.8%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Tecnología					
Asiáticos+			Afrodescendientes+		
	2023	2024		2023	2024
América (no EE.UU.)	31.8%	33.4%	América (no EE.UU.)	4.1%	4.4%
APAC	92.4%	92.7%	APAC	0.2%	0.2%
EMEA	15.7%	15.9%	EMEA	2.8%	3.0%
Hispanos/latinos/latinxs+			Indígenas+		
	2023	2024		2023	2024
América (no EE.UU.)	28.0%	27.9%	América (no EE.UU.)	0.9%	0.8%
APAC	0.5%	0.5%	APAC	0.1%	0.2%
EMEA	4.0%	4.1%	EMEA	0.3%	0.3%
Oriente Medio o África del Norte+			Blancos+		
	2023	2024		2023	2024
América (no EE.UU.)	6.2%	5.8%	América (no EE.UU.)	39.8%	39.3%
APAC	0.4%	0.3%	APAC	7.4%	7.2%
EMEA	9.7%	10.7%	EMEA	73.7%	72.4%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Tecnología									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	18.5%	21.2%	22.2%	22.7%	América (no EE.UU.)	81.5%	78.8%	77.8%	77.3%
APAC	22.0%	22.7%	22.2%	24.0%	APAC	78.0%	77.4%	77.8%	76.0%
EMEA	20.3%	21.8%	22.0%	22.6%	EMEA	79.7%	78.2%	78.0%	77.4%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología					
	Asiáticos+		Afrodescendientes+		
	2023	2024	2023	2024	
América (no EE.UU.)	11.8%	11.6%	América (no EE.UU.)	5.7%	5.6%
APAC	87.0%	87.0%	APAC	0.4%	0.4%
EMEA	11.0%	11.5%	EMEA	5.2%	5.5%
	Hispanos/latinos/latinxs+		Indígenas+		
	2023	2024	2023	2024	
América (no EE.UU.)	50.1%	51.6%	América (no EE.UU.)	0.9%	1.1%
APAC	0.9%	0.8%	APAC	0.2%	0.2%
EMEA	4.2%	4.3%	EMEA	0.3%	0.4%
	Oriente Medio o África del Norte+		Blancos+		
	2023	2024	2023	2024	
América (no EE.UU.)	2.5%	2.3%	América (no EE.UU.)	45.7%	45.2%
APAC	0.5%	0.5%	APAC	12.8%	12.7%
EMEA	8.0%	8.6%	EMEA	76.9%	75.6%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	44.3%	48.3%	48.9%	49.0%	América (no EE.UU.)	55.7%	51.7%	51.1%	51.0%
APAC	47.3%	48.7%	49.5%	49.4%	APAC	52.7%	51.3%	50.5%	50.6%
EMEA	48.8%	50.3%	51.2%	51.7%	EMEA	51.2%	49.7%	48.8%	48.3%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Liderazgo									
Asiáticos+					Afrodescendientes+				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	N/A	N/A	9.0%	8.6%	América (no EE.UU.)	N/A	N/A	N/A	N/A
APAC	70.8%	72.1%	75.0%	74.1%	APAC	N/A	N/A	N/A	N/A
EMEA	6.6%	6.6%	7.7%	6.6%	EMEA	3.3%	3.8%	4.1%	4.7%
Hispanos/latinos/latinxs+					Indígenas+				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	43.8%	40.9%	41.7%	41.4%	América (no EE.UU.)	N/A	N/A	N/A	N/A
APAC	N/A	N/A	N/A	N/A	APAC	N/A	N/A	N/A	N/A
EMEA	N/A	N/A	2.2%	2.8%	EMEA	N/A	N/A	N/A	N/A
Oriente Medio o África del Norte+					Blancos+				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	N/A	N/A	N/A	N/A	América (no EE.UU.)	50.0%	52.3%	57.6%	56.3%
APAC	N/A	N/A	N/A	N/A	APAC	28.8%	27.9%	25.3%	25.9%
EMEA	4.5%	5.8%	6.9%	7.1%	EMEA	87.7%	85.8%	83.5%	83.1%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Liderazgo									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	29.8%	34.3%	32.9%	34.3%	América (no EE.UU.)	70.2%	65.7%	67.1%	65.7%
APAC	29.2%	31.8%	33.7%	35.6%	APAC	70.8%	68.2%	66.3%	64.4%
EMEA	26.9%	29.7%	31.3%	33.1%	EMEA	73.1%	70.3%	68.7%	66.9%

Datos de Contratación de Google

Total

Raza o Etnia

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	34.9%	37.4%	43.0%	43.8%	43.9%	48.5%	42.8%	46.3%	48.9%	42.9%
Afrodescendientes+	3.5%	4.3%	3.7%	4.1%	4.8%	5.5%	8.8%	9.4%	7.2%	12.1%
Hispanos/latinos+	5.9%	6.5%	5.8%	6.3%	6.8%	6.6%	8.8%	9.0%	8.5%	11.6%
Indígenas estadounidenses+	0.9%	0.7%	0.6%	0.8%	1.1%	0.8%	0.7%	0.8%	1.1%	1.6%
Blancos+	59.3%	54.9%	51.1%	49.7%	48.5%	43.1%	44.5%	40.2%	40.3%	39.5%

Género en EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	29.4%	29.4%	30.4%	30.4%	34.9%	32.1%	33.1%	37.6%	33.3%	32.4%
Hombres	70.6%	70.6%	69.6%	69.6%	65.1%	67.9%	66.9%	62.4%	66.7%	67.6%

Género a Nivel Mundial

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	30.7%	30.6%	31.6%	31.3%	33.2%	32.5%	33.7%	37.5%	33.8%	34.8%
Hombres	69.3%	69.4%	68.4%	68.7%	66.8%	67.5%	66.3%	62.5%	66.2%	65.2%

Datos de Contratación de Google

Tecnología

Raza o Etnia

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	39.3%	42.8%	48.6%	49.6%	51.3%	54.9%	49.3%	54.7%	54.9%	47.9%
Afrodescendientes+	2.2%	2.5%	2.1%	2.7%	2.9%	3.8%	6.4%	6.4%	5.6%	10.0%
Hispanos/latinos+	4.7%	4.4%	5.0%	5.1%	5.2%	5.4%	8.3%	7.8%	7.4%	11.0%
Indígenas estadounidenses+	0.8%	0.4%	0.5%	0.7%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%	0.9%	1.7%
Blancos+	57.2%	52.8%	47.5%	46.0%	43.8%	39.2%	40.9%	35.4%	36.6%	36.8%

Género en EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	20.6%	21.7%	23.0%	24.0%	25.6%	25.5%	27.5%	29.5%	27.6%	28.5%
Hombres	79.4%	78.3%	77.0%	76.0%	74.4%	74.6%	72.5%	70.5%	72.4%	71.5%

Género a Nivel Mundial

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	19.6%	21.3%	22.2%	23.0%	24.0%	24.1%	26.5%	27.6%	26.0%	30.2%
Hombres	80.4%	78.8%	77.8%	77.0%	76.0%	75.9%	73.6%	72.4%	74.0%	69.8%

Datos de Contratación de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología

Raza o Etnia										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	24.5%	24.5%	26.7%	25.6%	25.1%	28.3%	23.6%	25.7%	27.1%	22.2%
Afrodescendientes+	6.5%	8.8%	8.3%	8.4%	9.4%	10.9%	15.9%	16.6%	13.1%	20.7%
Hispanos/latinos+	9.3%	11.4%	8.5%	10.2%	10.8%	10.7%	10.2%	12.0%	12.3%	14.1%
Indígenas estadounidenses+	1.3%	1.6%	1.0%	1.2%	2.0%	1.3%	1.1%	1.3%	1.5%	1.2%
Blancos+	64.4%	60.1%	61.5%	61.1%	60.1%	55.7%	55.4%	52.0%	53.7%	50.8%

Género en EE.UU.										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	50.5%	47.7%	52.2%	50.5%	57.9%	53.7%	49.9%	57.9%	53.8%	48.6%
Hombres	49.6%	52.3%	47.8%	49.5%	42.1%	46.3%	50.1%	42.1%	46.2%	51.4%

Género a Nivel Mundial										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	47.2%	45.4%	49.2%	48.6%	53.2%	49.4%	47.6%	54.8%	51.3%	48.8%
Hombres	52.8%	54.7%	50.8%	51.4%	46.8%	50.6%	52.4%	45.2%	48.7%	51.2%

Datos de Contratación de Google

Liderazgo

Raza o Etnia

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	28.0%	25.3%	33.1%	27.7%	32.7%	28.0%	23.7%	33.3%	31.6%	36.5%
Afrodescendientes+	4.8%	2.3%	1.5%	5.7%	3.6%	3.6%	7.1%	12.6%	8.0%	N/A
Hispanos/latinos+	2.4%	3.4%	2.3%	4.3%	5.1%	4.4%	5.8%	4.9%	5.7%	N/A
Indígenas estadounidenses+	0.0%	0.0%	1.5%	1.4%	0.5%	0.7%	N/A	N/A	N/A	N/A
Blancos+	68.3%	69.0%	64.6%	63.1%	59.7%	66.2%	65.8%	51.4%	56.4%	56.7%

Género en EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	28.9%	23.0%	27.5%	28.4%	26.0%	24.6%	30.4%	35.1%	33.3%	34.4%
Hombres	71.1%	77.0%	72.5%	71.6%	74.0%	75.4%	69.6%	64.9%	66.7%	65.6%

Género a Nivel Mundial

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	30.1%	25.7%	29.6%	29.4%	25.9%	26.1%	28.9%	35.9%	33.5%	37.1%
Hombres	69.9%	74.3%	70.4%	70.6%	74.1%	73.9%	71.1%	64.1%	66.5%	62.9%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Total

Mujeres de EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	11.6%	12.2%	14.2%	14.2%	15.6%	16.1%	15.2%	17.4%	17.4%	16.5%
Afrodescendientes+	1.2%	1.6%	1.7%	1.4%	2.2%	2.3%	3.4%	4.3%	3.0%	4.2%
Hispanas/latinas+	1.9%	2.1%	1.8%	2.0%	2.7%	2.3%	2.5%	3.2%	2.6%	2.9%
Indígenas estadounidenses+	0.4%	0.3%	0.2%	0.2%	0.5%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%
Blancos+	16.0%	14.8%	14.1%	14.4%	16.2%	13.0%	13.7%	14.8%	12.1%	10.8%

Hombres de EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	23.3%	25.2%	28.9%	29.6%	28.3%	32.4%	27.7%	28.9%	31.5%	27.4%
Afrodescendientes+	2.3%	2.7%	2.0%	2.6%	2.6%	3.2%	5.4%	5.0%	4.2%	7.6%
Hispanos/latinos+	4.0%	4.4%	4.0%	4.3%	4.1%	4.3%	6.2%	5.8%	5.9%	8.7%
Indígenas estadounidenses+	0.5%	0.4%	0.4%	0.6%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.7%	1.0%
Blancos+	43.3%	40.1%	37.0%	35.3%	32.3%	30.1%	30.8%	25.4%	28.2%	28.1%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Tecnología

Mujeres de EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	10.9%	12.0%	13.9%	14.1%	15.5%	15.9%	16.2%	18.3%	17.6%	17.8%
Afrodescendientes+	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.8%	1.0%	1.6%	1.9%	1.7%	2.6%
Hispanas/latinas+	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	1.2%	1.3%	1.6%	1.8%	1.5%	2.0%
Indígenas estadounidenses+	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.4%
Blancos+	9.2%	9.2%	8.5%	9.5%	9.3%	8.3%	9.4%	8.8%	8.0%	7.9%

Hombres de EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	28.4%	30.9%	34.7%	35.6%	35.8%	39.0%	33.1%	36.4%	37.3%	31.4%
Afrodescendientes+	1.7%	2.0%	1.6%	2.1%	2.2%	2.8%	4.8%	4.4%	3.9%	7.0%
Hispanos/latinos+	3.8%	3.6%	4.1%	4.1%	4.1%	4.1%	6.7%	6.0%	5.9%	8.9%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.3%	0.4%	0.6%	0.5%	0.4%	0.5%	0.4%	0.8%	1.1%
Blancos+	48.0%	43.6%	39.0%	36.4%	34.5%	30.8%	31.5%	26.6%	28.6%	28.4%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología

Mujeres de EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	13.0%	12.7%	15.0%	14.5%	15.7%	16.9%	12.0%	15.3%	16.5%	11.2%
Afrodescendientes+	2.9%	4.3%	5.0%	4.1%	5.7%	6.4%	8.7%	10.2%	7.7%	11.3%
Hispanas/latinas+	4.5%	5.2%	4.6%	5.4%	6.5%	5.5%	5.4%	6.6%	6.6%	6.7%
Indígenas estadounidenses+	0.9%	0.7%	0.5%	0.6%	1.3%	0.8%	0.6%	0.7%	0.8%	N/A
Blancos+	32.5%	28.3%	30.6%	29.8%	33.6%	28.0%	26.4%	29.6%	27.1%	23.2%

Hombres de EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	11.5%	11.8%	11.7%	11.0%	9.4%	11.4%	11.6%	10.4%	10.7%	10.6%
Afrodescendientes+	3.6%	4.5%	3.3%	4.3%	3.7%	4.5%	7.1%	6.4%	5.4%	10.2%
Hispanos/latinos+	4.8%	6.2%	4.0%	4.8%	4.3%	5.1%	4.8%	5.4%	5.7%	7.9%
Indígenas estadounidenses+	0.4%	0.9%	0.5%	0.5%	0.7%	0.6%	0.5%	0.6%	0.6%	N/A
Blancos+	31.9%	31.8%	30.9%	31.3%	26.5%	27.7%	29.0%	22.4%	26.6%	26.9%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Liderazgo

Mujeres de EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	10.8%	4.6%	10.8%	9.9%	7.1%	5.8%	6.8%	11.9%	9.4%	15.6%
Afrodescendientes+	3.6%	0.0%	0.8%	2.1%	0.5%	1.1%	2.6%	4.7%	3.7%	N/A
Hispanas/latinas+	0.0%	2.3%	0.8%	0.7%	3.1%	2.2%	N/A	N/A	N/A	N/A
Indígenas estadounidenses+	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	N/A	N/A	N/A	N/A
Blancos+	15.7%	16.1%	15.4%	17.0%	16.3%	17.8%	20.8%	17.8%	20.1%	17.5%

Hombres de EE.UU.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	18.1%	20.7%	22.3%	17.7%	25.5%	22.2%	16.8%	21.5%	22.2%	20.8%
Afrodescendientes+	1.2%	2.3%	0.8%	3.5%	3.1%	2.6%	4.5%	7.9%	4.3%	N/A
Hispanos/latinos+	2.4%	1.1%	1.5%	3.5%	2.0%	2.2%	4.5%	3.0%	4.3%	N/A
Indígenas estadounidenses+	0.0%	0.0%	1.5%	1.4%	0.0%	0.7%	N/A	N/A	N/A	N/A
Blancos+	51.8%	52.9%	49.2%	46.1%	43.4%	48.4%	45.0%	33.6%	36.3%	37.7%

Datos de Contratación de Google por Región

Total									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	28.5%	35.8%	32.6%	35.2%	América (no EE.UU.)	71.5%	64.2%	67.4%	64.8%
APAC	36.4%	37.2%	35.2%	39.3%	APAC	63.6%	62.8%	64.8%	60.7%
EMEA	33.9%	38.5%	33.8%	33.9%	EMEA	66.1%	61.5%	66.2%	66.2%
Tecnología									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	21.4%	23.3%	23.5%	26.8%	América (no EE.UU.)	78.6%	76.7%	76.5%	73.2%
APAC	24.3%	23.1%	23.3%	36.1%	APAC	75.7%	76.9%	76.7%	63.9%
EMEA	25.3%	26.8%	22.3%	26.7%	EMEA	74.7%	73.2%	77.7%	73.3%
Ámbitos No Relacionados con la Tecnología									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	41.0%	55.3%	49.9%	51.8%	América (no EE.UU.)	59.0%	44.7%	50.1%	48.2%
APAC	46.0%	51.0%	49.4%	46.5%	APAC	54.0%	49.0%	50.6%	53.5%
EMEA	47.1%	54.3%	49.9%	53.6%	EMEA	52.9%	45.7%	50.1%	46.4%

Datos de Contratación de Google por Región

Liderazgo									
	Mujeres					Hombres			
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	N/A	N/A	N/A	N/A	América (no EE.UU.)	75.0%	N/A	75.0%	N/A
APAC	20.8%	27.5%	33.9%	48.0%	APAC	79.2%	72.5%	66.2%	52.0%
EMEA	28.8%	47.1%	36.9%	45.2%	EMEA	71.2%	52.9%	63.1%	54.8%

Datos de Representación de Deserciones de Google

Total							
Raza o Etnia							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	31.0%	31.5%	31.9%	35.2%	39.5%	39.7%	35.8%
Afrodescendientes+	4.0%	3.9%	4.1%	5.1%	5.0%	6.4%	8.9%
Hispanos/latinos+	6.1%	6.2%	5.9%	6.5%	6.6%	6.7%	8.5%
Indígenas estadounidenses+	0.8%	0.9%	1.1%	1.1%	1.0%	0.9%	1.2%
Blancos+	62.7%	61.5%	61.8%	57.2%	53.2%	51.0%	51.2%
Género en EE.UU.							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	27.0%	26.3%	25.6%	26.5%	26.1%	27.2%	34.5%
Hombres	73.0%	73.7%	74.4%	73.5%	73.9%	72.8%	65.5%
Género a Nivel Mundial							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	29.5%	28.3%	28.2%	27.4%	28.2%	29.9%	35.0%
Hombres	70.5%	71.7%	71.8%	72.6%	71.8%	70.1%	65.0%

Datos de Representación de Deserciones de Google

Tecnología

Raza o Etnia

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	35.2%	35.8%	36.3%	40.5%	45.0%	46.5%	42.6%
Afrodescendientes+	3.0%	3.0%	2.8%	3.1%	3.1%	3.8%	6.1%
Hispanos/latinos+	4.6%	4.7%	5.0%	5.7%	5.5%	5.6%	7.1%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.7%	0.9%	0.6%	0.9%	0.8%	1.1%
Blancos+	61.2%	59.3%	59.7%	54.7%	50.4%	47.4%	48.0%

Género en EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	16.2%	17.5%	17.3%	18.2%	19.7%	19.6%	24.0%
Hombres	83.8%	82.5%	82.7%	81.8%	80.3%	80.4%	76.0%

Género a Nivel Mundial

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	16.8%	17.5%	18.0%	18.1%	19.2%	19.1%	23.3%
Hombres	83.2%	82.5%	82.0%	81.9%	80.8%	80.9%	76.7%

Datos de Representación de Deserciones de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología

Raza o Etnia							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	23.0%	21.9%	21.2%	20.8%	22.5%	22.9%	22.7%
Afrodescendientes+	6.0%	5.9%	7.3%	10.5%	11.0%	12.9%	14.0%
Hispanos/latinos+	8.8%	9.5%	8.2%	8.9%	9.8%	9.6%	11.3%
Indígenas estadounidenses+	1.3%	1.4%	1.7%	2.4%	1.3%	1.2%	1.5%
Blancos+	65.8%	66.5%	67.0%	64.1%	61.7%	60.0%	57.1%

Género en EE.UU.							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	47.8%	46.3%	45.5%	49.3%	46.0%	45.8%	54.5%
Hombres	52.2%	53.7%	54.5%	50.7%	54.0%	54.2%	45.5%

Género a Nivel Mundial							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mujeres	44.8%	43.8%	44.6%	43.8%	44.3%	45.1%	51.8%
Hombres	55.2%	56.2%	55.4%	56.2%	55.7%	54.9%	48.2%

Datos de Representación Interseccional de Deserciones de Google

Total

Mujeres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	8.7%	9.1%	7.9%	9.4%	10.7%	10.8%	12.6%
Afrodescendientes+	1.2%	1.2%	1.7%	2.5%	2.0%	2.5%	3.8%
Hispanas/latinas+	1.6%	1.8%	1.9%	1.8%	1.9%	2.0%	3.1%
Indígenas estadounidenses+	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.3%	0.4%	0.5%
Blancos+	16.6%	15.0%	15.3%	14.4%	13.2%	13.3%	16.9%

Hombres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	22.4%	22.3%	24.1%	25.8%	28.8%	28.9%	23.1%
Afrodescendientes+	2.8%	2.7%	2.5%	2.6%	3.0%	3.9%	5.0%
Hispanos/latinos+	4.4%	4.4%	4.0%	4.7%	4.7%	4.8%	5.4%
Indígenas estadounidenses+	0.4%	0.5%	0.7%	0.6%	0.7%	0.6%	0.7%
Blancos+	46.2%	46.6%	46.5%	42.8%	40.0%	37.7%	34.3%

Datos de Representación Interseccional de Deserciones de Google

Tecnología

Mujeres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	7.1%	7.5%	6.6%	8.6%	10.2%	10.4%	12.0%
Afrodescendientes+	0.6%	0.6%	0.6%	0.9%	0.9%	0.8%	1.7%
Hispanas/latinas+	0.6%	1.1%	0.7%	0.8%	0.9%	1.1%	1.5%
Indígenas estadounidenses+	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%
Blancos+	8.7%	8.8%	9.9%	9.0%	8.7%	8.3%	9.9%

Hombres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	28.1%	28.1%	29.7%	31.8%	34.9%	36.2%	30.7%
Afrodescendientes+	2.4%	2.4%	2.2%	2.2%	2.1%	3.1%	4.5%
Hispanos/latinos+	4.0%	3.6%	4.2%	4.8%	4.7%	4.5%	5.6%
Indígenas estadounidenses+	0.5%	0.4%	0.7%	0.4%	0.7%	0.6%	0.8%
Blancos+	52.5%	50.7%	49.8%	45.7%	41.7%	39.0%	38.1%

Datos de Representación Interseccional de Deserciones de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología

Mujeres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticas+	11.8%	12.5%	10.9%	11.6%	12.0%	12.0%	13.9%
Afrodescendientes+	2.5%	2.6%	4.2%	6.9%	5.2%	6.9%	7.8%
Hispanas/latinas+	3.6%	3.3%	4.8%	4.4%	4.9%	4.1%	6.2%
Indígenas estadounidenses+	0.9%	0.7%	1.0%	1.3%	0.4%	0.7%	0.8%
Blancos+	31.6%	29.0%	28.1%	29.2%	26.8%	25.6%	30.0%

Hombres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Asiáticos+	11.2%	9.4%	10.4%	9.2%	10.4%	10.9%	8.8%
Afrodescendientes+	3.5%	3.3%	3.1%	3.7%	5.7%	6.0%	6.2%
Hispanos/latinos+	5.2%	6.1%	3.4%	4.5%	4.9%	5.5%	5.1%
Indígenas estadounidenses+	0.3%	0.8%	0.7%	1.2%	0.9%	0.4%	0.7%
Blancos+	34.2%	37.5%	38.9%	34.9%	34.9%	34.5%	27.1%

Datos de Representación de Deserciones de Google por Región

Total									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	29.0%	21.3%	26.4%	34.3%	América (no EE.UU.)	71.0%	78.7%	73.6%	65.7%
APAC	28.0%	36.5%	37.7%	37.7%	APAC	72.0%	63.5%	62.3%	62.3%
EMEA	30.8%	31.6%	30.8%	33.8%	EMEA	69.2%	68.4%	69.2%	66.2%
Tecnología									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	10.0%	8.3%	13.1%	22.5%	América (no EE.UU.)	90.0%	91.7%	86.9%	77.5%
APAC	17.5%	18.2%	19.5%	21.7%	APAC	82.6%	81.8%	80.6%	78.3%
EMEA	18.7%	19.3%	16.5%	21.3%	EMEA	81.3%	80.7%	83.5%	78.7%
Ámbitos No Relacionados con la Tecnología									
Mujeres					Hombres				
	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
América (no EE.UU.)	39.1%	33.1%	39.2%	49.1%	América (no EE.UU.)	60.9%	66.9%	60.8%	50.9%
APAC	34.4%	45.0%	46.0%	48.6%	APAC	65.6%	55.0%	54.0%	51.4%
EMEA	41.1%	42.3%	42.8%	48.5%	EMEA	58.9%	57.7%	57.2%	51.5%

Datos de Autoidentificación de Google

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Porcentaje global que se autoidentifica como persona LGBTQ+ y/o Trans+	8.5%	7.1%	6.9%	6.7%	7.0%	7.0%
Porcentaje global que se autoidentifica como persona con discapacidad	7.5%	6.1%	5.6%	5.4%	6.5%	6.7%
Porcentaje global que se autoidentifica como miembro de las fuerzas militares en la actualidad o en el pasado	5.2%	5.5%	5.2%	5.0%	5.2%	5.5%
Porcentaje global que se autoidentifica como persona no binaria	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%