

Informe Anual de Diversidad de Google

2023



Google

Índice

3	Introducción
5	Conclusiones Principales
7	En Nuestro Lugar de Trabajo
33	Compromisos en el Lugar de Trabajo
38	En Nuestros Productos
48	En la Sociedad
64	Cronología de DEI
66	Con la Mirada Puesta en el Futuro
67	Metodología de Datos
71	Apéndice

Introducción

Fortaleciendo nuestra cultura de respeto para todas las personas.

Durante el último año, identificamos nuestras iniciativas más efectivas y, luego, duplicamos la apuesta.

Utilizamos los datos que obtuvimos de las ubicaciones geográficas y trabajamos con socios (dentro y fuera de Google) para definir mejor nuestras iniciativas de mayor impacto y fortalecerlas. Modificamos los sistemas para aumentar la responsabilidad del administrador, mejoramos nuestros productos para que funcionen mejor para más personas y ampliamos los programas para aprovechar nuevas oportunidades económicas para las comunidades subrepresentadas alrededor del mundo. También, y lo que es más importante, tomamos medidas para continuar integrando estas iniciativas a la estructura de Google, tanto a nivel operacional como cultural.

El año pasado, hicimos frente a desafíos globales que nos pusieron a prueba. Sin embargo, no dudamos de nuestro objetivo, sino que nos enfocamos más en él. Nos mantuvimos firmes con respecto a nuestros Compromisos por la Igualdad Racial (about.google/commitments/racialequity) y seguimos impulsando un espacio de trabajo que fomenta el sentimiento de pertenencia, en todas sus formas y en toda la empresa.

Introducción

Desarrollamos nuestras iniciativas en base a tres categorías amplias: lugar de trabajo, productos y sociedad. Estas son las áreas en las que trabajamos para fomentar el sentimiento de pertenencia, y donde se afianzan nuestras acciones. Este informe incluye detalles sobre estas acciones, al mismo tiempo que destaca los aspectos en los que debemos seguir creciendo. En los diez años en los que compartimos nuestro progreso, llegamos a entender que “crear para todas las personas nos permite crecer”.

A medida que trabajamos en un futuro centrado en la igualdad y el respeto (un futuro en el que todas las personas sientan que pertenecen), vemos que todavía tenemos mucho por aprender y lograr. Hacer realidad esta visión es lo que nos motiva a seguir trabajando.

Conclusiones Principales

Integramos el sentimiento de pertenencia en todo lo que hacemos.

En Nuestro Lugar de Trabajo

Adoptamos un enfoque orientado a la igualdad.

Gracias a los informes que obtuvimos luego de rigurosos análisis, conseguimos crear los equipos de trabajo más representativos hasta el momento. Una evidencia clave: En 2022, cumplimos con nuestro Compromiso por la Igualdad Racial de aumentar en un 30% la representación de Googlers afrodescendientes+, indígenas estadounidenses+ y de origen latino+ en puestos de liderazgo. También dimos mayor reconocimiento a talentos con alto potencial en grupos subrepresentados. La mayoría de los aprendices en nuestros programas Pathways to Sponsorship informaron un crecimiento profesional, que incluye nuevas oportunidades, ampliación de redes de contactos, mejores puestos y ascensos.

En Nuestros Productos

Garantizamos que la inclusión esté integrada.

Seguimos creando herramientas y procesos que integren la inclusión más a fondo y de forma más consistente en nuestros productos, que lleve a experiencias más respetuosas, útiles y gratas para los usuarios y las comunidades. Por ejemplo, en YouTube, ampliamos las funciones de nuestros sistemas de IA para reducir la toxicidad en línea.

Conclusiones Principales

En la Sociedad

Creamos nuevos sistemas para ampliar oportunidades.

Consolidamos nuestras inversiones y asociaciones para incrementar aún más la igualdad educativa, económica y en el ámbito de la salud. Gracias a nuestra inversión de USD 20 millones, 11 millones de estudiantes desfavorecidos en importantes centros urbanos y comunidades rurales en los Estados Unidos tendrán acceso a educación en ciencias de la computación. Además, superamos nuestro objetivo de 2022 de apoyar a proveedores de diversos orígenes: invertimos USD 2,800 millones para ayudar a crear un entorno de proveedores más justo que refleje la diversidad de nuestra sociedad.

En Nuestro Lugar de Trabajo

Adoptamos un enfoque
orientado a la igualdad.



En Nuestro Lugar de Trabajo



En 2022, logramos la versión de Google más representativa hasta el momento.

Adoptamos un enfoque orientado a la igualdad.

El año pasado, Google tuvo su personal más representativo y diverso hasta el momento. Para lograrlo, tuvimos que orientar mejor nuestras acciones, además de analizar datos para determinar las iniciativas que estaban funcionando con todo su potencial y las que no cumplían con las expectativas. Reforzamos nuestras iniciativas de mayor impacto, como nuestro programa de integración para talentos afrodescendientes (que tuvo una rápida expansión durante su segundo año). También lanzamos y definimos mejor otras iniciativas, como nuestro nuevo marco de trabajo de responsabilidades de administradores.

Continuaremos recopilando datos y aprendiendo de ellos, trabajando a favor de un personal y un lugar de trabajo más representativos, en los que cada persona sienta que pertenece.

Representación

Hicimos crecer nuestras comunidades de empleados, y aumentamos su impacto.

La creación del personal más representativo de Google hasta el momento fue una consecuencia directa de nuestras iniciativas no solo para contratar talento diverso, sino también para retenerlo. Una organización con nuestro tamaño y escala puede impulsar la representación considerablemente (no solo en nuestro personal, sino en toda la industria tecnológica) y nuestras iniciativas estuvieron muy enfocadas en ese objetivo durante 2022.

Ampliamos dos de nuestros nuevos grupos de recursos de empleados a nivel mundial (ERGs): el ERG de madres, padres y cuidadores para apoyar a los Googlers en esa situación; y el ERG de Mixed@Google, una comunidad dedicada para Googlers y aliados de grupos étnicos y culturales diversos. También fomentamos la colaboración orgánica y fortalecedora entre estos grupos. Como respuesta a los principales pedidos de sus miembros, en 2022, Mixed@ formó un comité de paternidad mixta que aborda las alegrías y las complejidades de la crianza de niños de origen étnico mixto. Al momento de su lanzamiento, tanto Mixed@ como el comité de paternidad mixta fueron los primeros grupos de recursos de la comunidad en su tipo dedicados a los empleados en el sector tecnológico privado.

En América Latina, también apoyamos a nuestros empleados en la creación de nuevos espacios comunitarios. Junto con nuestro equipo de Liderazgo a través de Igualdad y Diversidad (Leading Through Equity and Diversity, LEAD), un grupo de Googlers creó el Movimiento Anti-Racista (MAR), la primera comunidad formal de Googlers dedicada a la igualdad de origen étnico para Googlers indígenas y afrodescendientes en la región. La iniciativa ya agrupó a miembros de Ciudad de México, Lima, Buenos Aires, Santiago de Chile, San Francisco, Seattle y Toronto. También

está ayudando a que la Red de Googlers Afrodescendientes (Black Google Network, BGN) y la Red de Indígenas y Aborígenes de Google (Google Aboriginal & Indigenous Network, GAIN) comiencen sus operaciones en Hispanoamérica.

Estos tipos de grupos no solo crean espacios seguros para las comunidades diversas, sino que también fomentan experiencias más igualitarias para Googlers y usuarios, además de las comunidades en las que tenemos operaciones. Un resultado notable de esta iniciativa es nuestro trabajo con el ERG de Disability Alliance en Corea del Sur. Los miembros vieron la posibilidad de hacer que nuestra oficina de Gangnam fuera más accesible, y se asociaron con el equipo de Servicios de Bienes Raíces y Lugar de Trabajo para hacer realidad su visión. Comenzamos con mejoras en nuestras oficinas, en las que, por ejemplo, se colocaron señales para las salas de reuniones en braille y se instalaron burletes automáticos en las puertas. Finalmente, diseñamos toda una nueva planta, con características como espacios más amplios para mayor movilidad y acceso mejorado a estantes, lavabos y otras superficies elevadas. Durante todo el proceso, tuvimos en cuenta los comentarios que recibimos, y los diseños se hicieron en conjunto con la comunidad de personas con discapacidad de Google. También nos ocupamos de que todos los planos de diseño estuvieran disponibles en braille.



El ERG de Disability Alliance trabajó para lograr que nuestra oficina de Gangnam sea más accesible.

Ampliamos nuestros programas de integración para talentos subrepresentados.

Las investigaciones demuestran que la integración es fundamental para ayudar a que el personal tenga un sentimiento de pertenencia y, como consecuencia, se mejore las tasas de retención de empleados, especialmente entre las comunidades

subrepresentadas. Con ese conocimiento en nuestras manos, implementamos programas de integración nuevos y promulgamos los existentes.

En 2021, lanzamos la prueba piloto de The Collective, un programa de integración de seis meses diseñado para empleados afrodescendientes de Google nuevos y sus superiores. El año pasado, más del 75% de los Googlers aptos de todo el mundo aceptaron participar en The Collective, y lanzamos la iniciativa en ocho países: Australia, Brasil, Canadá, Estados Unidos, Irlanda, Singapur, Sudáfrica y Reino Unido. Nuestra clase inaugural demostró cómo The Collective les ofrecía conexiones personales más profundas, y el 93% indicó que el tiempo invertido había valido la pena.

También trabajamos para comprender cómo podemos ayudar mejor a los Googlers indígenas y de origen latino durante la integración. En 2022, un resultado de esas iniciativas fue Amigo@Google, nuestro primer programa de integración diseñado específicamente para Googlers ejecutivos de la comunidad de origen latino. Amigo@Google conecta a los participantes con ejecutivos experimentados de la comunidad latina en la empresa, lo que facilita la creación de redes entre la comunidad y el diálogo abierto con pares que comparten un origen cultural y experiencias de vida en común. Para la cohorte inaugural del año pasado, dimos la bienvenida a ejecutivos de todo el mundo que trabajan en todas las áreas de producto.

“The Collective es la mejor experiencia de integración que he visto, y una de las razones por las que decidí continuar mi carrera en Google”.

– Participante de The Collective



Participantes de The Collective, diseñado para empleados nuevos afrodescendientes y sus directivos, informaron que el programa los ayudó a crear conexiones personales más profundas en Google.

Ayudamos al personal a honrar los momentos que importan.

En 2022, lanzamos nuevas iniciativas para ayudar a Googlers de distintas religiones y culturas a celebrar los momentos que importan. Además, les otorgamos a los Googlers de todos los orígenes la oportunidad de aprender y participar en estos momentos.

Creamos una guía de planificación inclusiva para ayudar a que los planificadores de eventos, administradores y líderes traten las fiestas religiosas con igualdad y respeto. Esta guía de referencia incluye sugerencias y prácticas recomendadas para planificar eventos de cualquier tipo, desde conferencias mundiales hasta reuniones individuales, además de una lista de días no laborables de importancia creada por nuestro grupo de recursos de empleados de Inter Belief Network. También ayudamos a los Googlers a celebrar en la oficina. A lo largo del año, el equipo de alimentos trabajó con nuestros ERGs para organizar experiencias gastronómicas multiculturales y rendir homenaje a distintas fiestas y momentos culturales, como Eid, Rosh Hashaná, Navaratri, Diwali, Navidad, el Año Nuevo Lunar, Yalda y muchos otros, en más de 60 países de todo el mundo.

Aunque las celebraciones ayudaron a unirnos, también lo hicieron las tragedias. Frente a momentos difíciles y, a menudo, traumáticos, como los actos de violencia hacia comunidades específicas, respondimos con sesiones de apoyo lideradas por expertos externos, oportunidades de mentoría y mucho más, en todos los lugares del mundo donde fueran necesarias.



Lanzamos iniciativas para ayudar a Googlers de diferentes religiones y culturas a celebrar los momentos que importan.

Celebramos el orgullo de la comunidad LGBTQ+ en Google de maneras novedosas.

En 2022, organizamos varios eventos que fueron los primeros de su tipo para la comunidad LGBTQ+ en Europa, Oriente Medio y África. En nuestra primera Semana de Concientización Trans, honramos a la dinámica y diversa comunidad transgénero, incluidas las personas no binarias y de género no conforme. En el Día Internacional de las Personas No Binarias, organizamos nuestro primer evento dedicado a la experiencia no binaria de personas afrodescendientes, con talleres y debates para miembros de la comunidad y aliados en la región. Además, celebramos el Orgullo Báltico por primera vez en Vilna, Lituania.

También aportamos nuevas ideas para el aniversario n° 20 del Orgullo LGBT+ de Taiwán, la celebración del orgullo más importante de Asia Oriental. A través de la Búsqueda de Google y YouTube, transmitimos en vivo las celebraciones en Taipei para que más personas pudieran participar del evento, tanto en Taiwán como alrededor del mundo. Además, lanzamos una página dedicada a educar a las personas sobre las principales tendencias del Orgullo y la historia del Orgullo en Taiwán. También alentamos a los comerciantes a que usaran nuestro atributo amigable con la comunidad LGBTQ+ en Maps. Tuvimos el honor de ayudar a que este evento, pionero de los derechos LGBTQ+ en Asia Oriental desde hace mucho tiempo, sea más accesible y tenga mayor impacto.

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 la identidad puede ser falsamente limitador, además de pasar por alto matices importantes que existen dentro de categorías demográficas más amplias. Gracias a una iniciativa denominada Self-ID, Google recopila datos globales relacionados con el origen étnico, el género y otras identidades para obtener un panorama más detallado de nuestro personal. Seguiremos usando Self-ID e iterando el uso para comprender mejor las diferencias que existen dentro de las comunidades y darles más fuerza a nuestras iniciativas de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) en todo el mundo.

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

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

El 6.5% se autoidentificó como persona con discapacidad.

El 5.2% se autoidentificó como miembro de fuerzas militares (en la actualidad o en el pasado).

Menos del 1% se autoidentificó como persona no binaria.

En 2022, aumentó la cantidad de Googlers que se autoidentificaron como miembros de estas comunidades menos representadas; ese aumento se produjo a un ritmo más rápido que el de nuestro crecimiento global.

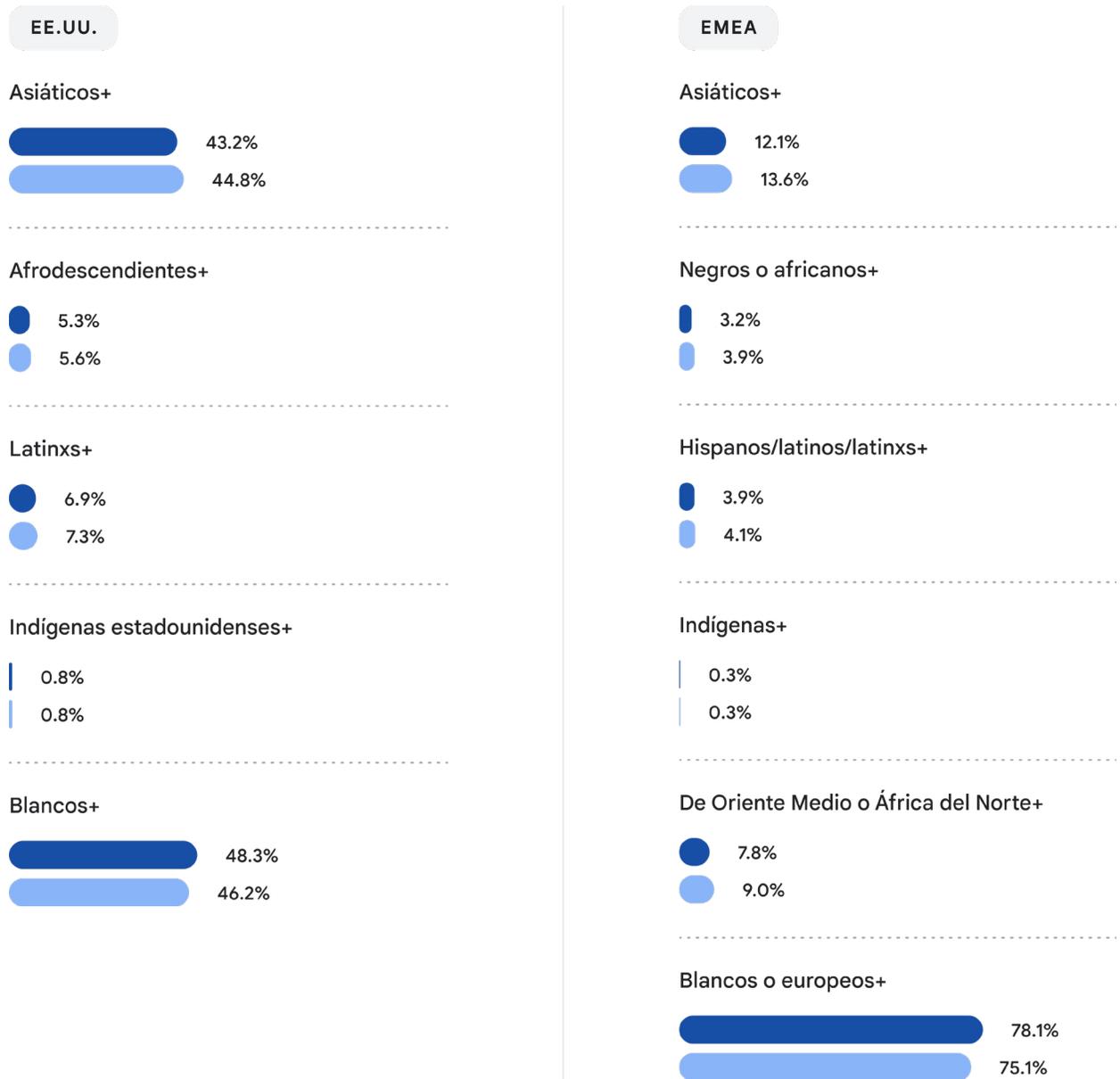
Descubre cómo informamos nuestros datos en el Apéndice.

Nuestros Datos de Representación del Personal

En 2022, conseguimos el personal de Google más representativo hasta el momento.

Representación del Personal por Raza o Etnia

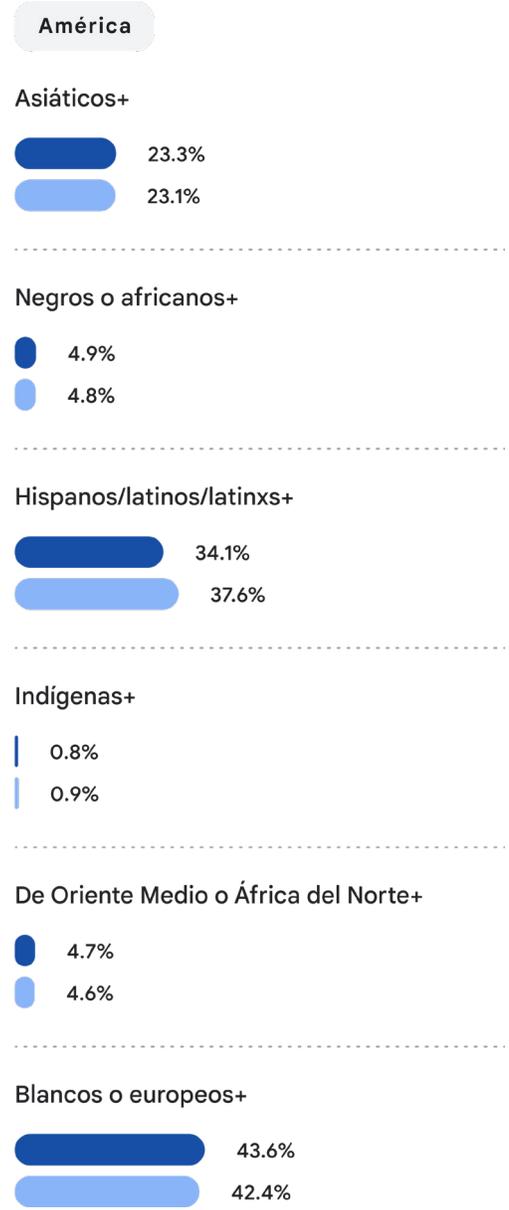
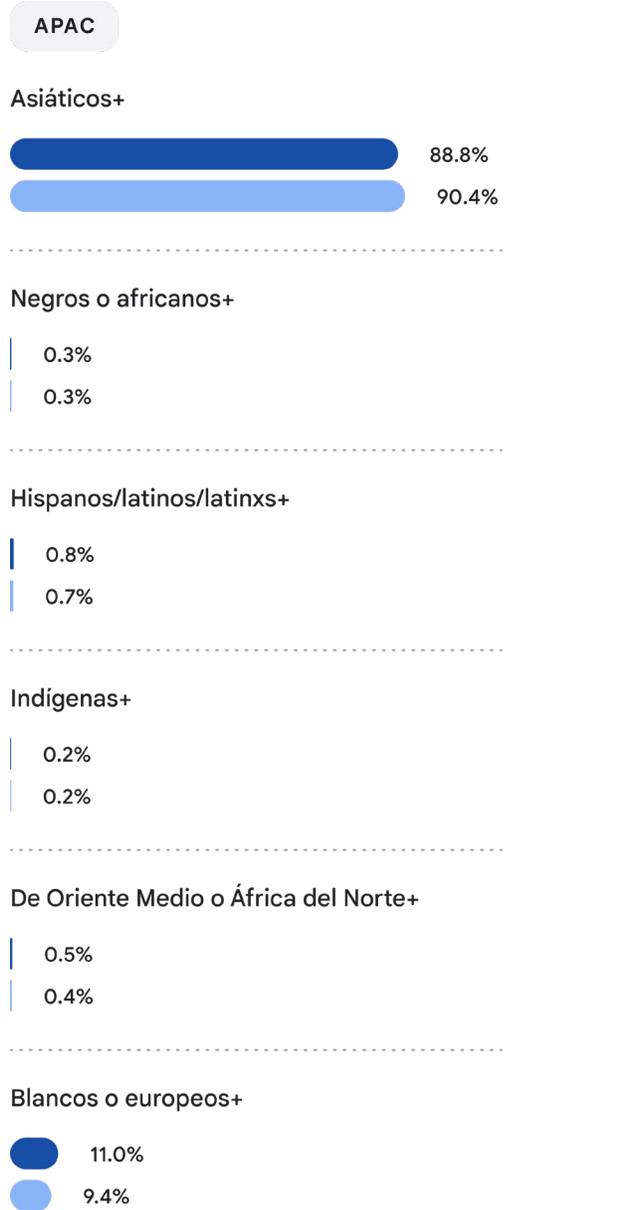
● Informe 2022
● Informe 2023



Representación del Personal por Raza o Etnia

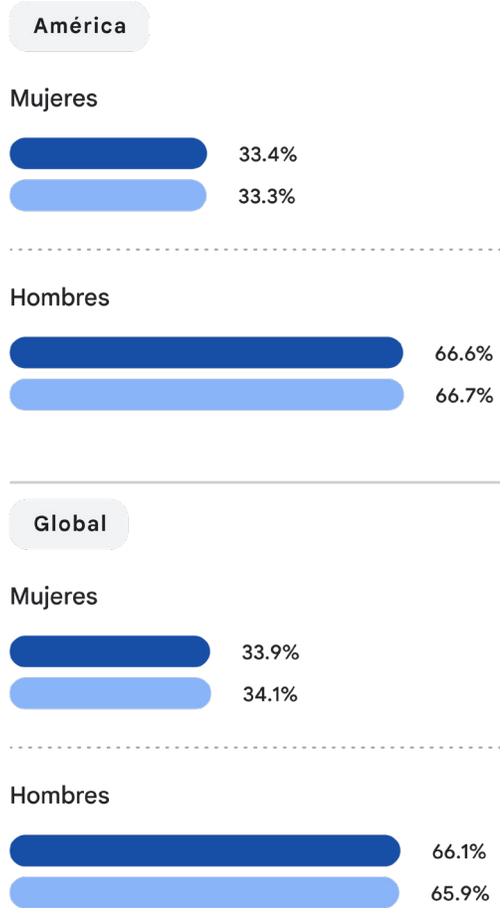
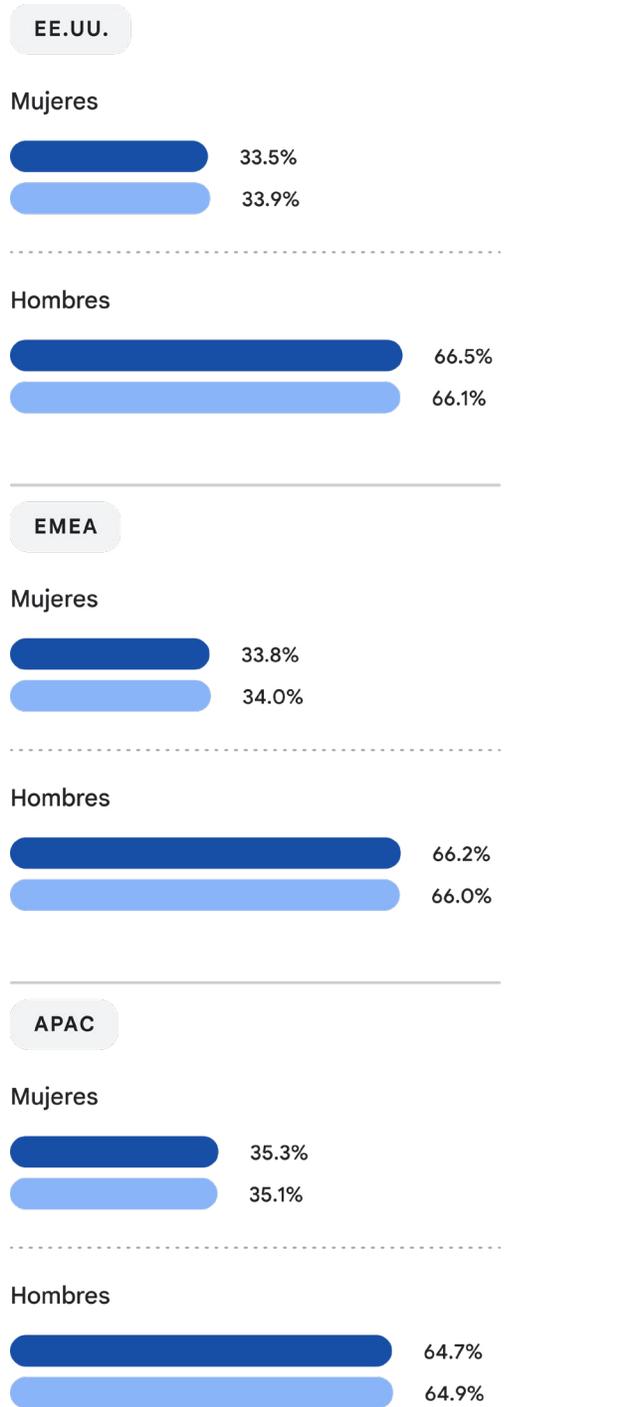
● Informe 2022

● Informe 2023



Representación del Personal por Género

- Informe 2022
- Informe 2023



Representación Interseccional del Personal

● Informe 2022

● Informe 2023

EE.UU.

Asiáticos+

Mujeres

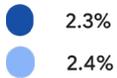


Hombres

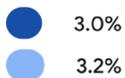


Afrodescendientes+

Mujeres

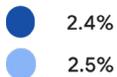


Hombres



Latinxs+

Mujeres



Hombres



Indígenas estadounidenses+

Mujeres



Hombres



Blancos+

Mujeres



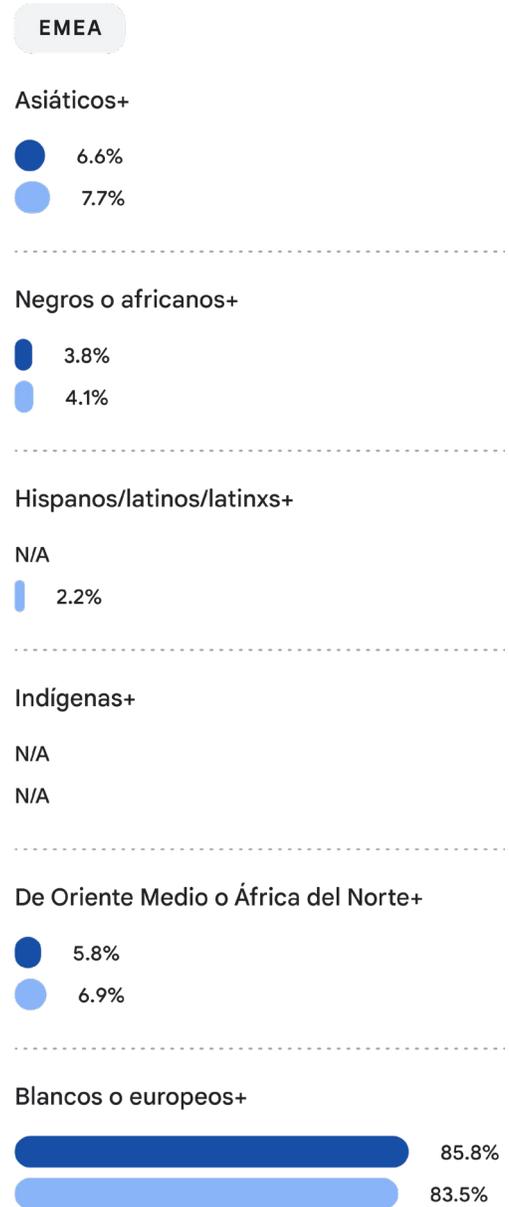
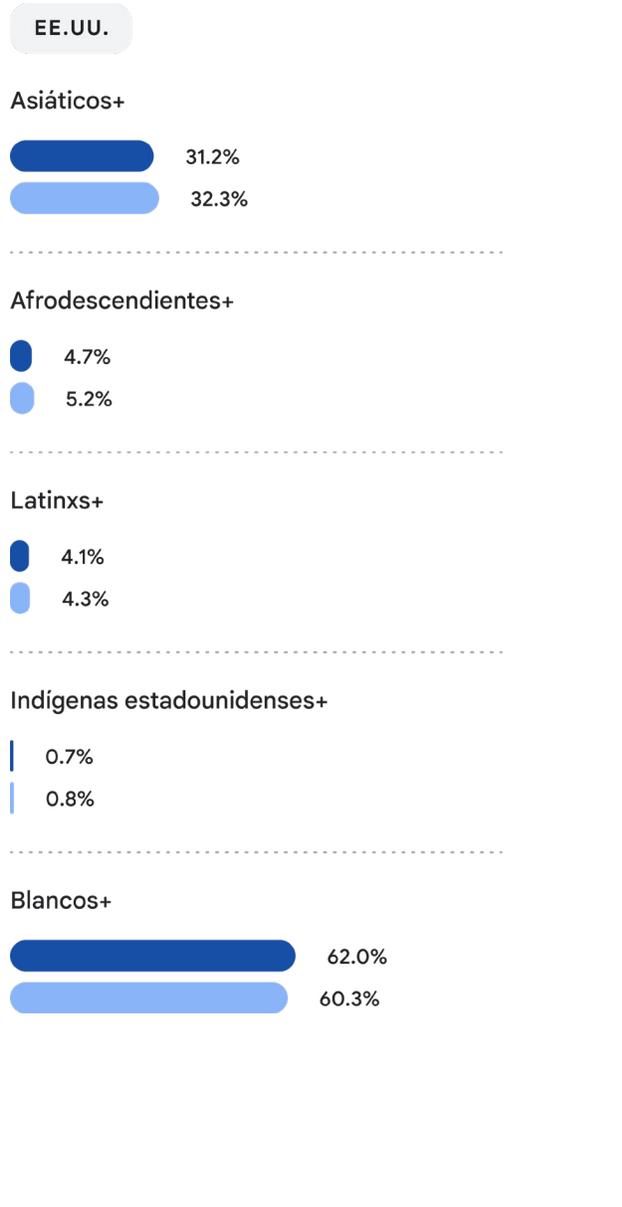
Hombres



Representación en Puestos de Liderazgo por Raza o Etnia

● Informe 2022

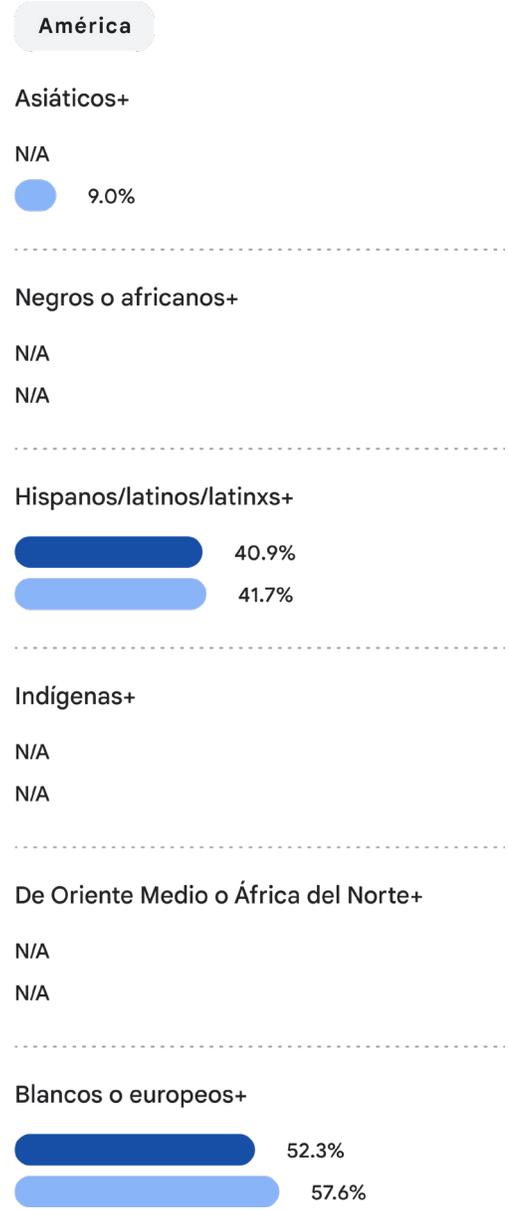
● Informe 2023



Representación en Puestos de Liderazgo por Raza o Etnia

● Informe 2022

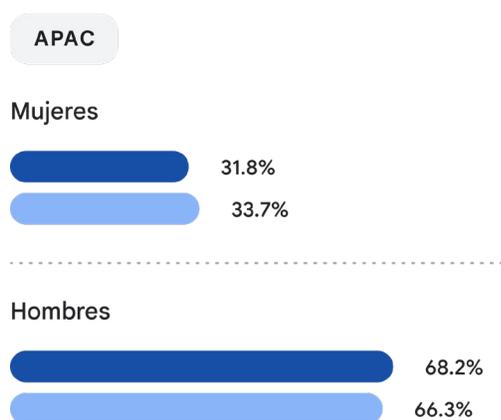
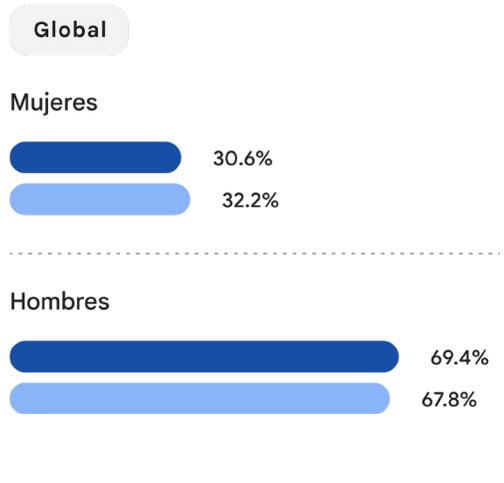
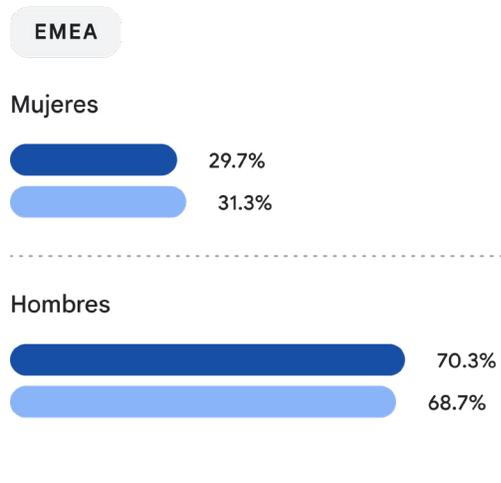
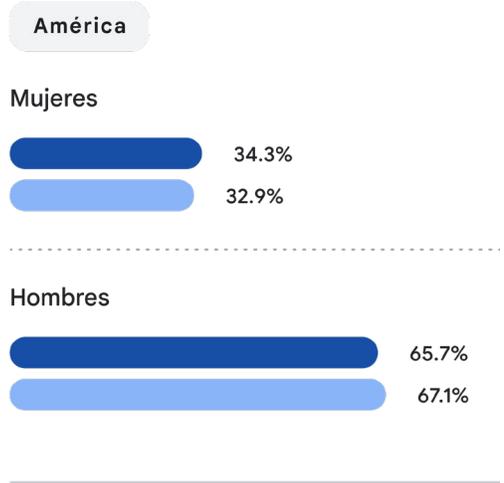
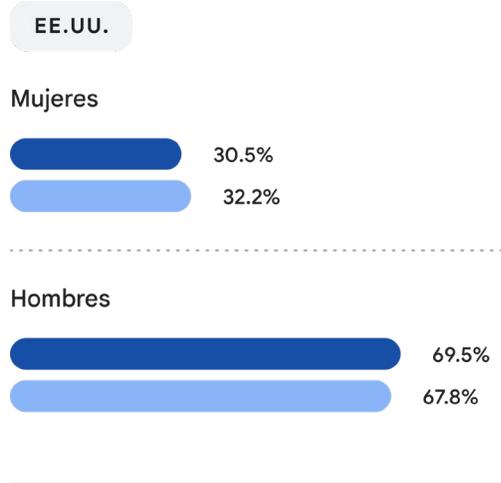
● Informe 2023



Representación en Puestos de Liderazgo por Género

● Informe 2022

● Informe 2023



Representación Interseccional de Puestos de Liderazgo

● Informe 2022

● Informe 2023

EE.UU.

Asiáticos+

Mujeres

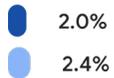


Hombres



Afrodescendientes+

Mujeres

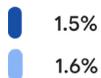


Hombres

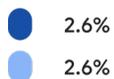


Latinxs+

Mujeres



Hombres



Indígenas estadounidenses+

Mujeres



Hombres



Blancos+

Mujeres



Hombres



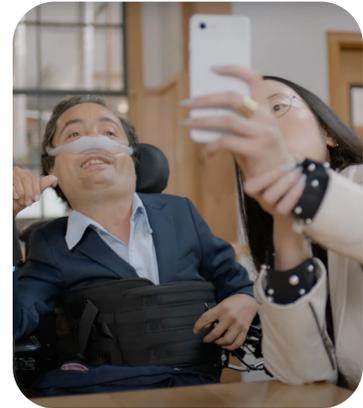
Contratación

Capacitamos a nuestros reclutadores para crear equipos con mayor representación.

Para desarrollar una fuerza laboral que realmente refleje la diversidad del mundo, debemos priorizar la inclusión desde el primer momento.

Para lograrlo, escalamos la experiencia de equipos de alto impacto, como Empower, que se especializa en reclutar talentos poco representados en puestos técnicos y no técnicos. Empower trabajó con nuestro ecosistema completo de reclutamiento y entrenó a 200 reclutadores de Google en una variedad de áreas de producto con el objetivo de convertirlos en promotores de confianza para talentos en un marco de diversidad, lo que hizo que se superen todos los objetivos interanuales. A su vez, los reclutadores que participaron de esa iniciativa aportaron aprendizajes, tendencias y datos de calidad clave a todo el equipo de reclutamiento.

También lanzamos programas educativos específicos para la comunidad, como nuestro nuevo programa de aprendizaje electrónico mundial, cuyo objetivo es brindar herramientas a los encargados de contratación para que puedan evaluar mejor a candidatos neurodiversos o con discapacidad. Creado en asociación con el grupo de recursos de empleados de Disability Alliance, este programa ayuda a quienes se encuentran a cargo de tomar decisiones de contratación a manejar sus sesgos y adoptar comportamientos más inclusivos, ya sea en materia de comunicación, descripciones de empleos o enfoques para realizar entrevistas. En vista de su repercusión, pusimos este programa a disposición de todos los empleados de Google.



Ayudamos a los encargados de contratación a abordar sus prejuicios sobre los candidatos con discapacidad o neurodivergencia.

Incorporamos la inclusión a todas nuestras publicaciones de empleo en el mundo.

La forma en que presentamos los puestos vacantes, así como quién los encuentra, puede determinar si un candidato se siente capaz de postularse o no. Ese es el motivo por el cual revisamos manualmente más de 5,000 publicaciones de empleo en Europa, África y el Oriente Medio con el objetivo de aumentar la representación de mujeres, talentos afrodescendientes y personas con discapacidad. Durante el proceso de revisión, reducimos la presencia de sesgos en el contenido y en la forma de nombrar los puestos de trabajo, los requerimientos y las responsabilidades. También nos asociamos con plataformas de contratación externas para alcanzar a una mayor cantidad de talentos afrodescendientes. Por último, evaluamos los casos de éxito de la región para descubrir nuevas formas de atraer a grupos poco representados. Extendimos esa labor a Brasil, donde publicamos puestos exclusivamente disponibles para la comunidad afrodescendiente en tecnología, computación en la nube y equipos comerciales y de ventas, con el objetivo de llegar a talentos sin descubrir en el país más poblado de Sudamérica.



Reducimos la presencia de sesgos en el contenido y en la forma de nombrar los puestos de trabajo, los requerimientos y las responsabilidades.

Nuestros Datos de Contratación

Desde que comenzamos con los informes en 2014, en las comunidades con poca representación dentro de Google se vio un crecimiento significativamente más rápido que la tasa de crecimiento de los empleados en general. Sentimos un gran orgullo por haber visto un aumento en 2022 de las contrataciones de empleados indígenas estadounidenses, tanto en puestos técnicos como en no técnicos. Sin embargo, ese progreso se ve atenuado por el hecho de que debemos continuar mejorando la contratación de otras comunidades.

Contratación por Raza o Etnia

- Informe 2022
- Informe 2023

EE.UU.

Asiáticos+



Afrodescendientes+



Latinxs+



Indígenas estadounidenses+

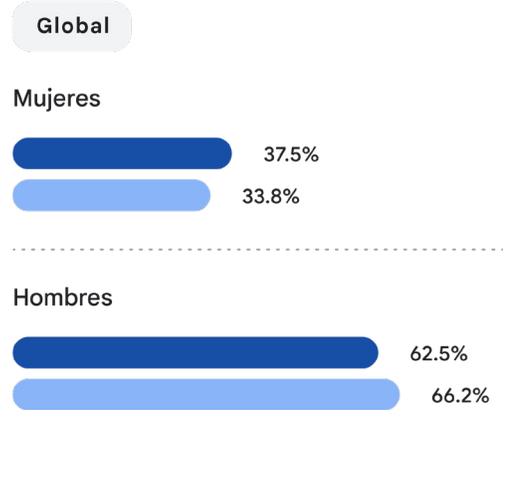
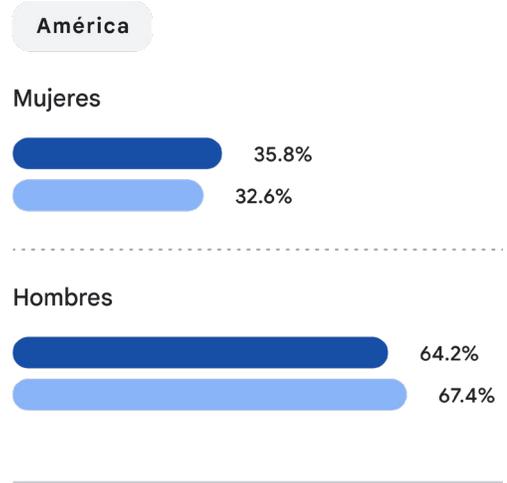
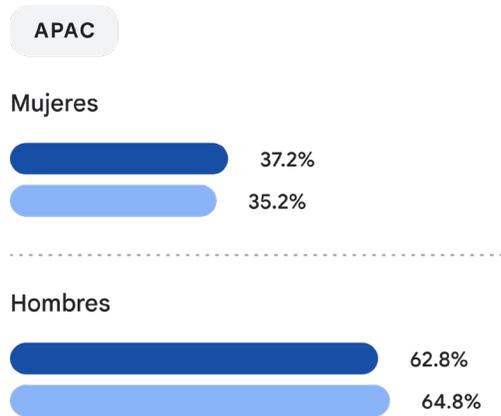
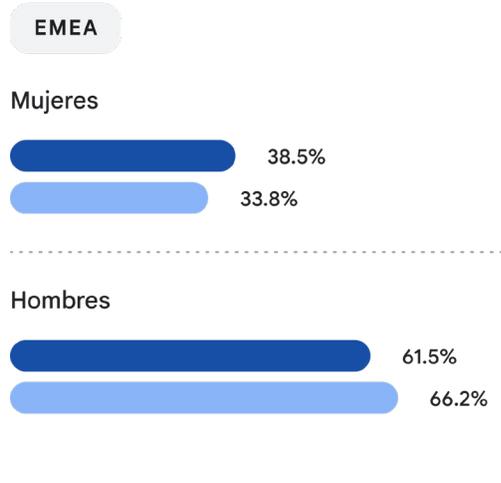
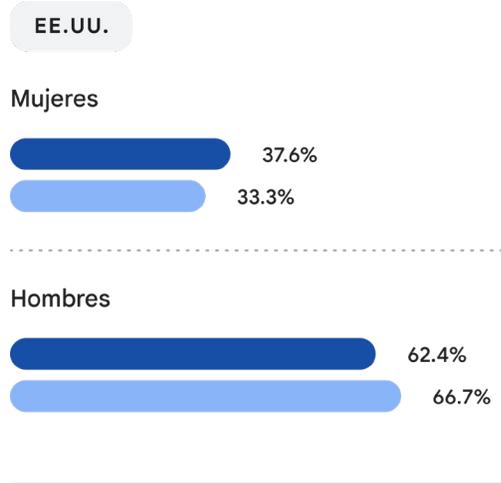


Blancos+



Contratación por Género

- Informe 2022
- Informe 2023



Contratación Interseccional

● Informe 2022

● Informe 2023

EE.UU.

Asiáticos+

Mujeres



Hombres

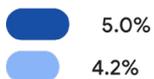


Afrodescendientes+

Mujeres



Hombres



Latinxs+

Mujeres

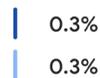


Hombres

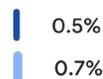


Indígenas estadounidenses+

Mujeres



Hombres



Blancos+

Mujeres



Hombres



Retención y Progreso

Sometimos a nuestros directivos a un nuevo estándar.

El foco en la retención y el progreso siempre fue fundamental en nuestros esfuerzos por crear una fuerza laboral más representativa. Estamos mejorando constantemente nuestros enfoques en torno a la retención y contratación, y prestamos mucha atención a la relación entre ambos conceptos. El año pasado, vimos el impacto de eso: una fuerza laboral con la mejor representación desde que comenzamos con los informes en 2014.

La relación con cada directivo resultó fundamental para lograr ese resultado. El año pasado, los datos demostraron que los directivos podían hacer más por los talentos con poca representación, especialmente en cuestiones como la alineación de los puestos o la evolución de las carreras profesionales. Por ese motivo, en 2022, tomamos medidas para educar mejor a nuestros directivos en materia de Diversidad, Equidad e Inclusión, y los hicimos responsables de lograr esos objetivos.

Una parte central de esa labor consistió en revisar los objetivos fundamentales de los directivos en relación con el logro de resultados, la capacitación del personal y el desarrollo de una comunidad. Hoy en día, la igualdad es fundamental para todos los objetivos, no solo para desarrollar una comunidad. El fin de este enfoque es incluir la igualdad en todos los aspectos de la gestión directiva. Definimos con claridad lo que esperamos de los directivos para que sean modelos a seguir de trato igualitario e inclusivo en sus equipos, y estamos trabajando para apoyarlos y que así cumplan con esas elevadas expectativas. Los directivos tienen acceso a una gran variedad de recursos, como capacitaciones individuales y paneles de debate sobre inclusión específicamente desarrollados para vicepresidentes. Porque una buena gestión directiva debe ser igualitaria.

“Estos tres elementos fundamentales de gestión me ayudaron a entender lo que se necesita para ser un directivo responsable de Google en este momento”.

– Je A’nnna McCardie,
directora de Programas
y Estrategia de
Contratación Igualitaria



Revisamos las responsabilidades fundamentales de nuestros directivos en 2022.

Recopilamos más datos, con más anticipación, para poder brindar asistencia focalizada.

En Google, creemos que los datos tienen el poder de impulsar acciones importantes y focalizadas. En 2022, trabajamos con toda la organización para recopilar más tipos de datos, de forma más frecuente, y de una mayor cantidad de comunidades y geografías.

El equipo de Stay and Thrive estuvo al frente de este trabajo, lo que facilitó más que nunca que los líderes conviertan las estadísticas en acciones. Cada año, Stay and Thrive realiza miles de entrevistas individuales con empleados para entender sus propios desafíos y objetivos, así como para brindarles asistencia personalizada. Como resultado, el equipo logró obtener un gran conjunto de estadísticas y datos anonimizados, especialmente en lo relativo a los desafíos que tienen un efecto sobre los talentos con poca representación.

En el futuro, Stay and Thrive compartirá de forma proactiva las estadísticas con toda la empresa con mayor frecuencia. Además, estamos construyendo un laboratorio para el desarrollo de talentos que nos permita extraer muchas más estadísticas de nuestro trabajo con los empleados de forma más precisa.

Abrimos nuevas rutas hacia el progreso.

Nuestro trabajo para aumentar la representación en todos los niveles de Google (especialmente la de los talentos afrodescendientes, indígenas y latinos, así como la de mujeres en tecnología en niveles de liderazgo) continuó en 2022 mediante la expansión continua de los programas de talentos de toda la empresa.



Cada año, Stay and Thrive realiza miles de entrevistas individuales con empleados para entender sus desafíos y objetivos particulares.

Ampliamos nuestros programas Pathways to Sponsorship, una iniciativa mundial diseñada para promover relaciones que aceleran las carreras de aquellos talentos de alto potencial que pertenecen a grupos poco representados. Más del 95% de los participantes consideran que los programas Pathways son valiosos, y la mayoría de los aprendices informaron un crecimiento en sus carreras profesionales, desde nuevas oportunidades y redes de contactos más amplias hasta mejores puestos laborales y ascensos. Cuando les damos oportunidades significativas a los empleados, se benefician tanto las personas de forma individual como toda la organización.

También hicimos una prueba piloto de Phoenix Asian Women Leadership Development, un programa virtual de seis meses para mujeres de la comunidad asiática y asiático-estadounidense con el fin de prepararlas para ascender a puestos de liderazgo en Google. Personalizado para mujeres asiáticas y cocreado por ellas, el programa reunió a empleadas con experiencia técnica y no técnica. Las participantes aprendieron a defenderse mejor y a abordar los prejuicios raciales en el lugar de trabajo, al mismo tiempo que pudieron entablar relaciones con líderes de origen asiático en Google. La gran mayoría de quienes formaron parte de nuestra clase inaugural informaron tener un mayor control de sus carreras profesionales, estar mejor preparadas para enfrentar estereotipos y sentirse más empoderadas en lo que respecta a sus identidades.

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+.



Durante 2022, trabajamos para aumentar la representación en todos los niveles.

Ampliamos nuestros esfuerzos de educación contra el racismo a nivel mundial.

En 2022, lanzamos varios programas educativos nuevos contra el racismo en todo el mundo. El objetivo era educar a nuestro personal de forma más profunda en materia de igualdad racial (especialmente en el marco de sus regiones) y ayudarlo a convertir ese aprendizaje en acciones.

Un programa de este tipo fue Untold, una serie emblemática de ocho películas proyectadas a empleados de Europa, Oriente Medio y África. La iniciativa profundiza en el pasado de esas regiones y muestra cómo la historia afrodescendiente (y, más ampliamente, la historia de las etnias) tiene un impacto en las actitudes, las acciones y las políticas que perdura hasta la actualidad. Nuestro objetivo es ayudar a los empleados a entender cómo el racismo define el presente de la sociedad en la que viven y qué pueden hacer para afrontarlo.

En los países hispanohablantes de América Latina, respondimos a los comentarios de los empleados con nuestro primer programa educativo contra el racismo diseñado para la región. La primera parte del programa educa a los Googlers sobre la historia del racismo en países hispanohablantes de América Latina y los conceptos básicos en materia de igualdad racial, especialmente en lo relativo a las comunidades indígenas y afrodescendientes. La segunda enseña a los participantes a aplicar ese conocimiento mediante talleres, en los que pueden conversar sobre el proceso de tomar medidas antirracistas en la práctica, en el trabajo y en el mundo. Los participantes valoraron que el programa se haya creado para ellos, se haya impartido en su idioma y haya sido relevante para su cultura y su vida diaria. Casi todos los participantes (el 97%) dijeron que el programa fue una experiencia valiosa.

Luego de reflexionar sobre mi identidad [y] deconstruir las etiquetas raciales que se usan para clasificar a diferentes comunidades, comprendo que la identidad es un concepto más profundo que un color o un sustantivo”.

– Participante de nuestro programa educativo interno contra el racismo para países hispanohablantes de América Latina

También lanzamos el programa Beyond Black&White Allyship, una plataforma educativa de autoaprendizaje para ayudar a los Googlery a comprender nuestros objetivos de Diversidad, Equidad e Inclusión, así como la forma en que pueden contribuir a alcanzarlos en la vida cotidiana. Hicimos una prueba piloto del programa en Europa septentrional, y el interés en él aumentó rápidamente a nivel mundial. Hasta el momento, ya participaron casi 1,900 personas.



Lanzamos programas para educar más a fondo a las personas sobre cuestiones de igualdad racial, especialmente en el contexto de sus regiones.

Compromisos en el Lugar de Trabajo

Desde septiembre de 2020, implementamos más de 50 nuevos compromisos relacionados con nuestros lugares de trabajo que se basan en cinco principios esenciales: equidad y consistencia, compromiso, cuidado, transparencia y responsabilidad (<https://blog.google/inside-google/company-announcements/building-our-workplace-commitments/>). Estos cambios entraron en vigor el primer trimestre de 2022, pero nuestro trabajo no terminó allí.

Los principios esenciales y las mejoras en el lugar de trabajo reflejan nuestro compromiso continuo para prohibir los casos de acoso, discriminación, represalias y otras conductas inapropiadas y responder a ellos. Son el complemento clave a nuestras iniciativas de mejorar la Diversidad, la Equidad y la Inclusión en Google y Alphabet. Asimismo, los equipos de Google mantienen su compromiso de respetar estos principios esenciales. El Consejo Asesor de Diversidad, Equidad e Inclusión de Alphabet continúa brindando supervisión y asesoría fundamentales en relación con nuestras mejoras en el lugar de trabajo y su rendimiento en la empresa.

Algunos miembros del Consejo son Fiona Cicconi (vicepresidenta sénior de Recursos Humanos y directora de Personal de Alphabet y Google), 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 Diversidad, Equidad e Inclusión, y la prevención y el tratamiento de casos de acoso sexual.

Después de completar la implementación de los compromisos con el lugar de trabajo en febrero de 2022, los revisamos detalladamente para garantizar que los cambios implementados sean efectivos y funcionen según lo previsto. Nuestro enfoque continúa en aplicar de manera justa y consistente nuestras

políticas y procesos actualizados en relación con la conducta inapropiada, y hacemos énfasis en el papel fundamental que los líderes sénior y los gerentes de personal tienen al momento de fomentar un entorno de trabajo inclusivo y respetuoso. Con la ayuda del Consejo Asesor de DEI, volvimos a analizar los principios esenciales para confirmar que sigan siendo apropiados para nuestra empresa y nuestro personal, según nuestros valores y el entorno en el que realizamos nuestras operaciones. Esta confirmación sirvió como base para la revisión anual de nuestro programa destinado a prohibir los casos de acoso y responder ante ellos con las medidas necesarias. Luego de la revisión, identificamos otras actualizaciones que la empresa llevará a cabo en las áreas de investigaciones y capacitaciones para reforzar aún más nuestro cumplimiento de los principios esenciales.

Nos entusiasma y enorgullece el progreso que logró la empresa en este aspecto gracias a la ayuda del Consejo Asesor de DEI. Los principios esenciales siguen siendo un elemento clave para nuestro trabajo continuo y, de cara al futuro, seguiremos compartiendo actualizaciones sobre nuestro progreso.

Nuestros Datos de Deserción

En 2022, mejoramos la retención del personal de origen latino+ y seguimos registrando altos niveles de retención de mujeres a nivel global. Sin embargo, sabemos que todavía hay margen para mejorar en cuanto a las comunidades poco representadas.

Deserción por Raza o Etnia

- Representación del Personal de 2023
- Representación de Deserciones de 2023

EE.UU.

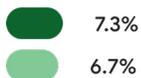
Asiáticos+



Afrodescendientes+



Latinxs+



Indígenas estadounidenses+

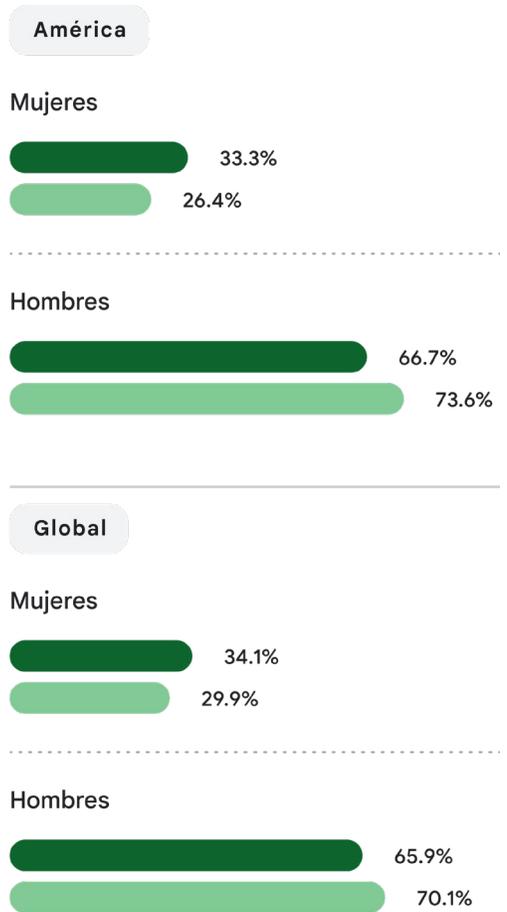
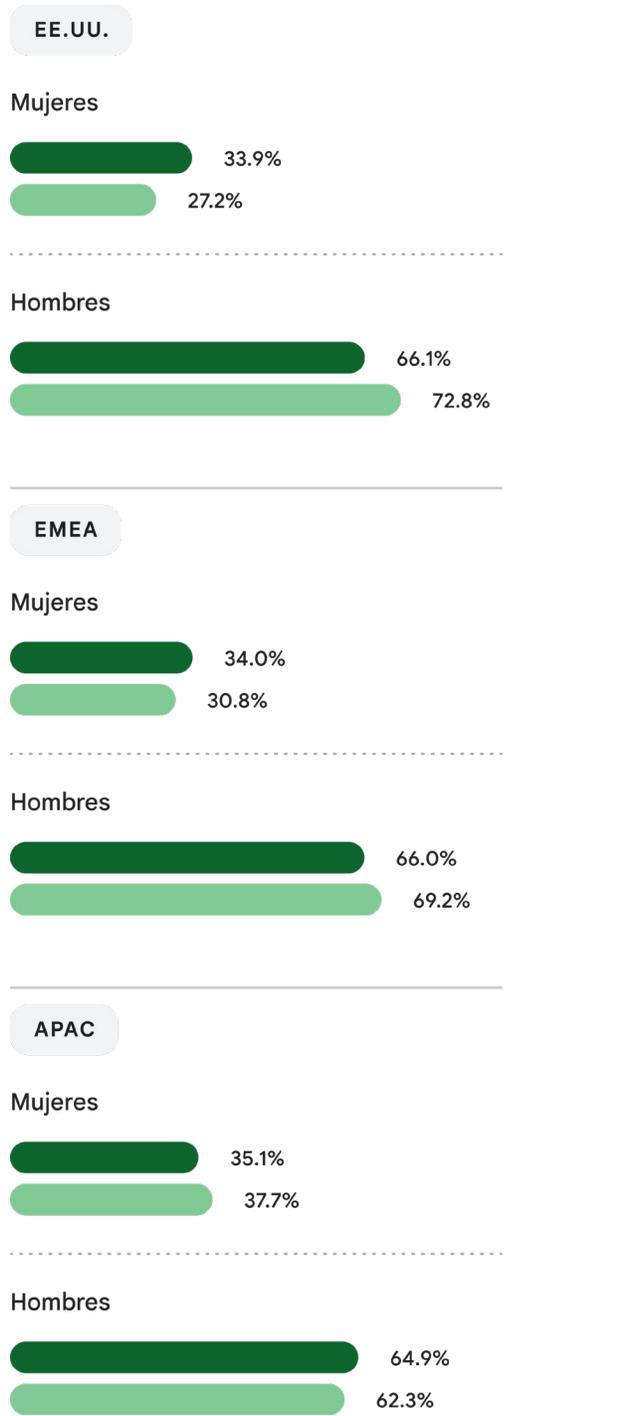


Blancos+



Deserción por Género

- Representación del Personal de 2023
- Representación de Deserciones de 2023



Deserción Interseccional

- Representación del Personal de 2023
- Representación de Deserciones de 2023

EE.UU.

Asiáticos+

Mujeres

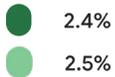


Hombres

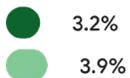


Afrodescendientes+

Mujeres

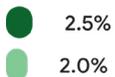


Hombres



Latinxs+

Mujeres

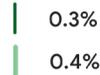


Hombres

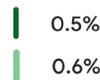


Indígenas estadounidenses+

Mujeres



Hombres



Blancos+

Mujeres



Hombres



En Nuestros Productos

Garantizamos que la
inclusión esté integrada.



En Nuestros Productos



Priorizamos la inclusión durante el proceso de creación y desarrollo de nuestros productos.

Garantizamos que la inclusión esté integrada.

Crear para todas las personas implica colaborar con todos. El año pasado, fortalecimos nuestras iniciativas de inclusión en las comunidades para las que trabajamos. Para ello, empoderamos a los creadores globales en Google Play, logramos avances en la inclusión en imágenes y capacitamos a más líderes en el uso ético de la IA. Como resultado, la inclusión fue una parte central del proceso y, a fin de cuentas, de los productos que creamos.

En 2022, estas iniciativas se materializaron en algunas características y productos, desde una herramienta de subtítulos instantáneos para llamadas hasta un nuevo Centro de seguridad para creadores de contenido, con el fin de garantizar que todos puedan aprovechar los beneficios de la tecnología.

Procesos para la Creación Inclusiva

Rendimos homenaje a los creadores que tienen un impacto en el mundo.

Todos los meses, más de 2,500 millones de personas visitan Google Play para descubrir millones de apps y juegos. Detrás de cada una de estas apps, hay emprendedores que tienen una historia única para contar. Algunos programan desde la infancia, mientras que otros acaban de aprender el oficio. Algunos viven en grandes ciudades y otros en pequeños pueblos. Más allá de la diversidad de sus orígenes, estos creadores tienen algo en común: la pasión por convertir una idea en una empresa en crecimiento.

Esto fue lo que impulsó #WeArePlay (<https://play.google.com/console/about/weareplay/>), una iniciativa narrativa que comenzamos en 2022 para rendir homenaje a los creadores que mejoran vidas, a nivel local y alrededor del mundo. Estas historias abarcan desde una madre y su hija que crearon un juego de disfraces para fomentar la representación de peinados africanos y caribeños en la industria de los juegos hasta un grupo de amigos de la India que adaptan meditaciones, ejercicios de respiración y afirmaciones diarias para la comunidad LGBTQ+. Sin importar lo variadas que sean las historias, el elemento que las une es claro: el empoderamiento.

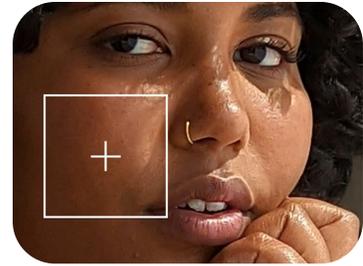
Nos asociamos para crear una escala inclusiva de tonos de piel.

En colaboración con el Dr. Ellis Monk, profesor y sociólogo de Harvard, lanzamos una nueva escala de tonos de piel que mejoró la representación en Google.

Históricamente, las tecnologías de imágenes digitales pasaron por alto y distorsionaron las verdaderas tonalidades de las personas de color. Basándonos en el trabajo de igualdad de la imagen que impulsamos en 2021 con Real Tone para Pixel, ahora publicamos la escala Monk Skin Tone (MST) (skintone.google). La escala, que tiene 10 tonalidades, busca representar la variedad de tonos de piel que vemos en la sociedad, y ayuda a Google a evaluar si un producto o una característica funcionará bien para una mayor cantidad de usuarios.

Ya integramos la escala MST a nuestros productos. En la Búsqueda, permitimos que las personas usen la escala para acotar los resultados de imagen por tono de piel. En Google Fotos, la escala nos ayudó a evaluar un nuevo conjunto de filtros de Real Tone, que permitió garantizar el correcto funcionamiento para todos los tonos de piel.

Lanzamos la escala públicamente para que otros desarrolladores puedan usarla en sus productos. A cambio, sus experiencias nos ayudarán a aprender cómo seguir mejorando la escala.



El objetivo de la escala Monk Skin Tone (MST) es representar la variedad de tonos de piel que hay en la sociedad.



“Muchas veces, las personas sienten que se las agrupa en ciertas categorías, pero los grupos étnicos son, en realidad, muy heterogéneos. Debemos ajustar nuestra manera de medir algunos aspectos, para que las personas se sientan representadas”.

– Dr. Ellis Monk, profesor adjunto de Sociología de la Universidad de Harvard

Ampliamos nuestras iniciativas para garantizar el uso ético y justo de la IA.

Aunque somos optimistas sobre el potencial de la IA, también reconocemos que se debe desarrollar, probar y usar de manera responsable. Esto quiere decir que las tecnologías de IA no deberían dejar de lado a ciertos grupos ni perpetuar sesgos preexistentes.

Ejemplo: según un reportaje publicado en Proceedings of the National Academy of Sciences, los afroestadounidenses experimentan casi el doble de errores que las personas blancas cuando usan tecnologías de reconocimiento de voz automático (ASR), que convierten el lenguaje oral en texto (<https://medium.com/people-ai-research/q-a-courtney-heldreth-and-michal-lahav-on-addressing-inequitable-speech-recognition-it-takes-a-a2d65b1b7744>). En 2022, continuamos nuestro trabajo de luchar contra sesgos como este en el ASR. A través del programa de reconocimiento de voz automático igualitario, estamos trabajando para crear conjuntos de datos más representativos y capacitar a los modelos de ASR, al mismo tiempo que formamos alianzas a largo plazo con comunidades poco representadas para comprender sus experiencias de vida y crear junto con ellas.

Progresamos no solo en la creación de equipos especializados en el uso responsable de la IA, sino también en integrar nuestros principios de la IA (ai.google/principles), que es el código ético que detalla nuestro compromiso con el desarrollo responsable de tecnología, en toda la organización. En 2020, creamos la AI Principles Ethics Fellowship de Google, que capacitó a un conjunto diverso de empleados de 17 oficinas internacionales en materia de IA responsable. En 2022, desarrollamos una nueva versión del programa adaptada a gerentes y líderes: la Executive AI Principles Ethics Fellowship. La cohorte inaugural estuvo formada por 16 ejecutivos de diez áreas de producto, como Cloud, Hardware y YouTube.

“Necesitamos realizar más investigaciones para comprender cómo el pueblo afroestadounidense quiere que se transcriban sus voces, y cómo esto cambia según el contexto”.

– Michal Lahav, miembro del equipo de Investigación de Experiencia del Usuario, Google



Progresamos en la creación de equipos especializados en el uso responsable de la IA y profundizamos el trabajo de eliminar los sesgos en los modelos de IA.

Lanzamientos de Funciones y Productos

Integramos la igualdad sanitaria en la Búsqueda y en YouTube.

Todos los días, vemos cómo la tecnología ayuda a las personas a superar barreras que afectan su acceso a la atención sanitaria, ya sea por su código postal o ingresos familiares. Para escalar nuestras iniciativas, estamos integrando a especialistas en igualdad sanitaria en nuestros equipos de productos más visibles y de mayor tamaño, como la Búsqueda y YouTube. Personas de todo el mundo utilizan estos productos para encontrar respuestas a sus preguntas sobre salud, y estamos trabajando para garantizar que la información que se muestra sea relevante, accesible y confiable.

En los Estados Unidos, Medicaid brinda cobertura a una de cada cuatro personas, incluida la mitad de los niños. Sin embargo, el proceso de inscribirse o encontrar a los proveedores adecuados puede ser extenso y confuso. Cuando las personas acuden a la Búsqueda para obtener información sobre Medicare o Medicaid, ahora encuentran una descripción general de los requisitos de inscripción y elegibilidad. También encuentran un filtro que ayuda a encontrar a proveedores de atención sanitaria que aceptan Medicaid, además de un filtro para Medicare que ya existía desde antes.

YouTube también implementó Tackling Health Equity (conocido también como THE-IQ), un programa de igualdad sanitaria a través de la calidad de la información, desarrollado en conjunto con la Kaiser Family Foundation (KFF) que agrupa a organizaciones que apoyan a comunidades poco representadas y de bajos recursos. En conjunto, YouTube y la KFF proporcionaron financiamiento semilla y experiencia en la producción de videos para ayudar a estas organizaciones a llegar a más personas con temas importantes, como la salud mental, la atención materna y el acceso a la salud.

10

Equivale al número de países en los que están disponibles las funciones de salud de YouTube



Estamos trabajando para asegurarnos de que sea relevante, accesible y confiable la información de salud que se muestra en nuestros productos principales y más visibles.

Además, YouTube expandió sus funciones de salud a Japón, India y Brasil. Por ejemplo, se implementaron paneles de información de fuentes de salud en los videos para ayudar a los espectadores a identificar el contenido de fuentes confiables, y bibliotecas de contenido sobre salud que resaltan de manera más efectiva los videos de estas fuentes cuando los usuarios buscan temas de salud específicos.

Ayudamos a las personas que tienen formas de hablar diferentes a ser escuchadas.

Se calcula que 250 millones de personas de todo el mundo tienen formas de hablar diferentes de la estándar y deben enfrentar los desafíos diarios que eso conlleva. En Google, estamos trabajando con algunas de esas personas para crear soluciones como Project Relate, una app para Android que utiliza el reconocimiento de voz personalizado con el objetivo de ayudar a las personas con una forma de hablar diferente a comunicarse y hacerse entender (<https://sites.research.google/relate/stories>). En 2022, expandimos la app a nivel mundial y pusimos a disposición la versión beta en Australia, Canadá, EE.UU., Ghana, la India y Nueva Zelanda.

Hoy en día, más personas que nunca pueden acceder a las funciones de la app, incluidas “Escuchar”, que actúa como subtítulos en vivo de la voz de una persona; “Repetir”, que repite lo que dijo la persona con una voz digitalizada para facilitar la comunicación, y “Asistente”, que permite a la persona hablar con Asistente de Google desde la app de Relate, lo que ayuda a Asistente a comprender mejor la manera de hablar.

También ayudamos a ampliar su alcance a nuevos desarrolladores que abordan desafíos similares. Stamurai Speech Therapy tiene como objetivo hacer que los ejercicios de tartamudez sean más accesibles para personas de todo el mundo. Conoce a Singhal,

“Project Relate es como un miembro de mi familia que puedo llevar a todas partes y usar para comunicarme con cualquier persona”.

– William, usuario de Project Relate

uno de los cofundadores de la app, que tuvo dificultades con el tartamudeo durante su infancia en la India, donde solo hay 4,000 fonoaudiólogos matriculados y más de 60 millones de personas con trastornos del habla. Con el apoyo de Google Play, Stamura va camino a concretar esa misión. La app ya se descargó 200,000 veces desde más de 155 países, y esa cifra sigue aumentando. Además, hace poco, sus creadores participaron de un video de #WeArePlay.

Hicimos que los smartphones sean más accesibles.

Para las personas con discapacidades visuales o auditivas, utilizar un smartphone puede ser un desafío. Estamos trabajando con la comunidad de personas con discapacidad para crear funciones que permitan que los smartphones se adapten a las necesidades de todos los usuarios.

En 2022, lanzamos varias funciones nuevas para smartphones centradas en la accesibilidad. Una de ellas fue Subtitulado instantáneo para llamadas en Pixel (support.google.com/accessibility/android/answer/9350862), diseñada para que los usuarios con hipoacusia puedan realizar llamadas telefónicas por su cuenta. Con años de desarrollo, esta función fue el resultado



En 2022, lanzamos varias funciones para smartphones centradas en la accesibilidad.

de nuestra iniciativa de investigación Transformación instantánea a voz, que nació en 2019 para crear mejores funciones de accesibilidad destinadas a personas con hipoacusia que realizan llamadas. Subtitulado instantáneo funciona en dos niveles, ya que brinda subtítulos instantáneos de lo que dice la otra persona y permite que el usuario escriba una respuesta que Google leerá en voz alta. A diferencia de muchas herramientas similares, Subtitulado instantáneo no requiere tecnología de terceros, sino que está integrada en el dispositivo.

Y, en Android, lanzamos Reading Mode con el objetivo de crear una experiencia mejorada de lectura en la Web para las personas con visión reducida, ceguera o dislexia. Reading Mode permite a los usuarios personalizar el tamaño del texto, los colores, el contraste y otros parámetros, y quita elementos potencialmente difíciles de analizar, como anuncios y menús. Además, puede leer texto en voz alta. Esta función se creó con y para personas ciegas o con visión reducida o dislexia, pero puede hacer que la experiencia de lectura en línea sea más intuitiva para todos.

Continuamos tomando medidas significativas para frenar el acoso en YouTube.

A la hora de crear productos que funcionen para todos, es fundamental garantizar que los usuarios se sientan seguros y empoderados cuando los usen. En 2022, nos asociamos con comunidades poco representadas para agregar seguridad a nuestros productos, y YouTube fue un área prioritaria.

El Inclusion Working Group (IWG) de YouTube se abrió paso en la identificación de riesgos clave –y oportunidades– en materia de equidad, con la mayor anticipación posible. El IWG se estableció en 2020 como parte de nuestro compromiso para garantizar que las voces de las comunidades poco representadas

900

Proyectos de YouTube que influenció el IWG desde sus inicios

se incorporaran al desarrollo de nuestros productos, procesos y políticas. Hasta la fecha, el IWG se asoció con equipos de YouTube en más de 900 proyectos.

El año pasado, uno de esos proyectos fue el Centro de Seguridad para Creadores de YouTube (youtube.com/creators/safety). En las plataformas sociales, creadores poco representados— en especial mujeres, personas no binarias, miembros de la comunidad LGBTQ+, indígenas y afrodescendientes— reportan desproporcionadamente que ellos están expuestos a comportamientos no deseados. El Centro ayuda a los creadores, en particular a los que pertenecen a grupos poco representados, a crear un plan para mantenerse seguros en línea. Reúne sugerencias y consejos de expertos, organizaciones sin fines de lucro y, por supuesto, otros creadores. Además, conecta a los usuarios con los equipos de asistencia, tanto dentro como fuera de YouTube, incluidos servicios de salud mental locales. En 2023, expandiremos el Centro a nivel internacional.

Con el apoyo del IWG, seguimos desarrollando nuestros sistemas de IA para también reducir las conductas tóxicas.



YouTube ayudó a los creadores a elaborar un plan para mantenerse seguros en línea.

En la Sociedad

Creamos nuevos sistemas
para ampliar oportunidades.



En la Sociedad



Expandir la educación informática a alumnos desfavorecidos es un compromiso a largo plazo.

Creamos nuevos sistemas para ampliar oportunidades.

Las fuerzas sistémicas que limitan las oportunidades y dificultan la pertenencia a diferentes espacios no se prestan a soluciones fáciles. Para vencerlas, debemos estar en el lugar de los hechos junto con nuestros socios de las comunidades. Ya sea para garantizar que la IA se utilice para acelerar el progreso de manera equitativa y justa, o para preparar a los estudiantes de escuelas con escasos recursos para que tengan éxito en medio de cambios tecnológicos vertiginosos, les hacemos frente a esas fuerzas con determinación y, así, avanzamos en nuestro objetivo de construir un mundo que promueva la pertenencia de todas las personas.

En 2022, seguimos adelante y profundizamos los programas de educación, aumentamos nuestra inversión en comunidades marginadas históricamente y empezamos a aplicar mucho de lo recientemente aprendido.

Oportunidades Educativas y Económicas

Ampliamos nuestro compromiso de eliminar las brechas en la enseñanza de informática.

El acceso a la enseñanza de informática es un factor cada vez más determinante del éxito económico, pero el acceso a la educación y la tecnología de calidad, particularmente en las escuelas de escasos recursos, sigue siendo un desafío.

En 2022, anunciamos un compromiso de USD 20 millones para ampliar la educación en informática a 11 millones de estudiantes nuevos en EE.UU.; esta es la expresión más reciente de nuestra iniciativa para apoyar a organizaciones educativas sin fines de lucro, que ya tiene varios años (blog.google/outreach-initiatives/education/expand-cs-ed-access). Nos estamos enfocando en apoyar a organizaciones nacionales y locales, como The Hidden Genius Project, 4-H, Codepath y muchas otras, que llegan a estudiantes desfavorecidos en centros urbanos importantes y comunidades rurales, y que ayudan a gobiernos y educadores a implementar planes de enseñanza de informática a nivel nacional. De este modo, nuestro compromiso con la educación en informática total superó los USD 240 millones desde que comenzamos en 2004.

A nivel universitario, el equipo educativo del ecosistema de Google Cloud multiplicó sus iniciativas tendientes a brindar habilidades de computación en la nube a estudiantes de América Latina. Establecimos asociaciones con más de 500 universidades nuevas y llegamos a 85,000 estudiantes de la región, lo que marcó un aumento interanual del 431% en la participación de alumnos. También lanzamos un nuevo enfoque escalable, Google Cloud Foundations Academy, que permite que cualquier universidad de América Latina aproveche nuestro contenido de Google Cloud.

11 millones

De estudiantes en EE.UU. podrán acceder a educación en informática mediante nuestro compromiso más reciente



The Hidden Genius Project es solo una de las organizaciones sin fines de lucro que respalda a Google.org en el ámbito de la educación informática.

Generamos espacios para brindar oportunidades a estudiantes universitarios afrodescendientes y de comunidades indígenas estadounidenses y latinas en EE.UU.

En 2022, trabajamos para fortalecer los programas de instituciones orientadas a hispanos (HSI) y universidades históricamente negras (HBCU) con el objetivo de crear una versión de Google y una industria tecnológica más diversas.

Ese trabajo incluyó Tech Exchange, un programa académico híbrido de seis meses dictado por ingenieros de software de Google y disponible para estudiantes que asisten a HBCU y HSI específicas de América del Norte, con hincapié en alumnos afrodescendientes y de comunidades indígenas estadounidenses y latinas. El año pasado, le dimos un nuevo impulso al programa: enfatizamos la aplicación del plan de estudios y brindamos más oportunidades para establecer contactos. Al mismo tiempo, ampliamos su alcance, ya que agregamos seis nuevas facultades asociadas, lo que representa un aumento del 60%. Casi la mitad de nuestra cohorte de 2022 recibió ofertas de pasantías de ingeniería de software de Google, un aumento interanual del 257%.

También ampliamos Google in Residence (GIR), un programa que recluta y capacita a Googlers técnicos experimentados para dictar cursos introductorios de informática en los campus de HBCU y HSI. Durante los últimos cinco años, GIR duplicó la cantidad de ofertas de empleo en ingeniería de software de Google que se canalizaron a través de las facultades asociadas. En 2022, el programa incorporó a tres nuevos socios universitarios y llegó a un total de 1,600 estudiantes, nuestra cohorte más grande hasta el momento. De esos estudiantes, el

“Este semestre, maduré no solo como programadora, sino como persona. Mi confianza en este campo creció, y ahora siento que puedo tener éxito en el mundo real. Durante mis primeros años estudiando informática, me sentí perdida, pero ahora veo mi potencial y puedo pensar en un posible lugar de trabajo para el futuro”.

– Renee Catanach, New Mexico State University, exalumna de Tech Exchange

92% coincidió en que sus habilidades de informática habían mejorado desde que realizaron un curso de GIR. Los Googlers participantes también tuvieron experiencias positivas, y el 100% de ellos informaron que estaban contentos de haberse unido al programa.

Nuestras iniciativas para impulsar a los talentos afrodescendientes dieron como resultado que la revista US Black Engineer nos reconociera como uno de sus “Top HBCU Supporters” (principales colaboradores con HBCU).



El programa Google in Residence (GIR) recluta a Googlers y los capacita para que dicten cursos introductorios sobre informática en los campus de HBCU y HSI.

Ayudamos a más mujeres en todo el mundo a encontrar sus caminos hacia la industria tecnológica.

A través de asociaciones y programas nuevos y existentes, estamos trabajando para lograr la igualdad de género en todos los niveles, tanto en Google como en toda la industria tecnológica.

En la India, seguimos trabajando para ampliar una iniciativa existente: DigiPivot, un programa de capacitación que apunta a desarrollar las habilidades de las mujeres y ponerle fin a la

desigualdad de género en el campo. En 2022, completamos nuestra prueba piloto de tres años, y la cohorte de ese año triplicó el tamaño del año anterior. Disfrutamos de una representación equitativa de mujeres trabajadoras en las etapas iniciales y medias de sus carreras profesionales, así como aquellas que se tomaron un descanso por diversos motivos, en 17 industrias. Los participantes de la cohorte más reciente informaron el nivel de satisfacción y el aumento de confianza más altos hasta la fecha, además de la tasa más alta de cambios a carreras relacionadas con el marketing digital. Con el incentivo de estos resultados, seguimos expandiendo el alcance de DigiPivot en la India y explorando mercados en la región de Asia-Pacífico.

Mientras evaluábamos nuestro progreso hacia la igualdad de género, notamos una barrera clave: una falta significativa de mentoras, dentro del programa Google for Startups Accelerator (GFSA) y más ampliamente en todo el ecosistema de empresas emergentes. En respuesta, creamos como prueba piloto el programa de desarrollo de mentorías de Women Techmakers en América Latina y Europa. El programa se diseñó con el objetivo de brindar a las mujeres en el sector tecnológico la confianza para buscar oportunidades de mentoría a través de capacitaciones personalizadas, experiencia práctica de mentoría, creación de redes y oportunidades de desarrollo de habilidades. En 2022, más de 50 mujeres a nivel mundial se graduaron del programa y se unieron a GFSA como mentoras, lo que dio como resultado un aumento del 22% de mentoras solo en el grupo de GFSA de América Latina.



Trabajamos para crear rutas de aprendizaje que permitan el crecimiento profesional en tecnología de mujeres de todo el mundo.

“Además de permitirme dar grandes saltos en el marketing digital, DigiPivot me ayudó a comprender las habilidades interpersonales que distinguen a los líderes de empresas exitosos de los demás”.

– Ritu Jain, participante de DigiPivot, cohorte 3

Seguimos apoyando a los fundadores de startups afrodescendientes y de origen latino de todo el mundo.

Los fundadores afrodescendientes y de origen latino de todo el mundo carecen de manera desproporcionada de acceso a las redes de contactos y el capital necesarios para desarrollar sus empresas. En 2022, incrementamos el Black Founders Fund en África, Europa, Brasil y EE.UU. y el Latinx Founders Fund en EE.UU. Estos fondos brindan capital libre de acciones y acceso a lo mejor de Google: sus personas, productos y prácticas. Desde 2020, otorgamos más de USD 34 millones en premios en efectivo a 448 fundadores afrodescendientes y de origen latino, quienes, a su vez, recaudaron más de USD 400 millones después de nuestra inversión.

Desde 2021, el Black Founders Fund en África apoyó a 110 startups de alto potencial con USD 7 millones en financiación no dilutiva (hasta USD 100,000 en capital por startup) y con hasta USD 200,000 adicionales en créditos de Google Cloud. También apoyamos a 43 startups de personas brasileñas afrodescendientes con BRL 8.5 millones adicionales en el Black Founders Fund de Brasil, que se sumaron a los BRL 5 millones que ya invertimos en 33 startups de brasileños afrodescendientes allí. Seleccionamos startups con alto potencial de crecimiento que resuelven desafíos críticos en sus regiones, como la startup brasileña Barkus, que utiliza una herramienta de conversación basada en IA para enseñar finanzas personales en WhatsApp.

Mientras tanto, en África, el destinatario Brastorne, con sede en Botsuana, está ayudando a las comunidades desfavorecidas a acceder al mundo digital sin smartphones ni paquetes de datos. Además, en Ruanda, BAG está ayudando a los jóvenes que buscan empleo a adquirir experiencia laboral a través de simulaciones ludificadas con los principales empleadores de África.

Profundizamos nuestra inversión en la transformación digital a nivel mundial.

Creemos que la tecnología puede no solo ser un motor, sino también un acelerador de oportunidades económicas.

En 2022, para continuar con los 17 años de inversiones en América Latina, anunciamos un compromiso de cinco años que incluye la inversión de USD 1,200 millones en el futuro digital de la región (blog.google/around-the-globe/google-latin-america/our-commitment-latam-digital-future). Trabajaremos con gobiernos, emprendedores, empresas y organizaciones comunitarias para centrarnos en cuatro áreas clave: infraestructura digital, habilidades digitales, emprendimiento y comunidades inclusivas y sustentables. Se calcula que liberar todo el potencial de las tecnologías digitales generará un impacto económico de USD 1.37 billones para 2030 en América Latina. Las inversiones específicas de Google están ayudando a acelerar la transformación digital de la región.

Estamos invirtiendo en proyectos como el cable submarino Firmina para mejorar la conectividad. Además, nos asociamos con organizaciones sin fines de lucro que impulsan el cambio, como el Instituto Rede Mulher Empreendedora de Brasil, que ya capacitó a más de 200,000 mujeres brasileñas afrodescendientes en habilidades digitales y emprendimiento. También nos aseguramos de que los emprendedores de toda la región tengan acceso a nuestras herramientas, desde regiones de Google Cloud hasta Google Ads, para ayudarlos a tener éxito en la economía digital.

Del otro lado del Pacífico, estamos apoyando un futuro digital inclusivo para todos los australianos con nuestro tercer Plan de Acción para la Reconciliación (RAP). En 2017, lanzamos nuestro primer RAP en asociación con la organización sin fines de lucro Reconciliation Australia. Ese RAP inaugural estableció los pasos que seguiríamos para empoderar a la comunidad indígena del

USD
1,200
millones

El compromiso más reciente de Google hacia el futuro digital de América Latina



Nuestro compromiso con América Latina es ayudar a acelerar la transformación digital de la región.

país, reconciliar las relaciones entre australianos indígenas y no indígenas y crear igualdad de oportunidades para todos. El año pasado, lanzamos nuestra versión más ambiciosa hasta el momento, lo que nos convirtió en la primera empresa de tecnología en conseguir el nivel “Stretch”, el segundo más alto del proceso del RAP.

Nuestro RAP más reciente presenta más de 50 compromisos asignados a un cronograma que se extiende hasta diciembre de 2025. Nos enfocamos en crear relaciones fuertes y duraderas con nuestros socios indígenas en el trabajo y en el mundo. Desarrollamos nuestros productos de manera inclusiva para que todos los australianos puedan usarlos y empleamos nuestras plataformas, como Grow with Google, para proporcionar habilidades digitales fundamentales a las comunidades indígenas.

Adaptamos nuestras iniciativas de comunicación en África.

En los últimos años, realizamos nuevas inversiones en el África subsahariana, incluido nuestro centro de desarrollo de productos en Nairobi, Kenia, y nuestro centro de investigación de IA en Accra, Ghana. Para apoyar el crecimiento de esos centros, nuestro equipo de Comunicaciones con Talentos amplió sus iniciativas en 2022.

En nuestro evento principal de Google Sandbox en Nairobi, 130 ingenieros de software, líderes locales y reclutadores de Google presentaron una serie de charlas, talleres y oportunidades para establecer contactos destinados a los talentos locales. Además, durante un programa virtual de mentoría tecnológica de seis semanas, un número selecto de aprendices tuvo la oportunidad de profundizar sus habilidades de ingeniería de software, obtener mentoría de los ingenieros de Google y participar en un taller de currículums y entrevistas.

“Para [los jóvenes africanos], es igual de importante adquirir habilidades digitales que habilidades para realizar con éxito una sesión de entrevistas que les permita conseguir el trabajo de sus sueños”.

– Mojolaoluwa Aderemi-Makinde, jefa de Marca y Reputación, Google, África

Pusimos a disposición de más africanos la asistencia para la preparación laboral con el lanzamiento de Interview Warm Up, una aplicación sin costo basada en la IA que utiliza el aprendizaje automático para ayudar a los postulantes a mejorar sus respuestas a preguntas claves y específicas de la industria. Nos enfocamos en crear conciencia sobre la herramienta en toda África, con el objetivo de ayudar a más jóvenes a conseguir los trabajos que desean en un continente con la población más joven del mundo.

Apoyamos a las comunidades desfavorecidas para que realicen transiciones laborales decisivas.

Para muchas comunidades desfavorecidas, como los veteranos o las personas afectadas por procesos judiciales, el camino de regreso a la fuerza laboral civil está marcado por una barrera tras otra. El año pasado, continuamos brindando nuestro apoyo a los programas que ayudan a estas comunidades a superar la adversidad y prosperar en sus nuevas carreras.

Grow with Google, en asociación con una red de organizaciones, amplió su trabajo para ofrecer habilidades digitales a las personas afectadas por el sistema de justicia. Más de 60 socios enfocados en la reforma de la justicia en EE.UU., incluidos The Center for Employment Opportunities, The Last Mile, Fortune Society y The Ladies of Hope Ministries, están dirigiendo talleres y capacitaciones de Grow with Google que abarcan desde conceptos básicos como la creación de currículums hasta otros más avanzados, como diseñar un presupuesto comercial.

En la comunidad de veteranos, otra iniciativa importante de Grow with Google experimentó un éxito incluso mayor en el segundo año. Career Forward, administrado por Hiring Our Heroes, utiliza certificados de Trabajar en Google para capacitar a miembros

“Hacia cinco años que no trabajaba realmente, y [Career Forward] fue un gran escalón para regresar a la fuerza laboral y también cambiar por completo de carrera”.

– Jordan Duray, cónyuge militar, miembro de Google Career Forward

del servicio en transición, veteranos y cónyuges de militares en trabajos de alto crecimiento en tan solo seis meses. Hasta la fecha, más de 3,500 personas participaron en el programa, y muchas encontraron el éxito en nuevos puestos, como Jordan Duray, una cónyuge militar que cambió a una carrera en análisis de datos después de no haber formado parte de la fuerza laboral durante un tiempo prolongado.



Grow with Google siguió apoyando a los veteranos en su transición hacia nuevos puestos de mayor crecimiento relacionados con la tecnología.

Invertimos USD 2,800 millones con proveedores de orígenes diversos, lo que hizo que superemos nuestra meta de 2022.

Aprendimos que una mayor diversidad en nuestra base de suministro nos ayuda a crear mejores productos y servicios para Googlers y nuestros usuarios. En 2022, establecimos un compromiso público de invertir USD 2,500 millones con proveedores de propiedad diversa, mientras expandimos nuestro programa fuera de EE.UU. para incluir proveedores de grupos históricamente poco representados en todo el mundo. Superamos esa meta con una inversión de USD 2,800 millones con proveedores de propiedad diversa.



En todo Google, nuestros equipos trabajan para hacer realidad nuestras inversiones y compromisos en materia de diversidad de proveedores.

Cómo Aceleramos las Soluciones para Problemas Globales

Apoyamos nuevas investigaciones para luchar contra las disparidades de todo tipo.

En 2021, asumimos un compromiso significativo para combatir las desigualdades en el ámbito de la salud en EE.UU. Nuestra Health Equity Research Initiative invita a personas y equipos a investigar cómo los dispositivos wearable pueden mitigar estas disparidades. Los investigadores obtienen acceso a recursos y tecnologías para potenciar su trabajo, incluidos los dispositivos y servicios de Fitbit, los créditos de Google Cloud y la asistencia y la financiación de Fitabase. En 2022, ampliamos la iniciativa y triplicamos la cantidad de premiados. Como anunciamos a finales del año pasado, nuestra última cohorte se centrará en las comunidades LGBTQ+, afrodescendiente, latina y nativa de Alaska, así como en madres y padres biológicos, y grupos marginados que sufren violencia de pareja.

A través de un subsidio de USD 100,000 de Google.org, el Centro de Justicia Racial de la Fundação Getulio Vargas (FGV) llevó a cabo un proyecto de investigación centrado en comprender las dimensiones raciales de la violencia policial en Brasil. Para difundir sus hallazgos, la FGV lanzó el podcast “Justiça em Preto e Branco” (Justicia en blanco y negro), narrado por el actor Christian Malheiros, además de un homenaje y un documento de recomendaciones de políticas. En función de los datos de la investigación, la FGV capacitará a abogados de la Defensoría Pública de Río de Janeiro para brindarles las herramientas para mitigar las injusticias sociales.

Además de asociarnos con Coqual, un grupo de expertos enfocado en las iniciativas de DEI basadas en el lugar de trabajo, patrocinamos dos informes de investigación: “Being Black in the United Kingdom” (Ser afrodescendiente en Reino Unido) y



Patrocinamos investigaciones que brindaron claridad sobre el impacto del racismo sistémico.

“Strangers at Home: The Asian and Asian American Professional Experience” (Extraños en casa: la experiencia profesional de personas asiáticas y asiático-estadounidenses). Ambos informes se basaron en los aprendizajes de grupos focales y los llevaron a cabo grupos relevantes de la comunidad de Google. Cada uno deslumbró sobre los impactos del racismo sistémico en estas comunidades y ofreció marcos para crear lugares de trabajo más inclusivos y representativos.

Ayudamos a ampliar los servicios de salud mental para las comunidades LGBTQ+ y otros grupos desfavorecidos.

The Trevor Project es la organización de salud mental y prevención del suicidio más grande del mundo para jóvenes LGBTQ+. De 2019 a 2021, Google.org destinó USD 2.7 millones y un equipo de Google Fellows para ampliar el trabajo de la organización sin fines de lucro a través de la IA y el aprendizaje automático. Juntos, creamos herramientas como Crisis Contact Simulator, que utiliza conversaciones simuladas con jóvenes en crisis para capacitar a más consejeros. En 2022, otorgamos USD 2 millones adicionales a The Trevor Project, más subsidios de Ad Grants y el apoyo de expertos en la IA de Google, para ayudar a ampliar sus servicios digitales de crisis a más países, comenzando con México. Estamos ayudando a la organización a construir una nueva plataforma interna para que pueda incorporar herramientas de IA a sus flujos de trabajo de manera más eficiente a medida que se amplía. Con nuestro apoyo, The Trevor Project espera llegar a más de 40 millones de jóvenes LGBTQ+ de todo el mundo.

Otra organización que integró tecnología avanzada a sus prácticas es Turn2me (<https://blog.google/outreach-initiatives/nonprofits/increasing-access-to-mental-healthcare-in-ireland/>).



Ayudamos a ampliar los servicios de salud mental para la juventud LGBTQ+ y otros grupos desfavorecidos.

Con sede en Irlanda, la organización sin fines de lucro está entre las primeras en ofrecer servicios de salud mental en línea sin costo y llega a personas que, de otro modo, podrían quedar excluidas de la asistencia de salud mental, especialmente quienes viven en zonas rurales, jóvenes y personas de la comunidad LGBTQ+. La plataforma Turn2me ofrece consejería personalizada y grupos de apoyo, pero también tiene un foro seguro y moderado para compartir pensamientos y experiencias las 24 horas, todos los días. En 2022, seguimos apoyando a Turn2Me con Ad Grants, lo que permite a la organización publicar anuncios sin costo en la Búsqueda de Google y captar a un público más amplio. Actualmente, alrededor del 60% de los usuarios nuevos del sitio web llegan gracias a los anuncios. Turn2me invierte en sus programas lo que ahorra del acceso sin costo a Google Ads y Google Workspace for Nonprofits. Esto le permite brindar asistencia a más personas cada año.

“No tener que pagar por Ad Grants o Google Workspace significa que los recursos se pueden reinvertir en nuestros programas, lo que nos ayuda a brindar asistencia a entre 30 y 100 personas más cada año”.

– Fiona O’Malley, directora general, Turn2Me

Compartimos nuestros aprendizajes con las industrias para fomentar la inclusión de personas con discapacidad.

El Festival Internacional de la Creatividad Cannes Lions es uno de los eventos más grandes del mundo para profesionales de marketing creativo. Además de convertirnos en el primer socio de accesibilidad del festival para garantizar una experiencia accesible para todos, lanzamos una importante actualización de marketing accesible para All In, el conjunto de herramientas de marketing inclusivo de Google, en asociación con Disability:IN y LaVant Consulting. Luego de haber establecido una estrecha asociación con expertos de la comunidad de personas con discapacidad para trabajar en el kit de herramientas, lanzamos una campaña complementaria en las redes sociales con la actriz, autora y defensora de personas con discapacidad Selma Blair. El objetivo de la campaña es difundir el kit de herramientas para

que no solo llegue a los expertos de la industria de la publicidad, sino también a los públicos de las industrias del consumo y del entretenimiento.

Continuamos ampliando nuestros esfuerzos de inclusión de personas con discapacidad en todo el mundo durante el año, y hasta les damos forma física. A fines del año pasado, inauguramos el Accessibility Discovery Center (ADC) de Londres, el primer ADC de Google fuera de EE.UU. El centro se utilizará para investigación, desarrollo de productos y educación, con zonas de aprendizaje interactivo para nuestros equipos, socios y clientes. En la inauguración, anunciamos un subsidio de GBP 1 millón en fondos de Google.org para apoyar las oportunidades de desarrollo económico de las personas con discapacidad en el Reino Unido y Europa.

Ayudamos a combatir la difusión de información errónea y odio en línea.

Aprovechando nuestras iniciativas en productos como YouTube, apoyamos a organizaciones dedicadas a hacer que Internet sea más inclusivo y seguro en todo el mundo.

El ASEAN Digital Literacy Programme, al que Google apoyó en 2021 con un subsidio de USD 1.5 millones, entró a su segundo año. Con la dirección de la ASEAN Foundation, la iniciativa está trabajando para expandir la capacitación en alfabetización digital a más de 100,000 personas en el sudeste asiático, con un enfoque especial en jóvenes, adultos mayores y personas con discapacidad. En última instancia, la ASEAN Foundation tiene como objetivo empoderar a esas personas para contrarrestar y prevenir la difusión de información errónea y desinformación en sus comunidades.



La apertura de ADC de Londres fue un evento destacado de nuestras iniciativas de inclusión de 2022.

También fortalecimos nuestro compromiso con la seguridad en línea en la India y otorgamos USD 2 millones en subsidios de Google.org a organizaciones sin fines de lucro que trabajan con grupos de alto riesgo en todo el país. Una de esas organizaciones fue Point of View, que utiliza su subsidio de Google.org para ampliar TechSakhi, la primera línea de ayuda multilingüe y con varios canales del país sobre seguridad y protección digital para mujeres, niñas, personas no binarias y comunidades LGBTQ+. Otra es HelpAge India, que proporciona capacitación sobre seguridad digital a 50,000 adultos mayores, un grupo que suele ser el objetivo de estafadores.

Además, en Canadá, seguimos apoyando a comunidades indígenas con un subsidio total de USD 2.7 millones a través de ComIT, Actua y MediaSmarts. Esas organizaciones brindarán capacitación en habilidades digitales a estudiantes indígenas de Canadá, ampliarán los programas de seguridad en línea y crearán un programa nacional de capacitación en alfabetización mediática digital adaptado a las comunidades poco representadas.

Con el aumento de denuncias de antisemitismo en todo el mundo, también duplicamos nuestro trabajo para eliminar el odio y el acoso hacia las comunidades judías. Desde 2020, Google.org ha otorgado subsidios o donaciones por un total de USD 12.9 millones a organizaciones de EE.UU., Europa e Israel que luchan contra el antisemitismo y promueven la conmemoración del Holocausto. En 2022, ampliamos nuestro compromiso, ya que nos convertimos en miembro de Corporate Partners Against Hate de la Anti-Defamation League.

“Adquirí más conocimientos para distinguir entre los hechos y las noticias falsas. Me doy cuenta de que las publicaciones de noticias falsas no se deberían compartir. Compartiré con mis vecinos el conocimiento que adquirí”.

– Thuyet Luu, 55, Vietnam, participante del ASEAN Digital Literacy Programme

Cronología de DEI

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

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

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 Hours 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+.

Con la Mirada Puesta en el Futuro

Seguimos construyendo el futuro para todos, hoy y mañana.

Nuestro progreso en 2022 nos brindó la oportunidad de aprender y adaptarnos ante nuevos desafíos. En un año que nos puso a prueba, redoblamos la apuesta. Logramos la versión de Google más representativa hasta el momento. Alcanzamos nuestro Compromiso por la Igualdad Racial, que implicaba aumentar en un 30% la representación en puestos de liderazgo de Googlers afrodescendientes+, indígenas estadounidenses+ y latinxs+.

Mientras miramos hacia el futuro y los momentos difíciles que podrían avecinarse, nos mantenemos firmes en nuestros esfuerzos por integrar más el sentido de pertenencia en nuestra empresa y nuestras comunidades. Estamos todos comprometidos y nos centramos en continuar este trabajo de manera responsable para crear sistemas y cambios duraderos que no solo den forma a un Google más equitativo, sino a un mundo más equitativo.

Metodología de Datos

Cómo informamos nuestros datos.

Metodología de Datos

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

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

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

Los datos de contratación y deserción incluyen todas las contrataciones y deserciones desde el 1 de enero de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2022. Los datos de representación muestran a los Googlers contratados el 1 de enero de 2023.

Metodología de Personal

En los últimos Informes Anuales de Diversidad, agrupamos a los Googlers en "Tecnología" y "Ámbitos no relacionados con la tecnología" basados en el lineamiento de su área de producto. A partir de este año, pasaremos a agruparlos como Googlers en "Tecnología" y "Ámbitos no relacionados con la tecnología" basados en su rol de trabajo. Esta nueva clasificación refleja mejor el trabajo real que los Googlers llevan a cabo. Si quieres ver los datos usados en nuestra metodología anterior, puedes consultar el apéndice de datos de este informe.

Metodología de Datos

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://about.google/belonging/diversity-annual-report/2021/static/pdfs/2021_Alphabet_Consolidated_EEO-1_Report.pdf.

Metodología de Datos

Por tercera 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 hispanico.

Metodología de Datos

Transparencia

La transparencia de datos es una contribución fundamental para la creación de soluciones sistémicas aplicables a toda la industria. Algunas investigaciones externas demuestran que solo las soluciones sistémicas aplicables a toda la industria permitirán generar un cambio sustentable. Por este motivo, publicamos nuestros datos en BigQuery (<https://console.cloud.google.com/marketplace/product/bigquery-public-datasets/google-diversity-annual-report?q=search&referrer=search&project=bigquery-public-data>), un almacén de datos de código abierto, para que investigadores, organizaciones comunitarias y grupos del sector puedan consultar y analizar nuestros datos con mayor facilidad.

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

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

Apéndice

Datos de Representación de Personal de Google

Total										
Raza o Etnia										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	31.5%	32.7%	33.9%	36.3%	38.1%	39.8%	41.9%	42.3%	43.2%	44.8%
Afrodescendientes+	2.4%	2.5%	2.8%	2.8%	3.0%	3.3%	3.7%	4.4%	5.3%	5.6%
Hispanos/latinos+	4.5%	4.9%	5.2%	5.3%	5.3%	5.7%	5.9%	6.4%	6.9%	7.3%
Indígenas estadounidenses+	1.0%	1.0%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%
Blancos+	64.5%	62.9%	61.0%	58.5%	56.6%	54.4%	51.7%	50.4%	48.3%	46.2%
Género en EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	29.0%	29.2%	29.3%	29.5%	29.8%	31.0%	31.6%	32.2%	33.5%	33.9%
Hombres	71.0%	70.8%	70.7%	70.5%	70.2%	69.0%	68.4%	67.8%	66.5%	66.1%
Género a Nivel Mundial										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	30.6%	30.6%	30.6%	30.8%	30.9%	31.6%	32.0%	32.5%	33.9%	34.1%
Hombres	69.4%	69.4%	69.4%	69.2%	69.1%	68.4%	68.0%	67.5%	66.1%	65.9%

Datos de Representación de Personal de Google

Tecnología – Anterior

Raza o Etnia										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	35.1%	36.4%	38.1%	40.6%	42.8%	45.1%	47.6%	48.3%	49.6%	50.4%
Afrodescendientes+	1.5%	1.6%	1.7%	1.8%	1.9%	2.1%	2.4%	2.9%	3.5%	4.0%
Hispanos/latinos+	3.6%	4.0%	4.1%	4.2%	4.3%	4.5%	4.8%	5.3%	5.7%	6.2%
Indígenas estadounidenses+	0.8%	0.8%	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%	0.7%	0.7%	0.6%	0.7%
Blancos+	62.3%	60.6%	58.7%	56.1%	53.6%	51.1%	48.1%	46.6%	44.4%	43.0%

Género en EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	17.4%	18.9%	20.0%	21.1%	22.4%	23.8%	24.7%	25.7%	27.0%	27.7%
Hombres	82.6%	81.1%	80.0%	78.9%	77.6%	76.2%	75.3%	74.3%	73.0%	72.3%

Género a Nivel Mundial										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	16.6%	18.0%	19.1%	20.2%	21.4%	22.9%	23.6%	24.6%	25.9%	26.5%
Hombres	83.4%	82.0%	80.9%	79.8%	78.6%	77.1%	76.4%	75.4%	74.1%	73.5%

Datos de Representación de Personal de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Anterior

Raza o Etnia										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	24.6%	24.5%	24.2%	25.1%	25.0%	25.4%	26.6%	26.7%	27.2%	28.3%
Afrodescendientes+	4.1%	4.6%	5.2%	5.5%	5.8%	6.6%	7.2%	8.4%	9.8%	10.5%
Hispanos/latinos+	6.3%	7.0%	7.8%	7.9%	8.4%	8.9%	9.1%	9.3%	10.0%	10.7%
Indígenas estadounidenses+	1.6%	1.4%	1.4%	1.2%	1.1%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%
Blancos+	68.7%	67.9%	66.4%	65.3%	64.7%	63.3%	61.5%	60.4%	58.1%	55.8%

Género en EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	51.6%	51.4%	51.1%	50.9%	50.2%	50.7%	50.3%	48.8%	50.0%	52.1%
Hombres	48.4%	48.6%	48.8%	49.1%	49.8%	49.3%	49.7%	51.2%	50.0%	47.9%

Género a Nivel Mundial										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	48.1%	48.1%	48.1%	48.4%	47.8%	47.9%	47.4%	46.4%	47.4%	48.9%
Hombres	51.9%	51.9%	51.9%	51.6%	52.2%	52.1%	52.6%	53.6%	52.6%	51.1%

Datos de Representación de Personal de Google

Tecnología – Nuevo

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

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

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

Datos de Representación de Personal de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Nuevo

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

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

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

Datos de Representación de Personal de Google

Liderazgo										
Raza o Etnia										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	24.2%	25.0%	25.8%	27.1%	27.3%	28.9%	29.6%	29.4%	31.2%	32.3%
Afrodescendientes+	1.7%	2.0%	1.8%	2.0%	2.4%	2.6%	2.6%	3.0%	4.7%	5.2%
Hispanos/latinos+	2.2%	2.0%	2.1%	2.4%	2.7%	3.3%	3.7%	3.9%	4.1%	4.3%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.9%	0.7%	0.8%	0.8%	0.7%	0.5%	0.6%	0.7%	0.8%
Blancos+	73.2%	72.2%	71.3%	69.6%	68.9%	66.6%	65.9%	65.5%	62.0%	60.3%
Género en EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	20.6%	23.2%	24.0%	24.2%	25.3%	26.4%	26.9%	28.1%	30.5%	32.2%
Hombres	79.4%	76.8%	76.0%	75.8%	74.7%	73.6%	73.1%	71.9%	69.5%	67.8%
Género a Nivel Mundial										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	20.8%	22.9%	24.2%	24.5%	25.5%	26.1%	26.7%	28.1%	30.6%	32.2%
Hombres	79.2%	77.1%	75.8%	75.5%	74.5%	73.9%	73.3%	71.9%	69.4%	67.8%

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Total										
Mujeres de EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	10.0%	10.5%	11.0%	11.8%	12.5%	13.3%	14.2%	14.6%	15.3%	16.1%
Afrodescendientes+	1.1%	1.0%	1.1%	1.2%	1.2%	1.4%	1.6%	1.8%	2.3%	2.4%
Hispanas/latinas+	1.5%	1.6%	1.7%	1.7%	1.7%	2.0%	2.0%	2.2%	2.4%	2.5%
Indígenas estadounidenses+	0.5%	0.4%	0.4%	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%
Hombres de EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	21.4%	22.1%	22.9%	24.4%	25.7%	26.4%	27.7%	27.7%	27.9%	28.7%
Afrodescendientes+	1.3%	1.5%	1.7%	1.7%	1.8%	1.9%	2.1%	2.6%	3.0%	3.2%
Hispanos/latinos+	3.0%	3.3%	3.5%	3.6%	3.6%	3.8%	3.9%	4.2%	4.6%	4.9%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.5%	0.5%	0.4%	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%

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Tecnología – Anterior

Mujeres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	8.3%	9.1%	10.1%	11.2%	12.1%	13.2%	14.2%	14.9%	15.7%	16.3%
Afrodescendientes+	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.6%	0.7%	0.9%	1.1%	1.2%
Hispanas/latinas+	0.5%	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%	1.0%	1.1%	1.3%	1.4%	1.5%
Indígenas estadounidenses+	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
Blancos+	8.6%	9.0%	9.2%	9.3%	9.6%	9.9%	9.6%	9.7%	9.8%	9.8%

Hombres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	26.8%	27.3%	28.0%	29.5%	30.7%	31.9%	33.4%	33.5%	33.9%	34.1%
Afrodescendientes+	1.1%	1.3%	1.3%	1.3%	1.4%	1.5%	1.7%	2.1%	2.4%	2.8%
Hispanos/latinos+	3.0%	3.3%	3.3%	3.4%	3.4%	3.5%	3.7%	4.0%	4.3%	4.7%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.5%	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%	0.5%
Blancos+	53.8%	51.7%	49.5%	46.7%	44.0%	41.3%	38.5%	36.9%	34.6%	33.2%

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Anterior

Mujeres de EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	13.3%	13.4%	13.2%	13.6%	13.4%	13.7%	14.3%	13.8%	14.3%	15.4%
Afrodescendientes+	2.4%	2.5%	2.7%	2.9%	3.1%	3.6%	3.9%	4.3%	5.2%	5.9%
Hispanas/latinas+	3.3%	3.6%	3.9%	3.8%	4.0%	4.5%	4.5%	4.5%	4.9%	5.3%
Indígenas estadounidenses+	1.0%	0.9%	0.8%	0.7%	0.7%	0.7%	0.7%	0.6%	0.7%	0.7%
Blancos+	35.1%	34.3%	33.4%	32.7%	31.8%	31.3%	30.3%	28.9%	28.5%	28.6%
Hombres de EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	11.0%	10.9%	10.9%	11.5%	11.7%	11.7%	12.4%	12.9%	12.9%	12.9%
Afrodescendientes+	1.7%	2.1%	2.5%	2.5%	2.8%	3.0%	3.3%	4.0%	4.5%	4.7%
Hispanos/latinos+	3.0%	3.4%	3.9%	4.1%	4.4%	4.4%	4.6%	4.8%	5.2%	5.3%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
Blancos+	33.8%	33.6%	33.1%	32.6%	32.9%	32.0%	31.2%	31.5%	29.7%	27.1%

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Tecnología – Nuevo

Mujeres de EE.UU.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	8.5%	9.4%	10.1%	11.1%	12.0%	12.9%	13.9%	14.5%	15.5%	16.3%
Afrodescendientes+	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%	0.6%	0.7%	0.8%	1.0%	1.2%
Hispanas/latinas+	0.5%	0.6%	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%	1.0%	1.1%	1.3%	1.3%
Indígenas estadounidenses+	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%

Hombres de EE.UU.

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

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Nuevo

Mujeres de EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	13.3%	13.3%	13.2%	13.7%	13.9%	14.5%	15.2%	14.8%	15.0%	15.5%
Afrodescendientes+	2.5%	2.5%	2.7%	3.1%	3.3%	3.9%	4.3%	4.9%	5.9%	6.3%
Hispanas/latinas+	3.5%	3.9%	4.2%	4.1%	4.4%	5.0%	5.1%	5.2%	5.6%	6.1%
Indígenas estadounidenses+	1.0%	1.0%	0.9%	0.8%	0.8%	0.9%	0.9%	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%
Hombres de EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	10.5%	10.3%	10.6%	11.0%	10.7%	10.4%	10.5%	10.7%	10.6%	10.3%
Afrodescendientes+	1.8%	2.1%	2.4%	2.5%	2.6%	2.8%	3.0%	3.6%	4.0%	4.3%
Hispanos/latinos+	3.1%	3.5%	3.9%	4.1%	4.1%	4.1%	4.3%	4.3%	4.6%	4.8%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.6%	0.6%	0.5%	0.6%	0.6%	0.6%	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%

Datos de Representación de Personal Interseccional de Google

Liderazgo										
Mujeres de EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	6.1%	7.2%	7.5%	7.2%	7.3%	8.1%	8.5%	8.7%	9.8%	10.6%
Afrodescendientes+	1.0%	1.2%	1.0%	1.1%	1.3%	1.1%	1.1%	1.3%	2.0%	2.4%
Hispanas/latinas+	0.4%	0.5%	0.6%	0.8%	0.7%	1.3%	1.5%	1.4%	1.5%	1.6%
Indígenas estadounidenses+	0.1%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	N/A	0.3%	0.3%
Blancos+	14.3%	15.0%	15.2%	15.7%	16.4%	16.5%	16.8%	17.8%	18.3%	18.9%
Hombres de EE.UU.										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	18.4%	17.9%	18.4%	20.1%	20.0%	20.9%	21.1%	20.7%	21.4%	21.6%
Afrodescendientes+	0.8%	0.8%	0.8%	0.9%	1.1%	1.5%	1.5%	1.8%	2.7%	2.9%
Hispanos/latinos+	1.8%	1.5%	1.4%	1.6%	1.9%	2.0%	2.2%	2.5%	2.6%	2.6%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.6%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.2%	N/A	0.4%	0.5%
Blancos+	58.6%	57.2%	56.2%	53.8%	52.4%	50.1%	49.1%	47.7%	43.7%	41.5%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Total							
Asiáticos+				Negros o africanos+			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	21.8%	23.3%	23.1%	América (no EE.UU.)	3.9%	4.9%	4.8%
APAC	85.8%	88.8%	90.4%	APAC	0.5%	0.3%	0.3%
EMEA	10.9%	12.1%	13.6%	EMEA	2.8%	3.2%	3.9%
Hispanos/latinos/latinxs+				Indígenas+			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	33.3%	34.1%	37.6%	América (no EE.UU.)	1.0%	0.8%	0.9%
APAC	1.1%	0.8%	0.7%	APAC	0.2%	0.2%	0.2%
EMEA	3.8%	3.9%	4.1%	EMEA	0.3%	0.3%	0.3%
Oriente Medio o África del Norte+				Blancos o europeos+			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	4.8%	4.7%	4.6%	América (no EE.UU.)	48.2%	43.6%	42.4%
APAC	0.6%	0.5%	0.4%	APAC	13.8%	11.0%	9.4%
EMEA	7.3%	7.8%	9.0%	EMEA	80.4%	78.1%	75.1%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

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

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Tecnología – Anterior							
Asiáticos+				Negros o africanos+			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	30.4%	33.9%	33.8%	América (no EE.UU.)	3.2%	3.8%	3.9%
APAC	89.2%	91.5%	92.6%	APAC	0.4%	0.3%	0.2%
EMEA	11.3%	13.0%	14.9%	EMEA	1.9%	2.3%	2.6%
Hispanos/latinos/latinxs+				Indígenas+			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	19.2%	17.8%	20.8%	América (no EE.UU.)	0.8%	0.7%	0.9%
APAC	0.7%	0.6%	0.6%	APAC	N/A	0.1%	0.2%
EMEA	3.9%	4.0%	3.9%	EMEA	0.3%	0.3%	0.3%
Oriente Medio o África del Norte+				Blancos o europeos+			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	6.5%	6.3%	6.4%	América (no EE.UU.)	50.1%	46.2%	44.8%
APAC	0.5%	0.4%	0.3%	APAC	10.6%	8.4%	7.2%
EMEA	7.9%	8.5%	9.9%	EMEA	80.5%	77.7%	74.5%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Tecnología – Anterior							
	Mujeres			Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	20.4%	23.5%	24.1%	América (no EE.UU.)	79.6%	76.5%	75.9%
APAC	22.5%	23.5%	23.6%	APAC	77.5%	76.5%	76.4%
EMEA	21.0%	22.7%	23.4%	EMEA	79.0%	77.3%	76.6%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Anterior

	Asiáticos+			Negros o africanos+			
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	
América (no EE.UU.)	14.7%	15.1%	14.7%	América (no EE.UU.)	4.6%	5.9%	5.5%
APAC	82.0%	85.5%	87.4%	APAC	0.5%	0.4%	0.3%
EMEA	10.5%	11.1%	12.1%	EMEA	3.7%	4.3%	5.3%
	Hispanos/latinos/latinxs+			Indígenas+			
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	
América (no EE.UU.)	45.0%	47.0%	50.6%	América (no EE.UU.)	1.2%	0.9%	0.8%
APAC	1.6%	1.1%	0.8%	APAC	0.3%	0.2%	0.2%
EMEA	3.6%	3.8%	4.3%	EMEA	0.4%	0.4%	0.4%
	Oriente Medio o África del Norte+			Blancos o europeos+			
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	
América (no EE.UU.)	3.3%	3.5%	3.2%	América (no EE.UU.)	46.7%	41.6%	40.5%
APAC	0.7%	0.6%	0.5%	APAC	17.3%	14.1%	12.3%
EMEA	6.7%	6.9%	7.8%	EMEA	80.3%	78.6%	75.9%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Anterior							
	Mujeres			Hombres			
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	
América (no EE.UU.)	39.7%	40.5%	41.2%	América (no EE.UU.)	60.3%	59.5%	58.8%
APAC	44.3%	45.3%	46.3%	APAC	55.7%	54.7%	53.7%
EMEA	44.4%	45.4%	47.2%	EMEA	55.6%	54.6%	52.8%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Tecnología – Nuevo			
	Asiáticos+		Negros o africanos+
	2023		2023
América (no EE.UU.)	31.8%	América (no EE.UU.)	4.1%
APAC	92.4%	APAC	0.2%
EMEA	15.7%	EMEA	2.8%
	Hispanos/latinos/latinxs+		Indígenas+
	2023		2023
América (no EE.UU.)	28.0%	América (no EE.UU.)	0.9%
APAC	0.5%	APAC	0.1%
EMEA	4.0%	EMEA	0.3%
	Oriente Medio o África del Norte+		Blancos o europeos+
	2023		2023
América (no EE.UU.)	6.2%	América (no EE.UU.)	39.8%
APAC	0.4%	APAC	7.4%
EMEA	9.7%	EMEA	73.7%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

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

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Nuevo			
	Asiáticos+		Negros o africanos+
	2023		2023
América (no EE.UU.)	11.8%	América (no EE.UU.)	5.7%
APAC	87.0%	APAC	0.4%
EMEA	11.0%	EMEA	5.2%
	Hispanos/latinos/latinxs+		Indígenas+
	2023		2023
América (no EE.UU.)	50.1%	América (no EE.UU.)	0.9%
APAC	0.9%	APAC	0.2%
EMEA	4.2%	EMEA	0.3%
	Oriente Medio o África del Norte+		Blancos o europeos+
	2023		2023
América (no EE.UU.)	2.5%	América (no EE.UU.)	45.7%
APAC	0.5%	APAC	12.8%
EMEA	8.0%	EMEA	76.9%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

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

Datos de Representación de Personal de Google por Región

Liderazgo							
	Asiáticos+				Negros o africanos+		
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	N/A	N/A	9.0%	América (no EE.UU.)	N/A	N/A	N/A
APAC	70.8%	72.1%	75.0%	APAC	N/A	N/A	N/A
EMEA	6.6%	6.6%	7.7%	EMEA	3.3%	3.8%	4.1%
	Hispanos/latinos/latinxs				Indígenas+		
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	43.8%	40.9%	41.7%	América (no EE.UU.)	N/A	N/A	N/A
APAC	N/A	N/A	N/A	APAC	N/A	N/A	N/A
EMEA	N/A	N/A	2.2%	EMEA	N/A	N/A	N/A
	Oriente Medio o África del Norte				Blancos o europeos+		
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	N/A	N/A	N/A	América (no EE.UU.)	50.0%	52.3%	57.6%
APAC	N/A	N/A	N/A	APAC	28.8%	27.9%	25.3%
EMEA	4.5%	5.8%	6.9%	EMEA	87.7%	85.8%	83.5%

Datos de Representación de Personal de Google por Región

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

Datos de Contratación de Google

Total									
Raza o Etnia									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	34.9%	37.4%	43.0%	43.8%	43.9%	48.5%	42.8%	46.3%	48.9%
Afrodescendientes+	3.5%	4.3%	3.7%	4.1%	4.8%	5.5%	8.8%	9.4%	7.2%
Hispanos/latinos+	5.9%	6.5%	5.8%	6.3%	6.8%	6.6%	8.8%	9.0%	8.5%
Indígenas estadounidenses+	0.9%	0.7%	0.6%	0.8%	1.1%	0.8%	0.7%	0.8%	1.1%
Blancos+	59.3%	54.9%	51.1%	49.7%	48.5%	43.1%	44.5%	40.2%	40.3%
Género en EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	29.4%	29.4%	30.4%	30.4%	34.9%	32.1%	33.1%	37.6%	33.3%
Hombres	70.6%	70.6%	69.6%	69.6%	65.1%	67.9%	66.9%	62.4%	66.7%
Género a Nivel Mundial									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	30.7%	30.6%	31.6%	31.3%	33.2%	32.5%	33.7%	37.5%	33.8%
Hombres	69.3%	69.4%	68.4%	68.7%	66.8%	67.5%	66.3%	62.5%	66.2%

Datos de Contratación de Google

Tecnología – Anterior

Raza o Etnia									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	38.6%	42.5%	48.1%	49.7%	51.8%	55.5%	51.3%	54.9%	53.8%
Afrodescendientes+	2.0%	2.5%	2.2%	2.6%	2.8%	3.5%	6.2%	6.0%	5.4%
Hispanos/latinos+	4.8%	4.5%	4.9%	4.9%	5.3%	5.5%	8.4%	7.4%	7.3%
Indígenas estadounidenses+	0.9%	0.4%	0.5%	0.7%	0.8%	0.7%	0.6%	0.7%	1.0%
Blancos+	57.8%	53.1%	48.1%	46.0%	43.5%	38.7%	39.0%	35.8%	37.9%

Género en EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	21.8%	22.7%	24.4%	25.4%	27.3%	26.7%	28.9%	30.6%	28.2%
Hombres	78.2%	77.3%	75.6%	74.6%	72.7%	73.3%	71.1%	69.4%	71.8%

Género a Nivel Mundial									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	20.8%	22.1%	23.6%	24.6%	25.7%	25.6%	27.9%	29.1%	26.8%
Hombres	79.2%	77.9%	76.4%	75.4%	74.3%	74.4%	72.1%	70.9%	73.2%

Datos de Contratación de Google

Ámbitos no Relacionados con la Tecnología – Anterior

Raza o Etnia									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	25.5%	24.7%	27.6%	26.2%	26.3%	29.9%	26.5%	28.5%	31.6%
Afrodescendientes+	7.3%	9.0%	8.2%	8.4%	9.2%	10.6%	13.7%	16.3%	13.6%
Hispanos/latinos+	8.8%	11.3%	8.6%	10.4%	10.2%	9.6%	9.5%	12.4%	12.5%
Indígenas estadounidenses+	1.0%	1.5%	0.9%	1.1%	1.6%	1.2%	1.0%	1.1%	1.3%
Blancos+	63.3%	59.6%	60.6%	60.4%	59.3%	54.8%	55.2%	49.2%	48.6%
Género en EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	48.9%	45.9%	48.7%	45.2%	51.6%	46.6%	41.4%	52.4%	51.2%
Hombres	51.1%	54.1%	51.3%	54.8%	48.4%	53.4%	58.6%	47.6%	48.8%
Género a Nivel Mundial									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	46.0%	44.2%	46.8%	43.9%	47.2%	43.9%	41.1%	49.1%	47.9%
Hombres	54.0%	55.8%	53.2%	56.1%	52.8%	56.1%	58.9%	50.9%	52.1%

Datos de Contratación de Google

Tecnología – Nuevo									
Raza o Etnia									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	39.3%	42.8%	48.6%	49.6%	51.3%	54.9%	49.3%	54.7%	54.9%
Afrodescendientes+	2.2%	2.5%	2.1%	2.7%	2.9%	3.8%	6.4%	6.4%	5.6%
Hispanos/latinos+	4.7%	4.4%	5.0%	5.1%	5.2%	5.4%	8.3%	7.8%	7.4%
Indígenas estadounidenses+	0.8%	0.4%	0.5%	0.7%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%	0.9%
Blancos+	57.2%	52.8%	47.5%	46.0%	43.8%	39.2%	40.9%	35.4%	36.6%
Género en EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	20.6%	21.7%	23.0%	24.0%	25.6%	25.5%	27.5%	29.5%	27.6%
Hombres	79.4%	78.3%	77.0%	76.0%	74.4%	74.6%	72.5%	70.5%	72.4%
Género a Nivel Mundial									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	19.6%	21.3%	22.2%	23.0%	24.0%	24.1%	26.5%	27.6%	26.0%
Hombres	80.4%	78.8%	77.8%	77.0%	76.0%	75.9%	73.6%	72.4%	74.0%

Datos de Contratación de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Nuevo

Raza o Etnia									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	24.5%	24.5%	26.7%	25.6%	25.1%	28.3%	23.6%	25.7%	27.1%
Afrodescendientes+	6.5%	8.8%	8.3%	8.4%	9.4%	10.9%	15.9%	16.6%	13.1%
Hispanos/latinos+	9.3%	11.4%	8.5%	10.2%	10.8%	10.7%	10.2%	12.0%	12.3%
Indígenas estadounidenses+	1.3%	1.6%	1.0%	1.2%	2.0%	1.3%	1.1%	1.3%	1.5%
Blancos+	64.4%	60.1%	61.5%	61.1%	60.1%	55.7%	55.4%	52.0%	53.7%
Género en EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	50.5%	47.7%	52.2%	50.5%	57.9%	53.7%	49.9%	57.9%	53.8%
Hombres	49.6%	52.3%	47.8%	49.5%	42.1%	46.3%	50.1%	42.1%	46.2%
Género a Nivel Mundial									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	47.2%	45.4%	49.2%	48.6%	53.2%	49.4%	47.6%	54.8%	51.3%
Hombres	52.8%	54.7%	50.8%	51.4%	46.8%	50.6%	52.4%	45.2%	48.7%

Datos de Contratación de Google

Liderazgo									
Raza o Etnia									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	28.0%	25.3%	33.1%	27.7%	32.7%	28.0%	23.7%	33.3%	31.6%
Afrodescendientes+	4.8%	2.3%	1.5%	5.7%	3.6%	3.6%	7.1%	12.6%	8.0%
Hispanos/latinos+	2.4%	3.4%	2.3%	4.3%	5.1%	4.4%	5.8%	4.9%	5.7%
Indígenas estadounidenses+	0.0%	0.0%	1.5%	1.4%	0.5%	0.7%	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%
Género en EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	28.9%	23.0%	27.5%	28.4%	26.0%	24.6%	30.4%	35.1%	33.3%
Hombres	71.1%	77.0%	72.5%	71.6%	74.0%	75.4%	69.6%	64.9%	66.7%
Género a Nivel Mundial									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	30.1%	25.7%	29.6%	29.4%	25.9%	26.1%	28.9%	35.9%	33.5%
Hombres	69.9%	74.3%	70.4%	70.6%	74.1%	73.9%	71.1%	64.1%	66.5%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Total									
Mujeres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	11.6%	12.2%	14.2%	14.2%	15.6%	16.1%	15.2%	17.4%	17.4%
Afrodescendientes+	1.2%	1.6%	1.7%	1.4%	2.2%	2.3%	3.4%	4.3%	3.0%
Hispanas/latinas+	1.9%	2.1%	1.8%	2.0%	2.7%	2.3%	2.5%	3.2%	2.6%
Indígenas estadounidenses+	0.4%	0.3%	0.2%	0.2%	0.5%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%
Blancos+	16.0%	14.8%	14.1%	14.4%	16.2%	13.0%	13.7%	14.8%	12.1%
Hombres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	23.3%	25.2%	28.9%	29.6%	28.3%	32.4%	27.7%	28.9%	31.5%
Afrodescendientes+	2.3%	2.7%	2.0%	2.6%	2.6%	3.2%	5.4%	5.0%	4.2%
Hispanos/latinos+	4.0%	4.4%	4.0%	4.3%	4.1%	4.3%	6.2%	5.8%	5.9%
Indígenas estadounidenses+	0.5%	0.4%	0.4%	0.6%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.7%
Blancos+	43.3%	40.1%	37.0%	35.3%	32.3%	30.1%	30.8%	25.4%	28.2%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Tecnología – Anterior

Mujeres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	10.9%	12.2%	14.2%	14.4%	15.9%	16.5%	17.1%	18.4%	17.3%
Afrodescendientes+	0.4%	0.6%	0.7%	0.6%	0.8%	1.0%	1.8%	2.0%	1.7%
Hispanas/latinas+	0.9%	0.9%	1.0%	1.1%	1.4%	1.4%	1.8%	1.8%	1.7%
Indígenas estadounidenses+	0.3%	0.1%	0.1%	0.1%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%
Blancos+	10.2%	9.8%	9.5%	10.4%	10.3%	8.9%	9.6%	9.8%	8.7%
Hombres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	27.7%	30.3%	33.7%	35.2%	35.9%	39.0%	34.2%	36.5%	36.4%
Afrodescendientes+	1.6%	1.9%	1.6%	2.0%	2.0%	2.5%	4.4%	4.0%	3.7%
Hispanos/latinos+	3.8%	3.6%	3.9%	3.8%	3.9%	4.1%	6.6%	5.6%	5.6%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.3%	0.4%	0.6%	0.5%	0.4%	0.4%	0.5%	0.7%
Blancos+	47.5%	43.3%	38.6%	35.6%	33.3%	29.8%	29.4%	26.1%	29.2%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Anterior

Mujeres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	13.4%	12.4%	14.1%	13.4%	14.8%	15.2%	11.5%	15.4%	17.5%
Afrodescendientes+	3.4%	4.0%	4.6%	3.9%	5.2%	5.6%	6.4%	9.2%	7.4%
Hispanas/latinas+	4.4%	5.0%	4.2%	4.6%	5.6%	4.6%	4.0%	6.1%	5.8%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.7%	0.4%	0.6%	1.0%	0.7%	0.4%	0.5%	0.7%
Blancos+	30.7%	27.0%	28.2%	26.0%	29.2%	23.8%	21.7%	25.2%	24.1%
Hombres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	12.1%	12.3%	13.4%	12.8%	11.5%	14.6%	15.1%	13.1%	14.2%
Afrodescendientes+	3.9%	4.9%	3.6%	4.4%	4.0%	5.1%	7.2%	7.0%	6.2%
Hispanos/latinos+	4.4%	6.2%	4.4%	5.8%	4.7%	5.1%	5.6%	6.4%	6.7%
Indígenas estadounidenses+	0.4%	0.7%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%	0.7%	0.5%	0.7%
Blancos+	32.5%	32.6%	32.3%	34.4%	30.2%	31.0%	33.6%	24.0%	24.5%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Tecnología – Nuevo									
Mujeres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	10.9%	12.0%	13.9%	14.1%	15.5%	15.9%	16.2%	18.3%	17.6%
Afrodescendientes+	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.8%	1.0%	1.6%	1.9%	1.7%
Hispanas/latinas+	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	1.2%	1.3%	1.6%	1.8%	1.5%
Indígenas estadounidenses+	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%
Blancos+	9.2%	9.2%	8.5%	9.5%	9.3%	8.3%	9.4%	8.8%	8.0%
Hombres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	28.4%	30.9%	34.7%	35.6%	35.8%	39.0%	33.1%	36.4%	37.3%
Afrodescendientes+	1.7%	2.0%	1.6%	2.1%	2.2%	2.8%	4.8%	4.4%	3.9%
Hispanos/latinos+	3.8%	3.6%	4.1%	4.1%	4.1%	4.1%	6.7%	6.0%	5.9%
Indígenas estadounidenses+	0.6%	0.3%	0.4%	0.6%	0.5%	0.4%	0.5%	0.4%	0.8%
Blancos+	48.0%	43.6%	39.0%	36.4%	34.5%	30.8%	31.5%	26.6%	28.6%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Nuevo

Mujeres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	13.0%	12.7%	15.0%	14.5%	15.7%	16.9%	12.0%	15.3%	16.5%
Afrodescendientes+	2.9%	4.3%	5.0%	4.1%	5.7%	6.4%	8.7%	10.2%	7.7%
Hispanas/latinas+	4.5%	5.2%	4.6%	5.4%	6.5%	5.5%	5.4%	6.6%	6.6%
Indígenas estadounidenses+	0.9%	0.7%	0.5%	0.6%	1.3%	0.8%	0.6%	0.7%	0.8%
Blancos+	32.5%	28.3%	30.6%	29.8%	33.6%	28.0%	26.4%	29.6%	27.1%
Hombres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	11.5%	11.8%	11.7%	11.0%	9.4%	11.4%	11.6%	10.4%	10.7%
Afrodescendientes+	3.6%	4.5%	3.3%	4.3%	3.7%	4.5%	7.1%	6.4%	5.4%
Hispanos/latinos+	4.8%	6.2%	4.0%	4.8%	4.3%	5.1%	4.8%	5.4%	5.7%
Indígenas estadounidenses+	0.4%	0.9%	0.5%	0.5%	0.7%	0.6%	0.5%	0.6%	0.6%
Blancos+	31.9%	31.8%	30.9%	31.3%	26.5%	27.7%	29.0%	22.4%	26.6%

Datos de Contratación Interseccional de Google

Liderazgo									
Mujeres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	10.8%	4.6%	10.8%	9.9%	7.1%	5.8%	6.8%	11.9%	9.4%
Afrodescendientes+	3.6%	0.0%	0.8%	2.1%	0.5%	1.1%	2.6%	4.7%	3.7%
Hispanas/latinas+	0.0%	2.3%	0.8%	0.7%	3.1%	2.2%	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
Blancos+	15.7%	16.1%	15.4%	17.0%	16.3%	17.8%	20.8%	17.8%	20.1%
Hombres de EE.UU.									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	18.1%	20.7%	22.3%	17.7%	25.5%	22.2%	16.8%	21.5%	22.2%
Afrodescendientes+	1.2%	2.3%	0.8%	3.5%	3.1%	2.6%	4.5%	7.9%	4.3%
Hispanos/latinos+	2.4%	1.1%	1.5%	3.5%	2.0%	2.2%	4.5%	3.0%	4.3%
Indígenas estadounidenses+	0.0%	0.0%	1.5%	1.4%	0.0%	0.7%	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%

Datos de Contratación de Google por Región

Total							
Mujeres				Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	28.5%	35.8%	32.6%	América (no EE.UU.)	71.5%	64.2%	67.4%
APAC	36.4%	37.2%	35.2%	APAC	63.6%	62.8%	64.8%
EMEA	33.9%	38.5%	33.8%	EMEA	66.1%	61.5%	66.2%
Tecnología – Anterior							
Mujeres				Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	23.2%	27.1%	22.9%	América (no EE.UU.)	76.8%	72.9%	77.1%
APAC	25.0%	24.9%	24.4%	APAC	75.0%	75.1%	75.6%
EMEA	27.9%	28.0%	23.4%	EMEA	72.1%	72.0%	76.7%
Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Anterior							
Mujeres				Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	34.1%	40.6%	40.5%	América (no EE.UU.)	65.9%	59.4%	59.6%
APAC	43.3%	46.8%	46.1%	APAC	56.7%	53.2%	53.9%
EMEA	38.9%	49.2%	47.7%	EMEA	61.1%	50.8%	52.3%

Datos de Contratación de Google por Región

Tecnología – Nuevo							
	Mujeres			Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	21.4%	23.3%	23.5%	América (no EE.UU.)	78.6%	76.7%	76.5%
APAC	24.3%	23.1%	23.3%	APAC	75.7%	76.9%	76.7%
EMEA	25.3%	26.8%	22.3%	EMEA	74.7%	73.2%	77.7%

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Nuevo							
	Mujeres			Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	41.0%	55.3%	49.9%	América (no EE.UU.)	59.0%	44.7%	50.1%
APAC	46.0%	51.0%	49.4%	APAC	54.0%	49.0%	50.6%
EMEA	47.1%	54.3%	49.9%	EMEA	52.9%	45.7%	50.1%

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

Datos de Representación de Deserciones de Google

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

Datos de Representación de Deserciones de Google

Tecnología – Anterior

Raza o Etnia						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	34.6%	35.2%	36.1%	40.9%	45.8%	46.4%
Afrodescendientes+	3.1%	2.9%	2.9%	3.1%	3.0%	4.1%
Hispanos/latinos+	4.9%	5.0%	4.9%	5.6%	5.4%	5.4%
Indígenas estadounidenses+	N/A	0.8%	0.9%	0.6%	1.0%	0.8%
Blancos+	61.6%	59.7%	60.0%	54.4%	49.9%	47.2%

Género en EE.UU.						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	17.4%	17.5%	18.8%	19.0%	20.3%	21.4%
Hombres	82.6%	82.6%	81.2%	81.0%	79.7%	78.6%

Género a Nivel Mundial						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	17.9%	17.3%	19.1%	18.5%	20.1%	20.8%
Hombres	82.1%	82.7%	81.0%	81.5%	79.9%	79.2%

Datos de Representación de Deserciones de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Anterior

Raza o Etnia						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	23.6%	22.8%	22.0%	21.1%	22.3%	22.9%
Afrodescendientes+	5.9%	6.3%	7.1%	9.9%	10.6%	12.2%
Hispanos/latinos+	8.4%	9.1%	8.2%	8.7%	9.8%	10.1%
Indígenas estadounidenses+	1.6%	1.2%	1.6%	2.3%	1.1%	1.4%
Blancos+	65.0%	65.6%	66.1%	64.2%	62.3%	60.6%

Género en EE.UU.						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	46.9%	47.2%	41.7%	45.1%	41.9%	41.7%
Hombres	53.1%	52.8%	58.4%	54.9%	58.1%	58.3%

Género a Nivel Mundial						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	45.4%	44.2%	42.3%	41.4%	41.2%	41.8%
Hombres	54.7%	55.9%	57.8%	58.6%	58.8%	58.2%

Datos de Representación de Deserciones de Google

Tecnología – Nuevo

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

Género en EE.UU.						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	16.2%	17.5%	17.3%	18.2%	19.7%	19.6%
Hombres	83.8%	82.5%	82.7%	81.8%	80.3%	80.4%

Género a Nivel Mundial						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mujeres	16.8%	17.5%	18.0%	18.1%	19.2%	19.1%
Hombres	83.2%	82.5%	82.0%	81.9%	80.8%	80.9%

Datos de Representación de Deserciones de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Nuevo

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

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

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

Datos de Representación Interseccional de Deserciones de Google

Total						
Mujeres de EE.UU.						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	8.7%	9.1%	7.9%	9.4%	10.7%	10.8%
Afrodescendientes+	1.2%	1.2%	1.7%	2.5%	2.0%	2.5%
Hispanas/latinas+	1.6%	1.8%	1.9%	1.8%	1.9%	2.0%
Indígenas estadounidenses+	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.3%	0.4%
Blancos+	16.6%	15.0%	15.3%	14.4%	13.2%	13.3%
Hombres de EE.UU.						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	22.4%	22.3%	24.1%	25.8%	28.8%	28.9%
Afrodescendientes+	2.8%	2.7%	2.5%	2.6%	3.0%	3.9%
Hispanos/latinos+	4.4%	4.4%	4.0%	4.7%	4.7%	4.8%
Indígenas estadounidenses+	0.4%	0.5%	0.7%	0.6%	0.7%	0.6%
Blancos+	46.2%	46.6%	46.5%	42.8%	40.0%	37.7%

Datos de Representación Interseccional de Deserciones de Google

Tecnología – Anterior

Mujeres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	7.4%	7.5%	6.5%	9.0%	10.8%	10.8%
Afrodescendientes+	0.7%	0.6%	0.7%	1.1%	0.8%	1.2%
Hispanas/latinas+	0.8%	1.1%	0.9%	1.0%	1.1%	1.2%
Indígenas estadounidenses+	N/A	N/A	N/A	N/A	0.3%	0.2%
Blancos+	9.6%	8.8%	11.2%	9.1%	8.8%	9.2%

Hombres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	27.3%	27.6%	29.6%	31.8%	35.1%	35.6%
Afrodescendientes+	2.4%	2.3%	2.1%	2.0%	2.1%	3.0%
Hispanos/latinos+	4.1%	4.0%	4.0%	4.6%	4.3%	4.2%
Indígenas estadounidenses+	N/A	0.5%	0.7%	N/A	0.7%	0.5%
Blancos+	52.0%	51.1%	48.8%	45.3%	41.0%	38.0%

Datos de Representación Interseccional de Deserciones de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Anterior

Mujeres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticas+	11.5%	12.9%	10.9%	10.2%	10.4%	10.8%
Afrodescendientes+	2.4%	2.7%	3.8%	6.0%	5.0%	6.0%
Hispanas/latinas+	3.4%	3.6%	4.2%	3.7%	4.0%	4.0%
Indígenas estadounidenses+	1.0%	N/A	0.9%	1.1%	N/A	0.8%
Blancos+	30.8%	29.5%	25.0%	27.8%	25.0%	23.7%

Hombres de EE.UU.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Asiáticos+	12.0%	9.9%	11.1%	10.9%	11.9%	12.1%
Afrodescendientes+	3.5%	3.6%	3.3%	4.0%	5.5%	6.2%
Hispanos/latinos+	5.0%	5.5%	4.0%	5.0%	5.7%	6.1%
Indígenas estadounidenses+	N/A	N/A	N/A	1.3%	0.8%	0.6%
Blancos+	34.2%	36.1%	41.1%	36.4%	37.3%	37.0%

Datos de Representación Interseccional de Deserciones de Google

Tecnología – Nuevo

Mujeres de EE.UU.

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

Hombres de EE.UU.

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

Datos de Representación Interseccional de Deserciones de Google

Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Nuevo

Mujeres de EE.UU.

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

Hombres de EE.UU.

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

Datos de Representación de Deserciones de Google por Región

Total							
Mujeres				Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	29.0%	21.3%	26.4%	América (no EE.UU.)	71.0%	78.7%	73.6%
APAC	28.0%	36.5%	37.7%	APAC	72.0%	63.5%	62.3%
EMEA	30.8%	31.6%	30.8%	EMEA	69.2%	68.4%	69.2%
Tecnología – Anterior							
Mujeres				Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	N/A	9.3%	11.9%	América (no EE.UU.)	90.0%	90.7%	88.1%
APAC	15.9%	19.8%	21.6%	APAC	84.1%	80.2%	78.4%
EMEA	17.1%	21.0%	16.8%	EMEA	82.9%	79.0%	83.2%
Ámbitos no Relacionados con la Tecnología – Anterior							
Mujeres				Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	36.7%	32.9%	33.6%	América (no EE.UU.)	63.3%	67.1%	66.4%
APAC	33.9%	42.7%	43.8%	APAC	66.1%	57.3%	56.2%
EMEA	41.1%	39.4%	40.5%	EMEA	58.9%	60.6%	59.5%

Datos de Representación de Deserciones de Google por Región

Tecnología – Nuevo							
	Mujeres			Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	10.0%	8.3%	13.1%	América (no EE.UU.)	90.0%	91.7%	86.9%
APAC	17.5%	18.2%	19.5%	APAC	82.6%	81.8%	80.6%
EMEA	18.7%	19.3%	16.5%	EMEA	81.3%	80.7%	83.5%
Ámbitos No Relacionados con la Tecnología – Nuevo							
	Mujeres			Hombres			
	2021	2022	2023		2021	2022	2023
América (no EE.UU.)	39.1%	33.1%	39.2%	América (no EE.UU.)	60.9%	66.9%	60.8%
APAC	34.4%	45.0%	46.0%	APAC	65.6%	55.0%	54.0%
EMEA	41.1%	42.3%	42.8%	EMEA	58.9%	57.7%	57.2%

Datos de Autoidentificación de Google

	2019	2020	2021	2022	2023
Porcentaje global que se autoidentifica como persona LGBTQ+ y/o Trans+	8.5%	7.1%	6.9%	6.7%	7.0%
Porcentaje global que se autoidentifica como persona con discapacidad	7.5%	6.1%	5.6%	5.4%	6.5%
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%
Porcentaje global que se autoidentifica como persona no binaria	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%