

Diver
Sidad

Guía para ser parte

Recomendaciones para
un lenguaje neutro

Aso
Ban
Carial



Hernando José Gómez

Presidente

Andrés Felipe Rojas González

Vicepresidente de Asuntos Corporativos

Hernán Mauricio Vélez García

Director de Sostenibilidad

Rodrigo Alejandro Mesa Esteban

Profesional Senior

Coordinación de Gestión Territorial e Innovación Social

Valentina Ochoa Restrepo

Coordinadora de Gestión Territorial e Innovación Social

David Pérez Arias

Coordinación de Gestión Territorial e Innovación Social

Colaboración

Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)

Entidades adheridas a Asobancaria

Elaboración Guía para Ser Parte

Desarrollo metodológico y contenidos.

Diseño, diagramación e ilustración.

Alegría Comunicaciones y Pedagogía

2022.

La banca colombiana está viviendo una transformación sin precedentes. Los desafíos que ofrecen las nuevas tendencias de consumo, el acceso a nuevas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones y los retos sociales que se han hecho cada vez más evidentes en el país, son sólo uno de los muchos pasos que tenemos que recorrer como sector.

Por eso, como sector, hemos venido construyendo cinco caminos capaces de consolidar una nueva realidad para Colombia. Dos de estos caminos: el *Camino de la Diversidad* y el *Camino de las Oportunidades*, son los que queremos continuar recorriendo con la publicación de esta *Guía para Ser Parte*. Estamos convencidos de que mejorar la manera en la que nos relacionamos con las mujeres, los jóvenes, los adultos mayores, las personas con discapacidad, la población LGBTI, las comunidades étnicas, las personas firmantes del acuerdo de paz y las víctimas del conflicto armado, es un aporte fundamental para el cuidado de la diversidad del país y así, al compartir esta Guía que contiene nuevas estrategias de comunicación se abren posibilidades de desarrollo económico y social para grupos poblacionales diferenciales y subatendidos por nuestro sector durante muchos años.

Todas las personas merecemos tener los caminos abiertos para aportar al crecimiento de Colombia, donde las múltiples violencias que hemos sufrido desde distintos ámbitos se desmonten, juntando el compromiso contundente de líderes y ejecutores de decisiones en el país con esquemas de financiación capaces de construir nuevas formas de relacionarnos desde la diversidad. Por eso aquí, en la *Guía para Ser Parte*, el sector bancario pone su aporte para que en Colombia el cuidado de la diversidad se vuelva costumbre.

Hernando José Gómez

Presidente de Asobancaria

The background is a solid blue color. In the top-left corner, there is a light green abstract shape. In the bottom-left corner, there is an orange abstract shape. In the bottom-center, there is a large purple abstract shape. In the bottom-right corner, there is a yellow abstract shape. The word "Contenido" is written in white, bold, sans-serif font, centered in the upper half of the page.

Contenido

Introducción	06
Conoce el parche DEI	10
DEI: Diversidad, Equidad e Inclusión	11
Conceptos y recomendaciones	
<i>Equidad de género</i>	13
<i>LGBTIQ+</i>	20
<i>Pueblos y comunidades étnicas</i>	28
<i>Dis/capacidad</i>	36
<i>Generacional (Grupos etarios)</i>	44
<i>Rural/ campesina</i>	50
<i>Migración</i>	56
<i>Conflicto armado</i>	62
Nuestra apuesta	68

Introducción



La finalidad de la **Guía para ser parte: recomendaciones para un lenguaje neutro**, es acompañar las prácticas diarias, acciones discursivas y comunicacionales en clave de la Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) de las entidades financieras y resolver las dudas más frecuentes al momento de comunicarse de manera textual, audiovisual, verbal y sonora con las poblaciones que hacen parte de este documento.

Asobancaria reconoce que un enfoque DEI debe ser interseccional. Por lo tanto, esta guía es una herramienta de consulta práctica que permite la comprensión, por medio de conceptos y recomendaciones, de categorías como equidad de género, LGBTQ+, pueblos y comunidades étnicas, dis/capacidad, grupos etarios, población rural/ campesina, población migrante y víctimas y responsables del conflicto armado.

Para el desarrollo de este documento, se realizaron encuestas y grupos focales dirigidos a integrantes del Comité DEI de Asobancaria, así como a equipos de Talento Humano, Atención al Cliente y equipos de Comunicaciones de las entidades asociadas. Así pues, esta guía es un resultado conjunto y colectivo de diferentes organizaciones que están comprometidas en lograr un país más diverso, equitativo e incluyente.

Aso Ban Caria

La **Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia - Asobancaria** fundada en 1936, es el gremio más representativo del sector financiero colombiano. Tiene como objetivo principal contribuir decisivamente al desarrollo sostenible del país y del sector financiero, al bienestar de sus clientes y de sus usuarios, a través de la consolidación de la legitimidad del sector financiero y su rol en la construcción de equidad e inclusión en Colombia, con tres pilares fundantes: Confianza, Sostenibilidad y Competitividad.



Entidades asociadas



Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)

El **Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)** de Asobancaria nace en mayo del 2021 y se conforma de 30 entidades financieras. Tiene como propósito establecer estrategias y gestionar procesos que lleven a la consolidación del crecimiento inclusivo y generar igualdad de oportunidades de crecimiento económico en los diferentes sectores de la sociedad en los que influye la banca.

Como parte de este propósito, es promover las comunicaciones asertivas en clave DEI para personas usuarias del sector financiero, colaboradores y proveedores de las entidades financieras, mejorar las prácticas de inclusión e impactar en la cadena de valor de las entidades financieras desde su cultura interna hasta su oferta de valor.



**El Comité DEI
se conforma
de 30
entidades
financieras.**

Cómo ser parte

CONOCE EL PARCHE DEI



Wendy



Andy



Juan Ricardo



Sonia



Leonardo



Mariana



Francisco



Margarita

La Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) suele concebirse bajo ciertas categorías conceptuales. Entender cada una de estas es fundamental para proponer, diseñar, implementar, y evaluar estrategias y acciones.

Diversidad

Se refiere a cualquier dimensión que puede usarse para diferenciar grupos o personas de una con respecto a otra. Es importante entender que todas las personas son diversas (Global Diversity Practice, s.f.). La diversidad trasciende los aspectos demográficos y tiene en cuenta otras dimensiones como género, origen étnico, religión, orientación sexual, identidad de género, educación, nacionalidad, entre otras (Global Diversity Practice, s.f.). A nivel corporativo, se refleja cuando las organizaciones emplean intencionalmente a personas de distintas características (Farnham, 2021). En las Entidades Financieras, la diversidad permite explorar las dimensiones de todas las personas y grupos en un entorno seguro, sano y positivo, que logra superar la tolerancia y asegura que todas las diferencias sean realmente valoradas (Heinz, 2022).

Equidad

Aborda el acceso a oportunidades por parte de las personas para alcanzar determinados objetivos. La equidad se diferencia de la igualdad, pues reconoce que no todas las personas gozan del mismo punto de partida y que, en efecto, hay grupos que, como consecuencia de desigualdades históricas, presentan dificultades a la hora de alcanzar determinados objetivos. Mecanismo mediante el cual se garantiza que los procesos y programas sean imparciales, justos y proporcionen los mismos resultados posibles para cada persona (Heinz, 2022).

Inclusión

Se refiere al esfuerzo y prácticas organizacionales que valoran y honran la diversidad para que todas las personas o grupos tengan el mismo acceso a oportunidades de desarrollo y participación en toma de decisiones dentro de la organización (Global Diversity Practice, s.f.). Adicionalmente, en ambientes laborales, se refiere a los esfuerzos orientados a que todas las personas reciben un trato justo y respetuoso, tienen el mismo acceso a las oportunidades y los recursos, y pueden contribuir plenamente al éxito de la organización (Heinz, 2022).

Las iniciativas DEI deben implementarse de forma transversal. **El enfoque transversal** integra una perspectiva **DEI de las poblaciones priorizadas** en la preparación, el diseño, la aplicación, el seguimiento y la evaluación de las políticas, las medidas reglamentarias y el gasto de cualquier programa (EIGE, s.f.).

Por su parte, la **interseccionalidad** se refiere a la interacción de variables sociodemográficas como la raza, la clase y el género, que se han considerado la fuente de sistemas de desventaja o discriminación superpuestos e interdependientes (Perlman, 2018). La interseccionalidad implica que las iniciativas DEI deben pensarse no solo en las poblaciones priorizadas sino en la interseccionalidad de estas (por ej.: mujer afro, persona con discapacidad, migrante).

Equidad de género

Recomendaciones para Ser Parte

¡Hola! Soy Wendy

Una mujer empresaria y te invito a conocer sobre la importancia de la equidad de género y cómo implementar dinámicas organizacionales no sexistas.

En Colombia, las mujeres hemos liderado procesos jurídicos, sociales y culturales para lograr importantes avances en materia de equidad y derechos, entre ellos, el acceso la educación en 1933, a la democracia mediante el voto en 1954, a la autonomía en 1991 bajo la Constitución Política y a una vida libre de violencias a través de la Ley 1257 de 2008. ¡Hay más logros! Por eso, te quiero invitar a que sigas indagando más para que la equidad sea parte de la vida laboral y personal.

Gracias a esas reivindicaciones y concientización de la sociedad, hoy podemos decir que contamos con mujeres que ocupan cargos de liderazgo y toma de decisiones en empresas, entidades gubernamentales, universidades y medios de comunicación. ¡Pero aún nos falta camino para llegar a una equidad plena! Por lo tanto, la equidad de género nos invita a comprender que todavía existen barreras para que las mujeres podamos gozar de derechos de manera plena y acceder, en igualdad



de condiciones que los hombres, a servicios y oportunidades económicas, sociales, políticas y culturales.

Es importante que tengas en cuenta que la perspectiva o enfoque de equidad de género, incluye también a la diversidad de mujeres que habitan en nuestro país: afrocolombianas, indígenas, lesbianas, bisexuales, trans, con discapacidad, rurales, campesinas, sobrevivientes del conflicto armado, migrantes, jóvenes y adultas mayores, entre otras **¡Acompáñame e identifiquemos formas de reducir las barreras que afectan a las mujeres en nuestro país!**

Ahora, te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las mujeres podamos SER PARTE:

Antes de ir a los ejemplos de expresiones excluyentes y formas incluyentes de comunicarnos, es importante que tengas en cuenta estos comportamientos que afectan la equidad de género y generan violencias en el lugar de trabajo:

- ➡ **Mansplaining (Hombre-explicando):** es cuando un hombre explica lo que una mujer está diciendo, buscando así invisibilizar sus conocimientos.
- ➡ **Maninterrupting (Hombre-interrumpiendo):** sucede cuando un hombre interrumpe a una mujer en una o varias ocasiones, mientras está explicando o dando su opinión frente a algún tema. Puede ser verbal o físicamente mediante gestos con las manos (el gesto de alto o tiempo).
- ➡ **Bropropriating (Hombre-apropiando):** es la práctica que tienen algunos hombres al apropiarse de ideas, propuestas y conocimientos de las mujeres para presentarlos como propios⁴.

En algunas ocasiones estos comportamientos pueden ser parte de sesgos inconscientes, en otras no, y hacen parte del machismo estructural y cultural que se manifiesta a través de la comunicación.

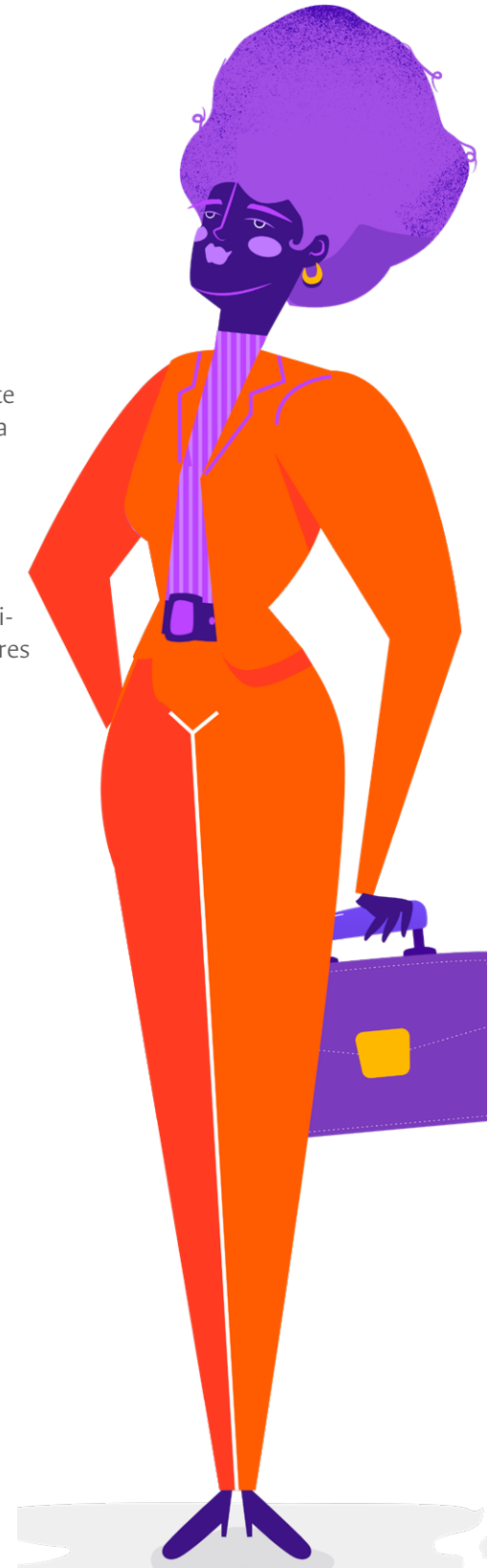
¡Te invito a que me acompañes a una transformación cultural equitativa!

EXPRESIÓN EXCLUYENTE

- “Este trabajo no es para mujeres”.
- “Señorita”, “niña”, “jovencita”.
- “Calladita se ve más linda”.
- “Esa falda está muy arriba”, “ese escote está muy abierto” o “acá las mujeres se deben vestir femeninas”.
- “Parece niña” o “tan niña”.
- “Que las mujeres se encarguen de la comida” (en eventos o actividades de bienestar).
- “¿Y tú por qué no estás casada?” o “¿A tu edad y no tienes hijos/hijas?”.
- “Tan sensible, pareces mujer”.

¡INCLUYENTE!

- “Las mujeres pueden realizar cualquier trabajo”. Reconocer este postulado es ir un paso más cerca de la equidad de género.
- ¡Llama siempre a las personas por su nombre!
- Esta expresión violenta la participación y los aportes de las mujeres en los entornos laborales.
- De acuerdo con el libre desarrollo de la personalidad, este tipo de afirmaciones se deben eliminar de las organizaciones.
- Eliminar formas reduccionistas de referirse a las mujeres, contribuye a la equidad.
- “¿Quiénes se quieren encargar de la comida?, cualquiera puede hacerlo”.
- Eliminar este tipo de frases de nuestros discursos, permite no replicar violencias centradas los roles de género.
- Es una forma de reducir y estereotipar a las mujeres.



EXPRESIÓN EXCLUYENTE

“Las mujeres deben respetar las opiniones de los hombres”.

“Ya vienen con ese cuento del feminismo y de los derechos”.

“Esa carrera no es para mujeres”.

“Ella es una mujer biológica” o “ella es una mujer de verdad”.

¡INCLUYENTE!

Esta frase replica roles y estereotipos de género que se convierten en violencias.

“En esta empresa reconocemos los aportes y los derechos de las mujeres”.

Esta expresión intenta reducir y limitar la autonomía de las mujeres.

Basarse en la genitalidad o fisonomía para definir quién merece llamarse mujer, es una forma de violencia. Usa siempre: “Ella es una mujer” y no caigas en sesgos.

RECOMENDACIONES SEGÚN FORMATOS:

Audiovisual e imagen:

- En videos, comerciales, fotografías, vallas, eucoles y otras piezas de publicidad interna y externa siempre procura que las mujeres no estén en roles de género estereotípicos: labores del hogar como limpieza, cocina u otros. ¡Siempre piensa que las mujeres luchamos para que haya equidad y nos representen empoderadas y en lugares de toma de decisión!
- Recuerda que hay mujeres que son afro, indígenas, migrantes, con discapacidad y otras diversidades, deja que tus piezas audiovisuales hagan visible esa diversidad y esa interseccionalidad.



Sonoro:

- Procura que las voces tengan tonos que dejen sentir el empoderamiento de las mujeres.
- En las narrativas, intenta crear situaciones que no repliquen violencias y que sean creadas bajo principios de acción sin daño.
- No uses canciones clichés o que refuercen estereotipos ¡Si tienes dudas, pregunta a tus colegas del equipo de diversidad, equidad e inclusión de tu organización!
- Usa siempre un lenguaje neutro, por ejemplo: las personas, el equipo de trabajo, te invitamos, queremos que hagas parte. En el caso de las mujeres, evitar usar el masculino universal: los, todos o ellos, entre otros, como se verá en ejemplos más adelante.

Material interactivo:

- Usa piezas gráficas e interactivas que tengan frases e imágenes de mujeres inspiradoras y referentes nacionales e internacionales, lo cual contribuye a reconocer los aportes de las mujeres en el desarrollo económico, político y social del país.

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Wendy!





RESUMEN

Equidad de género



¡Acompáñame a una transformación cultural equitativa!

¡Hola! Soy Wendy
Una mujer empresaria
y te invito a conocer
sobre la importancia de
la equidad de género
y cómo implementar
dinámicas
organizacionales
no sexistas.



Te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las mujeres podamos **SER PARTE**:



EXCLUYENTE

“Este trabajo no es para mujeres”.



INCLUYENTE

“Las mujeres pueden realizar cualquier trabajo”. Reconocer este postulado es ir un paso más cerca de la equidad de género.

Recuerda las recomendaciones para Ser Parte, haciendo clic [aquí](#)



Nota: No olvides tener en cuenta estas recomendaciones para formatos audiovisuales, sonoros e interactivos.



¿Sabías que la brecha salarial en Colombia entre hombres y mujeres es del 36%?¹

Es decir, un hombre en promedio gana

36%

más que una mujer.

Según Aequales (2021),

solamente el 30%

de las empresas **cuentan con mujeres en sus juntas directivas².**

Según el Informe Nacional de Empleo Inclusivo (2021), la economía del cuidado es un reto para la equidad de género:

9 mujeres (de cada 10) deben realizar estas labores³.

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Wendy!



3 datos

sobre la equidad de género

LGBTIQ+

Recomendaciones para Ser Parte

¡Hola! Soy Andy

Soy una persona no binaria y te acompañaré en este camino por la diversidad, la equidad y la inclusión desde un enfoque llamado: LGBTIQ+. Antes de comenzar, quisiera contarte que

este enfoque es muy diverso, pues algunas organizaciones lo llaman LGBT, LGBTI o diversidad sexual y de género, entre otras expresiones. Lo importante, es siempre tener en cuenta que este enfoque busca reconocer las identidades de género y orientaciones sexuales diversas que nos rodean y hacen parte de nuestro ecosistema empresarial.

En Colombia, la inclusión de personas LGBTIQ+ ha tenido un recorrido importante, el cual comienza con un hito fundamental conocido como la *Despenalización de la homosexualidad* en 1980 mediante el Código Penal, seguido por varias sentencias relacionadas con el derecho al trabajo y la no discriminación en contra de personas LGBTIQ+. En 2018, el Decreto 762



dicta que se debe adoptar una Política Pública que garantice los derechos de las personas con orientaciones sexuales e identidades de género diversas y, en 2022, con la Sentencia T-033 las personas no binarias logramos que nuestra identidad sea reconocida en la cédula de ciudadanía **¡Un paso más para una Colombia incluyente y diversa!**

Así pues, cuando hablamos de personas LGBTQ+, debemos tener en cuenta que **orientaciones sexuales** e **identidades de género** son muy diferentes:

➤ Las orientaciones sexuales nos invitan a reconocer el deseo y la atracción física y/o espiritual que sentimos los seres humanos, estas son algunas de las orientaciones sexuales que podemos encontrar en nuestro lugar de trabajo:

- **Gay:** hombres, tanto cisgénero como trans, que sienten atracción por otros hombres.
- **Lesbiana:** mujeres, tanto cisgénero como trans, que sienten atracción por otras mujeres.
- **Bisexual:** hombres o mujeres, tanto cisgénero como trans, que atracción por otros hombres y otras mujeres.
- **Pansexual:** personas que sienten atracción por otras personas, independientemente de su identidad de género u orientación sexual.
- **Asexual:** personas que, para crear un vínculo amoroso y afectivo con otras, no necesariamente tienen relaciones sexuales.
- **Demisexual:** personas que sienten atracción únicamente con quienes ya han formado un vínculo emocional, independientemente de su identidad de género.

- **Heterosexual:** personas que se sienten atraídas por otras personas que tienen una identidad de género distinta a la suya⁵.

➤ **Las identidades de género** hacen referencia a las múltiples y diversas formas como construimos nuestra humanidad y la manera cómo la expresamos. Las identidades de género son tan amplias que, para comunicarnos con respeto, debemos comprender que no son fijas y se relacionan a la experiencia de cada persona. Algunas de ellas son:

- **Trans:** personas que construyen y expresan su identidad con un género diferente al asignado al nacer. La Fundación Grupo de Acción y Apoyo a Personas Trans – GAAT, en Colombia, también ha acuñado el término “experiencia de vida trans”⁶ para reconocer a estas personas en contextos empresariales y sociales. Algunas de las identidades trans son: **transexual** (quienes se han realizado una reasignación sexual y tratamientos hormonales) y **transgénero** (se construyen mediante tránsitos hormonales y expresión de género que cuestiona el género asignado al nacer), entre otras.
- **No binario:** personas que se construyen y reconocen por fuera del binarismo de género: masculino y femenino.
- **Cisgénero:** personas que se sienten conformes con la identidad de género asignada al nacer⁷.

También, existen las personas **intersexuales**, quienes son aquellas que tienen características físicas (órganos sexuales y cromosomas) que están por fuera de las ideas de los cuerpos binarios (masculino y femenino).

¡Tomarse el tiempo para reconocer la diversidad de género y sexual, contribuye a organizaciones sólidas que se comunican con su cadena de valor desde el respeto!

Ahora, te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las personas LGBTQ+ podamos SER PARTE:

EXPRESIÓN EXCLUYENTE

Homosexual, homosexualidad, lesbianismo.

Desviado/a, machorra, marica, torcido/a, raro/a, anormal, no es normal, es “diferente” a las personas, entre otras.

“A ella/él le gusta comer de todo” o “es omnívoro”.

“¿No le gusta el sexo?”

“Únete a esta reunión que tú y yo tenemos un vínculo especial” (en forma de chiste).

Travesti (en tono despectivo).

“Esta persona está vestida de hombre/mujer” o “está disfrazada de hombre/mujer”.

Andrógino/a, “no se sabe qué es”, “eso es algo”.

“Ella o él tienen licencia porque están en su transformación”.

¡INCLUYENTE!

Gay, lesbiana, bisexual, trans, no binaria, entre otras que reconozcan la identidad de género u orientación sexual.

“Ella/él es bisexual”. También podría incluir a las personas pansexuales: “Esa persona es pansexual”

Esta expresión discrimina y puede hacer sentir excluidas a las personas asexuales.

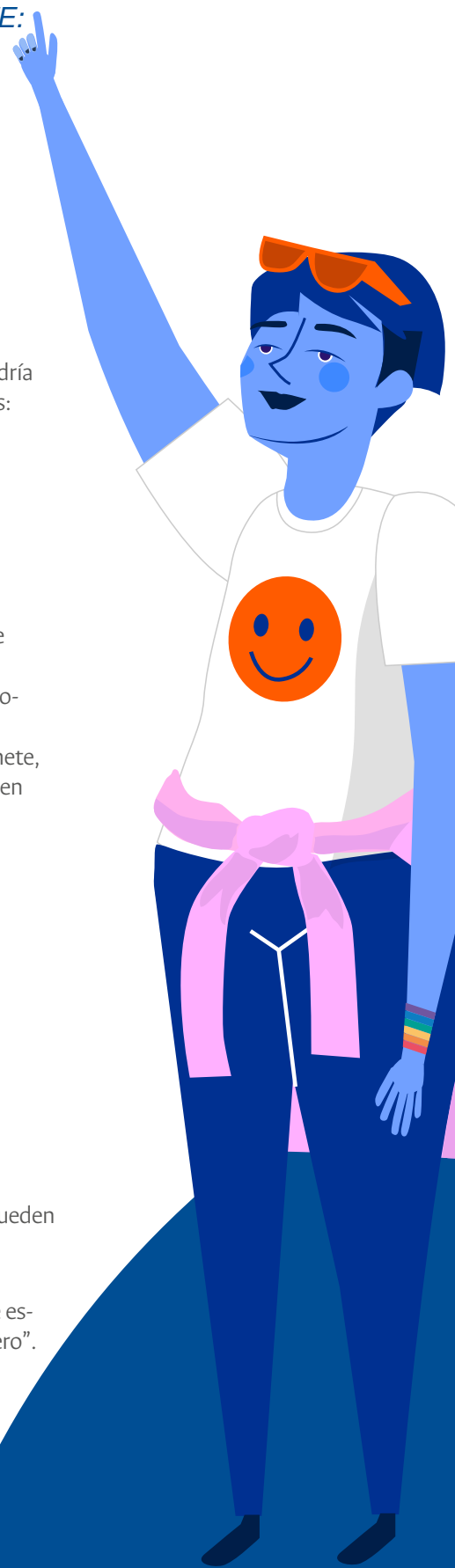
Este tipo de expresiones relacionadas con los vínculos, cuando se hacen en forma de burla, podrían hacer sentir incómodas a las personas demisexuales. Mejor, usar un lenguaje neutro e incluyente: “Únete, que tus aportes son importantes en esta reunión”.

Hay que reconocer que hay un movimiento político, que ya está llegando a las empresas, de resignificar esta expresión. No la uses, hace parte del discurso de estas personas, deja que ellas te orienten sobre cómo hacerlo.

Persona trans o como experiencia de vida trans.

Persona no binaria (también, se pueden reconocer como no binaries).

“Ella o él están en licencia porque están realizando su tránsito de género”.



EXPRESIÓN EXCLUYENTE

Hermafrodita.

“Las personas con esa condición son diferentes”.

¡INCLUYENTE!

Persona intersexual.

La identidad de género y la orientación sexual no nos condicionan, simplemente puedes decir “su identidad de género es diversa” o “su orientación sexual es diversa”.

RECOMENDACIONES SEGÚN FORMATOS:

Audiovisual e imagen:

- En videos, comerciales, fotografías, vallas, eucoles y otras piezas de publicidad interna y externa siempre procura usar actores, actrices y artistas reales ¡No uses disfraces ni personas que finjan nuestras expresiones y realidades! Haz un esfuerzo por encontrar agencias de publicidad y casting inclusivas.
- Recuerda que hay personas LGBTQ+ que son afro, indígenas, migrantes, con discapacidad y otras diversidades, deja que tus piezas audiovisuales hagan visible esa diversidad y esa interseccionalidad.

Sonoro:

- Incluye voces diversas que reflejen la multiplicidad de tonos que convivimos en la diversidad sexual y de género.
- No uses canciones clichés o que refuercen estereotipos ¡Si tienes dudas, pregunta a tus colegas del equipo de diversidad, inclusión y equidad de tu organización!
- Usa siempre un lenguaje neutro, por ejemplo: las personas, el equipo de trabajo, te invitamos, queremos que hagas parte.



Material interactivo:

- Procura que las piezas publicitarias dejen ver la diversidad que hay entre las personas LGBTQ+. Por ejemplo, diseña flyers y otras piezas que dejen ver que, además de personas gays y lesbianas, también existimos personas trans y no binarias.

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntar a personas como Andy!





RESUMEN LGBTIQ+

¡Tomarse el tiempo para reconocer la diversidad de género y sexual, contribuye a organizaciones sólidas que se comunican con su cadena de valor desde el respeto!

➔ Cuando hablamos de personas LGBTIQ+, debemos tener en cuenta que **orientaciones sexuales** (gay, lesbiana, bisexual, pansexual, asexual, demisexual, heterosexual entre otras) e **identidades de género** (Trans: transexual y transgénero, No binario y Cisgénero). **También, existen las personas intersexuales.**

➔ **Te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las personas LGBTIQ+ podamos SER PARTE:**



EXCLUYENTE

Desviado/a, machorra, marica, torcido/a, raro/a, anormal,



INCLUYENTE

Gay, lesbiana, bisexual, trans, no binaria, entre otras que reconozcan la identidad de género u orientación sexual.

Recuerda las recomendaciones para Ser Parte, haciendo [clic aquí](#)

¡Hola! Soy Andy
Soy una persona no binaria y te acompañaré en este camino por la diversidad, la equidad y la inclusión desde un enfoque llamado: LGBTIQ+.

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Andy!





¿Sabías que preferimos que no uses el término homosexual, pues, históricamente hace alusión a que padecemos de alguna enfermedad? Desde hace algunos años atrás, preferimos que nos llames por nuestro nombre y, si quieres saber nuestra identidad de género u orientación sexual, **¡Nos puedes preguntar desde la empatía!**

Según cifras de la Cámara de Comercio LGBTCO, en Colombia

solamente el 5.4%

de las personas trans hemos firmado un contrato laboral⁸ **¡Es hora de trabajar para que seamos más, quienes podamos aportar al desarrollo económico del país!**

Según el DANE (2021), se estima que cerca de

146mil

personas LGBTIQ+ en edad productiva están buscando oportunidades laborales⁹ **¿Qué esperas? ¡ Súmales a tu estrategia de inclusión laboral!**



Nota: No olvides tener en cuenta estas recomendaciones para formatos audiovisuales, sonoros e interactivos.



3
datos
sobre personas
LGBTIQ+



**Aso
Ban
Carial**

Pueblos y comunidades étnicas

Recomendaciones para Ser Parte


¡Azizare bunsichano! (Buenos días ¿cómo amanecen?).

Soy Juan, un joven emprendedor del pueblo Arhuaco. En esta ocasión, seré la persona que te acompañará a reconocer la importancia de adoptar un enfoque étnico en las organizaciones. Cuando hablamos de enfoque étnico en Colombia, principalmente lo hacemos para referirnos a pueblos indígenas, la población afrocolombiana, negra, raizal y palenquera, así como al pueblo Rom/gitano.

¡Vamos a conocer más de nuestra diversidad étnica y cultural!

Conversando con mis amigas Elsa, quien también es emprendedora y es gitana, y con Wendy, empresaria afro y con quien seguro ustedes ya pudieron interactuar, nos dimos cuenta que las personas que pertenecemos a los pueblos afrocolombianos, afrodescendientes, raizales, palenqueros y negros, los pueblos indígenas y el pueblo Rom o gitano, hemos abanderado, por décadas, procesos de lucha en contra de la discriminación étnica en contextos económicos, sociales y políticos, pero también hemos contribuido a la salvaguardia de los saberes y la tradición del país mediante nuestras prácticas ancestrales.





Por lo tanto, hay algunos momentos claves en este camino que quisiéramos compartir contigo: la Constitución Política de Colombia dio un paso adelante para adoptar medidas de protección de los pueblos indígenas; la Ley 30 de 1993 fue un momento histórico para la protección de los derechos de las comunidades negras del país; y en 2010, mediante el Decreto 2957, se dictaron normativas para proteger integralmente los derechos de las personas Rom o gitanas en el territorio nacional. A través de estos marcos jurisprudenciales, hemos aportado al desarrollo del país desde nuestro trabajo en economías propias, emprendimientos e iniciativas culturales y patrimoniales que suman al crecimiento y sostenibilidad de la economía nacional.

¡Nuestras identidades étnicas son un ejemplo de resiliencia y cooperación!

Ahora, te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que los grupos étnicos podamos SER PARTE:

Antes de ir a ejemplos prácticos es importante reconocer que los grupos étnicos son diversos:

- **Pueblos afrocolombianos y afrodescendientes:** Hace referencia a las personas nacidas en Colombia y una relación de descendencia con África, así como a su vínculo con los saberes ancestrales¹⁰²⁷.
- **Comunidades negras:** Comprende personas nacidas en Colombia y que tienen prácticas culturales propias, así como una historia, tradiciones y saberes propios¹¹.

- **Raizales:** Población étnica nacida en San Andrés, Providencia y Santa Catalina¹².
- **Palenqueros/as:** Descendientes de las luchas antiesclavistas y de resistencia que se refugiaron en los palenques: San Basilio de Palenque en Bolívar, Jacobo Pérez Escobar en Magdalena, La Libertad en Sucre y San José de Uré en Córdoba¹³.
- **Pueblos indígenas:** En Colombia hay cerca de 102 comunidades indígenas, los cuales son grupos de personas que preservan sus tradiciones, saberes y relación con la naturaleza desde formas propias y conocimientos ancestrales¹⁴.
- **Pueblo Rrom o Gitano:** Grupo de personas que poseen prácticas, elementos identitarios y lengua propia¹⁵.

¡Es importante no asumir la pertenencia étnica de la otra persona, cada cual se autorreconoce de manera única y tiene su propia identidad cultural!

EXPRESIÓN EXCLUYENTE

Morocho/a, morena/moreno, de piel oscura, de color.

NARP (Siglas de Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras).

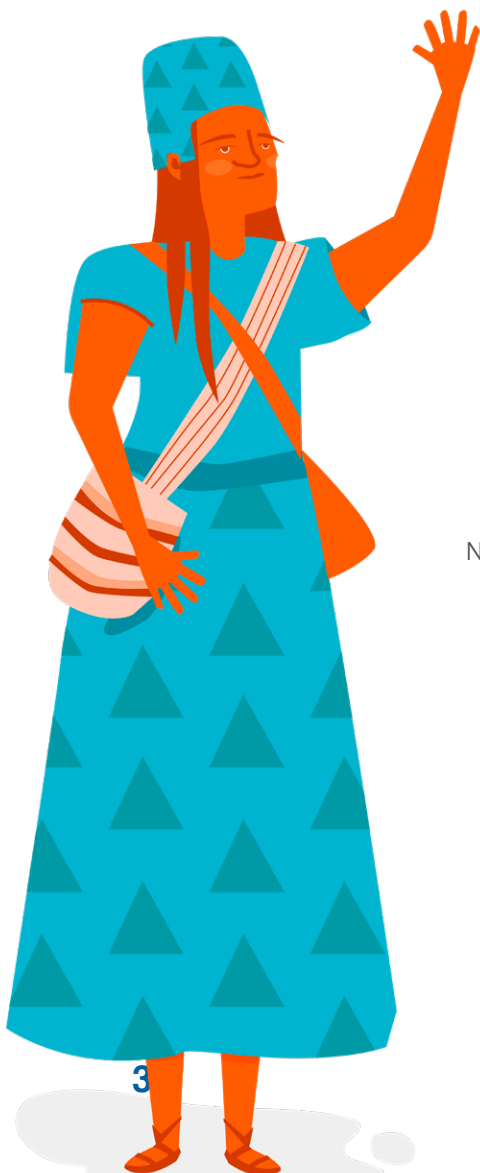
Indio/india.

¡INCLUYENTE!

Persona afrocolombiana, afrodescendiente, negra, raizal o palenquera. Su uso dependerá de cómo se autorreconozca la persona.

Esta es una expresión politizada que no representa a las personas afrocolombianas, negras, raizales y palenqueras. Aunque en la jurisprudencia se hable de NARP, se desaconseja su uso.

Persona del pueblo indígena XX. Por ejemplo: Persona del pueblo indígena Arhuaco, Pijao, Kankuamo, Huitoto, Awá, Embera u otro. También evita decir frases como: “Trabajamos como negros”.



EXPRESIÓN EXCLUYENTE

“Este/a es mucho/a indio/a” o
“negro/a tenía que ser”.

“Es negra/o pero con estilo”
o “fina/o”.

“No parece indígena”.

“¿Tú de dónde eres?” o “Por tu
color de piel, ¿de dónde es tu
padre o madre?”.

“Yo soy afro o negra de corazón”.

“De raza”.

“Ten cuidado con esa persona
es peligrosa”.

“Esa ropa parece de *cabaret*”.

“En este Halloween la temática
será gitanos/as, afro o indígenas”
o “para la fiesta me disfrazaré de
afro, indígena o gitano/a”.

¡INCLUYENTE!

Esta expresión discrimina y
reduce a la otra persona por su
color de piel.

Es una forma subjetiva de nor-
mativizar a las personas bajo pa-
trones y estereotipos de belleza.

Evitar estas frases que se basan
en sesgos. Las personas de los
diferentes pueblos indígenas
son diversas en sus formas de
hablar, vestir y fisionomía.

Este es otro sesgo que se fundamenta
solamente en el color de piel.

Evitar formas de comunicación en la
cual se quiera parecer una persona
aliada, lo que hace es desconocer las
luchas de los grupos étnicos en el
país. En otras palabras, es muy difícil
que una persona blanca mestiza haya
vivido y experimentado el racismo
estructural.

“Pertenencia étnica”. La “raza” es
una categoría que reduce a las
personas a su color de piel, ade-
más tiene una carga política para
los grupos étnicos.

Tener cuidado con expresiones como
esta que se fundamentan en el estereo-
tipo de que las personas Rom o Gitanas
son peligrosas. Aplica también para
otros grupos étnicos.

Expresión usada para reducir los trajes
típicos de algunas mujeres gitanas.

Las identidades étnicas no son un
disfraz ¡Evita este tipo de prácticas
excluyentes!

RECOMENDACIONES SEGÚN FORMATOS:

Audiovisual e imagen:

- En videos, comerciales, fotografías, vallas, eucoles y otras piezas de publicidad interna y externa siempre procura usar actores, actrices y artistas reales ¡No uses disfraces ni personas que finjan nuestras expresiones y realidades! Haz un esfuerzo por encontrar agencias de publicidad y casting inclusivas. En el caso de nuestras tradiciones, evita recrear escenografías, instrumentos o tradiciones, simplemente asesórate para encontrar una ambientación real e incluyente.
- Recuerda que hay personas afro, de comunidades negras, palenqueras, raizales, indígenas, Rrom que son mujeres, LGB-TIQ+, con discapacidad, deja que tus piezas audiovisuales hagan visible nuestra diversidad y esa interseccionalidad.
- Ten en cuenta los diferentes pueblos indígenas que habitamos en el territorio colombiano, no empaquetes lo indígena en una imagen, siempre específica mediante la narrativa o créditos el pueblo indígena al cual se hace referencia.
- En comunicaciones internas o convocatorias dirigidas a pueblos indígenas, ten presente que puedes poner subtítulos con traducción a su lengua y viceversa.
- Recuerda que Colombia tiene una gran diversidad étnica, que tus piezas audiovisuales e imágenes evidencien esto, procura que haya un porcentaje equitativo de personas de grupos étnicos en relación con personas blanco-mestizas en tus piezas.
- Evita estereotipar a los grupos étnicos en oficios como las artes, los deportes o la gastronomía ¡Somos más que eso! Procura romper esos estereotipos y haz el cambio.

Sonoro:

- Ten presente que los pueblos indígenas hablan diferentes lenguas al español.
- No uses canciones clichés o que refuercen estereotipos ¡Si tienes dudas, pregunta a tus colegas del equipo de diversidad, inclusión y equidad de tu organización!
- Evita realizar cuñas radiales o promocionales que caricaturicen a los grupos étnicos.

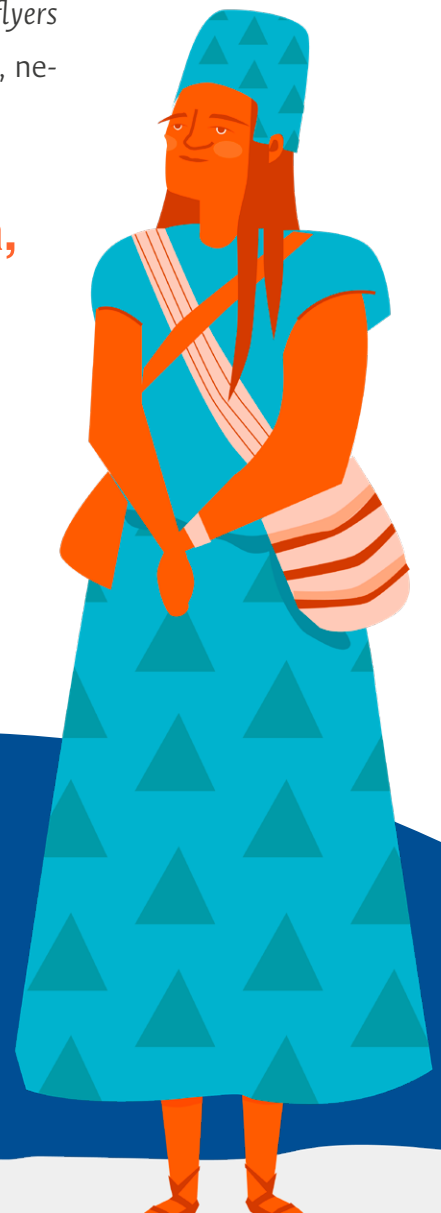


Material interactivo:

- Procura que las piezas publicitarias dejen ver la diversidad que existe entre los grupos étnicos. Por ejemplo, diseña *flyers* y otras piezas que dejen ver que, además de personas afro, negras e indígenas, también raizales, palenqueras y Rom.

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Juan!

Duni (Gracias)





RESUMEN

Pueblos y comunidades étnicas

Es importante reconocer que los grupos étnicos en Colombia son diversos: Pueblos afrocolombianos y afrodescendientes, Comunidades negras, Raizales, Palenqueros/as, Pueblos indígenas y Pueblo Rrom o Gitano.

3 datos

sobre los pueblos y comunidades étnicas colombianas:



¿Sabías que, según McKinsey & Company (2020), las empresas con mayor diversidad (incluida diversidad étnica) son

152% más propensas a innovar que otras?¹⁶

¿Sabías que la colombiana Ana Dalila Gómez Baos es una de las mujeres gitanas más influyentes de todos los tiempos en el mundo?¹⁷ Ana Dalia es ingeniera industrial, abogada y ha liderado procesos de inclusión económica y política del Pueblo Rrom o Gitano en Colombia.

En Colombia, según la ANDI (2019), solamente el 6% de las personas en cargos directivos son afrocolombianas, mientras que el

1% son indígenas.¹⁸ ¡Hay un gran reto como país en esto!



Te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las personas, pueblos y comunidades étnicas podamos **SER PARTE**:



EXCLUYENTE

“Este/a es mucho/a indio/a” o “negro/a tenía que ser”.



INCLUYENTE

Esta expresión discrimina y reduce a la otra persona por su color de piel.

Recuerda las recomendaciones para Ser Parte, haciendo clic [aquí](#)



Nota: No olvides tener en cuenta estas recomendaciones para formatos audiovisuales, sonoros e interactivos.

¡Azizare bunsichano!
(Buenos días ¿cómo amanecen?). Soy Juan, un joven emprendedor del pueblo Arhuaco.

En esta ocasión, seré la persona que te acompañará a reconocer la importancia de adoptar un enfoque étnico en las organizaciones.

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Juan!



¡Nuestras identidades étnicas son un ejemplo de resiliencia y cooperación!

**Aso
Ban
Caria**

Dis/capacidad

Recomendaciones para Ser Parte

¡Hola! Soy Sonia

Hago parte del colectivo de personas con discapacidad múltiple, que te acompañará en este caminar por el enfoque de la discapacidad. Estas recomendaciones las escribí mediante mi teclado, pero ten presente que algunas palabras podrían variar, ya que la forma como percibo el mundo es diferente a la tuya y ¡Eso es lo que nos hace personas diversas y, a su vez, maravillosas!

En Colombia, la Constitución Política nos dio el impulso para empezar a promover nuestros derechos. De hecho, ¿sabías que la palabra inclusión está muy relacionada a las personas con discapacidad? Y así es, además, hay muchas expresiones relacionadas con nuestras experiencias: capacidades diversas, capacidades excepcionales, diversidad funcional, entre otras, pero lo cierto es que nos reconocemos como Personas con Discapacidad, o PcD por sus siglas en español ¡Así quedó en la Convención Sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad!

La discapacidad a veces es entendida como una serie



de barreras que imposibilitan el acceso igualitario de las personas a diferentes servicios o estructuras. Yo pienso que, además de esas barreras, la discapacidad es una forma diferente de comprender el mundo y de aportar desde otras miradas más innovadoras, diversas e incluyentes. Por eso es importante que desde las empresas apliquen el concepto de diseño universal, es decir, procesos, espacios y estrategias en las que podamos participar todas las personas. Así pues, existen diferentes tipos de discapacidad:

- **Discapacidad física:** se relaciona con la disminución o ausencia de las capacidades físicas o motoras de una persona. Un ejemplo de esto es la pérdida o falta de movimiento, como en mi caso, de alguna extremidad.
- **Discapacidad intelectual o mental:** hace referencia a cualquier limitación cognitiva o intelectual que dificulte la participación social o laboral de una persona.
- **Discapacidad sensorial:** alude a la disminución o falta de alguno de los sentidos, como en mi caso, soy una persona parcialmente sorda.
- **Discapacidad psicosocial:** es cuando una persona tiene afectaciones emocionales que le imposibilitan o dificultan su

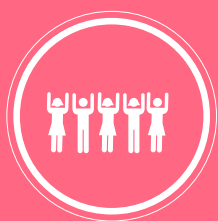


interacción con el mundo, por ejemplo, la ansiedad o la depresión. Algunas de estas afectaciones pueden ser momentáneas.

- **Discapacidad múltiple:** se presenta cuando hay dos o más tipos de discapacidad en una persona¹⁹ ¡Como yo!

¡Como ves, también hay diversidad al interior de la discapacidad!

Ahora, te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las personas con discapacidad (PcD) podamos SER PARTE:



La discapacidad es una forma diferente de comprender el mundo y de aportar desde otras miradas más innovadoras, diversas e incluyentes.

EXPRESIÓN EXCLUYENTE

¡INCLUYENTE!

Discapacitado/a.	Persona con discapacidad.
“Ella/él es especial” o “ella/él está enferma/o”.	La discapacidad no es una enfermedad.
Mocho/a, manco/a, cojo/a, inválido/a, postrado/a en silla de ruedas, inmóvil.	Persona con discapacidad física: usuario/a de silla de ruedas, persona con movilidad reducida, amputado/a, entre otras.
Enano, enana, bajito/a, chiquito/a, parece un niño/a, sufre de enanismo.	Persona de talla baja.
Mongólico/a, loco/a.	Persona con discapacidad intelectual: Síndrome de Down, autista, Alzheimer, entre otras.
Sordomudo/a, invidente, sin olfato, sin tacto, insensible, mudo/a.	Persona con discapacidad física: sorda (como yo), ciega, disminución del olfato, disminución del tacto, disminución del habla.
“A mí esto me deprime”.	Persona con discapacidad psicosocial: trastorno de ansiedad, depresión mayor, esquizofrenia, trastorno bipolar, TOC (trastorno obsesivo-compulsivo), estrés postraumático, trastorno de pánico, entre otras.

EXPRESIÓN EXCLUYENTE

“Está estresado/a, ansioso/a” o “Ella/él y sus emociones”.

No comprender las formas de comunicación con las personas con discapacidad.

¡INCLUYENTE!

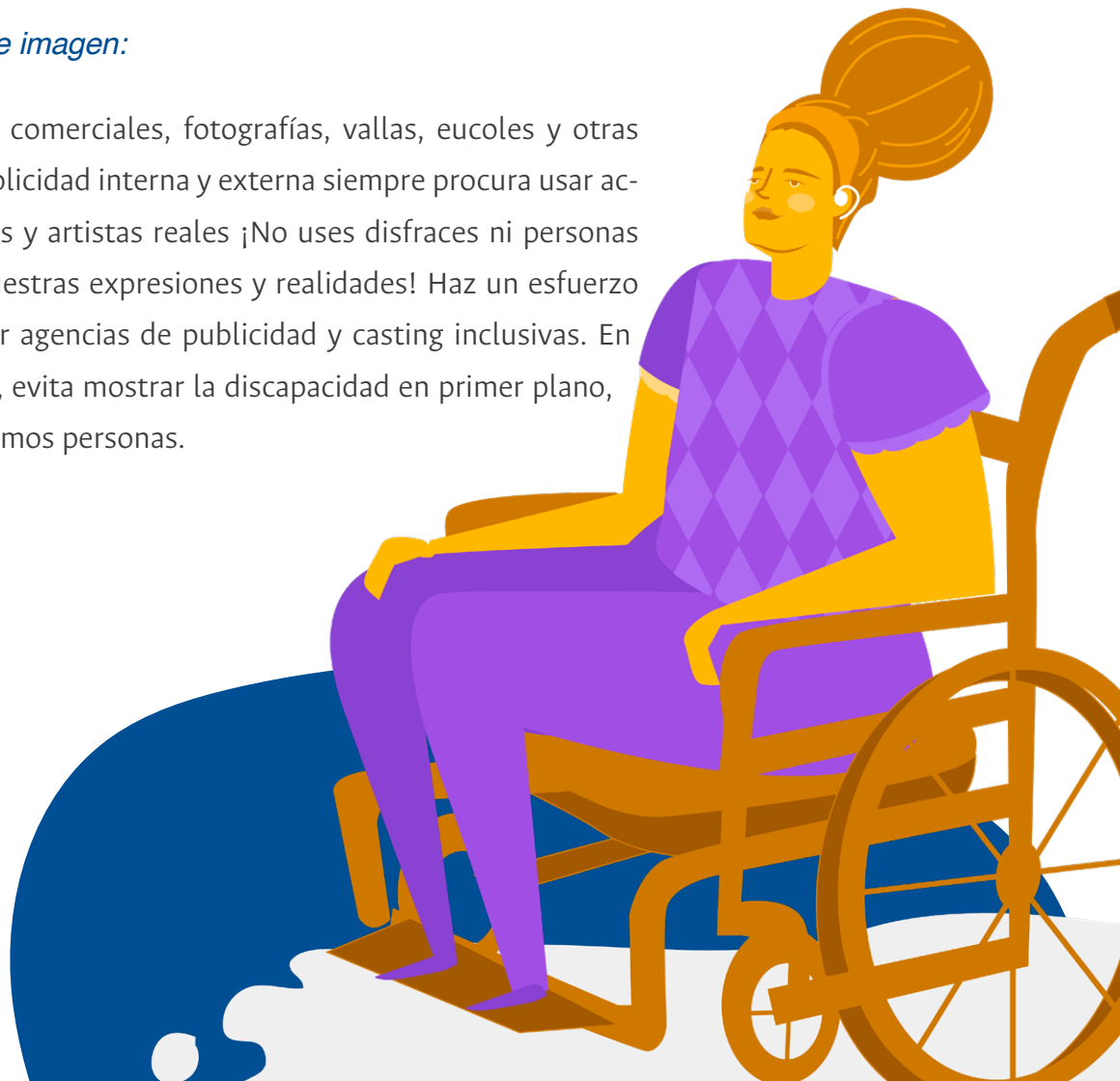
Tener cuidado con estas expresiones que se usan en discursos “coloquiales”, pues pueden afectar o excluir a una persona que sufra de depresión mayor.

Siempre tenga en cuenta: aprender o tener intérpretes de lengua de señas, hablar de manera pausada, usar elementos como lápices para escribir, poner subtítulos, realizar reuniones o adecuar espacios de acuerdo con el tipo de discapacidad.

RECOMENDACIONES SEGÚN FORMATOS:

Audiovisual e imagen:

- En videos, comerciales, fotografías, vallas, eucoles y otras piezas de publicidad interna y externa siempre procura usar actores, actrices y artistas reales ¡No uses disfraces ni personas que finjan nuestras expresiones y realidades! Haz un esfuerzo por encontrar agencias de publicidad y casting inclusivas. En nuestro caso, evita mostrar la discapacidad en primer plano, ante todo, somos personas.



- Recuerda que hay diferentes tipos de discapacidad, especifica a qué público te estás refiriendo.
- En comunicaciones internas o convocatorias dirigidas ten presente subtítulos o traducción en lengua de señas. En piezas impresas, procura usar braille también.



Sonoro:

- Recuerda que las personas sordas nos comunicamos de otras formas. Siempre incluye opción de texto plano en los productos sonoros que realices.
- No uses canciones clichés o que refuercen estereotipos, por ejemplo: “Los Siete Enanitos” ¡Si tienes dudas, pregunta a tus colegas del equipo de diversidad, equidad e inclusión de tu organización!
- Evitar usar sonidos fuertes o estremecedores que puedan afectar a las personas con discapacidad mental o psicosocial.



Material interactivo:

- Procura que las piezas publicitarias dejen ver la diversidad que hay entre las personas con discapacidad. Por ejemplo, diseña flyers y otras piezas que dejen ver que, además de personas en sillas de ruedas, ciegas o amputadas, también existimos personas sordas o con otros tipos de discapacidad, como la múltiple.
- Te recomiendo el uso de aplicaciones móviles para comunicarte con nosotros ¡Son de fácil uso y gratuitas!

Recuerda:
¡Ante cualquier duda,
puedes preguntarle
a personas como Sonia!





RESUMEN

Dis/capacidad

La discapacidad a veces es entendida como una serie de barreras que imposibilitan el acceso igualitario de las personas a diferentes servicios o estructuras. Así pues, existen diferentes tipos de discapacidad: física, intelectual o mental, sensorial, psicosocial y múltiple.

➔ Te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las personas con discapacidad podamos **SER PARTE**:

¡Hola! Soy Sonia
Hago parte del
colectivo de personas
con discapacidad múltiple,
que te acompañará
en este caminar por el
enfoque de la
discapacidad.

✘ **EXCLUYENTE**
Discapacitado/a.

✔ **INCLUYENTE**
Persona con discapacidad.

Recuerda las recomendaciones para Ser Parte, haciendo clic [aquí](#)



Nota: No olvides tener en cuenta estas recomendaciones para formatos audiovisuales, sonoros e interactivos.

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Sonia!





¿Sabías que, según el DANE, en Colombia somos aproximadamente

1.300.000

personas con discapacidad?²⁰

En Colombia, las personas con discapacidad que están en edad productiva y que reciben ingresos aproximados al mínimo legal vigente son solamente

cerca del 2%

lo cual plantea un reto para el país.

¡Recuerda que para las personas sordas, nuestra primera lengua es la lengua de señas!



¡Como ves, también hay diversidad al interior de la discapacidad!



Datos

sobre personas con
Discapacidad
(PcD):



**Aso
Ban
Caria**

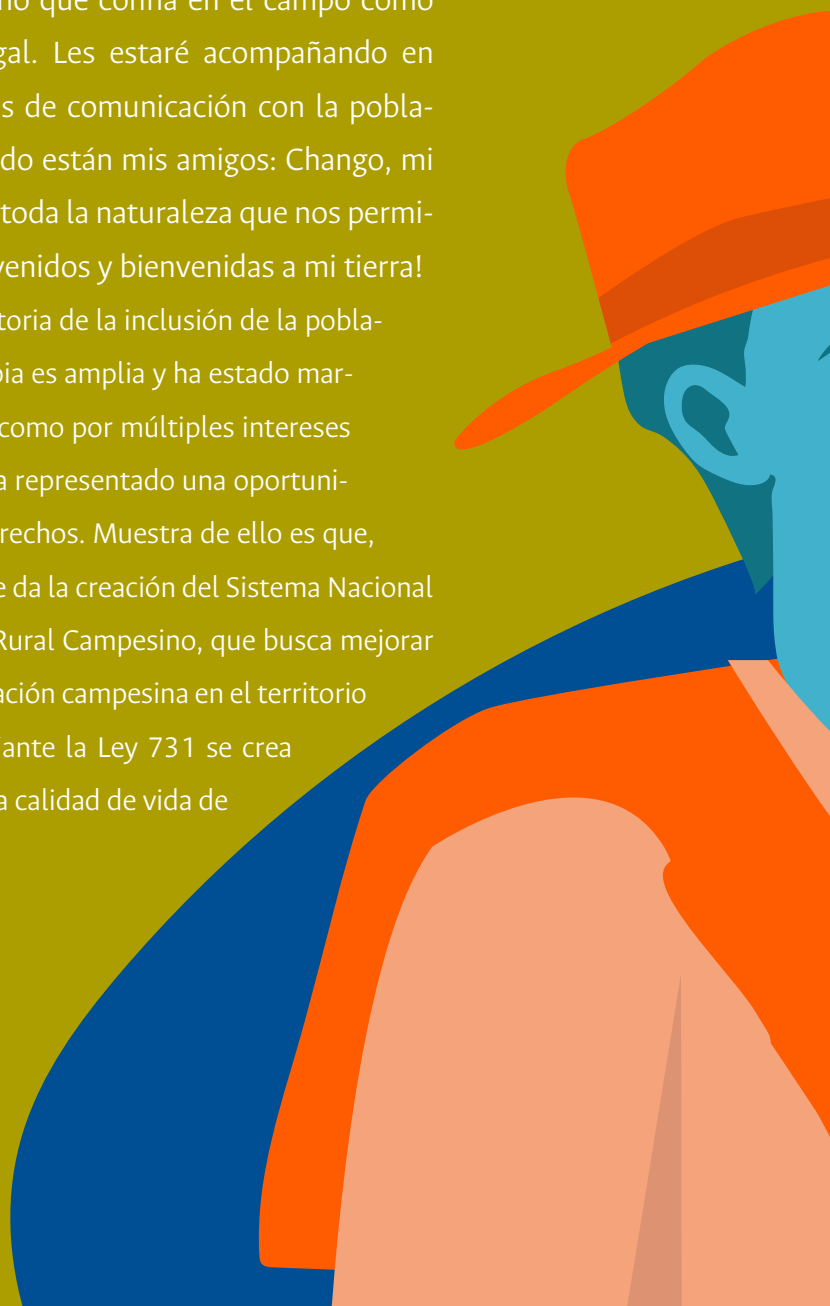
Rural/ campesino

Recomendaciones para Ser Parte

¿Y entonces? Me presento, soy Leonardo

Un joven campesino colombiano que confía en el campo como una alternativa económica legal. Les estaré acompañando en este espacio dedicado a formas de comunicación con la población rural y campesina. A mi lado están mis amigos: Chango, mi perro fiel; Blanquita, mi vaca; y toda la naturaleza que nos permite vivir y dar vida al país. ¡Bienvenidos y bienvenidas a mi tierra!

Mi abuela me contó que la historia de la inclusión de la población rural y campesina en Colombia es amplia y ha estado marcada por el conflicto armado, así como por múltiples intereses económicos. Sin embargo, esto ha representado una oportunidad para trabajar por nuestros derechos. Muestra de ello es que, en 1994, a través de la Ley 160, se da la creación del Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural Campesino, que busca mejorar las condiciones de vida de la población campesina en el territorio nacional. Además, en 2002 mediante la Ley 731 se crea una ley para favorecer y mejorar la calidad de vida de las mujeres rurales.



¡Seguramente ustedes ya habían escuchado de esto, pues el sector financiero es nuestro aliado para lograr ser más productivos y productivas!

Ahora, te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las personas rurales y campesinas podamos SER PARTE:

EXPRESIÓN EXCLUYENTE

Guerrillero/a, paramilitar.
Disidente, “de región”,
campeche, “animal”, gente po-
bre, entre otras.

“Allá en la Colombia profunda”.

“Es que por allá no
tienen internet”.

“A diferencia nuestra”.

“Analfabeta”.

¡INCLUYENTE!

Campeño, campesina,
población rural.

“En el campo”.

Hay que reconocer esta realidad y
buscar alternativas para acercar-
se a estas comunidades: afiches,
podcasts, radios rurales y comu-
nitarias y voz a voz son algunas de
las alternativas para generar estra-
tegias de comunicación empática.

Esta expresión pone de un lado
a la población rural, hay que
evitar marcar estas diferencias.

La población campesina tiene
formas y procesos diferentes,
debemos aprender a respetar y
buscar alternativas que garan-
ticen su participación.

RECOMENDACIONES SEGÚN FORMATOS:

Audiovisual e imagen:

- En videos, comerciales, fotografías, vallas, eucoles y otras piezas de publicidad interna y externa siempre procura usar actores, actrices y artistas reales ¡No uses disfraces ni personas que finjan nuestras expresiones y realidades! Haz un esfuerzo por encontrar agencias de publicidad y casting inclusivas. En nuestro caso, procura mostrar la diversidad del campo y sus actividades económicas.
- Ten en cuenta los sistemas de comunicación que consume la población rural para así lograr que llegue tu mensaje.



Sonoro:

- Ten en cuenta narrativas, tonos y lenguajes incluyentes con este grupo de personas ¡Usa frases que nos identifiquen, pero sin estereotipos!
- No uses canciones clichés o que refuercen estereotipos ¡Si tienes dudas, pregunta a tus colegas del equipo de diversidad, inclusión y equidad de tu organización!
- Potencia nuestras radios campesinas.



Material interactivo:

- En piezas interactivas ten en cuenta los aportes que el campo hace para el desarrollo económico del país ¡Haz esto visible!

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Leonardo!





RESUMEN

Rural/campesino

➤ Mi abuela me contó que la historia de la inclusión de la población rural y campesina en Colombia es amplia y ha estado marcada por el conflicto armado, así como por múltiples intereses económicos. Sin embargo, **esto ha representado una oportunidad para trabajar por nuestros derechos.**

¿Y entonces?
Me presento,
soy Leonardo
Un joven campesino
colombiano que confía
en el campo como
una alternativa
económica legal.

➤ Te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las personas rurales y campesinas podamos **SER PARTE:**



EXCLUYENTE

“Allá en la Colombia profunda”.



INCLUYENTE

“En el campo”.

Recuerda las recomendaciones para Ser Parte, haciendo [clic aquí](#)



Nota: No olvides tener en cuenta estas recomendaciones para formatos audiovisuales, sonoros e interactivos.





¿Sabías que, según la Dirección de Mujer Rural del Ministerio de Agricultura de Colombia,

5,1 millones

de mujeres viven en zonas rurales y el 81,8% de ellas son las encargadas de producir los alimentos que consumimos en nuestros hogares?²¹

El 62%

de la planta de docentes en las zonas rurales son mujeres²².

Solo 1 de cada 6

hogares rurales en Colombia tiene acceso a internet²³.



¡Seguramente ustedes ya habían escuchado de esto, pues el sector financiero es nuestro aliado para lograr ser más productivos y productivas!

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Leonardo!

**3
datos**

la población rural
y campesina
colombiana



**Aso
Ban
Carial**

Migración

Recomendaciones para Ser Parte

¡Hola! Soy Mariana

Periodista venezolana radicada en Colombia. Llegué a este país buscando oportunidades laborales y las encontré gracias a la integración binacional. Te estaré acompañando en esta sección que busca reconocer la importancia de la migración.

En Colombia, las personas venezolanas contamos con el Permiso por Protección Temporal (PPT)²⁴, el cual posibilita que podamos trabajar y tener seguridad social como cualquier otra persona de Colombia ¡Esto nos permite ejercer nuestro derecho al trabajo, aprender y aportar al país con nuestras ideas y conocimientos!

En Colombia, además de migrantes de Venezuela, también hay migraciones de otros países, entre ellos:



Ecuador, Perú, Panamá, Haití, Chile, República Dominicana, México, Bolivia, Guinea, España, Francia e Italia, entre otros, quienes han llegado por diferentes razones a tierras colombianas²⁵.

¡Todas las personas son un mundo de diversidad por conocer!

Ahora, te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las personas migrantes podamos SER PARTE:

EXPRESIÓN EXCLUYENTE

Veneco, veneca. Inmigrante

“Quienes le robaron, seguro eran de Venezuela”.
“Ese delito, seguro lo cometió uno o una de esos/as extranjeros/as”.

“Vienen a robarnos el trabajo”.

“Todo es culpa de los/las venezolanas/as”.

¡INCLUYENTE!

Población migrante de Venezuela (o del país donde haya nacido).

Este tipo de expresiones son xenofóbicas y apresuradas en la mayoría de los casos. Evitarlas para no generar estereotipos que finalizan con violencias.

“Seguramente, tendrán muchas experiencias y conocimientos para aportar”.

No todo es culpa de las personas migrantes de Venezuela. Es importante evitar estas expresiones en cualquier contexto.

Las migraciones han sido importantes para el desarrollo del país, muchas comunidades de Colombia provienen de migrantes.



RECOMENDACIONES SEGÚN FORMATOS:



Audiovisual e imagen:

- En videos, comerciales, fotografías, vallas, eucoles y otras piezas de publicidad interna y externa siempre procura usar actores, actrices y artistas reales ¡No uses disfraces ni personas que finjan nuestras expresiones y realidades! Haz un esfuerzo por encontrar agencias de publicidad y casting inclusivas.
- Recuerda que hay diferentes tipos de migraciones, no encasillar a un grupo solamente sino utilizar narrativas que puedan destacar sus diversidades.



Sonoro:

- Ten en cuenta los múltiples acentos de las personas migrantes, son diferentes y diversos. Usa voces naturales y no impuestas.
- No uses canciones clichés o que refuercen estereotipos ¡Si tienes dudas, pregunta a tus colegas del equipo de diversidad, inclusión y equidad de tu organización!

Recuerda usar mensajes y narrativas positivas que le hagan contraparte la xenofobia.

Material interactivo:

- En piezas interactivas procura invitar a una integración entre países, la cual, mediante imágenes e ilustraciones, reconozca los aportes que la migración le hace al país en términos de creatividad, otras formas de realizar las cosas e ideas productivas sostenibles.
- Usa referentes migrantes que estén aportando al desarrollo del país desde diferentes ámbitos: empresas, gobiernos, medios de comunicación, trabajo humanitario, academia y deportes, entre otros.

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Mariana!





RESUMEN Migración

3 datos sobre la migración



En Colombia, las personas venezolanas contamos con el Permiso por Protección Temporal (PPT), el cual posibilita que podamos trabajar y tener seguridad social por un periodo de 10 años ¡Esto nos permite ejercer nuestro derecho al trabajo, aprender y aportar al país con nuestras ideas y conocimientos!

¿Sabías que somos un poco más de

2 millones
de migrantes de Venezuela en Colombia?²⁶

Cerca del **21% de la población migrante venezolana** no tiene trabajo formal²⁷, pero tienen conocimientos amplios que podrían aportar a la economía colombiana.

El

62%
de la población migrante venezolana en Colombia está en edad productiva²⁸.



Te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las personas migrantes podamos **SER PARTE**:



EXCLUYENTE

Veneco, veneca. Inmigrante



INCLUYENTE

Población migrante de Venezuela (o del país donde haya nacido).

Recuerda las recomendaciones para Ser Parte, haciendo [clic aquí](#)



Nota: No olvides tener en cuenta estas recomendaciones para formatos audiovisuales, sonoros e interactivos.



¡Todas las personas son un mundo de diversidad por conocer!

Recuerda: ¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Mariana!

**Aso
Ban
Carial**

**¡Hola! Soy Mariana
Periodista venezolana
radicada en Colombia.
Llegué a este país buscando
oportunidades laborales
y las encontré gracias a la
integración binacional.**



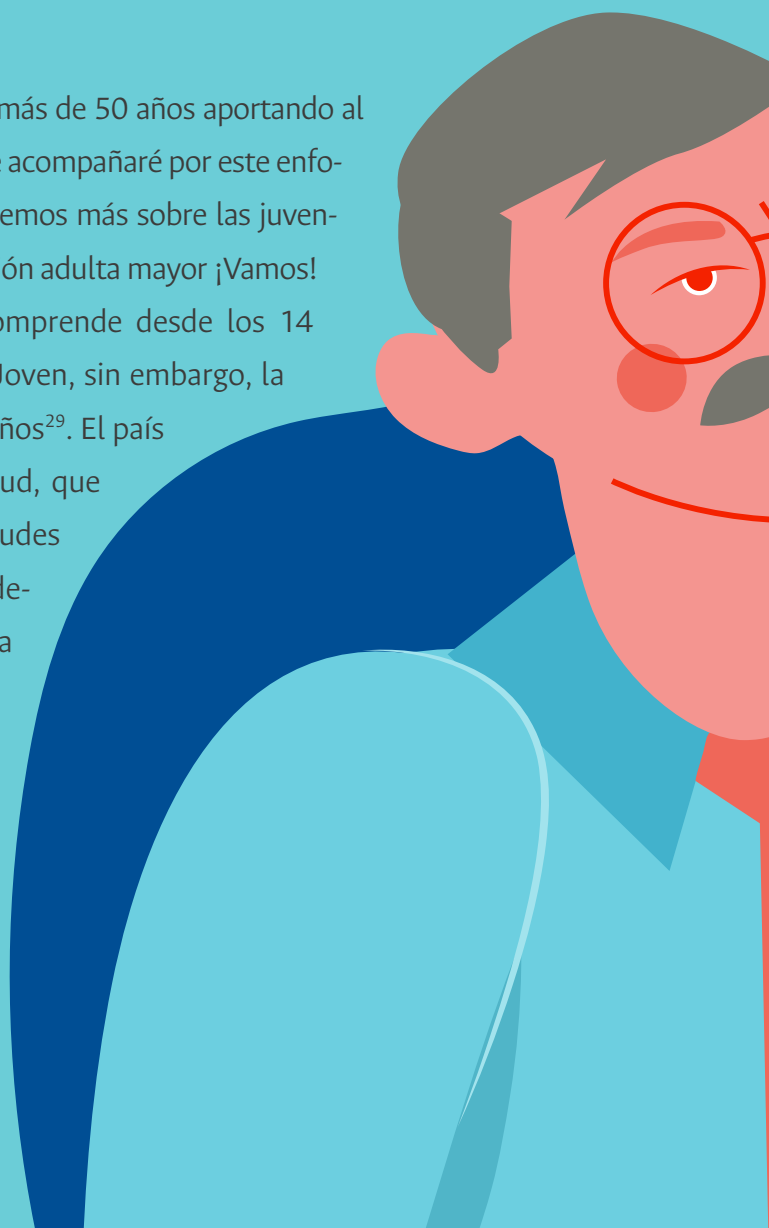
Generacional (grupos etarios)

Recomendaciones para Ser Parte

**¡Colegas! Tengan un buen día,
soy Francisco, muchas
personas me dicen
Don Francisco o “Pachito”.**

Soy contador, tengo 70 años y llevo más de 50 años aportando al desarrollo económico de este país. Te acompañaré por este enfoque generacional, en el cual conoceremos más sobre las juventudes en edad productiva y la población adulta mayor ¡Vamos!

En Colombia, la juventud se comprende desde los 14 hasta los 28 años según Colombia Joven, sin embargo, la edad para trabajar es desde los 18 años²⁹. El país cuenta con los Consejos de Juventud, que son mecanismos para que las juventudes participen y hagan vigilancia de sus derechos, entre ellos, los laborales. A la fecha hay 12.875 representantes de los Consejos de Juventud por todo el país³⁰ ¡Buena por esa, jóvenes! Por otro lado, la población adulta mayor, tanto hombres como mujeres, contamos con una estrate-



gia del Ministerio del Trabajo que busca apoyar la contratación de aquellos y aquellas que aún no han logrado pensionarse³¹. Es decir, las juventudes y las personas mayores somos un buen complemento para las empresas, pues en conjunto, podemos aportar con innovación, creatividad, experiencia y conocimientos.

Ahora, te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que las juventudes y las personas adultas mayores podamos SER PARTE:

EXPRESIÓN EXCLUYENTE

Viejito/a, anciano/a, dinosaurio/a, cucho/a.
De la tercera edad.

“Ese/a señora/a es muy lento/a”.
“Le cuesta la tecnología”
o “se demora mucho para aprender”.

Pelado/a, inexperto/a, culicagado/a, jovencito/a.

“Usted no sabe nada”,
“mire y aprenda”, “hábleme cuando tenga mi edad o mis años de experiencia”.

¡INCLUYENTE!

Lleamarle por su nombre o adulto, adulta mayor.

Estas frases hay que evitarlas en el lugar de trabajo y en las comunicaciones interpersonales. Todas las personas tenemos procesos de aprendizaje distintos, además, podemos aportar desde otros frentes. Es preferible usar expresiones como: “¿Te parece si revisamos donde estuvo el problema y lo solucionamos en conjunto?”, “Recuerda que siempre estaré aquí para que repasemos las diversas formas de hacer esto”, “Gracias a tu experiencia, seguro vamos a sacar adelante esto”.

Lleamarle por su nombre o población joven, juventudes.

Es mejor hacer una pedagogía empática mediante frases como: “Vamos a revisar cómo podemos trabajar en conjunto y lograr las metas de esto”, “Gracias por tus aportes”, “¿Te parece si lo construimos conjuntamente?”.

RECOMENDACIONES SEGÚN FORMATOS:

Audiovisual e imagen:

- En videos, comerciales, fotografías, vallas, eucoles y otras piezas de publicidad interna y externa siempre procura usar actores, actrices y artistas reales ¡No uses disfraces ni personas que finjan nuestras expresiones y realidades! Haz un esfuerzo por encontrar agencias de publicidad y casting inclusivas, tanto para las juventudes como para la población adulta mayor.
- Recuerda que, tanto las juventudes como las personas adultas mayores, son diversas. Intenta dejar ver esas diversidades por identidad de género, orientación sexual, pertenencia étnica, discapacidad, migración, entre otras.
- Evita crear o usar imágenes de personas adultas mayores en situaciones de precarización o enfermedad, así como de juventudes en estados improductivos. ¡Lo importante es siempre resaltar nuestros aportes!



Sonoro:

- Ten en cuenta la diversidad de tonos. Recuerda que las juventudes se comunican de una forma fresca y tranquila ¡Nosotros y nosotras, a nuestra edad, lo hacemos de una forma más pausada y con argumentos!
- No uses canciones clichés o que refuercen estereotipos ¡Si tienes dudas, pregunta a tus colegas del equipo de diversidad, inclusión y equidad de tu organización!



Material interactivo:

- En piezas interactivas procura hacer visible tanto a las juventudes como a la población adulta mayor por igual. También, ten en cuenta que para piezas interactivas quizás necesites utilizar estrategias pedagógicas para que nos podamos apropiar de esas tecnologías.

Recuerda:
**¡Ante cualquier duda,
puedes preguntarle
a personas
como Pachito!**





RESUMEN

Generacional
(grupos etarios)

¡Las juventudes y las personas mayores somos un buen complemento para las empresas, pues en conjunto, podemos aportar con innovación, creatividad, experiencia y conocimientos!

➔ Te invito a que reconozcamos formas de comunicarnos para que jóvenes y adultos mayores podamos **SER PARTE**:



EXCLUYENTE

Viejito/a, anciano/a, dinosaurio/a, cucho/a.
De la tercera edad.



INCLUYENTE

Lllamarle por su nombre o adulto, adulta mayor.

Recuerda las recomendaciones para Ser Parte, [haciendo clic aquí](#)



Nota: No olvides tener en cuenta estas recomendaciones para formatos audiovisuales, sonoros e interactivos.

¡Colegas!
Tengan un buen día, soy Francisco, muchas personas me dicen Don Francisco o “Pachito”.

Soy contador, tengo 70 años y llevo más de 50 años aportando al desarrollo económico de este país.



Recuerda:
¡Ante cualquier duda, puedes preguntarle a personas como Pachito!



¿Sabías que solamente el

0,5%
de las personas mayores de 50 años

logran conseguir trabajo en Colombia?

Según el DANE (2022), el

21,5%

de los y las jóvenes en edad para trabajar se encuentran en situación de desempleo³².

Entre las ventajas de trabajar con adultos y adultas mayores está: su experiencia permite potencializar habilidades en los equipos, tienen una ética incomparable y aportan fácilmente en la solución de problemas y alternativas en momentos de crisis³³.

¿Sabías que solamente el

0,5 %

de las personas mayores de 50 años logran conseguir trabajo en Colombia?³⁴

En Colombia, **la juventud se comprende desde los 14 hasta los 28 años** según Colombia Joven, sin embargo, la edad para trabajar es desde los 18 años. Por otro lado, **la población adulta mayor, tanto hombres como mujeres, contamos con una estrategia del Ministerio del Trabajo que busca apoyar la contratación de aquellos y aquellas que aún no han logrado pensionarse.** Las personas adultas mayores a mujeres y hombres tenemos edades de 60 años o más. En Colombia, también son personas mayores las de más de 50 años, por razones de discapacidad o por ser integrantes de pueblos indígenas, según la Política Colombiana de Envejecimiento Humano y Vejez³⁵.



3
datos
sobre grupos
etarios



**Aso
Ban
Carial**

Conflicto armado

Recomendaciones para Ser Parte

¡Hola, compañeros y compañeras! Mi nombre es Margarita

Soy una paloma que ha venido a mostrarles otros rumbos para nuestro país. El conflicto armado colombiano ha dejado muchas heridas, tanto en seres humanos como en animales y el medio ambiente, pero si trabajamos en conjunto, será posible lograr una inclusión diversa que tenga en cuenta las realidades de quienes han vivido el conflicto: **responsables y víctimas**. La Ley 1448³⁶ de 2011 nos dice que las **víctimas** son: “aquellas personas que individual o colectivamente hayan sufrido un daño por *hechos ocurridos* a partir del 1o de enero de 1985, como consecuencia de infracciones al Derecho Internacional Humanitario o de violaciones graves y manifiestas a las normas internacionales de Derechos Humanos, ocurridas con ocasión del conflicto armado interno”. Estas personas tienen derecho a la verdad y la reparación.



De igual forma, se consideran **responsables** a todas las personas que hayan cometido algún acto violento que haya violado los derechos humanos de cualquier persona, sin importar su identidad de género, orientación sexual, lugar de procedencia, discapacidad, ubicación, edad, pertenencia étnica u otra diversidad que haga parte de su construcción identitaria. **¡Buscar escenarios de reconciliación y reparación es una meta que tenemos como país y las empresas pueden aportar para esto!**

¡Tenemos un reto como país para una inclusión diversa que no sea indiferente a estas realidades!

Ahora, te invito a que la comunicación sea parte de este nuevo camino que estamos construyendo en conjunto por la paz:

EXPRESIÓN EXCLUYENTE

Pobrecito/a, sufrido/a.
Violentado/a.

Evitar insultos verbales, tratos despectivos desde la comunicación verbal y no verbal.

Tener en cuenta las formas de comunicación con mujeres, hombres y personas LGBTQ+ que han sido víctima de delitos sexuales.

“Perdió todo”, “Qué pesar”.

¡INCLUYENTE!

Sobreviviente del conflicto armado, víctima.

Reconozca que estas personas han sufrido diferentes tipos de violencias, para un nuevo camino hacia la paz, es clave tu empatía.

Recuerda que todas las personas merecen una segunda oportunidad.

Estas personas son ejemplo de supervivencia, merecen nuestro respeto y que generemos oportunidades de inclusión económica que les permitan ser parte.

RECOMENDACIONES SEGÚN FORMATOS:

Audiovisual e imagen:

- En videos, comerciales, fotografías, vallas, eucoles y otras piezas de publicidad interna y externa siempre procura usar actores, actrices y artistas reales ¡No uses disfraces ni personas que finjan nuestras expresiones y realidades! Haz un esfuerzo por encontrar agencias de publicidad y casting inclusivas.
- Evita escenas y narrativas que hagan acción con daño. Recuerda que las víctimas son diversas. Intenta dejar ver esas diversidades por identidad de género, orientación sexual, pertenencia étnica, discapacidad, migración, edad, entre otras.



Sonoro:

- Ten en cuenta la diversidad de tonos y acentos que existen en Colombia. Estas representaciones diversas le apuestan a la inclusión.
- No uses canciones clichés o que refuercen estereotipos ¡Si tienes dudas, pregunta a tus colegas del equipo de diversidad, inclusión y equidad de tu organización!



Material interactivo:

- En piezas interactivas procura dar contexto mediante datos, cifras y realidades que proporcionen los mecanismos de justicia y verdad.

Recuerda:
**¡Ante cualquier
duda, puedes
preguntarle a
Margarita!**





RESUMEN

Conflicto
armado

El conflicto armado colombiano ha dejado muchas heridas, tanto en seres humanos como en animales y el medio ambiente, pero si trabajamos en conjunto, será posible lograr una inclusión diversa que tenga en cuenta las realidades de quienes han vivido el conflicto: responsables y víctimas.

3 datos

sobre responsables
y víctimas:



El conflicto armado ha dejado

8,405,614 víctimas.

¿Sabías que las personas responsables del conflicto armado son: **los grupos armados ilegales, entre ellos las FARC, las AUC y el ELN, entre otras disidencias, así como el Estado?**

Existen en Colombia

7,457,949

personas desplazadas a causa de la violencia³⁷.

➔ **¡Tenemos un reto como país para una inclusión diversa que no sea indiferente a estas realidades!**



¡Hola, compañeros y
compañeras! Mi nombre
es Margarita
Soy una paloma que ha
venido a mostrarles otros
rumbos para nuestro país.

Recuerda:
¡Ante
cualquier
duda,
puedes
preguntarle
a Margarita!

➔ Ahora, te invito a que la comunicación sea parte de este nuevo camino que estamos construyendo en conjunto por la paz:

✘ **INCLUYENTE**
Pobrecito/a, sufrido/a. Violentado/a.

✔ **INCLUYENTE**
Sobreviviente del conflicto armado, víctima.

Recuerda las recomendaciones
para Ser Parte, haciendo clic aquí




Nota: No olvides tener en cuenta estas recomendaciones para formatos audiovisuales, sonoros e interactivos.

Nuestra apuesta



Como sector financiero, Asobancaria reconoce la importancia de fortalecer el nuevo escenario de diálogo social que está viviendo el país y las necesidades de grupos poblacionales diferenciales, facilitando la convergencia de esfuerzos entre el Estado y las entidades financieras en beneficio de dichas poblaciones. Por esto, esta **Guía para Ser Parte** es sólo el primer paso para fomentar escenarios de DEI y Asobancaria se compromete a:

- Seguir identificando las necesidades financieras de grupos poblacionales diferenciales y explorar soluciones financieras que respondan a sus necesidades.
- Definir políticas, estrategias y acciones de DEI para fortalecer la cultura interna de las entidades financieras, sus proveedores y aliados estratégicos.
- Comunicar y documentar los resultados y buenas prácticas, de tal manera que se potencien escenarios de DEI al interior de las entidades financieras.



**Así, Asobancaria y sus entidades
agremiadas reiteran el compromiso
como sector con el desarrollo
sostenible e inclusivo de Colombia y
de todas las personas que la habitan
e invita a más sectores a sumarse
en esta transformación cultural que
promoverá la diversidad, equidad e
inclusión en el país.**

Referencias



- 1 Portafolio. (17 de febrero de 2022). Mujeres en Colombia ganan hasta un 36% menos que los hombres. Portafolio. Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/empleo/mujeres-en-colombia-ganan-hasta-un-36-menos-que-los-hombres-561847>
- 2 Portafolio. (16 de febrero de 2022). La rentabilidad sube con más mujeres en cargos directivos. Portafolio. Recuperado de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/la-rentabilidad-sube-con-mas-mujeres-en-cargos-directivos-561841>
- 3 Fundación ANDI, Fundación Corona, ACIDI/VOCA & USAID. (2021). Informe INEI - Empleo Inclusivo 2021. ACIDI/VOCA. Recuperado de <https://www.acdivoca.org.co/informe-inei-2021/>
- 4 Organización de Mujeres. (19 de mayo de 2021). Igualdad, mujeres y videollamada. Organización de Mujeres. Recuperado de <https://organizacionde-mujeres.org/igualdad-mujeres-y-videollamada/>
- 5 Profamilia. (s.f.). Diversidad sexual: atención sin discriminación. Profamilia. Recuperado de <https://profamilia.org.co/aprende/diversidad-sexual/>
- 6 Fundación Grupo de Acción y Apoyo a Personas Trans GAAT. (2021). 5 Derechos en clave trans. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/1cguPsPAP1iNbnzWKXkPu5bxL2L0jCwwU/view>
- 7 Profamilia. (s.f.). Diversidad sexual: atención sin discriminación. Profamilia. Recuperado de <https://profamilia.org.co/aprende/diversidad-sexual/>
- 8 Forbes. (24 de junio de 2021). Solo 4 de cada 100 personas trans en el país tienen un contrato laboral: Cámara de Comerciantes LGBT. Forbes. Recuperado de <https://forbes.co/2021/06/24/capital-humano/solo-4-de-cada-100-personas-trans-en-el-pais-tienen-un-contrato-laboral-camara-de-comerciantes-lgbt/>
- 9 DANE. (Junio - Junio 2022): Mercado laboral de la población LGBT. DANE. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/mercado-laboral-de-la-poblacion-lgbt>
- 10 Unidad para las Víctimas. (s.f.). Comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras. Unidad de Víctimas. Recuperado de <https://www.unidadvictimas.gov.co/es/comunidades-negras-afrocolombianas-raizales-y-palenqueras/277>
- 11 Íbid.
- 12 Íbid.

- 13 Íbid
- 14 Upme. (s.f.). Legislación sobre derechos y comunidades indígenas. Upme. Recuperado de http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/areas/minorias/contenid/minoria3.htm#:~:text=En%20concordancia%20con%20la%20Constituci%C3%B3n,ambiente%20de%20los%20pueblos%20ind%C3%ADgenas.
- 15 Presidencia de la República de Colombia. (6 de agosto de 2010). Marco normativo para la protección integral de los derechos del grupo étnico Rom o Gitano. [Decreto 2957 de 2010]. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=40124>
- 16 McKinsey. (2020). Diversity Matters: América Latina. McKinsey. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/br/our-insights/diversity-matters-america-latina>
- 17 El Orejiverde. (23 de septiembre de 2021). Ana Dalila Gómez Baos una de las 100 mujeres gitanas más influyentes de todos los tiempos. El Orejiverde. Recuperado de <http://www.elorejiverde.com/el-don-de-la-palabra/6191-ana-dalila-gomez-baos-una-de-las-100-mujeres-gitanas-mas-influyentes-de-todos-los-tiempos>
- 18 Fundación ANDI, USAID & ACDI/VOCA. (2019). La Inclusión de Minorías Étnicas: una ventaja competitiva para las empresas en Colombia. Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI. Colombia.
- 19 López, M. (21 de septiembre de 2021). ¿Cuáles son los tipos de discapacidad que existen? ConTRABAJO. Recuperado de <https://www.fundacioncontrabajo.cl/blog/cultura-inclusiva/tipos-discapacidad/>
- 20 DANE. (2022). Discapacidad. DANE. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/discapacidad>
- 21 Semana Rural. (23 de mayo de 2020). ¿Cuál es la situación de las mujeres rurales en Colombia? Semana Rural. Recuperado de <https://semanarural.com/web/articulo/la-situacion-de-las-mujeres-rurales-en-colombia/1460>
- 22 El Tiempo. (4 de junio de 2019). 1.579 maestros fueron víctimas del conflicto en los últimos 60 años. El Tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/cifras-sobre-educacion-rural-en-colombia-370890>
- 23 Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (25 de abril de 2020). El nuevo plan del Gobierno para conectar a las zonas rurales. MinTIC. Recuperado de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/MinTIC-en-los-medios/135808:El-nuevo-plan-del-Gobierno-para-conectar-a-las-zonas-rurales#:~:text=En%20Colombia%20hay%2011%20millones%20de%20personas%20que,cuenta%20con%20la%20posibilidad%20de%20usar%20el%20servicio>.
- 24 Permiso por Protección Temporal – PPT, Pasaportes Venezolanos que se encuentren vencidos o próximos a vencerse (vigencia: 10 años), el Permiso Especial de Permanencia – PEP y el Permiso Especial de Permanencia para el Fomento de la Formalización – PEPFF (vigencia 28 de febrero de 2023). Ver más en <https://www.juntossepuede.co/que-documentos-necesitan-los-venezolanos-para-trabajar-en-colombia/#:~:text=Permiso%20por%20Protecci%C3%B3n%20Temporal%20%28PPT%29%20permite%20a%20los,que%20>

- no%20son%20v%C3%A1lidos%20para%20trabajar%20en%20Colombia
- 25 Expansión/Datosmacro.com. (2019). Aumenta el número de migrantes colombianos. Datosmacro.com. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/emigracion/colombia#:~:text=La%20emigraci%C3%B3n%20de%20Colombia%20se%20ha%20dirigido%20especialmente,colombianos%20ha%20aumentado%20en%20132.802%20personas%2C%20un%204%2C85%25>.
- 26 El Venezolano Colombia. (26 de junio de 2022). Venezolanos: lo que no nos dice Migración Colombia. El Venezolano Colombia. Recuperado de <https://elvenezolanocolombia.com/2022/07/venezolanos-lo-que-no-nos-dice-migracion-colombia/#:~:text=Seg%C3%BAn%20los%20datos%20compartidos%20por%20Migraci%C3%B3n%20Colombia%2C%20de,est%C3%A1n%20en%20plena%20etapa%20productiva%20y%20de%20trabajo>.
- 27 íbid.
- 28 íbid.
- 29 Colombia Joven. (s.f.). Estatuto de Ciudadanía Juvenil. Colombia Joven. Recuperado de <https://colombiajoven.gov.co/participa>
- 30 Colombia Joven. (s.f.). ¿Qué son los Consejos de Juventud? Colombia Joven. Recuperado de <https://colombiajoven.gov.co/Elecciones/consejosdejuventud#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20los%20Consejos%20de%20Juventud%3F%20Son%20mecanismos,Locales%2C%20Municipales%2C%20Distritales%2C%20Departamentales%20y%20Nacional%20de%20Juventud>.
- 31 Semana. (28 de marzo de 2022). Entre más edad, menores las posibilidades de conseguir empleo. Este es el panorama para los adultos mayores. Semana. Recuperado de <https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/entre-mas-edad-menores-las-posibilidades-de-conseguir-empleo-este-es-el-panorama-para-los-adultos-mayores/202200/>
- 32 DANE. (2022). Mercado laboral de la Juventud. DANE. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/>
- 33 Psicología y Empresa. (s.f.). Ventajas de contratar a trabajadores de edad. Psicología y Empresa. Recuperado de <https://psicologiayempresa.com/ventajas-de-contratar-a-trabajadores-de-edad.html#:~:text=Las%20ventajas%20de%20contratar%20a%20trabajadores%20de%20mayor,Habilidades%20sobre%20la%20base%20de%20la%20experiencia%20pasada>
- 34 Portafolio. (6 de julio de 2021). ¿Es mayor de 50 años y está buscando empleo? Siga estos consejos. <https://www.portafolio.co/economia/empleo/consejos-para-que-mayores-de-50-anos-puedan-conseguir-trabajo-en-colombia-553690>
- 35 Ministerio de Salud y Protección Social. (2 de mayo de 2022). Política Pública Nacional de Envejecimiento y Vejez 2022 - 2031. [Decreto 681 de 2022]. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Normatividad/Revisita%20OAJ/tercera%20edici%C3%B3n/DECRETO%20681%20DEL%202%20DE%20MAYO%20DE%202022.pdf>
- 36 [Ley 1448 de 2011]. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1448_2011.html
- 37 El Colombiano. (Primero de febrero de 2019). ¿Qué pasará con la Ley de Víctimas? El Colombiano. Recuperado de <https://www.elcolombiano.com/especiales/victimas-del-conflicto-armado/cifras>

**Aso
Ban
Carial**

Aso Ban Caria

www.asobancaria.com



@asobancaria



@asobancaria



@asobancariaco