



HUMAN
RIGHTS
CAMPAIGN
FOUNDATION



¿CÓMO HABLAR CON LOS PRINCIPALES LÍDERES DE SU EMPRESA SOBRE LA INCLUSIÓN LGBT?

Un Toolkit para Aliados y Empleados

Introducción

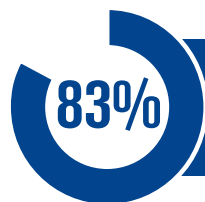
Comenzar una conversación sobre la inclusión LGBT puede ser intimidante si usted es el único empleado o colaborador LGBT y/o el pionero en impulsar estos temas dentro de la organización. Esta guía propone explorar los pasos para iniciar la conversación sobre el caso de negocio para la inclusión LGBT y, en última instancia, crear incentivos para que los líderes empresariales inviertan en estos esfuerzos. Primero, es importante señalar con claridad que la inclusión LGBT es una ventaja comercial. Las siguientes secciones describen un enfoque que comprende desde la imagen global del entorno empresarial actual hasta el individuo: Sea aliado o colaborador, ¿cómo plantea los temas de inclusión LGBT?

Es importante establecer su credibilidad con respecto a la inclusión LGBT como un imperativo comercial, que es más grande que los intereses individuales de cualquier empleado, y es una gran fuerza global de cambio que las empresas de todo el mundo están adoptando para ser más competitivas e innovadoras. El siguiente cuadro muestra algunas referencias rápidas sobre cómo explicar esta iniciativa a los principales líderes y obtener su apoyo.

La inclusión LGBT: El caso de negocio en cuatro niveles

1. Global

Cada vez más, las empresas de todo el mundo están adoptando la inclusión LGBT en sus políticas y prácticas. Por ejemplo, algunas de las empresas globales más exitosas y reconocidas, como Coca-Cola, IBM, Accenture y Procter & Gamble, han invertido en estas políticas. Hoy en día, la mayoría de las compañías de Fortune 500 tienen políticas de no discriminación para sus empleados basadas en la orientación sexual e identidad de género. Muchas de estas también cuentan con grupos de afinidad LGBT (y aliados) y apoyan públicamente—a través de marketing o acciones directas—a la comunidad.



La mayoría de las compañías de Fortune 500 tienen políticas de no discriminación para sus empleados basadas en la orientación sexual e identidad de género

Hoy en día, hay índices que evalúan la inclusión LGBT en países como Japón, Australia, México y ahora Chile. Las empresas quieren seguir siendo competitivas entre sí y demostrar públicamente sus grados de igualdad LGBT. Como socio de cientos de grandes multinacionales y organizaciones independientes que trabajan con empresas, HRC ha encontrado los siguientes componentes universales del caso de negocio para la inclusión LGBT.



HUMAN
RIGHTS
CAMPAIGN
FOUNDATION



¿Cómo hablar con los principales líderes de su empresa sobre la inclusión LGBT? *Un Toolkit para Aliados y Empleados*

El caso de negocio: Inclusión LGBT

- ✓ Representa una ventaja competitiva, nos mantiene adelante de la competencia.
- ✓ Fomenta un mejor reclutamiento y retención del talento, eliminando barreras a la inversión.
- ✓ Elimina inconsistencias en la operación, clientes y proveedores.
- ✓ Refuerza la reputación corporativa como líder de justicia y equidad.
- ✓ El segmento de mercado LGBT que cree en el comercio y mercado justo busca gastar su dinero en compañías que se alinean con sus valores.

Además, la inclusión LGBT en contextos económicos, políticos y comerciales se está volviendo más generalizada. Por ejemplo, el Foro Económico Mundial, el Banco Mundial, las Naciones Unidas y otras importantes organizaciones multilaterales globales han agregado la inclusión LGBT a sus programas oficiales en los últimos cinco años. Con más y más países adoptando leyes para proteger y garantizar la igualdad para la comunidad LGBT, la respuesta económica y empresarial ha sido favorable para establecer la inclusión LGBT como algo necesario para el crecimiento.

1. Local

Las compañías en Chile han visto cómo una fuerza laboral más diversa comienza a impactar en las organizaciones; tanto para promover la inclusión de personas LGBT (lesbianas, gays, bisexuales y trans), e incluir categorías de género, discapacidad, migrantes, entre otras. Las empresas chilenas o con filiales en el país han visto un gran avance en las relaciones personales de sus trabajadores y colaboradores en los últimos años, tras la aprobación de la Ley Antidiscriminación (2012) y la entrada en vigencia de la unión civil entre personas del mismo sexo en Chile (2015). Estos pasos, entre otros, han sido importantes catalizadores para abordar temas de aceptación de personas con orientación sexual e identidad de género diferentes a las tradicionales en el mundo corporativo; reafirmar el concepto de respeto y, sobre todo, la equidad de derechos humanos y laborales.



A esto se suma la cercanía geográfica y comercial con Estados Unidos, que ha impulsado a que muchas empresas que operan en Chile estén a favor de la inclusión laboral de personas LGBT, transmitiendo sus buenas prácticas a sus clientes y oficinas en sus filiales chilenas.

A esta mezcla de factores se puede agregar la situación internacional y local, momento en que se han ido incluyendo leyes o proyectos de ley que combaten la discriminación y que, en muchos casos, dan visibilidad y reconocimiento a las identidades trans. Por ejemplo, el proyecto de ley de identidad de género que está próximo a convertirse en ley en Chile, permitirá a personas trans adecuar sus documentos de identidad (cédula) acorde a su sexo vivencial.

Los cambios que han ocurrido en los últimos años han instado a que las empresas reaccionen ágilmente para garantizar el cumplimiento de las leyes y de expectativas de sus colaboradores y clientes. Sin embargo, en Chile el 68% de los trabajadores LGBT esconde su orientación sexual o identidad de género por temor a ser despedidos o ser víctimas de bullying en su lugar de trabajo.



HUMAN
RIGHTS
CAMPAIGN
FOUNDATION



¿Cómo hablar con los principales líderes de su empresa sobre la inclusión LGBT? *Un Toolkit para Aliados y Empleados*

Otros Ejemplos en Latinoamérica

Desde septiembre de 2016, HRC Equidad MX –una asociación entre Human Rights Campaign y los líderes de la sociedad civil en México– ha estado trabajando con empresas mexicanas para promover la importancia de la diversidad e inclusión LGBT en los centros laborales del país. El programa ha desarrollado modelos de consultoría y capacitación para empresas y organizaciones mexicanas interesadas en promover sus esfuerzos de inclusión. PEMEX, la empresa más grande de México, se convirtió en una de las primeras en ser reconocida como uno de los “Mejores Lugares para Trabajar LGBT”. HRC Equidad MX reconoció a otras 31 compañías que recibieron dicho nombramiento:



Accenture México (Accenture), American Express Company (México), S.A. de C.V. (American Express), AT&T, México (AT&T), Cinépolis de México (Cinépolis), Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. (Citibanamex), CompuCom México (Compucom), Dow Química Mexicana, S.A. de C.V. (DOW), Edelman México, S.A de C.V. (Edelman), EY (EY), Ford Motor Company (Ford), GE México, S.A. de C.V. (General Electric), Google México (Google), Herman Miller México, S.A. de C.V. (Herman Miller), IBM de México (IBM), J P Morgan Grupo Financiero, S.A. de C.V (J.P. Morgan), Kellogg Company (Kellogg), Lubrizol Servicios Técnicos, S de R.L. de C.V. (Lubrizol), Mastercard México (Mastercard), Nielsen México (Nielsen), PayPal México (PayPal), PepsiCo México – PepsiCo Internacional México, S. de R.L. de C.V. (Pepsico), Pfizer de México (Pfizer), P&G México (Procter & Gamble), SAP México, S.A. de C.V. (SAP), Scotiabank Inverlat, S.A. (Scotiabank), SODEXO México (Sodexo), TE Connectivity México (TE Connectivity), The Boston Consulting Group (The Boston Consulting Group), UBER México Technology & Software (Uber), Unilever de México (Unilever) y Walmart de México y Centroamérica (Walmart)

Estas empresas obtuvieron esta designación al implementar:

- Políticas de no discriminación;
- Grupos de afinidad para trabajadores o consejos de diversidad e inclusión;
- Participación en actividades públicas para apoyar la inclusión LGBT.



Además, en todo Latinoamérica, grupos LGBT y aliados se están sumando a la red Pride Connection para promover la igualdad en el sector privado y compartir las mejores prácticas en la inclusión LGBT. En este momento hay sedes de Pride Connection en México, Panamá, Colombia, Chile, Perú y Argentina. En 2018, Pride Connection Colombia organizó una gran cumbre más de 120 líderes empresariales de más de 20 compañías. Las otras sedes son más nuevas y están creciendo rápidamente en tamaño e impacto.

2. Organización/Compañía

Cada empresa tiene declaraciones de propósitos o valores. Es esencial que el caso de negocios para la inclusión LGBT se ajuste a estos valores y ayude a lograr los objetivos comerciales. Por ejemplo, si una tienda departamental tiene la misión de “servir a cada cliente con la mejor experiencia de compra





HUMAN
RIGHTS
CAMPAIGN
FOUNDATION



¿Cómo hablar con los principales líderes de su empresa sobre la inclusión LGBT? *Un Toolkit para Aliados y Empleados*

posible”, los esfuerzos para aumentar la inclusión LGBT encajan naturalmente, ya que la empresa sirve al público en general, algunos de los cuales son personas LGBT o aliados. Para cualquier negocio orientado al cliente, la inclusión LGBT es necesaria.

Si se está reuniendo con líderes sénior para discutir una política o esfuerzo de inclusión LGBT, a menudo es más útil alinear claramente el esfuerzo de inclusión con un objetivo comercial. Los puntos más citados del caso de negocio para su inclusión son: reclutamiento y retención de talento, la capacidad de una compañía para llegar a un mercado diverso y de una empresa para alinearse con otras globales y sus prácticas.

Solo para ejemplificar, en ambientes no inclusivos con las personas LGBT, un 72% de los trabajadores gays, lesbianas o trans abandonan la empresa antes del tercer año de trabajo, lo cual impacta en la inversión que ha hecho la organización en la formación de dicho profesional.

3. Individual/Personal

Es importante entender por sí mismo cómo se siente acerca de la inclusión LGBT. Por ejemplo, ¿es personal? ¿Es usted LGBT o tiene un amigo, pariente o colega LGBT y quiere ser un aliado o defensor de la causa de la inclusión?

Muchos líderes empresariales quieren apoyar a sus propios empleados o colaboradores. El argumento para la inclusión LGBT es definitivamente hacer un negocio económicamente más fuerte y recalando la “causa humana” del mismo. Los líderes escépticos en cuanto a los esfuerzos de inclusión LGBT a menudo pueden ser motivados a participar una vez que entienden las historias personales de lo que significa ser LGBT o ser un aliado.

Alessia Injoque es la primera persona transgénero en hacer su transición pública en una importante corporación de Chile.

Hace más de 6 meses, Alessia Injoque superó su mayor temor: vivir auténticamente como una mujer transgénero. La ingeniera industrial de 35 años nunca imaginó que aceptarse a sí misma, no solo le ayudaría a eliminar su timidez, sino también a hablar de manera elocuente y pública sobre su identidad de género.

Con el apoyo de su esposa y amigos, Alessia pudo hablar sobre el tema frente a sus colegas de Cencosud, una de las principales empresas de Chile, y compartir su historia a través de una emotiva presentación que abrió un nuevo capítulo en su carrera profesional. Lea más sobre su poderosa historia y su impacto aquí: <https://www.hrc.org/blog/las-politicas-inclusivas-de-personas-lgbtq-cambian-vidas-en-centros-laboral>



Alessia Injoque



HUMAN
RIGHTS
CAMPAIGN
FOUNDATION



¿Cómo hablar con los principales líderes de su empresa sobre la inclusión LGBT? *Un Toolkit para Aliados y Empleados*

Conclusión y Próximos Pasos

Comenzar la conversación con los líderes principales sobre la inclusión LGBT es el primer paso hacia los cambios en las políticas, la práctica y la cultura de su empresa. Una vez que tenga la “aceptación” de sus líderes principales sobre la importancia de la inclusión LGBT, puede pasar a discutir cambios específicos, como actualizar la política de no discriminación de su empresa para incluir orientación sexual e identidad de género, unirse a Pride Connection CL y comenzar a evaluar su empresa en la encuesta Equidad CL. Para leer sobre la encuesta y los tres pilares estratégicos de la inclusión, visite: https://assets2.hrc.org/files/images/resources/Equidad_CL_Toolkit_Final.pdf. Al comenzar el camino para ser cada vez más inclusivo de personas LGBT, es importante establecer conexiones con aliados y recursos dentro y fuera de su empresa. Buena suerte y manténgase en contacto con nuestro equipo para darnos su opinión o hacernos preguntas, equidadCL@hrc.org.



Equipo Equidad CL

Emilo Maldonado Quevedo, *Director Ejecutivo, Fundación Iguales*

Deena Fidas, *Directora de HRC Equidad MX, CL y el Programa de Igualdad en el Centro Laboral de HRC*

Milagros Chirinos, *Editora de Recursos en Español de HRC*