

Personas LGBTI, inclusión y competitividad empresarial

Roger Forbes Álvarez
CEGESTI

Cada año, más países y ciudades se suman a la conmemoración durante el mes de junio del día internacional del orgullo LGBTI (lesbianas, gais, bisexuales, personas trans y personas intersexo), por medio del cual se insta a la tolerancia e igualdad para los colectivos mencionados. Esta conmemoración, entre otras, nos recuerda que existe una dignidad intrínseca a cada ser humano, que no debe verse afectada por su sexo, orientación sexual, identidad de género o identidad sexual en ningún ámbito, incluyendo el laboral.

El derecho a la igualdad y a la no discriminación son principios básicos de los derechos humanos, consagrados en la Declaración Universal de Derechos Humanos y los tratados de derechos humanos internacionales. Aunque cualquier condición humana está contemplada desde la declaración universal, muchos instrumentos internacionales posteriores tales como los Principios de Yogyakarta, la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea, entre otros, hacen mención explícita a las personas pertenecientes a la diversidad sexual. De la misma forma, entidades como el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, entre otras organizaciones internacionales, han focalizado esfuerzos hacia el respeto de derechos de las personas LGBTI.

Desde el punto de vista empresarial, existen diversos instrumentos voluntarios, tales como los principios del Pacto Global, la norma ISO 26000 Responsabilidad Social, la marcas y normas privadas, y los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Derechos Humanos y Empresas. Estos instrumentos han fomentado la toma de conciencia y el compromiso de las organizaciones como actores sociales clave hacia una economía con visión sostenible, de respeto al marco legal local, nacional e internacional en materia de derechos humanos, incluidos en mayor o menor grado los temas asociados con la diversidad sexual, aunque siempre de forma breve.

Así mismo, la visibilidad y acciones de grupos y personas que lideran esfuerzos por el respeto a los derechos de las personas sexualmente diversas ha incidido en que cada vez más organizaciones se declaren como “ambientes libres de discriminación por orientación sexual e identidad de género”. Sin embargo, no siempre es claro si tal declaración cuenta con un trasfondo de gestión de la variable diversidad sexual o es solamente un compromiso inicial no basado en determinación de brechas, planificación y mejora continua.

Un enfoque gestionado de la diversidad sexual debería llevar no solamente a que la empresa declare su compromiso, sino que se evalúe dicho compromiso, que genere planes de acción, los implemente y mejore tanto para evitar la discriminación como para favorecer la inclusión y apoyar la competitividad empresarial.

La diversidad humana en su sentido más amplio (edad, discapacidad, género, orientación sexual e identidad de género, entre otros) es actualmente considerada como un activo empresarial sumamente valioso que apoya el éxito sostenido de las organizaciones; por lo tanto, debería formar parte de las decisiones que, desde la estrategia, permean toda la organización.

La gestión organizacional con visión de no discriminación e inclusión, desde la perspectiva de la diversidad sexual, genera, más allá de una cultura de cumplimiento de los derechos humanos fundamentales, una serie de ventajas competitivas para las organizaciones; entre ellas se enumeran las siguientes:

- Un ambiente no discriminatorio e inclusivo que fomenta mayor motivación, comunicación, relaciones personales e identificación del personal. Esto lleva a mayor prestigio de la organización, mayor facilidad para atraer, retener y desarrollar talentos así como para aprovechar las competencias de las personas. En este aspecto, no hay

que perder de vista que las personas LGBTI han sido históricamente englobadas como tema tabú (e incluso hoy algunos de los grupos representados en el acrónimo lo siguen siendo, unos más que otros), por lo que presentarse como organización inclusiva puede facilitar la preferencia por la organización de parte del talento humano asociado a estos grupos.

- Este tipo de entornos, basados en políticas y prácticas gestionadas, se convierte en un recurso de atracción de consumo y encadenamientos responsables. Un ambiente inclusivo es un activo con valor agregado para la organización en su promoción, relaciones comerciales, mercadeo, acceso y permanencia en mercados, así como en la vinculación con la sociedad, proveedores y sus colaboradores. Esto se debe a que dota a la organización de personal con perspectivas diversas en reflejo de los mercados y partes interesadas con las que actúa.
- Se asegura el cumplimiento con requisitos legales y suscritos de no discriminación, mitigando así riesgos legales y financieros asociados.
- Un ambiente no discriminatorio e inclusivo gestionado es un generador de innovación, pues permite, desde la diversidad de perspectivas, que las decisiones y actividades de la organización otorguen igual atención a las necesidades de hombres y mujeres en su diversidad en el diseño de productos, en la publicidad, y otros elementos asociados, generando nuevas oportunidades a partir de contar con diversidades internas, evitando a su vez el mercadeo basado en estigmas que pueda alejar mercados o colectivos.
- Facilita la satisfacción y conciliación de todas las personas que trabajan en la organización en relación con el pleno desarrollo de su vida profesional, familiar y personal, dentro de conceptos diversos de familia, de ámbitos personales, y por reconocimiento y expresión de la propia identidad a través de programas y estrategias centradas en las personas.
- Brinda oportunidades para la empresa, mercados y redes LGBTI, a la vez que se contribuye al respeto a los derechos humanos.

Existen actualmente algunos instrumentos orientados específicamente al autoconocimiento y la gestión de las organizaciones en relación a la no discriminación e inclusión de personas LGBTI. Entre ellos cabe mencionar el Índice

Corporativo de Equidad de Human Rights Campaign y los Compromisos Empresariales para la Promoción de los Derechos LGBTI del Instituto Ethos de Brasil.

El Índice de Igualdad Corporativa es un informe publicado anualmente desde el 2002 por la Fundación Campaña por los Derechos Humanos. La herramienta evalúa y permite comparar las empresas en relación a sus prácticas de inclusión de personas homosexuales, lesbianas, bisexuales, intersexuales y trans, así como sus relaciones con las personas consumidoras e inversoras. Su principal fuente de información son las encuestas, pero utiliza igualmente resultados de investigadores e información pública, entre otras fuentes.

Dentro de los elementos que integra el Índice de Igualdad Corporativa se incluyen la necesidad de contar con una política escrita de no discriminación basada en la orientación sexual, identidad de género y expresión de género; también, agrega la sensibilización y formación en estos temas como parte de los programas de capacitación de las empresas. Igualmente incluye la paridad en beneficios para parejas de la diversidad sexual, la publicidad adecuada y respetuosa en materia de personas LGBTI y el rechazo a cualquier acción en contra de la igualdad de las personas LGBTI.

Los Compromisos Empresariales para la Promoción de los Derechos LGBTI fueron creados en el año 2013 por la empresa brasileña Txai Consultoria e Educação y el Instituto Ethos. Este instrumento incluye acciones concretas para ser implementadas por las empresas asociadas a las personas LGBTI en línea con los derechos humanos y las expectativas de las empresas socialmente responsables. En Brasil, grandes firmas como Carrefour, IBM, P&G, Accenture, BASF, Box, HSBC, GE, DuPont, Dow, PwC, Pfizer y Jacuzzi forman parte de la iniciativa que permite gestionar a lo interno la variable de diversidad LGBTI como activo estratégico. Dentro de los compromisos incluidos en este instrumento se incluyen el respeto y promoción de la alta dirección por los derechos LGBTI, la promoción de la igualdad de oportunidades y el trato justo en personas LGBTI, la existencia de ambientes respetuosos, seguros, saludables e inclusivos hacia personas LGBTI, el mercadeo responsable, la formación y sensibilización en el tema, así como la proyección hacia las comunidades y cadenas de valor desde una perspectiva LGBTI.

La Figura 1 muestra, independientemente del modelo utilizado, cuál debería ser el camino a ser recorrido por una empresa que se comprometa a integrar y gestionar la no discriminación e inclusión hacia personas LGBTI en sus procesos de negocio.

Figura 1: Modelo de gestión de la variable diversidad sexual e inclusión.



Fuente: CEGESTI, 2016. Elaboración propia.

Como se muestra, es necesario que se cuente con el compromiso y liderazgo de la alta dirección hacia el tema; esta debe ser consciente de que un ambiente de inclusión y de respeto a la diversidad en todas sus formas y en todas las estructuras organizacionales, incluida la orientada a las personas LGBTI, no es solamente un elemento de cumplimiento, sino un diferenciador competitivo y de innovación, que favorece el logro de los resultados de la organización dentro del contexto, requisitos e intereses de las partes interesadas con las que opera, lo que a su vez mitiga riesgos y favorece el aprovechamiento de oportunidades.

Como paso fundamental para iniciar la implementación de procesos de gestión, es preciso llevar a cabo un análisis de brecha sobre la forma en que la organización aborda el tema LGBTI. Este análisis debería permitir a la organización identificar no solo aquellos elementos que debe mejorar en materia de cumplimiento para evitar la discriminación, sino aquellos que deben fortalecerse para fomentar un ambiente inclusivo hacia las personas LGBTI de acuerdo con buenas prácticas en el tema.

Una vez evaluada la organización, es importante que se determinen los ámbitos de mayor significancia y que estos sean planificados como parte de las acciones a emprender para la mejora organizacional. Esta significancia debe incorporar en su análisis una perspectiva no solo de

cumplimiento legal o de mitigación de riesgo empresarial, sino también de maximización de oportunidad y mejora en materia de inclusión y desarrollo competitivo basado en las personas.

La implementación del plan debe conllevar la realización de los ajustes que sean requeridos. Asimismo, debe incluir el diseño del conjunto de acciones con clara definición de roles, responsabilidades, autoridades y procedimientos que permitan a la organización, una vez implementados y mantenidos, alcanzar la mejora en su desempeño según criterios de evaluación de eficacia definidos para cada acción a emprender.

Como sistema de trabajo gestionado, los procesos de evaluación tales como auditorías, sesiones de análisis de datos o seguimiento gerencial deben identificar no solo los resultados logrados, sino aquellos que requieren mayor apoyo, cambios de estrategias o incluso nuevas oportunidades. Esto reinicia el ciclo sin fin de mejora, mostrado en la Figura 1, de forma tal que la organización se fortalece en el tiempo.

Para ilustrar dicha gestión, a continuación se indican ámbitos básicos que toda organización comprometida con la igualdad e inclusión de las personas LGBTI deberían evaluar, implementar y administrar. La lista no es exhaustiva, pero

brinda elementos concretos que pueden motivar a que cada vez más organizaciones decidan incorporar en su gestión la diversidad sexual como variable.

1. Estrategia, políticas y objetivos empresariales desde una perspectiva de diversidad sexual

- Existencia de políticas de igualdad de oportunidades que explícitamente incluyan la orientación sexual e identidad de género.
- Existencia de políticas que prohíban la discriminación con base en la orientación sexual e identidad de género, extensible a la cadena de aprovisionamiento.
- Existencia de políticas que prohíban el apoyo de la organización a organizaciones que discriminan en cualquier forma a las poblaciones LGBTI, incluyendo expresiones de fobia a la diversidad sexual. Esta política previene que la organización sea cómplice en el menoscabo de derechos.
- Mantenimiento de políticas y programas para la generación de acciones de impacto en comunidades desde una perspectiva de diversidad sexual.
- Asegurar que las declaraciones orales o escritas de ejecutivos están regidas por los principios de igualdad y no discriminación hacia personas LGBTI.
- Fomento de alianzas con otras organizaciones respetuosas de los derechos de las personas LGBTI.
- Divulgación, a partes interesadas pertinentes, de sus compromisos en pro del respeto de derechos LGBTI.

2. Gestión del talento humano con perspectiva de diversidad sexual

- Existencia de procesos de reclutamiento, selección, remuneración, acciones de toma de conciencia, acceso a acciones de formación y capacitación, promoción y de evaluación del desempeño, basados en criterios de competencias, libres de discriminación y dentro de una perspectiva de inclusión y diversidad. En materia de capacitación y toma de conciencia, debería asegurarse la inducción y formación de empleados de todo nivel, así como de otras partes interesadas pertinentes sobre la políticas, programas y derechos en materia de no discriminación e inclusión hacia personas LGBTI.
- Existencias de jornadas de trabajo que consideren las necesidades de mujeres y hombres en su

diversidad según el marco legal y el equilibrio de vida personal, familiar en sentido amplio y laboral.

- Existencia de acciones que eviten la segmentación vertical u horizontal de las personas a nivel de profesiones u ocupaciones, basados en factores propios de su diversidad sexual.
- Existencia de programas y políticas que contribuyan con la salud integral de las personas y prevengan la discriminación, entre ellas: salud sexual y reproductiva, acoso sexual, acoso laboral, salud y seguridad en el trabajo, equivalencia de beneficios entre parejas del mismo sexo o sexo diferente, entre otros.
- Existencia de encuestas de clima organizacional que aborden temas de interés desde la óptica LGBTI, como la ausencia de discriminación percibida y la igualdad de oportunidades.
- Inclusión de variables de no discriminación e inclusión en evaluaciones de desempeño.
- Establecer canales de denuncia de cualquier acto contrario a no discriminación, igualdad e inclusión de personas LGBTI.
- Establecimientos de grupos de afinidad o comités para la mejora en la gestión del tema LGBTI en la empresa
- Inclusión de causas LGBTI dentro de los programas de voluntariado empresarial.

3. Mercadeo, comunicación y relacionamiento responsable

- Existencia de campañas publicitarias que, de manera pública, indican el compromiso y la visión de igualdad de la empresa con las poblaciones LGBTI.
- No apoyo a la estigmatización en mercadeo o comunicaciones hacia las poblaciones LGBTI.
- Apoyo a campañas LGBTI y a la protección de derechos de estas poblaciones.
- Inclusión de mensajes positivos con respecto a las personas LGBTI en la comunicación y el mercadeo de la empresa.

4. Diseño, producción y prestación de servicios y productos con perspectiva de diversidad sexual

- El diseño y planificación de productos y servicios debe promover el respeto a los colectivos LGBTI, por ejemplo en la vinculación con proveedores.
- Considerar perspectivas, expectativas y demandas de las personas LGBTI en el diseño, producción o prestación de servicios, según sea pertinente.
- Asegurarle a las personas LGBTI el acceso a servicios y productos en igualdad de condiciones, con lenguaje inclusivo y respetuoso. Esto puede implicar acciones afirmativas a mercados determinados dentro del colectivo de personas pertenecientes a las minorías de la diversidad sexual. Por ejemplo, en sectores como el turístico, este tipo de mercado mueve un 10% del volumen de turistas a nivel mundial, y representa un 15% del total del gasto mundial en esta industria, según datos de la Organización Mundial de Turismo (La República, 2016)

5. Mecanismos de verificación y mejora de la gestión

- Incluir auditorías, evaluaciones o seguimientos de elementos como los anotados anteriormente en las prácticas de la organización, tal que se fomente la toma de acciones tanto en el nivel de alta dirección como en mandos medios con base en resultados alcanzados desde esta perspectiva.

Referencias

Alto Comisionado de las Naciones Unidas en Derechos Humanos. (s.f). "Normas Internacionales de Derechos Humanos y orientación sexual e identidad de género". Recuperado el 5 de junio de 2016, de: https://unfe.org/system/unfe-21-UN_Fact_Sheets_-_Spanish_v1c.pdf.

Asociación Empresarial para el Desarrollo (2016). "Caja de herramientas para la integración de las personas LGBTI en los espacios laborales". Recuperado el 1 de junio de 2016, de: www.aedcr.com

CEGESTI. (2013). Guías prácticas ISO 26000. Autor, San José, Costa Rica. Recuperado el 1 de junio de 2016, de: <http://www.negociosresponsables.org/guias.html>

CEGESTI. (2013). Guía práctica sobre derechos humanos y empresas, basada en los principios rectores de Naciones Unidas sobre Derechos Humanos y Empresas. Autor, San José, Costa Rica y Copenhague, Dinamarca. Recuperado el 1 de junio de 2016, de: <http://www.negociosresponsables.org/guias.html>.

El Economista. (5 de junio de 2016). "Se comprometen con los derechos LGTB". Recuperado 5 de junio de 2016, de: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/01/05/se-comprometen-derechos-lgbt>.

El Financiero. (26 de abril de 2016). "Empresas de Costa Rica impulsan políticas de respeto a la diversidad sexual para ser más competitivas". San José, Costa Rica.

La República. "Viajero LGBTI: nuevo imán para el sector turístico", San José, Costa Rica. 27 de junio de 2016.

GLAAD. "The value of LGBT equality in the workplace". Recuperado de <http://www.glaad.org/blog/value-lgbt-equality-workplace>, el 25 de junio de 2016.

Human Rights Campaign. "Corporate Equality Index 2016: Rating American Workplaces on Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender Equality". Recuperado el 1 de junio de 2016 de <http://hrc-assets.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/files/assets/resources/CEI-2016-FullReport.pdf>.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. (2013). "O compromisso das empresas com os LGBT direitos humanos Orientações para o mundo empresarial em ações voltadas a lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais". Sao Paulo, Brasil.

Instituto Europeo para la Gestión de la Diversidad. "Gestión de la Diversidad en empresas e instituciones". Recuperado el 5 de junio de 2016, de: <http://www.iegd.org/spanish800/gestion.htm>.

Strategy and Business. "What Makes a Company More Likely to Protect LGBT Rights?". Recuperado el 5 de junio de 2016, de: <http://www.strategy-business.com/blog/What-Makes-a-Company-More-Likely-to-Protect-LGBT-Rights?gko=0a327>.

Éxito Empresarial

Es una publicación periódica de CEGESTI.

Puede seguir este boletín en



Para leer los artículos publicados anteriormente, visite: www.publicaciones.cegesti.org