

Gestión de la diversidad LGBT+ en España:

Análisis de las acciones corporativas
y su impacto en la inclusión de las
personas LGBT+ en el contexto laboral





Noviembre 2023

Autores: [BBVA](#), [REDI](#) y [Pacto Mundial de la ONU España](#)

Diseño y supervisión: consultora [mpátika](#)

Ejecución de la investigación: [Nielsen IQ](#) Marzo de 2023

Agradecimientos:

Esta publicación ha sido posible gracias a la colaboración de las personas responsables de RRHH, RSC y/o Diversidad de las 181 empresas participantes en el estudio, entre ellas: 3M, ABB, ABBVIE, ACCENTURE, ACERINOX, ADIDAS, ADIF, ADMIRAL, AENOR, AIRBUS, ALIGHT SOLUTIONS, ALLIANZ, ALLIANZ TECHNOLOGY, ALTAMIRA, AMADEUS, AMETEL, AON, APRIL, ARAG, ASTRAZENECA, AXA, BANCO DE SABADELL, BBVA, BCD M&E, BUREAU VERITAS, CAIXABANK, CASUAL BEER & FOOD, CBRE, CEPSA, COFARES, COMSA, CORREOS, CUSHMAN & WAKEFIELD, DACSA GROUP, DOW, EDP, EL CORTE INGLES, EMVS, ENAIRE, ENDESA, EY, FCC AQUALIA, FCC CONSTRUCCION, FERROVIAL, FLUIDRA, GENERAL ELECTRIC, GI GROUP, GLAXOSMITHKLINE, GOMEZ ACEBO & POMBO, HAVAS, HAYS, HEWLETT PACKARD, IBERDROLA, IBM, INDITEX, KPMG, LABORATORIOS MENARINI, LEROY MERLIN, LLYC, LYMA GETAFE, MAHOU, MAPFRE, MERCK, MERLIN PROPERTIES, MUTUA UNIVERSAL, NAE, NATIONALE-NEDERLANDEN, NATURGY, NESTLE, ONEY, ORACLE, P&G, PLAIN CONCEPTS, PROSEGUR, PWC, REDEIA, REPSOL, SANTANDER, SAP, SCHNEIDER ELECTRIC, SDG, SERVEO, SIEMENS, SOFTWARE PRODUCT CREATION, SOLARPACK, SOLUNION, TELEFONICA, THALES, UNICAJA, UNION DE CREDITOS INMOBILIARIOS, URIA MENENDEZ, VODAFONE, ZURICH SEGUROS.

© BBVA, REDI y Pacto Mundial de la ONU España

El contenido del presente Informe es titularidad de BBVA, y está protegido por la legislación de propiedad intelectual.

Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido, o sea autorizado expresamente por BBVA.

Contexto y prólogo BBVA

En el fulgor de la era actual, donde la innovación y la creatividad son las llaves maestras que abren las puertas de la excelencia empresarial, surge un imperativo ineludible: la gestión de la diversidad en todos sus matices. En este contexto, la inclusión de la comunidad LGBTQ+ adquiere una importancia crucial, no solo como un ejercicio de respeto a las diferencias, sino como un catalizador potente de progreso y transformación en las empresas y en la sociedad.

Este estudio, meticulosamente concebido en el crisol de nuestro tiempo, no es simplemente una respuesta a una demanda coyuntural, sino un reflejo consciente de la evolución social y cultural que está teniendo lugar en todo el mundo y, en España, en particular. La sociedad contemporánea, imbuida por el espíritu de la comprensión mutua y el compromiso con valores fundamentales, exige que las organizaciones se posicionen como motores de cambio social, trascendiendo su rol meramente económico.

Generar espacios de diálogo auténtico y constructivo se erige como un pilar fundamental en la construcción de entornos laborales donde la diversidad sea celebrada, no tolerada. La discriminación, en todas sus formas, no tiene cabida en organizaciones que buscan, no solo la eficiencia operativa sino, también, el cumplimiento de una misión más amplia: ser agentes activos en la promoción de espacios libres de discriminación.

España es un país cuyas leyes se presentan de las más avanzadas del mundo en derechos LGBTQ+, que llegaron en 2005 y se volvieron a legislar en 2023. En el marco de una nueva legislación y con el recorrido en gestión de esta diversidad en las organizaciones, que tiene una media de 5 años, este estudio se hace necesario para tomar el pulso de cómo se está llevando a cabo la gestión de la diversidad LGBTQ+. Por primera vez hemos podido medir y cuantificar el impacto y beneficios que aporta este trabajo bien hecho, así como identificar la conexión sistémica que perpetúa las desigualdades sociales y falta de oportunidades relativas al colectivo.



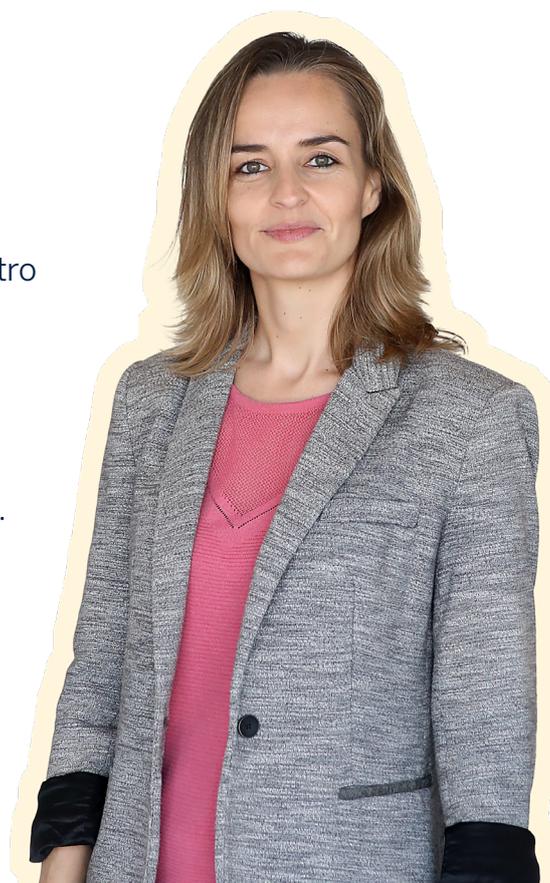
En este estudio, exploraremos la intersección entre la gestión de la diversidad LGBT+ y la potenciación de valores y derechos humanos en el ámbito empresarial. No se trata solo de cumplir con normativas o de adoptar políticas cosméticas, sino de abrazar una filosofía que reconozca la riqueza intrínseca que aporta cada individualidad, independientemente de su condición y circunstancias.

En el umbral de esta investigación, nos adentramos en un terreno donde la apertura a lo no conocido y la voluntad de cambio son las herramientas más valiosas. Aquí, la diversidad no es solo un requisito ético, sino un recurso estratégico que impulsa la creatividad, fomenta la innovación y nutre la vitalidad de las empresas, en una “economía circular” que pasa por el aporte a una sociedad sana y sostenible.

Desde BBVA hemos planteado este estudio y solicitado la colaboración de REDI, organización cuya presidencia ostentamos y es referente en España en materia LGBT+, y Pacto Mundial, como la mayor iniciativa de responsabilidad corporativa del mundo, ya que es nuestro deseo que el planteamiento, los datos y conclusiones que inspiren a personas líderes y colaboradoras, por igual, a embarcarse en un viaje hacia la construcción de entornos laborales más inclusivos, donde la diversidad sea no solo aceptada, sino celebrada como la fuerza motriz de un futuro empresarial lleno de oportunidades.

Izaro Assa De Amilibia

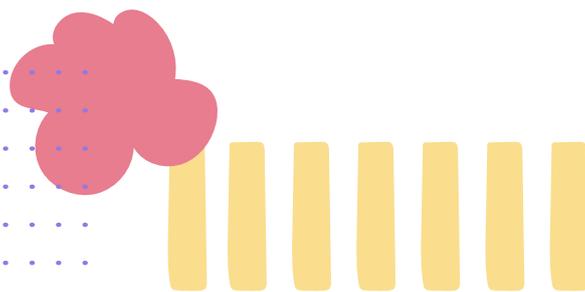
Global Diversity Manager en BBVA
y Presidenta de REDI



Prólogo Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTI (REDI)

El presente estudio se enmarca en las actividades de celebración del quinto aniversario de REDI. Cuando hace algunos años, un grupo de profesionales nos planteamos capacitar a nuestras empresas para la gestión de la diversidad LGBTI (también llamada LGBTIQ+, o LGBT+ para simplificar) dentro de sus programas corporativos, (en aquel momento apenas un puñado de grandes empresas multinacionales lo estaban haciendo) nos dimos cuenta de que existía una gran necesidad de concienciación. Decidimos entonces invertir esfuerzos en generar datos y conocimiento para acompañar y capacitar a las empresas, de manera que cualquier persona pudiera optar a las mismas oportunidades profesionales, con independencia de su orientación sexual, expresión de género, características sexuales o identidad de género. Esos datos revelaron la existencia de climas laborales aún poco inclusivos para que las personas LGBT+ se sientan seguras en sus trabajos y puedan ser visibles y desarrollar con libertad su liderazgo.

Hoy, nos complace ver el gran adelanto que ha supuesto la inclusión de la diversidad LGBT+ en las empresas de nuestro país. Creemos que REDI ha contribuido a cambiar el paradigma y, en apenas cinco años, hemos pasado a formar un ecosistema de más de 240 empresas de todos los tamaños y sectores, que unen sus esfuerzos por construir organizaciones más inclusivas, socialmente responsables e innovadoras. Por eso, queremos seguir conectando a las empresas con datos y recursos que las capaciten en este recorrido hacia la inclusión y, junto con BBVA y Pacto Mundial de la ONU España, nos hemos embarcado en este estudio con el objetivo de entender el valor que juega la diversidad LGBT+ en el contexto laboral y los resultados que aporta a una mejor gestión empresarial y del talento.



Una de las conclusiones que se extraen del mismo es que las empresas deben aprovechar su influencia para ir un paso más allá de la propia organización, reconociendo y asumiendo su papel como agentes de cambio social. Necesitamos empresas más implicadas con la igualdad y los derechos humanos, y la diversidad LGBT+ es una prueba de fuego. Concienciando a la Alta Dirección y a las plantillas para que estén más sensibilizadas con la igualdad de oportunidades para todas las personas, podremos construir organizaciones y sociedades mejores.

Tras nuestro quinto aniversario, como ecosistema empresarial por la diversidad e inclusión LGBT+ referente en España, estamos encantados de seguir trabajando para acompañar, conectar y potenciar a las empresas a la hora de cumplir estos retos.

Óscar Muñoz

Codirector general de REDI



Prólogo Pacto Mundial de la ONU España

El Pacto Mundial de la ONU es la mayor iniciativa de responsabilidad corporativa del mundo. Como iniciativa de NN.UU, contamos con el mandato para trasladar los Objetivos de Desarrollo Sostenible al sector empresarial y ofrecer a las empresas una guía para hacer negocios de manera responsable respetando los derechos humanos de todas las personas vinculadas al negocio.

Trabajamos de forma transversal la diversidad y la no discriminación en el ámbito laboral. Los Diez Principios del Pacto Mundial recogen este ámbito en el Principio 6 que promueve la abolición de todas las prácticas de discriminación en el empleo. Y por supuesto dentro de esta dimensión, reconocemos la responsabilidad que tienen las empresas en todo el mundo en la protección de las personas LGBTIQ+, y el impacto potencial para promover los derechos de las personas del colectivo a través de todos sus grupos de interés.

Es esencial que todas las empresas asuman su responsabilidad y trabajen en conjunto para promover la igualdad y garantizar que nadie se quede atrás. Sólo así crearemos un mundo más sostenible y un tejido empresarial más diverso e inclusivo. Para ello, las Normas de Conducta de Naciones Unidas contra la discriminación de las personas LGBTIQ+ se posicionan como una guía fundamental para promover compañías más inclusivas. Animamos a todas las empresas a considerar la adhesión a las Normas, y a utilizar la Herramienta LGBTIQ+ de la ONU para implementar acciones concretas que garanticen la igualdad de oportunidades y el respeto a la diversidad en sus lugares de trabajo y fuera de él.

Todos los actores, y de forma particular las empresas, encontrarán en el Pacto Mundial de la ONU una organización aliada para seguir combatiendo la discriminación contra las personas LGBTIQ+. De ahí, nuestra colaboración en este estudio junto con dos organizaciones referentes en la lucha por los derechos del colectivo a nivel nacional.

Cristina Sánchez

Directora ejecutiva del Pacto Mundial de la ONU España



Contenidos

—	Introducción	9
—	Antecedentes y justificación del estudio	11
	La inclusión de las personas LGBT+ en el ámbito laboral apenas se ha abordado hasta el momento en España	11
	La aceptación social de las personas LGBT+ todavía no está garantizada	13
	Las personas LGBT+ tienen menores oportunidades laborales	14
	La necesidad de favorecer un ambiente inclusivo en las organizaciones	16
	Justificación del estudio	18
—	Contexto internacional: Agenda 2030 y gestión de la diversidad LGBT+ en las empresas	21
	Involucración de las empresas con los derechos humanos	21
	Incorporación de la diversidad LGBT+ en la agenda corporativa internacional	23
—	Resumen de conclusiones	25
—	Objetivo del estudio	28
—	Metodología y bases muestrales	30
—	Análisis de resultados	35
	● 1. Análisis de la muestra	35
	● 2. Diagnóstico de la gestión de la diversidad LGBT+ en España	41
	● 3. Diagnóstico del grado de inclusión de las personas LGBT+	50
	● 4. Ejes prioritarios para implantar la estrategia de D&I LGBT+	60
	● 5. Barreras al fomento de la diversidad	72
	● 6. Acciones de diversidad LGBT+ diferenciales emprendidas por las empresas	76
	● 7. Resultados que aporta el trabajo de la D&I LGBT+	80
	● 8. El futuro de la inclusión LGBT+ en España: retos y perspectivas	84
	● 9. La gestión de la D&I LGBT+ en las empresas del IBEX 35	89
—	Implicación de las empresas con la D&I LGBT+ en el marco internacional	96
—	Bibliografía	104

Introducción

En los últimos cinco años en España, en paralelo a la aparición de REDI en febrero de 2018, hemos observado un incremento significativo del interés de las empresas con respecto a la gestión de la conocida como 'diversidad LGBT+*' (es decir, aquella referida al talento dentro de la empresa que presenta una orientación sexual, identidad/expresión de género o características sexuales diversas).

Por ello, presentamos el primer gran estudio para **analizar la gestión de la diversidad LGBT+ que se está llevando a cabo en nuestro país**, con el objetivo de entender hasta qué punto las empresas están familiarizadas con la inclusión de esta diversidad, el valor que juega en el contexto laboral y la importancia que tiene para la gestión empresarial y del talento.

La mayoría de las empresas relevantes en el mercado ya son conscientes de que una mejor gestión de la diversidad, en general, favorece la creación de una cultura corporativa más inclusiva, redundando en una mayor innovación, crecimiento y sostenibilidad de sus respectivos negocios. A los programas corporativos de diversidad ya arraigados y amparados por nuestra legislación, como son la igualdad de género y la inclusión de las personas con discapacidad, se han incorporado en los últimos años otros enfoques que corresponden a necesidades concretas dentro de la plantilla, como son las diferencias generacionales, la diversidad

* **LGBT+**. En el informe se ha utilizado mayoritariamente y de manera genérica el término LGBT+ para referirse a todas las diversidades por orientación sexual, identidad/expresión de género o características sexuales



cultural en un contexto globalizado, las diferentes formas de pensar y estilos de trabajo, **así como la diversidad que representan las personas LGBT+.**

Esta diversidad LGBT+, sin embargo, supone todavía un gran reto para muchas organizaciones, puesto que se trata de un tema sensible que, hasta hace muy poco tiempo, era considerado como una cuestión 'privada', la cual no debía tratarse en el trabajo. Esta razón, unida a un gran desconocimiento sobre las problemáticas que aún tiene que enfrentar el talento LGBT+ en el entorno laboral, a menudo la convierten en una **'diversidad invisible', dejada de lado de los programas corporativos.**

Afortunadamente, los cambios legislativos de los últimos años, así como una mayor sensibilización con respecto a las situaciones de discriminación, prejuicios y estereotipos a las que, todavía a día de hoy, se enfrentan las personas LGBT+ **han movilizado a muchas empresas a contar con programas de diversidad específicos**, dirigidos a fomentar un clima laboral de igualdad y respeto hacia ellas. Estos programas incluyen protocolos antidiscriminación y acciones explícitas en sus códigos de conducta empresarial, de manera que también las personas LGBT+ de la plantilla puedan sentirse seguras y respetadas para desarrollar con normalidad su desempeño profesional.

Dentro de estos cambios legislativos, cabe destacar la reciente aprobación de la Ley 4/2023, de 28 de febrero, *para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI*. En su artículo 15, esta ley obliga a todas las empresas con más de 50 personas empleadas a tener iniciativas específicas para favorecer la inclusión y la creación de espacios de trabajo seguros y respetuosos hacia las personas LGBT+ de la plantilla.



En este estudio puntero analizaremos una muestra importante de empresas que operan en nuestro país, diferenciando entre aquellas que ya incluyen con naturalidad acciones explícitas de diversidad e inclusión LGBT+ dentro de sus programas corporativos, de aquellas que todavía no las han desarrollado o lo han hecho tímidamente, para **entender las motivaciones y barreras organizacionales al desarrollo de una cultura más inclusiva.**

Con ello pretendemos poner de manifiesto la necesidad de abordar esta cuestión en el contexto laboral, aportando datos y conclusiones que animen a aquellas empresas que quieren ser socialmente responsables a estar preparadas para los nuevos requerimientos normativos y a comenzar/continuar desarrollando dichos programas, entendiendo **qué acciones se están llevando a cabo y qué beneficios que se obtienen de un mejor entendimiento y gestión del talento diverso**, a la vez que incrementar su concienciación sobre las oportunidades de inclusión que, todavía a día de hoy, tienen las personas LGBT+ dentro de sus trabajos.

Antecedentes y justificación del estudio

La inclusión de las personas LGBT+ en el ámbito laboral apenas se ha abordado hasta el momento en España

Un 14% de la población española se declara LGBT+ (es decir, presenta orientaciones, identidades o expresiones afectivo-sexuales y de género diferentes a las normativas) siendo el segundo país del mundo con mayor porcentaje declarado de las mismas [1]. Sin duda, los avances sociales y legales de las últimas décadas han contribuido a crear un contexto de mayor apertura, que nos ha llevado a ser reconocidos como uno de los Estados más avanzados del mundo en cuanto a derechos para el colectivo LGBT+, que se muestra más optimista que en el resto de Europa [2].

Aunque se trata de un porcentaje considerable de la población, que también encontraríamos dentro de la plantilla de las empresas, de sus clientes y de sus proveedores, ha sido 'invisible' durante mucho tiempo en el contexto laboral y **considerada como una cuestión 'privada' e inapropiada para hablar en el trabajo.**

Pareciera que, por un lado, dichos avances han llevado a la creencia generalizada de que la normalización y la inclusión de las personas LGBT+ se dan por hecho a nivel social y también dentro de las empresas. Y ello a pesar de estar **suficientemente demostrada la desigualdad de oportunidades para las personas LGBT+ a la hora de**

encontrar un empleo o de desarrollarse profesionalmente, y el impacto positivo que, sobre la cultura corporativa, tiene una gestión de la diversidad e inclusión en la que cada persona empleada pueda sentirse segura y aceptada, mejorando así su compromiso y su competencia.

Por otro lado, la información referente a la orientación sexual o identidad de género de las personas empleadas es considerada como **altamente sensible por las leyes de protección de datos,** lo que impide a la empresa conocer el número de personas LGBT+ dentro de la plantilla y el impacto de sus políticas de diversidad e inclusión al respecto, en el caso de tenerlas.

Por ello, según el estudio *'Diversity at work'*

[1] [30-Country Ipsos Global Advisor Survey](#). Ipsos (2023)

[2] [Informe de la Fundamental Rights Agency](#) FRA-UE (2021)

realizado en varios países europeos, **sólo el 17'5% de las empresas españolas contaban con programas de diversidad específicos** dedicados a favorecer la inclusión de las personas LGBT+ en el año 2022 aunque un 42% las apoyan públicamente con comunicaciones (probablemente durante la celebración del Orgullo LGBT+) o políticas al respecto [3].

Sin embargo, el panorama es optimista y, a pesar de estas barreras, la gestión de la diversidad LGBT+ parece ser **la que más ha crecido en los entornos corporativos españoles durante los últimos años**, siendo inicialmente impulsada por las empresas multinacionales no españolas, especialmente aquellas de origen anglosajón [4].

Este crecimiento se verá, sin duda, impulsado aún más por la aprobación de la Ley 4/2023, de 28 de febrero, *'para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGBTI'* que, en su Artículo 14, insta a las Administraciones Públicas a promover y garantizar en el ámbito laboral la igualdad de trato y de oportunidades y eliminar toda forma de discriminación y, en su Artículo 15, concretamente referido al contexto laboral privado, explicita: *'Las empresas de más de cincuenta personas trabajadoras deberán contar, en el plazo de doce meses a partir de la entrada en vigor de la presente ley, con un conjunto planificado de medidas y recursos para alcanzar la igualdad real y efectiva de las personas LGBTI'*.

Más allá del cumplimiento normativo, veremos, a continuación, algunos de los aspectos que conforman el contexto social y laboral para las personas LGBT+ en nuestro país y que **las empresas deberían tener en cuenta** a la hora de valorar positivamente la inclusión de esta diversidad en sus proyectos corporativos. Este será el marco introductorio de nuestro análisis, que ambiciona ser el primero de su tipo a nivel nacional para poner de relieve los esfuerzos dedicados por las empresas para favorecer el respeto a la diversidad y la inclusión LGBT+ en las organizaciones.



[3] [Diversity at work](#) ManpowerGroup (2023)

[4] [Tercera Edición del Informe de Innodiversidad](#). Fundación Diversidad/ie (2022)

La aceptación social de las personas LGBT+ todavía no está garantizada

A pesar del largo camino recorrido en España hacia la igualdad de derechos, el **discurso social anti-LGBT+ parece haber ganado fuerza en los últimos años**. El debate generado por medio de *'fake news'* en torno a la *'ley trans'* 4/2023 ha incrementado el deterioro de la percepción social sobre las personas LGBT+ en España, según distintos observatorios contra los delitos de odio: Por primera vez en años, **los mensajes de odio contra el colectivo LGBT+, han aumentado casi un 9,4%** entre 2019 y 2022, desbancando a los mensajes que promueven el apoyo, que han caído más de un 40% [5].

De esta manera, los avances legales no han conseguido evitar que se sigan dando en España **conductas y lenguajes discriminatorios hacia las personas LGBT+**, como demuestra el hecho de que, según un estudio de la UGT de 2023, más de la mitad de la población todavía considere que las personas LGBT+ no están socialmente aceptadas y un 75% que no tienen las mismas oportunidades que la población cis-heterosexual [6]. En el mismo estudio se indica que más del 50% de las personas Lesbianas, Gays y Bisexuales han sido agredidas en entornos sociales, de manera verbal o con actitudes discriminatorias, y la discriminación hacia las personas trans es incluso mayor, siendo considerado el grupo más vulnerado dentro del colectivo LGBT+.

[5] [Discurso de odio y orgullo LGBTIQ+ en la Conversación digital](#). LLYC (2023)

[6] [Hacia centros de trabajo inclusivos - II EDICIÓN](#). UGT (2023)



Las personas LGBT+ tienen menores oportunidades laborales

Los mismo prejuicios y estereotipos hacia las personas LGBT+ que se existen en la **sociedad se trasladan al contexto laboral**, dando lugar a situaciones de discriminación implícitas y explícitas que constituyen auténticas barreras profesionales, conocidas popularmente como **'techo arcoíris'**. Estas barreras se vivencian en momentos clave a lo largo de la vida laboral, como pueden ser los procesos de selección y promoción del talento, en los que las personas LGBT+ **se enfrentan con los sesgos propios de la sociedad y la cultura corporativa**.

También están relacionados con circunstancias personales derivadas del **abatimiento por la estigmatización percibida** [7] que genera mayores prevalencias en trastornos del ánimo, estrés y ansiedad, de manera que solo el 43,6% de las personas LGBT+ percibe su salud mental como buena, frente al 62,5% de la población general [8].

Veamos algunas de estas barreras profesionales a las que se enfrentan las personas LGBT+ en el contexto laboral:



Menores oportunidades de acceso a un puesto de trabajo:

- A la hora de encontrar un empleo, 7 de cada 10 personas LGB+ consideran que serlo supone un inconveniente.
- Estos porcentajes se elevan al 83% en el caso de personas trans y no binarias [9], por lo que cuatro de cada diez reconocen ocultar su identidad de género en entrevistas de trabajo y aseguran haber sido rechazadas en los procesos de selección por prejuicios hacia ellas [10], siendo su tasa de desempleo un 3% más alta que otras poblaciones del colectivo LGBT+ [11].



Menores oportunidades de desarrollo de carrera:

- A la hora de progresar en su carrera profesional, un 55% de las personas LGB+ considera que serlo dificulta su promoción profesional.
- En cuanto a las personas trans, solo un 33% de ellas piensan que tienen las mismas oportunidades de desarrollo profesional que el resto de la plantilla en su lugar de trabajo. También tienen más miedo a ser despedidas [12].

[7] [Diagnóstico de la realidad LGBT++ de la Isla de Tenerife](#). Cáceres Rodríguez, C.M. (et al.) (2022)

[8] [La situación de la salud mental en España](#). Confederación Salud Mental España (2023)

[9] [Hacia centros de trabajo inclusivos - II EDICIÓN](#). UGT (2023)

[10] [Hacia centros de trabajo inclusivos, I EDICIÓN](#). UGT (2020)

[11] [Informe de la Fundamental Rights Agency](#) FRA-UE (2021)

[12] [La Diversidad LGBT en el Contexto laboral Español](#). Consultora mpátika* (2018)



Situaciones explícitas de discriminación

- Comportamientos y lenguajes poco inclusivos todavía se dan contra las personas LGBT+ en sus centros de trabajo. Según la UGT, en 2020, cuatro de cada diez (42%) trabajadores LGTBI aseguraban haber vivido alguna agresión de tipo verbal hacia sí u otros por su orientación sexual, su identidad o expresión de género ya sea en forma de rumores, chistes, comentarios despectivos, gestos y hasta insultos.
- En más del 50% de las ocasiones, estas agresiones verbales fueron generadas por personas en posiciones de liderazgo [13].



Ocultarse por miedo a repercusiones en su carrera o en las relaciones laborales

Por todo lo anteriormente citado, no es de extrañar que las personas LGBT+ presenten reticencias a la hora de visibilizarse y solo 4 de cada 10 personas LGBT+ (38%) se atreven a hacerlo público completamente en su lugar de trabajo por temor a consecuencias en su carrera profesional o en las relaciones con sus managers y compañeros/as. Es importante señalar que este porcentaje es incluso menor en sectores más tradicionales, en empresas pequeñas y fuera de las grandes ciudades, así como en los casos de las mujeres con respecto de los hombres gays y bisexuales [14].

Este miedo queda aún más de manifiesto por el hecho de que los mayores niveles de ocultación se dan entre jóvenes profesionales al comienzo de su carrera ya que, para poder visibilizarse, muchas personas LGBT+ necesitan haber alcanzado primero cierta seguridad laboral y profesional, aumentando hasta el 47% el porcentaje de personas LGBT+ visibles entre aquellas que tienen una posición de liderazgo en su trabajo [15].



[13] [Hacia centros de trabajo inclusivos, I EDICIÓN](#). UGT (2020)

[14] [La Diversidad LGBT en el Contexto laboral Español](#). Consultora mpátika* (2018)

[15] [Diversity at work](#). ManpowerGroup (2022)

Las empresas necesitan favorecer un ambiente inclusivo en sus organizaciones

A través de sus códigos de conducta, muchas empresas ya recogen en sus valores corporativos el respeto a la diversidad, con el objetivo de favorecer un clima de trabajo de convivencia que permita florecer la creatividad y la innovación. Por ello, dando un paso más y **siendo explícitas con la inclusión de determinados colectivos**, como el caso de las personas LGBT+, contribuyen positivamente a su integración en el entorno laboral **y disminuyen las probabilidades de discriminación**. En este sentido, queda un amplio camino por recorrer: sólo el 31,27% del total de convenios colectivos que se registraron durante el 2020 contemplaban la orientación sexual, identidad o expresión de género y las características sexuales como características protegidas frente a la discriminación y acoso [16].

Por otra parte, **existe una pérdida de productividad importante para las empresas que no emprenden acciones explícitas de Diversidad e Inclusión (D&I) LGBT+**, ya que volver “al armario” cada día al ir a trabajar y disociar su vida personal y la profesional, acarrea situaciones de estrés y ansiedad a las personas LGBT+ [17] y limita su productividad e integración en el proyecto corporativo.

Por ello, **el 44% de las personas LGBT+ considera que su productividad en el trabajo es mayor tras visibilizarse en la empresa** [17] y se ha cuantificado este incremento de productividad como un 24% [19].



[16] [Las personas LGBT+ en la negociación colectiva](#). UGT (2021)

[17] [Hacia centros de trabajo inclusivos - II EDICIÓN](#). UGT (2023)

[18] [Diversity at work](#). ManpowerGroup (2022)

[19] [Show Me the Business Case Report](#). Out Now Consulting

Existe, además, **una menor capacidad de atracción y retención del talento** para aquellas empresas que no promueven un ambiente de respeto explícito hacia la diversidad, como demuestra el hecho de que un 77% de las personas LGBTQ+ que están buscando un empleo valoren la reputación de las compañías a las que se dirigen [20], que un 36% descarten empresas que no tengan políticas expresas de diversidad (50% en el caso de los jóvenes menores de 25 años) [21] y que un 9% de las que están trabajando hayan cambiado de empleo porque el ambiente de trabajo no era respetuoso con ellas.

Por último, las empresas proyectan una imagen externa y una postura determinada frente a la desinformación social existente, y **favorecen el respeto y la inclusión también fuera del entorno laboral** ya que, como hemos visto, no es suficiente la existencia de un marco normativo para la protección del colectivo LGBTQ+ y es necesario un esfuerzo común de los distintos agentes sociales. **Este apoyo visible redundará en mejores resultados de negocio**, pues las marcas y productos de 'empresas inclusivas' son más recomendadas/elegidas, mientras que el 94% de las personas LGBTQ+ "vetaría" a marcas y empresas que transmitieran valores o mensajes negativos hacia el colectivo [22].



[20] [LGBT+ Business Climate Index](#), Out Leadership (2022)

[21] [Diversity at work](#), ManpowerGroup (2022)

[22] [La Diversidad LGBTQ en el Contexto laboral Español](#), Consultora mpátika* (2018)

Justificación del estudio

Para hacer un diagnóstico del grado en que las empresas en España apuestan explícitamente por favorecer un ambiente inclusivo hacia el colectivo LGBTQ+ hemos analizado diferentes aspectos que deben ser tenidos en cuenta:



Experiencia corporativa con la inclusión de la diversidad

El punto de partida de nuestro análisis es el **bagaje que tiene la empresa con respecto a la gestión de la diversidad, en general**. Casi todas las empresas importantes en este país ya saben que la diversidad es un componente esencial para la innovación, el crecimiento y la sostenibilidad del negocio y cuentan con programas dirigidos a fomentar un clima de igualdad y respeto para todas las personas empleadas. Inicialmente, este recorrido en España comienza con la igualdad de género, cuyos planes de igualdad son obligatorios por ley para las empresas de más de 250 personas desde el 2007 y de más de 50 personas desde 2022, así como la integración de personas con discapacidad, con objetivos legales desde 1982.

Valoraremos la frecuencia con que las empresas emprenden acciones para éstos y otros tipos de diversidades. De esta manera, veremos las sinergias que existen entre ellas y si las empresas con un mayor recorrido en diversidad están mejor preparadas para implementar programas de D&I LGBTQ+.

Además, refiriéndonos a la D&I LGBTQ+ valoraremos desde hace cuánto tiempo la llevan incorporando a sus programas corporativos y cuáles han sido las motivaciones para hacerlo, y si la aparición de REDI como foro corporativo en D&I LGBTQ+ en España ha supuesto un punto de inflexión.



Estructura corporativa y apoyos necesarios

Según Forbes [23], uno de los pilares de la cultura organizacional es la posibilidad para la plantilla de expresarse y ser ella misma. Para que las personas LGBT+ puedan expresar con normalidad su orientación sexual e identidad de género dentro de las empresas, **estas deben hacer explícito en sus políticas y comunicaciones corporativas el respeto a su diversidad y favorecer un ambiente seguro e inclusivo** para ellas. La revisión de las políticas corporativas en este sentido requiere de recursos concretos tanto internos como externos. Por ello, valoraremos si la empresa dispone, para llevar a cabo estas medidas, de una persona responsable u órgano/comité específico de diversidad, y de quién depende dentro de la estructura corporativa, el apoyo recibido por parte de la cúpula directiva, así como si cuenta con apoyo externo. También entenderemos cuáles son los ejes necesarios de trabajo en este área.

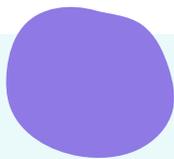


Clima laboral existente

La visibilidad normalizada de las personas LGBT+ en sus trabajos es clave para su desarrollo profesional e impacta su productividad. Aunque la decisión de visibilizarse en el trabajo es, en última instancia, responsabilidad de la propia persona LGBT+, los motivos por los que deciden ocultarse también están estrechamente relacionados con los niveles de hostilidad que se perciben en el entorno laboral, pues necesitan encontrar un clima de respeto y confianza en su entorno profesional, así como contar con la presencia de managers y colegas que sean percibidos como personas 'aliadas' [24]. Por ello haremos un diagnóstico del clima laboral que existe en la actualidad en las empresas españolas, y de la percepción de situaciones de discriminación implícita (ej: renuncia a medidas de conciliación y beneficios laborales) o explícita (ej: lenguaje y comportamientos poco inclusivos).

[23] [6 Indispensable Pillars Of Organizational Culture](#), Forbes (2023)

[24] [Making the Invisible Visible](#). Cornwell, John, Ragins, Belle y Singh, Romila (2007).



Acciones de inclusión emprendidas

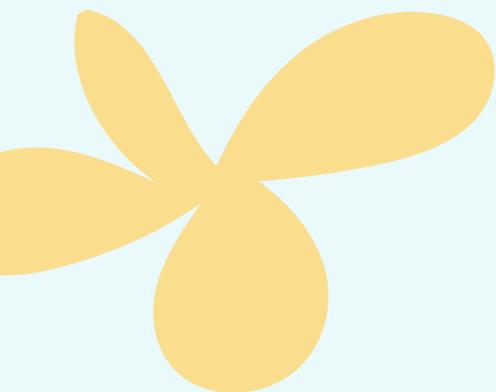
Veremos en nuestro análisis **cuáles son las acciones de inclusión de la diversidad LGBT+ que ponen más frecuentemente en marcha** aquellas empresas que ya tienen un recorrido en España y valoraremos si son suficientes para seguir avanzando. Observaremos, en particular, si se están implementando medidas de sensibilización adecuadas pues, cuando se pregunta a la plantilla dentro de las empresas, en un 54% consideran que son temas que forman parte de la vida privada y, por tanto, no deben ser abordados en el trabajo [25]. Asimismo, comprenderemos cuáles son las barreras que impiden a muchas empresas rezagadas con respecto al desarrollo de planes de D&I LGBT+ ponerlos en marcha.



Resultados obtenidos

Cuando las empresas cuentan explícitamente con un plan corporativo de diversidad que incluye explícitamente a las personas LGBT+, así como con el apoyo sostenido de la organización y una plantilla suficientemente sensibilizada, **el clima laboral mejora significativamente** y las personas LGBT+ presentan un mayor grado de motivación y compromiso con sus organizaciones y un menor conflicto entre el contexto privado y el laboral, impactando positivamente su productividad. [26]

También se ha demostrado **una mejora de la imagen corporativa de la empresa y su marca empleadora**: según el estudio de Manpower 2023 [27] *"Diversity at work"*, el 36% de las personas LGBT+ descarta presentarse a empresas que no tengan políticas de D&I claras cuando buscan empleo. Esta cifra supera el 50% para los menores de 25 años. Además, numerosas veces se han apuntado a mejoras en el modelo de liderazgo, desarrollo del negocio, conectar mejor con sus clientes e impacto en la sociedad. Con nuestro análisis, cuantificaremos de manera concreta todos los beneficios que tiene para las empresas incluir a la diversidad LGBT+ en sus programas corporativos de diversidad, así como entender los futuros retos y oportunidades de esta materia en España.



[25] [La Diversidad LGBT en el Contexto laboral Español](#). Consultora mpátika* (2018)

[26] [The relationship among reported disclosure of sexual orientation, anti-discrimination policies, top management support and work attitudes of gay and lesbian employees](#). Day, Nancy y Schoenrade, Patricia (2000).

[27] [Diversity at work](#). ManpowerGroup (2022)

Contexto internacional: Agenda 2030 y gestión de la diversidad LGBT+ en las empresas

Involucración de las empresas con los derechos humanos

“Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos”: así lo afirma el artículo 1 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Sin embargo, en el mundo existen diferentes contextos y colectivos en los que esta promesa no se traslada a la realidad, como es el caso de las personas del colectivo LGBT+.

Hasta finales de la década de 1990, la mayoría de las empresas eran reacias a reconocer que tenían responsabilidades en materia de derechos humanos, argumentando que abordar estos derechos era solo una obligación de los gobiernos.

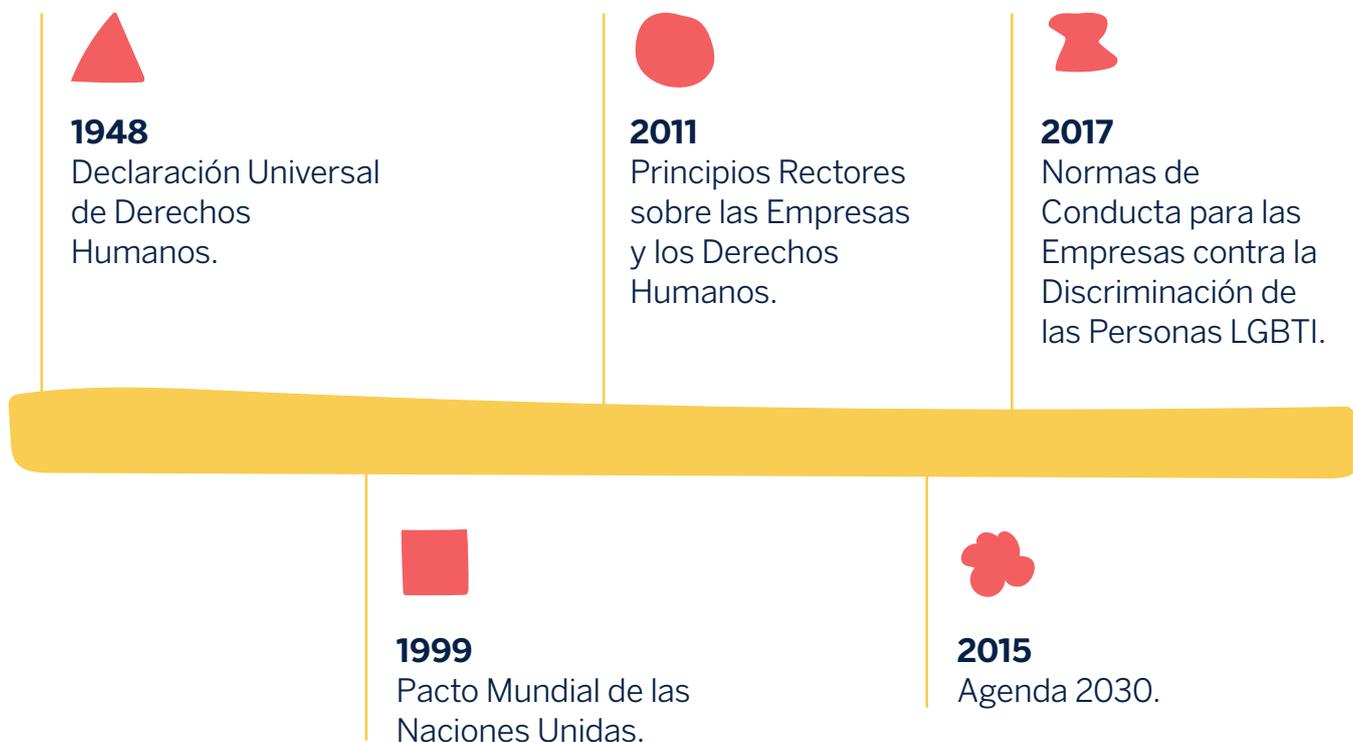
En 1999, las Naciones Unidas pusieron en marcha el **Pacto Mundial de la ONU**, la mayor iniciativa de responsabilidad corporativa de la historia, para involucrar a las empresas en el respeto de los principios universales y contribuir a una economía mundial más sostenible e integradora. Los **Diez Principios del Pacto Mundial** como valores esenciales desde el nacimiento de la iniciativa, ofrecen a las empresas una guía para hacer negocios de manera responsable respetando los derechos humanos de todas las personas

vinculadas al negocio. En concreto, el **Principio 6 busca apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.**

Diez años más tarde, en 2011, el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas aprobó los [Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos](#), marco que afirma que es responsabilidad de todas las empresas respetar los derechos humanos. Este subraya explícitamente que, si bien el Estado tiene la obligación de respetar, proteger y cumplir los derechos humanos en virtud de la legislación internacional, las empresas tienen la responsabilidad de actuar con la diligencia debida para evitar vulnerar los derechos humanos de terceros y hacer frente a los efectos nocivos que puedan haber causado, independientemente de las acciones del Estado.

Normas de conducta para las empresas

Progresión desde la Declaración Universal de los Derechos Humanos



En 2015, 193 Estados miembros de la ONU adoptaron por unanimidad la **Agenda 2030** como el marco global para guiar los esfuerzos de todos los agentes de la sociedad hacia un mundo mejor, más próspero y sostenible. Los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** incluidos en esta agenda, tienen el objetivo común de “no dejar a nadie atrás”, abarcando por supuesto a las personas LGBT+. Concretamente el **ODS 10 Reducción de las desigualdades** contiene metas específicas sobre potenciar y promover la inclusión de todas las personas independientemente de cualquier condición. La consecución del conjunto de los 17 ODS será imprescindible para garantizar que nadie se quede atrás en ningún ámbito de la sociedad. A su vez, es importante señalar que

lograr estos objetivos será imposible si las personas LGBT+ no son incluidas.

Dos años más tarde, en 2017, con el objetivo de ofrecer orientación práctica a las empresas sobre cómo respetar y apoyar los derechos de este colectivo en el ámbito empresarial, fueron presentadas por el Alto Comisionado de la ONU para los Derechos Humanos las [Normas de Conducta para las Empresas contra la Discriminación de las Personas LGBTIQ+ de la ONU](#). Resultado de un proceso de consultas facilitadas por la Oficina de la ONU para los Derechos Humanos y el Instituto de Derechos Humanos y Empresas, incluyendo reuniones regionales con representantes de empresas líderes de todo el mundo.

Incorporación de la diversidad LGBT+ en la agenda corporativa internacional

Las “Normas de Conducta para las Empresas contra la Discriminación de las Personas LGBTIQ+” de la ONU están basadas en la normativa internacional en torno a los derechos humanos y son complementarias a los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y los Derechos Humanos.

En concreto, estas Normas de Conducta **buscan ayudar a las empresas a examinar sus políticas y prácticas, así como a establecer nuevas estrategias**

para respetar y promover los derechos humanos de las personas LGBT+.

Son el primer estándar aceptado a nivel internacional sobre el rol y la responsabilidad de las empresas de respetar los derechos de las personas LGBT+ en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad.

Estas normas interpelan a las empresas a ejercer como agentes de cambio social en materia de diversidad e inclusión LGBT+ a través de 5 directrices básicas:

1

Respetar los derechos humanos de las personas LGBT+ *en todo momento*

2

Eliminar la discriminación en el *entorno laboral*

3

Prestar apoyo a las personas LGBT+ *en el lugar de trabajo*

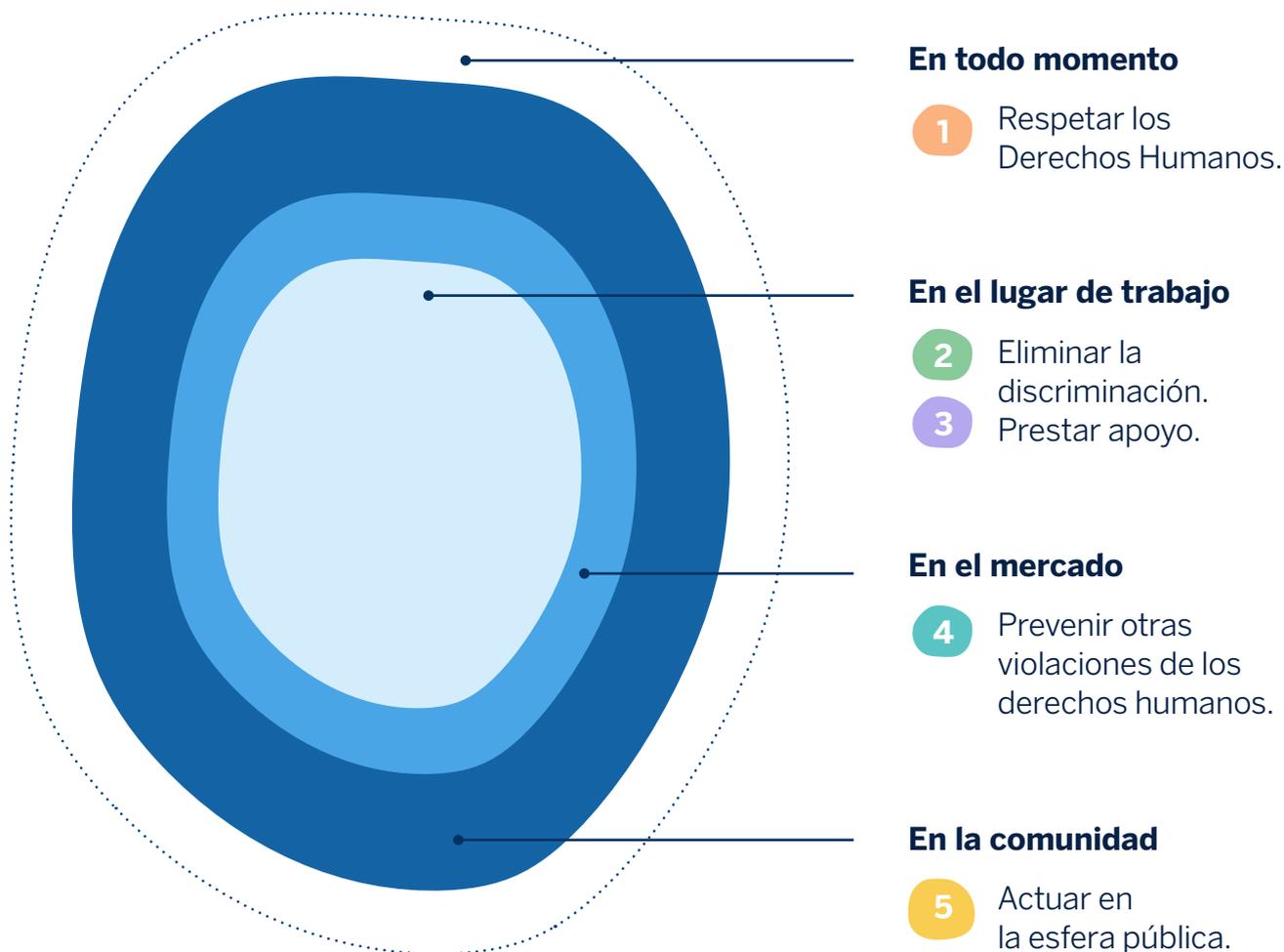
4

Prevenir otras violaciones de los derechos humanos de las personas LGBT+ *en el mercado*

5

Actuar en la *esfera pública* a favor de los derechos de las personas LGBT+

Las cinco normas



Mientras que, en la primera norma, el respeto de los derechos es transversal y se aplica a todos los niveles y en todos los ámbitos de la actividad empresarial, el resto se aplican en un contexto específico del lugar de trabajo, el mercado o la comunidad en general.

Resumen de conclusiones

Cuando hablamos de gestión de la diversidad corporativa, en general, en España, en realidad estamos hablando de igualdad de género, así como de personas con discapacidad, ambas obligatorias por ley. **Las llamadas 'diversidades invisibles', que afectan a la identidad de la persona (diversidad LGBT+, diversidad cultural o religiosa, diversidad cognitiva, etc) no tienen aún el desarrollo suficiente en las empresas.**

Sin embargo, en los últimos años ha habido un avance importante y **la diversidad LGBT+**, que era una de las más invisibilizadas y desconocidas, ya **es la tercera que más se gestiona en las empresas. El 49% de las grandes empresas encuestadas lleva a cabo acciones** varias veces al año para gestionarla de manera explícita, movidas por el deseo de generar un clima laboral inclusivo e igualitario, la coherencia con su política corporativa internacional o estar preparadas para cumplimientos normativos.

Este avance se produce especialmente en los últimos 5 años, coincidiendo con la aparición de REDI como foro corporativo experto en D&I LGBT+. De hecho, el 52% de las empresas REDI consideran tener un clima laboral abierto y normalizado con relación a la diversidad LGBT+, frente al 29% para el resto de las empresas. Colaborar con entidades como REDI y Pacto Mundial permite a las empresas intercambiar buenas prácticas de inclusión, fomentar la participación de la plantilla en la estrategia de D&I y avanzar más rápidamente hacia el cambio cultural.

Las empresas más avanzadas que están inspirando al resto de la industria **se encuentran principalmente en Madrid y pertenecen a los sectores de Tecnología y Telecomunicaciones, Auditoría y Consultoría, sector Biofarmacéutico y sector Gran Consumo.** Entre las áreas de actividad más rezagadas se encuentran sectores tradicionalmente más 'masculinizados' como el sector de la Construcción, la Ingeniería e Industria, el sector Energético y el sector de la Banca. **Son principalmente empresas de más de 1000 personas empleadas** que han impulsado este cambio gracias a una mayor estructura y recursos, así como a la necesidad de homogeneizar sus políticas internacionales. Por ello presentan un mayor compromiso con las acciones de inclusión y su plantilla LGBT+ está más visibilizada que en las empresas de menor tamaño. Por el contrario, **las empresas de 250-1000 personas empleadas parecen no estar haciendo lo suficiente** para la gestión de la diversidad, pues solo el 42% tienen un cargo interno responsable de D&I frente al 76% de las empresas mayores.

Este avance de los últimos años no es tan marcado en las empresas del IBEX 35: aunque 26 de ellas han participado en el estudio, sólo 9 gestionan de manera habitual la diversidad LGBT+, estando muy por debajo de la media de empresas encuestadas. **La cultura corporativa española aún no considera de forma amplia las cuestiones LGBT+, manteniendo determinados sesgos culturales que vienen heredados de nuestra sociedad, que todavía no es lo suficientemente inclusiva a pesar de las**

leyes. Esto supone un freno al desarrollo de la D&I LGBT+. Otras grandes empresas que operan en España, siguiendo sus políticas globales, que suelen estar originadas en países donde llevan más tiempo trabajando esta diversidad, están mucho más avanzadas y dedican mayores recursos a esta materia.

Para que la gestión de la diversidad LGBT+ sea una realidad en las empresas del IBEX 35 y el resto de empresas que no la están contemplando, es necesario:

1

Combatir la desinformación: el 59% de los responsables de RRHH y diversidad de aquellas empresas que no trabajan la diversidad LGBT+ no cree que exista desigualdad en su empresa, el 21% no cree que, ni siquiera, exista discriminación en España hacia las personas LGBT+, y el 35% declara que es un tema privado a evitar en el ámbito laboral.

2

Convencer a la Alta Dirección que, aunque ya es en su gran mayoría aliada de la igualdad de género (81%) y las personas con discapacidad (69%), este respaldo desciende al 30% entre las empresas que no trabajan la D&I LGBT+.

3

Tener una estrategia transversal, con un plan de acción y objetivos específicos y que no se delegue exclusivamente en RRHH, sino que involucre al resto de funciones y cuente con un órgano o cargo especializado en diversidad, y con un apoyo extra de los cargos intermedios y de consultoría externa.

4

Contar con el respaldo de la plantilla: solo el 31% de la plantilla apoya la diversidad LGBT+ en las empresas donde ésta no se gestiona.

Gestionar la D&I LGBT+ tiene innegables beneficios para las empresas, destacándose los siguientes:

Generación de espacios más seguros e inclusivos para las personas LGBT+ (80% de las empresas)

Mayor uso del lenguaje inclusivo (79%)

Cambios positivos en la cultura corporativa (71%) y en el clima laboral (62%)

Mejora de la marca empleadora y visibilidad en el mercado (57%)

Desarrollo del liderazgo de las personas LGBT+ empleadas (51%)

Mejora del impacto social y reputacional (49%)

Refuerzo del cumplimiento normativo (36%)

Por el contrario, la falta de compromiso con la D&I LGBT+ en muchas empresas sigue generando **situaciones discriminatorias y provoca que las personas LGBT+ renuncien hasta un 26% más a medidas de conciliación o derechos laborales** (permiso por matrimonio, beneficios de salud

corporativos, permiso por adopción, cambio de nombre, etc.) Es preocupante el hecho de que, en un país donde ya se han conseguido gran igualdad de derechos, las personas LGBT+ no se atreven a ejercerlos por miedo a visibilizarse. Y es que **la visibilidad percibida de las personas LGBT+ es mucho menor en empresas** que no gestionan la D&I LGBT+ y el clima laboral es poco inclusivo. El miedo a no ser aceptadas las obliga a permanecer en el armario en mayor medida que en las empresas que ya están abordando de manera explícita la D&I LGBT+: hombres gays “visibles en las empresas” 65% vs 92%, mujeres lesbianas 48% vs 82%, personas bisexuales 22% vs 48%, personas trans 10% vs 35%. Los hombres gays siguen siendo los que gozan de mayor visibilidad, por lo que **son necesarias políticas específicas para apoyar a las mujeres lesbianas, personas bisexuales, transexuales e intersexuales.**

Sin embargo, las perspectivas de futuro son favorables: el 60% de las empresas que aún no abordan programas de diversidad LGBT+ tiene previsto empezar a hacerlo en los próximos 3 años. Más allá de la obligación normativa que tienen las empresas de más de 50 personas trabajadoras de implantar políticas de D&I LGBT+ para cumplir con la ley 4/2023, la inclusión del colectivo LGBT+ se está revelando un tema estratégico para el sector empresarial, no solo por los beneficios de negocio, si no **por su papel como agentes de cambio cultural hacia una sociedad más respetuosa e inclusiva**, en la que quepamos todas las personas, independientemente de nuestra orientación sexual, identidad o expresión de género, o características sexuales.

Objetivo del estudio

La finalidad del presente estudio es ayudar a empresas e instituciones a un **mejor entendimiento, planificación y gestión de la diversidad e inclusión LGBT+**, aportando datos concluyentes sobre el actual grado de gestión de dicha diversidad en las organizaciones en España, sus motivaciones y barreras, así como los beneficios obtenidos para la cultura corporativa, el clima laboral y la imagen y visibilidad de la empresa.

Para ello, nos hemos dirigido a una muestra suficiente de empresas afincadas en España a las que hemos preguntado por **su experiencia e interés en la gestión de la Diversidad e Inclusión (D&I) LGBT+**, comparando aquellas que ya la están gestionando de manera habitual dentro de sus programas corporativos con aquellas que aún no la están trabajando, o lo hacen de manera esporádica.

Comenzaremos nuestro diagnóstico entendiendo si, a la hora de emprender acciones corporativas explícitas con la inclusión de las personas LGBT+, las empresas ya tienen un recorrido y están familiarizadas con la gestión de la diversidad, en general, si cuentan con una estructura y apoyo corporativo suficiente, con un clima laboral y cultura de apertura, etc.

Valoraremos también las motivaciones que existen detrás del desarrollo de dichas acciones de D&I LGBT+ corporativas y cuáles son aquellas más frecuentemente utilizadas por las empresas, así como los resultados que se obtienen en la mejora del clima laboral y la cultura corporativa, el acceso al talento, la visibilidad e impacto social, etc.

Por último, abordaremos los principales retos a los que se enfrentan y los motivos para aquellas empresas que argumentan que aún no han comenzado a contemplar la gestión de esta diversidad.



Objetivos específicos

1

Elaborar un diagnóstico de la situación de gestión de la inclusión de la diversidad LGBTQ+ y del clima laboral en una muestra de empresas en España, principalmente grandes empresas (>250 personas empleadas), comparando aquellas con mayor experiencia y trayectoria con aquellas que aún no la tienen.

2

Entender qué acciones de inclusión de la diversidad LGBTQ+ se están llevando a cabo en los últimos años.

3

Valorar cuales son los resultados de dichas acciones tanto interna (transformación cultural mejora del clima corporativo, etc.) como externamente a la empresa (acceso al talento, visibilidad, impacto social, etc.)

4

Valorar cuáles son los 'drivers' que llevan a una mejor gestión de esta diversidad, **así como las barreras a su desarrollo** y revelar oportunidades que ayuden al diseño de futuras áreas de actuación.



Metodología y bases muestrales

Metodología

El presente estudio se ha realizado para BBVA por la Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTI (REDI) y Pacto Mundial de la ONU España con el objetivo de hacer un diagnóstico cuantitativo sobre la manera en la que se gestiona la diversidad LGBT+ en un conjunto de empresas, analizando cuáles son las razones y barreras para hacerlo/no hacerlo, las acciones que se están implementando y sus resultados.

Para cumplir con los objetivos de la investigación, se llevó a cabo un **estudio cuantitativo mediante una encuesta on-line** que fue diseñada por la consultora [mpátika*](#) y realizada por el instituto de investigación independiente Nielsen IQ en Marzo de 2023.

La encuesta estuvo **dirigida a responsables de RRHH y/o Diversidad de una muestra de casi 1000 empresas**, de las que se obtuvieron un total de **181 respuestas válidas**.

Para la obtención de la muestra se siguieron los siguientes requisitos de participación:

- Empresas afincadas en España, de una variedad de sectores.
- Una única respuesta por empresa.
- Adicionalmente, se buscó una muestra suficiente para analizar por separado a las empresas pertenecientes al IBEX 35, así como a aquellas asociadas a REDI y al Pacto Mundial de la ONU España.

No hubo cuotas específicas, pero se aseguró una composición muestral suficiente en dos grupos diferenciados, que fueron analizados por separado y comparativamente:

Grupo 1 (test):

Empresas que ya están gestionando la Diversidad e Inclusión LGBT+ de manera habitual dentro de sus programas corporativos, es decir, emprenden acciones de manera recurrente o en varias ocasiones durante todo el año.

Grupo 2 (control):

Empresas que no la están trabajando, o lo hacen sólo de manera esporádica.

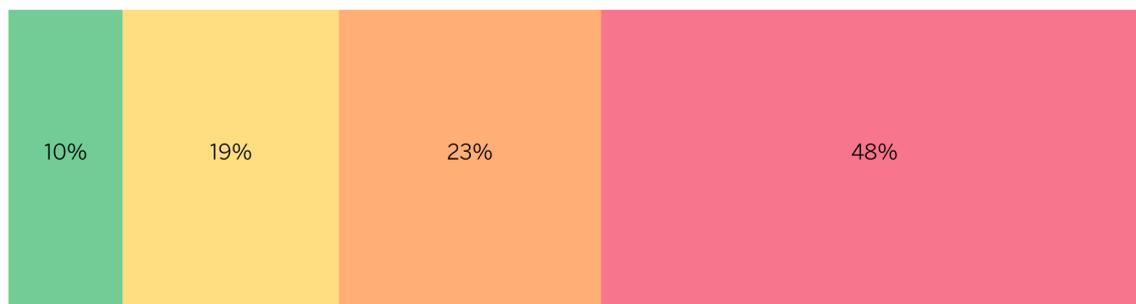
Bases muestrales

La base muestral del estudio se compone de un total de **181 empresas**, con las siguientes características:

Tamaño de la empresa en número de personas empleadas:

La muestra se compone, principalmente, de grandes empresas que, a su vez, se separaron en empresas grandes (entre 250 y 1000 personas empleadas) y muy grandes (más de 1000 personas empleadas)

- Hasta 50 personas empleadas
- Entre 50 y 250
- Entre 250 y 1.000
- Más de 1.000 personas empleadas



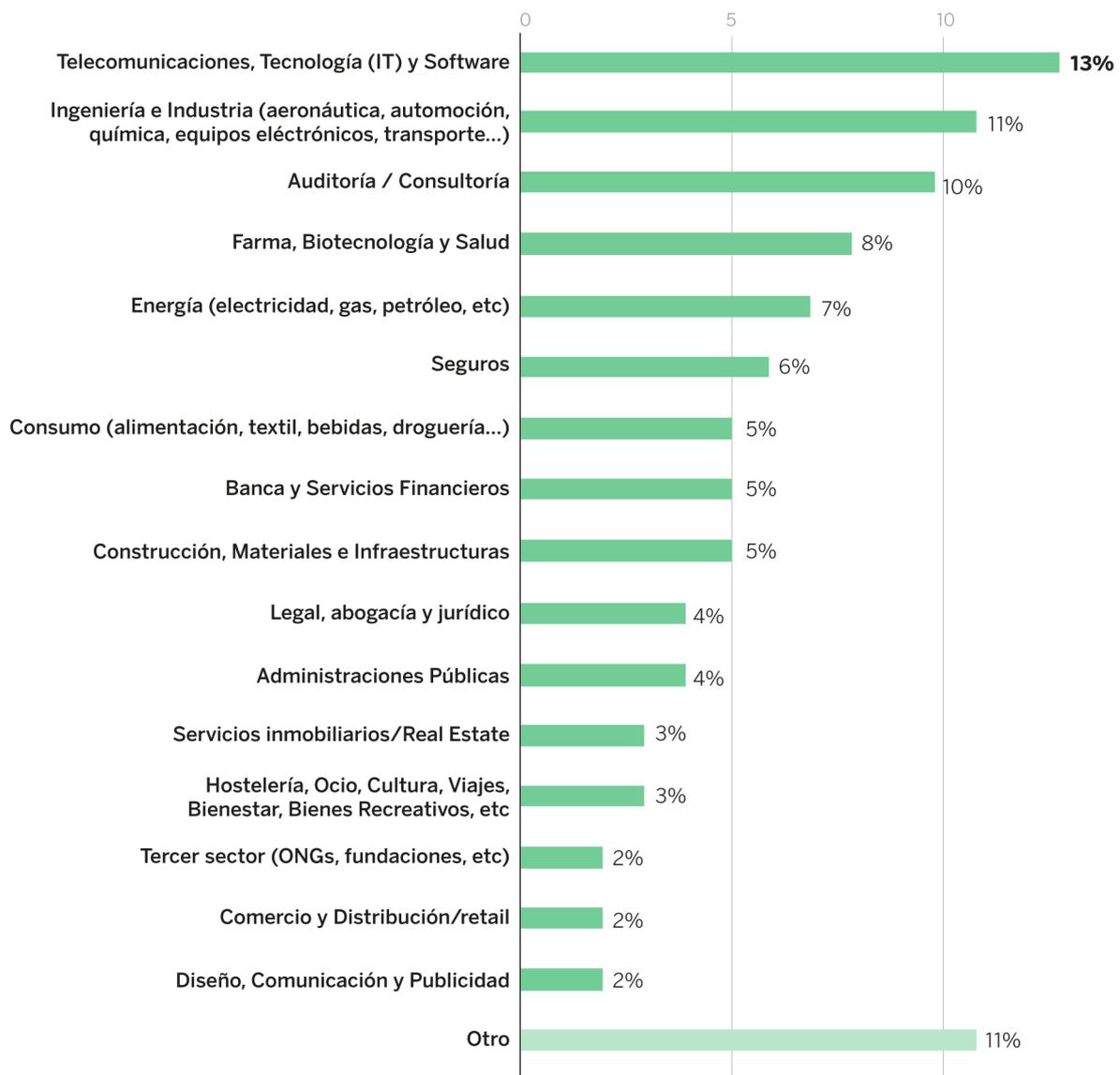
	número de respuestas	%
Hasta 50 personas empleadas	19	10%
entre 50 y 250	35	19%
entre 250 y 1000	41	23%
más de 1000	86	48%
Total	181	100%



Sectores de actividad:

Observando a las empresas encuestadas, vemos que casi la mitad de ellas provienen de cinco sectores de actividad principales:

- Tecnología y Telecomunicaciones (13%)
- Ingeniería e Industria (11%)
- Auditoría / Consultoría (10%)
- Farma, Biotecnología y Salud (8%)
- Energía (electricidad, gas, petróleo, etc) (7%)



Región donde desempeña su actividad la empresa:

Destacan, por su nivel de respuestas entre las empresas participantes en el estudio, las regiones de Madrid (62%) y Cataluña (13%)

CCAA	Total Empresas (181)	%
Madrid	111	62%
Cataluña	24	13%
País Vasco	10	6%
Andalucía	8	4%
Comunidad Valenciana	8	4%
Resto de España	20	11%
TOTAL	181	100%

Nivel de gestión de la diversidad e inclusión LGBT+:

Como podemos observar, hubo un reparto muy similar en los dos grupos analizados: de las 181 empresas participantes en el estudio, 89 (49%) ya están gestionando la Diversidad e Inclusión LGBT+ de manera habitual, mientras que 92 de ellas (51%) aún no lo hace.



Grupos corporativos estudiados:

Se obtuvieron, dentro de la muestra de 181 respuestas, las siguientes muestras de empresas pertenecientes al IBEX 35, REDI y/o Pacto Mundial de la ONU España, dándose duplicaciones entre las mismas.

Grupo corporativo al que pertenecen las empresas participantes	Total Empresas (181)	%
IBEX 35	26	14%
REDI	94	52%
Pacto Mundial de la ONU España	90	50%
Sin clasificar	30	17%

Limitaciones del estudio

1

Representatividad de la muestra: la muestra no pretende ser representativa del contexto laboral español, pues se centra principalmente en grandes empresas y en la comparativa de aquellas que gestionan de manera habitual la D&I LGBT+ vs las que no lo hacen, existiendo un sesgo hacia empresas pertenecientes a REDI y Pacto Mundial de la ONU España. Cabe esperar, por tanto, un posible sesgo hacia lo favorable.

2

Representatividad por tamaño de empresa: como ya hemos visto, el estudio se centra principalmente en grandes empresas con más de 250 personas empleadas que, generalmente, cuentan con los recursos necesarios para emprender acciones de D&I LGBT+ corporativas. Las conclusiones asociadas a la muestra de pequeñas y medianas empresas serán, por tanto, solo direccionales.

3

Representatividad por sectores y regiones: el estudio no persigue una base de representatividad por sectores o regiones, aunque destacan por su nivel de respuestas algunos de ellos de los que, en ocasiones, pueden extraerse conclusiones separadamente.

Análisis de los resultados

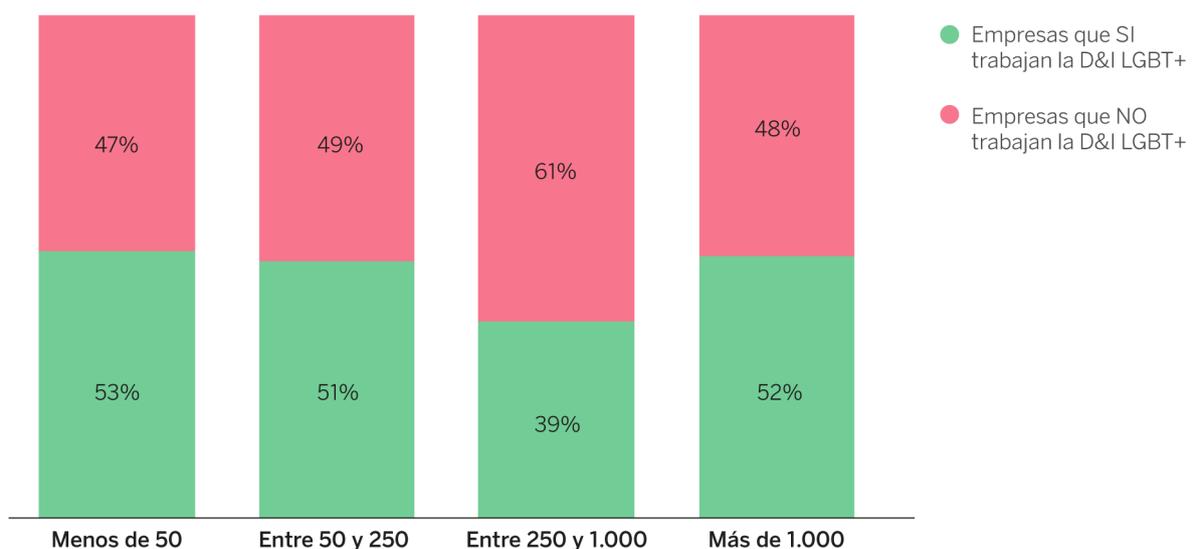
1 Análisis de la muestra

Oportunidad de desarrollo en las empresas entre 250 y 1000 personas

Al analizar el trabajo en Diversidad e Inclusión (D&I) LGBT+ en las empresas, como se puede observar en el gráfico inferior, podemos llegar a la conclusión que **hay una oportunidad de desarrollo en las empresas de entre 250 y 1000 personas,**

ya que la muestra del resto de tamaños de empresas resultó ser más equilibrada. Este primer aprendizaje se confirmará en el resto del análisis, donde veremos cuáles son las causas por las que estas empresas no han avanzado más en este aspecto.

Análisis de cada grupo de tamaño de empresa



Los avances están motivados por sectores concretos

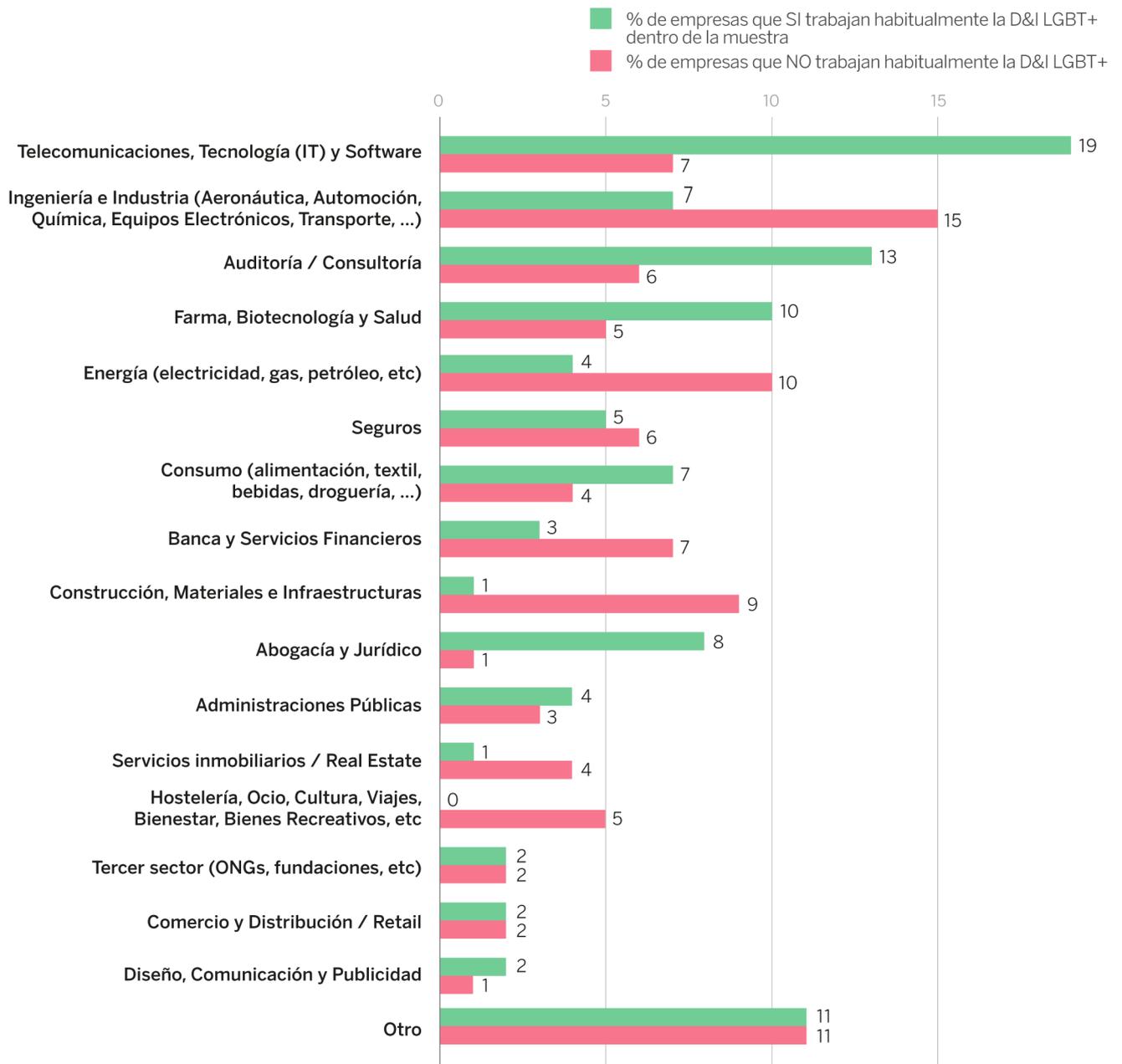
La muestra de empresas que han participado en el estudio se caracteriza por comprender una gran variedad de sectores. Sin embargo, se observa que casi la mitad de la muestra proviene principalmente de cinco actividades empresariales: Tecnología y Telecomunicaciones (13%), Ingeniería e Industria (11%), Auditoría / Consultoría (10%), Farma, Biotecnología y Salud (8%) y Energía (7%).

El análisis nos muestra que, a excepción de los sectores de Energía y de Ingeniería/ Industria, los otros 3 grandes sectores están liderando el trabajo en D&I LGBT+ junto con el de Gran Consumo, representando

el 36% de las empresas que la gestionan más activamente. Entre los sectores más rezagados se encuentran tradicionalmente aquellos más 'masculinizados' como el sector de la Construcción, la Ingeniería e Industria, el sector Energético y el sector de la Banca, a pesar de que grandes empresas dentro de estas áreas de actividad ya están liderando este trabajo de manera notoria y, sin duda, ejercerán de modelo al resto de empresas de su sector. Con respecto al sector Legal que, según estudios de 2019 era uno de los más rezagados, se ha observado un importante avance en los últimos años de la mano de grandes firmas de despachos legales.



Porcentaje de empresas por sectores

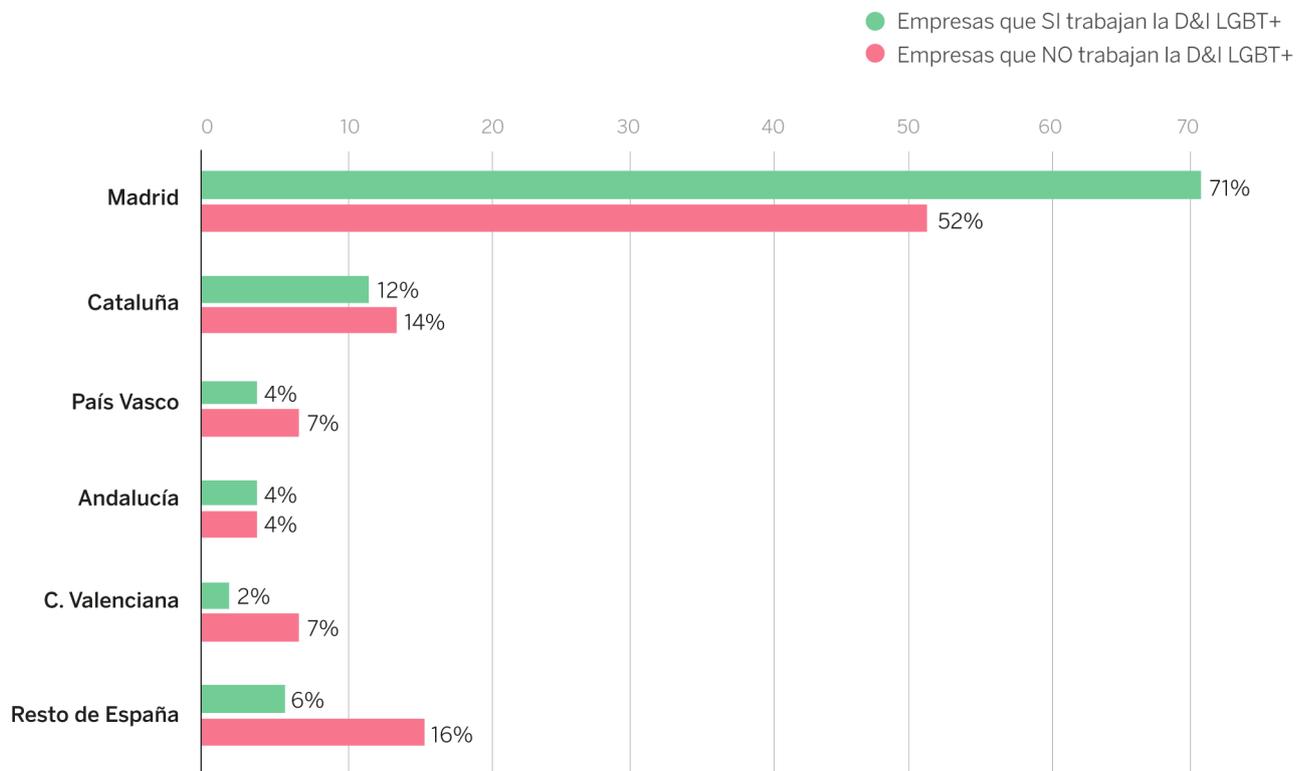


Madrid a la cabeza de los avances

Cuando observamos las regiones en las que se ubican las empresas encuestadas, vemos que Madrid destaca, tanto en el número de empresas que han participado

en el estudio (62%), como en el porcentaje de empresas que trabajan la D&I LGBT+ de manera activa (71%).

Región donde desempeñan su papel las empresas

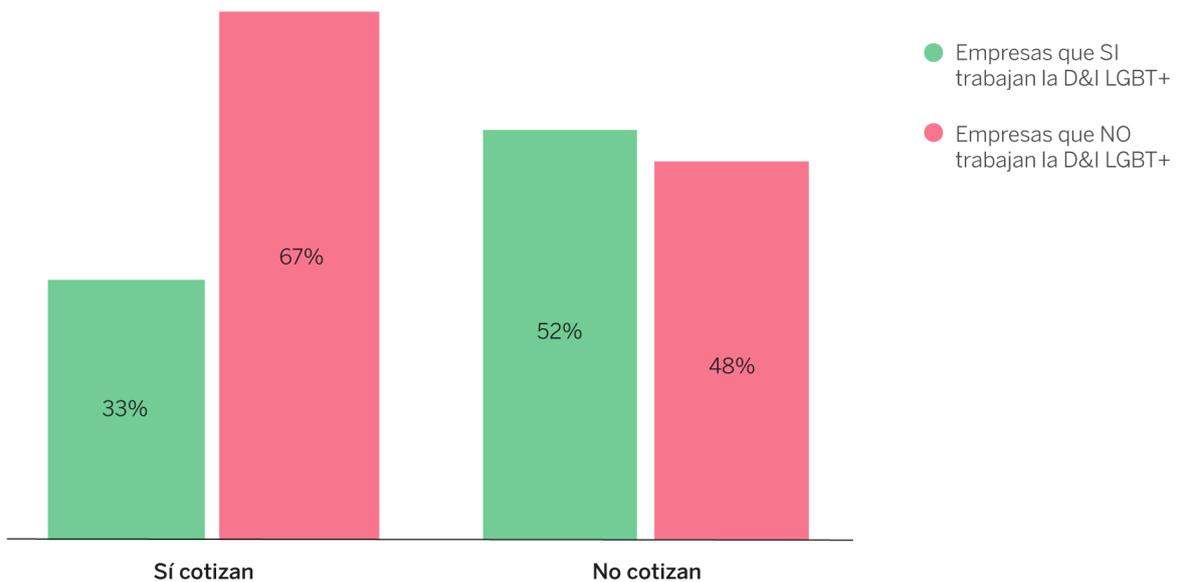


Cotizar en bolsa no garantiza un buen trabajo en Diversidad e Inclusión LGBT+

De las 181 empresas analizadas, el 15% son empresas cotizadas, lo que representa un 22% del total del grupo de cotizadas de España. Cuando analizamos este grupo, solo un 33% están trabajando la D&I LGBT+ de manera habitual, mientras que un 67% aún no lo hacen. Por el contrario, en las empresas no cotizadas, se observa que más de la mitad (52%) sí están

gestionando activamente esta diversidad. Podemos concluir, por tanto, que **cotizar en bolsa no influye en el desarrollo de programas para la gestión de la D&I LGBT+ dentro de las empresas**. Como se verá posteriormente, las empresas del IBEX 35 analizadas, como ejemplo de empresas cotizadas, no son un buen referente en cuanto a la gestión de la D&I LGBT+.

Empresas cotizadas

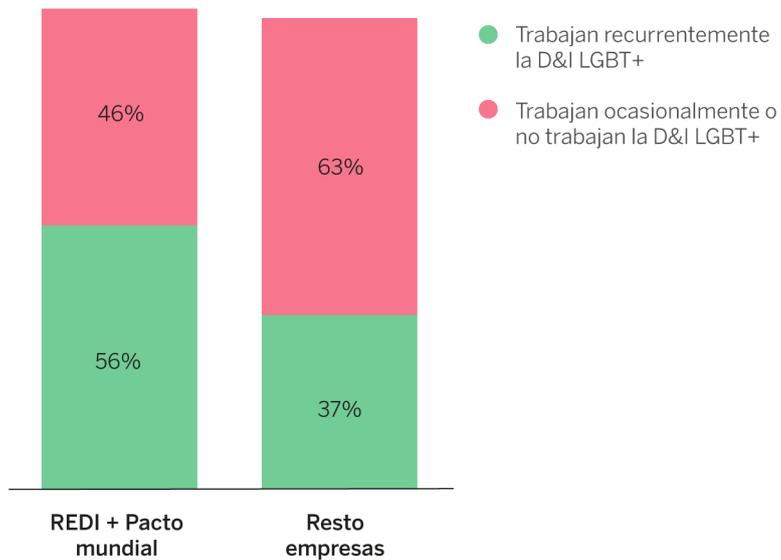




Formar parte de grupos corporativos cataliza los avances

Un gran porcentaje de las empresas de la muestra pertenecen a una o ambas iniciativas como son REDI y Pacto Mundial de la ONU España, cuyo propósito es impulsar el trabajo de la sostenibilidad entre el sector empresarial

español. Muestra de ello es que el 56% de las empresas que pertenecen a una o ambas organizaciones están trabajando la diversidad LGBT+ por encima de aquellas que no pertenecen a ninguna iniciativa.



2 Diagnóstico de la gestión de la diversidad LGBT+ en España

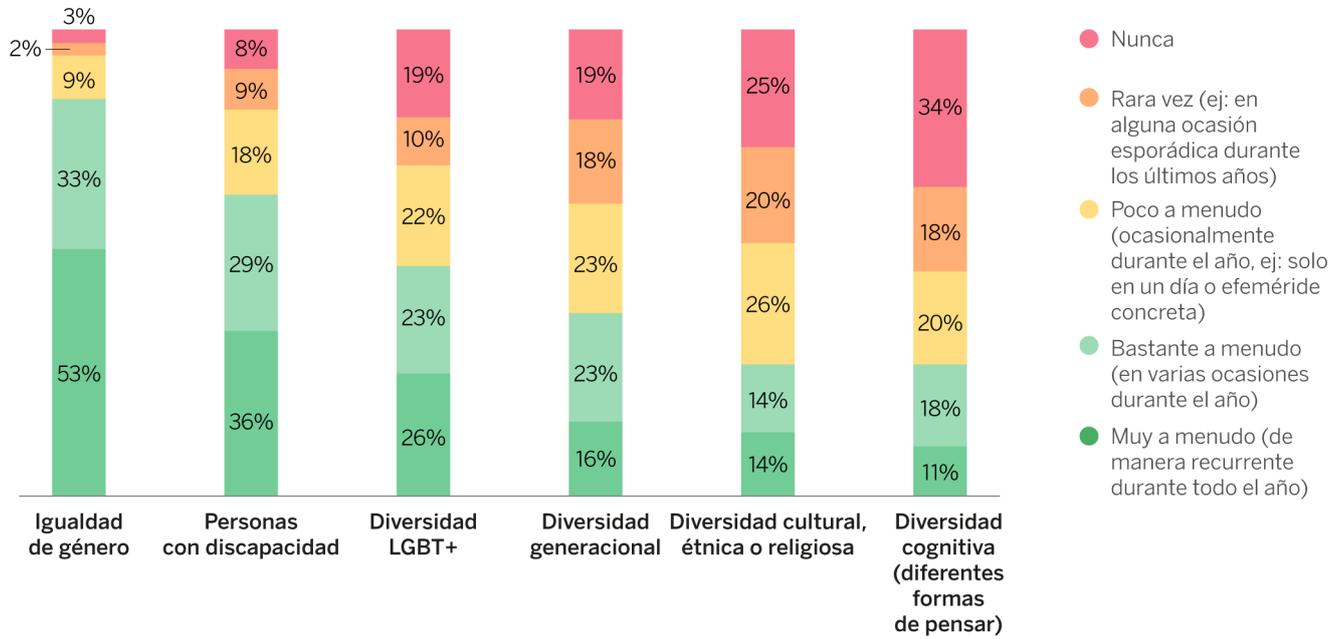
La diversidad LGBT+ ya es la tercera que más se trabaja

Ya que el objetivo del estudio es entender el alcance de la gestión de la diversidad LGBT+ dentro del proyecto corporativo, hemos empezado preguntando qué diversidades se trabajan con mayor frecuencia en las empresas.

Destacan, por su frecuencia, **la igualdad de género, trabajada por el 86% de las empresas encuestadas, y la diversidad referida a las personas con discapacidad, que se trabaja habitualmente en el 65% de las empresas.** Ambas diversidades son el punto de partida de cualquier programa corporativo de diversidad, pues han estado motivadas por el marco legal vigente: la

integración de las personas con discapacidad en el ámbito laboral es obligatoria desde el año 1982 (Ley 13/1982), que obliga a las empresas de más de 50 personas a tener, al menos, un 2% de su plantilla que forme parte de ese colectivo. Por otra parte, los Planes de Igualdad para garantizar la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres fueron obligatorios para empresas de más de 250 personas trabajadoras desde el 2007 (Ley 03/2007) y, posteriormente, se aprobó por decreto que esta medida se aplicaría para todas las empresas de más de 100 personas y, a partir de marzo de 2022, para todas las empresas de más de 50 personas empleadas.

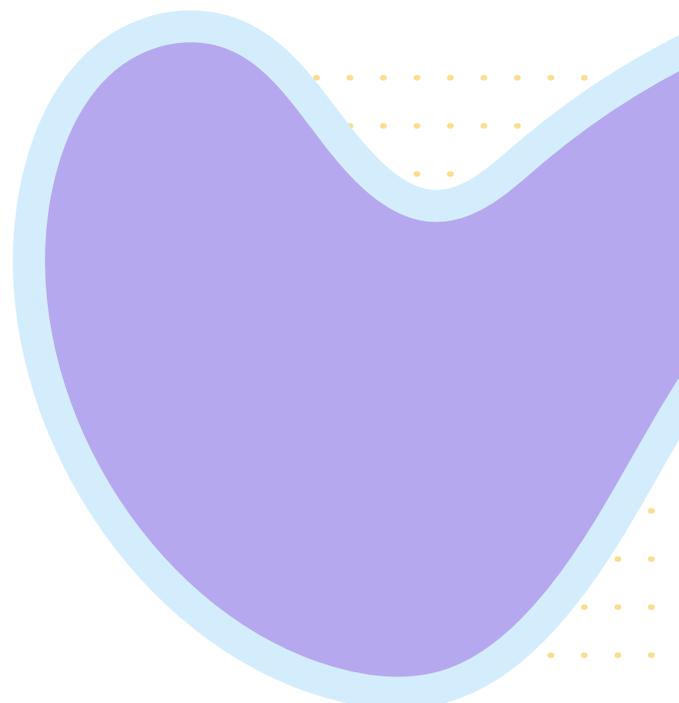
Frecuencia con la que se gestiona la diversidad en la empresa



Base total empresas encuestadas (181)

Pregunta: En una escala de 1 a 5, donde 5 es “muy a menudo” y 1 es “no se realizan nunca”, ¿con qué frecuencia su empresa emprende acciones corporativas para gestionar, en España y de manera explícita, las siguientes diversidades?

De ser prácticamente una ‘recién llegada’, **la diversidad LGBT+ es ya la tercera diversidad con mayor grado de gestión activa:** el 49% de las empresas emprende acciones corporativas ‘bastante’ (26%) o ‘muy a menudo’ (23%), por encima ya de la Diversidad Generacional (39%), la Diversidad Cultural, Étnica o religiosa (28%) y la Diversidad Cognitiva (29%).



Y ello a pesar de que la inclusión LGBT+ en el entorno laboral, solo se ha empezado a abordar desde un punto de vista legislativo a partir de la Ley 4/2023, de 28 de febrero, *"para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGBTI"* [28]. Esta ley obliga a todas las empresas con más de 50 personas trabajadoras a tener iniciativas específicas para favorecer la inclusión LGBT+ en el mercado laboral. Previamente a ella, la llamada *'Ley Zero, Ley 15/2022 para la igualdad de trato y la no discriminación'* mencionaba, específicamente, la orientación sexual e identidad de género con referencia a la protección contra la discriminación: *"nadie podrá ser discriminado por razón de nacimiento, origen racial o étnico, sexo, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación o identidad sexual, expresión de género, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social"* [29]. Estos cambios legales favorecerán, por lo tanto, **un incremento de planes concretos para la inclusión de la diversidad LGBT+ dentro de las empresas** y la creación de espacios de trabajo más respetuosos hacia la identidad de género, orientación sexual y características sexuales de la plantilla.



[28] [Ley 4/2023 de 28 de febrero](#). Boletín Oficial Del Estado (2023)

[29] [Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación](#). Boletín Oficial Del Estado (2022)

La gestión de la diversidad LGBT+ es reciente pero creciente

Si analizamos el tiempo que llevan la mayoría de las empresas incorporando de manera explícita a la diversidad LGBT+ en sus programas corporativos, vemos que la media son 3 años. De hecho, el **75% de las empresas que han iniciado este trabajo lo han hecho en los últimos 5 años**. En los extremos, encontramos un 10% de 'veteranas' (es decir, compañías que gestionan la diversidad LGBT+ desde hace más de 10 años) y un 6% de 'recién llegadas' (compañías que gestionan la diversidad LGBT+ desde hace menos de un año).

Como veremos posteriormente, la aparición de REDI precisamente hace 5 años (febrero 2018) como foro de referencia corporativo y experto en diversidad e inclusión LGBT+ en España, ha sido el catalizador de los avances en este aspecto.



Tiempo que lleva la empresa trabajando la D&I LGBT+



Base Total empresas que trabajan la diversidad LGTBI (89)

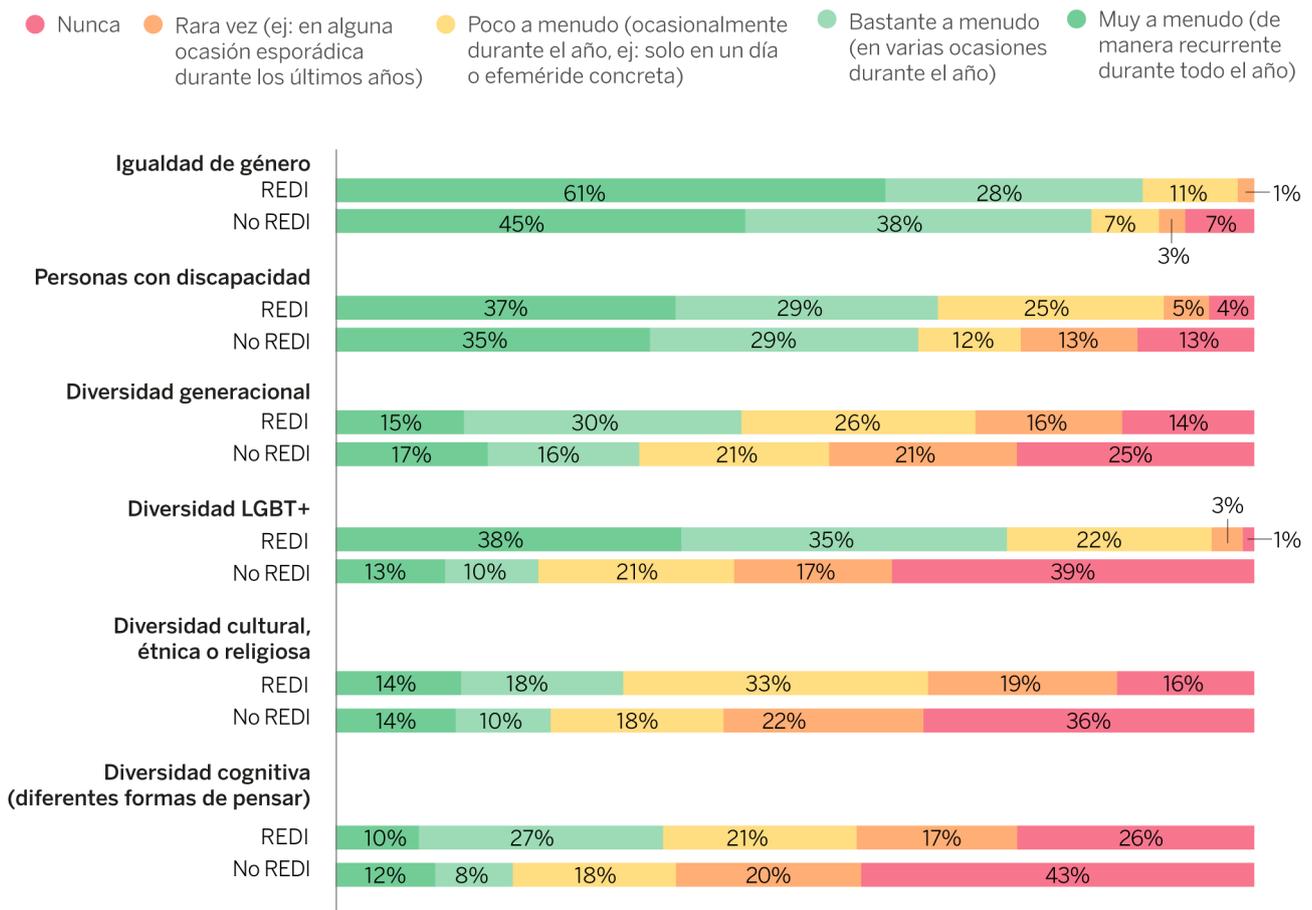
P: ¿Desde hace cuánto tiempo su empresa gestiona, de manera explícita, la diversidad LGBT+ en España?

REDI está cambiando el paradigma con respecto a la D&I LGBT+ en las empresas

En el siguiente cuadro se muestra el grado de gestión de las diversidades entre aquellas empresas adheridas a REDI y las no adheridas a la red. Como era esperable, **las empresas adheridas a REDI presentan un mayor nivel**

de concienciación con la diversidad LGBT+: el 73% de ellas hacen una gestión activa de la diversidad LGBT+ ('muy a menudo' o 'bastante a menudo') mientras que, entre las no asociadas, esta cifra no supera el 23% (tres veces menos).

Frecuencia con la que se gestiona la diversidad en las empresas adheridas a REDI vs el resto



Base total empresas que pertenecen REDI (94) vs total empresas que NO pertenecen REDI (87)

P: En una escala de 1 a 5, donde 5 es "muy a menudo" y 1 es "no se realizan nunca", ¿con qué frecuencia su empresa emprende acciones corporativas para gestionar, en España y de manera explícita, las siguientes diversidades?

Llama la atención el hecho de que **las empresas dentro del ecosistema REDI son también significativamente más activas gestionando el resto de las diversidades**, incluso aquellas de reciente aparición en los entornos corporativos, como la diversidad cognitiva.

Más allá de su pertenencia a REDI, podría concluirse que, para apoyar explícita y abiertamente la diversidad LGBT+, **las empresas deben tener un recorrido**

de diversidad importante, al menos, considerarla una verdadera prioridad corporativa y trabajarla de manera activa y frecuente en todas sus variantes. También podría entenderse que existe un determinado tipo de cultura corporativa con el suficiente grado de apertura y respeto que permita abordar la inclusión de esta y otras diversidades, generar espacios de debate, compartir buenas prácticas y sensibilizar a la plantilla, como se verá posteriormente.

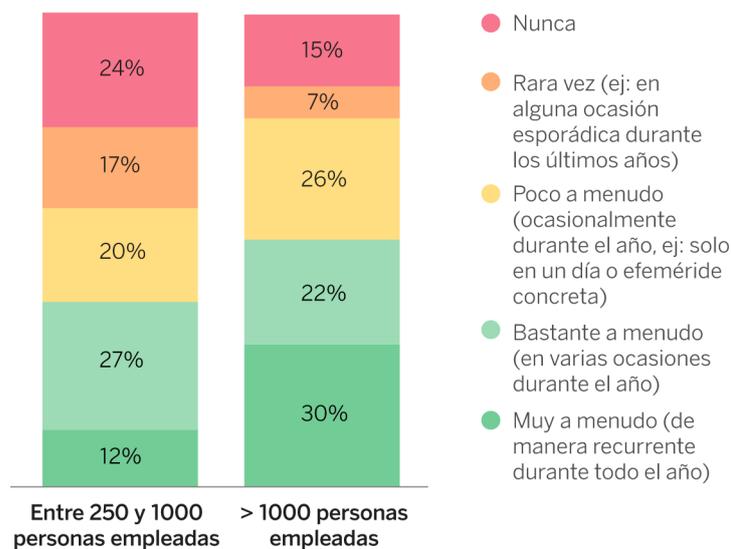


El tamaño de la empresa importa

Como vemos en el siguiente gráfico, son las empresas grandes las que están liderando este cambio cultural, pero se trata de las empresas con más de 1000 personas empleadas, mientras que existe una oportunidad en las empresas entre 250 y 1000

personas. Como veremos más adelante, estas empresas presentan como barrera principal la falta de estructura y de recursos adecuados, pero son suficientemente grandes como para conseguir esos apoyos si realmente se comprometen a ello.

Frecuencia con la que se gestiona la diversidad LGBT+ según el tamaño de empresa



Base total empresas +1000 personas (81) vs empresas entre 250 y 1000 (41)

P: En una escala de 1 a 5, donde 5 es "muy a menudo" y 1 es "no se realizan nunca", ¿con qué frecuencia su empresa emprende acciones corporativas para gestionar, en España y de manera explícita, las siguientes diversidades?

El motor del cambio cultural es el compromiso con la igualdad

Preguntando a las empresas que gestionan de manera activa la D&I LGBT+ cuáles son sus motivaciones, podemos agruparlas en 3 razones principales:



Generar un clima laboral inclusivo e igualitario: el 94% de las empresas que gestionan la diversidad LGBT+ lo hacen principalmente porque **están comprometidas con la creación de un ambiente de trabajo inclusivo para toda la plantilla**. Más de la mitad de las empresas (51%) entienden que la orientación sexual e identidad de género no son un tema privado, sino que afecta al día a día de las personas empleadas. Además, un 33% de las empresas encuestadas reconoce que las personas LGBT+ no tienen las mismas oportunidades laborales. A destacar también, que en un 34% de estas empresas, fueron las propias personas empleadas quienes requirieron trabajar esta diversidad.



Coherencia con su política

corporativa: un factor para la activación de programas de D&I LGBT+ en las empresas es **alinearse con su política corporativa internacional** (49%). Como ya hemos comentado, aunque España sea un país líder en derechos LGBT+, esta diversidad ha sido considerada ajena al contexto laboral y parte de los cambios que se operan en el ámbito laboral vienen dictados desde fuera. Concretamente, fue impulsada por las grandes multinacionales extranjeras, como demuestra el hecho de que para un 27% de las empresas estas políticas fueron explícitamente requeridas por su sede internacional.



Cumplimiento o 'compliance' legal:

casi la mitad de las empresas (45%) buscan adaptarse o adelantarse a las normativas legales en materia LGBT+ en España. Es previsible que este porcentaje aumente significativamente ya que la *Ley 04/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGBTI*, deberá ser apoyada por una hoja de ruta que especifique las acciones concretas y recursos de los cuales disponen las grandes empresas para llevar a cabo su plan de diversidad LGBT+.

Razones principales por las que las empresas trabajan la D&I LGBT+



Base Total empresas que trabajan la diversidad LGBT+ (89)

P: ¿Cuáles de las siguientes razones se ajustan a los motivos por los que su empresa gestiona la diversidad LGBT+ en España?

3 Diagnóstico del grado de inclusión de las personas LGBTQ+

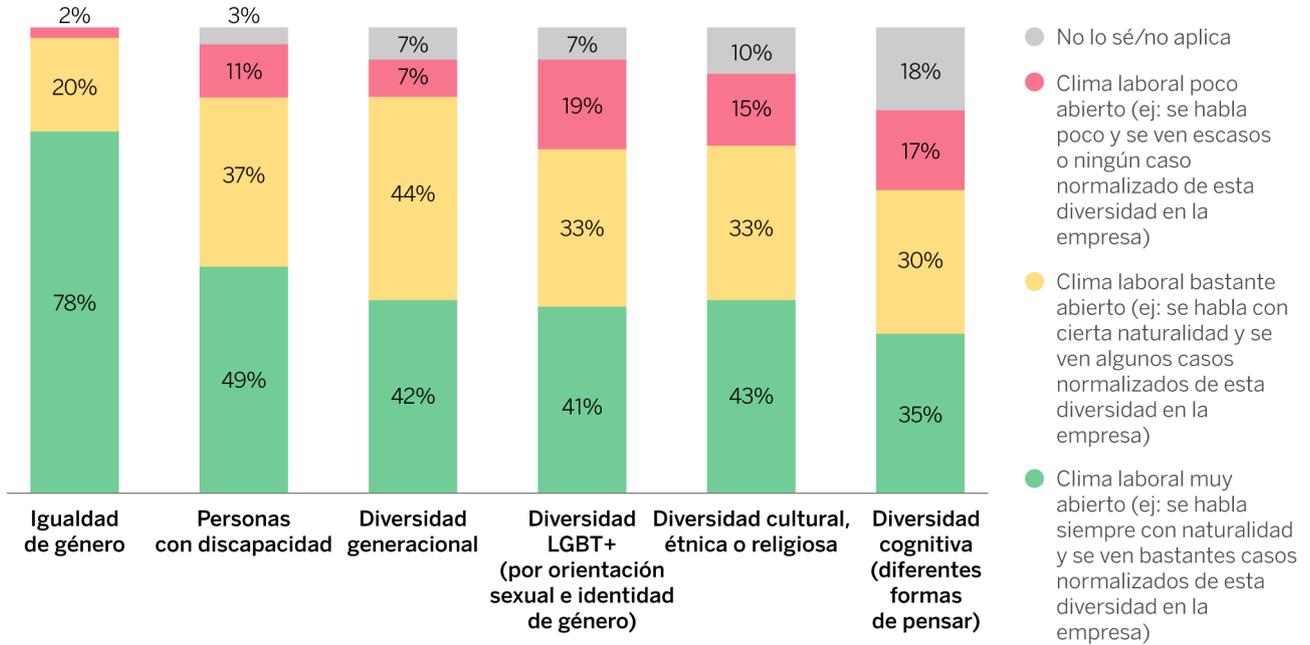
En este apartado del análisis veremos cuál es el clima laboral y el ambiente de inclusión con respecto a las diferentes diversidades en el contexto laboral, enfocándonos en cómo la gestión de la diversidad LGBTQ+ impacta sobre el mismo, así como sobre la igualdad de oportunidades.

El clima laboral es todavía poco abierto en España

Como podemos ver, según los responsables de RRHH y diversidad, solo el 41% de las empresas presenta un clima laboral muy abierto y naturalizado con las personas LGBTQ+, al igual que ocurre con otras 'diversidades invisibles': **se habla poco de ellas y se ven pocos casos normalizados en la empresa.**



Clima de apertura de las empresas con respecto a las diversidades



Base total empresas encuestadas (181)

P: En general, ¿cómo valoraría, el clima de apertura que se respira en su empresa con respecto a estas diversidades?

Aunque la igualdad de género ya parece haber sido asimilada dentro del clima laboral, **las empresas deben hacer un esfuerzo para entender la diversidad e**

inclusión como un proyecto transversal y transformar la cultura corporativa hacia la apertura y respeto a todas las diversidades.

Gestionar la D&I LGBT+ favorece el clima laboral

Es notable que en las empresas adheridas a REDI tienen un clima laboral netamente más abierto sobre las cuestiones LGBT+, pero también sobre la igualdad de género que las empresas que no forman parte de REDI, donde el grado de apertura es mucho menor. Como ya hemos visto, **hablar de manera explícita y normalizada de un tema tan sensible como es la diversidad**

LGBT+ potencia una cultura inclusiva de sensibilidad y empatía donde el clima laboral se ve favorecido. Más adelante veremos que existe una correlación entre el nivel de compromiso de la empresa con la diversidad, la sensibilización recibida y el clima laboral existente con respecto a las personas LGBT+.

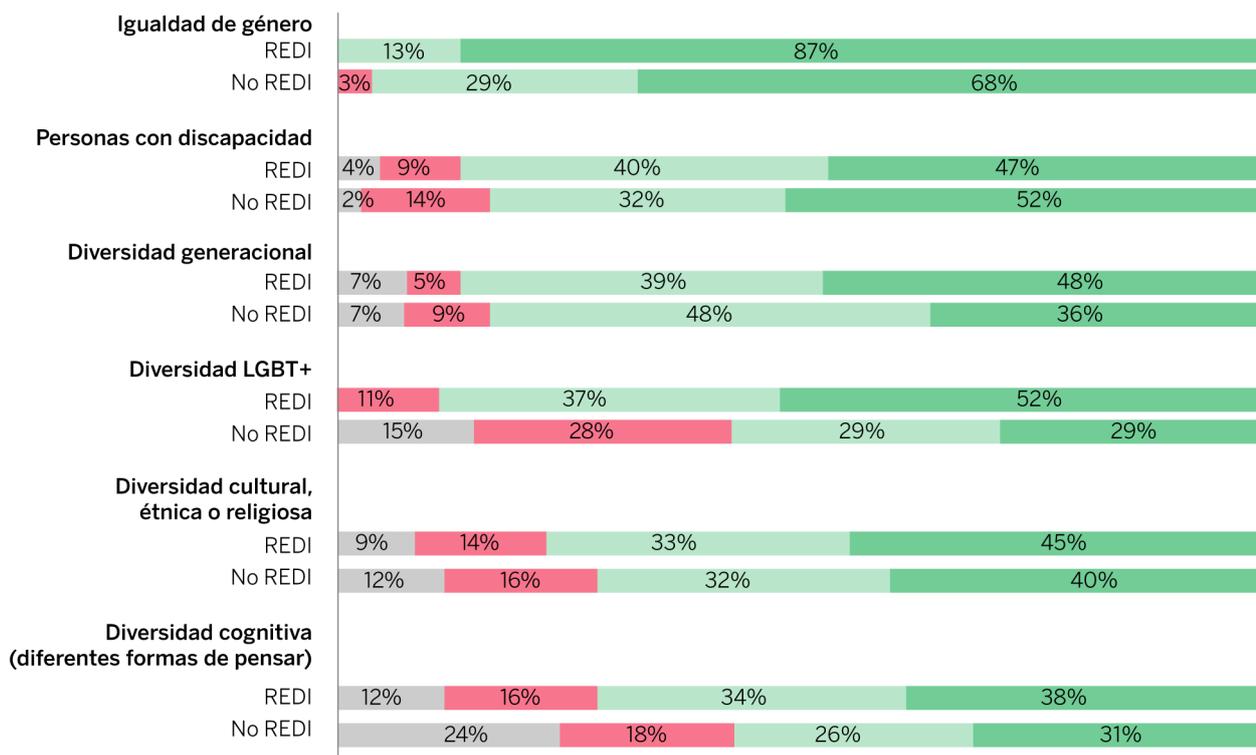


Entre las empresas que forman parte de REDI, el 52% dicen tener un clima laboral muy abierto y normalizado con relación a la diversidad LGBT+, frente al 29% para el resto de las empresas. Colaborar con entidades

expertas es una práctica que permite a las empresas intercambiar buenas prácticas de inclusión, fomentar la participación de la plantilla en la estrategia de D&I y por tanto favorecer el clima laboral.

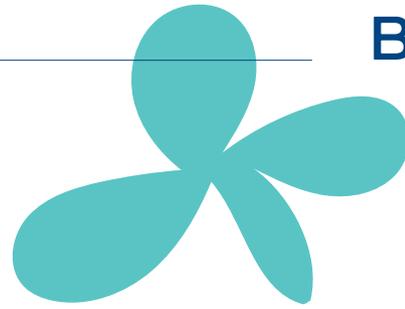
Clima de apertura de las empresas con respecto a las diversidades REDI vs resto

- No lo sé/ No aplica
- Clima laboral poco abierto (ej: se habla poco y se ven escasos o ningún caso normalizado de esta diversidad en la empresa)
- Clima laboral bastante abierto (ej: se habla con cierta naturalidad y se ven algunos casos normalizados de esta diversidad en la empresa)
- Clima laboral muy abierto (ej: se habla siempre con naturalidad y se ven bastantes casos normalizados de esta diversidad en la empresa)



Base total empresas encuestadas (181)

P: En general, ¿cómo valoraría, el clima de apertura que se respira en su empresa con respecto a estas diversidades? SA



El clima laboral empeora según crece el tamaño empresa

A pesar de que, como hemos visto, son las empresas más grandes las que tienen los recursos para trabajar en mayor medida la D&I LGBT+, parecen presentar un clima de menor apertura y normalización de la diversidad LGBT+. En las empresas pequeñas, el tamaño de la empresa permite que casi todos sus miembros se conozcan entre sí y es más probable que las personas intercambien y tejan lazos con miembros de otros departamentos, especialmente si la dirección de la empresa imprime un

ambiente de apertura y aceptación. Sin embargo, cuanto más grande se hace la empresa, más difícil es salirse del entorno de trabajo más cercano. La diversidad LGBT+ necesita un entorno de cercanía para manifestarse y este es más difícil de conseguir en empresas mayores. Por ello, **a medida que crece el tamaño de la empresa, menos inclusivo parece volverse el clima laboral hacia las personas LGBT+.**

Clima de apertura con respecto a las diversidades, según el tamaño de empresa



Base total empresas encuestadas: 181, 19, 35, 41, 86

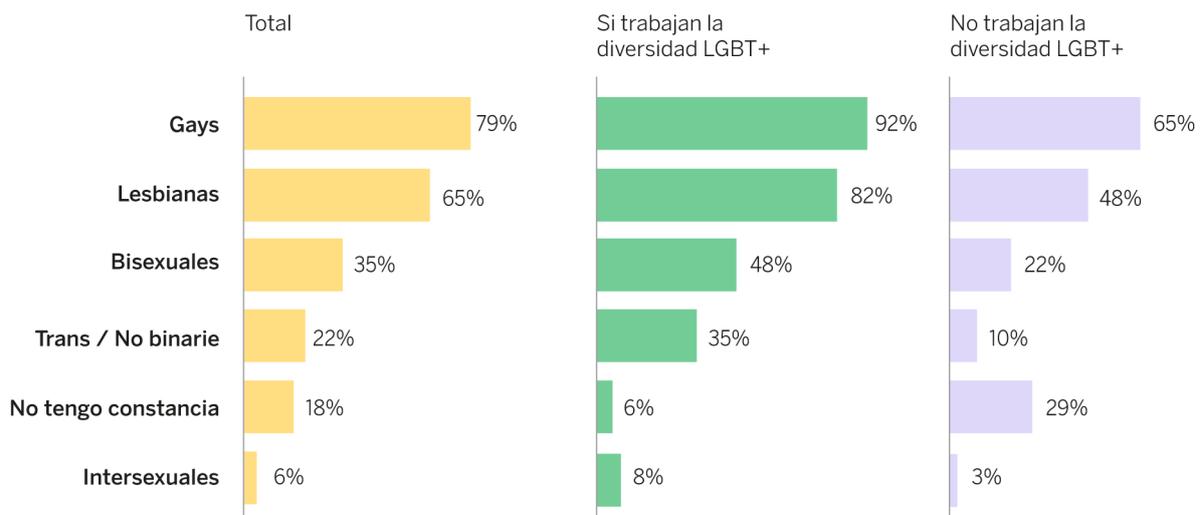
P: En general, ¿cómo valoraría, el clima de apertura que se respira en su empresa con respecto a estas diversidades?

La visibilidad LGBT+ es mayor en empresas comprometidas y más grandes

Según los propios responsables de RRHH y diversidad, **la visibilidad de las personas LGBT+ es significativamente mayor en aquellas empresas que apuestan por su inclusión**. Como ya se ha mencionado, estudios recientes demuestran que el 50% de las personas LGBT+ en España no comparte su orientación sexual e identidad de género

en el trabajo por miedo a ser discriminadas o tratadas de manera diferente [30]. En las empresas donde esta diversidad no se trabaja, el porcentaje de visibilización es un 27% menor en el caso de hombres gays, 34% menor en el caso de mujeres lesbianas, 26% en el caso de personas bisexuales, y 25% en el caso de personas trans.

Visibilidad del colectivo LGBT+ en la empresa



Base total empresas encuestadas: 181, 89, 92

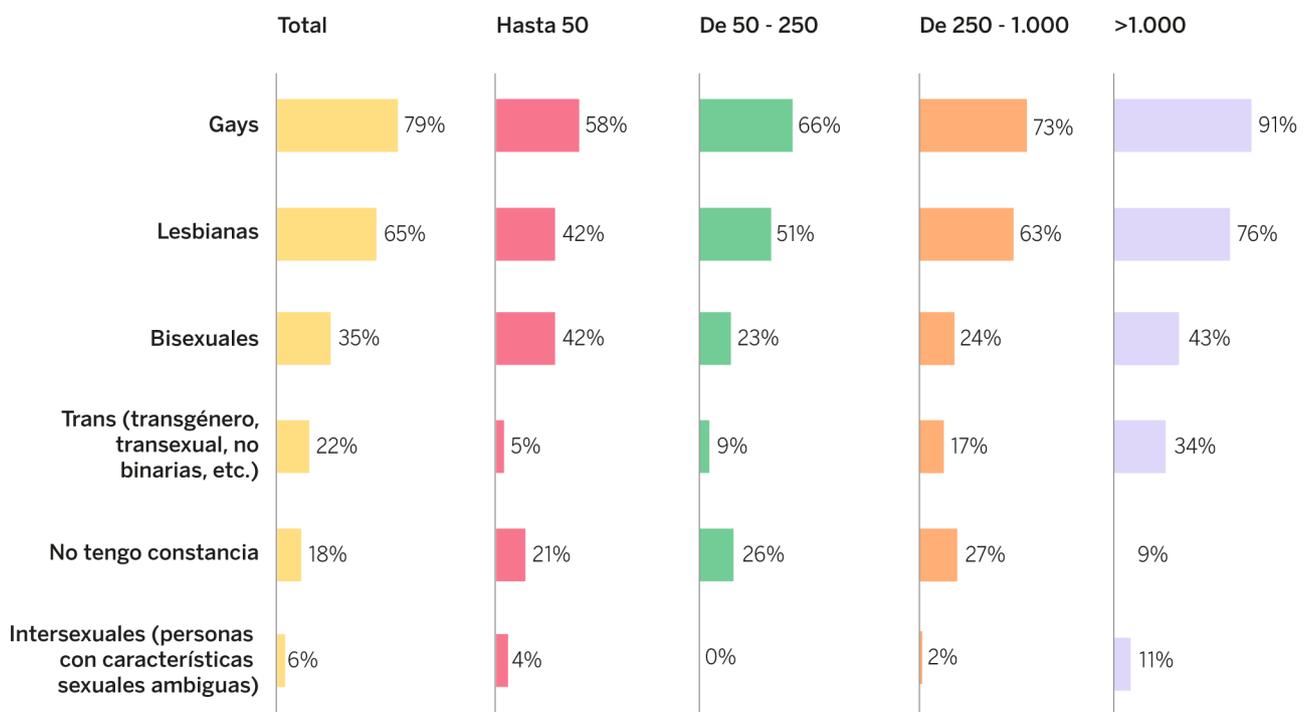
P: ¿Tiene constancia de que la empresa tenga actualmente contratadas a personas visible y abiertamente LGBT+?

[30] [Diversity at work](#). ManpowerGroup (2022)

Hemos visto anteriormente que, según crece el tamaño de las empresas, menos favorable se percibe el clima laboral en torno al tema LGBT+. Sin embargo, **pese a que las empresas grandes permiten tejer menos lazos de confianza y la percepción de inclusión es menor, son las que más acciones de inclusión están implementando, favoreciendo la**

visibilidad. También es estadísticamente más probable encontrar a personas LGBT+ abiertamente visibles cuanto mayor es el tamaño de la plantilla. Sorprende, favorablemente, la visibilidad de personas trans: el 34% de las empresas muy grandes reconocen tener personas trans visibles empleadas, mientras que son casi invisibles en las empresas pequeñas.

Visibilidad del colectivo LGBT+ en la empresa



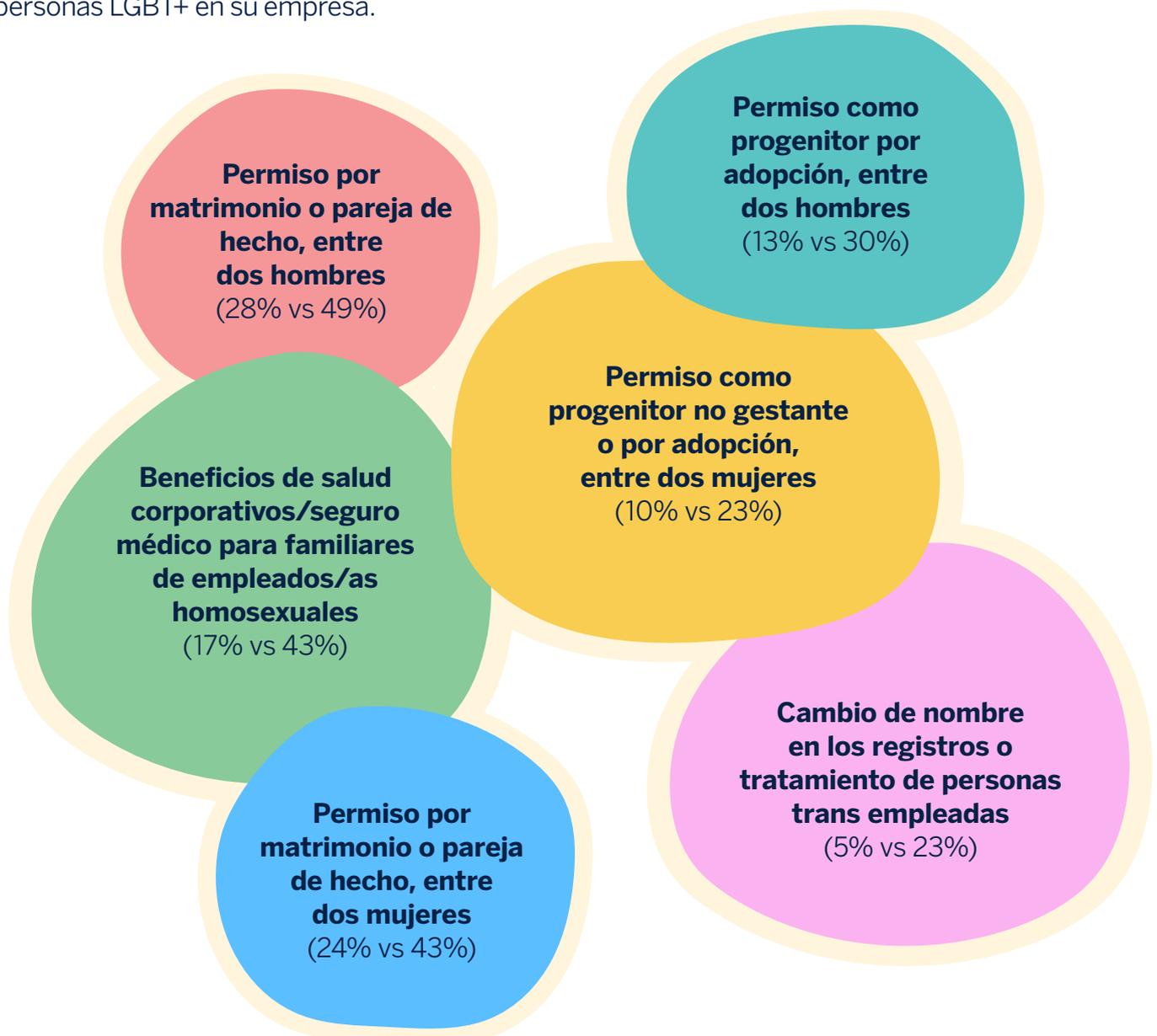
Base total empresas encuestadas: 181, 19, 35, 41, 86

P: ¿Tiene constancia de que la empresa tenga actualmente contratadas a personas visibles y abiertamente LGBT+?

Las personas LGBT+ renuncian a derechos por miedo a visibilizarse

Aunque España es uno de los países más avanzados en cuanto a igualdad de derechos para las personas LGBT+, muchas de ellas se ven obligadas a renunciar a dichos derechos en el contexto laboral por miedo a visibilizar su orientación sexual o identidad de género en el trabajo. Una manera de medir indirectamente el clima de inclusión de la diversidad LGBT+ es evaluando las medidas de conciliación que solicitan las personas LGBT+ en su empresa.

Vemos claramente como, entre las empresas que no trabajan la diversidad LGBT+, **el porcentaje de solicitudes relacionadas con medidas de conciliación o beneficios laborales son mucho menores que en las empresas que gestionan la diversidad LGBT+ de manera activa:**



Medidas de conciliación y beneficios solicitados por personas LGBT+ en las empresas

	Sí	No
Permiso por matrimonio o pareja de hecho, entre dos hombres	49 %	28 %
Permiso por matrimonio o pareja de hecho, entre dos mujeres	43 %	24 %
Beneficios de salud corporativos/seguro médico para familiares de empleados/as homosexuales	43 %	17 %
Permiso como progenitor por adopción, entre dos hombres	30 %	13 %
Permiso como progenitor no gestante o por adopción, entre dos mujeres	23 %	10 %
Cambio de nombre en los registros o tratamiento de personas trans empleadas	23 %	5 %
Beneficios para expatriados de empleados/as homosexuales (ej: reagrupación familiar, etc)	16 %	17 %
Beneficios de salud corporativos/seguro médico para personas trans empleadas (ej: reasignación de género, etc)	6 %	3 %



Base empresas que trabajan la diversidad LGTBI (92) Base empresas No trabajan la diversidad LGTBI (89)

P: ¿Tiene constancia de si alguna persona en España ha solicitado en su empresa las siguientes medidas de conciliación o beneficios?

Puede parecer contradictorio que en un país donde ya se han conseguido estos derechos, las personas LGBT+ no se atrevan a ejercerlos por miedo a visibilizarse, de ahí **la importancia por parte de las empresas de comunicar su compromiso de manera explícita** para que las personas LGBT+ se atrevan a mostrarse tal y como son.

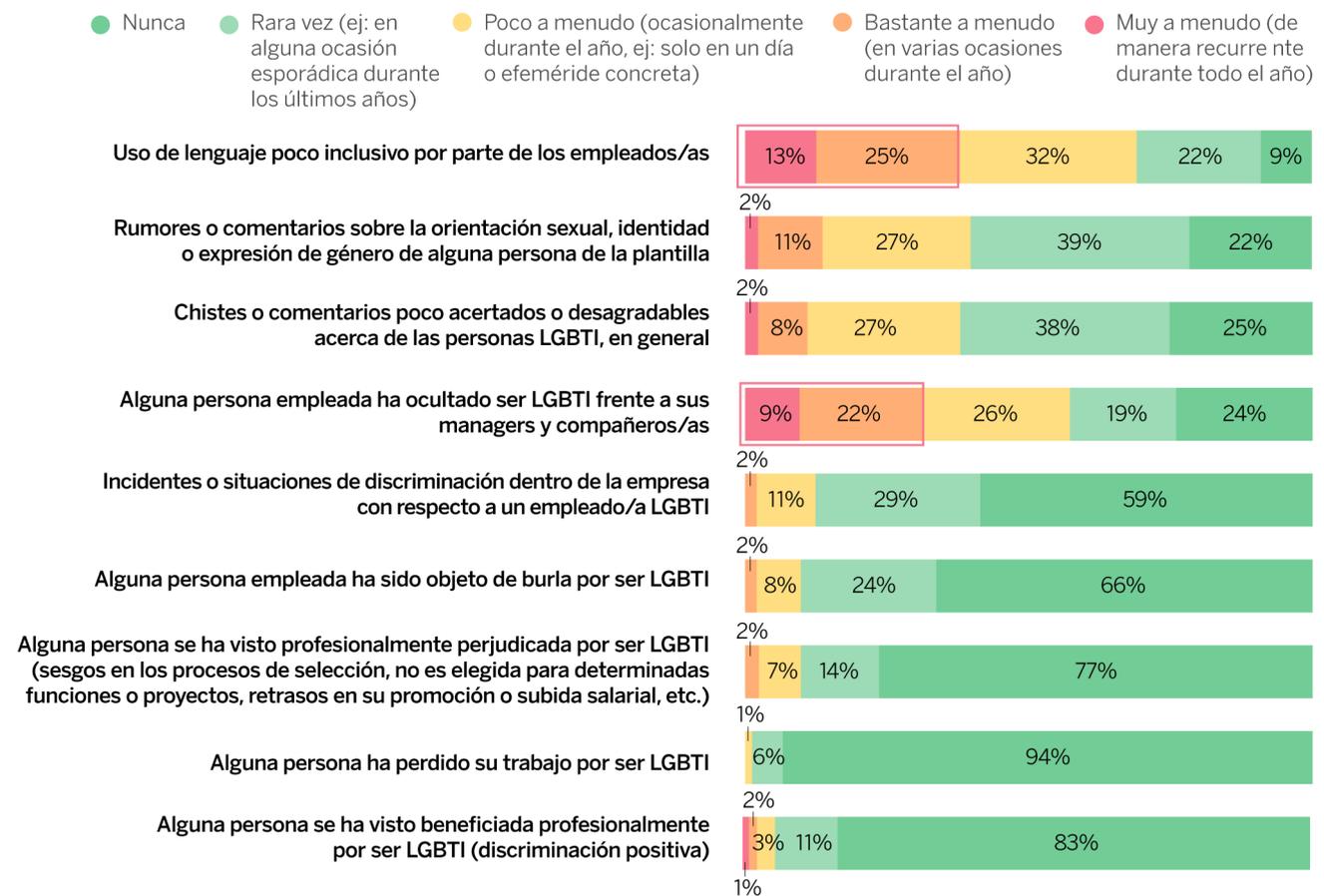


Es necesario seguir sensibilizando en lenguajes y comportamientos

Este gráfico muestra la percepción que tiene cada empresa sobre el trato que reciben las personas LGBT+. Es necesario recalcar que esta pregunta se ha hecho a las personas

responsables de RRHH y no al colectivo LGBT+, por lo que las respuestas están determinadas por su percepción externa.

Situaciones discriminatorias para las personas LGBT+ en las empresas

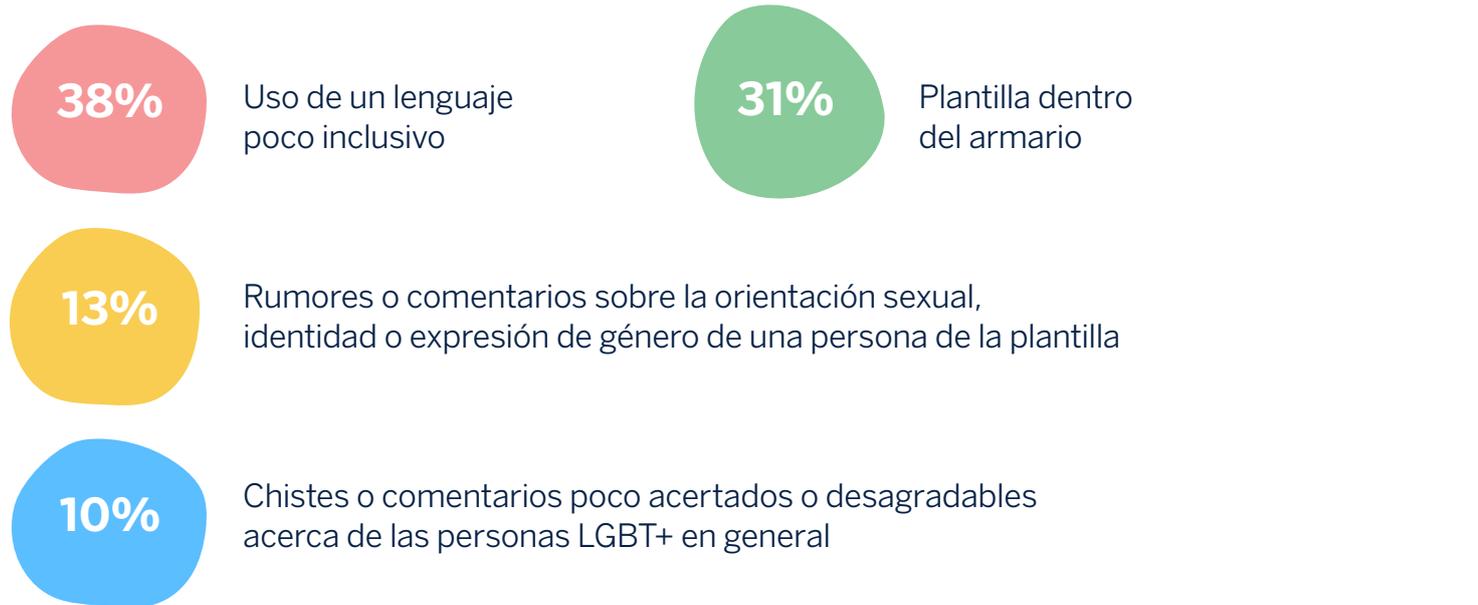


Base total empresas encuestadas (181)

P: En una escala de 1 a 5 donde 5 es "muy a menudo" y 1 es "nunca", por favor, díganos ¿con qué frecuencia diría Ud. que ocurren en su lugar de trabajo las siguientes situaciones en torno a la orientación sexual, identidad o expresión de género?

Vemos que **el 91% de las empresas encuestadas consideran que no existen barreras profesionales hacia las personas LGBT+**, en cuanto a procesos de selección,

promociones, salarios, etc. Sin embargo, sí que admiten la existencia de situaciones de discriminación implícita que se dan “bastante a menudo” o “muy a menudo” con respecto a:



Como podemos ver, los dos tipos de discriminación que más prevalencia tienen son el uso de lenguaje poco inclusivo y el hecho de que las personas LGBT+ oculten su orientación sexual o identidad de género en el trabajo, consecuencia implícita de un clima laboral hostil.



4 Ejes prioritarios para implantar la estrategia de D&I LGBT+

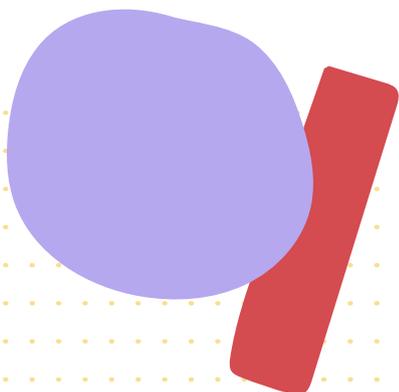
Analizaremos ahora cuales es la estructura corporativa y los apoyos principales en los que se basan las empresas que gestionan la diversidad LGBT+ de manera más activa. Veremos que **es necesario contar con la estructura adecuada y conseguir apoyo a todos los niveles**, para velar por la implementación y seguimiento del plan

estratégico. Comprometerse con estos temas supone un cambio cultural importante, ya que las empresas deben hacer llegar este mensaje de inclusión a toda la plantilla para cambiar la cultura corporativa y las políticas, procesos y formas de comunicarse que la conforman.

Contar con un órgano o cargo responsable de diversidad

Hay una relación directa entre la falta de medios invertidos en la estrategia general de diversidad y la falta de compromiso con la inclusión LGBT+: las empresas que mejor trabajan la diversidad LGBT+ son también las que mejor trabajan la diversidad en general y ello es porque **la consideran un proyecto estratégico a la que dotar de los recursos necesarios**.

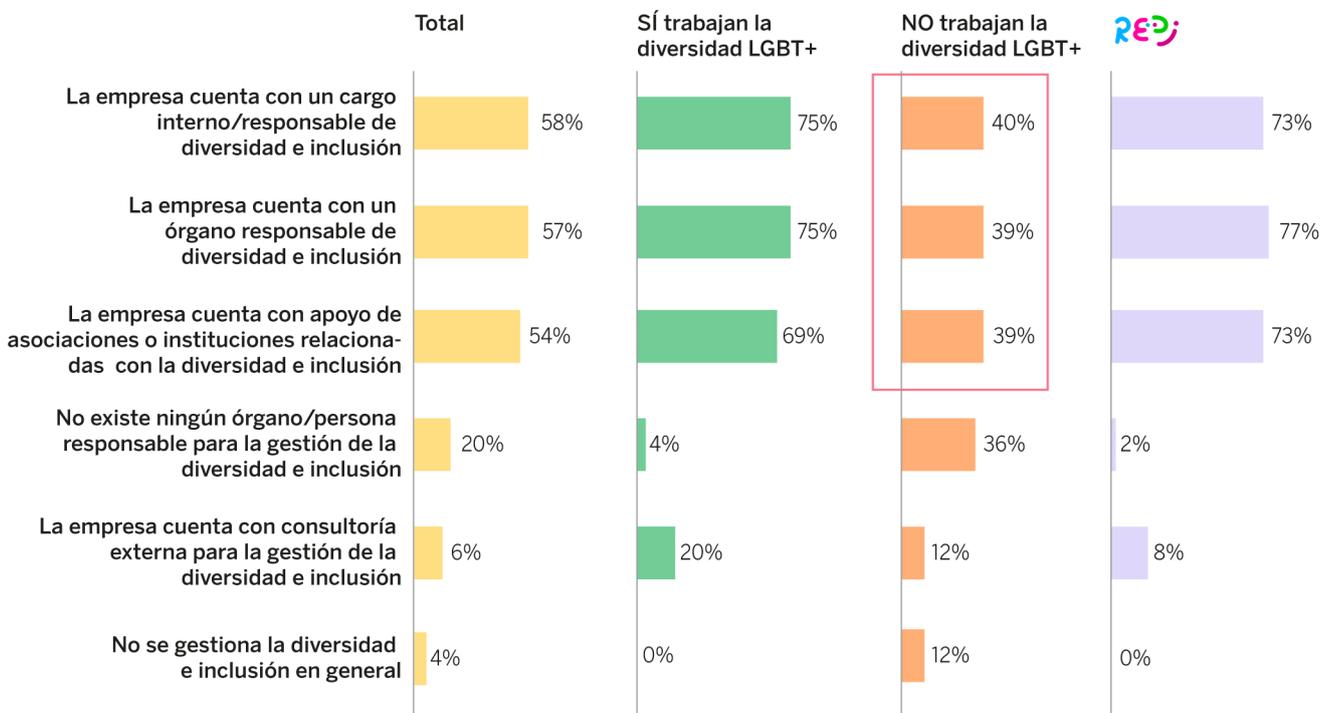
Comparando cuál es la estructura corporativa entre aquellas empresas que gestionan la D&I LGBT+ de manera habitual con aquellas que no lo hacen, el 75% de ellas cuenta con un cargo interno y/o con un comité u órgano responsable de diversidad (frente al 40% y 39% respectivamente). Es, por tanto, imprescindible que **la empresa asigne responsabilidades suficientes y cuente con un equipo especializado**, que esté dotado de recursos y mecanismos para implantar una estrategia efectiva y hacer seguimiento de los avances.



Por otra parte, un **69% de estas empresas cuenta con apoyo externo de asociaciones o instituciones especializadas con la diversidad y en un 20% con consultoría externa**. En el caso de la diversidad LGBT+, al tratarse de un tema

sensible y poco normalizado en el mundo corporativo, este apoyo es fundamental para encontrar el tono y los mensajes adecuados. Por ello, en las empresas pertenecientes a REDI, este porcentaje asciende al 73%.

Apoyos internos y externos que contribuyen al avance de la D&I LGBT+

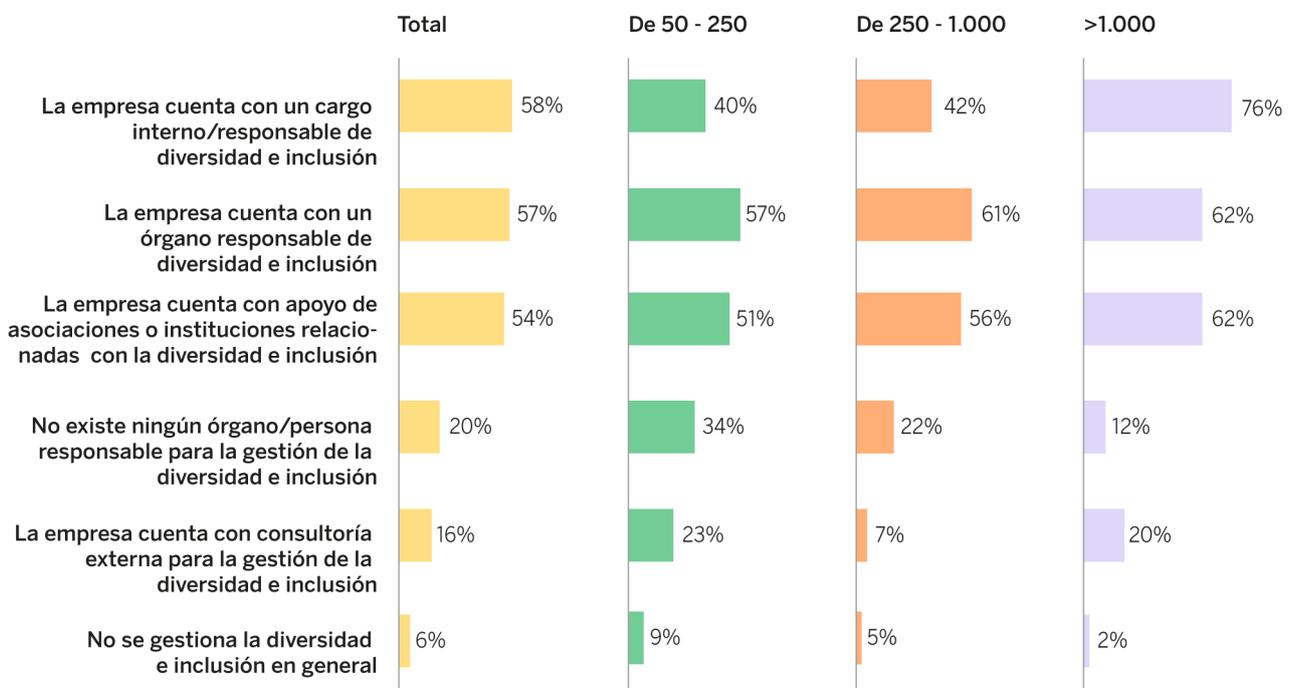


Base total empresas encuestadas: 181

P: ¿Cuáles de estas opciones se ajustan más a la manera en la que su empresa gestiona la diversidad e inclusión, en general?

Cuando analizamos cuáles son estas estructuras y apoyos según el tamaño de la empresa, vemos que el factor diferencial para las empresas de más de 1000 personas empleadas es la **existencia en un 76% de ellas de una persona a cargo de la gestión de la diversidad**.

Apoyos internos y externos que contribuyen al avance de la D&I LGBT+ por tamaño de empresa



Base total empresas encuestadas: 181

P: ¿Cuáles de estas opciones se ajustan más a la manera en la que su empresa gestiona la diversidad e inclusión, en general?

Por el contrario, solo el 42% de las empresas de 250-1000 personas tienen este perfil de liderazgo en diversidad, aunque ya cuentan con un órgano responsable en un 61% de los casos. Además, en un 22% de los casos,

no cuentan ni con un órgano específico ni con una persona responsable de diversidad, y tampoco parecen estar recurriendo a apoyos externos.

Dotar al proyecto de suficiente nivel estratégico y jerárquico

Además de contar con la estructura (comité de diversidad u órgano/persona responsable) y apoyos externos necesarios, **la decisión de comprometerse con la inclusión LGBT+ debe venir desde la cima de la pirámide jerárquica** que decide la visión estratégica y autoriza a RRHH la puesta en marcha de una política corporativa.

En el 52% de las empresas que cuentan con un órgano responsable de D&I, este órgano depende de RRHH, pero los puntos diferenciales que distinguen a aquellas empresas que trabajan habitualmente la D&I LGBT+ son:

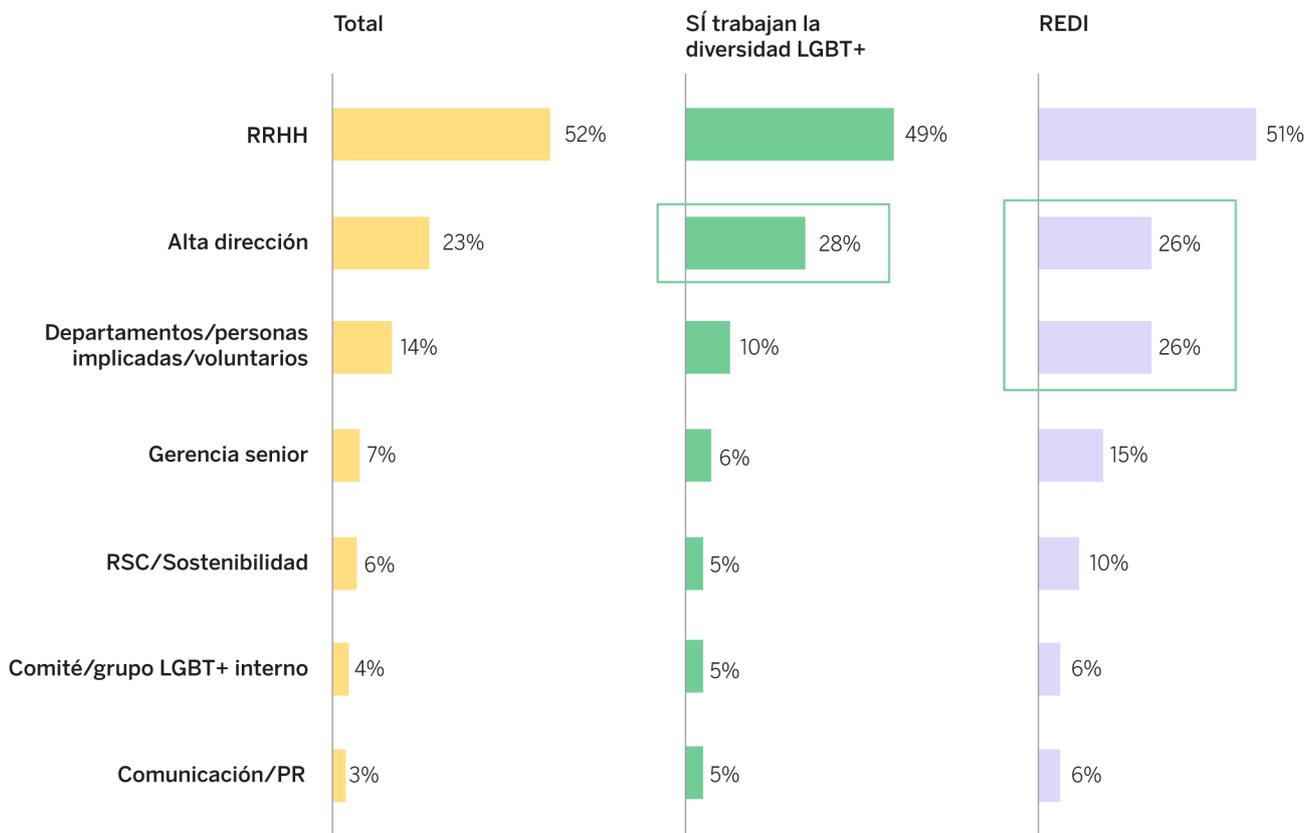
- **Un compromiso adicional de la Alta Dirección** (28% vs 23%)
- Entre las empresas que forman parte de REDI, **contar con apoyo significativo de otros departamentos y de personas voluntarias** (26%). Este apoyo es importante porque permite involucrar a la plantilla más motivada por estos temas y animarla a contribuir a una cultura de inclusión en la que pueden dar voz a sus necesidades y ser un eje clave del cambio.
- Por otra parte, cuentan con un **apoyo extra de la gerencia senior** (15% vs 7%) cuyo papel es fundamental a la hora de sensibilizar a la plantilla y garantizar un buen clima laboral.



En algunas pocas empresas, este órgano responsable de D&I LGBT+ depende de los departamentos de comunicación y RSC. Es conveniente, en cualquier caso, **vincular a ambas funciones** ya que son finalmente las encargadas de velar por la imagen interna y externa de la compañía,

respectivamente. **Visibilizar su apoyo externamente es, además, una prueba de fuego para muchas empresas** que, aunque ya gestionan la D&I LGBT+ habitualmente, optan por un perfil bajo de exposición social al respecto.

Relación entre el órgano responsable de D&I y demás funciones



Base Total empresas que cuentan con órgano interno de diversidad (103)

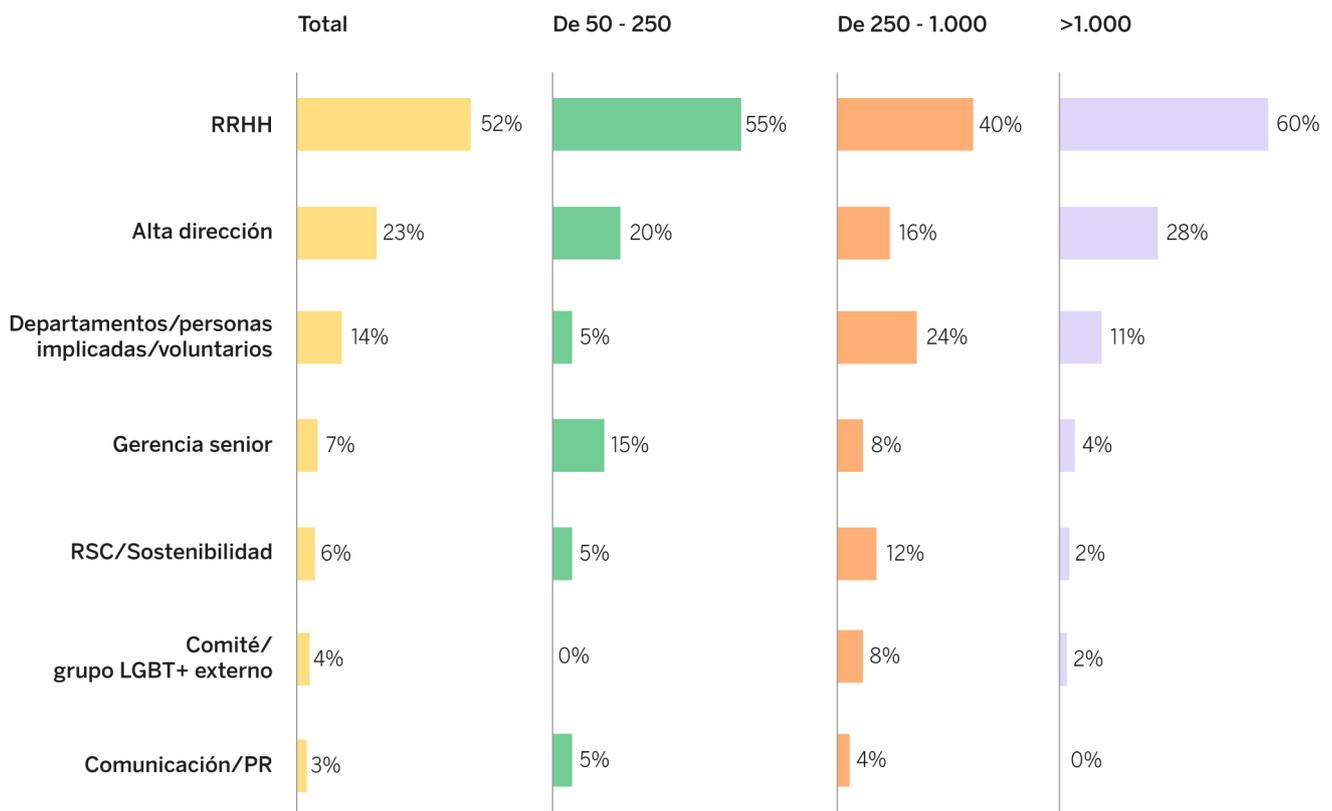
P: ¿De cuál de los siguientes departamentos o funciones depende el órgano responsable de diversidad e inclusión? Multirespuesta

Cuando observamos diferencias por tamaños, de nuevo las empresas de 250-1000 personas empleadas presentan una oportunidad de apoyo estructural por parte de RRHH y de involucración de la Alta Dirección. En cambio, parecen apoyarse más en trabajo voluntario y RSC/comunicación.

Las empresas más grandes, en comparación, tienden a centralizar sus esfuerzos desde un mismo departamento o área de trabajo. Sin embargo, conseguir apoyo de diferentes sectores de la empresa puede ser enriquecedor y ayudar a la implantación de medidas transversales.

Las empresas medianas de 50-250 personas empleadas, parecen tener más flexibilidad y acceso a RRHH, Alta Dirección y gerencia senior que ellas.

Relación entre el órgano responsable de D&I y demás departamentos, según tamaño de la empresa



Base Total empresas que cuentan con órgano interno de diversidad (103)

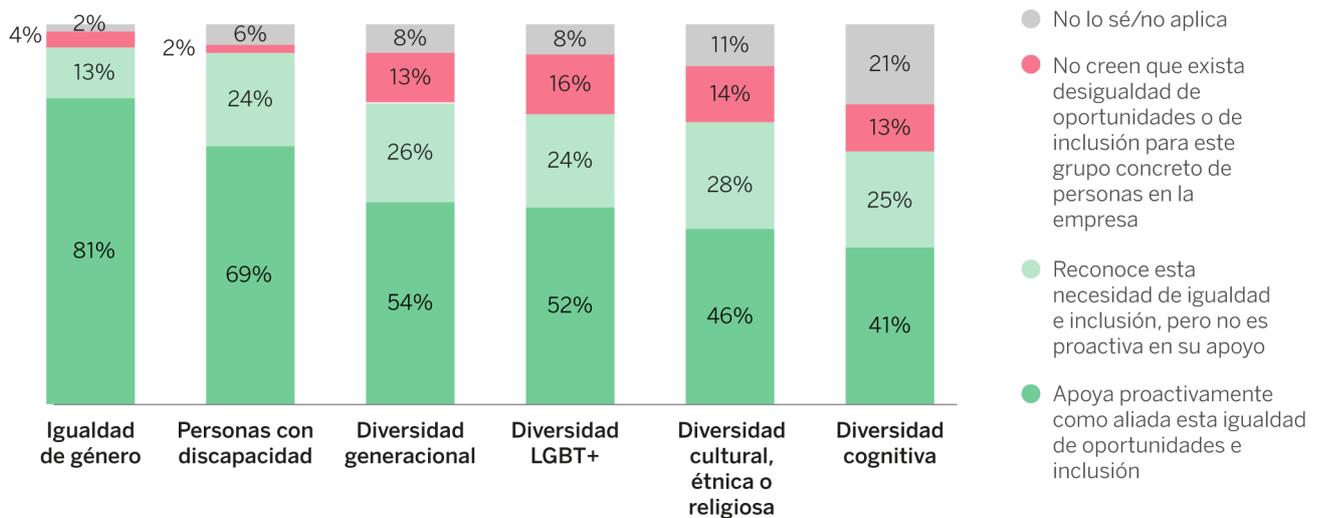
P: ¿De cuál de los siguientes departamentos o funciones depende el órgano responsable de diversidad e inclusión? Multirespuesta

Contar con el respaldo genuino y convencido de la Alta Dirección

Como ya hemos visto, para implantar una estrategia efectiva de inclusión que abarque a todas las diversidades **es necesario contar con el respaldo de la Alta Dirección**. Sin embargo, no basta con reconocer la necesidad y dar el visto bueno para desplegar dicha estrategia, sino que **se requiere un mayor convencimiento y sensibilización**.

Según los responsables de RRHH y diversidad de las empresas encuestadas, la Alta Dirección es, en su gran mayoría, aliada de la igualdad de género (81%) y personas con discapacidad (69%), pero **solo el 52% apoya proactivamente como aliada a la diversidad LGBT+**.

Percepción del apoyo de la alta dirección a las diversidades, según RRHH



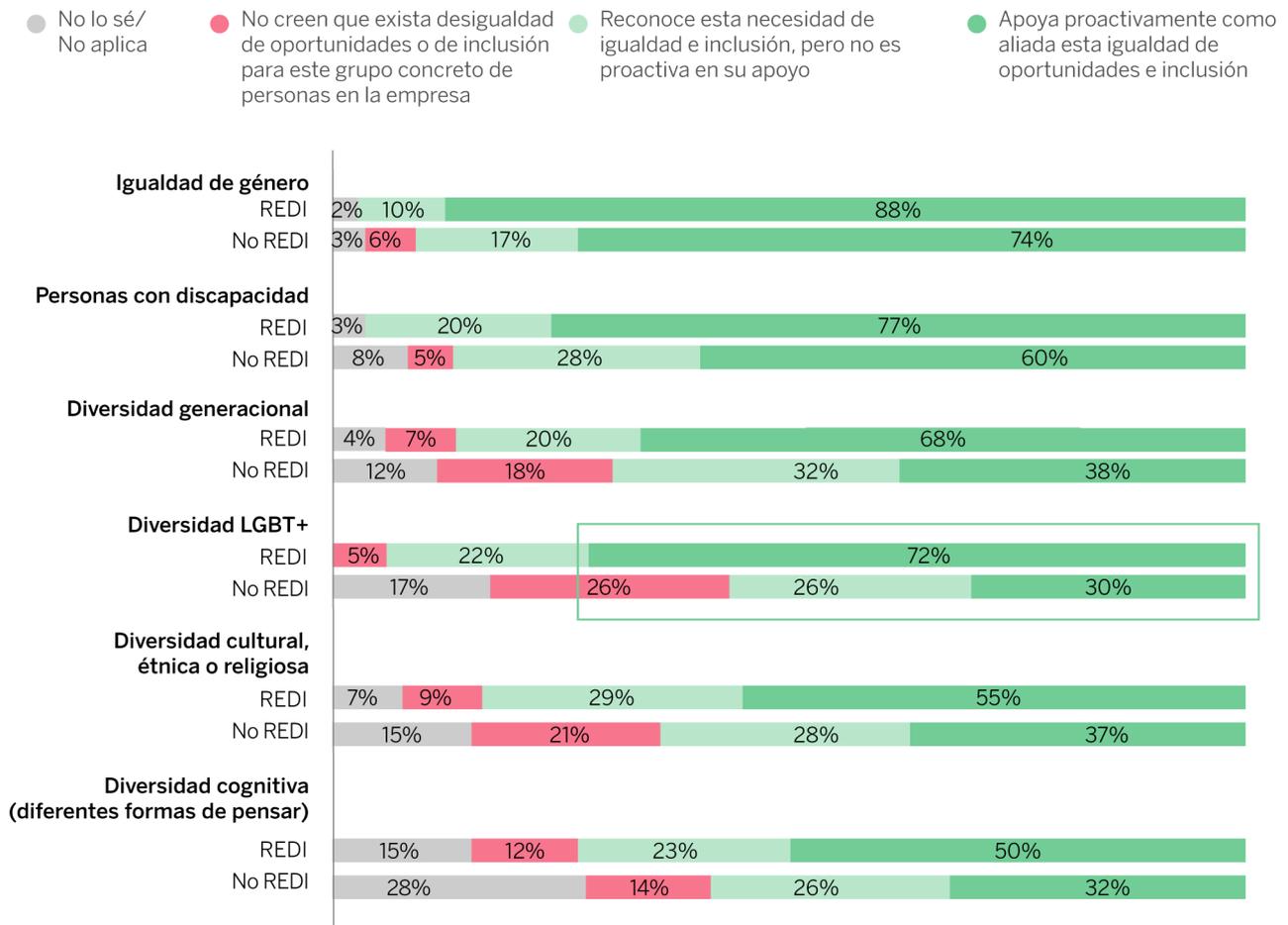
Base total empresas encuestadas (181)

P: Para cada una de las diversidades y afirmaciones siguientes, díganos cuál cree que se identifica mejor con la opinión o compromiso de la Alta Dirección de su empresa

Entre aquellas empresas que forman parte de REDI, vemos como el porcentaje de la Alta Dirección comprometida proactivamente con la igualdad de oportunidades e inclusión es significativamente más alto para todas

las áreas de diversidad. En el caso de la diversidad LGBT+, la mayoría de ellas (72%) cuenta con una Alta Dirección que es aliada activa de esta diversidad.

Compromiso de la Alta Dirección, empresas REDI vs resto



Base total empresas que pertenecen REDI (94) vs total empresas que NO pertenecen REDI (87)

P: Para cada una de las diversidades y afirmaciones siguientes, díganos cuál cree que se identifica mejor con la opinión o compromiso de la Alta Dirección de su empresa

Podemos concluir que **un menor entendimiento y apoyo de la diversidad LGBT+ por parte de la Alta Dirección supone una barrera fundamental para su inclusión dentro de los programas corporativos**. Sería necesario concienciar a ese 26% de empresas

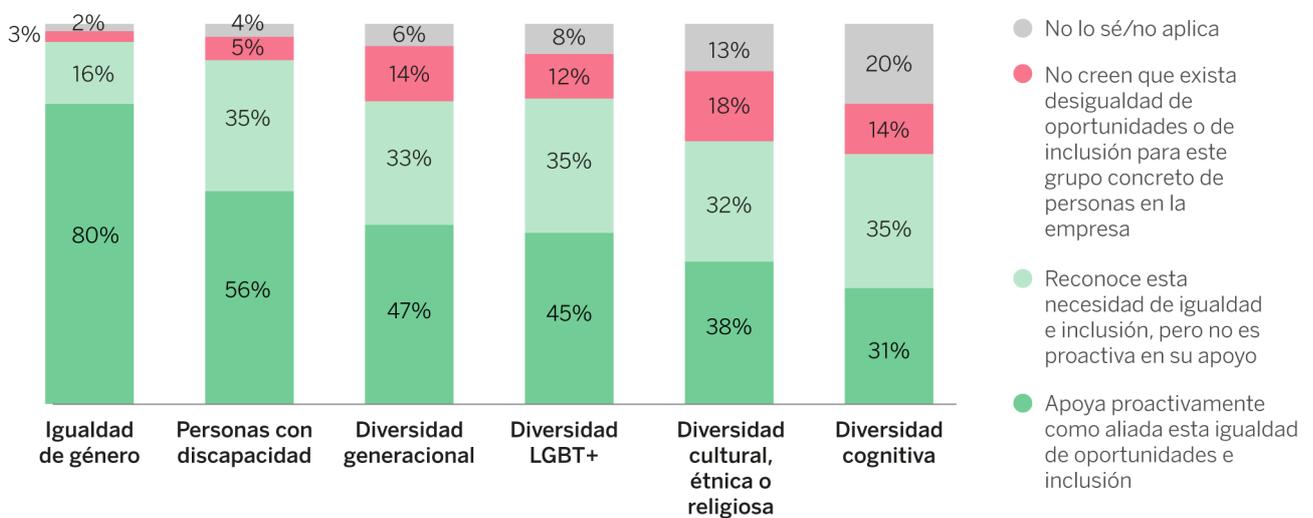
cuya Alta Dirección no cree que exista desigualdad de oportunidades para este colectivo. Igualmente, existen oportunidades para mejorar el convencimiento e involucración de la Alta Dirección en otras diversidades.

Contar con el respaldo del resto de la plantilla

Numerosos estudios señalan que existe gran desinformación hacia la diversidad LGBT+ por parte de la población, por lo que no es de extrañar que esta situación se traslade a las empresas: mientras que la plantilla parece estar ya muy concienciada sobre la igualdad de género, en el resto de las diversidades se encuentra muy poco sensibilizada, a niveles inferiores a los de la Alta Dirección de la empresa.

El 80% de la plantilla ya apoya la igualdad de género, pero **esta cifra desciende al 45% en el caso de la diversidad LGBT+**, aunque un 35% ya reconoce una necesidad de inclusión para ella, mientras que un 12% no considera que exista ningún tipo de desigualdad de oportunidades.

Nivel de compromiso de la plantilla con las distintas diversidades



Base total empresas encuestadas (181)

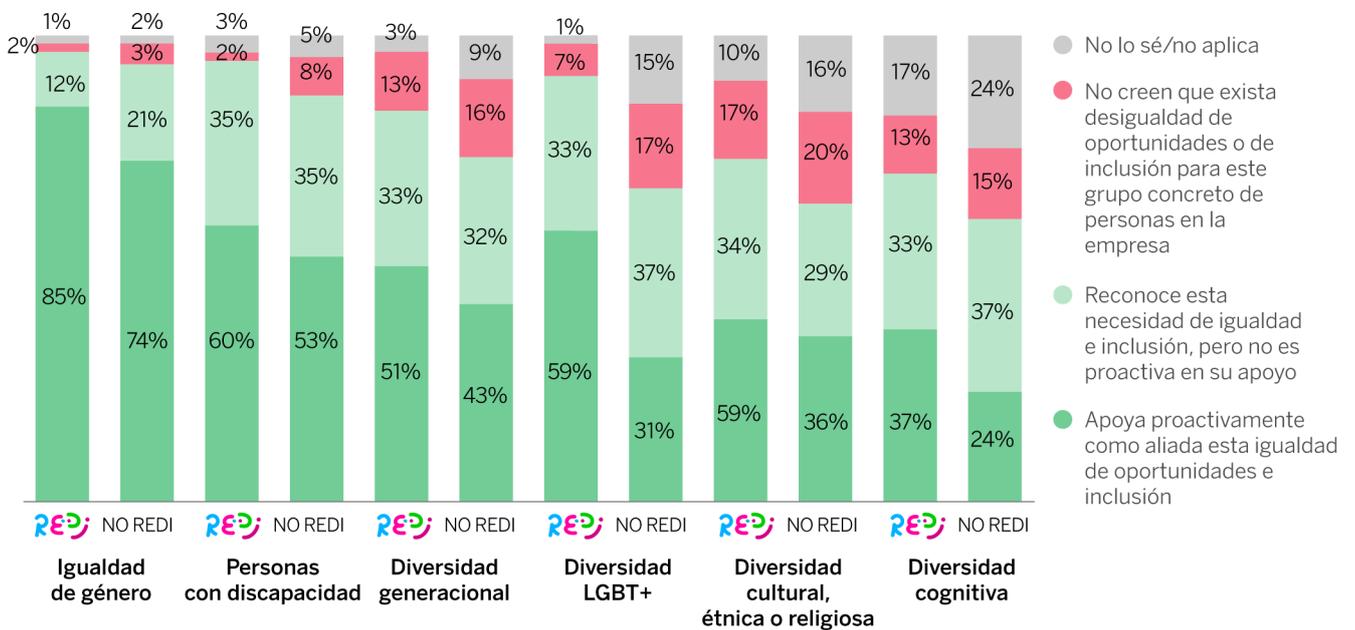
P: Para cada una de las diversidades y afirmaciones siguientes, díganos cuál cree que se identifica mejor con la opinión o compromiso de la mayoría de la plantilla de su empresa



Si nos concentramos en las empresas que forman parte de REDI vemos que el apoyo por parte de la plantilla es del 59%, vs el 31% en el resto de las empresas. Como ocurría en el caso de la Alta Dirección, podemos concluir

que **un mayor entendimiento y apoyo de la plantilla es un eje de trabajo para la inclusión de la diversidad LGBT+**, ya que es necesaria una cultura corporativa inclusiva a todos los niveles.

Nivel de compromiso de la plantilla con las distintas diversidades, empresas REDI vs resto



Base total empresas que pertenecen REDI (94) vs total empresas que NO pertenecen REDI (87)

P: Para cada una de las diversidades y afirmaciones siguientes, díganos cuál cree que se identifica mejor con la opinión o compromiso de la mayoría de la plantilla de su empresa



Sensibilizar de manera específica las diversidades invisibles

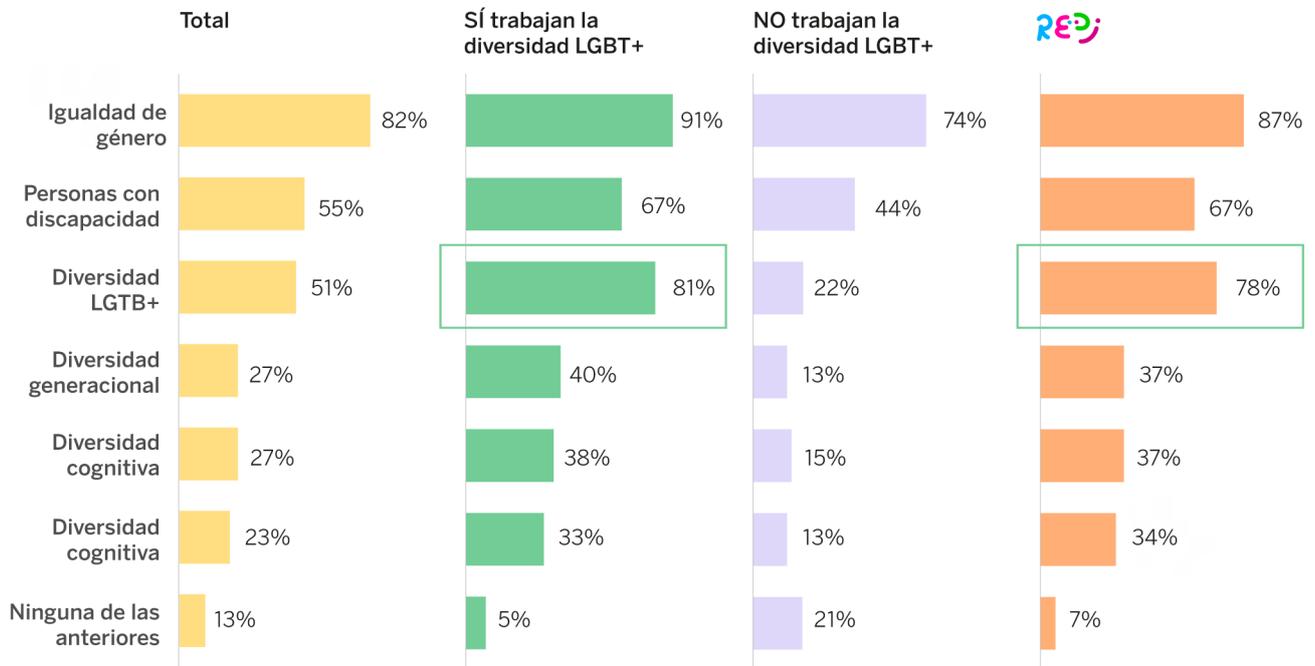
Es importante recalcar la particularidad que tienen las 'diversidades invisibles', como son la orientación sexual, identidad de género, diversidad cultural, étnica, religiosa, cognitiva y la discapacidad (el 80% de las discapacidades son invisibles[31]). **Estas diversidades requieren un trato específico** ya que tienden a ser invisibilizadas, tanto por la empresa, como por las propias personas que las representan y que tienden a ocultarse para evitar repercusiones negativas.

El estudio de la consultora mpatika[32] de 2019 reveló que el 62% de las personas LGBT+ en España seguían ocultando su orientación sexual e identidad de género en el trabajo por miedo a ser discriminadas o tratadas de manera diferente, lo que refleja el sentimiento de "hostilidad implícita" que sienten a la hora de compartir facetas de su vida personal en el ámbito laboral. Por ello, **una parte importante de la estrategia debe consistir en sensibilizar a toda la plantilla sobre esta hostilidad y la desigualdad de oportunidades que conlleva.**

[31] [Why We Need To Bring More Visibility To Invisible Disabilities And Illnesses](#), Bérénice Magistretti (2023)

[32] [La Diversidad LGBT en el Contexto laboral en España](#), Mpatika* (2018)

Formaciones en diversidad impartidas en los últimos 12 meses



Base total empresas encuestadas (181)

P: ¿En cuáles de las siguientes temáticas de diversidad su empresa ha realizado formaciones específicas en los últimos 12 meses? Puede marcar más de una opción.

Aunque 8 de cada 10 empresas ya está formada y sensibilizada sobre la igualdad de género, existe una brecha con el resto de las diversidades: Con respecto a la diversidad LGBT+, **solo la mitad de las empresas ha impartido formaciones en los últimos 12 meses**. La comparación entre empresas que trabajan habitualmente la diversidad LGBT+ y las que no lo hacen es especialmente relevante: vemos una diferencia de 59 puntos porcentuales (81% vs 22%).

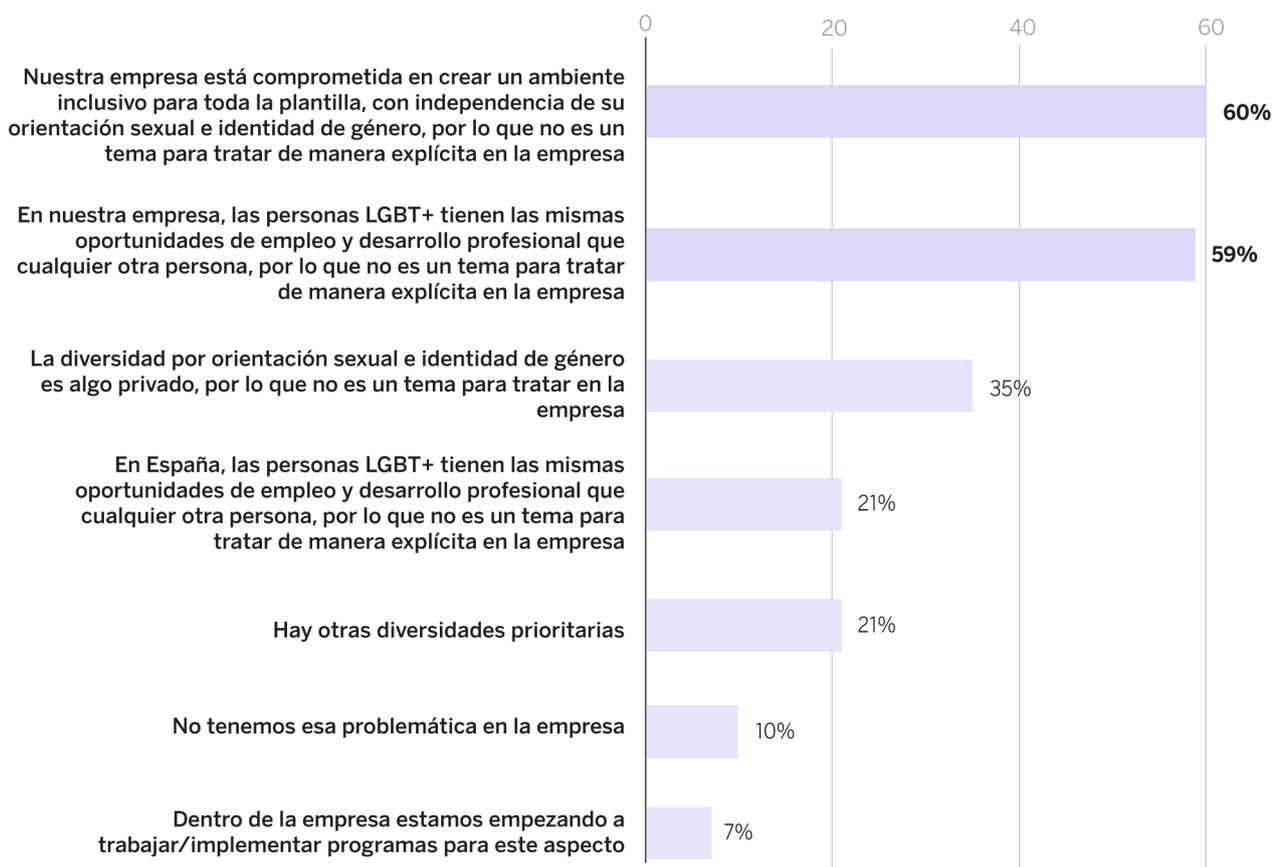
Entre las empresas que gestionan la diversidad LGTBI se dan también mayores niveles de sensibilización en el resto de las diversidades analizadas. **‘Atreverse’ a hablar abiertamente sobre la diversidad LGBT+ es otro de los ejes de trabajo fundamentales** e implica que la empresa está haciendo un recorrido en cuanto a cultura corporativa y concienciación, como una ‘prueba de fuego’ que demuestra el compromiso real de la empresa con la inclusión en general.

5 Barreras al fomento de la diversidad

El siguiente gráfico muestra las respuestas espontáneas de las personas responsables de RRHH y diversidad de aquellas empresas que no gestionan de manera activa la diversidad LGBT+. Anteriormente ya hemos identificado que la principal barrera para el fomento de la diversidad LGBT+ en el

contexto laboral en España es que muchas empresas aún no la dotan del suficiente nivel estratégico ni dedican recursos específicos para ello. Vamos ahora a entender sus causas, que pueden agruparse en cuatro argumentos fundamentales.

Motivos por los que las empresas no gestionan la diversidad LGBT+



Base Total empresas que no trabajan la diversidad LGBT+ habitualmente (92)

P: ¿Cuáles de las siguientes razones se ajustan a los motivos por los que su empresa no gestiona de manera explícita, o con frecuencia a lo largo del año, la diversidad LGBT+ en España?

No distinguir entre diversidades

El 60% de las empresas que no gestionan la diversidad LGBTQ+ declaran no hacerlo porque quieren “crear un ambiente inclusivo para toda la plantilla, con independencia de su orientación sexual e identidad de género”. Aunque la intención de tratar todas las diversidades de la misma manera es buena, se corre el riesgo de obviar las peculiaridades y necesidades específicas que puede tener cada tipo de diversidad. Por tanto, existe un **“sesgo de generalización excesiva”** (es decir, considerar un aspecto de una situación y luego aplicar esa conclusión a todas las situaciones) por el cual **las empresas consideran que basta con hablar de igualdad para llegar a todas las diversidades.**

Para conseguir una inclusión plena, no basta con apelar a los valores corporativos de igualdad y de equidad; es necesario aplicar el concepto de inclusión a las distintas diversidades. Concretamente, **en el caso de las personas LGBTQ+ se requiere ser más explícitos.** En un ámbito laboral en el que prima la inclusión, cada persona trabajadora se siente respetada y apreciada como individuo y necesita expresar esta individualidad. Haciendo referencia de manera explícita a las distintas diversidades, no se favorece a una categoría de personas, sino que se eliminan las barreras que impiden que cada individuo pueda contribuir y expresar su potencial al máximo, reconociendo a la vez su propia idiosincrasia.





Falta de concienciación/sacar conclusiones sin datos objetivos

El 59% de las empresas que no gestionan la diversidad LGBT+ dicen no hacerlo porque *“en su empresa las personas LGBT+ tienen las mismas oportunidades de empleo y desarrollo profesional que cualquier otra persona [...]”* y un 10% explícitamente menciona que *“no tiene esa problemática en su empresa”*. Más allá de las empresas, **el 21% considera que en España ya existen las mismas oportunidades de empleo y desarrollo profesional para las personas LGBT+.**

El desconocimiento hacia la realidad laboral de las personas LGBT+ y la creencia generalizada de que ya está

todo conseguido, hace que muchos responsables de RRHH y diversidad consideren que no existe ninguna situación de desigualdad. Es probable que, al no tratar explícitamente esta diversidad ‘invisible’, la empresa no sea consciente de las oportunidades de inclusión, que ya han sido ampliamente argumentadas. Nos encontramos con una manifestación del “efecto Dunning-Kruger[33]”, un sesgo cognitivo según el cual los individuos con escasos conocimientos concretos sobre un tema tienden a considerarse erróneamente conocedores del mismo.

[33] [El Efecto Dunning-Kruger, El Síndrome Del Cuñado \[...\]](#), Adelaida de la Peña (2023)



Considerar la vida personal y laboral como privada

El 35% de las empresas que no gestionan la diversidad LGBT+ declaran no hacerlo porque *“la diversidad por orientación sexual e identidad de género es algo privado [...]”*. Sigue existiendo la creencia de que son temas para evitar en el ámbito laboral, lo que impide la normalización de la diversidad LGBT+ en el trabajo.

Entre las personas LGBT+, sigue existiendo miedo a compartir información sobre su vida personal, lo que puede generar una barrera para tejer lazos de confianza profesionales y, en ciertos casos, impedir su progresión laboral. Por ejemplo, según el estudio de

mpatika[34] el 28% de las personas LGBT+ aún se sienten incómodas hablando de su pareja sentimental en el ámbito laboral.

Es necesario recordar a las empresas la importancia de distinguir entre la vida privada (aquellas partes de nuestra vida que no corresponde compartir en el ámbito laboral) **y la vida personal**, que incluye situaciones del día a día que se comparten para socializar e integrarse en el contexto de trabajo. Dentro de la segunda, y no de la primera, estaría la identidad sexo-genérica de cada persona trabajadora.

Evitar una reflexión profunda sobre la diversidad

Una de las barreras principales para trabajar la D&I LGBT+ es no tener una visión holística de la diversidad. El 21% de las empresas considera que tienen otras temáticas más prioritarias que la cuestión LGBT+ y un 7% está apenas empezando a introducir este tema internamente.

La diversidad no se prioriza; **cuando se trata de crear un clima de respeto e inclusión para toda la plantilla, no se puede decir que ciertas diversidades son más importantes que otras.**

Una empresa verdaderamente comprometida con la D&I, debe **abarcar en su plan estratégico iniciativas globales que incluyan a todas las diversidades**, y no sólo por imperativo legal, sino por convicción. Tampoco basta con tener iniciativas puntuales de diversidad LGBT+, como muchas empresas hacen en torno al día internacional del Orgullo LGBT+. No priorizar ciertas diversidades y emprender esporádicamente iniciativas para dar una imagen de empresa inclusiva, en el caso de la diversidad LGBT+ puede considerarse como “pink washing” (en español “lavado rosa”).

[34] [La Diversidad LGBT en el Contexto laboral en España](#), Mpatika* (2018)

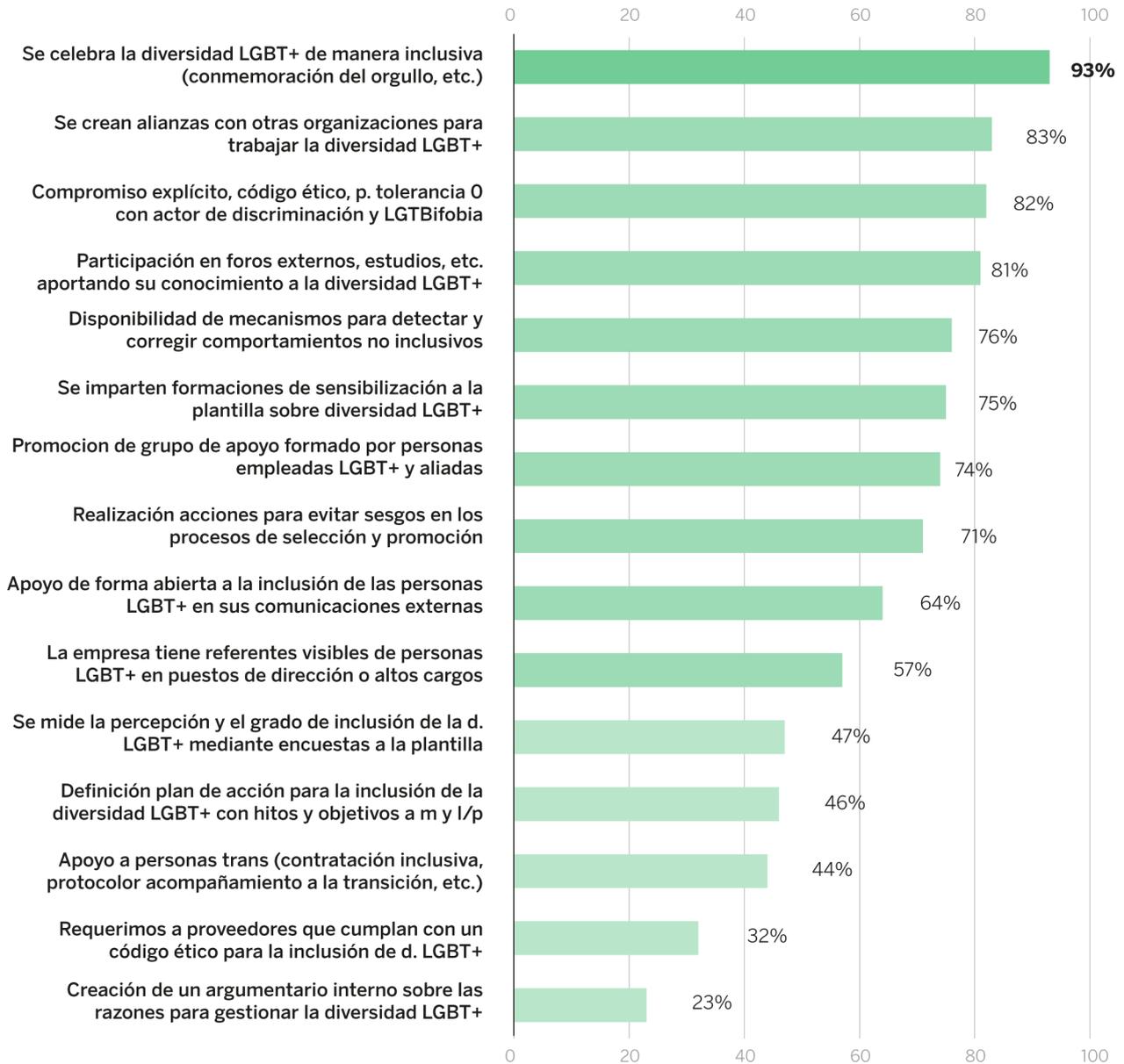
6 Acciones de diversidad LGBTQ+ diferenciales emprendidas por las empresas

La gran mayoría de empresas que trabajan la diversidad LGBTQ+ (93%) **suele tener iniciativas en torno al Orgullo**, es decir, la fecha que conmemora las revueltas de Stonewall de 1969 con las que se inicia el movimiento LGBTQ+ contemporáneo.

Esto es común también en las empresas menos implicadas, por lo que diferenciaremos ahora cuáles son otras acciones principales para la inclusión de la diversidad LGBTQ+ que emprenden aquellas empresas que se declaran más activas al respecto:



Acciones de D&I LGBT+ que se llevan a cabo en las empresas



Base Total empresas que trabajan habitualmente la diversidad LGBT+ (89)

P: Díganos cuáles de las siguientes acciones referidas a la diversidad LGBT+ se están llevando a cabo en su empresa

Tienen políticas de tolerancia cero y mecanismos para ejercerla

- El 82% desarrolla **políticas de tolerancia cero** contra la discriminación a través de sus códigos éticos, lo que implica una revisión de sus protocolos, beneficios corporativos y estrategia de comunicación interna para asegurar que son lo suficientemente inclusivos con esta diversidad.
- Un **76% ha implantado mecanismos para detectar y corregir comportamientos no inclusivos**, y un 71% para evitar sesgos dentro de los procesos de selección y promoción.

Sensibilizan y dan voz a referentes

- Para acercar estos códigos de inclusión a la plantilla, el 75% tiene formaciones específicas de sensibilización.
- Un 74% fomenta la creación de un grupo de apoyo formado por personas LGBT+ y aliadas que genere un espacio seguro para ellas y les de voz dentro de la empresa.
- En un 57% de los casos, tienen referentes LGBT+ visibles en puestos directivos o altos cargos.

Crean alianzas

- **El 83% crea alianzas con otras organizaciones para trabajar esta diversidad.** En este contexto REDI, como foro de referencia corporativo, jugaría un papel fundamental para tejer vínculos entre empresas y generar espacios de diálogo para intercambiar buenas prácticas.



Visibilizan externamente su compromiso

- El 81% participa en foros y estudios aportando su conocimiento, experiencia y buenas prácticas en materia de D&I LGBT+.
- El 64% apoya de forma abierta la inclusión de las personas LGBT+ en sus comunicaciones externas.

Entre las acciones menos desarrolladas destacan:

- Disponer de un argumentario interno propio (23%) que, sin embargo, sería necesario como herramienta de sensibilización para explicitar y responder preguntas frecuentes al respecto por parte del *management* y de la plantilla.
- Requerir un código ético a proveedores (32%) que deberían comulgar con los mismos principios de inclusión de la diversidad.
- Un plan de acción con objetivos y medidas, incluyendo la valoración al respecto de la propia plantilla mediante encuestas internas (46%).
- Apoyo específico a las personas trans (44%).

Las conclusiones que podemos sacar son que la gran mayoría de las empresas sigue estando en **la fase intermedia de su transformación cultural**: se han sentado las bases corporativas y alianzas adecuadas, y ya se implementan iniciativas para sensibilizar a la plantilla y evitar discriminaciones, pero falta una hoja de ruta propia, con objetivos claros y medibles, y un seguimiento para asegurarse de que la estrategia se está implantando adecuadamente.



7 Resultados que aporta el trabajo de la D&I LGBT+

Esta parte del estudio recoge el punto de vista de las empresas que trabajan activamente la D&I LGBT+. Veremos cómo se perciben, desde RRHH,

las mejoras que se han conseguido gracias a la implantación de políticas de diversidad LGBT+, que podemos dividir en cuatro grandes pilares.

Mejora de la cultura corporativa y del clima laboral

El mayor impacto que se puede observar en las empresas que trabajan explícitamente la D&I LGBT+ es una mejora del clima laboral y de la cultura corporativa:



Un 80% considera que se han generado espacios más seguros e inclusivos para las personas LGBT+ y un mayor entendimiento de la realidad del colectivo por parte de la plantilla (que, como hemos visto anteriormente, es uno de los ejes de trabajo principales).



Un 71% ha visto cambios positivos en la cultura corporativa y un 62% en el clima laboral, en general. Estos dos conceptos están muy relacionados ya que el clima laboral suele ser un reflejo de la cultura corporativa. Los valores corporativos sobre los que se basa la cultura de la empresa se manifiestan en sus políticas internas, comportamientos, iniciativas etc.



Un dato relevante es que **un 79% de las empresas ha mejorado el uso del lenguaje inclusivo** que, como posteriormente veremos, constituye una oportunidad para todas las empresas.

En este sentido, como manifiesta la experiencia de REDI, trabajar explícitamente la diversidad LGBT+ fomenta la empatía e impacta de manera positiva, no solo a las personas LGBT+, que se sienten más seguras y respetadas para hacerse visibles en sus trabajos, sino a toda la empresa. Por lo tanto, vemos que **una política de D&I LGBT+ tiene un impacto directo sobre el bienestar de las personas trabajadoras.**

Mejora de la marca empleadora

Según *Great Place To Work*, el *Employer Branding*, o “marca empleadora”, es “un concepto que refleja la reputación y el atractivo que tiene una empresa, tanto entre sus personas trabajadoras, como en potenciales incorporaciones.”[35] Esta imagen de la empresa es muy importante para atraer y retener al talento. En aquellas empresas avanzadas en D&I LGBT+ hay una mejora también de la marca empleadora:



Un 57% ha percibido una mejora de su visibilidad en el mercado y su reputación como empleadora inclusiva, así así como de su acceso al talento.

Es imprescindible trabajar este aspecto a nivel estratégico, ya que puede determinar el éxito del negocio: atraer al talento diverso y con mejores competencias va a generar espacios de trabajo más productivos e innovadores.

Desarrollo del liderazgo

Muy relacionado con la atracción del talento está el desarrollo de un modelo de liderazgo que le permita florecer. Como ya vimos, las personas LGBT+, presentan tasas más elevadas de baja autoestima y problemas de salud mental, padeciendo el llamado “estrés de minoría” que, “describe los factores estresantes inherentes a la posición social de los individuos de minorías sexuales como causas de afecciones relacionadas con la salud, como trastornos mentales, angustia psicológica, trastornos físicos, conductas de salud [...]”[36]

Está demostrado que la productividad del talento LGBT+ aumenta significativamente cuando se dedican programas específicos para mejorar su liderazgo e integración en el ámbito de trabajo, donde representan una minoría socialmente vulnerada. Por ello, es muy relevante el siguiente dato:



El 51% de las empresas ha desarrollado el liderazgo de las personas LGBT+ empleadas.

[35] [¿Qué es el Employer Branding y cómo mejorarlo?](#), Great Place To Work (2021)

[36] [Minority Stress and the Health of Sexual Minorities](#), Meyer (2013)

Desarrollo del negocio

Otro beneficio concreto que ha aportado la implantación de políticas de D&I LGBT+ es su mejora de competencias de negocio:



Un 49% de las empresas ha mejorado su entendimiento sobre la sociedad, sus clientes y sus necesidades.



El 36% ha tejido nuevas alianzas estratégicas o desarrollado su negocio.

Como empresas, no solo nuestros equipos, sino también nuestros clientes y proveedores, se verán impactados positivamente por nuestras políticas de inclusión, ya que las personas LGBT+ están en todos los ámbitos de la sociedad.



Mejora del impacto social

Mejorar el entendimiento de la sociedad también lleva a un mayor impacto en la comunidad:



Un 49% de las empresas que han desarrollado políticas de D&I LGBT+ afirma haber mejorado su impacto social.

El impacto social está directamente relacionado con la mejora de la sociedad, pero también del negocio. Según la *Harvard Business Review*, se trata de un criterio cada vez más importante para las empresas que están en bolsa, existiendo carteras de inversión específicas que incluyen empresas con impacto social[37]. Cada vez más inversores apuestan por compañías interesadas en mejorar su reputación social, puesto que demuestran tener una cultura corporativa de apertura hacia la diversidad y la innovación, y una mayor conexión con el mercado. En este sentido, trabajar la diversidad LGBT+ constituye una 'marca' de empresa socialmente responsable.

Cumplimiento normativo



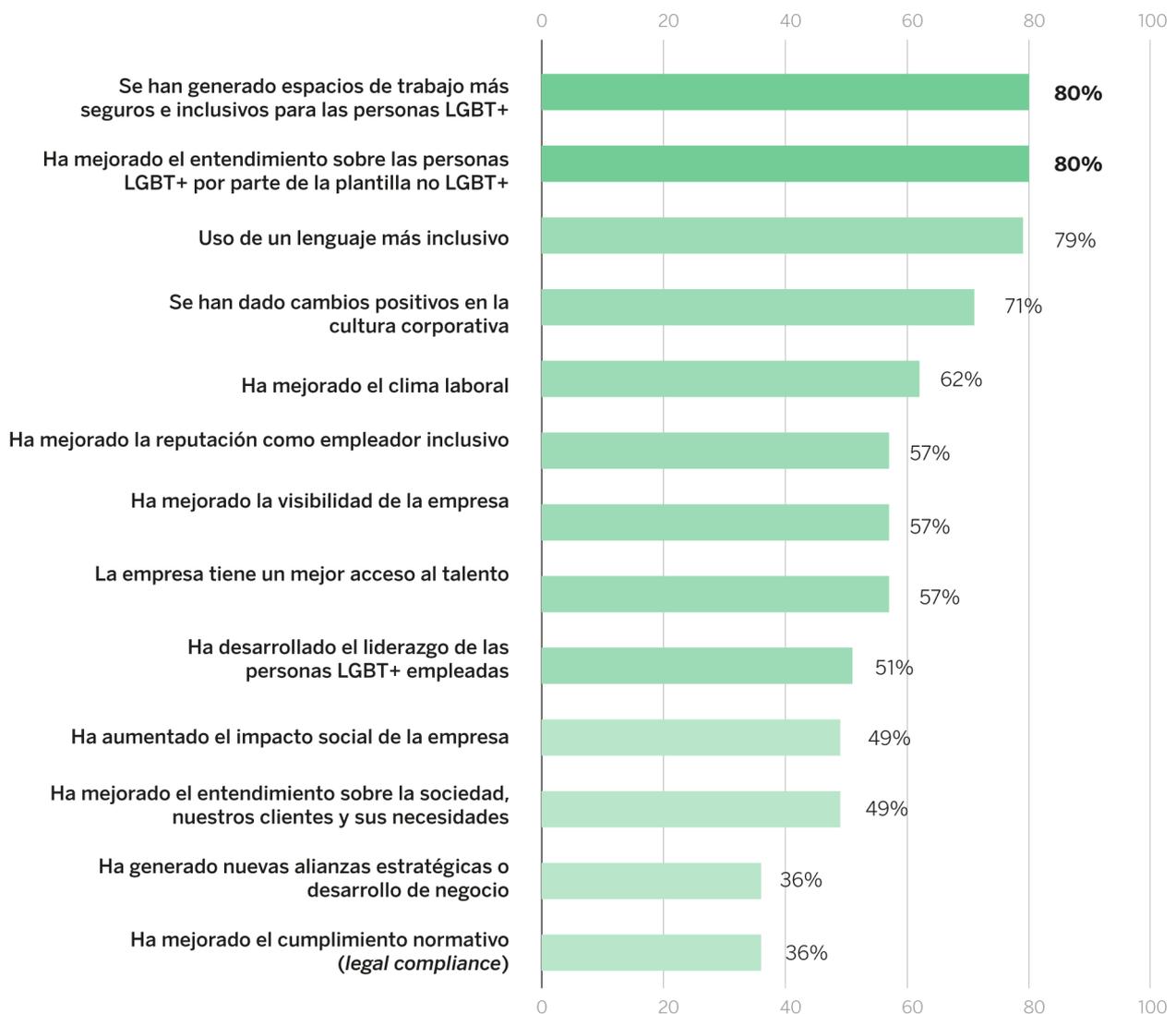
El 36% de las empresas que han implantado políticas de D&I LGBT+ han mejorado su cumplimiento normativo.

[37] [Social-Impact Efforts That Create Real Value](#), George Serafeim (2020)

Hasta el momento, diversas leyes estatales y autonómicas han generado visibilidad y sensibilización en torno a estas cuestiones, y favorecido la concienciación de las empresas en este tema, pero no han obligado a las empresas a tomar iniciativas concretas.

Seguramente, la implantación de la ley estatal 04/2023, que obliga a las empresas con más de 50 personas trabajadoras a incluir políticas específicas para favorecer la inclusión del colectivo LGBT+ en el ámbito laboral, será un catalizador de este porcentaje.

Resultados conseguidos gracias a las políticas de inclusión LGBT+



Base Total empresas que trabajan la diversidad LGBT+ (89)

P: ¿Cuáles de los siguientes potenciales resultados ha obtenido su empresa en España por gestionar la diversidad LGBT+ de manera explícita?

8 El futuro de la inclusión LGBT+ en España: retos y perspectivas

Veamos ahora cuáles son los principales **retos a los que se enfrentan** las empresas que ya están abordando la D&I LGBT+ en España, recogiendo los comentarios de sus responsables de RRHH y diversidad.

Cuando les preguntamos abiertamente sobre ellos, surgen espontáneamente diversos temas que nos ayudan a entender algunos de los datos presentados anteriormente:

Reto 1



Falta de visibilidad del colectivo y medición de avances

El argumento principal que mencionan las empresas **es la falta de visibilidad y referentes LGBT+** frente a otras personas empleadas y clientes.

- En el caso de las grandes empresas, este argumento fue referido como *“encontrar personas del colectivo que estén fuera del armario y quieran ser referentes para otros, así como medir los progresos en cuanto a las mejoras implementadas para este colectivo”*. Supone un doble reto, por un lado, **conseguir la participación proactiva de la plantilla LGBT+** en el proyecto y, por otro, **no poder recoger datos especialmente sensibles** para medir los avances. Esta dificultad de acceso a datos impide a las empresas establecer objetivos cuantitativos *“que pudieran estar ligados a la remuneración variable”* (recordemos que la orientación sexual o identidad de género de las personas empleadas se considera como altamente sensible por las leyes de protección de datos, lo que impide a la empresa conocer el número de personas LGBT+ de la plantilla, con excepción de encuestas de bienestar de manera anónima y totalmente voluntaria).
- En el caso de pequeñas y medianas empresas, la falta de visibilidad se entiende como una **limitación cultural, especialmente en zonas urbanas pequeñas o rurales**.

Reto 2

Falta de concienciación, heredada de la sociedad

El segundo reto más importante para las empresas es la **implicación de todas las personas para eliminar los prejuicios** ya que, a la hora de trabajar la inclusión de la diversidad LGBT+, las empresas encuentran resistencias internas para romper estigmas y barreras:

- *“Todavía hay camino por recorrer en el entendimiento y la comprensión de la realidad del colectivo LGTBI y sus necesidades”*
- *“Muchos empleados consideran que no existe tal discriminación y que se favorece a los empleados LGTBI”*
- *“No es entendido por todo el mundo”*

Aunque el panorama de evolución es favorable, para algunas empresas, estas barreras parecen estar creciendo en consonancia con la polarización social:

- *“Algunos empleados ven la defensa de los derechos LGTBI y la inclusión del colectivo como un tema de ideología política”*
- *“Se ve un retroceso que la sociedad actual está viviendo”*

En el caso de las empresas de mayor tamaño, el trabajo globalizado supone, además, un reto adicional:

- *“Tenemos muchas nacionalidades (más de 60 en plantilla) y a veces mucha gente tiene sesgos propios de la cultura de su país”*

Para avanzar en la construcción de una cultura real de diversidad y libre de sesgos es necesario seguir sensibilizando y recordar que se trata de un **tema de respeto a los derechos humanos y de favorecer igualdad de oportunidades** para todas las personas empleadas, además de un tema de negocio. De ahí la importancia de formar a la plantilla y crear personas “aliadas para avanzar en la sensibilización y detección de situaciones de discriminación. Recordemos que, en España, el 40% de las personas LGBT+ afirma haber sufrido o asistido a agresiones verbales en el trabajo[38].

En este recorrido, juega un papel fundamental el departamento de comunicación:

- *“Trabajar la comunicación interna para generar una cultura de confianza”*
- *“Mayor sensibilización y apoyo en el dept de comunicación para impactar mejor”*

[38] [Diversity at work](#). ManpowerGroup (2022)



Reto 3

Falta de recursos y estructura apropiada

El tercer reto que se menciona a la hora de gestionar la D&I LGBT+ en la empresa es **que el proyecto sea reconocido como estratégico y dotarle de recursos suficientes**. Estaríamos hablando, no solo de tener una estructura adecuada, sino también de presupuesto y reconocimiento del tiempo dedicado a implementar acciones:

- *“Falta de tiempo y de focus: Incluso las personas LGBT+ de la empresa tienen otras funciones en su trabajo y no hay un puesto específico para apoyar esta diversidad”*
- *“Tiempo y dotación económica para trabajar”*
- *“Falta de presupuesto dedicado, no solo a iniciativas para el colectivo, sino para DE&I en general”*

Además, como ya hemos visto, la Alta Dirección no siempre se encuentra suficientemente involucrada:

- *“El perfil clásico, mayoritariamente masculino-heterosexual, de la alta dirección”*
- *“Falta de representación en niveles altos de la dirección y falta de sponsors proactivos”*
- *“Resistencia al cambio por parte de algunas personas responsables”*
- *“Cuesta a veces que los cargos más altos participen de las charlas y actividades”*

Este reto es especialmente señalado por las empresas entre 250 y 1000 personas, donde veíamos una oportunidad a la hora de abordar con más empuje la gestión de la diversidad LGBT+, ya que **cuentan con menos recursos que empresas todavía más grandes**.

Reto 4

Granularidad del negocio

Un gran reto que presentan las grandes empresas es llegar a todos los centros de trabajo con sus programas de diversidad:

- *“El mayor reto para nuestra compañía son las diferentes realidades entre nuestros centros en Madrid y zonas industriales”*
- *“...sensibilizar en todas ubicaciones (plantas, frontline etc.)”*
- *“La variedad de entornos en los que debemos gestionarla (oficinas, entornos industriales, fábricas, atención al cliente, etc)”*

Reto 5

Reto 5: incorporación de talento trans

Positivamente, muchas de las empresas que trabajan la D&I LGBT+ parecen estar ya sensibilizadas acerca de la falta de oportunidades laborales para las personas trans, cuya tasa de desempleo es la más alta del colectivo. Por ello, se menciona explícitamente en numerosos casos el reto de incorporarlas a la plantilla:

- *“Establecer un plan específico para las personas trans: fomentar la empleabilidad, desarrollar acciones que fomenten su crecimiento, así como integración dentro de la empresa”*
- *“Afrontar el reto de la medición y reporte de empleados trans dentro del marco de la LPD”*
- *“Adaptar los sistemas informáticos para incluir las diversas identidades de género”*
- *“Inclusión del colectivo trans, que sigue siendo el más desconocido y complejo”*

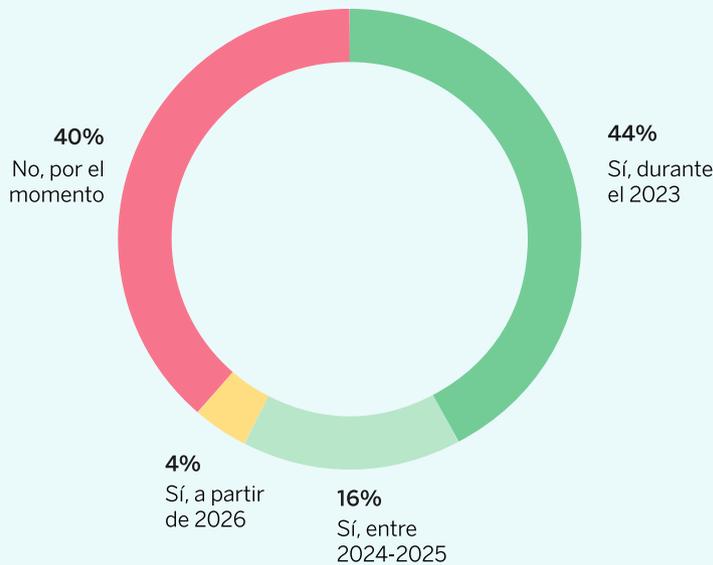
Otros retos que se mencionaron en menor medida fueron la cooperación con otros organismos para la promoción de la diversidad o cómo mantener las iniciativas ya implantadas.

En cuanto a la perspectivas de futuro para las empresas que no abordan aún activamente

programas de diversidad LGBT+, podemos decir que son favorables, ya que **el 60% de las empresas tiene previsto empezar a abordarlos en los próximos 3 años**, y solo un 40% no lo considera en el corto-medio plazo.



Porcentaje de empresas que tienen previsto empezar a trabajar la inclusión LGBT+



Base Total empresas que no trabajan la diversidad LGBT+ (92)

P: ¿Considera que su empresa va a comenzar a gestionar la diversidad e inclusión LGBT+ en el corto, medio o largo plazo?

Cuando preguntamos a este 60% de empresas por las principales razones por las que consideraban comenzar a gestionar la diversidad LGBT+ en el corto o medio plazo, estas fueron sus respuestas:

- El 51% ya son conscientes del problema y necesidades específicas que requiere.
- El 41% por menciona que lo haría por conciencia social y prioridad estratégica.
- El 19% para asegurar la igualdad de oportunidades para todas las personas, con independencia del grupo al que pertenezcan.

- El 15% por requisito legal aplicado en la empresa.
- El 12% ya ha iniciado su recorrido y seguirá avanzando.

Estos datos son esperanzadores ya que la mayoría de las empresas encuestadas que empezarán a trabajar esta diversidad en los próximos años reconocen la necesidad de abordar este tema, no solo por imperativo legal y estratégico, sino por concienciación y coherencia corporativa.

9 La gestión de la D&I LGBT+ en las empresas del IBEX 35

El IBEX 35 es el índice bursátil de referencia de la bolsa española. Recopila las 35 empresas más importantes del país. Este estudio recopila, por primera vez, datos precisos sobre este grupo de empresas para analizar

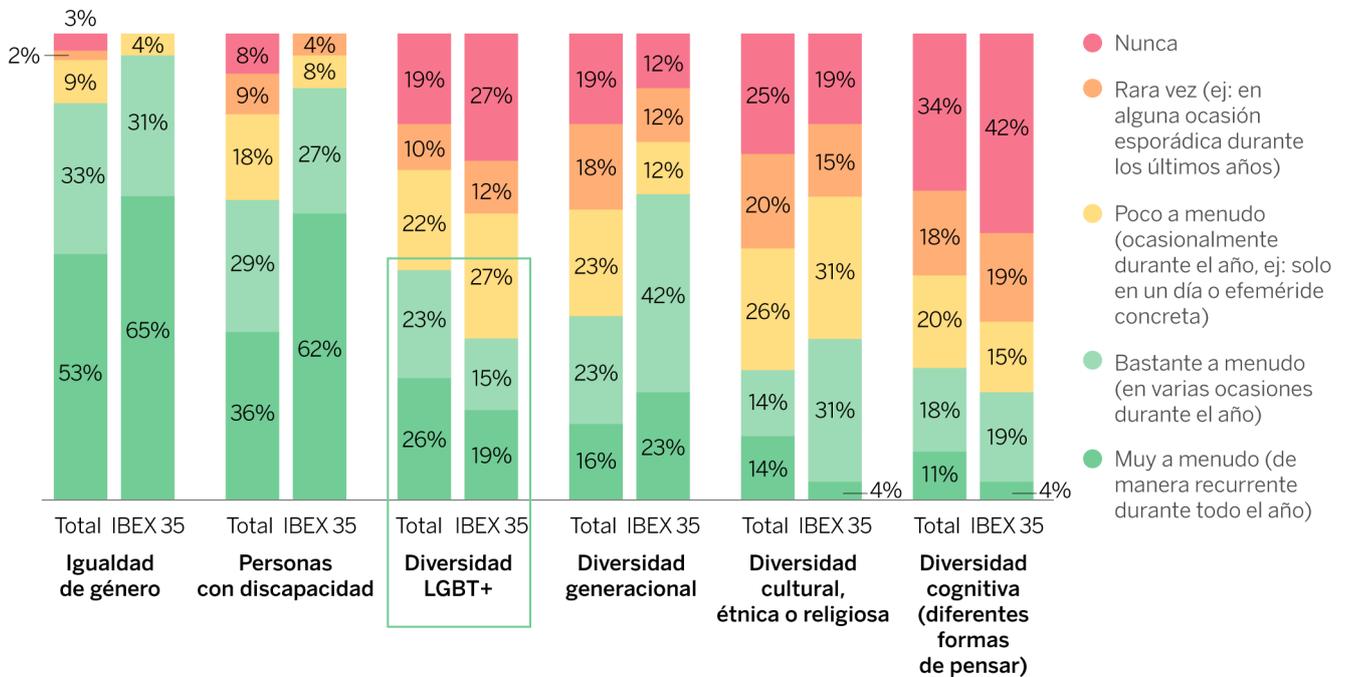
su nivel de compromiso y posicionamiento con la diversidad, en general y LGBT+ en particular: 26 de estas 35 empresas (el 75%) han participado en nuestro estudio, por lo que tenemos una muestra relevante.

La gestión de la diversidad LGBT+: un tema aún pendiente para IBEX 35

Las empresas pertenecientes al IBEX 35 que han participado en el estudio se consideran abanderadas en la Igualdad de Género (96%), la Discapacidad (89%) y a la Diversidad Generacional (65%). Sin embargo, **sólo 9 de ellas (34%) trabaja de manera habitual la diversidad LGBT+** (vs 49% media del resto de empresas y 73% de las empresas de REDI) y están a la cola en este aspecto. Por otra parte, **sólo 12 empresas IBEX 35 están adheridas a REDI.**



Frecuencia con la que se gestiona la diversidad en las empresas IBEX 35 vs el resto



Base total empresas encuestadas (181), Base empresas encuestadas Ibex 35 (26)

P: En una escala de 1 a 5, donde 5 es "muy a menudo" y 1 es "no se realizan nunca", ¿con qué frecuencia su empresa emprende acciones corporativas para gestionar, en España y de manera explícita, las siguientes diversidades? SA

Cuando les preguntamos acerca los retos de trabajar de manera más activa esta diversidad, la gran mayoría de las empresas del IBEX 35 (65%) declara que **su principal reto tiene que ver con el estado de poca madurez que poseen** en este tema, por encima de otras razones como pueden ser la resistencia al cambio, o el no distinguir entre diversidades. En la parte positiva, el

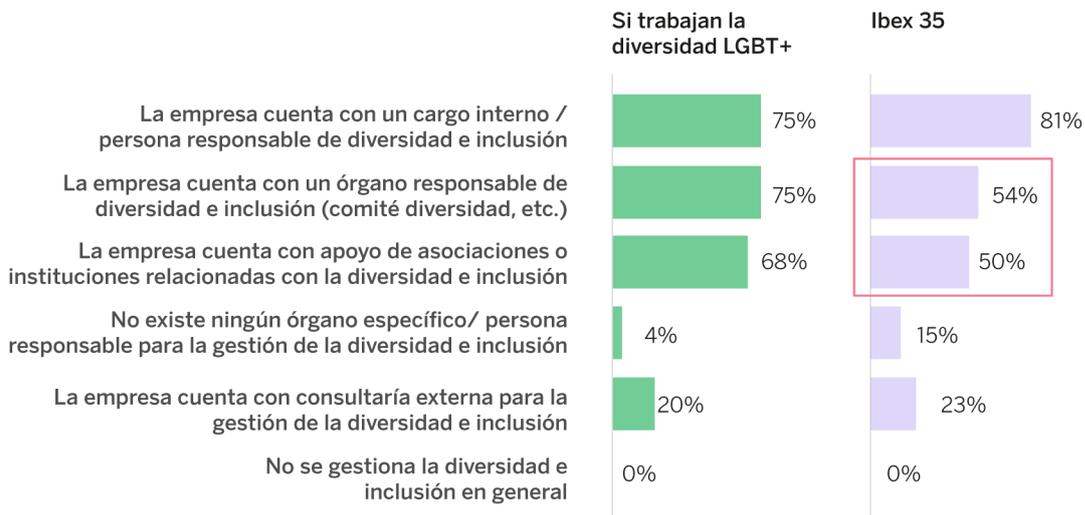
53% de ellas prevé empezar a gestionar la D&I LGBT+ en los próximos dos años mencionando, entre otras razones, la prioridad estratégica de la empresa (56%), la igualdad de oportunidades (22%), la mejora del ambiente de trabajo (22%), los requisitos legales (11%) o los beneficios en general que aportan la diversidad en todos los aspectos (11%).

Una gestión reciente y con apoyo limitado

El tiempo medio que llevan las empresas del IBEX 35 gestionando la D&I LGBT+ es de 3 años, al igual que la media de empresas españolas. Aunque cuentan con una persona

responsable de diversidad, **no parecen haber apostado por una gestión integral de la misma**, careciendo en mayor medida de un comité de diversidad.

Apoyos internos y externos que contribuyen al avance de la D&I LGBT+



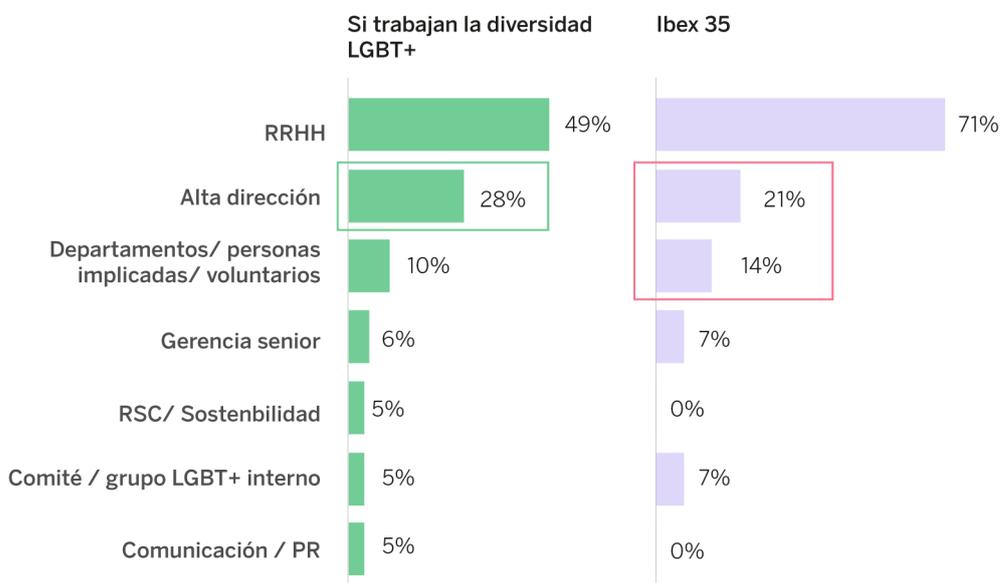
Base total empresas encuestadas que trabajan la D&I LGBT+ habitualmente (89), empresas REDI (94) y empresas IBEX 35 (26)

P ¿Cuáles de estas opciones se ajustan más a la manera en la que su empresa gestiona la diversidad e inclusión, en general?



En la mayoría de los casos, además, **el proyecto de diversidad se ha delegado completamente en RRHH** y falta una vinculación estratégica con la Alta Dirección y una involucración extra de las propias personas empleadas/voluntarias y de RSC/sostenibilidad.

Relación entre el órgano responsable de D&I y demás funciones



Base Total empresas que cuentan con órgano interno de diversidad

P: ¿De cuál de los siguientes departamentos o funciones depende el órgano responsable de diversidad e inclusión? (Multirespuesta)

En cuanto a las acciones que realizan las empresas IBEX 35 en materia de D&I LGBT+, están centradas en los básicos de RRHH, como la eliminación de sesgos en los procesos de selección y promoción, además de en

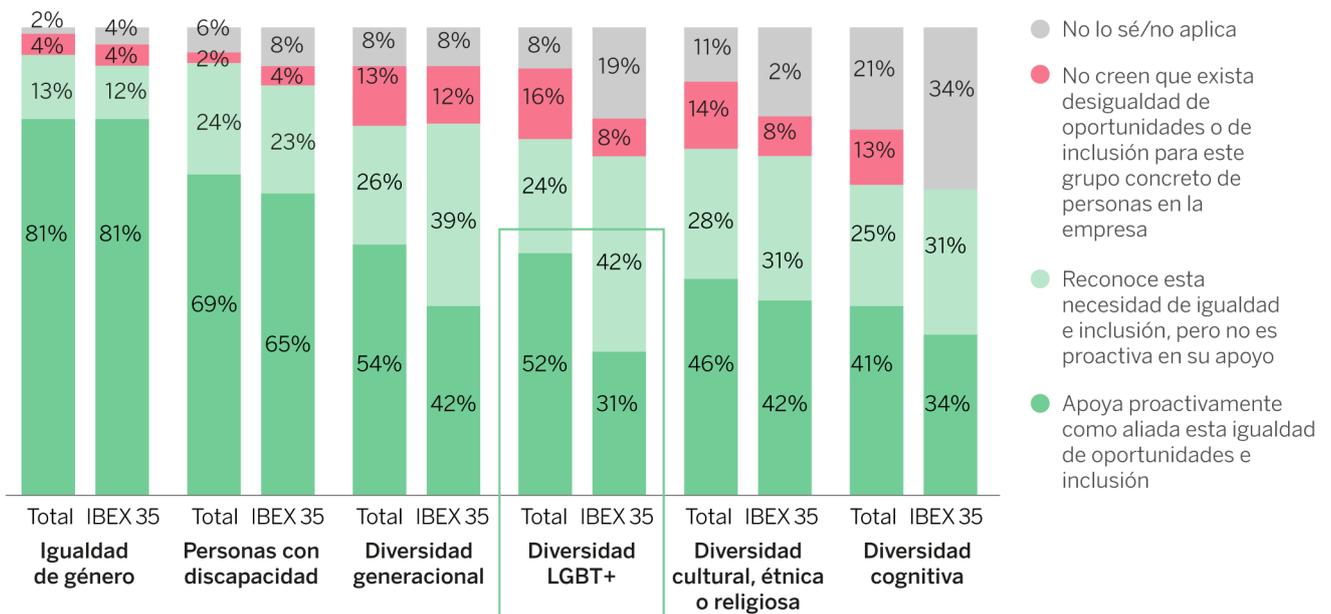
la celebración del Orgullo, pero **hay una oportunidad para visibilizar mejor su apoyo tanto interna (referentes) como externamente.**

Una Alta Dirección que no está convencida/concienciada

La Alta Dirección del IBEX 35 es aliada de las diversidades 'tradicionales' pero faltaría una mayor convicción para apoyar al resto de diversidades, pues se muestra menos convencida que la media de empresas encuestadas. Concretamente, **la diversidad LGBT+ es la menos apoyada de todas las diversidades por la Alta Dirección** y queda en último lugar.

La diversidad LGBT+ la apoyan en el 31% de las empresas del IBEX 35, frente a una media del 52% entre todas las empresas encuestadas.

Percepción del apoyo de la Alta Dirección a las diversidades, según RRHH



Base total empresas encuestadas (181), Base total empresas encuestadas Ibex 35 (26)

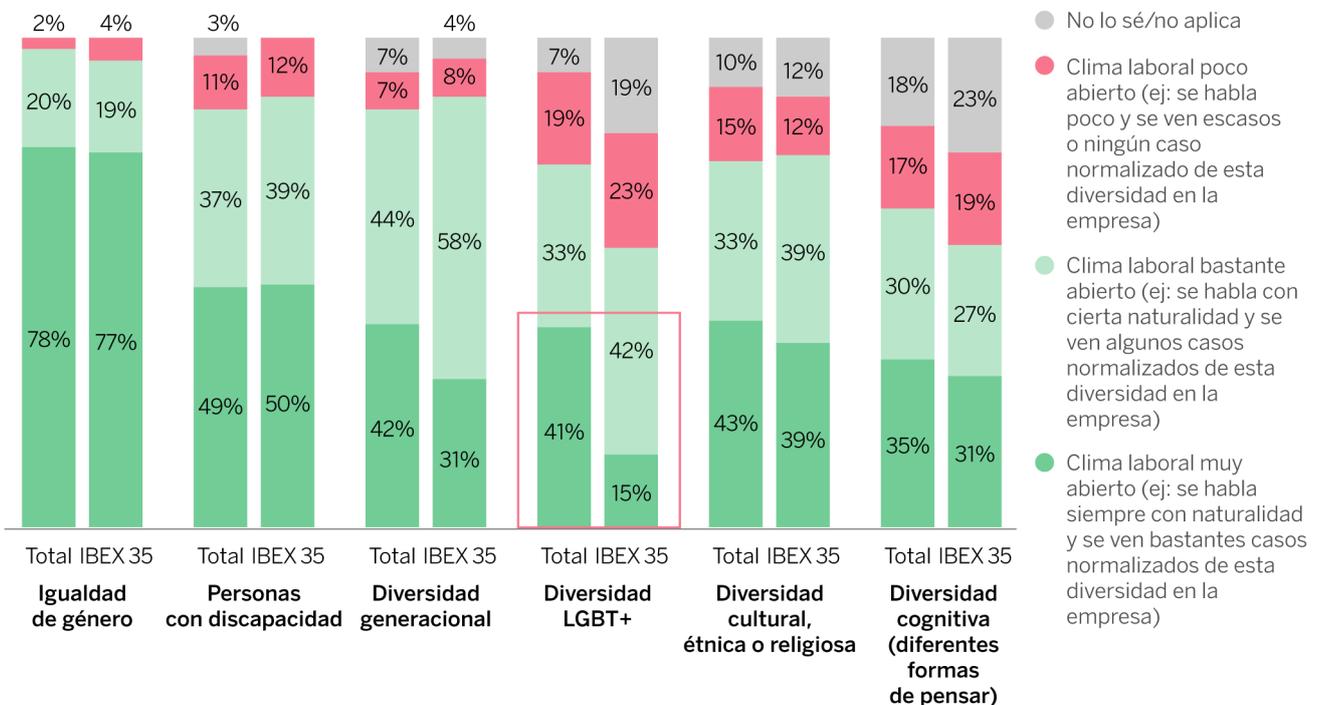
P: Para cada una de las diversidades y afirmaciones siguientes, díganos cuál cree que se identifica mejor con la opinión o compromiso de la Alta Dirección de su empresa

Un clima laboral mucho menos inclusivo y sensibilizado

Como se ha visto anteriormente, un clima laboral abierto y respetuoso es un factor clave para que las personas LGBT+ se atrevan a visibilizarse en el ámbito laboral, mientras que un clima laboral hostil genera miedo y renuncia a derechos laborales. En el caso de las empresas del IBEX 35, **sólo el 15% de ellas declara tener un clima “muy abierto” con respecto a la diversidad LGBT+** muy por debajo de la media de empresas y del resto de las diversidades analizadas.



Percepción del clima de diversidad existente, según RRHH



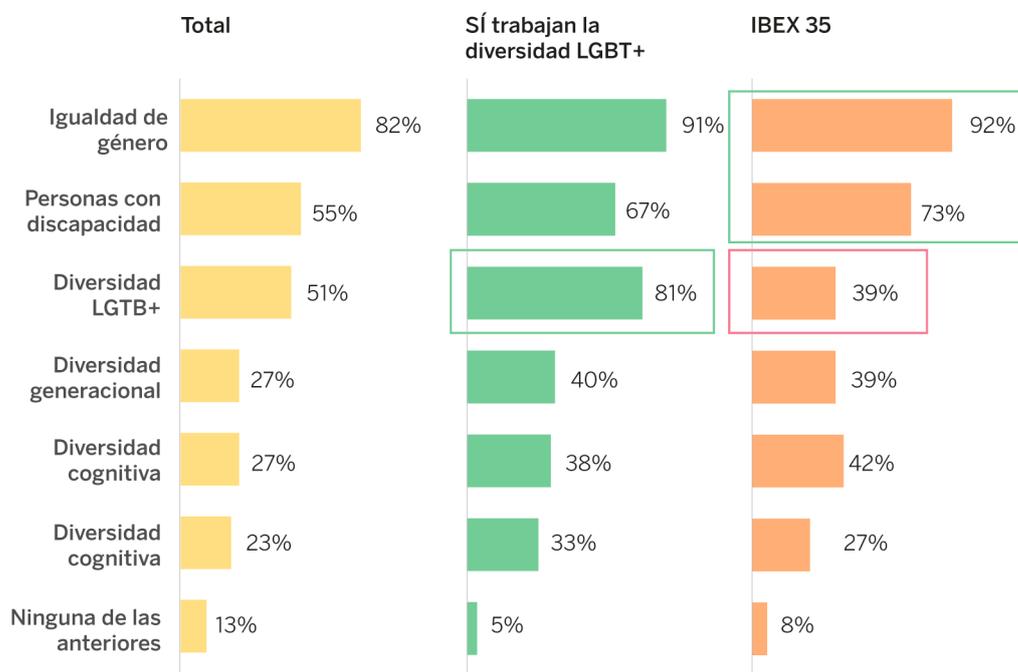
Base total empresas encuestadas (181) base empresas Ibex 35 (26)

P: En general, ¿cómo valoraría, el clima de apertura que se respira en su empresa con respecto a estas diversidades? SA

Por otra parte, la sensibilización en diversidad LGBT+ es una asignatura pendiente en las empresas del IBEX 35. Aunque son líderes en cuanto a formación de la plantilla sobre igualdad de género y personas con discapacidad, sólo el 39% han realizado algún

tipo de formación en materia de diversidad LGBT+ en los últimos 12 meses, frente al 51% de media entre el total de empresas encuestadas y al 81% de las empresas que la trabajan más activamente.

Formaciones en diversidad impartidas en los últimos 12 meses



Base total empresas (181), empresas que trabajan la D&I LGBT+ (89), empresas IBEX35 (26)

P: ¿En cuáles de las siguientes temáticas de diversidad su empresa ha realizado formaciones específicas en los últimos 12 meses? (multirespuesta)

Por todo lo visto, podemos concluir que **la cultura corporativa española aún no considera de forma amplia las cuestiones LGBT+, manteniendo determinados sesgos culturales que vienen heredados de nuestra sociedad, que todavía no es lo suficientemente inclusiva a pesar de las**

leyes. Esto supone un freno al desarrollo de la D&I LGBT+. Otras grandes empresas que operan en España, siguiendo sus políticas globales, que suelen estar originadas en países donde llevan más tiempo trabajando esta diversidad, están mucho más avanzadas y dedican mayores recursos a esta materia.

Implicación de las empresas con la D&I LGBTQ+ en el marco internacional

La sociedad es cada vez más consciente del poder que tienen las empresas para reducir la discriminación y promover la diversidad aprovechando su amplio ámbito de influencia y las relaciones con sus grupos de interés. Como resultado, son muchas las empresas que se han comprometido y han empezado a tomar medidas para llevar a la práctica su compromiso con la inclusión de las personas LGBTQ+. Sin embargo, **la mayoría aún están comenzando y se encuentran en una fase muy inicial**. Particularmente en entornos que son hostiles para el colectivo.

En líneas generales, el enfoque hasta el momento del sector empresarial ha sido **de carácter puntual y poco sistemático**: algunas empresas multinacionales promueven la igualdad del colectivo en su país de origen, pero no tanto en el extranjero; otras visibilizan su apoyo en entornos relativamente propicios, pero se mantienen en silencio en contextos en que la protección de los derechos de las personas LGBTQ+ es deficiente o inexistente; y algunas cuentan con políticas de protección de las personas lesbianas, gays y bisexuales, pero aún no han adoptado medidas para proteger a las personas trans e intersexuales[39].

Teniendo en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo por el Pacto Mundial de Naciones Unidas y Accenture a más de 1.100

CEOS[40], la protección de las comunidades LGBTQ+ se mantiene en una etapa inicial a nivel mundial entre las empresas encuestadas. **Solo el 45% de los/as CEOs encuestados/as afirman haber ampliado los recursos y la protección de las personas LGBTQ+ en toda la fuerza laboral**. Cifra que aumenta hasta un 77% en el caso de las empresas norteamericanas, que están demostrando un mayor liderazgo a nivel global.

Las empresas tienen un papel esencial en la protección de los derechos humanos y, por ello, es importante que utilicen los marcos internacionales como las “Normas de Conducta Contra la Discriminación de las Personas LGBTQ+ de la ONU”, para desarrollar y fortalecer así políticas que apoyen los derechos del colectivo.

[39] [Normas de conducta para las empresas](#). ONU (2017)

[40] [Temas destacados sobre la igualdad de género, diversidad e inclusión](#). ONU & Accenture (2021)

Adhesión de las empresas a las “Normas de Conducta Contra la Discriminación de las Personas LGBTIQ+” de la ONU

Seis años después de su lanzamiento, son más de 400 las empresas de todo el mundo las que han expresado su apoyo adhiriéndose a estas normas, más de 40 son empresa españolas^[41]. La mayoría han sido grandes multinacionales que operan en distintos países y que se enfrentan al reto de diseñar estrategias que sean eficaces, coherentes y conformes a las diferentes legislaciones en las que operan. Las pequeñas y medianas

empresas se encuentran infrarrepresentadas en este listado.

Para lograr el cambio global que se necesita, será fundamental que todo el tejido empresarial, incluidas las pymes, utilicen este marco como herramienta para mejorar sus políticas y prácticas y así ampliar el papel del sector privado en la lucha contra la discriminación del colectivo.



[41] [Empresas que apoyan las Normas de Conducta LGBTIQ+ de la ONU](#). BSR (2021)

Herramienta Empresarial de las Normas de Conducta LGBTIQ+ de la ONU

Con el objetivo de ayudar a las empresas a reducir la desigualdad que afecta a este colectivo en sus lugares de trabajo y fuera de ellos, Pacto Mundial de Naciones Unidas junto con BSR, la Asociación para la Igualdad LGBTI, la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos y el Foro Económico Mundial, lanzaron en 2021 la ['Herramienta Empresarial de las Normas de Conducta LGBTIQ+ de la ONU'](#).

Se trata de una **plataforma online de fácil uso, gratuita para cualquier empresa y estrictamente confidencial** que permite a las compañías autoevaluar sus políticas y programas actuales e identificar áreas de mejora y oportunidades para definir objetivos corporativos. A su vez, provee a las organizaciones de un plan de acción para alinear sus prácticas, políticas y procesos a las Normas de Conducta LGBTIQ+ de la ONU.

La autoevaluación consistente en 20 preguntas de opción múltiple que abarcan la no discriminación y la inclusión del colectivo no solo en el lugar de trabajo, sino también fuera de él. Cada pregunta está organizada según un modelo de gestión, que guía a las empresas a través de cuatro etapas: **Compromiso, Implementación, Medición y Transparencia.**

Una vez finalizada la autoevaluación, la empresa puede visualizar una matriz final donde mapear sus fortalezas y áreas de mejora, así como su puntuación final que le otorga un nivel de Principiante a Líder, pasando por Intermedio y Avanzado. La herramienta es de carácter voluntario y pretende ser una plataforma de aprendizaje, por lo que no sirve como mecanismo de reporte o certificación. Todos los datos son reportados por las propias empresas y no son objeto de verificación ni validación por ninguno de los socios de la herramienta.

Los datos agregados que pueden extraerse de la herramienta siempre serán de forma anónima y marcarán las tendencias que puedan ayudar a las empresas a medir su progreso a lo largo del tiempo y entender dónde se encuentran en relación con otras empresas.



Uso de la Herramienta Empresarial de las Normas de Conducta LGBTIQ+ de la ONU

Como ya se ha visto, muchas son las compañías que están mostrando su compromiso con el respeto y promoción del colectivo en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad mediante la adhesión a las “Normas de Conducta LGBTIQ+”. Sin embargo, son pocas aún las empresas que hacen un ejercicio de autoevaluación para identificar cuán alineadas están con las Normas de Conducta y qué plan de acción les acercará a cumplir con los compromisos adquiridos mediante la implementación, el seguimiento y la presentación de informes sobre los avances en la materia. Hasta la fecha la herramienta recoge más de 400 perfiles empresariales registrados entre 2021 y 2023. **Más de 50 perfiles provienen de empresas españolas.**

Sin embargo, solo se registran 90 evaluaciones completadas a nivel mundial, alrededor de un 17% provienen de empresas españolas. La mayoría grandes empresas.

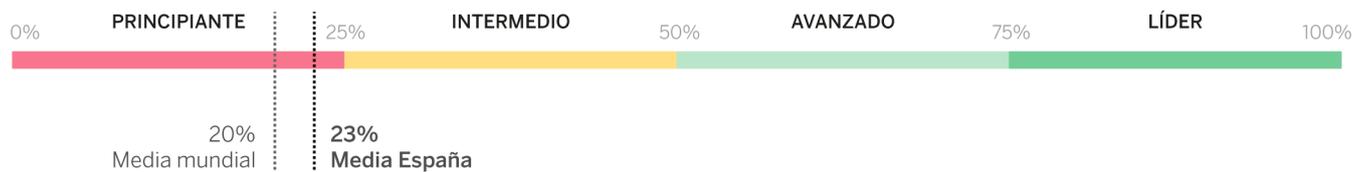


Resultados obtenidos de la Herramienta empresarial de las normas de conducta LGBTIQ+ de la ONU

A continuación, mostramos algunos datos que se han podido extraer de los resultados anónimos comunicados por las propias empresas.

Si evaluamos la puntuación obtenida, observamos que **tanto la media mundial**

(20%) como la media nacional (23%) se sitúa en el nivel 'principiante', aunque a las puertas de pasar al nivel intermedio. Aún queda un largo camino para que la mayor parte de las empresas, tanto a nivel internacional como nacional alcancen el nivel líder que incluye la herramienta.



Entre todas las preguntas que contiene la herramienta, **las que más puntuación han obtenido** han sido las siguientes:

A nivel mundial: *¿Tiene su empresa un compromiso de la dirección y el apoyo de los directivos en lo que concierne a los derechos de las personas LGBTIQ+?*

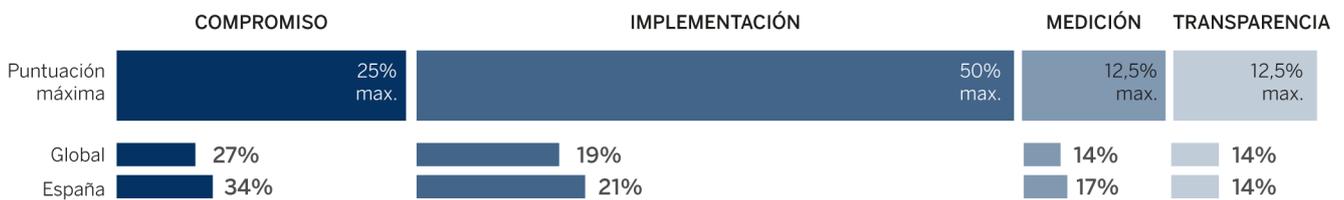
A nivel nacional: *¿Cuenta su empresa con una política de no discriminación e igualdad de oportunidades, independiente o claramente integrada en una política corporativa más amplia, que contemple de manera explícita la orientación sexual, la identidad de género, la expresión de género y las características sexuales?*



Ambas preguntas están relacionadas con el **compromiso interno de las empresas, que constituye la primera etapa de gestión.**

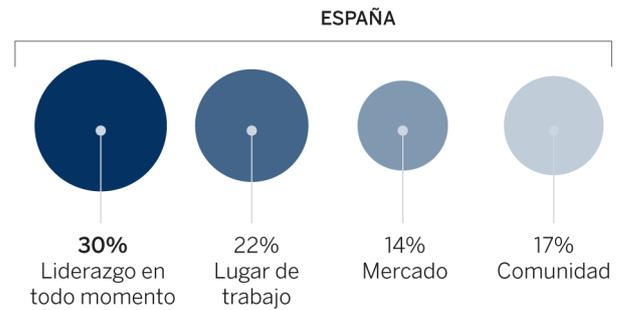
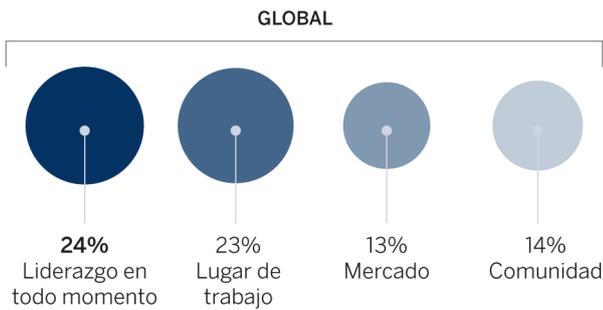
Aunque se observa que el rendimiento, en relación con el compromiso, es relativamente alto, los niveles disminuyen en las etapas de implementación, medición, y comunicación de los progresos. Comprometerse es

importante, pero es solo el primer paso. **Las empresas han de implementar medidas para conseguir aquello a lo que se han comprometido.** Es importante, además, medir la eficiencia y el impacto de las acciones para conocer el éxito o no del trabajo. Así como ser transparentes y comunicar a todos los grupos de interés el progreso realizado.



A su vez, los datos revelan que, **si bien las empresas están relativamente comprometidas y avanzando en el lugar**

de trabajo y liderazgo, la puntuación decae en las áreas del mercado y de la comunidad.



Por ello, la pregunta más omitida, tanto a nivel internacional como nacional, es aquella que incide en el papel de agentes de cambio social de las propias empresas y tiene que ver con el impacto e influencia que pueden tener las organizaciones en la comunidad:

Es normal que al comenzar a trabajar este ámbito las empresas lo hagan de manera interna antes de centrarse en sus clientes, cadenas de suministro y comunidades en las que operan. Pero esto no puede ser una excusa para posponer las acciones en el resto de las áreas indefinidamente.

¿Recurre su empresa a las medidas jurídicas disponibles para cuestionar e impugnar las órdenes gubernamentales que pueden dar lugar a violaciones de los derechos humanos de las personas LGBTIQ+, así como para demorar su aplicación y resistirse a hacerlo?

Conclusiones

Las “Normas de Conducta LGBTQ+” de la ONU presentan dos grandes retos para la mayoría de las empresas:

1

El primero es interno, **basado en eliminar la discriminación del colectivo en el lugar de trabajo.** Conseguir este objetivo requiere, una revisión de las políticas y de los procedimientos internos para sentar las bases de una cultura de no discriminación, un plan de formación en diversidad e inclusión para asegurar un liderazgo inclusivo, y el establecimiento de canales de denuncia y comunicación eficaces para resolver los impactos que puedan producirse.

2

El segundo reto es externo. **Una vez que internamente se han sentado las bases, las empresas deben aprovechar su influencia para defender activamente el bienestar de las personas LGBTQ+ en la comunidad.** Un reto más ambicioso que lleva a las empresas a tener en cuenta el impacto sobre los derechos humanos y, en especial sobre el colectivo en cada decisión que tomen respecto a todos sus grupos de interés: obtener el compromiso de no discriminación por parte de sus proveedores, incluir a personas LGBTQ+ en sus campañas publicitarias, apoyar iniciativas que promuevan la igualdad, alianzas con asociaciones locales, cuestionar las leyes discriminatorias y pedir a los gobiernos y legisladores mayor protección para las personas LGBTQ+.

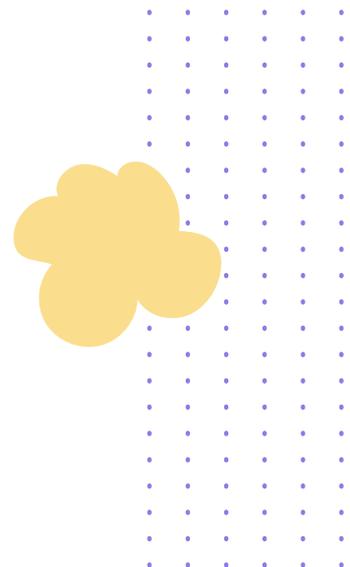


Las Normas de Conducta sugieren medidas prácticas que las empresas pueden adoptar, pero es responsabilidad de las empresas desarrollar estrategias que reflejen las particularidades de los contextos en los que operan y los retos específicos de cada comunidad.

Bibliografía

- Adelaida de la Peña [El Efecto Dunning-Kruger, El síndrome del cuñado \[...\]](#) (2023)
- Bérénice Magistretti [Why We Need To Bring More Visibility To Invisible Disabilities And Illnesses.](#) (2023)
- BOE [Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación.](#) (2022)
- BOE [Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI.](#) (2023)
- BSR [Empresas que apoyan las Normas de Conducta LGBTIQ+ de la ONU.](#) (2021)
- Cáceres Rodríguez, C.M. (et al.) [Diagnóstico de la realidad LGBTI+ de la Isla de Tenerife.](#) (2022)
- Confederación Salud Mental España [La situación de la salud mental en España.](#) (2023)
- Cornwell, John, Ragins, Belle y Singh, Romila [Making the Invisible Visible.](#) (2007).
- Day, Nancy y Schoenrade, Patricia [The relationship among reported disclosure of sexual orientation, anti-discrimination policies, top management support and work attitudes of gay and lesbian employees.](#)(2000).
- FRA-UE [Informe de la Fundamental Rights Agency: A long way to go for LGBTI equality.](#) (2020)
- Fundación Diversidad/ie [Tercera Edición del Informe de Innodiversidad.](#) (2022)
- George Serafeim [Social-Impact Efforts That Create Real Value.](#) (2020)

- Great Place To Work [¿Qué es el Employer Branding y cómo mejorarlo?](#) (2021)
- Ipsos, [30-Country Ipsos Global Advisor Survey](#). (2023)
- LLYC [Discurso de odio y orgullo LGBTIQ+ en la Conversación digital](#). (2023)
- ManpowerGroup [Diversity at work](#). (2023)
- Meyer [Minority Stress and the Health of Sexual Minorities](#). (2013)
- Muñoz, Óscar- mpátika [La Diversidad LGBT en el Contexto laboral en España](#). (2018)
- ONU [Normas de conducta para las empresas](#). (2017)
- ONU & Accenture [Temas destacados sobre la igualdad de género, diversidad e inclusión](#). (2021)
- Out Leadership [LGBTI Business Climate Index](#). (2022)
- Out Now Consulting [Show Me the Business Case Report](#). (2023)
- UGT [Hacia centros de trabajo inclusivos, I EDICIÓN](#). (2020)
- UGT [Las personas LGBTI en la negociación colectiva](#). (2021)
- UGT [Hacia centros de trabajo inclusivos - II EDICIÓN](#). (2023)





Pacto Mundial
Red Española