



LA DIVERSIDAD LGBT

en el contexto laboral
en España

Dirigido por

Óscar Muñoz*

Colaboran



GRAND.
INNOVACIÓN Y DISEÑO ESTRATÉGICO



Telefónica

Socio académico



Powered by



La diversidad forma parte de las empresas. Pero no basta con tenerla, hay que saber entenderla y gestionarla. Una empresa empática es capaz de aprovechar todo el potencial de sus equipos diversos y desarrollar soluciones innovadoras que la diferencien.

mpátika*
we speak human

Autor: Óscar Muñoz, experto en diversidad e investigación, con la colaboración académica del Grupo de Investigación 'Antropología, Diversidad y Convivencia' de la Universidad Complutense de Madrid, el apoyo técnico de IPSOS y la colaboración de REDI y FELGTB.

Esta publicación ha sido posible gracias al patrocinio de Banco Santander, y al co-patrocinio de Axa, Grand, Nationale-Nederlanden y Telefónica, y la colaboración del Centro de Diversidad de la Fundación IE.

Diseño y edición: Grand
aboutgrand.com

© Óscar Muñoz (Mpátika)

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de su titular. Puede copiar, descargar o imprimir esta obra para su uso personal o incluir fragmentos de esta obra en documentos, presentaciones, páginas web y otros soportes, siempre que la inclusión se realice a título de cita, tenga fines docentes o de investigación y se mencione expresamente la fuente y el autor.

LA DIVERSIDAD LGBT EN EL CONTEXTO LABORAL EN ESPAÑA:

Estudio sobre la situación
de inclusión de las personas
LGBT en el ámbito de trabajo

AGRADECIMIENTOS

A los patrocinadores, Banco Santander que apostó desde el principio por el proyecto y AXA, Grand, Nationale-Nederlanden y Telefónica, sin los cuales esta publicación no habría visto la luz.

A Celia de Anca y al Centro de Diversidad de la Fundación IE que, como socio académico, ha validado la metodología y resultados de la parte laboral del estudio.

Al grupo de Investigación 'Antropología, Diversidad y Convivencia' de la UCM, bajo la dirección de Ignacio Pichardo, que supervisó y distribuyó el cuestionario y lo revisó con ayuda de Margarita Alonso y Luis Puche.

A Ipsos: investigación de mercados, y concretamente a Antonio Hernando y Raquel Andrés por el inestimable soporte técnico y logístico en la programación, recogida y tabulación de resultados.

A REDI (Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTI), a la Federación Estatal LGTB y otras asociaciones, organizaciones y profesionales LGBT que difundieron y apoyaron la encuesta.

A Wenceslao Cruz, Master en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales, por su dedicación y apoyo con el análisis, que quedó incorporado a su trabajo de fin de Master.

A las 812 personas LGBT que tuvieron el valor de compartir su experiencia personal y profesional con nosotros, respondiendo nuestros cuestionarios.

PATROCINADORES



La población y cultura españolas han recorrido un largo camino hasta la aceptación de los derechos de las personas LGBT en una sociedad considerada como una de las más abiertas y tolerantes de la Unión Europea. Sin embargo, los resultados de la encuesta que hoy presentamos muestran que en nuestro entorno laboral todavía existen algunos signos de discriminación sobre los que debemos seguir trabajando.

A pesar de la apertura general hacia las personas y cultura LGBT, la realidad es que las personas que componen este colectivo aún sienten en España un elevado grado de discriminación contra ellas. Y lo que es peor, esto se puede traducir en problemas para su vida personal y profesional, lo que requiere una especial atención por las empresas.

Numerosos estudios muestran cómo las organizaciones con empleados y equipos directivos diversos alcanzan mejores resultados en múltiples dimensiones frente a organizaciones más homogéneas. Algunas de ellas son:

- ▶ Atracción y retención del talento
- ▶ Creación de un ambiente de trabajo motivador y estimulante
- ▶ Desarrollo de la innovación y creatividad

Todo ello se ve reflejado también en los resultados empresariales, ya que la diversidad aumenta la rentabilidad.

Con más de 200.000 empleados y 144 millones de clientes en todo el mundo, nuestros equipos deben ser fiel reflejo de la sociedad de los países en los que operamos. Tener una base de empleados diversa no es únicamente un ejercicio interno

de gestión, sino que responde también a nuestra aspiración de ser líderes en materia de inclusión. Queremos que todos nuestros empleados, sin excepción, sientan la confianza de contar con las mismas oportunidades que cualquier otra persona que trabaje en el Grupo. Y Santander exige a sus empleados ese mismo respeto al tratar a los clientes, proveedores y cualquier entidad o persona que se relacione con el Grupo.

En la línea de mejorar nuestros resultados, en 2018 fundamos la Comunidad 'Embrace' para empleados y amigos LGBT con el fin de fortalecer los vínculos y ayudar a desarrollar las medidas necesarias para mejorar su inclusión en el entorno laboral. Así mismo, estamos realizando formación sobre sesgos inconscientes para todos los empleados del Centro Corporativo.

Todo lo anterior forma parte de nuestra cultura corporativa. El hecho de contar con un único conjunto de valores y comportamientos en todos nuestros mercados nos permite aprender de los mejores ejemplos y trasladarlos de un país a otro. Por ello, ya hemos empezado a poner en práctica en España las medidas que nuestros equipos en el Reino Unido y Estados Unidos han aprendido de sus propias redes 'Embrace' durante los últimos cinco años.

El posicionamiento de Santander a través de iniciativas y políticas de diversidad nos permitirá cumplir nuestro objetivo de atraer y retener el mejor talento, y hacer que todas las personas que trabajan con nosotros puedan desarrollarlo mostrándose tal como son. Este estudio supone un paso importante para identificar más claramente las barreras que las personas LGBT pueden encontrar en sus trabajos y proporciona a nuestras organizaciones la información necesaria para confrontarlas.



Jaime Perez Renovales
GROUP SENIOR EXECUTIVE VICE PRESIDENT



En AXA, trabajamos activamente por la inclusión del colectivo LGBT bajo el lema “en AXA puedo ser yo”, porque entendemos la importancia de conseguir un entorno de trabajo en el que todos y todas podamos ser nosotros mismos sin dejar de lado ningún aspecto de nuestra persona.

Apoyamos este estudio porque consideramos fundamental contar con información

actualizada que nos ayude a entender mejor la realidad de las personas LGBT y, hasta la fecha, pocos datos se tenían sobre la situación de este colectivo en el contexto empresarial español.

Las conclusiones del estudio nos ayudarán a las empresas a saber dónde debemos poner el foco para seguir trabajando por hacer de la inclusión una realidad.



Carmen Corbatón

DIRECTORA DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN Y RELACIONES LABORALES

GRAND.

INNOVACIÓN Y DISEÑO ESTRATÉGICO

En GRAND. hacemos innovación centrándonos en las personas, precisamente porque los seres humanos somos diversos. Y nos dedicamos a empatizar con las personas para entender sus diferencias y desde ahí diseñar servicios, productos, experiencias que impacten en sus vidas de manera significativa.

Para eso, hemos observado muchas vidas en entrevistas y talleres, y hemos visto cómo empresas que no fomentan estos valores tienen organizaciones planas y, sin embargo, cuando una persona es ella misma en todas sus dimensiones entrega una riqueza y un potencial que impactan directamente en los mejores resultados de las organizaciones.

Nuestra colaboración en este estudio quiere aportar nuestro grano de arena para intentar ayudar a que cada vez más organizaciones entiendan por

qué el colectivo LGBT necesita una cultura empresarial que comprenda y fomente esta diversidad, conociendo a las personas que hay detrás de cada sigla, especialmente a las más invisibilizadas: las mujeres lesbianas y transexuales.

Observando las oportunidades que existen todavía en cuestión de igualdad entre hombres y mujeres, a pesar de años de movimiento feminista, nos podemos hacer una idea de todo lo que queda por hacer en materia de diversidad LGBT, que debería ser abordada de manera genuina por las empresas y considerada un avance corporativo y una ventaja competitiva.

Quiero agradecer a Óscar la iniciativa que ha tenido y felicitar al resto de colaboradores, empresas de enorme complejidad, cómo han perseverado hasta conseguir que la diversidad sea un valor tan importante como la rentabilidad.



Enrique Grandía
FUNDADOR Y DIRECTOR

Desde Nationale-Nederlanden, entendemos que la cultura empresarial ha de ser inclusiva e igualitaria por naturaleza y, dentro de la inclusión global, deben estar contempladas, sin duda alguna, la orientación sexual e identidad de género.

La realidad, sin embargo, demuestra que este tipo de inclusión no es un hecho en todas las organizaciones y, por eso, queremos contribuir y avanzar en la creación de un tejido empresarial que se convierta en motor del cambio.

Como agentes sociales, las compañías tenemos la responsabilidad de liderar el concepto de Progreso, con “P” mayúscula, y conseguir que sea aplicable a todos los ámbitos de la sociedad.

Nuestro patrocinio del estudio “La diversidad LGBT en el contexto laboral en España” supone un paso más en este sentido y nos permite tener una visión contrastada de la situación actual de este colectivo en las empresas, con el propósito de mejorarlo y avanzar en la igualdad.



Marije Scholma

SUBDIRECTORA GENERAL Y DIRECTORA DE EMPLOYEE EXPERIENCE



Uno de los elementos fundamentales en los que se basan las culturas corporativas ganadoras de la era digital es en el diseño experiencias laborales donde cada empleado pueda mostrar su “auténtico yo” y aportar su singularidad de talento. De hecho, está demostrado que las compañías que cuentan con programas de diversidad basados en la gestión del talento y en la creación de entornos de trabajo respetuosos e inclusivos son más productivas, ofrecen soluciones de negocio más creativas e innovadoras y son capaces de atraer y retener a los mejores profesionales.

La inclusión de los empleados LGBTI constituye un paso más en la gestión del talento diverso,

ya que se suma a la riqueza de diversidades representadas por los distintos géneros, funcionalidades, culturas, edad, experiencias, etc. que existen dentro de la empresa. Para asegurar una gestión acorde con la realidad de cada organización es necesario partir de un diagnóstico de las dificultades que enfrentan los profesionales LGBT en el entorno laboral, razón por la cual Telefónica ha patrocinado el presente estudio. Únicamente conociendo el problema en profundidad las compañías podrán gestionarlo y en última instancia crear una cultura de empleados satisfechos y comprometidos, dispuestos a dar lo mejor de sí mismos en un entorno inclusivo, amable y comprometido con su bienestar.



Arancha Díaz-Lladó

DIRECTORA DE INNOVACIÓN SOSTENIBLE Y DIVERSIDAD

Socio académico



Desde el Centro de Diversidad del IE, celebramos la elaboración del estudio 'La inclusión de la diversidad LGBT en el contexto laboral', desarrollada por el investigador Óscar Muñoz.

La diversidad, tanto en su dimensión demográfica, experiencial o cognitiva, está en el ADN del IE y, en ese espíritu, la Fundación IE estableció el Centro de Diversidad en 2003, para impulsar el conocimiento y la difusión de la gestión de la diversidad en el mundo corporativo. La diversidad LGBT es parte esencial de los trabajos del Centro de Diversidad desde 2006, con el apoyo a la creación del club *IE Out and allies*, así como con la elaboración de diversas conferencias, publicaciones y apoyo a estudios de investigación como el que ahora presentamos.

Como Institución académica, enfocamos la diversidad desde el rigor y la metodología científica, para poder hacer un buen diagnóstico y poder ofrecer a las empresas productos formativos adecuados a las necesidades reales. En ese sentido, el mundo académico necesita en temas de diversidad LGBT estudios científicos basados en datos reales y en su adecuado análisis. Por eso, nos sentimos orgullosos de haber podido colaborar en el presente estudio, con un investigador del rigor académico y de la excelencia de Óscar, ya que estamos seguros, sus resultados ayudarán a marcar una importante diferencia en la futura gestión de la Diversidad LGBT en las organizaciones españolas.



Celia de Anca

DIRECTORA DEL CENTRO DE DIVERSIDAD DE LA FUNDACIÓN IE

CONTENIDOS

Introducción	12
Antecedentes y justificación del estudio	15
▶ ¿Salir o no salir del armario en el trabajo?	
▶ La importancia de favorecer un ambiente inclusivo y seguro.	
▶ Necesidad de trabajar la diversidad e inclusión LGBT en la empresa.	
▶ El reconocimiento de la discriminación.	
▶ El impacto en el mercado.	
Resumen de conclusiones	20
▶ La separación forzada entre vida personal y profesional para las personas LGBT.	
▶ Ocultarse en el trabajo como estrategia para evitar la discriminación.	
▶ Lenguaje y actitudes no inclusivas se dan con relativa frecuencia en el trabajo.	
▶ Hablar de diversidad LGBT en las empresas es importante.	
▶ El joven talento LGBT está más invisibilizado y se siente más discriminado.	
▶ La invisibilización de las mujeres lesbianas y bisexuales.	
▶ Se requiere especial atención a las personas trans.	
▶ Gestionar bien la diversidad LGBT se traduce en negocio.	
Objetivos y metodología	27
Análisis de datos	30
▶ Observaciones sobre la orientación sexual de los encuestados.	
▶ Visibilización de la orientación sexual e identidad de género en el trabajo.	
Visibilización de las personas LGBT en la vida privada vs. El lugar de trabajo	
Causas de la no visibilización	
Visibilización por tramos de edad	
Visibilización según el tamaño de la empresa	
Visibilización en empresas con programas de diversidad	
Visibilización por sector de actividad	
Visibilización según el puesto/nivel profesional	
Visibilización por regiones	
Visibilización de los distintos colectivos LGBT	
Visibilización y apoyo a la igualdad	
▶ Aceptación de la visibilización.	
Aceptación percibida en distintos entornos personales y laborales	
Aceptación percibida por los distintos colectivos LGBT	
▶ ¿Se sienten las personas LGBT discriminadas en el trabajo?	
Igualdad de oportunidades laborales de las personas LGBT en España	
Igualdad de oportunidades laborales de las personas LGBT en sus empresas	
Sentimiento de discriminación en el trabajo	
▶ Situaciones de discriminación en el contexto laboral.	
Discriminación a la hora de encontrar trabajo	
No poder visibilizarse como persona LGBT en una entrevista de trabajo	
No poder compartir abiertamente la vida personal en el trabajo	
Situaciones explícitas de discriminación en el trabajo	
Agentes de las situaciones de discriminación en el trabajo	
▶ Acciones de diversidad e inclusión LGBT en la empresa.	
Las acciones de inclusión más relevantes por parte de las empresas	
▶ Impacto en el consumo de bienes y servicios.	
Relación entre mensajes inclusivos e intención de compra	
Consumo de medios de las personas LGBT	
Ranking de marcas y empresas LGBT friendly en España	
Bibliografía	67



Foto por You X Ventures on Unsplash.

INTRODUCCIÓN

España es reconocido internacionalmente como uno de los países más avanzados en cuanto a legislación y protección de derechos de las personas con orientaciones sexuales e identidades de género diversas. Existe, además, la opinión generalizada de que la sociedad española es abierta y tolerante, como afirman datos de la UE que demuestran que solo un 6% de la población se cuestiona la igualdad de derechos de las personas LGBT en nuestro país ¹.

Sin embargo, estudios y situaciones documentadas demuestran una realidad sociocultural que, a veces, camina más despacio que las leyes. De hecho, para muchos autores, todavía existen en nuestras sociedades experiencias de discriminación por orientación sexual o identidad de género que han pasado de ser explícitas a implícitas: ya no se trata de una aversión contra las personas LGBT, sino de cierta hostilidad que está contenida en ideas, emociones, estereotipos, actitudes y lenguaje poco inclusivos y que es muchas veces inconsciente. *“En la sociedad occidental, en donde se condenan el racismo y el antisemitismo y donde la misoginia ha perdido legitimidad, la homofobia permanece quizá como el último prejuicio aceptado socialmente”*².

Estos códigos culturales se extienden al mundo laboral de manera que, cuando una persona LGBT se incorpora a un puesto de trabajo, a las dificultades propias del nuevo contexto se suman aquellas derivadas de los sesgos sociales y de la propia experiencia personal. Puesto que ser LGBT ha supuesto

históricamente una desventaja social, las personas LGBT *“aprenden desde la infancia o adolescencia que la mejor forma de evitar conflictos es siendo reservados acerca de su vida privada, desarrollando una tendencia a no relacionarse con los demás que está causada por el miedo a ser rechazados o criticados”*³. Esta suma de dificultades impide la plena realización, compromiso y rendimiento laboral de las personas LGBT y crea una tensión entre su vida privada y su vida profesional.

Varios estudios, en su mayoría del extranjero, ya han cuantificado el impacto negativo de dicha tensión en los resultados empresariales. En los últimos años, además, se han hecho algunos esfuerzos para aportar datos locales, aunque son poco frecuentes dada la complejidad del universo a estudiar y lo costoso de conseguir una muestra suficientemente sólida de respuestas.

Hemos querido sumarnos a dichos esfuerzos con el presente análisis, basado en las respuestas de 812 personas LGBT repartidas por toda la geografía nacional, que trata de poner cifras a las potenciales experiencias de discriminación que éstas podrían estar experimentando y a las oportunidades de actuación en las empresas.

Confiamos en que estos datos sirvan a organizaciones e instituciones para dimensionar dichas experiencias, definir las pautas de acción apropiadas, y facilitar el diálogo y mutuo entendimiento entre los empleadores y sus empleados/as diversos/as.

Óscar Muñoz
Director del Estudio



ANTECEDENTES

y justificación del estudio

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

¿Salir o no salir del armario en el trabajo?

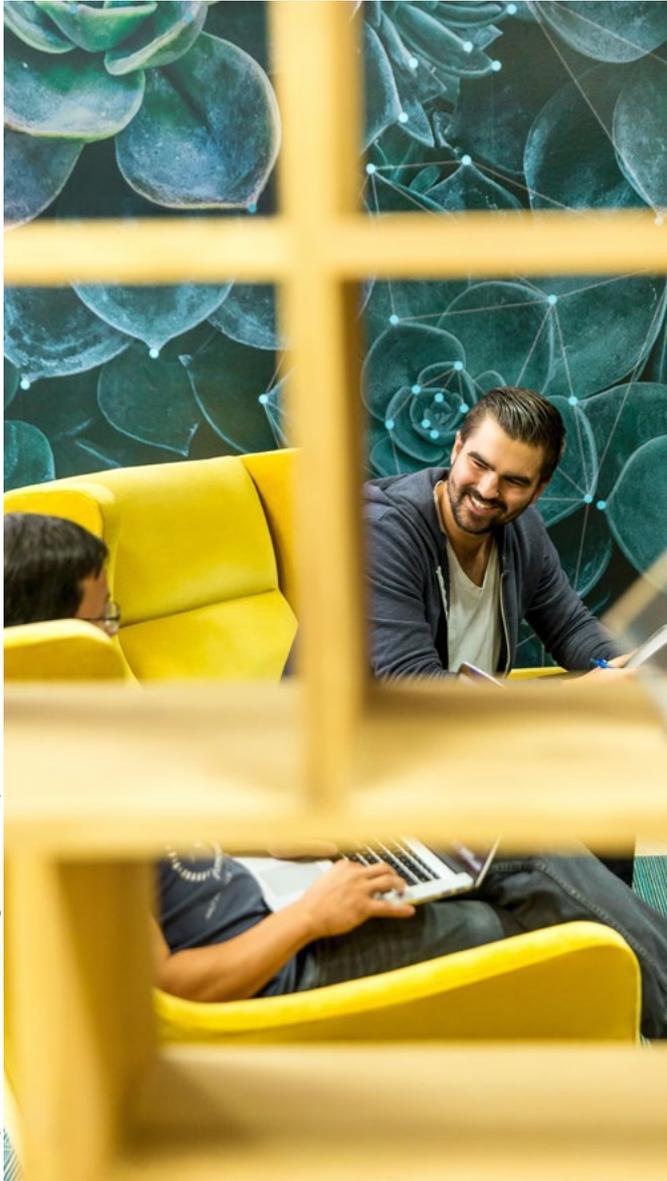


Foto por: LinkedIn Sales Navigator on Unsplash.

No hay mejor herramienta para la integración social que el empleo: el contexto laboral constituye un espacio de desarrollo profesional así como de socialización y realización personal para la mayoría de las personas trabajadoras. Pero varios estudios apuntan que existe un porcentaje alto de personas LGBT en España que oculta su orientación sexual o identidad de género en el trabajo. A pesar de que, a priori, se dan todas las condiciones sociales para llegar a los niveles de visibilización de Reino Unido, Países Bajos, Francia o Alemania (que superan el 75%), en España estamos muy lejos de esa cifra, en un nivel similar al de Italia, un país que muestra claras oportunidades legislativas y sociales con respecto al nuestro (datos de la encuesta de BCG- the Boston Consulting Group, de Octubre de 2018)⁴.

La visibilización de la propia orientación sexual e identidad de género en el lugar de trabajo es un hecho muy relevante para las personas LGBT y tiene consecuencias en su estado psicológico, motivación y carrera profesional: *“Ocultar su verdadera identidad produce altos niveles de estrés y ansiedad, en general, a causa de la necesidad de controlar de manera constante toda la información personal que comparte el empleado/a”*⁵.

En el presente estudio mediremos el grado de visibilización de las personas LGBT en el lugar de trabajo y las causas que lo dificultan y lo analizaremos desde distintas perspectivas, para entender si existen diferencias con respecto a la visibilización en la vida privada, y en función de la edad, nivel profesional, tamaño de la empresa, sector de actividad, área geográfica, y en los distintos colectivos que forman la realidad bajo las siglas LGBT.

⁴ Encuesta de BCG- the Boston Consulting Group, publicada en la revista RRHH digital en Octubre de 2018.

⁵ Una cuestión de confianza: la visibilidad LGTB en el lugar de trabajo, Ben Capell - ESADE Business School, 2013.

La importancia de favorecer un ambiente inclusivo y seguro

Aunque la decisión de visibilizarse en el trabajo es responsabilidad de la propia persona LGBT, es un acto que depende del clima de respeto y confianza que encuentra en su entorno profesional concreto. No basta con haberse visibilizado en la vida personal, o en trabajos anteriores, Cornwell, Ragins y Singh afirman que las variables que predicen una mayor visibilización y apertura de las personas LGBT en el lugar de trabajo son la presencia visible y normalizada de otros empleados/as LGBT, y de managers y compañeros/as de trabajo que sean percibidos como 'aliados', antes incluso que las experiencias pasadas de discriminación⁶.

En el estudio: *"Una cuestión de Confianza"*, Capell matiza además que *"La confianza que sienten los empleados LGBT hacia sus jefes y organizaciones determina su disposición para salir del armario en el trabajo más que otros factores"*.

En nuestro estudio mediremos el grado de apertura con respecto a compañeros/as y managers, el y grado de aceptación percibido por las personas LGBT que decidieron visibilizarse frente a ellos/as.



Foto por: broadlygenderphotos.vice.com.

6 Making the Invisible Visible: Fear and Disclosure of Sexual Orientation at Work". Journal of Applied Psychology. Cornwell, John, Ragins, Belle y Singh, Romila. 2007.



Foto por Headway on Unsplash.

Necesidad de trabajar la diversidad e inclusión LGBT en la empresa

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 de las empresas y cuentan con programas dirigidos a fomentar un clima de igualdad y respeto en el que todos los empleados/as puedan sentirse aceptados, mejor motivados y con un mayor bienestar y compromiso con sus proyectos profesionales, lo que redundaría en una mayor productividad y competencia corporativas.

Sin embargo, la diversidad e inclusión de las personas LGBT ha quedado, generalmente, fuera de estos programas de diversidad corporativas. Por un lado, los avances sociales y legislativos, unidos a sociedades más sensibilizadas y códigos de conducta empresarial más inclusivos han frenado la discriminación laboral explícita de las personas LGBT. Por otro lado, la orientación e identidad sexual y de género se sigue considerando un tema 'privado' del

cual es inapropiado hablar en el trabajo, pasando a convertirse en una 'diversidad invisible' de la cual poco se sabe.

Sabemos, sin embargo que, cuando las empresas cuentan explícitamente con la presencia de protocolos antidiscriminación y acciones de diversidad e inclusión LGBT y con el apoyo sostenido de top management, los empleados/as LGBT viven su orientación e identidad de manera más normalizada y presentan un mayor grado de motivación y compromiso con sus organizaciones, así como un menor conflicto entre el contexto privado y el laboral, impactando positivamente su productividad⁷.

En nuestro análisis veremos cómo las acciones de diversidad e inclusión de las empresas favorecen este clima de confianza necesario para la visibilización, y cuáles podrían ser estas acciones de inclusión más valoradas por los propios empleados/as LGBT.

⁷ 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.

El reconocimiento de la discriminación

Pero ¿todavía hay que hablar de discriminación de las personas LGBT en España? Esta es una frase recurrente de muchos empleados/as de las empresas cuando éstas deciden emprender acciones y programas de diversidad que incluyen a la diversidad LGBT.

Partiendo de que la no visibilización de las personas LGBT en el trabajo es considerada como una actitud de prevención ante potenciales discriminaciones en entornos inciertos en cuanto al grado de aceptación,

la visibilización, por su parte, expone a la persona LGBT a experiencias discriminatorias.

Según una encuesta de la FELGTB y COGAM sobre discriminación por orientación sexual e identidad de género en España en 2013⁸, un 31% de las personas LGBT afirmaban haberse sentido discriminadas en el trabajo. Por otra parte, el estudio *“Las personas LGBT en el ámbito del empleo en España”*⁹ explica que las situaciones de discriminación hacia las personas LGBT en el

trabajo constituyen un gradiente de actitudes que empiezan ya con el rumor, la broma o el chiste, comportamientos éstos que están normalizados como parte de lo cotidiano y hacen difícil una delimitación concreta de los niveles de discriminación.

En nuestro estudio trataremos de cuantificar la percepción de esas potenciales situaciones de discriminación que pueden experimentar las personas LGBT en sus trabajos y reflejar hasta qué punto se dan actualmente.



Foto por María Agudo López on Unsplash.

8 FELGTB y COGAM: Estudio 2013 sobre la discriminación por orientación sexual y/o identidad de género en España.

9 Las personas LGBT en el ámbito del empleo en España, IMOP Insights-Instituto de la Mujer y para la igualdad de oportunidades, Marzo 2017

El impacto en el mercado

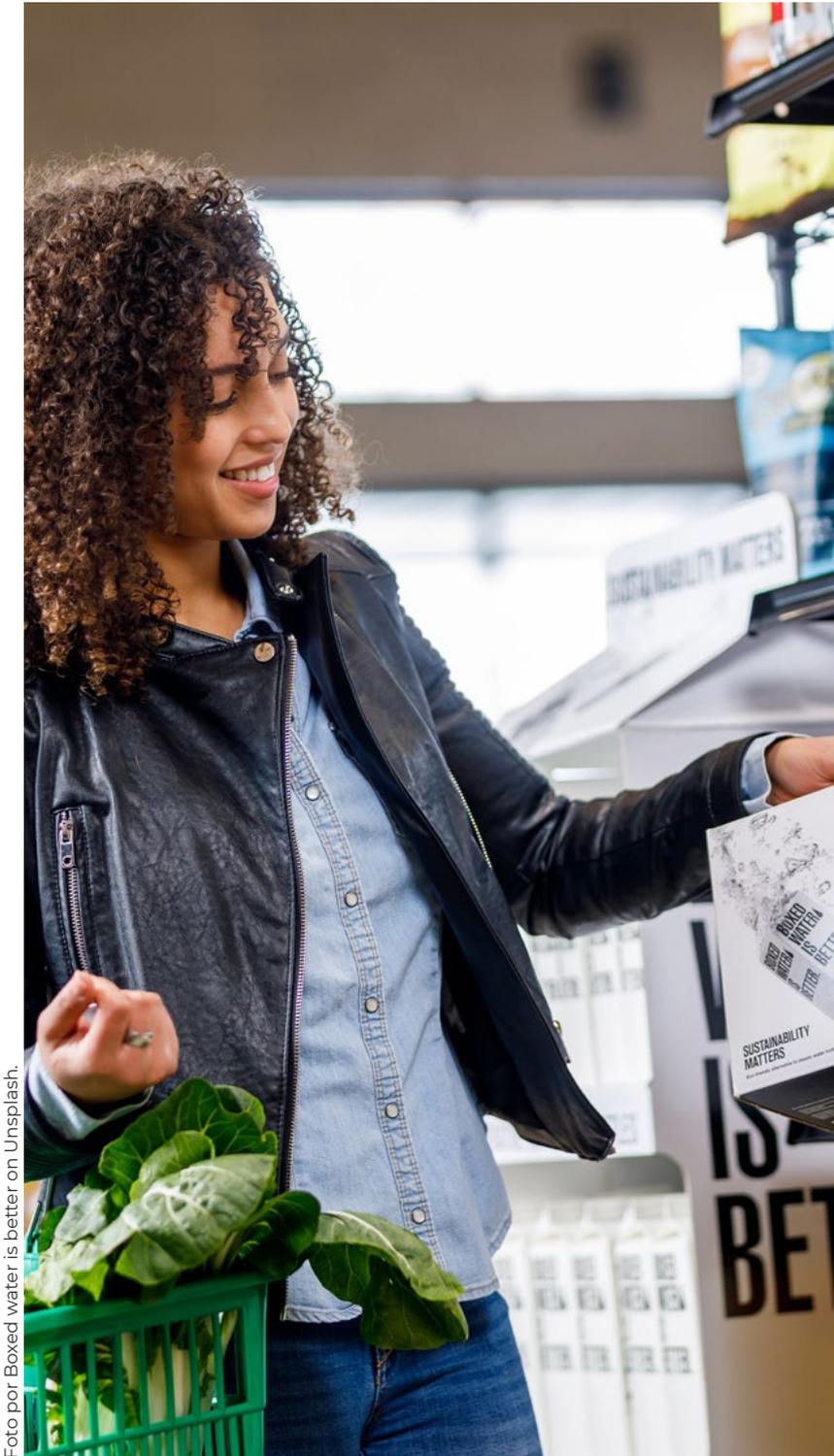


Foto por: Boxed water is better on Unsplash.

Los programas de diversidad e inclusión en las empresas no solo consiguen mejorar el bienestar de los empleados/as y su productividad, sino que proporcionan además importantes oportunidades de mercado.

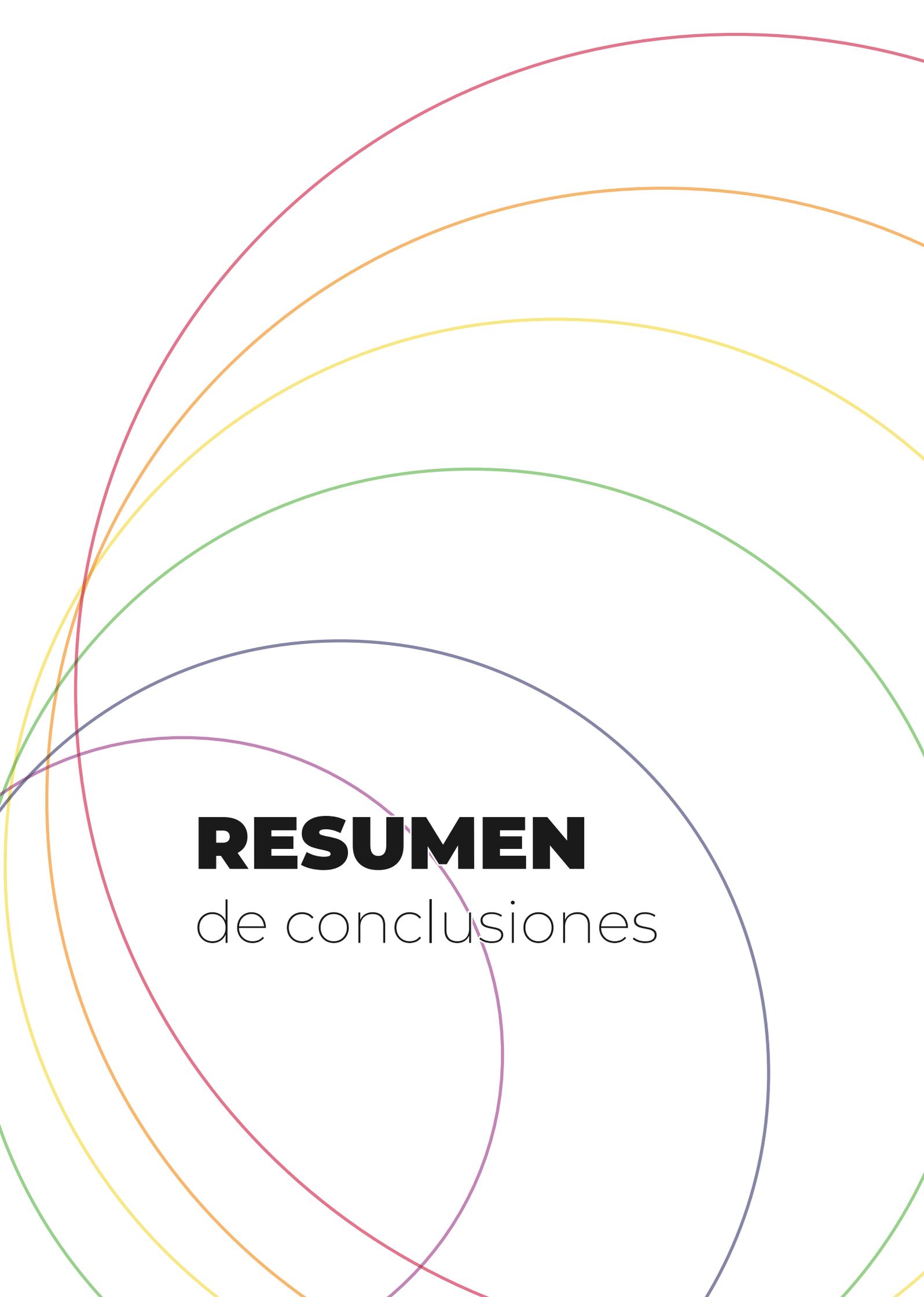
Conectar mejor los productos y servicios con sus consumidores y clientes diversos es prioritario para mejorar la competitividad por parte de las empresas. El target de personas LGBT y aliadas supone un nada despreciable nicho de mercado, como demuestra un estudio elaborado por Nielsen en España en junio del 2017, que revela que las personas LGBT podrían representar alrededor del 10% de la población y son más marquisistas, más innovadoras, compran más productos y servicios on-line, invierten más en cultura, ocio y cuidado personal, y están mejor informados como consumidores que la media de los españoles¹⁰.

Además, según Harris Interactive, las personas LGBT prefieren significativamente marcas que apoyan causas que son importantes para ellos y de empresas que ofrecen beneficios igualitarios¹¹.

Por ello, el capítulo final de nuestro análisis estará dedicado a aportar datos sobre el comportamiento de las personas LGBT ante las marcas, productos y servicios inclusivos con este colectivo.

¹⁰ Consumo con Orgullo: conociendo más al consumidor LGTBI+. Nielsen, 2017

¹¹ Harris Interactive and Witeck-Combs Communications: "LGBT adults strongly prefer brands that support causes important to them and that also offer equal workplace benefits", 2011.



RESUMEN

de conclusiones

RESUMEN DE CONCLUSIONES

La separación forzada entre vida personal y profesional para las personas LGBT

"Hay que entender el pasado para comprender el presente"

—Pierre Vilar¹

Sólo el 38% de las personas LGBT en España están completamente fuera del armario en sus trabajos. Por tanto, para un 62% de ellas existe la necesidad explícita de ocultar su orientación sexual e identidad de género, parcial o totalmente, en sus interacciones profesionales.

Sorprenden estas cifras teniendo en cuenta el clima legislativo y social favorable hacia las personas LGBT en nuestro país, pero no hay que olvidar que, hasta hace poco tiempo, orientaciones e identidades sexuales y de género no normativas se consideraban inapropiadas, hasta el punto de ser ilegales. Todavía hoy, esos sesgos inconscientes han quedado anclados en nuestros códigos culturales y, por eso, existe la creencia generalizada en las empresas de que la orientación sexual e identidad de género es un tema que debería mantenerse al margen de lo laboral y restringirse al ámbito privado. No es de extrañar, por ello, que cuando analizamos las razones de la no visibilización, **el 58% de las personas LGBT señala como causa principal el querer mantener su vida personal separada del trabajo.**

Sin embargo, cuando decimos a un/a empleado/a LGBT 'lo que hagas en tu casa es cosa tuya' le estamos negando la oportunidad de crear refuerzos sociales en el trabajo con los que pueda desarrollarse profesionalmente y favorecemos su aislamiento y **la creación de una separación entre dos espacios que no pueden solaparse con naturalidad: el personal y el profesional.**

Por eso, el grado de apertura de las personas LGBT en el ámbito privado es mucho mayor que en el ámbito laboral: un 56%, están completamente fuera del armario y el 44% restante lo están con la mayoría de las personas de su entorno. Es decir, **ir a trabajar cada día supone volver al armario para muchas personas LGBT, que afirman no sentirse completamente cómodas para hablar de sus aficiones, relaciones personales, vida social y familiar, etc.**

Ser hombre gay, tener más de 40 años y un buen nivel profesional, trabajar en empresas grandes de las regiones de Levante, Cataluña-Baleares o Madrid, y de los sectores de diseño y publicidad, comercio y distribución, administraciones públicas o enseñanza universitaria aumenta las probabilidades de que la persona LGBT se encuentre visibilizada en su trabajo.

¹ Pierre Vilar (Frontignan, 1906 - Donapaleu, 2003) fue un historiador e hispanista francés. Está considerado una de las máximas autoridades en el estudio de la Historia de España.

Ocultarse en el trabajo como estrategia para evitar la discriminación

No podemos asumir que la responsabilidad de salir o no del armario recaiga solamente sobre la propia persona LGBT y su decisión de mantener su vida personal separada del trabajo. Cuando analizamos el resto de las razones que explican la no visibilización en el trabajo vemos que éstas hacen referencia a la necesidad de prevenir potenciales situaciones de discriminación tales como: evitar ser blanco de rumores, comentarios, chistes o insultos; o el miedo a que se cierren puertas profesionales y a no ser elegidas para determinados puestos o funciones o incluso el poder ser acosadas o despedidas.

Por tanto, **debe entenderse el hecho de no salir del armario en el trabajo como una estrategia para evitar potenciales discriminaciones y como un signo de que, en el contexto laboral español, podría existir una menor normalización en cuanto a orientaciones sexuales e identidades de género diversas que en el contexto social.**

Paradójicamente, nuestro análisis revela que **estar dentro del armario en el lugar de trabajo hace que las personas LGBT no visibilizadas se sientan, de hecho, más discriminadas.**





Lenguaje y actitudes no inclusivas se dan con relativa frecuencia en el trabajo

Actitudes y lenguajes poco inclusivos son muy frecuentes en el lugar de trabajo: el 86% de las personas LGBT ha escuchado alguna vez chistes o comentarios homófobos o transfobos, o rumores acerca de su orientación sexual o la de alguna otra persona, y un 31% los escucha con mucha frecuencia en sus trabajos.

Con mucha menos incidencia se manifiestan discriminaciones explícitas. Sin embargo, un 10% afirmó haber sido testigo de insultos frecuentes contra personas LGBT, un 8% afirmó haber observado con frecuencia que alguna persona no fuese elegida para determinadas funciones,

grupos de trabajo o proyectos por ser LGBT, y un 6% que una persona fuera perjudicada profesionalmente o no recibiera un ascenso o una subida salarial por ser LGBT. Adicionalmente, un 3% fue testigo de agresiones físicas frecuentes contra personas LGBT en sus lugares de trabajo.

No es de extrañar, por ello, que un **20% de las personas LGBT considera que en sus propias empresas no existe igualdad de oportunidades laborales para ellas**, y que exista el sentimiento extendido de que en el resto de España la situación es aún peor, sobre todo para las personas trans.

Hablar de diversidad LGBT en las empresas es importante

En un 25% de los casos son los propios compañeros/as los que, muy a menudo, están detrás de estos comportamientos poco inclusivos con las personas LGBT. No es de extrañar por ello que, al porcentaje de personas LGBT dentro del armario, se una un 19% de personas que están fuera del armario pero que se sienten poco aceptadas por sus compañeros/as.

Por ello, las organizaciones y, especialmente, los jefes directos, la alta dirección y los departamentos de RRHH, **deberían ofrecer programas de sensibilización a sus plantillas y superar el pudor que, muchas veces, supone visibilizar su compromiso con la no discriminación y la igualdad de oportunidades en la empresa, para las personas LGBT.** Tener un plan para la prevención y medidas en caso de acoso o discriminación, y ofrecer formación en diversidad LGBT y lenguaje inclusivo debería ser la primera prioridad.

Pero la empresa debería ser también capaz visibilizar su compromiso con la no discriminación de las personas LGBT desde el mismo proceso de captación: **un 13% se han sentido discriminadas al buscar trabajo en el último año y un 50% de ellas no se atrevería a decir que es LGBT en una entrevista de trabajo.**

La existencia de programas, comunicaciones o acciones referidas a la diversidad LGBT en las empresas es aún minoritaria en España y sólo un 15% de las personas encuestadas afirmó conocerlos en sus trabajos. Sin embargo, allí donde existen, ayudan a crear un clima de confianza y seguridad, de manera que **el porcentaje de personas LGBT fuera del armario es significativamente mayor en las empresas que cuentan con programas específicos de diversidad LGBT: un 53% frente a un 36% en las empresas que no cuentan con ellos.**



Foto por: Antenna on Unsplash.

El joven talento LGBT está más invisibilizado y se siente más discriminado

Se afirma que el talento joven busca experiencias de trabajo motivadoras y no discriminatorias y tiene en cuenta la reputación corporativa de sus empleadores, pero el actual mercado laboral en España no ofrece un panorama de completa elección. Por eso,

la diferencia de visibilización como persona LGBT entre vida privada y vida profesional se agrava significativamente en el grupo de personas más jóvenes.

Mientras que el 50% de los/las jóvenes LGBT se encuentran completamente

fuera del armario en su vida privada, aproximadamente la mitad de ellos vuelve al armario en sus trabajos y se sienten más discriminados que el resto de las personas LGBT, lo que podría suponer una barrera importante a su desarrollo profesional.

La invisibilización de las mujeres lesbianas y bisexuales

Aunque las mujeres lesbianas manifestaron un nivel de apertura y aceptación similar al de los hombres gays en ámbito privado, **están mucho más invisibilizadas y se sienten menos aceptadas en sus círculos profesionales**: el 60% de ellas se encuentra completamente fuera del armario en su vida personal pero sólo el 35% lo está en su lugar de trabajo (frente a un 46% de los hombres gays). Este

menor grado de apertura está provocado, principalmente, por la necesidad de evitar rumores y discriminaciones por su doble condición de mujer y homosexual.

Las personas que se definieron como bisexuales en el estudio resultaron ser, en su mayoría mujeres, y presentaron los menores niveles de visibilización, tanto en la vida personal (sólo el 36% se encuentra

completamente fuera del armario) como en la profesional (el 15%) y los menores niveles de aceptación percibida por su entorno laboral.

Esta discreción en el lugar de trabajo por parte de mujeres lesbianas y bisexuales no es casual: **sólo un 26% de las personas LGBT encuestadas afirmó que en España existe igualdad de oportunidades laborales para ellas**.

Se requiere especial atención a las personas trans

Es sabido que las personas trans constituyen el colectivo en mayor riesgo de vulnerabilidad social dentro del conjunto de personas LGBT. Así lo refleja el hecho de que hayan manifestado los menores niveles de aceptación por parte de amigos, familia y conocidos.

En compensación, los entornos de trabajo deberían constituir un contexto de seguridad para ellas, en virtud de la no discriminación, puesto que requieren de una estabilidad laboral y de un acompañamiento y apoyo por parte de sus

empleadores, especialmente durante el proceso de transición.

Sin embargo, **el 90% de las personas LGBT encuestadas afirmaron que las personas trans se encuentran en clara situación de desigualdad de oportunidades laborales en España**, y las propias personas trans manifestaron los mayores niveles de miedo a que cambie su valoración como profesional, a ser rechazadas y a ser despedidas en el caso de visibilizarse como tal en sus trabajos.

Gestionar bien la diversidad LGBT se traduce en negocio

La primera razón para interesarse por una buena gestión de la diversidad LGBT en las empresas debería ser el bienestar y respeto a todos sus empleados, lo que redundaría en su mayor productividad. Además, una buena gestión interna de la diversidad puede visibilizarse hacia el exterior de la empresa y conectar con un relevante nicho de mercado y con unos clientes exigentes reconocen estos valores corporativos.

Así, **marcas y productos de empresas inclusivas con la diversidad LGBT son más recomendadas y elegidas por este público.** Por el

contrario, un 94% de las personas encuestadas afirmó que dejaría de comprar productos o marcas que transmitieran valores y mensajes negativos con respecto al colectivo LGBT.

Las marcas y empresas más reconocidas como LGBT-friendly lo fueron por su diversidad e innovación, por sus campañas de marketing inclusivo o de celebración del Orgullo, por estar orientadas específicamente hacia el target LGBT, o por ser referentes como empleadores en su gestión de la diversidad en general y LGBT en particular.





OBJETIVOS y metodología

Objetivos del estudio

Objetivo General

La finalidad del siguiente estudio es ayudar a empresas e instituciones a un **mejor entendimiento, planificación y gestión de la diversidad por orientación e identidad sexual y de género**, aportando datos concluyentes para valorar el clima de inclusión y sentimiento de aceptación laboral de las personas LGBTI en España.

Objetivos Específicos

Valorar las siguientes situaciones y comportamientos asociados al mundo laboral en referencia a las personas LGBT y a los distintos grupos que las componen (Lesbianas, Gais, Bisexuales, Trans)

1. **Grado de visibilización** de la orientación sexual e identidad de género de las personas LGBT en el mundo laboral vs el privado, así como las causas que dificultan dicha visibilización.
2. **Grado de aceptación** percibida por los distintos grupos profesionales (jefe/a directo, compañeros/as, subordinados/as, etc.).
3. **Percepciones y experiencias de discriminación** de las personas LGBT asociadas al mundo laboral.
4. **Relevancia de las acciones de inclusión** de la diversidad LGBT en las que pueden trabajar las empresas.
5. **Comportamiento como consumidores de las personas LGBT** ante marcas, productos y servicios inclusivos con el colectivo.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

Metodología

Para cumplir con los objetivos de la investigación, se diseñó y se llevó a cabo un estudio cuantitativo mediante una **encuesta on-line, de cumplimiento voluntario, individual y confidencial**, entre julio y octubre de 2017.

Esta investigación tiene un carácter exploratorio ya que la muestra no es representativa, puesto que no se conoce el universo de personas LGBT en España y no es posible establecer un nivel de confianza estadístico. Por ello, se optó por un muestreo intencionado mediante el contacto directo con asociaciones, profesionales y medios especializados en servicios al colectivo LGBT, así como miembros de empresas pertenecientes a REDI (Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTI), Universidades (especialmente la Universidad Complutense de Madrid) y redes sociales. Cabe esperar, por tanto, **un posible sesgo hacia lo favorable**, pues las personas LGBT pertenecientes al mundo del asociacionismo podrían presentar un mayor grado de visibilización en su lugar de trabajo o estudios.

De la muestra obtenida se han elaborado dos análisis diferentes: el clima de inclusión dentro del contexto laboral (trabajadores por cuenta propia o ajena) y el clima de inclusión dentro del contexto académico (estudiantes). **En esta publicación se trata solamente el primero de ellos: situación de inclusión de la diversidad LGBT en el contexto laboral.**

Muestra

Se obtuvieron un total de **812 respuestas válidas** repartidas por toda la geografía nacional. Esta muestra, a su vez, se divide en dos grupos diferentes que fueron analizados por separado: i) trabajadores por cuenta propia o ajena y desempleados/retirados (537 respuestas) por un lado, y ii) estudiantes (275 respuestas) por otro.

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

- ▶ Personas LGBT (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Trans, Intersexuales etc.) viviendo en España.
- ▶ No hubo cuotas específicas, pero se aseguró una composición muestral suficiente en el tramo de edad comprendido entre los 20 y 50 años.
- ▶ Además, para el cuestionario laboral:
 - a) Personas LGBT que contaran con al menos una experiencia laboral formal.
 - b) Una muestra suficiente de trabajadores por cuenta ajena (dónde se producen la mayoría de las interacciones laborales objeto de este estudio).
 - d) Una muestra suficiente para los distintos tamaños de empresa, según la clasificación del Ministerio de Economía e Industria: Grande (> 250 empleados), Mediana (entre 250 y 50), Pequeña (entre 50 y 10) y microempresa (< 10).
 - c) Una muestra suficiente en cada una de las etapas de desarrollo profesional, representadas por la edad: menor de 30 años, entre 31 y 40 años, entre 41 y 50 años y mayor de 50 años.

Limitaciones del estudio

- ▶ **Representatividad de personas Trans:** Se consiguieron solamente 23 respuestas de personas trans. Por tanto las conclusiones asociadas a este colectivo serán sólo direccionales
- ▶ **Representatividad de personas intersexuales:** Con sólo 2 respuestas de personas intersexuales, no conseguimos extraer conclusiones aisladas para este grupo.
- ▶ **Representatividad por regiones:** Aunque no se consigue una base de representatividad por regiones, destacan por su nivel de respuestas Madrid (461) y Cataluña-Baleares (96), Andalucía (40) y área de Levante (Comunidad Valenciana y Murcia, 34) de las que, en ocasiones, pueden extraerse conclusiones separadamente.

Composición muestral

Género	Muestra Total (812)	Trabajadores (537)
Mujer	41%	36%
Hombre	52%	59%
Otros-NS/NC	7%	5%

Orientación/Identidad	Muestra Total (812)	Trabajadores (537)
Lesbiana	21%	23%
Gay	47%	55%
Bisexual	28%	19%
Trans	3%	2%
Intersexual y otros	1%	1%

Edad de los trabajadores/as	
< 30	28%
31-40	36%
41-50	26%
> 51	11%

Tamaño de la empresa	
> 250 empleados	51%
50-250 empleados	15%
10-50 empleados	16%
< 10 empleados	18%

Tipo de trabajo	
Trabajadores por cuenta ajena	78%
Trabajadores por cuenta propia	12%
Jubilados y desempleados	9%



ANÁLISIS

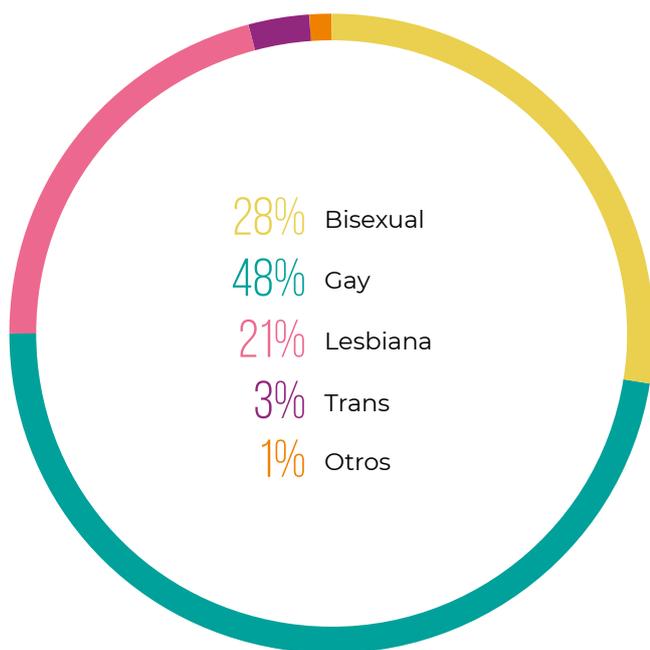
de los datos

OBSERVACIONES SOBRE LA ORIENTACIÓN SEXUAL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

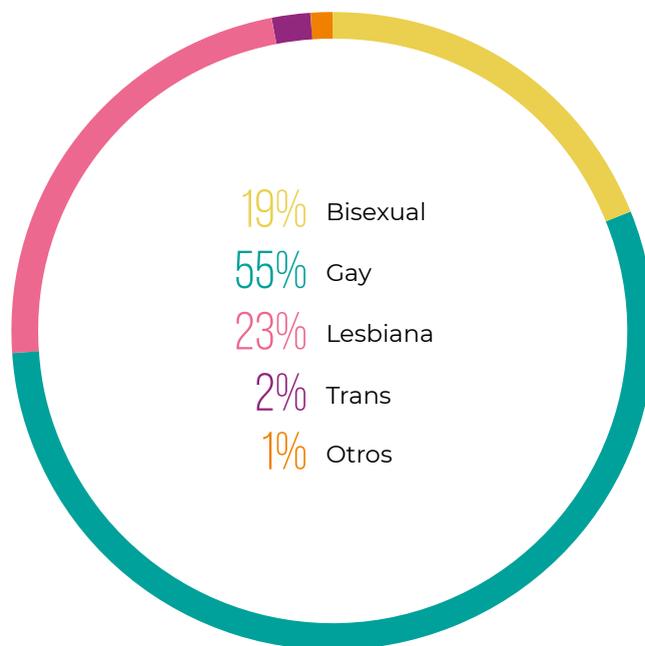
El estudio se compone de una muestra total de 812 personas LGBT, de la cual se ha extraído una muestra de 537 trabajadores/as para analizar su situación de inclusión en el mundo laboral. De ellos, el 55% se definieron como hombres gays en cuanto a su orientación sexual, por lo que habrá que tener en cuenta su

predominancia en los resultados del estudio, aunque se llegará a conclusiones para cada uno de los colectivos representados. Se debe mencionar también que la muestra de personas trans en el estudio es muy pequeña (23 personas en total) por lo que las conclusiones para este colectivo serán solo direccionales.

COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA TOTAL RESPUESTAS (812)



COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA TRABAJADORES/AS (537)



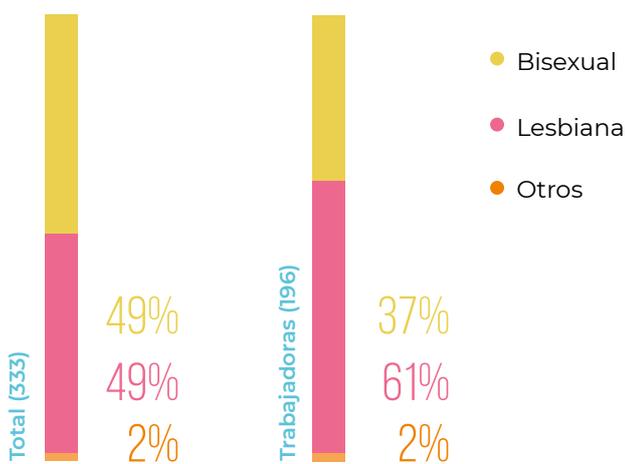
Por otra parte, se debe tener en cuenta que **el grupo de personas bisexuales está formado, en su mayoría, por mujeres** a la hora de sacar conclusiones dentro de este colectivo.

% de Bisexuales	Muestra Total (812)	Trabajadores (537)
Mujer	72%	70%
Hombre	21%	24%
Otras identidades	7%	6%

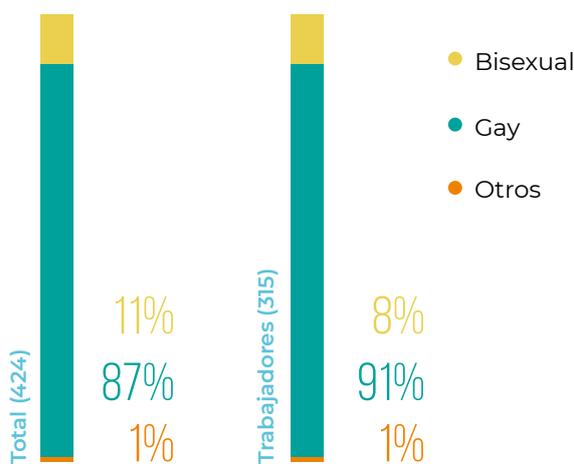
Las mujeres parecen mostrar mayor fluidez al definir su orientación sexual

De hecho, en el reparto de las orientaciones sexuales se observa que los hombres se definieron mayoritariamente como gays (sólo un 11% se definieron como bisexuales), mientras que las mujeres encuestadas presentaron un mayor sesgo hacia la bisexualidad (49%). Experiencias previas de investigación y estudios cualitativos apuntan a que la definición de la propia orientación sexual en los hombres está más cerca de la polarización (heterosexual o gay), mientras que en las mujeres podría ser más “fluida” (eg: una mujer que tiene actualmente como pareja a otra mujer, pero ha tenido parejas anteriores masculinas, puede definirse como bisexual).

ORIENTACIÓN SEXUAL MUJERES



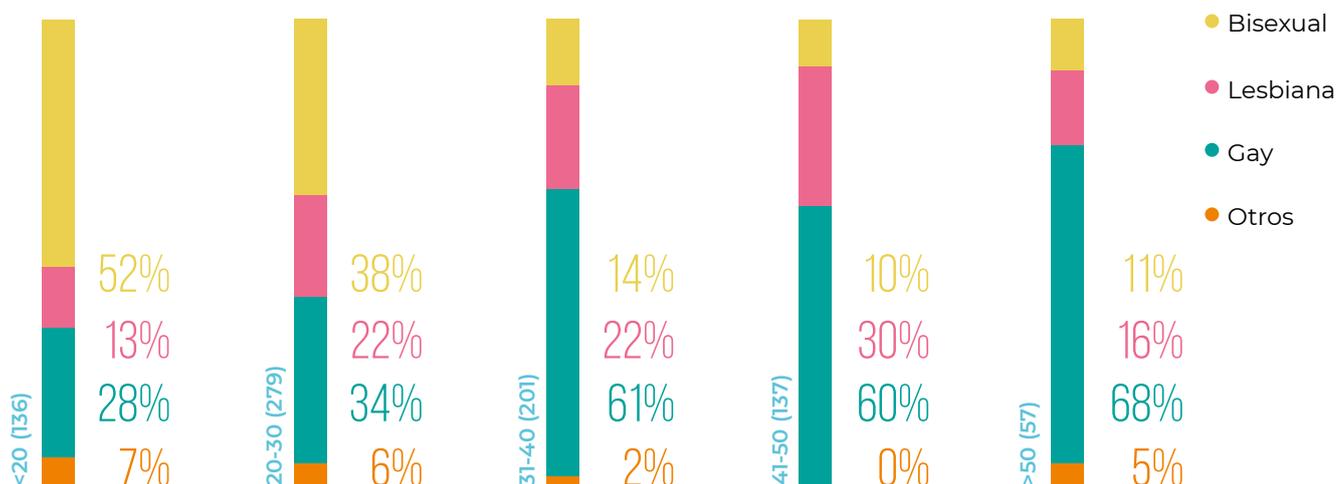
ORIENTACIÓN SEXUAL HOMBRES



La orientación sexual podría polarizarse con la edad.

Es interesante observar, además, cómo el porcentaje de personas encuestadas que se definen como bisexuales disminuye claramente con la edad, incrementándose el de gays y el de lesbianas. Hay que tener en cuenta, sin embargo, las composiciones muestrales ya que el grupo de personas LGBT mayores de 50 está formado mayoritariamente por hombres.

ORIENTACIÓN SEXUAL POR EDAD (TOTAL MUESTRA)



VISIBILIZACIÓN DE LA ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO EN EL TRABAJO

Uno de los datos clave que pretende aportar este estudio es el grado de visibilización de la orientación sexual y/o identidad de género de las personas LGBT en su contexto laboral. En España se han producido importantes avances legales y sociales favorables a las personas LGBT en los últimos años y era necesario entender hasta qué punto dichos avances se han extendido al contexto laboral, donde la orientación sexual e identidad de género es considerada generalmente como un tema privado e irrelevante en el trabajo. Por tanto, conocer el grado de apertura de las personas LGBT en su lugar de trabajo, entender sus riesgos e identificar las potenciales diferencias con respecto al ámbito privado supone un primer indicador de cuán inclusivo y seguro es el actual contexto laboral en España para ellas.

Visibilización de las personas LGBT en la vida privada vs. el lugar de trabajo

Sólo el 38% de las personas LGBT están completamente fuera del armario en sus trabajos

Mientras que en su vida privada el 56% de las personas LGBT encuestadas visibilizan completamente su orientación sexual e identidad de género y un 29% adicional lo hace con la mayoría de las personas, esta cifra se reduce significativamente en el lugar de trabajo: sólo un 38% están fuera del armario con todo el mundo, al que se suma un 21% adicional con la mayoría de las personas.

Sorprende esta cifra si tenemos en cuenta una afianzada legislación favorable y el aparente clima de inclusión social en nuestro país. De hecho, según un estudio internacional de BCG publicado en 2018, la visibilización laboral de las

personas LGBT en España se encuentra en niveles parecidos a Italia (35%), un país con mucho menos recorrido social y legal en este aspecto, y lejos del 90% de Reino Unido y Países Bajos, y del 75% de Francia, Alemania y Estados Unidos¹.

En el otro extremo se encuentran el 18% de personas LGBT que prefieren permanecer completamente dentro del armario en sus trabajos y el 23% que está dentro del armario con la mayoría de las personas con las que trabajan.

Estas cifras demuestran que, **para un grupo considerable de personas LGBT, existe la necesidad explícita de**

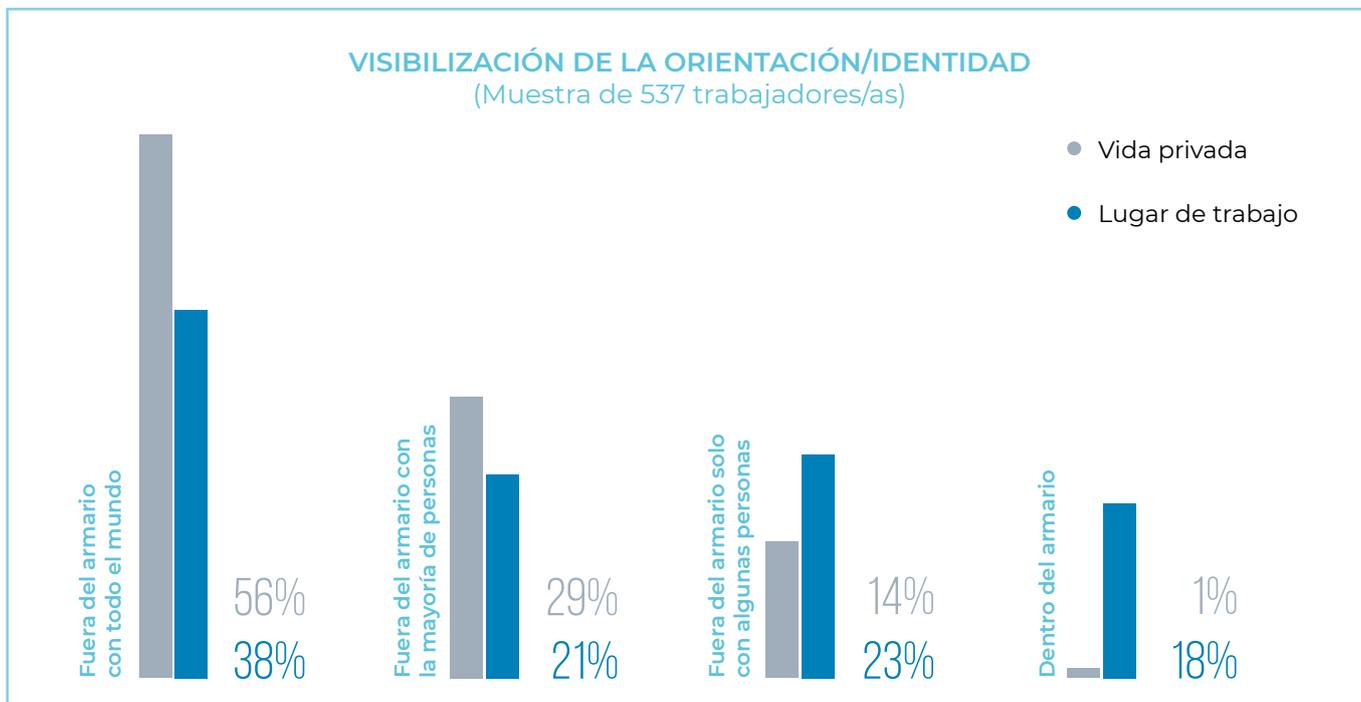
ocultar la orientación sexual e identidad de género en las interacciones profesionales.

Por tanto, *“no se produce una expresión libre y natural de la orientación o identidad sexual de las personas LGBT en el ámbito de trabajo”* sino que existe una fractura entre la vida personal y la vida laboral *“con el estrés que esta separación puede suponer por el control de la información que se comparte, incluidas las redes sociales”*².

En el siguiente capítulo analizaremos como el grado de visibilización varía frente a los distintos grupos de interacción profesional (jefes/as, subordinados/as, etc.).

¹ Datos de la encuesta de BCG- the Boston Consulting Group, publicados en la revista RRHH digital en Octubre de 2018.

² Las personas LGBT en el ámbito del empleo en España, IMOP Insights-Instituto de la Mujer y para la igualdad de oportunidades, Marzo 2017.



Causas de la no visibilización

Como hemos visto, la diferencia del grado de visibilización entre vida privada y lugar de trabajo implica la existencia de una necesidad de ocultación en el contexto laboral y es importante entender las causas que la provocan.

Ocultarse en el trabajo como estrategia para evitar la discriminación

El 58% de las personas LGBT señaló como causa principal de la no visibilización en el contexto laboral el querer mantener su vida personal al margen del trabajo (“A nadie le interesa lo que haga fuera del trabajo”) lo que podría considerarse como una naturalización/justificación de la discriminación que, de hecho, supone no poder compartir abiertamente datos relevantes de la vida personal por temor a ciertas consecuencias. Como puede observarse, el resto de las razones que explican la no visibilización en el trabajo hacen referencia al deseo de prevenir potenciales situaciones de discriminación, desde evitar rumores hasta el miedo a que se cierren puertas profesionales o incluso a ser despedidos.

CAUSAS DE NO LA VISIBILIZACIÓN EN EL CONTEXTO LABORAL
Trabajadores/as parcial o totalmente en el armario (335)



Visibilización por tramos de edad

A mayor edad, mayor visibilización

Se observa, claramente, como la edad de las personas LGBT influye en el grado de visibilización de la orientación sexual e identidad de género, tanto en la vida personal como en el contexto laboral (probablemente asociado a la seguridad profesional que proporciona la edad).

Los jóvenes “vuelven al armario” al comenzar su vida laboral

Además, existe una diferencia significativa de visibilización entre vida privada y vida profesional en el grupo de personas LGBT más jóvenes. Mientras que el 50% de ellos se encuentra completamente fuera del armario en su vida privada, esta cifra se reduce al 28% en el lugar de trabajo: podría decirse que casi la mitad de ellos “vuelven al armario” en el comienzo de su vida profesional.

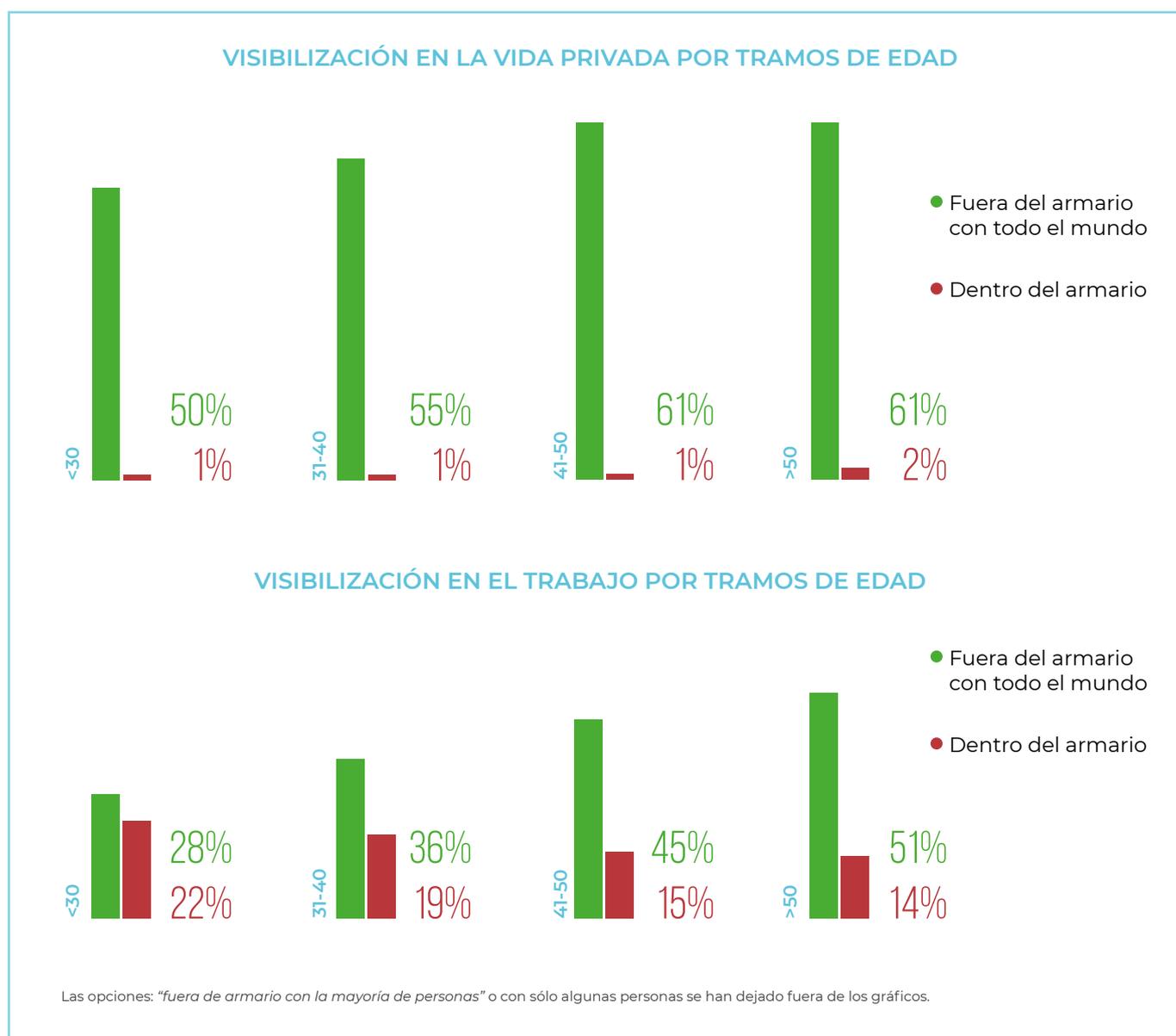




Foto por Stefan Stefancik en Unsplash.

Visibilización según el tamaño de la empresa

Las grandes empresas suponen entornos más favorables para la visibilización

No hay diferencias significativas en el grado de visibilización en el trabajo de las personas LGBT en función del tamaño de la empresa en la que trabajan. Sin embargo, se observa que en las empresas con más de 250 empleados hay un menor porcentaje de personas LGBT completamente dentro del armario (15%). Un mayor anonimato y una mayor posibilidad de escoger con quién visibilizarse podrían ser las causas, pero también podría deberse a la existencia de políticas y acciones de diversidad explícitamente inclusivas con las personas LGBT, como se verá en el siguiente apartado.

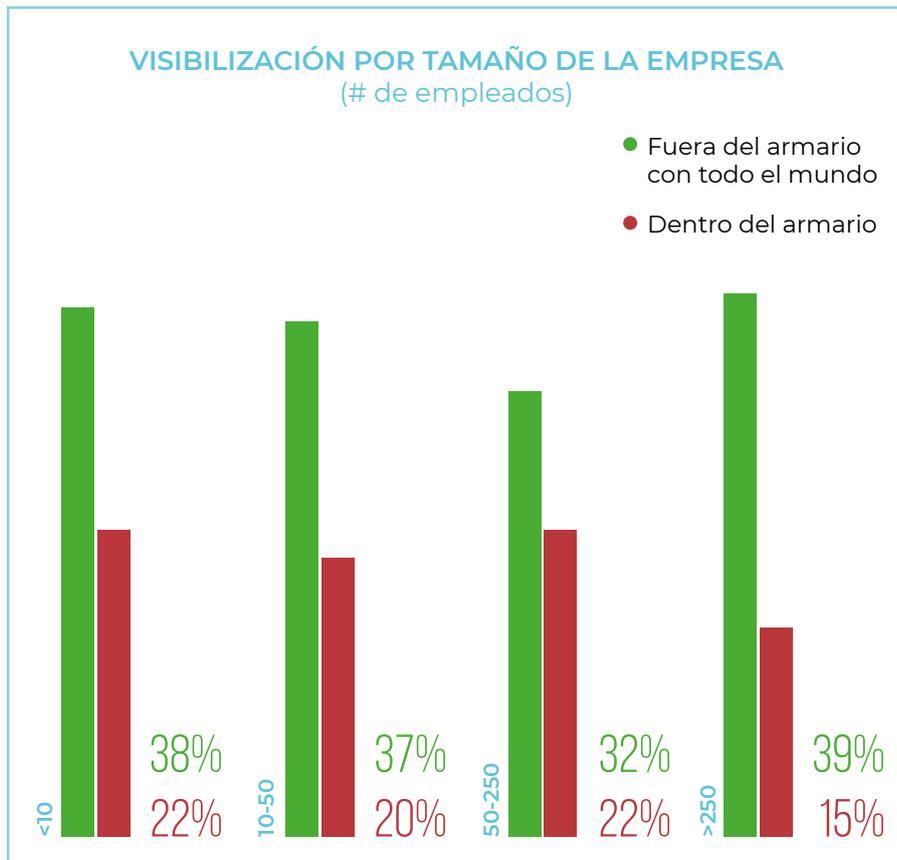


Foto por Alex Kotliarskiy en Unsplash.

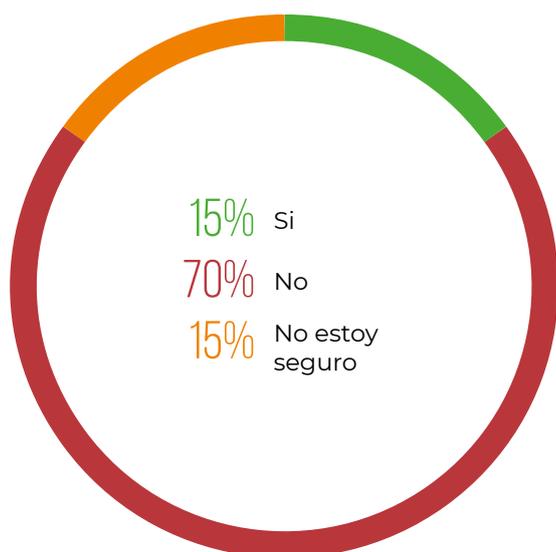
Visibilización en empresas con programas de diversidad

Hablar de diversidad LGBT en las empresas importa

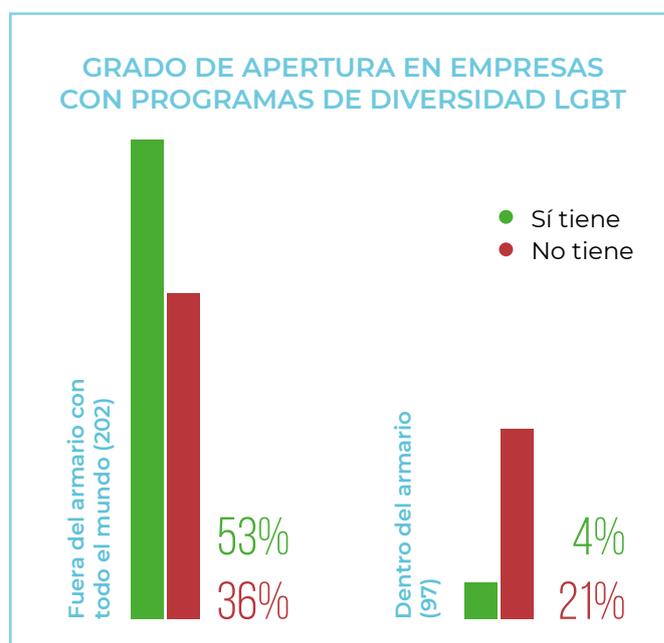
En España, la existencia de programas, comunicaciones o acciones referidas a la diversidad LGBT en las empresas es aún minoritaria: solo un 15% de las personas encuestadas afirmó conocerlos en sus empresas. Sin embargo, en aquellas empresas dónde sí existen, se observó que el porcentaje de personas LGBT fuera del armario es significativamente mayor: Un 53% frente a un 36% en las empresas que no tienen dichos programas.

Por tanto, **desarrollar acciones explícitas referidas a la diversidad LGBT en las empresas ayuda a crear un clima de confianza y seguridad para que las personas LGBT puedan, si quieren, visibilizarse**. Es importante tenerlo en cuenta ya que algunos estudios han demostrado que, para un 19% de las personas LGBT en España, salir del armario en el trabajo es *“la cosa más dura a la que hayan tenido que enfrentarse nunca”*³ y que, cuando la visibilización de las personas LGBT en su lugar de trabajo se produce en un entorno acogedor, tiene repercusiones positivas para su bienestar personal así como para su compromiso con el proyecto laboral: *“no sólo son más sanas y están más satisfechas, también estarán más comprometidas, motivadas, y serán más productivas y participativas”*⁴.

¿TIENE LA EMPRESAS PROGRAMAS DE DIVERSIDAD LGBT?



GRADO DE APERTURA EN EMPRESAS CON PROGRAMAS DE DIVERSIDAD LGBT



3 LGBT+ First Job research, Out Now, July 2018

4 Una cuestión de confianza: la visibilidad LGTB en el lugar de trabajo, Ben Capell - ESADE Business School, 2013

Visibilización por sector de actividad

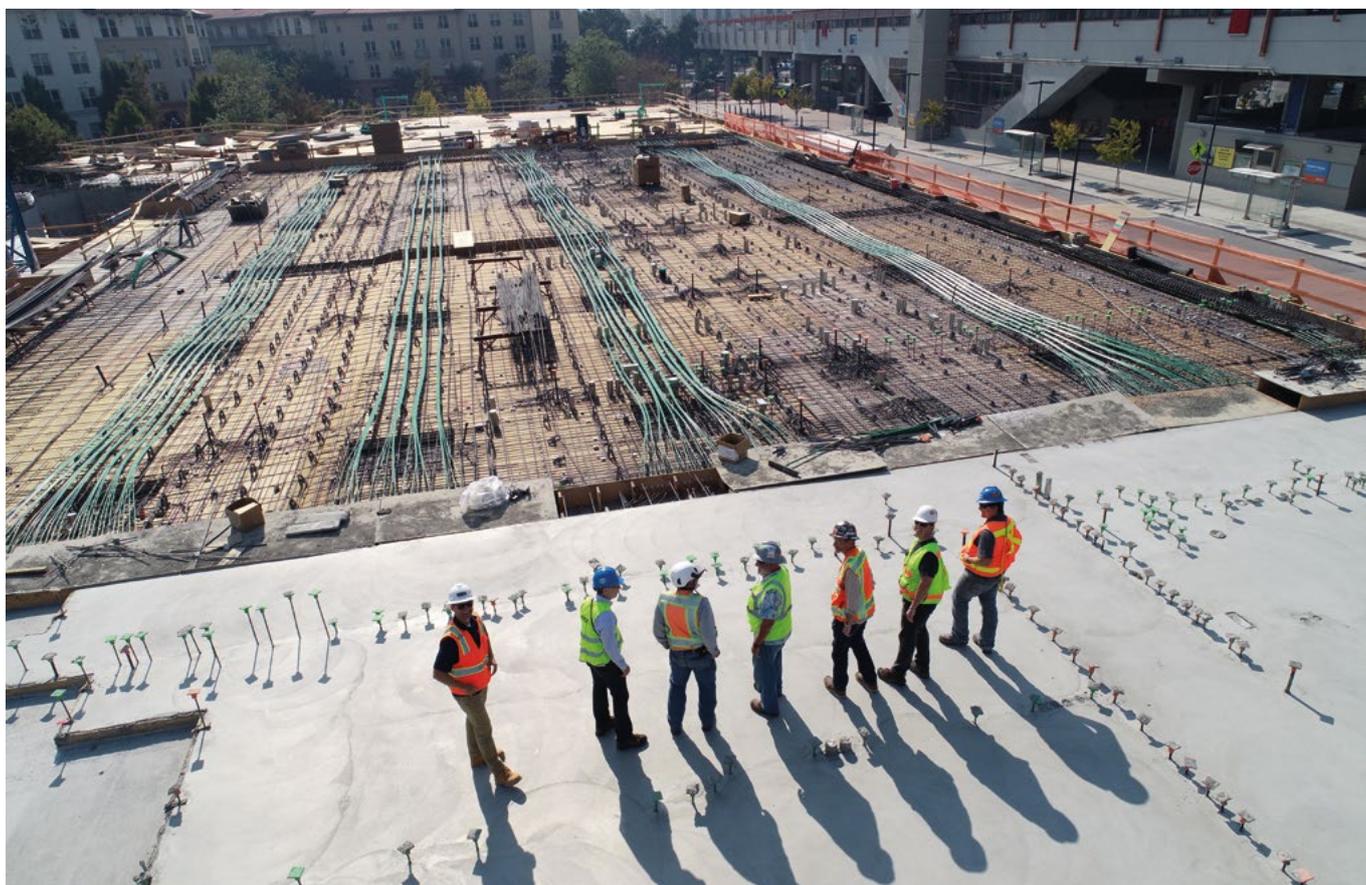
Los sectores donde la visibilización es mayor: comercio y distribución, administraciones públicas, diseño y publicidad, y educación universitaria

Los sectores mencionados arriba son aquellos donde el porcentaje de empleados/as LGBT fuera del armario es mayor a la media del total de personas encuestadas, como puede observarse en la tabla siguiente. El sector Servicios, por su heterogeneidad, presenta una polaridad entre mayor apertura y mayor ocultación y lo mismo ocurre con el sector de Diseño y Publicidad, donde se dan grandes niveles de apertura pero también hay niveles de no visibilización ligeramente por encima de la media.

En la otra cara de la moneda, el sector de las Telecomunicaciones es el que presenta una mayor oportunidad para la visibilización de su personal LGBT. Fuera del análisis, por tener bases muestrales muy pequeñas, han quedado sectores como el Legal y el Financiero que, tendencialmente, presentaban los mayores niveles de ocultación.

Para la elaboración de esta tabla se han tenido en cuenta solo aquellos sectores profesionales con bases muestrales mayores de 20 individuos. En verde, los datos por encima de la media nacional en cuanto a visibilización, en rojo, por encima de la media en cuanto a ocultación.

SECTOR DE ACTIVIDAD	Fuera del armario con todo el mundo	Dentro del armario con todo el mundo
MEDIA TOTAL PERSONAS ENCUESTADAS	38%	18%
Comercio y Distribución	68%	14%
Sector Servicios	44%	25%
Sector Salud	32%	15%
Sector de Telecomunicaciones, Tecnología y Software	32%	25%
Educación infantil, primaria y media	31%	16%
Educación universitaria e investigación	41%	9%
Administraciones públicas	51%	14%
Diseño y publicidad	50%	23%
Hostelería, Ocio y Viajes	33%	21%





Visibilización según el puesto/nivel profesional

La visibilización aumenta con la jerarquía laboral

Empresarios/as, Directivos/as y Mandos Intermedios LGBT están fuera del armario en sus puestos de trabajo muy por encima de la media. Por otro lado, el personal administrativo, los peones, aprendices y subalternos son los que presentan un mayor grado de ocultación. Es decir, **la jerarquía profesional proporciona un nivel de seguridad y empoderamiento laboral que influye favorablemente en la visibilización.**

NIVEL PROFESIONAL	Fuera del armario con todo el mundo	Dentro del armario con todo el mundo
MEDIA TOTAL PERSONAS ENCUESTADAS	38%	18%
Empresario de la industria, comercio o servicios	50%	15%
Profesional liberal o técnico "independiente" por cuenta propia (Abogado, ingeniero, médico, etc.)	36%	17%
Director/ mandos superiores (tanto de la empresa privada como de la administración pública y generales de las FF.AA)	50%	13%
Mandos intermedios (tanto de la empresa privada como de la administración pública y generales de las FF.AA)	48%	16%
Profesionales y técnicos por cuenta ajena (tanto de la empresa privada como de la Ad Públicas y oficiales de las fuerzas armadas)	34%	17%
Empleados y personal administrativo (tanto de la empresa privada como de las Ad públicas y ns. de las fuerzas armadas)	35%	22%
Peones, aprendices y personal subalterno	29%	24%

Para la elaboración de esta tabla se han tenido en cuenta solo aquellos grupos profesionales con bases muestrales mayores de 20 individuos. En verde, los datos por encima de la media nacional en cuanto a visibilización, en rojo, por encima de la media en cuanto a ocultación.

Visibilización por regiones

Los andaluces, los más “armarizados”

No se observan grandes diferencias entre regiones con respecto al grado de apertura de las personas LGBT en su entorno privado. La mayor apertura se da en la zona de Levante (Comunidad Valenciana y Murcia) y Cataluña-Baleares donde

más de un 60% de las personas LGBT están fuera del armario con todo el mundo, mientras que en Andalucía lo hace solamente el 43%. El resto de las regiones no se pudo desglosar debido a pequeños tamaños muestrales.

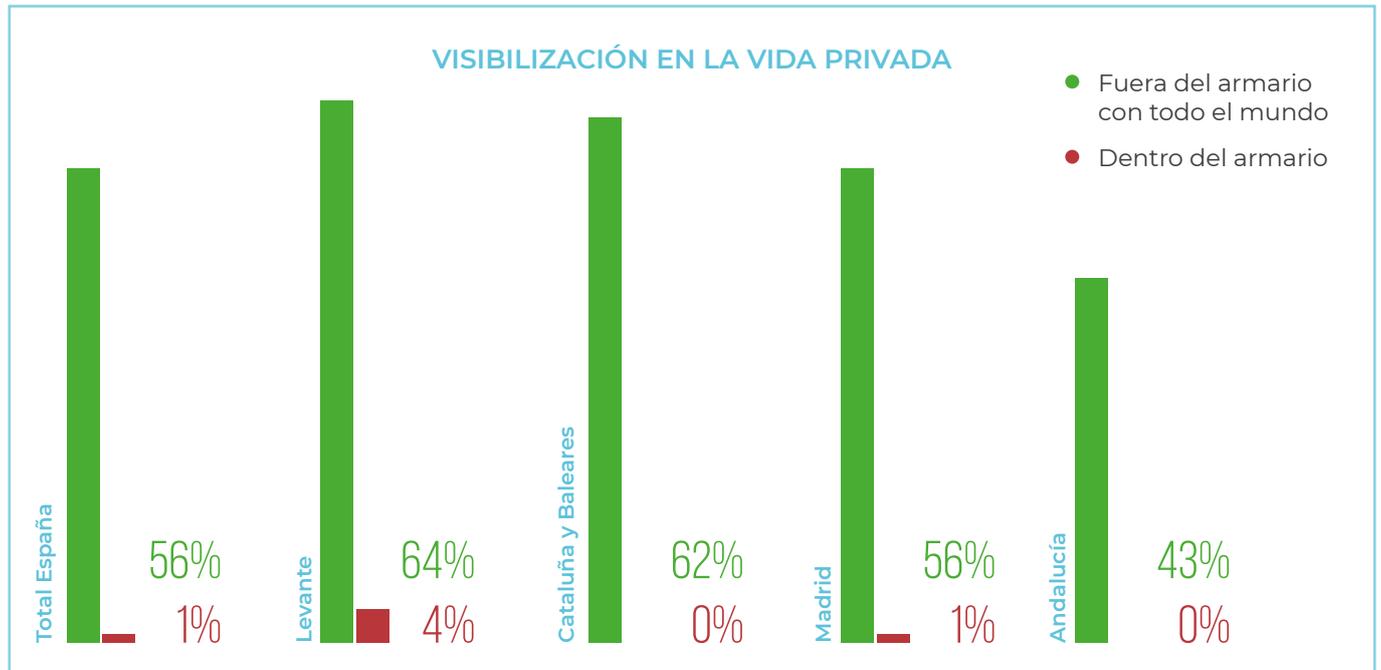
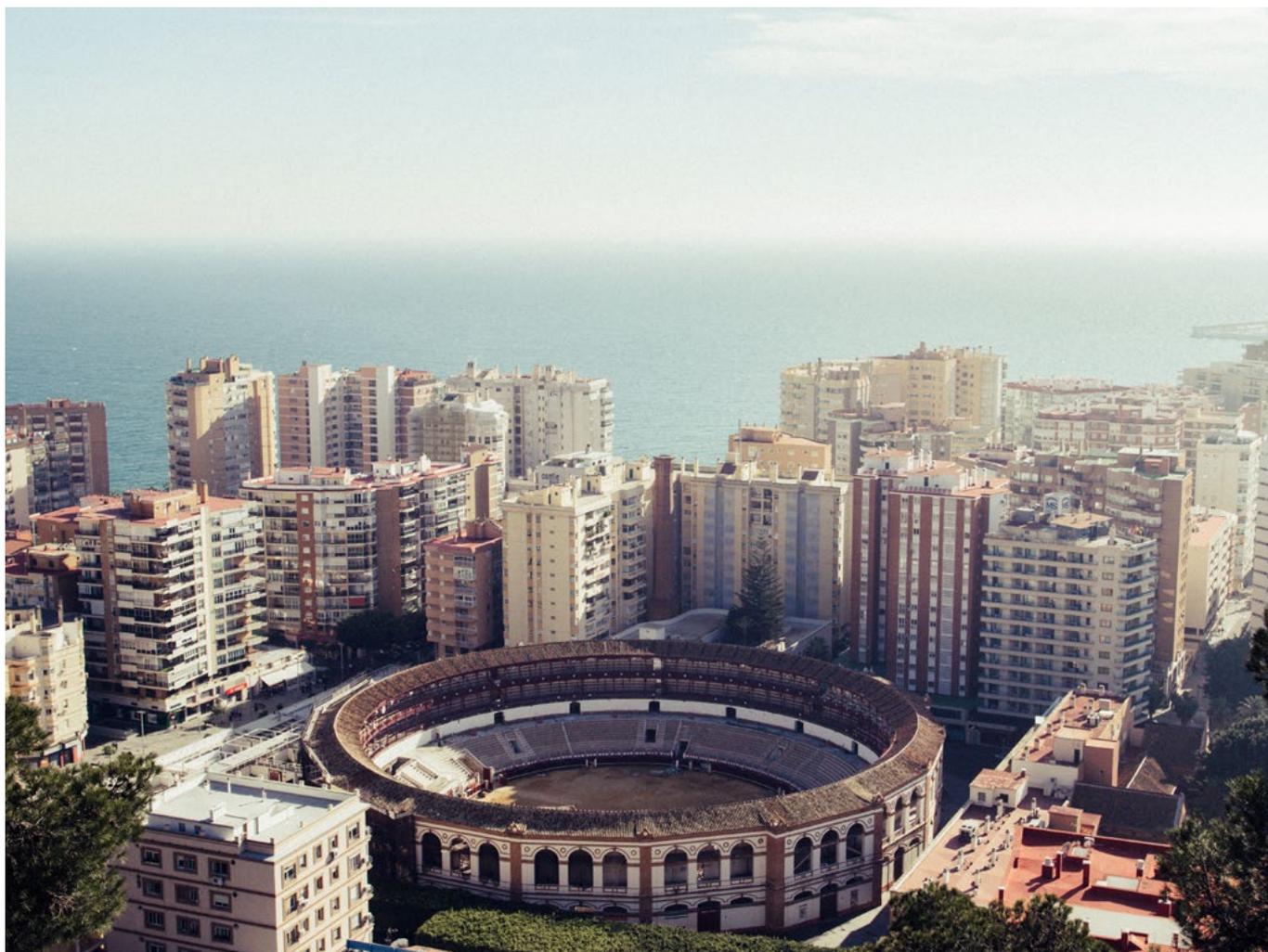
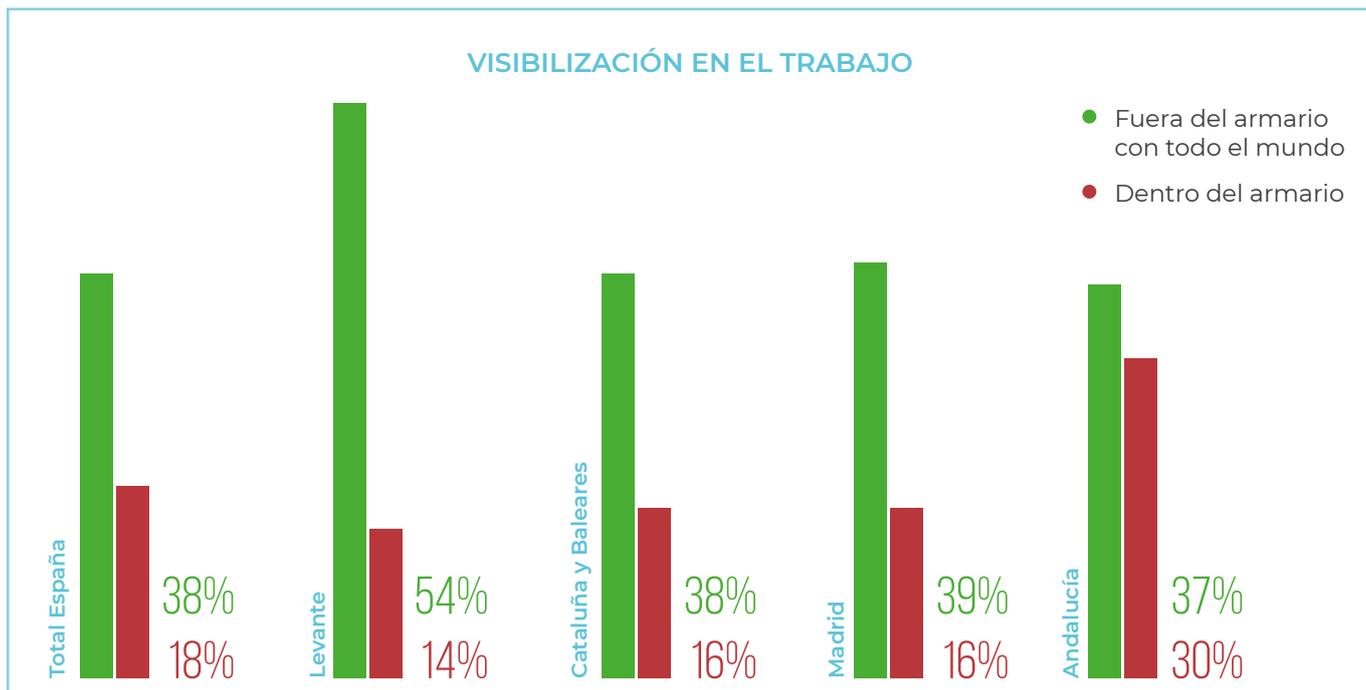


Foto por Christian Moller en Unsplash.



De manera similar, las tendencias anteriores se observan también en el contexto laboral, destacando un 54% de personas LGBT en la zona de Levante que están fuera del armario en su lugar de trabajo con todo el mundo, frente a solo un 37% de los andaluces.



Visibilización de los distintos colectivos LGBT

En el ámbito privado, la mayoría de los gais, lesbianas y transeuales se encuentran fuera del armario con todo el mundo y no existe prácticamente ocultación para gais y lesbianas. Las personas trans muestran una polarización entre la visibilización total y solo con algunas personas. El colectivo bisexual, por otra parte, es el que menos se visibiliza.

% Visibilización en la vida privada	Gay	Lesbiana	Trans*	Bisexual
Fuera del armario con todo el mundo	60%	60%	67%	36%
Con la mayoría de las personas	28%	31%	8%	32%
Sólo con algunas personas	11%	7%	25%	32%
Dentro del armario	1%	2%	0%	0%

*Muestra pequeña.

En color las diferencias relevantes (verde por encima de la media en visibilización, rojo por encima en cuanto a ocultación).

En el contexto laboral, sin embargo, existen diferencias marcadas en el grado y las razones de la no visibilización entre los distintos colectivos, como puede apreciarse en las siguientes tablas:

% Visibilización en el trabajo	Gay	Lesbiana	Trans*	Bisexual
Fuera del armario con todo el mundo	46%	35%	41%	15%
Con la mayoría de las personas	22%	20%	17%	20%
Sólo con algunas personas	19%	30%	17%	27%
Dentro del armario	12%	15%	25%	38%

* Muestra pequeña.

En color las diferencias relevantes (verde por encima de la media en visibilización, rojo por encima en cuanto a ocultación).

% Causas de no visibilización	Gay	Lesbiana	Trans*	Bisexual
A nadie le interesa lo que haga fuera del trabajo	59%	50%	43%	65%
Evitar rumores sobre mi persona	37%	55%	57%	40%
Que cambie mi valoración como profesional	30%	34%	57%	38%
Miedo al rechazo/ aislamiento	29%	31%	43%	23%
Que me cierren puertas en mi carrera profesional	22%	19%	29%	23%
Esfuerzo de dar explicaciones	3%	1%	-	3%
Miedo a ser despedido	11%	14%	29%	14%
Otros	1%	-	-	1%

* Muestra pequeña.

En color verde las diferencias por encima de la media.

► LOS GAIS: se visibilizan más que el resto de los colectivos.

Los hombres gais son los que presentan un mayor grado de apertura en el trabajo: un 45% de ellos está fuera del armario con todo el mundo. Aquellos que no se visibilizan completamente señalan como razones principales querer mantener su vida personal al margen del mundo laboral.

► LESBIANAS: más invisibilizadas y preocupadas por los rumores.

A pesar de que las lesbianas presentan un grado de visibilización en el ámbito privado similar al de hombres gais, hay un porcentaje significativamente menor de ellas fuera del armario en el lugar de trabajo. Numerosos estudios han reflejado esta invisibilidad de las mujeres lesbianas como un fenómeno histórico, político y personal que no resulta anecdótico, sino debido a su doble condición de mujer y homosexual. Cuando les preguntamos las causas de esta ocultación en el trabajo, el 55% de ellas afirmó que la razón principal era evitar rumores sobre su persona.

► TRANS: más miedo al rechazo y a repercusiones profesionales.

En el caso de las personas trans, se observa una curiosa polarización entre la visibilización con todos los compañeros/as de trabajo (41%) y la ocultación (un 25% no se visibiliza y un 17% lo hacen solo con algunas personas). Esta polarización, que ya se observaba en el ámbito privado, podría ser debida al momento de transición en que se encuentran y a una mayor o menor capacidad de ocultación, aunque también

podría ser debida al pequeño tamaño muestral. Como razones principales de esta no visibilización en el lugar de trabajo se encuentran el evitar rumores y el miedo a que cambie su valoración como profesional, a que se les cierren puertas o incluso a ser despedidas.

► **BISEXUALES: los más discretos de todos.**

Las personas bisexuales optan por ser más discretas: un 38% de ellas se encuentra completamente dentro del armario en su lugar de trabajo y un 27% adicional se visibiliza solo con algunos de sus compañeros/as. Este mayor grado de ocultación, tanto en el contexto privado como en el laboral, es probablemente consecuencia de su mayor capacidad de adaptación a la heteronormatividad y del hecho de que exista un mayor desconocimiento y menores referencias sociales para este colectivo que, de manera prejuiciosa, a menudo es considerado como una indefinición entre la heterosexualidad y la homosexualidad. Recordemos también que el grupo de personas bisexuales de este estudio está formado en su mayoría por mujeres que podrían estar teniendo una relación afectiva con otra mujer sin querer visibilizarse como lesbianas

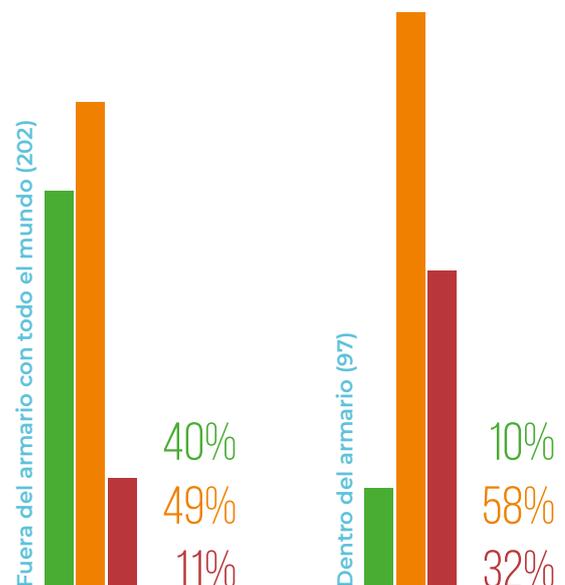
Visibilización y apoyo a la igualdad

Salir del armario supone, como ya se ha visto, sentir que se asume el riesgo a sufrir potenciales discriminaciones tales como ser víctima de burlas o rumores, rechazo y consecuencias negativas en la progresión laboral. Es, por tanto, un ejercicio de empoderamiento personal donde las personas LGBT afirman la propia identidad y el derecho a ser tratadas con igualdad. Según algunos estudios, la visibilización no solo incrementa la autoestima personal y profesional, sino que también convierte a la persona LGBT visibilizada en un “role model” con mayores interacciones sociales y laborales, mientras que la no visibilización reduce el sentido de pertenencia.⁵

No es de extrañar, por eso, que un 40% de las personas que están fuera del armario con todo el mundo se consideren “activistas” que defienden proactivamente la igualdad de las personas LGBT, frente a solo un 10% de las personas dentro del armario.

ACTIVISMO VS APERTURA

- Me considero activista, lucho proactivamente por la igualdad de las personas LGBT.
- No me considero activista pero apoyo al colectivo LGBT con acciones puntuales.
- No me considero activista.



⁵ Hiding true self harms career and sense of belonging, Profesora Manuela Barreto, Universidad de Exeter, UK, 2017

ACEPTACIÓN DE LA VISIBILIZACIÓN

Como hemos visto, las personas LGBT deciden visibilizar su orientación sexual e identidad de género en el trabajo valorando las consecuencias que esto pudiera tener en su desarrollo y relaciones profesionales. Salir del armario es un paso importante que no depende solo de la decisión de la persona LGBT, sino que requiere de un clima seguro de aceptación que garantice que no se van a sufrir consecuencias negativas o rechazo. Por eso, además del grado de visibilización, quisimos entender cómo de aceptadas se sentían las personas LGBT que estaban fuera del armario en los distintos entornos personales y laborales, aportando un segundo indicador del clima de inclusión laboral en España.

Aceptación percibida en distintos entornos personales y laborales

El entorno personal cercano proporciona la mayor aceptación

Resulta obvio que una relación afectiva más cercana con distintos entornos privados provoque una mayor salida del armario y aceptación. Algunos estudios ya mencionados⁶ señalan que la confianza establecida con distintas personas es la variable clave a la hora de decidir si salir del armario frente a ellos. Así, el mayor grado de visibilización y aceptación de las personas LGBT se da con los amigos: el 93% de ellas está fuera del armario y se siente muy aceptado por ellos y no hay prácticamente ocultación ni sentimiento de rechazo. Al círculo de amistades les sigue la familia cercana y conocidos. Sorprende que un 13% se encuentre dentro del armario con la familia cercana y un 21% esté fuera del armario y se sienta poco aceptado por ella.

La familia lejana, como su nombre indica, supone un mayor distanciamiento emocional y, por tanto, una menor necesidad de visibilizarse ante ella, pero también es la que ofrece una menor aceptación a las personas LGBT: un 34% de ellas afirmó sentirse poco aceptadas por su familia lejana, estando fuera del armario, y un 33% prefiere no visibilizarse ante ella.

⁶ Una cuestión de confianza: la visibilidad LGTB en el lugar de trabajo, Ben Capell - ESADE Business School, 2013.

APERTURA Y ACEPTACIÓN CON DISTINTOS GRUPOS DE PERSONAS





Foto por Campaign Creators en Unsplash.

En el trabajo es clave sentirse aceptado por compañeros, jefes directos y subordinados

El 56% de las personas encuestadas afirmaron estar fuera del armario y sentirse muy aceptadas por sus compañeros/as de trabajo, con quienes establecen relaciones de confianza en el día a día. Sin embargo, un 19% de ellas está fuera del armario pero se sienten poco o nada aceptados por ellos. El resto, un 25%, se encuentra dentro del armario.

Un nivel parecido de aceptación ofrecen los jefes/as directos y los subordinados/as, con los que también se da una relación profesional cercana. Sin embargo, el nivel de ocultación es algo mayor, un 33%, probablemente debido a la necesidad de marcar una distancia jerárquica que no ponga en riesgo el respeto profesional.

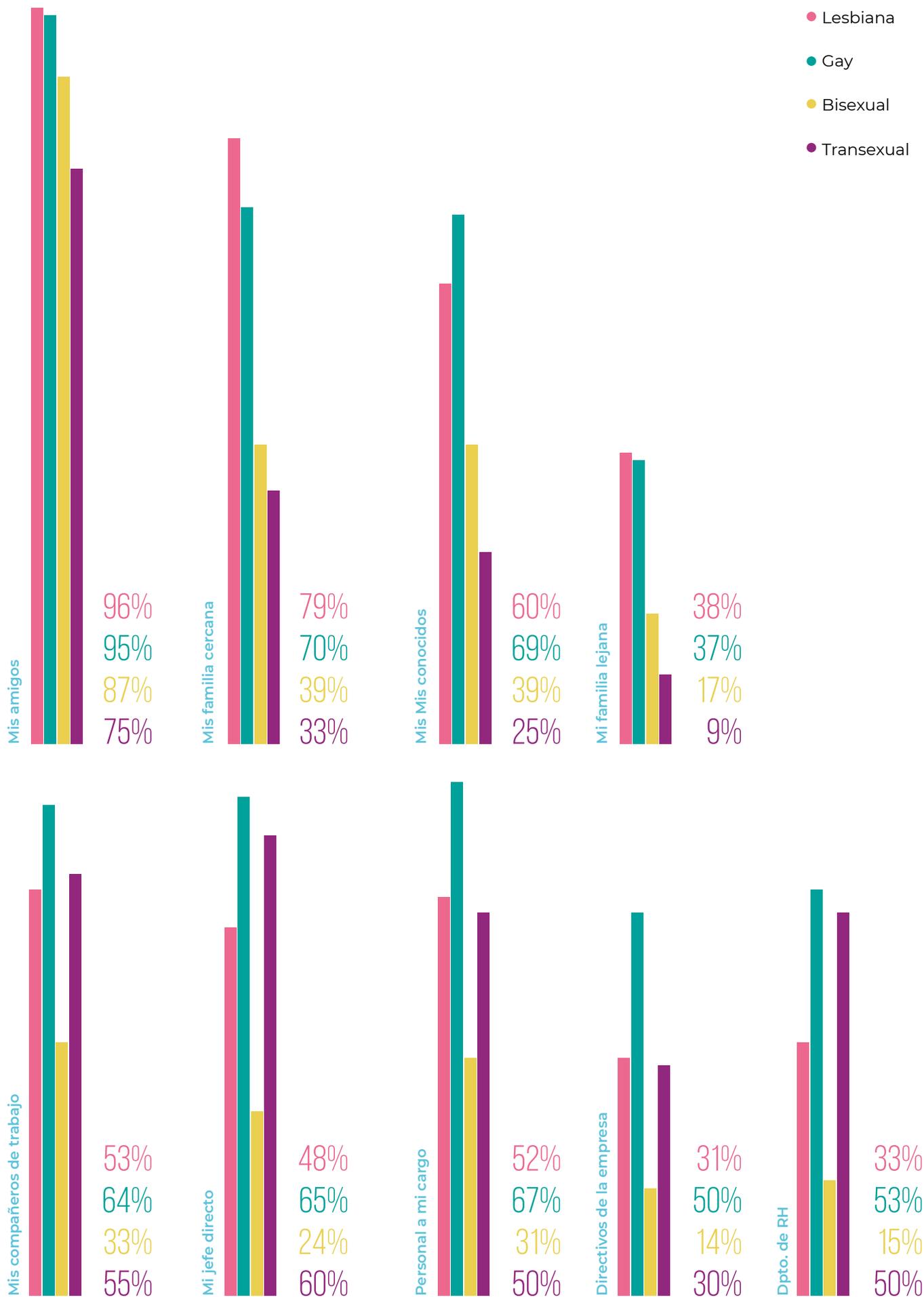
Por último, existe un claro distanciamiento con los mandos directivos de la empresa, como era de esperar, pero también con el departamento de Recursos Humanos, lo que supone una oportunidad no aprovechada de servir de interlocutores entre la empresa y el personal LGBT en cuestiones referidas a la diversidad e inclusión.

Aceptación percibida por los distintos colectivos LGBT

Veamos ahora cuál es el grado de aceptación entre los distintos colectivos, mostrando únicamente los porcentajes de personas LGBT que, estando fuera del armario, se sienten muy aceptadas.

- ▶ Como ya vimos, **los hombres gays** son los más “desarmarizados” de todo el colectivo LGBT, tanto en el terreno personal como en el laboral, y también son los que se sienten aceptados en mayor medida aunque, curiosamente, algo menos que las lesbianas por su familia cercana.
- ▶ **Las mujeres lesbianas**, presentan un nivel de apertura y aceptación similar al de los gays en los distintos contextos privados, e incluso parecen encontrar mayor apoyo que éstos por parte de la familia cercana. Sin embargo, como ya se explicó, están más invisibilizadas y se sienten menos aceptadas en sus círculos profesionales que los gays.
- ▶ **Las personas bisexuales** tienden a visibilizarse y sentirse aceptadas sobre todo por los amigos cercanos, mientras que la mayoría opta por la no visibilización y afirman sentirse poco aceptadas en el entorno privado y profesional.
- ▶ **Las personas trans** son las más vulnerables, ya que experimentan una menor aceptación en el terreno personal por parte de amigos, familia y conocidos, que suponen un apoyo para el resto de los colectivos. Se observa, curiosamente, una mayor apertura y aceptación percibida en el lugar de trabajo que, tal vez, sea debida a la imposibilidad de ocultarse en el trabajo, así como a la necesidad de acompañamiento por parte de la empresa durante el proceso de transición (recordemos que la base muestral de personas trans es muy pequeña y estos resultados deben tomarse únicamente como tendencias).

ACEPTACIÓN EN DISTINTOS AMBIENTES PERSONALES Y LABORALES (Fuera del armario y muy aceptado/a por...)



¿SE SIENTEN LAS PERSONAS LGBT DISCRIMINADAS EN EL TRABAJO?

Anteriormente, se han analizado dos indicadores del clima de inclusión laboral de las personas LGBT en España: i) el nivel de visibilización en el ámbito profesional vs el privado y ii) el grado de aceptación percibido en dichos ámbitos. Como ya hemos visto, la no visibilización en el lugar de trabajo es consecuencia de la decisión personal de mantener la orientación sexual e identidad de género restringida a la vida privada y al margen de lo profesional,

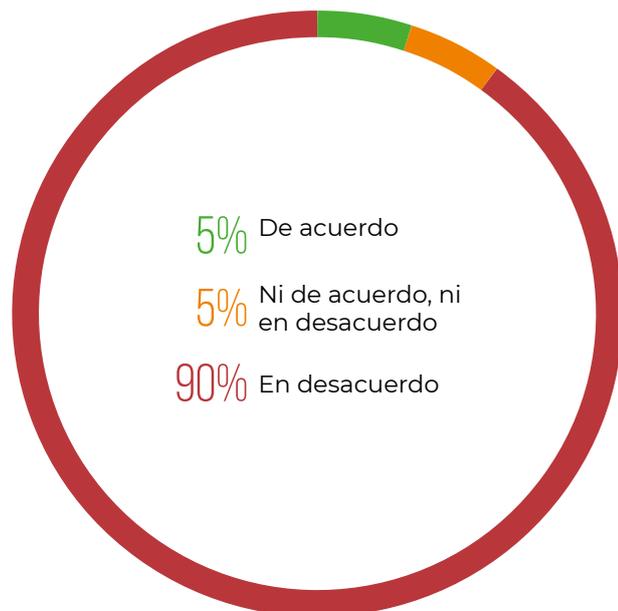
pero también es un acto de precaución para evitar potenciales repercusiones negativas en las relaciones laborales. Por otra parte, las personas LGBT que están fuera del armario no se sienten completamente aceptadas dentro de su entorno laboral. Existe, por tanto, un sentimiento de discriminación implícito en el lugar de trabajo que vamos a tratar de cuantificar preguntando sobre él directamente a las personas encuestadas.

Igualdad de oportunidades laborales de las personas LGBT en España

Entre un 39% y un 90% de las personas LGBT piensa que no existe igualdad de oportunidades laborales, especialmente para las personas trans

Un porcentaje variable de respuestas, dependiendo del colectivo LGBT concreto, revela que existe un sentimiento extendido de que las personas LGBT no se encuentran en condiciones de igualdad de oportunidades de empleo y desarrollo profesional con respecto a las personas no-LGBT en España:

EN ESPAÑA, ¿LAS PERSONAS TRANS TIENEN LAS MISMAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y DESARROLLO PROFESIONAL QUE CUALQUIER OTRA PERSONA? (base 537)



- Con respecto a **las personas trans**, existe unanimidad y un 90% de las personas encuestadas coincide en que se encuentran en clara situación de desigualdad de oportunidades laborales.

EN ESPAÑA, ¿LOS HOMBRES GAIS Y BISEXUALES TIENEN LAS MISMAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y DESARROLLO PROFESIONAL QUE CUALQUIER OTRA PERSONA? (base 537)



- Cuando se habla de **hombres gais y bisexuales**, un 39% de las personas encuestadas opinan que no existe igualdad de oportunidades laborales para ellos, y un 27% más se muestran indecisas.

EN ESPAÑA, ¿LAS MUJERES LESBIANAS Y BISEXUALES TIENEN LAS MISMAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y DESARROLLO PROFESIONAL QUE CUALQUIER OTRA PERSONA? (base 537)



- Este porcentaje de desigualdad percibida es significativamente mayor a la hora de valorar la situación de **las mujeres lesbianas y bisexuales** que, como vimos, se enfrentan a una doble discriminación y están mucho más invisibilizadas. Un 52% de las personas encuestadas afirmó que éstas se encuentran en situación de desigualdad laboral.

Igualdad de oportunidades laborales de las personas LGBT en sus empresas

A continuación valoraremos la situación de igualdad de oportunidades percibida por las personas encuestadas en las empresas u organizaciones en las que trabajan.

Solo un 58% de las personas LGBT piensa que en sus empresas existe igualdad laboral para ellas

Mientras que un 58% de las personas encuestadas opina que sus lugares de trabajo son igualitarios en cuanto a oportunidades laborales con las personas LGBT (y es un dato muy positivo que esta cifra sea mayor que el nivel de desigualdad percibido en el conjunto del contexto empresarial español), un 20% de ellas afirmó estar desarrollando su actividad profesional en un contexto de discriminación laboral y un 22% más se mostraron indecisas.

EN LA EMPRESA /ORGANIZACIÓN EN LA QUE TRABAJO, LAS PERSONAS LGBT TIENEN LAS MISMAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y DESARROLLO PROFESIONAL



Sentimiento de discriminación en el trabajo

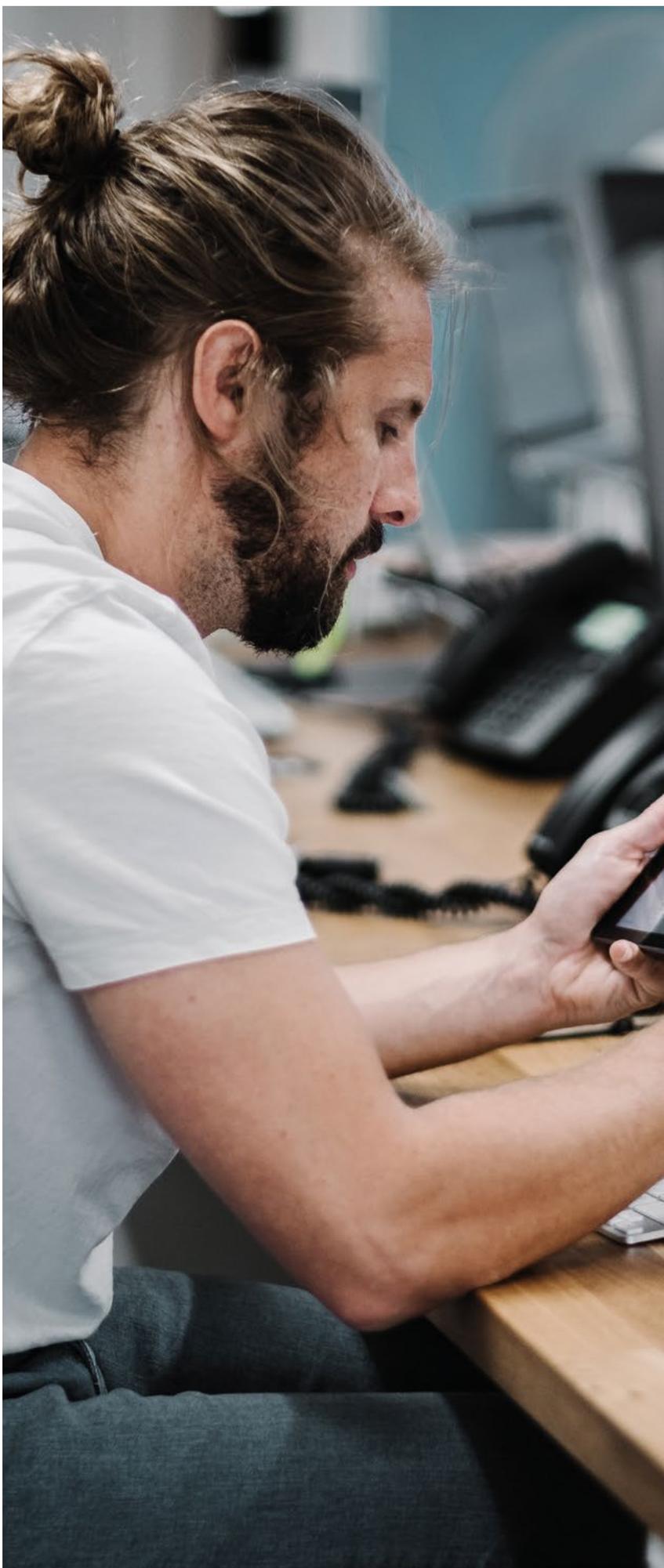
Las preguntas anteriores se referían al clima general de igualdad laboral de las personas LGBT en España o en sus lugares concretos de trabajo. Veamos ahora qué opinan cuando se les pregunta si se han sentido discriminadas en el último año, de acuerdo con su propia experiencia personal.

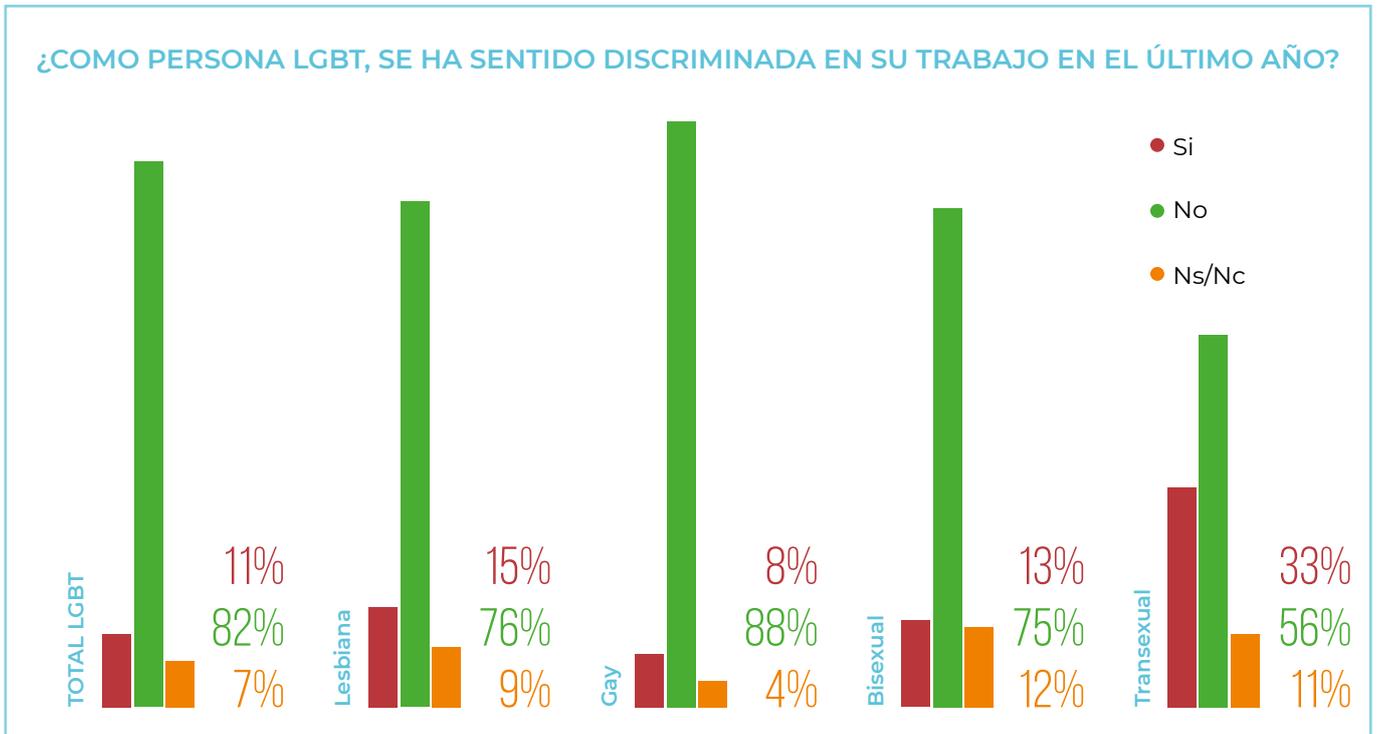
1 de cada 10 personas LGBT (y 1 de cada 3 trans) se ha sentido discriminada en el trabajo en el último año

Aunque la gran mayoría de las personas LGBT en España afirma no haber sentido discriminación en el último año, un 11% declaró haberse sentido discriminadas y un 7% más no contestó a la pregunta.

Observando diferencias entre los distintos colectivos, son los hombres gais los que presentan los menores porcentajes de discriminación percibida, seguidos por lesbianas y bisexuales, con niveles similares. En **el lado más vulnerable, de nuevo, las personas trans: 1 de cada 3 se ha sentido discriminada en su trabajo.**

Tendencialmente, hemos observado también que **los trabajadores/as LGBT más jóvenes (menores de 30 años) tienden a sentirse más discriminados que el resto.** Esto, unido a su menor grado de visibilización, como ya vimos, podría suponer una barrera importante al desarrollo profesional del joven talento en las empresas en España.

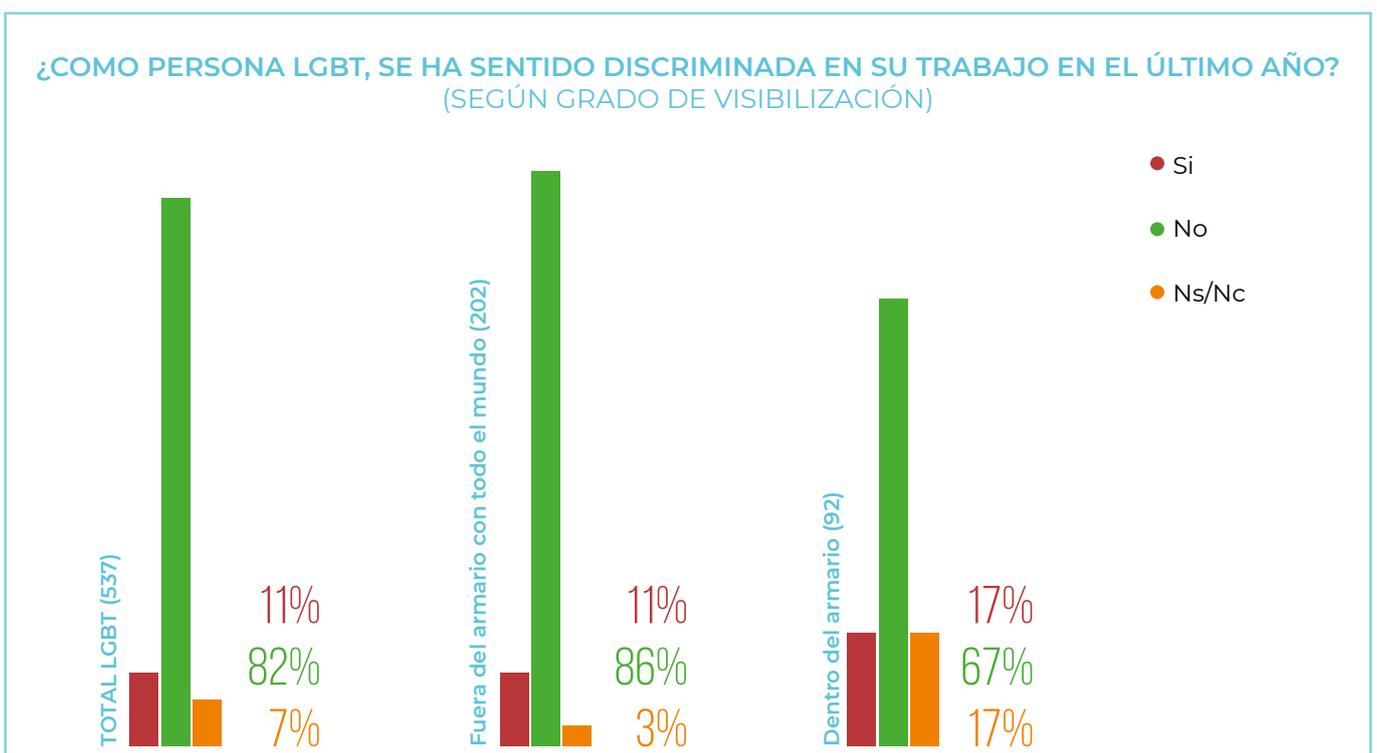




Estar en el armario no garantiza la no discriminación

Contrariamente a lo que pudiera pensarse, las personas LGBT que se encuentran dentro del armario se han sentido más discriminadas que aquellas que se encuentran fuera del armario. No visibilizarse supone ejercer un control continuo de la información personal que se comparte en el trabajo, con el objetivo de evitar potenciales prejuicios y conseguir una mayor aceptación. Sin embargo, a la vista de los datos, **ocultar la orientación sexual e identidad de género no solo no garantiza estar a salvo**

del sentimiento de discriminación, sino que lo puede aumentar. Tal vez, porque el hecho de “tener que ocultar” la propia identidad de género u orientación sexual sea percibido ya como una situación de discriminación en sí misma. Pero también, como afirman estudios ya mencionados, ocultarse limita las relaciones profesionales, el rendimiento, la satisfacción y el bienestar de las personas LGBT en sus trabajos, lo que podría redundar en un sentimiento de discriminación.



SITUACIONES DE DISCRIMINACIÓN EN EL CONTEXTO LABORAL

En este capítulo se analizarán en detalle diferentes situaciones de discriminación a las que podrían enfrentarse las personas LGBT en sus lugares de trabajo. Algunas de las situaciones que analizaremos son implícitas, como el hecho de tener reparos a la hora de visibilizarse como persona LGBT en una entrevista de trabajo, o no poder hablar con normalidad de la vida personal. Otras son más explícitas como ser víctima de rumores,

comentarios y chistes que, como veremos, forman parte del ambiente laboral cotidiano. Por último, llegaremos a valorar situaciones de clara discriminación que podrían atentar contra los derechos individuales y laborales de las personas LGBT. En su conjunto, todas estas situaciones justificarían el alto porcentaje de personas LGBT que prefieren permanecer, total o parcialmente, dentro del armario en sus trabajos.

Discriminación a la hora de encontrar trabajo

Dos de cada tres personas trans se sienten discriminadas para encontrar trabajo

Un 13% de las personas LGBT que buscaron trabajo en el último año afirmaron haberse sentido discriminadas a la hora de encontrarlo. Esta cifra es algo inferior al 17% que publicó en el año 2013 el estudio llevado a cabo por la Unión Europea⁷

observándose, por tanto, una mejoría en este aspecto. De nuevo, **se manifiesta la vulnerabilidad laboral de las personas trans, ya que un 60% de ellas afirma haberse sentido discriminadas en su búsqueda de trabajo.**

⁷ EU LGBT survey– European Union Agency for Fundamental Rights, 2013

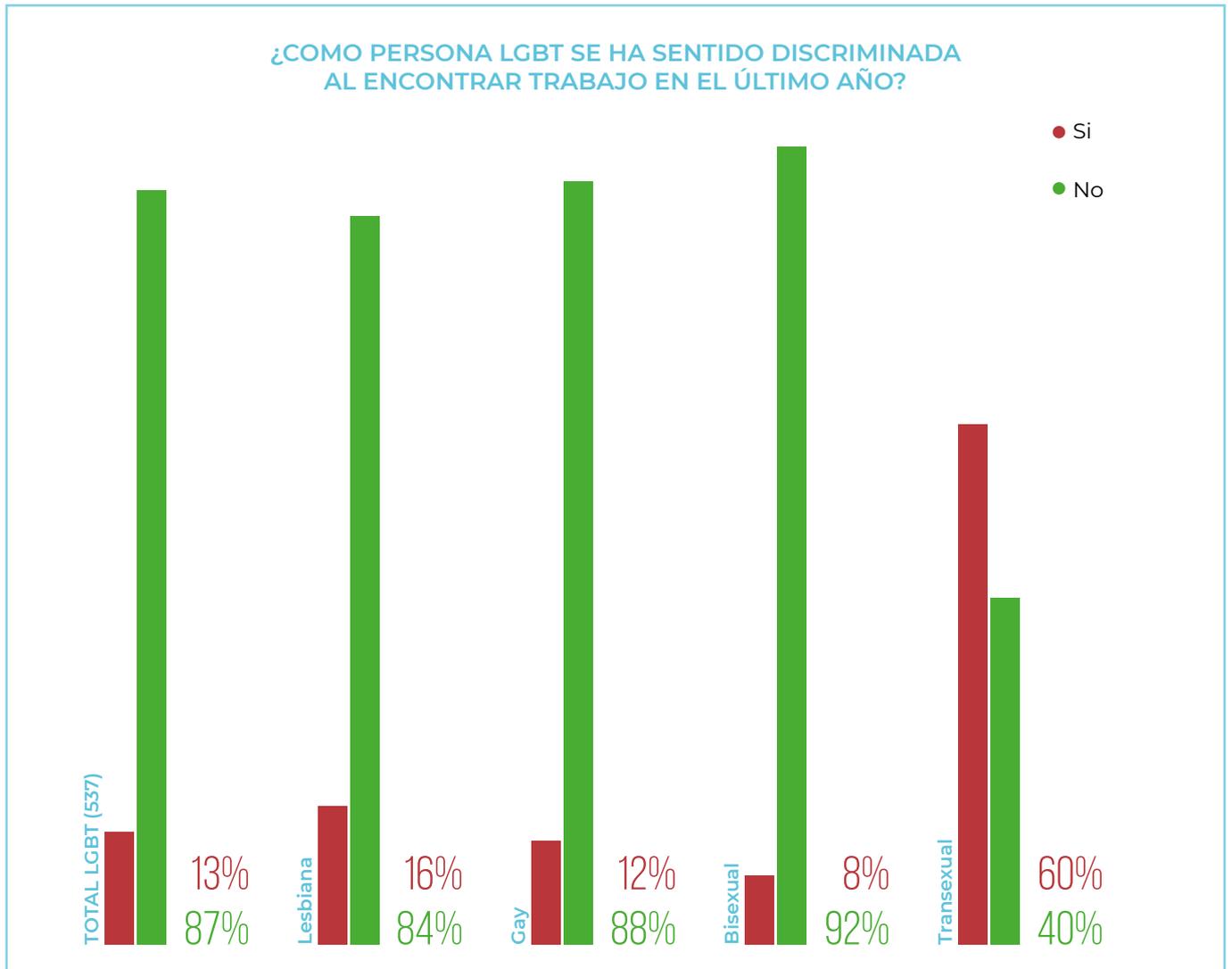


Foto por broadlygenderphotos.vice.com.



No poder visibilizarse como persona LGBT en una entrevista de trabajo

Casi un tercio de las personas LGBT no se atreverían a visibilizarse en una entrevista de trabajo

Un 29% de las personas encuestadas afirma que no estaría dispuesta a declarar abiertamente que es LGBT en una entrevista de trabajo, y un 21% más se muestran indecisas. Estos porcentajes son mayores que el porcentaje de personas LGBT que se encuentran totalmente dentro del armario en sus trabajos (18%) y se podría concluir que, un grupo considerable de personas LGBT volverían al armario a la hora de hacer una entrevista para un nuevo trabajo. Estamos claramente ante un comportamiento de precaución que pone de manifiesto un sentimiento de vulnerabilidad a pesar de que las leyes garantizan la no discriminación: **La persona LGBT que no se atreve a declararse abiertamente como tal en una entrevista de trabajo lo hace para evitar que ese dato pueda tener un peso desfavorable a la hora de ser contratada.**

EN UNA ENTREVISTA PARA UN NUEVO TRABAJO ESTARÍA DISPUESTO/A A DECLARAR ABIERTAMENTE QUE SOY LGBT

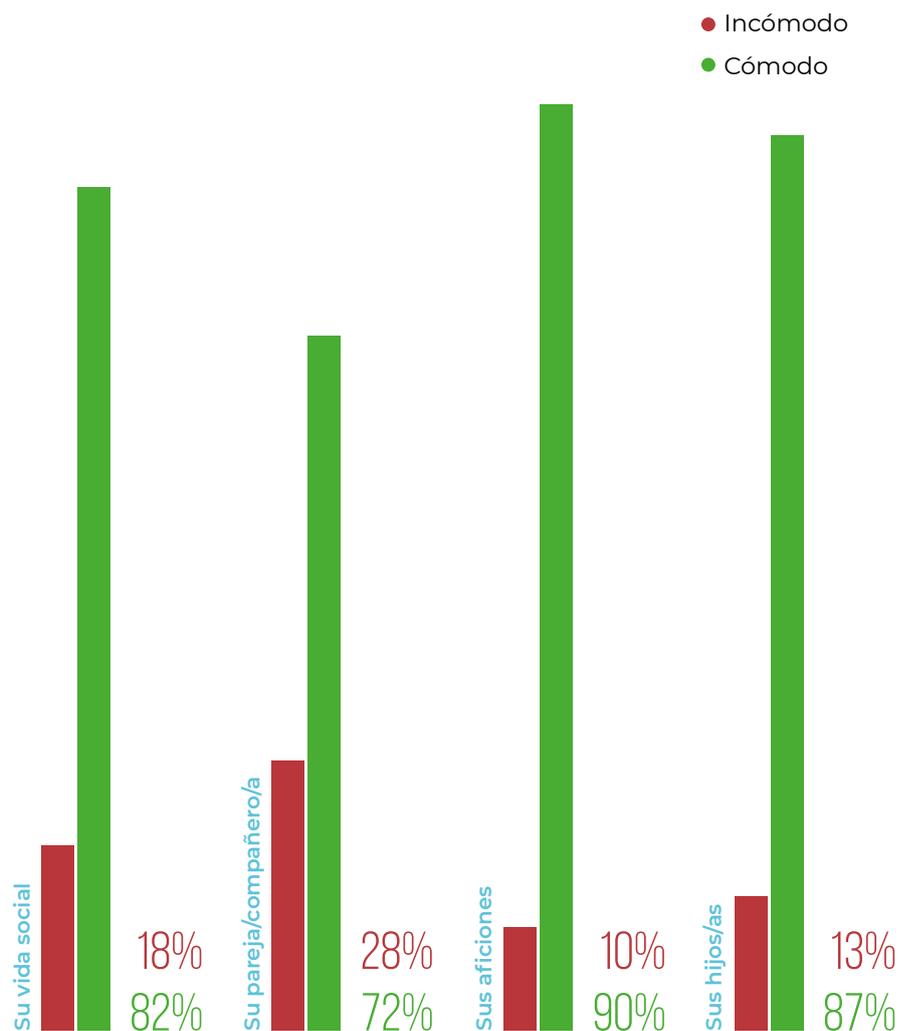


No poder compartir abiertamente la vida personal en el trabajo

Casi un tercio de las personas LGBT no habla de su vida afectiva en el trabajo

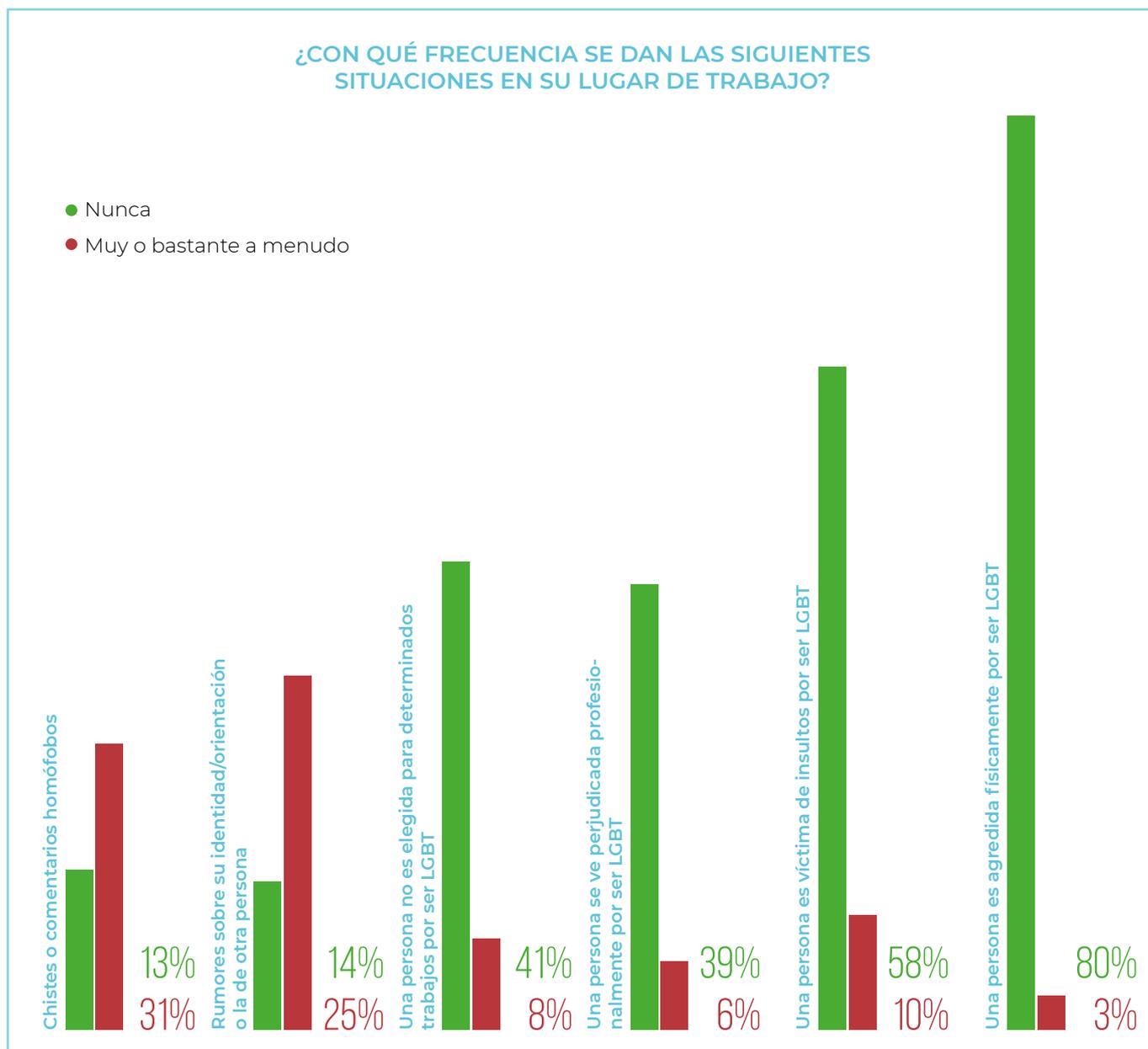
Poder compartir con los compañeros/as de trabajo lo que se hizo durante el fin de semana y hablar de la propia vida afectiva con naturalidad hace que cualquier persona se sienta más integrada en el trabajo y favorece el desarrollo de vínculos saludables, el buen clima laboral y la cohesión de grupo⁸. Este comportamiento, que está normalizado para las personas no LGBT, puede ser difícil para algunas personas LGBT que temen contrariar, ofender o ser objeto de rumores o discriminaciones: A la vista de la siguiente tabla, existe incomodidad a la hora de compartir detalles de su vida personal en el trabajo, especialmente acerca de la pareja sentimental: un 28% de ellas se sienten incómodas compartiendo esta parte de su vida personal (que, de facto, puede suponer una salida del armario). Se observó una tendencia por parte de personas bisexuales, lesbianas y transexuales a ser más reservadas que los hombres gays. De nuevo, se observó también la existencia de una mayor discreción entre los menores de 30 años comparados con el resto de las edades.

COMODIDAD A LA HORA DE HABLAR EN EL TRABAJO SOBRE:



Situaciones explícitas de discriminación en el trabajo

En esta parte del estudio, pedimos a las personas encuestadas que nos hablaran de la frecuencia con la que se daban ciertas situaciones no inclusivas en sus lugares de trabajo. En la tabla se muestran solamente las respuestas “*Se dan con mucha/bastante frecuencia*” y las respuestas “*no se dan nunca*”, todas las opciones intermedias (“*Se dan algunas o raras veces*”) no se han incluido en la tabla para simplificar.



Lenguaje poco inclusivo y rumores son muy frecuentes en el trabajo

A la vista de los resultados, situaciones implícitas de discriminación como son los chistes, los comentarios homófobos, y los rumores acerca de la orientación sexual o la identidad de género forman parte la rutina laboral de entre un 25% y un 31% de las personas LGBT en España y solo el 14% de ellas no los escucha nunca en su lugar de trabajo. Dicho de otra forma, **el 86% de las personas LGBT ha escuchado alguna vez chistes o comentarios homófobos y/o rumores acerca de su orientación sexual o la de alguna otra persona.**

Un análisis de regresión sobre nuestros datos demostró, además, que las personas LGBT que están dentro del armario escuchan estos comentarios y chistes con mayor frecuencia que las que están fuera del armario y se podría concluir que **el lenguaje poco inclusivo supone una barrera que**

impide la visibilización de las personas LGBT en sus trabajos.

Como concluyó recientemente el estudio “Las personas LGBT en el ámbito del empleo en España”, es tanta la frecuencia con la que se producen bromas, comentarios y lenguaje poco inclusivos en el lugar de trabajo, que este tipo de discriminación se llega a asimilar como parte de lo cotidiano para las personas LGBT: Aunque bromas y comentarios pueden resultar cansados y molestos, llegan a naturalizarse dentro de lo “soportable”, pero dejan a la persona LGBT la gran responsabilidad de interpretar la “*intención*” con la que se usa dicho lenguaje para tener que decidir si clasificar estas situaciones como “salvables” u hostiles, dando lugar a un gradiente de las situaciones de discriminación que queda bien reflejado en el siguiente diagrama:



Fuente: “Las personas LGBT en el ámbito del empleo en España”, IMOP Insights-Instituto de la Mujer y para la igualdad de oportunidades, Marzo 2017, pag 35.



Foto por Studio Republic en Unsplash.

Un 60% de los encuestados podría haber sido testigo de discriminaciones laborales alguna vez contra las personas LGBT

Situaciones de discriminación explícita tales como que una persona no reciba un ascenso o una subida salarial, o se vea perjudicada profesionalmente, o no sea elegida para determinadas funciones, grupos de trabajo o proyectos por ser LGBT, fueron observadas con mucha o bastante frecuencia por un 6-8% de las personas encuestadas, mientras que alrededor de un 40% afirmó que esas situaciones no se daban nunca en sus trabajos.

Entre un 3% y un 10% fueron testigos de insultos o agresiones

Por último, situaciones de violación de los derechos personales, tales como que una persona sea víctima de insultos o que sea agredida físicamente por el hecho de ser LGBT también se dan en el ambiente laboral de las personas encuestadas: un 10% de ellas afirmó haber sido testigo de insultos frecuentes, y un 3% de agresiones físicas frecuentes contra las personas LGBT en sus lugares de trabajo. De nuevo, un análisis de regresión demostró que haber presenciado o sido víctima de insultos supone un claro condicionante para que las personas LGBT se encuentren amargadas en sus trabajos.

Agentes de las situaciones de discriminación en el trabajo

Los compañeros/as y jefes/as de las personas LGBT podrían estar siendo poco inclusivos

Cuando preguntamos a las personas encuestadas quiénes estaban frecuentemente detrás de estas situaciones de discriminación anteriormente citadas, un 25% de ellas respondió que en eran sus propios compañeros/as de trabajo, y un 18% sus jefes/as directos.

Existe, por tanto, **una gran oportunidad en las empresas de educar a sus plantillas a ser más inclusivas**, puesto que, como hemos visto anteriormente, sentirse seguros y aceptados en el entorno de trabajo cercano es clave para generar confianza y apertura a las personas LGBT y, además, incrementa su bienestar laboral, y su productividad.

QUIÉNES ESTÁN DETRÁS DE ESTAS SITUACIONES DE DISCRIMINACIÓN MUY O BASTANTE A MENUDO



ACCIONES DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN LGBT EN LA EMPRESA

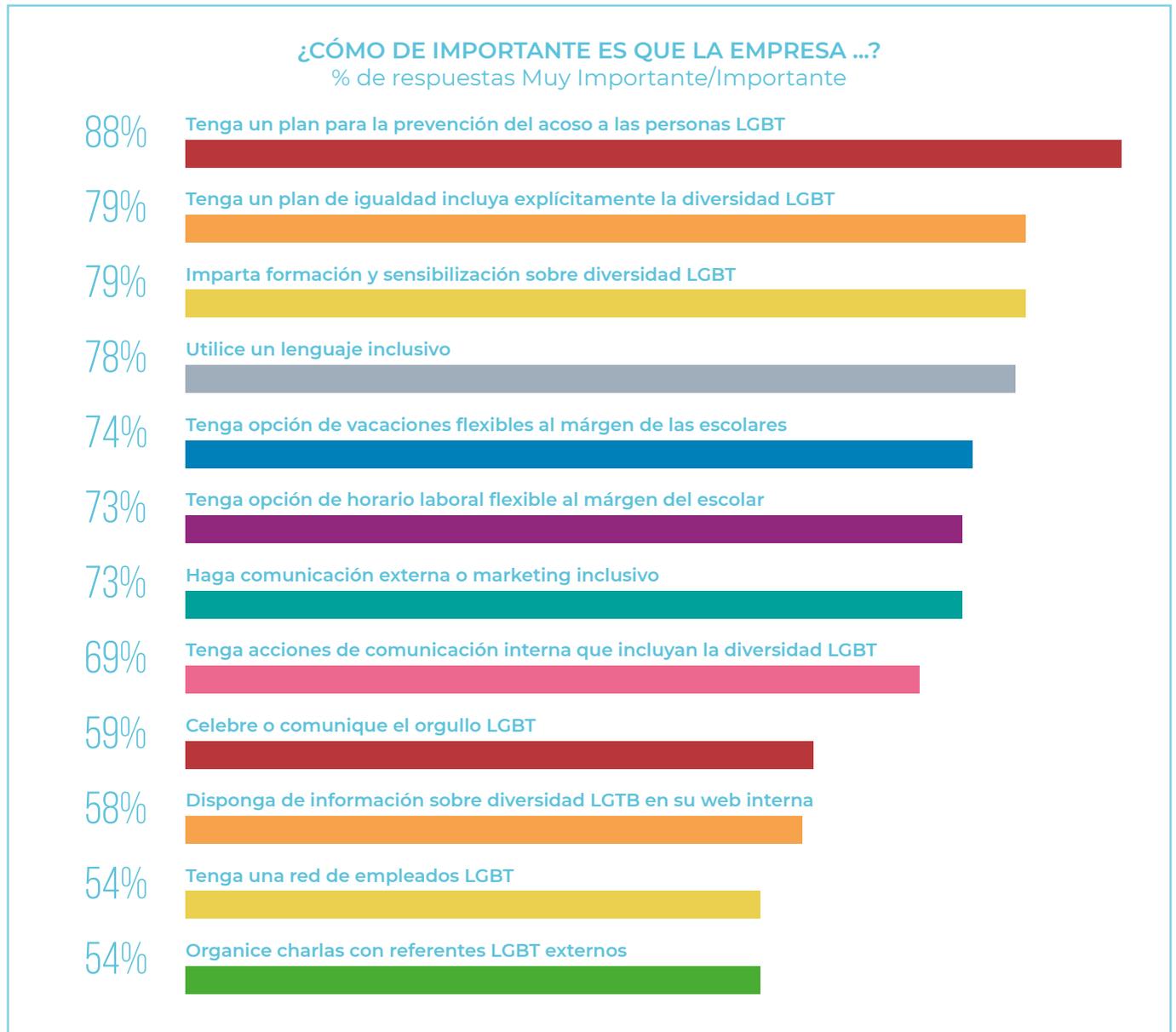
Las acciones de inclusión más relevantes por parte de las empresas

En este capítulo analizaremos la relevancia que tienen algunas de las acciones de inclusión de la diversidad LGBT en las que pueden trabajar las empresas, de manera que sirva para ayudarlas a priorizar programas y contenidos en su recorrido hacia lugares de trabajo más respetuosos.

Como ha quedado de manifiesto por los datos aportados hasta el momento, existen oportunidades por parte de las empresas de crear entornos laborales más inclusivos con las personas LGBT, en donde se eduque a las plantillas en un lenguaje y comportamientos no discriminatorios. Sin embargo, la existencia de programas corporativos que trabajen la inclusión de la diversidad LGBT no es aún frecuente en nuestro país: como ya se mencionó, sólo el 15% de las personas encuestadas son conscientes de que existan dichos programas en sus empresas y, allí donde éstos existen, el grado de visibilización de las personas LGBT es mucho mayor y redundante en la mejora de sus relaciones profesionales, rendimiento, satisfacción y bienestar laboral.



Foto por You X Ventures en Unsplash.



Lo más importante: proteger a las personas LGBT y sensibilizar en la inclusión a las personas no-LGBT

Según los propios empleados y empleadas LGBT, **tener un protocolo claro para prevenir y actuar contra situaciones de acoso, promover la igualdad laboral, sensibilizar sobre diversidad LGBT y utilizar un lenguaje inclusivo** son las cuatro acciones clave que las empresas deben realizar para gestionar la diversidad LGBT eficientemente.

En segundo lugar, es importante **ofrecer flexibilidad** a la hora de poder escoger las vacaciones o los horarios de trabajo independientemente del calendario escolar que rige

en la mayoría de los entornos laborales. No hay que olvidar que, según estimaciones en base a otros estudios, más del 80% de las personas LGBT en España no tiene hijos.

En tercer lugar, es importante para las personas LGBT que la empresa ejerza una labor de **visibilización social de su compromiso con la diversidad LGBT** por medio de comunicación externa (eg: desarrollar acciones de marketing inclusivo de sus productos y servicios) e interna, donde se incluya explícitamente la diversidad LGBT (eg: terminología e

imágenes inclusivas). Dentro de estas acciones, tiene especial relevancia que la empresa comunique y celebre el día del Orgullo LGBT interna y externamente. Así mismo, que disponga de información sobre diversidad LGBT en su intranet para todos los empleados/as.

Disponer de una red de empleados LGBT y organizar charlas con referentes LGBT externos fueron las acciones que despertaron menor interés entre las personas encuestadas, aunque más de la mitad de ellas lo consideran importante.

IMPACTO EN EL CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS

La primera razón para interesarse por una buena gestión de la diversidad LGBT en las empresas debería ser el bienestar y mejora de la productividad de todos sus empleados, pero existen, además, importantes razones de negocio. Como hemos visto en el capítulo anterior, las personas LGBT demandan a las empresas que visibilicen su compromiso con la inclusión de esta diversidad, lo que tiene consecuencias en sus decisiones de compra como consumidores. Cerraremos este análisis aportando datos relevantes sobre el comportamiento de las personas LGBT ante las marcas, productos y servicios inclusivos con este colectivo.

Relación entre mensajes inclusivos e intención de compra

A la hora de elegir las marcas, productos y servicios que consumen, las personas LGBT dan más importancia a la ausencia de mensajes negativos que a un compromiso explícito de los mismos con la diversidad: **Un 94% de las personas LGBT encuestadas afirmó que dejaría de comprar productos o marcas que transmitieran valores y mensajes negativos con respecto al colectivo LGBT**, frente a un 42% que afirmó que, a la hora de elegir determinados productos y servicios

tendría en cuenta que fueran LGBT-friendly. Dicho de otra forma, el que una marca, producto o servicio sea LGBT-friendly es condición para ser elegida por el 42% de las personas LGBT, pero ser una marca, producto o servicio LGBT-fóbico lleva claramente a ser desestimada en la intención de compra. Además, los productos LGBT-friendly son recomendados por un 83% de las personas LGBT, aunque esta recomendación afecta a la decisión final de compra solo al 41% de ellas.

COMPORTAMIENTO AL CONSUMIR PRODUCTOS Y SERVICIOS

41%

A la hora de elegir determinados productos y servicios me gusta que otras personas LGBT me los recomienden



41%

Cuando elijo determinados productos y servicios LGBT busco habitualmente recomendaciones de otras personas LGBT



42%

A la hora de elegir determinados productos y servicios, tengo en cuenta que estén comprometidos con el colectivo LGBT



83%

Recomendaría un producto o marca que transmitiera valores y mensajes positivos con respecto al colectivo LGBT



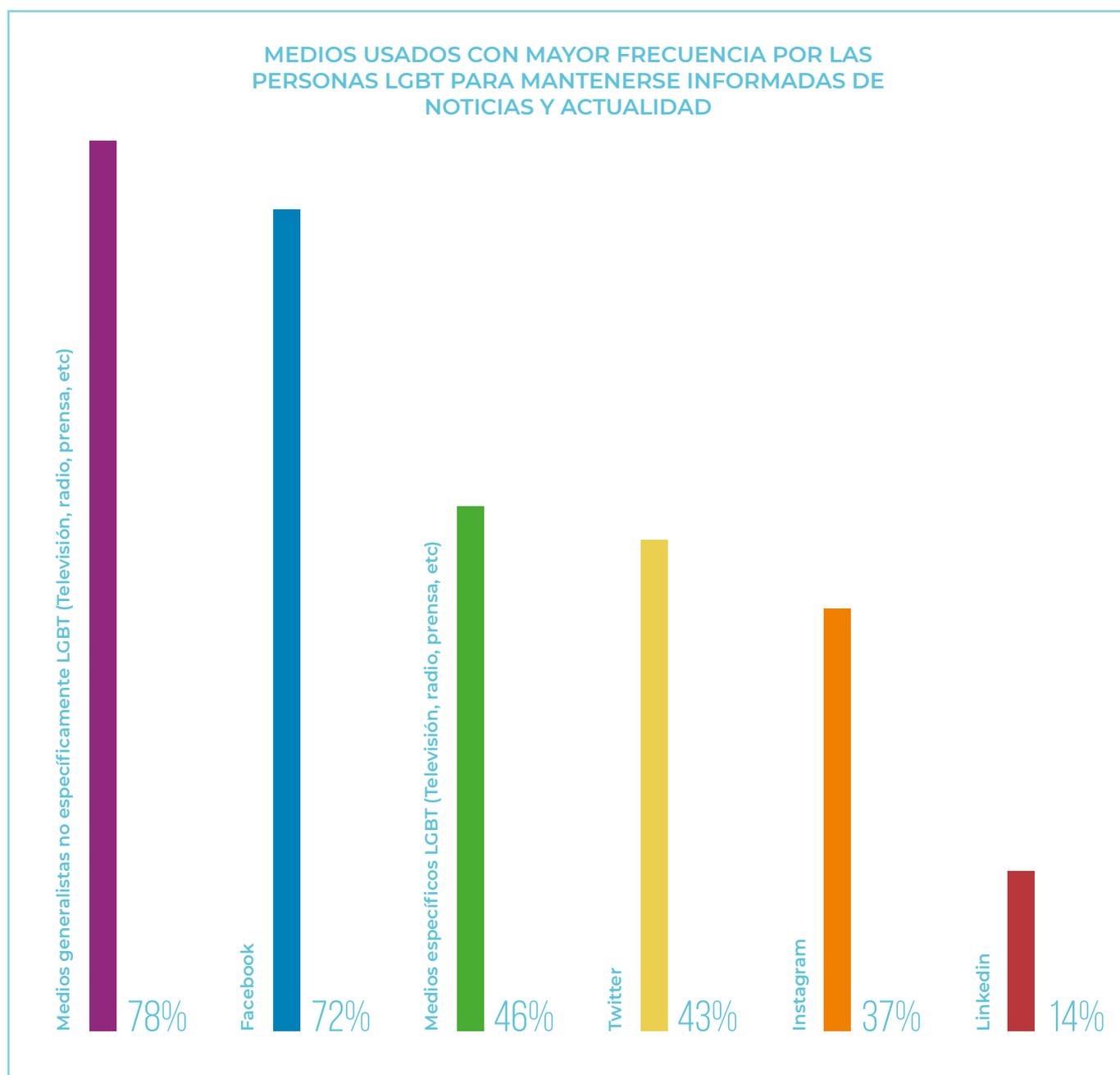
94%

Dejaría de comprar un producto o marca que transmitiera valores y mensajes negativos con respecto al colectivo LGBT



Consumo de medios de las personas LGBT

Hemos hablado de la recomendación de productos y servicios entre las personas LGBT. Veamos ahora que canales de información prefiere este colectivo: A la hora de informarse sobre la actualidad y noticias, las personas LGBT parecen preferir los medios generalistas y redes sociales (especialmente Facebook), seguidos de medios específicamente LGBT. Sin embargo, en el momento del estudio ya se observaba una tendencia a informarse sobre la actualidad por medio de webs y artículos LGBT en internet, con mayor frecuencia que cualquiera de los otros medios.

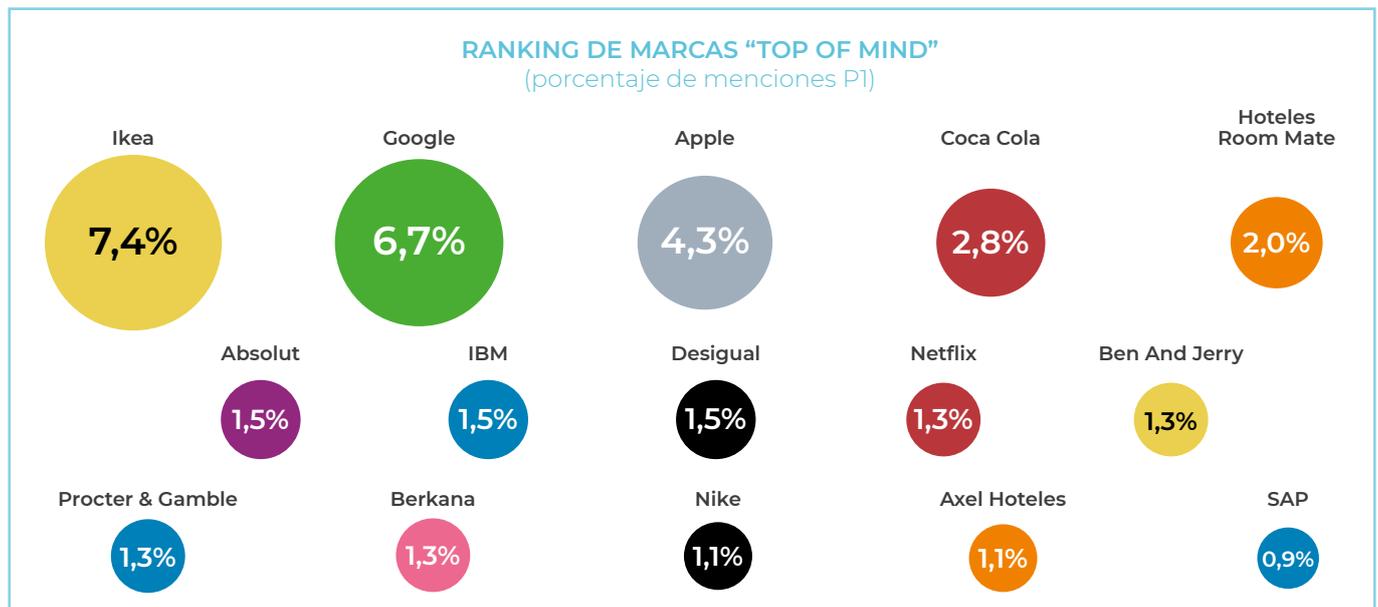


Ranking de marcas y empresas LGBT friendly en España

Terminaremos nuestro análisis explorando cuáles son las marcas LGBT-friendly, haciendo un ranking de las más reconocidas por las personas LGBT encuestadas en nuestro país.

En el primer gráfico se muestra el resultado de preguntar por la primera marca, producto o empresa LGBT-friendly que les viniera espontáneamente a la cabeza a las personas

encuestadas (marcas 'top of mind'). En la tabla que sigue al gráfico se muestra el ranking total de menciones. Hay que tener en cuenta que los porcentajes son muy pequeños dado el gran abanico de opciones posibles, puesto que las respuestas no fueron sugeridas sino espontáneas (lo que da aún más valor a las marcas que fueron elegidas en un mayor número ocasiones).



RANKING DE MARCAS TOTAL (porcentaje de menciones P1+P2)

1	Ikea	13,5%	6	Absolut	3,2%	11	Facebook	2,4%
2	Google	11,5%	7	Hoteles Room Mate	2,9%	12	Netflix	2,2%
3	Apple	9,0%	8	Nike	2,6%	13	Procter & Gamble	2,0%
4	Coca Cola	7,8%	9	Vips	2,6%	14	Levi's	2,0%
5	IBM	4,9%	10	Ben And Jerry	2,4%	15	Adidas	1,9%

P1: Por favor, díganos un ejemplo de empresa o marca que considere claramente "LGBT-friendly"

P2: ¿Se le ocurren otros ejemplos de empresas o marcas que considere "LGBT-friendly"?

Las personas LGBT premian a empresas diversas e innovadoras que visibilizan su compromiso

En las posiciones más altas del ranking se encuentran empresas que son reconocidas por:

- ▶ **Su diversidad e innovación** (Ikea, Google, Apple)
- ▶ **Sus campañas de marketing inclusivo o de celebración del Orgullo** (Coca Cola, Absolut, Desigual, etc.)
- ▶ **Estar orientadas específicamente hacia el target LGBT** (Hoteles Room Mate, Berkana, Axel hoteles, etc.)
- ▶ **Ser referentes como empleadores en su gestión de la diversidad** (IBM, Procter & Gamble, SAP).

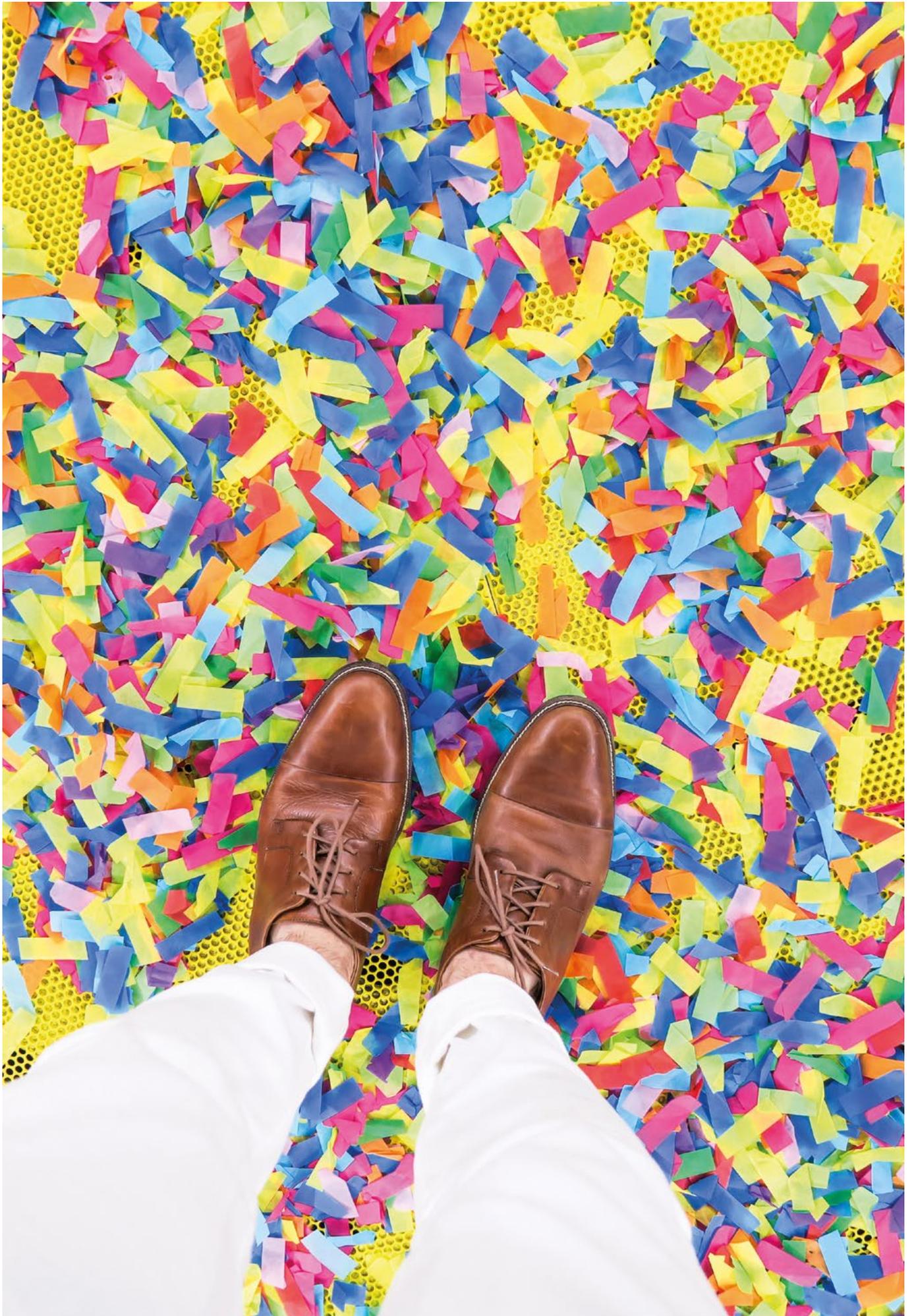


Foto por Joshua Coleman en Unsplash.

BIBLIOGRAFÍA

Barreto, Manuela. **"Hiding true self harms career and sense of belonging"**. Universidad de Exeter, UK. 2017

BCG- the Boston Consulting Group. **Estudio internacional sobre la situación del colectivo de lesbianas, gays, bisexuales, transgénero y otros (LGTB+) en el ámbito laboral en 12 países**. Publicado en la revista RRHH digital en Octubre de 2018

Brown E, John. **"The Glass Closet: Why Coming Out is Good Business"**. The Random House Group. 2014

Byrne R. S y Fone, Diane. **"Homophobia: A History"**. Publishing Company. 2000.

Capell, Ben. **"Una cuestión de confianza: la visibilidad LGTB en el lugar de trabajo"**. ESADE Business School, 2013

Cornwell, John, Ragins, Belle y Singh, Romila. **"Making the Invisible Visible: Fear and Disclosure of Sexual Orientation at Work"**. Journal of Applied Psychology. Vol 92, nº 4. 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"**. Personnel Review. Vol 29, nº 3. 2000.

Diversity y Gender & LGBT Lab. **"Mejores Prácticas en Gestión de la Diversidad LGBT- AEQUALIS 2017"**. 2018

European Commission. **Discrimination in UE 2015**. Special Eurobarometer 437. 28 países. Trabajo de campo: mayo/junio 2015.

FELGTB y COGAM, 2013: **Estudio sobre la discriminación por orientación sexual y/o identidad de género en España**. 2013

FRA-European Union Agency for Fundamental Rights. **EU LGBT Survey**. Encuesta online. Trabajo de campo en 14 países de Europa. 2012.

Harris Interactive and Witeck-Combs Communications. **"LGBT Adults Strongly Prefer Brands That Support Causes Important to Them and That Also Offer Equal Workplace Benefits"**. 2011

IMOP Insights-Instituto de la Mujer y para la igualdad de oportunidades. **"Las personas LGBT en el ámbito del empleo en España"**. Marzo 2017

Ipsos. **"Actitudes hacia las personas transgénero"**. Estudio internacional. 2018

Martín, Gabriel J. **"Quiérete mucho maricón. Manual de éxito psicoemocional para hombres homosexuales"**. Roca Editorial. Julio 2016

Nielsen. **"Consumo con Orgullo: conociendo más al consumidor LGTBI+"**. 2017

Out Now-Vodafone. **LGBT+ First Job Research**. July 2018

Toro, José. **"El Estado Actual de la Investigación Sobre la Discriminación Sexual"**. Terapia Psicológica. Universidad de Puerto Rico. Vol. 30, nº 2. 2012.



RED EMPRESARIAL POR LA
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN LGBTI

