



Contar con una persona de la comunidad puede ser el acceso a un gran mercado.
FOTO: SHUTTERSTOCK

RETAIL Y CONSULTORÍA, LAS MÁS INCLUYENTES

Falta fomentar inclusión LGBT en las empresas

Sólo 29% de las empresas busca retener talento de la comunidad

Elizabeth López Argueta
EL EMPRESARIO

EN AÑOS anteriores, una persona que decía ser parte de la comunidad LGBT (lésbico, gay, bisexual y transexual) era estigmatizada, discriminada y hasta castigada, no sólo en su familia, sino también en el ámbito social y laboral, donde a pesar de tener la preparación adecuada, no encontraba empleo o era despedido.

Con el paso del tiempo, esto ha ido cediendo, pero aún faltan esfuerzos por hacer, ya que en algunas empresas continúa la discriminación o aún no es suficiente el esfuerzo de inclusión que realizan.

De acuerdo con el informe Out to Succeed: Cómo aprovechar al máximo el talento LGBT+, elaborado por PwC y Out Leadership, 39% de personas de la comunidad considera que los empleadores no desarrollan estrategias para impulsar su inclusión, lo que genera la pérdida de oportunidades de crecimiento del sector, además que 35% afirma que sólo lo hace para obtener ventajas comerciales. La realidad es que sólo 29% de las empresas tiene programas para retener talento de la comunidad, y únicamente 12% de los empleados sabe de estas estrategias.

“Para muchos empleados LGBT, algunas organizaciones todavía están cerradas. Esto no sólo afecta a los procesos de reclutamiento y retención del talento, sino también a las carreras profesionales de los miembros de este colectivo. Necesitamos crear entornos inclusivos donde el talento LGBT se sienta seguro, libre de ser su verdadero yo y

participe plenamente en el lugar de trabajo”, explica en el informe Bob Moritz, presidente global de PwC.

Entre las empresas que menos da la bienvenida a la comunidad están la de energía, ingeniería y construcción, defensa, servicios públicos, minería y manufactura industrial. Por otra parte, las más abiertas son de retail, comunicaciones, consultoría, servicios profesionales, entretenimiento y medios, productos farmacéuticos, ciencias, hospitalidad, ocio y cuidado de la salud.

A pesar de ello, 85% de los colaboradores se sienten cómodos declarando su sexualidad en el trabajo, 74% dice que ha tenido un impacto positivo en su carrera y 61% piensa que eso les ha permitido tener mayor habilidad en los negocios y comunicación con sus clientes.

SÍ A LA INCLUSIÓN

Otro dato que la encuesta reveló es que 83% de los empleados LGBT afirma que apoyar a esa comunidad ha posicionado mejor a su organización en el mercado, porque es reconocida como inclusiva. El problema es cuando la empresa abusa de esto.

Asimismo, 67% cree que fomentar la inclusión otorga a su organización una mejor comprensión de los deseos y necesidades de los clientes al hacer coincidir mejor su apuesta por la diversidad y experiencias de vida. En tanto, 89% considera que ha obtenido mejor comprensión de las demandas de los clientes.

“El juego ha cambiado, pero muchas organizaciones todavía se están perdiendo oportunidades significativas para impulsar el negocio a través de la inclusión”, indicó Todd Sears, fundador y director de Out Leadership.

LOS BENEFICIOS

Contratar a una persona de la comunidad no sólo es un compromiso social, sino que también puede ser el acceso a un gran mercado, ya que los consumidores LGBT se identifican como aliados de la empresa y por consiguiente aumentan las ventas y popularidad. En promedio, 78% de las personas, sus amigos, familia y parientes que podrían optar por marcas reconocidas como inclusivas.

Además este tipo de empresas incluyentes atraen más talento porque más de 80% considera las políticas de diversidad e inclusión para decidir dónde trabajar. Lamentablemente, 43% de los empleadores no lo considera un factor determinante para atraer talento.

También puede obtenerse un crecimiento económico porque varios inversores ya han creado carteras para invertir en compañías LGBT amigables. El Índice de Igualdad en el Lugar de Trabajo, que mide el rendimiento de las acciones de las empresas que respaldan la equidad y la igualdad para los empleados de esta comunidad, superó el rendimiento del Índice S&P 500 en los 10 años hasta el 2016.

35%

de los empleados de la comunidad LGBT considera que su empresa tiene programas de inclusión sólo por interés comercial