



POR ÁNGEL ALCÁNTARA
@AAngelAlca

Empresas como Google, IBM, Scotiabank y Uber han hecho esfuerzos para incluir a la comunidad del LGBTIQ (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transgénero, Intersexuales y Queer, por sus siglas en inglés) a su fuerza laboral, diseñando divisiones específicas en las que se promueve su identidad dentro del ambiente laboral.

Tan sólo en México se estima que la Población Económicamente Activa (PEA) que se encuentra 'fuera del closet' puede representar un ahorro de hasta 8 mil 771 millones de pesos para las empresas, y una pérdida igual para las compañías en donde sus trabajadores aún no salen, según el

reporte de la consultora especializada Out Now Global.

Esta cifra equivale a casi seis veces más lo invertido en la construcción y desarrollo del Metrobús de la Línea 7 en la Ciudad de México (CDMX), que corre por Avenida Paseo de la Reforma y que cobijará a la XL Marcha del Orgullo LGBTTTI de la CDMX este fin de semana.

Los ahorros consisten en el aumento de la productividad de sus trabajadores, en costos de recursos humanos, en una menor rotación de los empleados, además de dar una imagen incluyente de la firma hacia sus potenciales clientes y a otras empresas.

De acuerdo con la consultora, en el país existen 5.8 personas que se identifican con la comunidad LBGTIQ, cifras que representa el 4.8 por ciento de la población nacional.

En el marco del mes de los derechos de la comunidad LGBTIQ algunas firmas se esfuerzan en generar campañas para promover una imagen más incluyente, pero, ¿cuántas en realidad ofrecen un ambiente laboral que respeta los derechos de esta población?

#Orgullo2018

**EMPRESAS
AMIGAS
PARA L**

Para Patricio González, gerente de marca de Uber México, la experiencia de trabajar en una empresa que promueve la diversidad, además de respetarla es grande y hace una diferencia.

“Como comentario personal te puedo decir que las personas que formamos parte de UberPride, tenemos una gran satisfacción en el ámbito laboral, además de que nos hace querer dar más a la empresa. Llevo tres años dentro de la firma y te puedo decir que es muy importante ser tú mismo en el trabajo”, comenta el también líder de la red de empleados UberPride de Latinoamérica.

En tanto, Miguel Lozano quien se desempeña como director general adjunto de recursos humanos de Scotiabank, añade que hasta el momento la institución bancaria cuenta con 900 miembros que forman la red Scotiabank Pride.

“Un tema clave para promover el respeto a esta pluralidad de identidades es que nuestros empleados entiendan que son responsables de crear un entorno donde todos se sientan involucrados, valorados, vinculados y libres de ser ellos mismos”, dice el directivo.

Del total de la comunidad en México, sólo el 27 por ciento puede expresar libremente su orientación sexual dentro del ámbito laboral, refiere el estudio de Out Now Global.

Tecnológicas, las que más salen del closet

Las firmas de tecnología parecen estar más adelantadas en términos de inclusión laboral hacia este segmento de la población, ya que participan de forma activa en eventos y asociaciones internacionales en pro de los derechos de la comunidad.

“Las tecnológicas vamos a un paso más acelerado que las dedicadas a otro giro, debido a que somos plataformas de reciente creación y con una mentalidad que se adapta al mundo actual. Sin embargo, hay algunas empresas como Pemex que está teniendo una actitud positiva hacia el tema”, dice González de Uber.

Entre otras medidas que toma la firma de viajes bajo demanda para el mes del Orgullo, son la participación en la Marcha, así como el reparto de manuales educativos sobre el tema LGBTIQ para sus socios conductores.

Además, la app pinta los colores del arcoíris para marcar la ruta de los viajes de los usuarios.

Otras corporaciones como IBM y Google, además de reconocer a sus colaboradores con preferencias distintas, cuentan con departamentos especializados al tema.

La primera tiene una división enfocada a esta población, de nombre diversity engagement partner encabezada por Isabel Romo, además de ser una de las primeras compañías en incorporar baños unisex en el país.

Mayor ahorro

Empresas con políticas internas incluyentes logran ahorros en términos de menor rotación de personal y mayor productividad en el trabajo



8 mil 771 millones de pesos
Ahorro nacional



Empresas con 10 mil empleados
Ahorro de 19 mil a 145 mil dólares



50 mil empleados
95 mil a 711 mil dólares



100 mil trabajadores
191 mil a 1.4 millones de dólares



250 mil colaboradores
477 mil a 3.6 millones de dólares

FUENTE: OUT NOW GLOBAL

Un largo camino por recorrer

A diferencia de las firmas extranjeras, las mexicanas son más reacias a contar con programas o apoyar abiertamente la diversidad sexual.

César Casas, presidente de la Federación Mexicana de Empresarios LGBT, comenta que, a pesar de la buena recepción por parte de algunas empresas, uno de sus principales retos es entrar a aquellas de origen nacional.

“Las compañías mexicanas son las que hemos visto que no quieren entrar a los programas que ofrece la federación, ya que ven la posibilidad de que su marca se asocie a la comunidad, lo que haría bajar sus ventas”, explica Casas.

La FME LGBT trabaja por el empoderamiento económico de la comunidad, a través de la vinculación de proveedores LGBT, corporativos multinacionales, entidades de gobierno y organizaciones de la sociedad civil para genera oportunidades de negocio.

“Una de nuestras principales funciones es impartir pláticas de asesoramiento a las empresas que nos lo pidan para crear más conciencia en la importancia de la inclusión de esta comunidad al entorno laboral.

Pero, el camino aún es largo para que las personas puedan ser libres en su forma de ser sus trabajos.

Datos del Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México (Copred), la segunda causa más común de discriminación son las preferencias sexuales del individuo, sólo superada por un



César Casas, presidente de la Federación Mexicana de Empresarios LGBT.

bajo nivel educativo.

Mientras que el 85.4 por ciento de los encuestados afirmó que sí existe discriminación para las personas con una preferencia u orientación sexual distinta a la heterosexual.

Miguel Lozano, director adjunto de Recursos Humanos de Scotiabank, reconoce que hay un largo camino por recorrer, pero cuenta con un plan para unificar a todas las instituciones bancarias en favor a la inclusión y la diversidad.

“Hay áreas de oportunidad para promover la cultura de la inclusión, así como el impulso a la educación de las personas para erradicar estereotipos y prejuicios. Hemos abierto capítulos en dos ciudades fuera de CDMX (Monterrey y Guadalajara), y el reto es compartirlo con las demás bancos para que podamos permear esta cultura a nivel gremial”.

Las empresas que cuentan con una política de inclusión y de respeto hacia sus colaboradores LGBTIQ pueden alcanzar importantes ahorros

AS MÁS
ABLES
GBTIQ