



Comunicado de Prensa

Fecha	08 Mayo 2018
Contacto	Patricia García Franco 5263 6000 Ext. 5673 patricia.garcia.franco@pwc.com
Páginas	4

El apoyo de los empleadores para el talento LGBT+ se está quedando corto

- La mayoría de los encuestados aseguran que “salir del clóset” ha tenido un impacto positivo en su carrera
- Sólo un 29% de los empleadores tiene programas de retención de talento específicos para este colectivo
- Incluso menos del 12% de los empleados LGBT+ saben que existen tales programas dentro de su organización

Ciudad de México, 08 mayo 2018 – Mientras que la mayoría de los colaboradores de alto rendimiento del colectivo LGBT+ (85%) se siente cómodo “saliendo del clóset” en el trabajo – signo de que se ha logrado un progreso tremendo en poco tiempo-, la mayoría de los empleadores todavía no desarrollan iniciativas para apoyarlos. Por tanto, podrían estar perdiéndose oportunidades de crecimiento empresarial para impulsar la inclusión de este colectivo.

Según un nuevo reporte de PwC y Out Leadership, existe una brecha entre lo que los empleados LGBT+ de alto potencial quieren de su carrera y lo que los empleadores ofrecen. El informe *Out to Succeed: Cómo aprovechar al máximo el talento LGBT+*, se basa en una encuesta internacional a 231 empleados LGBT+ de alto potencial y 28 líderes corporativos de organizaciones miembros de Out Leadership.

Casi tres cuartas partes de este colectivo (74%) cree que “salir del clóset” ha tenido un impacto positivo en su carrera, tanto en oportunidades como en desarrollo, y el 61% piensa que también ha favorecido su habilidad en los negocios y su compromiso con los clientes.

A pesar de esto, existe un porcentaje significativo (39%) que piensa que sus organizaciones no están haciendo lo suficiente para promover la diversidad en el lugar de trabajo. Además, un 35% opina que su empresa aprovecha la inclusión LGBT+ para obtener ventajas comerciales.

Bob Moritz, Presidente Global de PwC, afirma:

“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 talento LGBT+ se sienta seguro, libre de ser su verdadero yo y participe plenamente en el lugar de trabajo. Como buenos líderes, debemos dar ejemplo e inspirar a otros para que hagan lo mismo. Ser un activo defensor y aliado de la igualdad y la inclusión es un punto claro. Los líderes no pueden ignorar estos asuntos, debemos actuar y defender en apoyar a nuestros colegas LGBT+.”



La progresión de la carrera y la reputación importan

Todos los empleados LGBT+ aseguraron que la progresión profesional es importante para ellos. Sin embargo, sólo el 29% de los empleadores han implantado programas enfocados específicamente en la retención del talento de este colectivo. Y sólo un 12% de los empleados encuestados saben que existen tales programas dentro de su organización. Además, aunque casi el 60% de los empleadores dicen que toman medidas para crear oportunidades para que los colaboradores LGBT+ puedan optar a puestos de alta dirección, sólo el 43% de los encuestados cree que este es el caso. Para ayudar a los talentos LGBT+ a alcanzar su máximo potencial, las organizaciones deben implementar los programas correctos y comunicarlos ampliamente.

El déficit de apoyo para el talento LGBT+ se pone de manifiesto también en relación al escaso número de colaboradores que tienen mentores LGBT+ (28%), o patrocinadores LGBT+ (10%). Para las personas que tradicionalmente han estado poco representadas en la gestión o que pueden carecer de la confianza para seguir adelante, este tipo de apoyo activo es especialmente valioso para su progresión profesional.

Pero un enfoque en el desarrollo profesional por sí solo no es suficiente para ser un imán de atracción de talento LGBT+. Casi la totalidad de los colaboradores LGBT+ (99%) citaron que la reputación de una organización como un empleador justo e inclusivo es uno de los motivos con mayor peso al momento de decidir dónde trabajar. Sorprendentemente, el 43% de los empleadores no ve esto como un factor determinante en su capacidad para atraer talento de este colectivo.

Por qué la inclusión LGBT+ tiene sentido comercial

El caso de negocios para la inclusión LGBT+ suena alto y claro en la encuesta. El 83% de los empleados LGBT+ creen que tener un enfoque de apoyo abierto en LGBT+ ha mejorado el lugar de su organización en el mercado al ser reconocidos como un empleador inclusivo. Casi todos los empleadores (96%) están de acuerdo.

Casi dos tercios de los colaboradores (67%) cree que tener un enfoque de apoyo en LGBT+ ha dado 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. La mayoría de los empleadores (89%) cree que un enfoque inclusivo con la comunidad LGBT+ les ha permitido obtener una mejor comprensión de las demandas de los clientes.

Todd Sears, fundador y director de Out Leadership, afirma:

"'Out to Succeed' demuestra que la inversión que el negocio global ha realizado en el desarrollo de la próxima generación de talentos LGBT+ ya está dando sus frutos, y justifica que esta sea incluso mayor. Poco más del 60% de los colaboradores LGBT+ encuestados declara que asumir abiertamente su condición ha sido un activo en su favor, representando un enorme cambio radical con respecto a 'The Power of Out 2.0', el estudio que lanzamos con el *Center for Talent Innovation* hace solo 5 años. En ese momento, informamos que solo el 9% de las mujeres y el 17% de los hombres LGBT+ pensaban que su orientación era una ventaja. El juego ha cambiado, pero muchas organizaciones todavía se están perdiendo oportunidades significativas para impulsar el negocio a través de la inclusión.

Al centrarse activamente en la inclusión LGBT+, las organizaciones pueden obtener los siguientes beneficios:

- *Acceso a un gran mercado:* el poder de gasto global de los consumidores LGBT+ se estima en más de 5 billones de dólares al año. Aún más grande es lo que Out Leadership denomina *ally marketplace*, es decir, aquellos consumidores que se identifican como aliados de la comunidad LGBT+, que podría llegar a ser de 8 a 10 veces el tamaño del mercado LGBT+.



- *Brand influencer*: el 78% de las personas LGBT+, sus amigos, familia y parientes podrían optar por marcas reconocidas como inclusivas¹. Una vez más, los aliados son un componente importante y de gran influencia.
- *La equidad atrae talento*: Más del 80% de los *millennials* LGBT+ y aquellos no LGBT+ de esta generación (personas nacidas entre 1980 y 1995) afirman que las políticas de diversidad e inclusión son factores importantes a la hora de decidir dónde trabajar.²
- *Impulso para compartir el rendimiento*: varios inversores ya han creado carteras para invertir en compañías LGBT+ amigables, lo que demuestra que, en general, dichas compañías superan al mercado. 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 LGBT+, superó el rendimiento del Índice S&P 500 en los diez años hasta 2016.

Cinco formas de avanzar

El informe establece cinco áreas en las que las organizaciones deberían centrarse para apoyar la igualdad LGBT+:

1. Establecer el tono correcto desde los puestos directivos hacia abajo e involucrar a los CEOs
2. Crear caminos claros para la progresión de la carrera
3. Levantarse y abogar por la igualdad
4. Construir y empoderar a las redes aliadas
5. Crear comunicaciones inclusivas

Para más información, consulta el reporte aquí: www.pwc.com/talent

Notas para los editores

Acerca de la investigación

PwC y Out Leadership realizaron una encuesta global de 231 empleados LGBT+ de alto potencial y 28 líderes corporativos de organizaciones miembros de Out Leadership, durante el período de diciembre de 2017 a marzo de 2018. Los colaboradores son en su mayoría los que participan en OutNEXT. Entre los participantes también se incluyen ex alumnos de OutNEXT y empleados de alto potencial que se han trasladado de firmas miembro de Out Leadership a organizaciones que no son miembros. Todas las encuestas se realizaron en línea y de forma confidencial.

Acerca de Out Leadership

Out Leadership es la red global de negocios LGBT+ en la que confían los CEOs y las compañías multinacionales para generar Return on Equality®. Crea eventos ejecutivos globales y puntos de vista que ayudan a los líderes a darse cuenta del crecimiento económico y el dividendo de talentos derivados de negocios inclusivos, y convoca a innovadores aceleradores de talentos: OutNEXT, el primer programa de desarrollo de liderazgo global para la próxima generación de

¹ [Community Marketing & Insights](#)

² [The female millennial: A new era of talent](#), PwC



talentos LGBT+; Quorum, que busca promover la diversidad LGBT+ en el gobierno corporativo; y OutWOMEN, que convoca y celebra a las mujeres LGBT+ en los negocios.

Acerca de OutNEXT

Una iniciativa clave de Out Leadership, OutNEXT es el primer programa de desarrollo de talento global para la próxima generación de líderes empresariales LGBT+. Los líderes en desarrollo en el programa OutNEXT son empleados abiertamente LGBT+ (típicamente con entre cinco y ocho años de experiencia laboral), que son seleccionados por las compañías miembros de Out Leadership como de alto potencial y alto rendimiento, con un fuerte enfoque en la diversidad interseccional dentro de la cohorte.

Sobre PwC

En PwC México nuestro propósito es construir confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. En un entorno cada vez más retador e incierto en PwC México escuchamos todas las voces, trabajamos de forma incluyente, convencidos que la diversidad trae como resultado mejores soluciones. PwC México, haciendo juntos la diferencia. Visita: www.pwc.com/mx

© 2018 PwC. Todos los derechos reservados. PwC se refiere a la red de PwC y/o a una o más de sus firmas miembro, cada una de las cuales constituye una entidad legal independiente. Para obtener más información, favor de ir a: www.pwc.com/structure.

En el espíritu de la [política global de Derechos Humanos de PwC](#) y de nuestro apoyo y participación con el [Pacto Mundial de las Naciones Unidas](#), la red PwC ha brindado su apoyo a las Normas de Conducta para Negocios de la Oficina de Derechos Humanos de la ONU. Estos estándares apoyan a la comunidad empresarial en la lucha contra la discriminación contra personas LGBT+. Los estándares, producidos en colaboración con el Instituto para los Derechos Humanos y las Empresas, se basan en los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos y reflejan las aportaciones de cientos de empresas de diversos sectores.

PwC también se enorgullece de tener redes de empleados LGBT+ establecidas en 15 firmas miembro de PwC: Australia, Austria, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Hong Kong, Irlanda, Japón, Países Bajos, Sudáfrica, Suiza, Reino Unido, EE. UU. Y Vietnam. Con Austria, Brasil y Francia lanzando sus redes este año, la mayoría de estas redes operan bajo el manto de GLEE (Gay, Lesbiana y Todos los demás) con un enfoque en incluir a todos los talentos, incluidos los aliados. Puede obtener más información sobre el enfoque de la red PwC hacia LGBT+ en nuestra [2017 Global Annual Review](#).