

Document elaborat per:

Driversity



Dissenyat per:

Laia Ventayol

Amb la col·laboració de:



Generalitat de Catalunya



Diputació Barcelona



Ajuntament de Barcelona



Agraïments:



Lesworking
LESBIAN NETWORKING

aegopal
comercio, ocio,
turismo y cultura gayfriendly

ACEGAL
Associació Catalana d'Empreses LGTBI



aet
Transexualia
Asociación Española de Transexuales

mujeres & Cia.

MIRALES 100 AN JUNI

ÍNDIX

Introducció	05
01 - Adidas, D&I, el futur de l'esport	09
02 - Axa, puc ser jo	10
03 - BBVA, <i>Be yourself</i>	11
04 - CEOE, el poder del referent	12
05 - Coca Cola, un pla estratègic	13
06 - Correos, un boicot ben gestionat	15
07 - Desigual, no és el mateix	16
08 - El Corte Inglés, <i>#YoTrabajoPositivo</i>	17
09 - El País, carta al meu altre jo	18
10 - Estrella Damm i el lideratge de les dones a l'esport	19
11 - Globalia Air Europa, la gent gran LGBTQ+ també existeix	20
12 - IBM, el poder dels aliats	21
13 - Idealista, tots som família	22
14 - Ikea, <i>Storstomma</i>	24
15 - Inditex, la coherència com a estratègia	25
16 - Legal Army, al capdavant de la innovació	26
17 - Levi's, la família que escull	27
18 - Mastercard, <i>true name</i>	28
19.- Mediapro, em dic Violeta	29
20 - Oracle, tots els dies de l'any	30
21 - P&G, ocupabilitat trans	31
22 - Paypal, " <i>La hormiga diferente</i> "	32
23 - Repsol, mesurar per avançar	33
24 - Salesforce, valor compartit	34
25 - Taxi de Madrid, l'orgull d'anar en taxi	35
26 - Telefónica, som diversos	36
27 - Universidad Complutense, dades extrapolables	37
28 - UPV, cada empresa amb el seu estil propi	39
29 - Uría y Menéndez, liderant el canvi	40
30 - Veranda TV, <i>sapere aude</i>	41
31 - Vodafone, moments de la veritat	42
Resum millores pràctiques en edicions anteriors	45
Bibliografia i lectures recomanades	49

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

3

AEQUALIS 5ª EDICIÓ

Millors pràctiques en la gestió de la diversitat LGBTI

Aequalis 5ª Edición

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

4



INTRODUCCIÓ

En aquesta cinquena publicació de l'informe **AEQUALIS**, millors pràctiques en la gestió de la diversitat LGBT+ a les empreses i institucions, m'agradaria subratllar la importància de la formació i la sensibilització en diversitat LGBT+ a tots els centres de treball, ja siguin de l'administració o de petites, mitjanes o grans empreses.

No oblidem que les lleis també protegeixen els drets de les persones LGBT+ en l'àmbit laboral, com l'article 35 de la Llei 11/2014 de la Generalitat de Catalunya per garantir els drets LGBTI i per eradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia.

Un aclariment sobre el terme D&I: un entorn laboral on es troben presents molts gèneres, ètnies i orientacions i identitats sexuals diferents, però en el qual tan sols les perspectives de certs grups són valorades o gaudeixen de certa autoritat o influència, pot ser divers però no inclusiu.

Inclusiu vol dir que totes les persones hi són benvingudes; un lloc de treball inclusiu no tan sols presenta una diversitat de persones, sinó una diversitat de persones involucrades, desenvolupades, empoderades i que gaudeixen de la confiança de l'empresa.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

5

Més enllà dels avantatges i beneficis que representa per a una empresa aplicar el D&I, i que hem desenvolupat en cada informe **AEQUALIS**, m'agradaria citar a Zeid Ra'ad Al Hussein, Alt Comissionat de les Nacions Unides per als Drets Humans: "Per avançar més ràpidament a tot el món vers la igualtat de les persones lesbianes, gais, bisexuals, trans i intersexuals, les empreses no tan sols hauran de complir les seves responsabilitats en matèria de drets humans sinó que hauran de ser agents de canvi".

Aequalis **5^a Edició**

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI



6

Maria Giralt
Directora General
Gender & LGBT Lab





Dra. Margarita Alonso
Directora Acadèmica d'Aequalis

Al cinquè aniversari d'**AEQUALIS**, millors pràctiques en la gestió de la diversitat LGBTI, hem canviat el format habitual perquè siguin les empreses mateixes les qui expliquin com treballen la diversitat LGBT+ i quina és la pràctica que apliquen en les seves organitzacions i que consideren més rellevant. Per evitar coincidències no hem destacat en tots els casos la més eficaç o la més important sinó que hem provat de construir un catàleg molt variat de pràctiques que aportin visió i idees a les organitzacions que ara s'inicien o es troben en procés d'aplicar polítiques de diversitat en l'àmbit social.

Felicitem a totes les que hi han participat i també a les moltes que no apareixen en aquest informe però que aporten el seu granet de sorra a l'hora de construir un teixit empresarial que tingui en compte que la diversitat és un benefici en tots els aspectes.

Tanmateix, malgrat l'optimisme per l'augment del nombre d'empreses que ja apliquen polítiques de diversitat LGBTI+, no podem caure en la complaença. Volem subratllar dos fets que considerem importants i que suposen un toc d'alerta.

Tot i que tenim la falsa impressió que els drets de les persones LGBTI+, dins l'entorn laboral, estan més ben protegides als Estats Units que a casa nostra, de fet no és ben bé així. Augmenta el nombre d'informes que certifiquen que el pinkwashing és a l'ordre del dia.

Els discursos que són grandiloqüents, l'afiliació i la vinculació a xarxes i associacions, a més de la signatura de documents de grans organismes, són accions positives, però insuficients de cara a assolir la inclusió efectiva dins l'organització.

Construir una marca inclusiva basada tan sols en gestos, però no en un canvi efectiu, pot ser contraproductiu, ja que aquestes empreses s'exposen a ser desemmascarades.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

7

A **AEQUALIS** aquesta visió de la inclusió l'anomenem “Laundromat”, una bugaderia en què les empreses que no tenen un interès genuí per canviar les dinàmiques que impedeixen la inclusió de tots els grups per igual, renten la seva imatge amb accions de maquillatge que els permeten projectar-se com a organitzacions inclusives.

Cada cop són més les empreses que treballen el D&I i d'altres que, empeses pel “me too”, es veuen obligades a dur a terme alguna acció per no quedar-se enrere. Quan contactem amb aquestes entitats i els demanem que ens expliquin les seves bones pràctiques ens diuen: “Ja hem signat el document de normes de conducta de tal organisme i ens hem afiliat a tal organització”. Però no ho oblidem, qualsevol iniciativa és bona i és millor que no fer res, sí, però gestionar la diversitat LGBT+ a les empreses no és tan sols signar un paper. No és això.

D'altra banda, l'avenç es fa palès amb l'increment de les accions de boicot, ja que, si bé cada cop hi ha un entorn més favorable a la diversitat, els sectors que no ho són radicalitzen amb més força la seva postura. Mentre el CIS del 2004 revelava que el 66,2% dels enquestats estava a favor que les persones homosexuals tinguessin els mateixos drets, aquest any Espanya ha deixat d'estar entre els 10 països més respectuosos amb el col·lectiu LGBT+ segons l'informe ILGA. Veurem en aquest informe algun cas de boicot. Per sort les empreses que fan els deures cada cop estan més preparades per neutralitzar-los.

Aequalis **5^a Edició**

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

1. ADIDAS, D&I, EL FUTUR DE L'ESPORT

Algunes grans marques esportives tenen molt pes global, i precisament aquest caràcter els imposa una certa responsabilitat per fer que els valors de la seva empresa i la seva cultura penetrin arreu per igual. Adidas considera que el D&I és crucial a l'hora de dibuixar el futur de l'esport.

Essent com és una gran multinacional, les activitats externes venen marcades des de fora i la principal és la col·lecció Pride, que un cop l'any celebra l'Orgull, i els beneficis de la qual es reparteixen solidàriament entre les associacions que lluiten per la igualtat de drets de les persones LGBT, especialment els joves LGBT+ sense llar.

Les activitats internes es gestionen localment i se centren en tasques d'educació i conscienciació i en construir connexions.



Adidas.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

2. AXA, PUC SER JO

L'asseguradora Axa es troba entre les 10 empreses amb millors polítiques d'inclusió per a persones LGTBI a Espanya.

L'autenticitat és el fil conductor del vídeo que Axa va preparar per a l'Orgull del 2019. La frase "A Axa puc ser jo" la repeteix un pare orgullós, una persona amb discapacitat, un gai, una lesbiana i també la reivindica Olga Sánchez, la primera CEO d'Espanya al capdavant d'una gran asseguradora.

Amb el seu testimoni personal acredita que si t'ho proposes, en aquesta empresa de llarga tradició de D&I pots arribar on tu vulguis, siguis qui siguis. La inclusió ha de formar part dels valors i traslladar-se a una estratègia real, acompanyada de diagnòstics i accions que permetin un ambient respectuós amb la inclusió.

És imprescindible que els comitès de direcció i els consells d'administració s'impliquin en el D&I de les empreses. El primer pas és acceptar la necessitat de dur a terme una feina prèvia de formació i sensibilització. S'ha avançat força a l'hora de vincular les dades d'una gestió adequada de la diversitat amb la millora dels resultats i aquestes són dades que cal conèixer. La diversitat i la inclusió donen resultats que afecten positivament les xifres del negoci.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

10



Olga Sánchez, CEO d'AXA a la campanya "Puc ser jo".

3. BBVA, BE YOURSELF

Tan sols la campanya que es va dur a terme pel canvi de marca del banc ha superat la repercussió en xarxes que ha tingut el vídeo Be Yourself, en què un grup d'empleats i empleades LGBT+ celebraven i explicaven què significa per a ells que La Vela, el buc insígnia de l'entitat financera a Madrid, s'encengui amb els colors de l'Arc de Sant Martí.

Seguint el fil conductor de "Sigues tu mateix" molts d'ells reconeixen que quan van decidir explicar-ho es van treure un pes de sobre. Però això tan sols és possible quan l'organització genera un entorn segur dins el qual sortir de l'armari no implica cap risc.

Be Yourself no és una plataforma exclusiva per fer visible la diversitat LGBT+, però va ser també molt rellevant i disruptiu, en un sector tradicional com és el de la banca, l'acte protagonitzat per Eva Díaz, una directiva transsexual que ha esdevingut un clar referent per a la comunitat LGBT+. Com comenta Eva Díaz: "La diversitat fomenta l'autenticitat dels empleats d'una empresa".

"Quan una organització com el BBVA fomenta la diversitat, no està fomentant únicament la visibilitat d'un col·lectiu específic, sinó l'autenticitat de les persones d'aquesta empresa". Una qualitat que, quan les persones som capaces de posar-la en pràctica, impulsa el talent que duem dins. "Les persones autèntiques i sense por passen de fer servir les seves capacitats d'un 50% al 100%".

"Quan ens mirem en massa som tots iguals, però quan ens mirem als ulls som tots diversos". Aquestes paraules de l'Eva Díaz resumeixen el testimoni d'una executiva que aposta per la diversitat com una palanca de canvi personal, però també professional.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

11



Eva Díaz durant la celebració de l'acte del BBVA "Challenge Yourself".

4. CEOE, EL PODER DEL REFERENT

Encara existeixen a Espanya nombroses empreses que, tot i haver-se compromès amb la igualtat de gènere i la inclusió de les persones amb discapacitat a la feina, rebutgen treballar la dimensió LGBT+.

En alguns casos l'argument és “no s'ha de parlar de sexe a la feina”. Ja hem explicat anteriorment que parlar d'inclusió LGBT+ no és parlar de sexe, és parlar de la identitat de la persona, dels seus afectes i de les seves famílies. Tots aquests són aspectes inalienables de l'ésser humà i dels quals en deriven nombrosos drets laborals.

En altres casos, afirmen: “És que no cal treballar-ho perquè a la nostra empresa no hi ha persones d'aquest col·lectiu”, o, de manera més simplista: “No cal provocar tant d'enrenou per cobrir les necessitats d'una població en proporció tan petita”.

En un acte formal a la seu mateixa de la Confederació Espanyola d'Organitzacions Empresarials, es va presentar el document “Normes de Conducta per a les empreses de cara a afrontar la discriminació contra les persones lesbianes, gais, bisexuals, trans i intersexuals”, redactat per l'Oficina de les Nacions Unides de Drets Humans en col·laboració amb l'entitat Institute for Human Rights and Business.

Per a moltes organitzacions adherir-se a aquestes Normes de Conducta és un brindis al sol perquè no van acompanyades de cap altra mesura. Tanmateix, la CEOE les acull amb el compromís de fer-les transversals dins el teixit empresarial del país, i tal com expressa Val Díez, presidenta de la Comissió d'Igualtat i Diversitat de la CEOE: “La justícia i l'ètica empresarials han de ser-ne el fonament per aconseguir que la diversitat esdevingui un actiu enriquidor per a l'empresa”.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

12



Normes de conducta per a les empreses de cara a afrontar la discriminació. CEOE.

5. COCA-COLA, UN PLA ESTRATÈGIC

A Coca-Cola, el D&I és un conductor estratègic. Parteixen de la premissa que per poder servir millor al client, l'empresa ha de ser un reflex fidel de la diversitat de la societat, del consumidor. Ja el 2018 van posar en marxa un pla estratègic i transversal, que inclou un quadre de comandament amb indicadors mesurables per a cada una de les cinc dimensions que treballen, i entre elles l'LGBT+. Van impulsar la creació de xarxes per a cada un d'ells, i, coordinats per Aliados Diversity, més de seixanta empleats, empleades, directives i voluntaris que empenyen aquesta iniciativa, van començar a rebre formació sobre biaixos inconscients.

Al llarg d'aquestes 5 edicions d'AEQUALIS hem insistit sempre que el compromís del D&I a les empreses es tradueix en una disciplina de gestió. Per descomptat que qualsevol iniciativa és vàlida, i millor que res. Però la millor manera d'avançar vers la igualtat és fer-ho d'una manera estratègica i ordenada. El canvi cultural d'introduir la diversitat en l'estratègia de l'empresa de manera efectiva comença amb una reflexió sobre on som i marcant un objectiu temporal d'on volem ser, i a partir d'aquí començar a treballar.



Logotip Coca-Cola European Partners..

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

13

Alguns experts com Kotter, amb una àmplia experiència a l'hora d'implementar el canvi cultural a les organitzacions, recomanen seguir una metodologia ordenada que permet ser més eficaç a través dels següents passos:

- Crear sentit d'urgència a través d'una feina de diagnòstic intern i d'índex de referència extern.
- Formar una coalició. Cal que sigui transversal i reporti al màxim òrgan de gestió. D&I no implica tan sols la gestió del talent, també és comunicació, gestió de proveïdors, clients, etc.
- Crear visió per al canvi, fixar objectius i dissenyar un pla d'acció.
- Comunicar la visió. Per començar a treballar cal involucrar tota l'organització.
- Eliminar els obstacles. És recomanable identificar les barreres principals i treballar-hi.
- Assegurar-se triomfs a curt termini. Una bona tàctica és pivotar sobre els primers èxits, i a partir d'aquí crear una bola de neu.
- Construir sobre el canvi. La inclusió no és un èxit, és una actitud.
- Ancorar el canvi en la cultura de l'empresa. Crear un cronograma, i un quadre de comandament amb els indicadors principals a mesurar, permetrà avaluar, modificar el rumb si calgués o seguir treballant sobre els èxits per continuar avançant.

Aequalis 5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

El moviment es demostra caminant, però quan a més a més dus brúixola t'assegures d'arribar a bon port, i el més ràpidament possible. A Coca-Cola s'ho han pres seriosament i el seu pla, més que no pas una brúixola, és un GPS.

14



Imatge Coca-Cola LGBTI.

6. CORREOS, UN BOICOT BEN GESTIONAT

La campanya de Correus, “No tan sols groc”, va consistir en el llançament d’un segell commemoratiu de reconeixement al passatge Begoña de Torremolinos, com un dels indrets pioners en la lluita per als drets de les persones LGTB. Es va filmar un vídeo en el qual el tradicional groc de les oficines, bústies i furgonetes de Correus es transformava en la bandera multicolor.

L’adhesió de Correus a la celebració de l’Orgull va ser criticada per molta gent com un malbaratament en moments difícils. Quan van començar les queixes a les xarxes, un equip multi-disciplinar de Correus va preparar un dossier en el qual no tan sols n’explicava el procés sinó que aportava dades econòmiques sobre el finançament de la campanya. En tan sols una setmana, els ingressos per vendes van duplicar les despeses que l’empresa va destinar als vinils col·locats en furgonetes i bústies, segons assegura Correus. La campanya va tenir un cost inferior als 15.000 euros.

Qualsevol moviment que faci una empresa és susceptible de girar-s’hi en contra. Un client enfadat, un competidor emmascarat en l’anonimat de les xarxes socials, o senzillament una persona a qui no agrada l’acció, és susceptible de criticar-la. La millor manera d’afrontar aquesta situació, sobre tot quan creix, es afrontar-la, explicar les motivacions que l’han inspirada i, en ser tractada d’una manera coherent i ben armada, en sintonia amb l’estratègia, l’amenaça de boicot es desactiva ràpidament. La polèmica es va desinflar quan Correus va aportar les dades econòmiques.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

15



Segell de correus en homenatge al Passatge Begoña Torremolinos.

8. EL CORTE INGLÉS, #YOTRABAJOPOSITIVO

El Corte Inglés ha estat una de les empreses que ha participat al Dia Mundial de la Sida dins la ruta de la campanya Treballant en Positiu, que impulsa la conscienciació amb la reivindicació “El lloc de treball no és una via de transmissió”, i lluita per acabar amb els prejudicis contra les persones VIH als entorns laborals i contribuir a la seva integració professional.

El Corte Inglés és pioner en la implicació amb el col·lectiu LGBT+ i aquest any culmina amb la participació al projecte ADIM. Si bé les empreses i universitats participants s’han vist beneficiades pel diagnòstic intern i la formació en la qual han participat empleats i cúpules de direcció, l’aportació és mútua. Les dades agregades de l’enquesta interna a tots els participants han sumat més de 50.000 enviaments. Aquest nivell de participació i la ràtio tan alta de respostes, un 16%, dona al projecte un caràcter estadístic que permet una extrapolació que és vital per conèixer la situació real de les persones LGBT a la feina.

El Corte Inglés patrocina actes com Mr. Gay, que en definitiva són plataformes per a la inclusió i la normalització, però a més a més contribueix al finançament del MADDO i als premis Diversa Global. En col·laboració amb la Federació Trabajando en Positivo impulsa la conscienciació del Dia Mundial de la Sida, que amb la reivindicació “El lloc de treball no es una via de transmissió” lluita per acabar amb els prejudicis contra les persones amb VIH als entorns laborals i contribuir a la seva integració professional.

Però si hi ha una àrea en la qual s’ha distingit de manera més excel·lent és en la promoció d’un turisme segur i amb garanties per al col·lectiu LGBT. Segons l’OMT (Organització Mundial del Turisme), el turisme és desenvolupament cultural, social i econòmic. I si bé les persones LGBT són el 10%, suposen el 15% de la despesa turística. Els homes gais són els que aporten el 85% d’aquesta ràtio. Ja que gaudeixen d’un nivell de renda disponible més elevat; més disposició a viatjar; resistència al cicle econòmic i a més, produeixen desestacionalització. Els productes més demandats són els festivals i els viatges individuals, seguits dels esdeveniments específics i els grups especials, però també estan els viatges corporatius i institucionals i els casaments, que a més de la celebració, inclouen el viatge de noces i la mobilització dels convidats.



**Aequalis
5ª Edició**

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

17

#YoTrabajoPositivo, la participació d’El Corte Inglés durant el Dia Mundial de la SIDA.

9. EL PAÍS, CARTA AL MEU ALTRE JO

El País va mobilitzar tots els seus recursos i contactes per fer el vídeo “Estimat jo, tot millora” arrel del concurs Cartes al meu jo adolescent llançat per It Gets Better Espanya, associació que treballa per eradicar l’assetjament escolar a través del lliurament de missatges d’esperança i inspiradors dirigits a joves i adolescents. Des de fa més d’una dècada s’ha estudiat com els joves del col·lectiu LGTBI són més proclius a patir assetjament.

Cartes al meu jo adolescent va ser una invitació a persones adultes del col·lectiu LGBT+ perquè enviessin un missatge amb allò que els hauria agradat sentir llavors. D’aquesta manera van sorgir tots els relats que, transformats en una única carta, i llegits pel periodista Boris Izaguirre, l’actriu Anabel Alonso, l’escriptor i periodista Màxim Huerta, l’empresària Silvia Matos, l’esportista Víctor Gutiérrez o l’empresari Kike Sarasola, entre d’altres, protagonitzen el vídeo que El País va publicar dins el marc de l’Orgull 2019.

Són dos els beneficis importants d’aquesta iniciativa: per una banda, el valor testimonial i d’acompanyament de professionals que han passat per les mateixes situacions que joves i adolescents LGBT+ pateixen quan no se senten integrats a casa o a l’escola. Però, a més a més, aquest vídeo ofereix una col·lecció de referents professionals. La figura del referent és vital per a les persones LGBT+ més joves. No podem oblidar que fins no fa gaire la diversitat sexual era invisibilitzada i marginada. Els joves necessiten models a seguir professionals, en tots els camps, que els estimulin a lluitar pels seus somnis professionals, sense haver de renunciar a res i podent aspirar a ser escriptor, empresari o ministre.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

18



Algunes cares LGTBI van col·laborar amb la iniciativa d'El País.

10. ESTRELLA DAMM, EL LIDERATGE DE LES DONES A L'ESPORT

L'esport és una eina per al desenvolupament dels atributs que estimulen el lideratge: treball en equip, resiliència, focus, i un llarg etcètera. Però encara avui, l'accés de les dones a l'esport i la competició és molt desigual, fins i tot al pati de l'escola.

Hem de tenir en compte que no tan sols les persones LGBT+ pateixen LGBTfòbia, també la pateixen aquells nens i nenes a qui els agrada fer coses que tradicionalment corresponen al sexe contrari, i que per aquest fet els titllen de "tous" o "d'homenots".

Per això Estrella Damm insisteix a lligar la seva marca a dones i noies que fan esports tradicionalment considerats masculins patrocinant "Les de l'Hoquei", una sèrie per a adolescents que posa de manifest que les noies també juguen, guanyen i protagonitzen sèries d'adolescents d'èxit mundial.

Mentre el pati de l'escola no sigui per igual de nens i nenes no podrem parlar d'igualtat efectiva en etapes posteriors de la vida.



"Les de l'Hoquei".

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

19

11 GLOBALIA AIR EUROPA, LA GENT GRAN LGBT TAMBÉ EXISTEIX

L'assetjament escolar i la discriminació a la feina es troben en totes les agendes del D&I LGBT+. Però ben poques vegades ens en recordem de la interseccionalitat que pateixen les persones LGBT+ quan, a més, es fan grans.

Un dels principals fantasmes és la soledat, doncs, molt sovint es tracta de persones que van ser rebutjades per la seva família i a les quals se'ls ha vetat tradicionalment tenir una parella estable i una família.

Però encara hi ha un perill més gran que aquesta soledat en la maduresa es combini amb una tornada dins l'armari a la residència, on l'ambient és tan poc inclusiu com ho va ser a l'Espanya que els va tocar viure durant la joventut.

Air Europa s'apunta a l'Orgull amb un esperit guerrer i reivindicatiu tot recordant-nos que no podem oblidar-nos de la tercera edat LGBT+ i demanant una llei estatal que protegeixi totes les persones LGBT+ per igual a tot el territori.

No oblidem que l'Orgull és alegria i celebració però també és l'entorn ideal per debatre i reclamar les demandes pendents per garantir una igualtat efectiva.

Aequalis
5ª Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

20



Tu decideixes la teva destinació.

12. IBM, EL PODER DELS ALIATS

IBM continua amb el seu compromís ferm amb el D&I dins i fora de l'organització. Tots els IBMers poden optar al distintiu "Be Equal Ambassador", però per això han de demostrar un compromís que va més enllà de la simple expressió d'adhesió als valors de l'empresa.

És important aclarir que els IBMers en aquest context no tan sols són les persones que treballen a l'empresa sinó també les que treballen per a les empreses client, d'aquí el compromís per fer que la bola de neu de la inclusió creixi també fora de l'empresa.

Dos requisits són inapel·lables per optar a aquest guardó. El primer, haver seguit el pla de formació Be Equal Ambassador, que contempla totes les diversitats, no tan sols l'LGBT+, i, en segon lloc, haver assistit a una sessió, pel capbaix, de sensibilització, fent un informe dels aprenentatges adquirits i de com han estat aplicats al dia a dia de les dinàmiques de treball.

A més, cal acreditar, com a mínim quatre de les següents opcions:

- Pertànyer a 2 ERG (Employee Resource Group) pel capbaix.
- Dur a terme una ponència en un acte sobre algun dels temes marcats pel full de ruta.
- Participar en un acte dels ERG.
- Interactuar en reunions amb altres grups d'empleats.
- Compartir a les xarxes socials algun missatge relacionat amb els valors de l'organització pel que fa a D&I.
- Incloure D&I als teus criteris d'avaluació.
- Enviar un missatge de reconeixement als referents o aliats que estan treballant pel D&I.
- Parlar de D&I amb cadascun dels membres de l'equip i animar-los a incloure D&I al seu full d'avaluació.
- Liderar un acte a la teva empresa, la teva unitat de negoci o a les xarxes socials sobre D&I.

Per a IBM la diversitat és un actiu tan valorat en l'estratègia que és difícil que algú que no hi hagi demostrat un ferm compromís pugui optar a ser un líder consolidat.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

21



IBM "Be Equal Ambassador"

13. IDEALISTA, TOTS SOM FAMÍLIA

Durant la setmana de l'Orgull, a les oficines d'idealista a Barcelona, Madrid i Màlaga, se celebra igualment la setmana de la diversitat amb diverses xerrades que apropen tot l'equip d'Idealista a la realitat de la diversitat LGTB+.

Jesús Encinar, el fundador d'Idealista, ha estat anomenat durant diversos anys consecutius un dels gais més influents d'Espanya i Idealista ha rebut el Premio Diversa 2019 a l'empresa digital pels seus esforços en la igualtat i defensa de la diversitat i dels drets del col·lectiu LGTB+.

Si ho comparem amb les dades del projecte ADIM veiem que no és cap frivolitat tractar el tema de la família. Un 11% de les persones LGTB+ que van participar al qüestionari van afirmar no ser obertament visibles amb ningú a la seva vida privada. Aquesta dada passa a ser un 26% a l'entorn laboral. És a dir, que persones que són obertes al dia a dia s'amaguen a la feina.

I quan se'ls pregunta la raó, entre les esmentades destaca "ningú no n'ha de fer res de la meua vida privada" amb un 54%. Això vol dir que la LGTBfòbia liberal, que consisteix en restringir la diversitat sexual a l'esfera privada, continua vigent a la nostra societat i a les nostres organitzacions. A més, moltes persones LGTB+ ho han interioritzat.

Assumir que la intimitat és un dret en aquest emmascarament, seria equivalent a pensar que una dona embarassada oculta el seu estat en una entrevista de feina perquè vol preservar la seva intimitat.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

22



Anunci de la campanya "Tots som família".

La renúncia a ser o no ser un mateix degut a pressions externes és la renúncia a la identitat pròpia i el motiu de la degradació dels afectes i de la família de les persones LGBT+ a una segona divisió. No hem d'oblidar que de la família en deriven nombrosos drets laborals.

Una altra dada de l'ADIM, que ens pot fer reflexionar sobre aquest aspecte, mostra que mentre un 88% del total de les persones empleades participants se senten còmodes parlant dels seus fills als entorns laborals, només un 59% de les persones LGBT+ se senten lliures de fer-ho.

#idealista pride

#IdealistaPride.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

23

14. IKEA, STORSTOMMA

No és casualitat que la bossa d'Ikea, un dels símbols d'identitat de la marca, sigui un dels vehicles per mostrar el seu compromís amb la diversitat i visualitzar el recolzament als drets humans de les persones LGTB+. En aquest cas celebrem l'edició limitada de la bossa Storstomma, presentada en motiu de la celebració del Dia de l'Orgull (LGTB+).

La invisibilitat, el silenci o el tabú són el brou de cultiu per a la discriminació. En diversitat LGTB+ el llenguatge inclusiu són les paraules, és visibilitzar, anomenar amb totes les lletres, normalitzar; és parlar de diversitat LGTB també fora dels mesos de l'Orgull i és fer-ho no tan sols de portes endins sinó també de portes enfora.

La campanya és una oportuna sèrie limitada que s'anuncia amb fotos de persones empleades lluint-ne els colors.

Ikea vol, amb aquesta bossa, fer una passa més enllà i conscienciar sobre els beneficis que la diversitat aporta a persones, empreses i institucions. "Per a nosaltres la igualtat és un avantatge competitiu. Podem assegurar, i així ho volem transmetre a totes aquelles empreses o institucions que ens vulguin escoltar, que la inclusió d'aquest col·lectiu resulta beneficiosa en molts àmbits: augmenta la satisfacció i el compromís dels nostres equips, a l'hora que redueix la rotació i les situacions de discriminació i millora l'ambient laboral i la fidelització de les persones, dins i fora d'IKEA", conclou l'Elena López, responsable de Diversitat d'IKEA Espanya.

Aequalis
5ª Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

24



Bossa Storstomma.

15. INDITEX, LA COHERÈNCIA COM A ESTRATÈGIA

La feina de D&I a Inditex es du a terme sobre tot de portes endins, ja que com a participant del projecte ADIM ha estat una de les empreses que ha utilitzat el diagnòstic i el programa de sensibilització intern.

El gegant de la moda no té tirada als grans gestos, la seva publicitat és l'aparador de les seves botigues i per això és aquí on també es materialitza el seu compromís amb la inclusió. Tota estratègia de D&I ha de ser coherent amb la cultura i els processos de l'empresa i fer-ho de qualsevol altra manera seria una contradicció.

Sovint tendim a identificar de manera errònia el nivell de compromís de les organitzacions amb la magnitud de les accions de màrqueting i comunicació en D&I, quan la feina vital no és el soroll sinó les accions destinades a integrar els professionals LGBT+, els clients LGBT+ i tota la societat.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

25



Aparador d'una botiga Zara.

16. LEGAL ARMY, AL CAPDAVANT DE LA INNOVACIÓ

Legal Army és un despatx de nova fornada que ja està revolucionant la pràctica jurídica. Innovar en aquest sector no és fàcil i encara menys actualitzar-lo a la transformació digital, però ho estan aconseguint. Un híbrid perfecte de dret i Silicon Valley, són molt conscients del valor referencial del seu lideratge.

Treballar els biaixos inconscients és vital per evitar-los, tanmateix no n'hi ha prou amb això per garantir que una organització sigui plenament inclusiva. El D&I és una disciplina que està profundament arrelada en les creences i els valors individuals.

Per això, a Legal Army són conscients que, si volen que la cultura inclusiva de la seva organització prevalgui, és fonamental dissenyar processos, productes o serveis que garanteixin de forma voluntària o involuntària que els biaixos conscients o inconscients no puguin mai prevaldre. Implementar el currículum cec és una garantia que els biaixos personals quedin descartats i les persones contractades ho siguin per la seva vàlua i la seva idoneïtat per a la posició.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

26



L



A

Equip de Legal Army.

17 LEVI'S, LA FAMÍLIA QUE ESCULLS

Fa més de 50 anys que els texans Levi's són l'uniforme del progrés social. Per celebrar l'Orgull cada any escullen una causa amb la qual comprometre's. Aquest any Levi's recolza la comunitat LGBTQ+ i a aquelles "famílies escollides", col·laborant amb la Fundació Eddy-G per a l'Orgull 2019.

La Fundació Eddy-G és la primera llar d'acollida a Espanya per a joves del col·lectiu LGBTQ+, entre els 18 i els 30 anys, que han patit maltractament, violència familiar, assetjament o qualsevol altra forma d'LGTBfòbia i es troben en risc d'exclusió social.

Levi's ha volgut unir-se a la Fundació Eddy-G mostrant el seu recolzament a la tasca que desenvolupa, i oferint la visibilitat de la marca per donar a conèixer aquest projecte, que, a més a més d'ajudar les persones del col·lectiu LGTB+, crea noves oportunitats i camins plens de valors com l'esperança, la diversitat, la dignitat, la generositat, la responsabilitat, el creixement i l'alegria.

Segons les declaracions de Jen Sey, SVP & CMO, Global Brands a Levi Strauss & Co: "Levi's compta amb una llarga història de recolzament a la comunitat LGBTQ+ per part dels seus empleats i fans. El 1992 vam ser la primera empresa de la llista Fortune 500 en oferir els mateixos beneficis als nostres empleats sense diferenciar per sexe ni orientació sexual, i el nostre recolzament s'ha mantingut ferm des de llavors. Estem orgullosos de recolzar la comunitat LGBTQ+ cada any amb la nostra col·lecció Pride i de participar a les celebracions de l'Orgull arreu del món".

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

27



Levi's col·labora amb la Fundación Eddy-G.

18. MASTERCARD, TRUE NAME

Per a moltes persones dins la comunitat trans, el nom a la seva targeta de crèdit, dèbit o prepagament no reflecteix la seva veritable identitat.

Quan el gènere no coincideix amb el nom a la targeta de crèdit es poden produir situacions complexes. Mastercard ha fet un estudi per resoldre aquesta circumstància, doncs aquestes persones experimenten situacions molt negatives que produeixen ansietat, por, amenaça o, si més no, són incòmodes.

La firma ha resolt aquest repte amb el projecte “True Name”, una funció que permet a les persones transgènere i no binàries mostrar el nom escollit a la seva targeta.

Els consumidors trans, aquells que no estiguin d’acord amb el gènere i els no binaris ara poden sol·licitar un nou tipus de Mastercard amb el nom que fan servir cada dia.

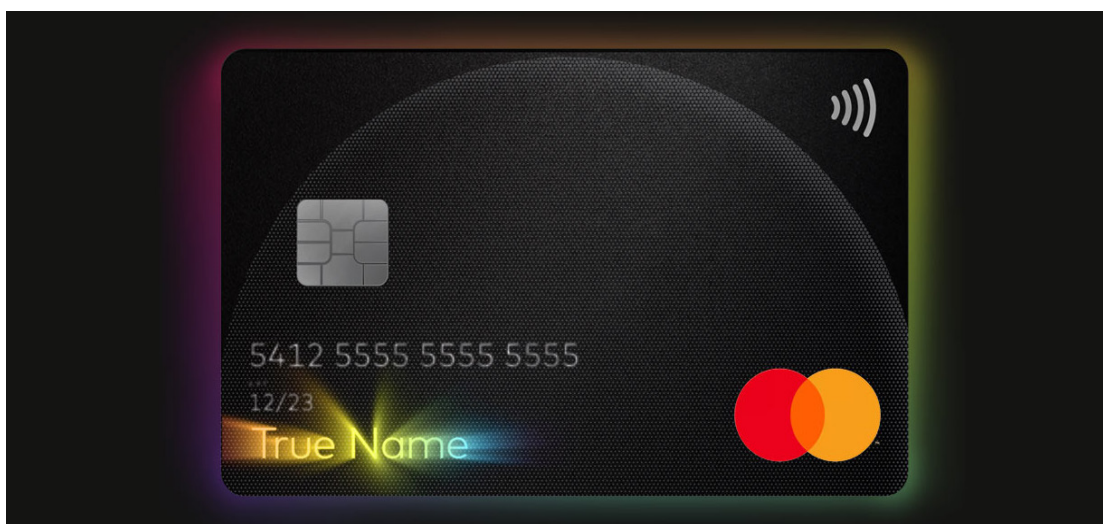
“Les persones trans, les no binàries i les que no estan d’acord amb el gènere corren un risc més gran de discriminació, assetjament i denegació general dels serveis quotidians quan la seva identificació no coincideix amb la seva veritable identitat. La implementació de la funció True Name de Mastercard és un pas endavant crucial per ajudar a reduir els riscos ja que permet que les persones trans, no binàries i que no s’ajusten al gènere, es beneficiïn de productes financers que reflecteixen amb precisió qui són”, comenta Scott Turner Schofield, en representació de GLAAD Media Institute.

Aequalis 5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

28

Aquesta nova funció és un clar exemple de com les empreses poden respondre positivament a les necessitats dels clients i assegurar-se que les seves polítiques i productes reflecteixen un compromís amb la diversitat, la inclusió i l’acceptació.



“True name”, Mastercard.

19. MEDIAPRO, EM DIC VIOLETA

L'equip de D&I a Mediapro és relativament jove però eficaç. El món de la comunicació és tradicionalment un sector refugi per a les persones LGBT+ perquè els sectors creatius i els mitjans són normalment més oberts que altres indústries. Però no en tenen prou de comptar amb força diversitat.

A Mediapro fan i avaluen allò que fan mitjançant enquestes de clima. Els requisits del pla d'igualtat estan recollits al seu codi ètic, i són accessibles a la web, oberts a tothom per a tots els seus grups d'interès, incloent el telespectador.

Tanmateix hem escollit "Em dic Violeta" com la seva iniciativa reina d'aquest any.

"Em dic violeta" és una pel·lícula sobre una infància trans. Als sis anys, l'Ignasi va dir als seus pares: "Sóc una nena, em dic Violeta". A través de la història de la Violeta, els seus pares (les estrelles de cinema per a adults Nacho Vidal i Francesca Jaimes), i d'altres famílies i joves transgènere, coneixem la complexitat del procés que afronten i els desafiaments que es troben.

A més és una història de molts pares i mares, dels dubtes que afronten, de les tensions que pateixen, de la por que passen quan els han de deixar marxar del niu en un món que no saben si els entendreà. Malgrat tot, quan coneixes els pares de l'Alan no queda espai per al dubte, ni per a la tensió, ni per a la por. Tan sols queda espai per a l'esperança i per seguir treballant.

Mediapro i Polar Star Films produeixen aquesta pel·lícula tan necessària i que no deixa ningú indiferent.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

29



"Em dic Violeta".

20. ORACLE, TOTS ELS DIES DE L'ANY

A Oracle fa molts anys que treballen la inclusió LGBT+. I per això les seves accions són cada cop més sofisticades. OPEN, la xarxa de persones empleades, és una xarxa molt activa, on els cafès de benvinguda per als nous són informals, però es prenen seriosament i garanteixen que tothom sigui benvingut. Com defensa Oracle la igualtat?

- Contractant talent divers per construir una força laboral diversa que reflecteixi el món que ens envolta. Centrant els seus esforços de reclutament en borses de treball i actes LGBTQ + i educant activament la seva gent sobre la importància de crear equips diversos.

- Connectant els seus empleats. Oracle Pride Employee Network (OPEN) uneix i empodera les seves comunitats LGBTQ + de tot el món. Els 43 departaments, en 21 països, treballen junts per fer créixer les oportunitats, crear consciència i formar associacions que millorin l'experiència LGBTQ +.

- Involucrant els seus aliats. Tothom ha de jugar el seu paper a la inclusió, i la participació d'aliats és clau per elevar la seva comunitat LGBTQ+. Les persones empleades es poden sentir segures i recolzades ja que saben que a Oracle Allies sempre estan preparats per parlar i defensar la igualtat i l'acceptació.

- Beneficis per a tothom. Oferint cobertures mèdiques per a parelles del mateix sexe i cobertures per a persones transgènere en alguns països.

Tanmateix, la pràctica que volem destacar aquest any és el seu Sant Valentí inclusiu, doncs OPEN ha reinventat aquesta festa de llarga tradició a les seves oficines per fer-la més diversa i ha passat dels tradicionals amors binaris home-dona, dona-dona, home-home, a obrir-se a l'amor per la família, pels amics, l'amor propi, i fins i tot a celebrar l'amor no romàntic d'aquells que no estimen ningú en particular.

Parlar de la diversitat LGBT+ durant el mes de l'Orgull és positiu i un símptoma de diversitat; fer-ho al llarg de l'any és fer un pas més enllà cap a la quotidianitat. Fer de la realitat LGBT+ quelcom quotidià i no una obligació d'acomodar la realitat de les persones i famílies LGBT+ als estàndards de la família heteronormativa tradicional.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

30



Logotip Oracle LGBTI.

21 - P&G, OCUPABILITAT TRANS

No és d'estranyar que la marca Pantene rebés el Premi Andalucía Diversidad LGBT per la seva iniciativa "El cabell no té gènere", amb la qual busca donar veu i visibilitat a la comunitat trans, emfatitzant la importància del cabell a l'hora d'expressar la nostra identitat, i en especial per a les dones trans.

Però la iniciativa no queda aquí, des de P&G volien aportar el seu granet de sorra per abordar un dels grans problemes que afronta el col·lectiu: l'atur. A Espanya l'atur entre les dones trans és molt elevat i moltes treballen dins l'economia informal per diversos motius, com l'abandonament escolar o l'assetjament patit durant la infància i l'adolescència, la dificultat d'accés a la formació superior, etc.

El resultat és el projecte Àmbar, de la Fundació 26 de Diciembre, per crear conjuntament amb el Saló de bellesa Cortar Cabezas un curs de formació per a dones trans en perruqueria i bellesa, amb l'objectiu d'augmentar-ne l'ocupabilitat.

Gràcies a això, diverses alumnes del curs van aconseguir la seva primera oportunitat laboral al mateix centre de bellesa i col·laborant com a "Beauty Consultants" de P&G en centres comercials durant la campanya de Nadal.

Des de P&G continuen col·laborant amb F26D i el seu projecte Àmbar impartint més cursos de formació per a persones trans, també enfocats a desenvolupar competències en venda.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI



Per la diversitat de la bellesa #ElPeloNoTieneGénero

22. PAYPAL, “LA HORMIGA DIFERENTE”

Dins la seva política global, PayPal compta amb un grup anomenat PayPal Pride, que s’ocupa del compromís de l’empresa amb la diversitat i la inclusió i recolza els empleats i la comunitat LGTBI. Des de Paypal Espanya s’ha seguit la mateixa línia pel que fa al compromís amb la societat, duent a terme diverses accions i iniciatives per contribuir a causes a favor del dret a la igualtat.

PayPal contribueix a fer que la celebració de l’Orgull sigui per a tothom, amb el patrocini de l’obra “Pato, el feo”, una adaptació lliure del clàssic de Hans Christian Andersen a càrrec de la companyia “Martín, la Hormiga Diferente”. Sota el lema “Ser diferent no és dolent. Ser diferent és un do que tenim cada un de nosaltres i ens fa ser qui som”, aposta per l’educació en la diversitat des de ben petits, una obra de teatre l’objectiu de la qual és lluitar i prevenir l’homofòbia infantil.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

32



PayPal patrocina “Martín, la hormiga diferente”.

23. REPSOL, MESURAR PER AVANÇAR

Ja són molts anys treballant activament per la igualtat de gènere i com a referents en la inclusió de la discapacitat. Un 30% de dones directives i 600 empleats amb diversitat funcional són les credencials que ho demostren. Apel·lant a la seva experiència consolidada en aquestes àrees Repsol ho tindrà més fàcil per avançar en la dimensió LGBT que aborda amb ganes i amb humilitat.

El seu Director General de Persones reconeix en un vídeo publicat a la seva pròpia web que és difícil treballar si les persones no són capaces de ser elles mateixes.

La organització ha fet una passa endavant, treballant per crear un entorn inclusiu i basant totes les actuacions en el principi d'igualtat i de no discriminació, creant d'aquesta manera un ambient de confiança i de respecte que permeti desenvolupar el talent en la seva màxima expressió. Però ja ho hem dit força cops, no n'hi ha prou amb fer, cal planificar, posar objectius i mesurar.

Repsol aspira a ser una de les empreses energètiques de referència dins l'entorn global a través de la innovació, l'eficiència i el respecte, creant valor per a la societat en la qual opera. I per això, de manera interna, mesura si els seus objectius es compleixen mitjançant les enquestes de Cultura, que avaluen la percepció que tenen els empleats de les polítiques de diversitat, igualtat d'oportunitats i inclusió.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

33



Repsol.

24. SALESFORCE, VALOR COMPARTIT

Salesforce, plataforma de gestió de les relacions amb els clients (CRM) basada al núvol, patrocina l'acte anual LGBT@Work organitzat per leOut, la xarxa LGBT liderada pels estudiants de l'escola de negocis IE.

Malgrat que quan va sorgir leOut hi van haver veus dissonants que la consideraven un gueto, ara se'n reconeix la importància en dos aspectes essencials. Per una banda, com a xarxa de recolzament i socialització per a l'alumnat LGBT+ i, per l'altra, per l'organització d'actes com LGBT@Work, que han transformat l'escola en una plataforma de coneixement i divulgació de les millors pràctiques en inclusió LGBT.

LGBT@Work és una conferència anual l'objectiu de la qual és promoure el lliure intercanvi d'idees i proporcionar una plataforma de treball en xarxa única per als estudiants LGBT+, els professionals LGBT+ i els aliats.

En un cercle virtuós de creació de valor, les empreses col·laboren amb LGBT@Work compartint el seu coneixement i a canvi l'escola aporta visibilitat, accés al millor talent, coneixement compartit i xarxa.

Participar com a empresa en aquests actes i compartir el teu saber fer és important, però el valor del patrocini és precisament fer possible que aquests actes es facin realitat.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

34



Salesforce patrocina l'acte anual LGBT@Work organitzat per leOut.

25. TAXI DE MADRID, L'ORGULL D'ANAR EN TAXI

Les principals associacions del taxi de Madrid es van unir a aquesta campanya d'adhesió a la celebració i reivindicacions del mes de l'Orgull. Durant el mes de juliol les franges vermelles del taxi es van tornar multicolor i nombroses activitats i concursos instaven tots els conductors a unir-s'hi de forma voluntària.

L'Orgull és una oportunitat per diferenciar-se d'altres serveis, però, a més, és una oportunitat per celebrar les fites aconseguides i molt important també per seguir reivindicant que la igualtat que ja garanteix la llei sigui efectiva al dia a dia de les persones i famílies LGBT+.



Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

35

L'orgull d'anar en taxi.

26. TELEFÓNICA, SOM DIVERSOS

L'aposta de Telefónica per la diversitat LGBT+ és recent però molt decidida. La feina duta a terme amb ADIM ha suposat moltes hores de reflexió, tasques de diagnòstic i sessions de sensibilització amb tots els equips d'empleats i empleades, però també amb els alts directius.

Poc a poc el missatge ha anat calant i quan va sorgir la idea de fer un vídeo corporatiu per celebrar la "Diversity Week" van ser els mateixos directius i directives els primers en presentar-se voluntaris per testimoniar el ferm compromís de l'organització amb la diversitat.

Apareixen al vídeo tot i que en realitat no en són els protagonistes, ho són un grup d'empleats i empleades que celebren el nou rumb de l'empresa mentre es fan ressò dels reptes als quals tradicionalment s'han enfrontat, la por a ser ells mateixos i que això pugui tenir conseqüències en la seva trajectòria professional.

El dia a dia amb els acudits i els comentaris despectius que fins i tot ells mateixos reconeixen com quelcom fortament arrelat a la nostra cultura però que cal evolucionar. Tots ells se n'alegren que la seva empresa lideri amb l'exemple i que els valors de la seva organització es posin en pràctica i no es quedin en un altisonant missatge de paraules buides. Com s'afirma al vídeo: "Volem un entorn inclusiu on ningú no hagi de deixar un tros de sí mateix a l'entrada de l'oficina". "Una manera de motivar és liderar amb l'exemple i mostrar, a través de la formació, a través de xerrades, com fomentar el bon ambient de treball".

Aequalis 5ª Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

36



Telefónica Diversity Week.

27 UNIVERSIDAD COMPLUTENSE, DADES EXTRAPOLABLES

Ja ens hem fet ressò del projecte ADIM en passades edicions d'aquest informe. El 2019 s'ha dut a terme la presentació final de la feina que ens deixa una gran quantitat de material, però sobre tot un diagnòstic molt rellevant.

Amb 53.667 enquestes realitzades i amb un nivell de respostes del 16% en un estudi sense precedents on s'ha arribat a 1.147 professionals LGBT+ que treballen en alguna de les 24 organitzacions participants, empreses o universitats.

De totes les dades de l'informe en destacarem una, no perquè sigui la més important però sí per ser molt oportuna en aquest informe.

El 12% de les persones LGBT+ participants van respondre que sí a la pregunta "S'ha sentit mai discriminat/a a la feina per ser LGBT+?". A aquesta dada cal afegir que un 14% van respondre "no sap/no contesta".

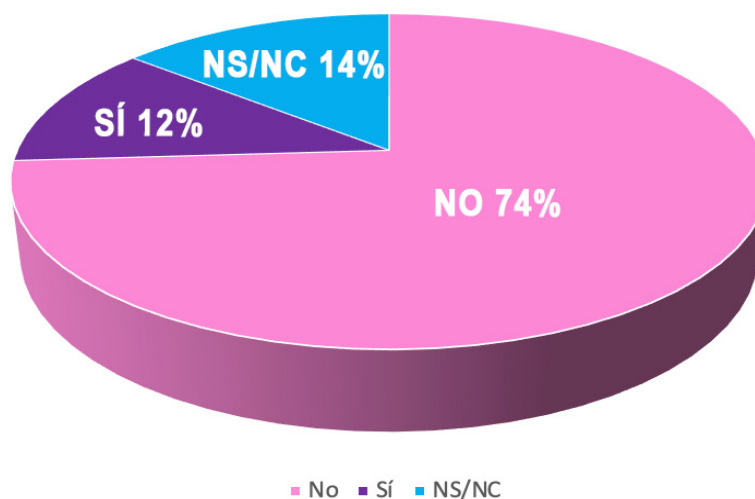
Aquesta resposta pot obeir a que realment no són capaços de discernir si ho han estat; cal tenir en compte que hi ha dones que afirmen que no els fa res si els seus caps els diuen "xata" o "nena" perquè pensen que és un apel·latiu afectuós i que, a més, les rejoyeneix. No reconèixer la discriminació no és sinònim de no haver-la patida.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

37

S'ha sentit alguna vegada discriminat/da a la feina per ser LGBT+?



Font ADIM.

D'altra banda, aquestes persones també poden ser víctimes de dos conceptes que ja es comencen a estudiar amb profusió dins la discriminació per gènere: “El peatge de la lleialtat” i “el distanciament estratègic”, que solen patir les dones amb èxit que no volen ni sentir a parlar dels temes de discriminació perquè pensen que pot generar dubtes sobre la legitimitat de les seves trajectòries professionals, o senzillament perquè no volen incomodar els seus col·legues reconeixent que per a elles el camí ha estat, i encara és, més dur i complex.

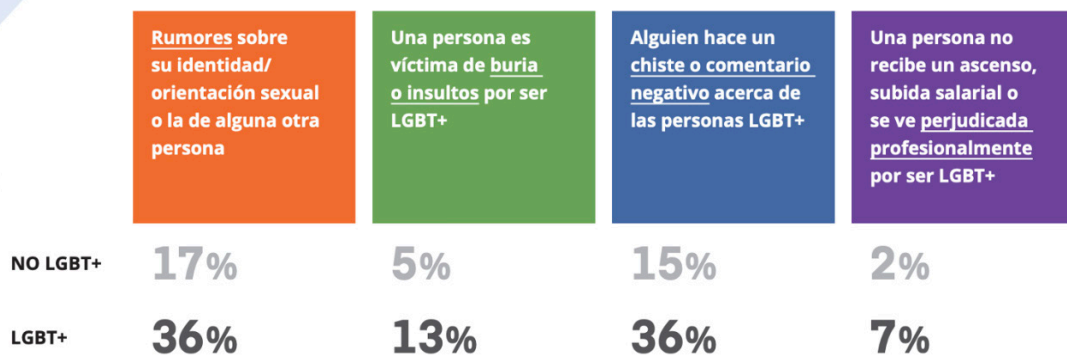
Quan a les persones LGBT+ se'ls pregunta quines són les situacions de discriminació més freqüents a la feina, les més esmentades són els acudits i els comentaris negatius sobre les persones LGBT+ amb un 36% i els rumors amb un 36%.

En canvi, les persones que no són LGBT+ tot sovint no són conscients de les dificultats a les quals s'enfronten els membres d'aquest col·lectiu en contextos laborals. La qual cosa posa en relleu la importància de dur a terme formació i xerrades sobre diversitat LGBT+ a les empreses.

A Espanya, el debat sobre els acudits ofensius continua obert, i és que, existeix una fina línia entre la llibertat d'expressió i els respecte als altres. Però hem d'entendre que l'entorn professional no és un entorn de tria, i el respecte ha de prevaldre per garantir un espai segur per a tothom.

Las situaciones discriminatorias pasan más desapercibidas entre empleados no LGBT+

% Muy a menudo / bastante a menudo



Total muestra **no LGBT+** n=7442. Total muestra **LGBT+** n=1147.

Font ADIM.

28. UPV, CADA EMPRESA AMB EL SEU ESTIL PROPI

Quan se suggereix la idea d'usar un llenguatge inclusiu a les empreses, amb freqüència s'assumeix que consisteix en usar reiteracions com “miembros y miembras”, “portavoces y portavozas”. No és així. La repetició es fa servir per cridar l'atenció sobre la igualtat, o millor dit, la desigualtat.

La Universitat del País Basc, i en col·laboració amb Pikara, edita la guia de l'ús inclusiu del llenguatge, un exhaustiu anàlisi, fet per June Fernandez, dels recursos per a un ús menys excloent del llenguatge. Un bon punt de partida per començar a treballar amb un estil propi dins de cada organització. Una guia molt interessant que no es limita al llenguatge, també treballa la diversitat en la imatge.

Com comenta la June Fernandez: “Que els i les parlants anem feminitzant paraules tampoc suposa espatllar el llenguatge sinó contribuir a una renovació. Com diu la Mercedes Bengoechea, estem creant una societat nova i ens calen paraules per anomenar aquesta societat nova. En aquesta societat nova s'està avançant en el reconeixement i el respecte a les identitats de gènere diverses, la qual cosa anima a trobar fórmules perquè el llenguatge inclogui i visibilitzi les persones que no s'identifiquen amb el binomi rígid home/dona.

D'altra banda, que les feministes o els col·lectius LGTB+ espatllen la llengua és un dels tants arguments que cerquen treure legitimitat als moviments socials i a les escoles de pensament que han transformat les nostres societats en clau d'igualtat i justícia social”.

Cada organització ha de reflexionar i en funció de la seva idiosincràsia ha de generar el seu propi llibre d'estil.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

39



29. URÍA Y MENÉNDEZ, LIDERANT EL CANVI

Al contrari del que passa a Espanya, als Estats Units són els despatxos d'advocats i les grans consultores els que estiren del carro de la inclusió de les persones LGBT. I és que allà s'hi veuen empesos pels alts índexs de mobilitat i la guerra pel talent. Fa uns anys que alguns despatxos van apostar pel canvi i van posar fil a l'agulla. Un dels que l'han liderat ha estat Uría y Menéndez. Amb una visió transversal que no tan sols implica l'empleat sinó també al client. Els grans despatxos ho són sobre tot quan els seus clients són grans empreses. Tot gira al voltant del client, fins al punt que l'advocat esdevé invisible.

La individualitat personal queda mimetitzada darrere l'americana i la corbata, els talons de vertigen i la toga que els vesteix de manera obligatòria davant el jutge. Ni tan sols el teletreball derivat de la pandèmia que ha aconseguit doblegar l'etiqueta de la resta de sectors ha pogut canviar aquest codi, que el client, el gran client, necessita com a mostra de qualitat del servei.

Això canviarà, està canviant, tot i que encara ens queden molts anys d'advocats uniformats, però ara ja solament per fora, doncs per dins poder ser ells mateixos. Ésser més autèntic permet suportar millor els altíssims nivells d'excel·lència que exigeix una professió tan rigorosa amb agendes plenes de terminis inapel·lables en els quals un advocat hauria de concentrar-se tan sols en els problemes que amenacen el seu client.

Aquesta feina per impulsar el canvi a la professió es materialitza amb el patrocini per part d'Uría Menéndez a Madrid del IV Best Friends LGBT Inclusion Event.

Aequalis
5ª Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

40



Uría y Menéndez, una empresa diferent..

30. VERANDA TV, SAPERE AUDE

En el passat, ni polítics ni pedagogs es posaven d'acord sobre l'educació sexual en l'adolescència. Per una banda, tenim aquells que pensen que parlar de sexe ja des de la infància contribueix a que els adolescents afrontin el tema amb més coneixement, menys prejudicis i més maduresa, i, de l'altra, els qui opinen que això els impulsa de manera desenfrenada cap a quelcom que si es mantingués amagat no coneixerien fins una edat més adequada.

És impossible avui dia controlar l'accés a Internet dels més joves i per aquest motiu estan exposats a una deformació del concepte de relació sexual sana per culpa dels estereotips irrealistes de la pornografia, que a més incrementa els rols sexistes. En aquest context, sembla més sensat parlar de sexe, informar i trencar tabús.

L'educació sexual ja no es limita a la informació sobre reproducció i a la prevenció de les MTS o els embarassos no desitjats. Ara, a les escoles i els instituts ja es parla de diversitat sexual com a mesura per prevenir l'assetjament. Sèries com Sex Education han fet furor entres els joves, i encara que sigui un simple entreteniment per alguns per a altres ha fet una funció pedagògica.

En aquest context, és molt positiu l'impacte de la sèrie Merlí, produïda per Veranda TV. La sèrie, lluny de ser un simple entreteniment, tracta assumptes importants com la depressió, l'homosexualitat, el suïcidi, el consum de drogues i alcohol, el sexe, la privacitat en xarxes socials, la transsexualitat, la mort, l'autoestima, l'assetjament escolar o els embarassos adolescents. I amb un tractament gens frívol o sensacionalista.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

41



Merlí. Sapere Aude.

31 - VODAFONE, MOMENTS DE LA VERITAT

La feina de Vodafone en I&D gira al voltant d'allò que anomenen els moments de la veritat, que són dates concretes durant tot l'any. Insisteixen a deslocalitzar la celebració del mes de l'Orgull i treballen amb una xarxa d'aliats, de persones situades en nivells directius compromesos, que compten amb la inclusió entre els seus objectius. Treballen la inclusió amb els equips, duen a terme una visibilització del seu compromís i impulsen el programa de sensibilització.

El posicionament de l'empresa és clar, la inclusió per a tots és un dels pilars fonamentals de la marca. Fa tres anys que patrocinen el dia de l'Orgull a Madrid. Periòdicament celebren allò que anomenen "moments de la veritat": dates concretes especials per al col·lectiu en les quals l'empresa mostra el seu recolzament incondicional. Existeix un grup de directius anomenats aliats, amb gran influència, que tenen aquest punt a la seva agenda: tracten el tema amb els seus equips, visibilitzen el seu recolzament públic, impulsen la formació... Però continua havent una part cultural que va més a poc a poc: Són aquelles converses de passadís, que sovint marquen la diferència amb prejudicis vers alguns col·lectius, les que fan difícil que la persona se senti còmoda de compartir informació sobre la seva vida privada.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

Les barreres van caient, però no com caldria. Encara existeixen nombroses experiències que han passat de ser explícites a ser implícites, i són perilloses perquè lluitar-hi és molt més difícil. Ja no es tracta d'una aversió a les persones LGTBI sinó d'una certa hostilitat que trobem continguda en idees, emocions, estereotips, actituds i llenguatge poc inclusius, i que és, tot sovint, inconscient.

42



Vodafone, LGTB+ & Friends.

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

43

Aequalis
5^a Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

44

MILLORS PRÀCTIQUES A AEQUALIS 2015



Asevi: per mostrar la família tal i com és.

BMW: amb el Serie 2 Active Tourer mostra que una altra masculinitat és possible.

Cillit Bang y KH7: publicitat en llars on tots embruten i tots netegen.

Coca-cola: per alertar-nos sobre el mal de l'homofòbia en la baula més dèbil, la infància.

La Comunidad de Madrid y la Generalitat de Catalunya: institucions pioneres i proactives en la sensibilització i defensa dels drets de les persones LGTBI.

Change.org: aposta ferma per la coresponsabilitat. .

Diversity Consulting: normalització amable.

Ella Festival: dins del producte LGTBI, demostra la viabilitat del producte exclusiu per a les lesbianes.

La Embajada Americana (durante la legislatura de Obama): pel seu compromís amb els Drets Humans i la igualtat d'oportunitats.

Fundación Telefónica: per ensenyar al nostre professorat a exercir la docència sense esquemes heteronormatius.

Futbol Club Barcelona: un compromís necessari i valuós, fet des del lideratge. .

Google: fa servir la seva posició global per compassar els drets civils arreu. partes.

Hoteles Axel: pioners en aplicar el concepte heterofriendly.

IBM: per la seva capacitat de professionalitzar la gestió de la diversitat.

Idealista: excel·lència en diversitat, també en petites i mitjanes empreses

Ikea: orgullosos del seu pla d'igualtat, accessible a la seva web.

Instituto de Bachillerato Cabo Blanco: un referent de l'excel·lència en inclusió.

Kaiku: proposa dones no encotillades capaces de canviar allò que no els agrada.

La 2 de TVE: per la seva coherència al parlar de transsexualitat i de la infància, un gran repte.

Lesworking un important exercici de visibilitat de les lesbianes.

Nube Ocho: pel seu compromís per educar en igualtat a través de la literatura infantil.

La Oficina de Turismo de Extremadura: exemple de col·laboració entre acció social, administracions i l'entorn privat.

Rayo Vallecano: una samarreta valenta i molt necessària en l'esport, un dels entorns amb menys reconeixement de la diversitat.

SAP: un bon exemple de gestió i inclusió de la diversitat dins i fora de l'organització.

Voll-Damm: lideratge, competitivitat, resiliència, atributs per a tots i totes.

El Corte Inglés, L'Oreal, Pilexil, Multiópticas: per ampliar el restringit cànon de bellesa vigent, mostrant la bellesa de qualsevol edat.

**Aequalis
5^a Edició**

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

45

MILLORS PRÀCTIQUES A AEQUALIS 2016



Aequalis 5ª Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

46

Google: pel seu recolzament a la recerca sobre l'assetjament homòfob a les escoles.

Aldi: per contribuir a generar un entorn segur per als nostres joves LGTB.

Pfizer: empresa farmacèutica, per contribuir a la sensibilització i a la visibilitat LGTB.

El confidencial.com: per insistir cada any en la visibilització.

En tu casa o en la mía: per visibilitzar la bisexualitat, la gran assignatura pendent.

Master Chef Junior: per recolzar les famílies LGTB.

Amadeus: per la millor campanya, i liderada per aliats.

P&G: per una bona estratègia d'inclusió entestada en mesurar.

Alcoa e IBM: pel seu recolzament a la recerca.

Airbnb: per la seva gestió inclusiva que també afecta els seus proveïdors i clients.

Mckinsey: pel seu recolzament i empoderament del talent LGTB.

Grupo Vips: pels seus valors incondicionalment alineats amb la diversitat LGTB.

Atresmedia: per visibilitzar la dona lesbiana.

Renault: per la seva feina en formar i sensibilitzar, dins i fora.

Vichy Catalán Corporation: per la seva sàvia gestió del canal per arribar a tothom.

Iberia: per patrocinar Fitur LGTB, una eina de normalització.

&other stories: per la seva lluita contra la discriminació interseccional.

Toyota: per la seva revolució imparabile.

Toy Planet: perquè les nenes també han d'aprendre a liderar i els nens a tenir cura.

Audi: perquè estan disposats a canviar el joc.

Netflix: perquè tenen clar que el seu client també és LGTB.

Lilly: pel seu compromís amb el talent independentment de la seva identitat sexual.

Universidad Complutense: per la seva innovació en la gestió de la diversitat LGTB.

First Dates de Cuatro: per treure la intersexualitat del l'oblit.

George Washington School y Taste of America: pel seu recolzament a It gets better.

La Caixa: per treballar per la inclusió laboral de les persones amb VIH.

Generalitat de Catalunya, Diputación y Ayuntamiento de Barcelona: per la seva feina coordinada a l'hora de generar valor compartit en la lluita contra l'LGTFbòbia.

Comunidad de Madrid: pel seu recolzament constant a la lluita pels drets LGTB.

MILLORS PRÀCTIQUES A AEQUALIS 2017



Exaccta: inclusió real de les persones Trans*.

Ron Legendario: inclusió LGTBI a través del turisme i l'oci.

Volando Voy: inclusió de la diversitat LGTBI també als pobles..

Sumarroca y True Colors: inclusió i filantropia.

Sadaliar: per una inclusió de les persones Trans* basada en la meritocràcia.

Hoteles Ritual: col·laboració amb les associacions i inclusió de les persones Trans*.

Ilunion y ONCE: per la seva visibilització de la diversitat sexual.

Magnum: visibilitat lèsbica.

ING: per la lluita contra la discriminació de les persones LGTBI i de la gent gran.

Catalana de Occidente: per treballar per l'eradicació del sexisme entre els més petits.

Samsung: per col·laborar en l'eradicació dels rols de gènere.

Generalitat de Catalunya: per defensar tots els models de família.

La Grossa: per defensar els afectes de tots i totes.

Telemadrid: per visibilitzar l'orgull de tots els madrilenys.

Nielsen: per la seva feina de recerca per donar a conèixer el consumidor LGTBI.

Shangay: per una llarga feina aglutinant la comunitat LGTBI.

Uría Menéndez y Hogan Lovells: per la seva feina pro-bono i el recolzament a associacions LGTBI. .

Accenture: per una estratègia impecable D&I basada en el cicle de vida de l'empleat.

Banco de Santander, Lilly, SAP y Amadeus: pel seu compromís amb la sensibilització sobre la diversitat LGTBI.

Telefónica: per la seva labor de sensibilització amb els més joves.

**Aequalis
5^a Edició**

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

47

MILLORS PRÀCTIQUES A AEQUALIS 2018



Aequalis 5ª Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

48

Accenture pel seu cicle de vida de l'empleat inclusiu.

Adidas per impulsar la inclusió en l'esport.

Airbus per contribuir generant valor compartit.

Altadis pel compromís de l'alta direcció.

El Corte Inglés per la seva col·laboració público-privada

IBM per la seva xarxa d'aliats dins i fora de la firma.

Ilunion pel seu pla estratègic, planificar i mesurar.

P&G un lloc de treball segur construeix una marca inclusiva.

Sodexo, el referent humà i corporatiu.

Telefónica, per entestar-se a visibilitzar la diversitat LGBT.

Televisió de Catalunya, comunicació responsable.

UCM Lideratge acadèmic a la inclusió. n

Uría y Menéndez, obrint la bretxa en un sector gens fàcil.

BIBLIOGRAFIA I LECTURES RECOMANADES

- Alberdi, I.** (1999). La nueva familia española. Madrid: Taurus.
- Alberdi, I., Escario, P.**(2007). Los hombres jóvenes y la paternidad. Bilbao: Fundación BBVA.
- Alonso, M.** (2012). Best Inclusion Practices, LGTBI Diversity. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Aragón, S.** (2015). El gobierno organizativo de la Innovación: Validación exploratoria en España de un nuevo subdominio de la gestión de la innovación en las organizaciones. Segovia: IE University.
- Arendt, H.** (1998). The Human Condition. Chicago: The University of Chicago Press.
- Ashok, V.** (2015) Stonewall Top 100 Employers 2015. United Kingdom: Stonewall.
- Becker, G.** (1987). Tratado sobre la familia. Madrid: Alianza Editorial.
- Bestard, J.** (1998). Parentesco y Modernidad. Barcelona: Paidós.
- Beer, S.** (1985). Diagnosing the System for Organizations. Chichester: Wiley & sons.
- Black, D., Hoda, M. Seth, S. and Taylor L.** (2003) The earnings effects of sexual orientation. Industrial and Labor Relations Review 56(3): 449-469.
- Borrillo, D.** (2001). Homofobia. Barcelona: Bellaterra.
- Brown, S., Light, R.L.** (2012). "Women's sport leadership styles as the result of interaction between feminine and masculine approaches." Asia-Pacific Journal of Health, Sport & Physical Education; Vol. 3 n 3, p185.
- Burrell, L.** (2016). We Just Can't Handle Diversity. Harvard Business Review. (July-August) Boston
- Bustos Moreno, Y.** (2008). La transexualidad (De acuerdo a la Ley 3/2007, de 15 de marzo). Madrid: Dykinson.
- Butler, J.** (1997). Lenguaje Poder e identidad. Madrid: Ediciones Síntesis.
- Cabanas, C., Morales, E., Molinero, S.**(2014) Mujeres en la Alta Dirección en España. Madrid, Centro de Gobierno Corporativo Iberdrola, Fundación IE, Mutua Madrileña y PWC.
- Cabanas, C.** (2011). Modelo de desarrollo de la carrera profesional: Entretejiendo factores individuales y organizativos en busca de la felicidad. Tesis doctoral no publicada. Segovia, IE Universidad.
- Calera, A.M., Ribé M.C., Llates R., Morales M.L., Muñoz C., Juncal A., Estrada M. y Rodríguez J.A.** (1961). Enciclopedia de la Mujer. Barcelona: Editorial Vergara.
- Capell, B.** (2015). Una cuestión de confianza, la visibilidad LGTBI en el lugar de trabajo. Barcelona: Future of Work Chair ESADE Business School.
- Carabantes, P.** (2012). Repensando el "sexenio dorado" del deporte español en términos de representaciones de masculinidades. Tesina de investigación no publicada. Instituto Universitario de Estudios de la Mujer, Universidad Autónoma de Madrid.
- Carrington, Ch.** (1999). No place like home, Relationship and family life among lesbians and gay men. Chicago: The University of Chicago Press.
- Cascio, W.** (2000). Costing Human Resources: The Financial Impact of Behaviour in Organizations. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Cascio, W.** (2006). Managing human resources: Productivity, quality of life, profits. New York, McGraw Hill International.
- Cashmore, E.** (2005). Making sense of sports. Nueva York: Routledge.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).** (2004). 2568 Barómetro Junio 2004 En: http://www.cis.es/cis/open/cm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=3994.
- Coll-Planas, G., Vidal, M.** (2013). Dibujando el género. Madrid/Barcelona: Egales.
- Comas, D.** (1995). Trabajo, Género, Cultura. La construcción de desigualdades entre hombres y mujeres. Barcelona: Icaria.
- Connell, R.W.** (2003). Masculinidades México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Constitución Española 1978**, de 29 de diciembre, Boletín Oficial del Estado (BOE) nº 311, Madrid, España.
- Corcoran, K., Crusius, J. and Mussweiler, T.** (2011) Social Comparison: Motives, standards, and mechanisms. In D. Chadee (Ed.), Theories in social psychology (pp. 119-139). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Crossan, M. & Apaydin, M.** (2011) A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature, Journal of Management Studies, 47:6 September 2010.
- De Ahern, D.D. y Bliss, B.** (1976). The Economics of Being a Woman Nueva York: MacGraw-Hill.
- De Anca, C. y Aragón, S.** (2017). Innovación y Diversidad: Dos desconocidos destinados a entenderse. Madrid: IE Foundation, Fundación Diversidad de Fundación Alares.
- De Anca, C. y Vázquez, A.** (2005). La Gestión de la Diversidad en la Organización, Madrid: Global FT

Aequalis
5ª Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

49

Prentice Hall Financial Times.

- De Anca, C. (2012).** Beyond Tribalism, Managing Identities in a Diverse World. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- De Anca, C. and Aragon, S. (2007)** “La mujer directiva en España: Catalizadores e inhibidores en las decisiones de trayectoria profesional”. Academia, Revista Latino Americana de Administración; Bogota: Publicación del consejo Latinoamericano de escuelas de administración nº 38 pp 45-63.
- De Lama Aymá, A. (2013).** Discriminación Múltiple. ADC, Tomo LXVI, Fasc 1. Barcelona. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Del Valle, T. (Coord.) J.M. Apaolaza, F., Arbe. J., Cucó,C., Díez, M.L. Esteban, F. Etxeberria y V. Maquieira (2002).** Modelos Emergentes en los sistemas y relaciones de género. Madrid: Narcea.
- Dobbin, F. y Kalev, A. (2016).** Why Diversity Programs Fail. Harvard Business Review. Boston
- Durán, M.A. (1972).** El trabajo de la mujer en España, un estudio sociológico. Madrid: Editorial Tecnos,
- (1986). La Jornada Interminable. Barcelona: Icaria.
- (1991). El tiempo en la Economía Española ICE La Economía y el Tiempo, Madrid 695, 9-48.
- (2005). Mujeres y Hombres Siglo XXI. Revista Cuenta y Razón del Pensamiento, 138, 45-60.
- Duran, M.A. (Coord.) Heras D. García C. Caillavet F. y Moyer M. (1988).** De puertas adentro Madrid: Ministerio de Cultura, Instituto de la Mujer.
- Eisenstein, Z. (1979).** El Estado de la Familia patriarcal y las madres que trabajan En Teoría, 1, 135-168.
- Encuesta de Empleo del Tiempo.** Proyecto diciembre 2009. (2009-2010). Instituto Nacional de Estadística (INE). http://www.ine.es/docutrab/empleotiempo/proyecto_eet09.pdf
- Encuesta anual de estructura salarial.** Serie 2008-2011, Instituto Nacional de Estadística (INE). <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t22/p133&file=inebase>.
- Encuesta de Población Activa (2013).** Instituto Nacional de Estadística (INE). http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t22/e308_mnu&file=inebase .
- E&Y (2013).** Women Athletes Business Network, Perspectives on sport and teams: <http://www.ey.com/BR/pt/About-us/Our-sponsorships-and-programs/Women-Athletes-Global-Leadership-Network---perspectives-on-sport-and-teams>.
- Fausto-Sterling, A. (1993).** The five sexes: Why Male and Female are not good enough. The Sciences, marzo-abril 20-24.
- Florida, R. (2002).** The Rise of Creative Class. Basic Books.
- Fogarty, M.P., Rapoport R. Y Rapoport R.N. (1971).** Sex, Career and Family. Including an International Review of Women`s roles. London: George Allen and Unwin.
- Forward, S. (1990).** Toxic parents. Overcoming their hurtful legacy and reclaiming your life, New York: Bantam.
- Foucault, M. (2006).** Historia de la sexualidad 1: La voluntad del saber. Ensayo introductorio Julia Varela y Fernando Álvarez-Uria. Madrid: Siglo XXI.
- Foucault, M., Serrano A. (Ed.) (2007).** Herculine Barbin llamada Alexina B. Madrid: Ediciones Talasa.
- Friedman, S. y Greenhaus J. (2000).** Work and Family: Allies or Enemies. New York: Oxford University Press.
- Gabriel, C. & Herranz, D. (2017)** Las personas LGTBI en el ámbito del empleo en España: Hacia espacios de trabajo inclusivos con la orientación sexual e identidad y expresión de género. Madrid: Instituto de la Mujer y para la igualdad de oportunidades.
- Galinsky, E., Bond, J. y Hill, E. (2004).** When Work Works: A status report on workplace flexibility Families and Work Institute.
- Generelo, J. (Coord.) Pichardo J., Romero M., Martín, N., Castañón S., Maquieira V., Martín L., Molinuevo B., Moreno O. y Gómez A.B. (2003).** Homofobia en el Sistema Educativo. Madrid: COGAM.
- Generelo, J., Gomez A., Ferrándiz J.L., Gachitorea M., Montero P., Hidalgo P., (2012).** Acoso escolar homofóbico y riesgo de suicidio en adolescentes y jóvenes LGB Madrid: Área de Educación de FELGTB y Comisión de Educación de COGAM.
- Giddens, A. (2008).** La transformación de la intimidad, Sexualidad, amor, erotismo en las sociedades modernas Madrid: Cátedra.
- Goleman, D. (2009).** Inteligencia Emocional. Barcelona: Editorial Kairós.
- Gonzalez Herrera, D. (2017).** Dictamen relativo a las leyes autonómicas en materia de igualdad social y no discriminación de las personas LGTBI+. Jornada de trabajo de Mercado laboral, políticas de empleo y diversidad en la empresa en la Estrategia Estatal LGTBII. Salamanca: Universidad

- de Salamanca.
- Gordon, J.R. y Whelan, K.S.** (1998). Successful professional women in midlife: how organizations can more effectively understand and respond to the challenges *The Academy of Management* 12 (1) 8-23.
- Gratty, B.** (1967). *Social Dimensions of Physical Activity*. London: Prentice Hall Inc. Englewood Cliffs.
- Guash, O.** (2000). *La crisis de la heterosexualidad*. Ediciones Barcelona: Laertes.
- Gutierrez, V.L., Cruz, J., Ródenas, M.** (2015). *Corpus Jurídico de la familia homoparental*. Madrid: Transexualia AET.
- Hall, A., Messner, M. y Sabo, D.** (Ed.) (1990). How should we theorize gender in the context of sports? *En Sport, men and the gender order: Critical feminist perspectives*. Champaign, IL: Human Kinetics Press: 223-239.
- Hall, E.T.** (1989). *Beyond Culture*. New York: Anchor Books a Division of Radom House.
- Haraway, D.** (1988). Situated Knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist Studies*, 14, nº 3, 575-599.
- Harlow, H.F.** (1958). The nature of love. *American Psychologist*. 13. 673-685.
- Harris, M.** (1997). *Culture, people, nature, an introduction to general anthropology*. New York: Longman Reading.
- Herring, C., Henderson, L.** (2015) *Diversity in organizations, a critical examination*. New York and London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Hite, S.** (1993). *Women as Revolutionary Agents of Change, The Hite Reports and Beyond Wisconsin: The University of Wisconsin Press*.
- (2000). *Sexo y negocios*. Madrid: Financial Times. Prentice Hall.
- Hofstede, G.** (2001). *Culture´s consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. London: Ed. Sage.
- Human Rights Campaign** (2013). *Corporate Equality Index 2013*
<http://www.hrc.org/corporate-equality-index>.
- EADA & ICSA** (2017). *Diferencias salariales y cuota de presencia femenina*.
<http://www.icsarrhh.com/descargar-informes-gratuitos/>
- ICSA** (2013). 7º Informe Diferencias retributivas hombre-mujer www.icsa.com.
- Instituto de la mujer** (2013). *Mujeres en Cifras: Poder y Toma de Decisiones*. <http://www.inmujer.gob.es/estadisticas/portada/home.htm>.
- Organización para la cooperación y desarrollo económico (OCDE)** (2012). *Informe PISA: Programme for International Student Assessment*.<http://www.oecd.org/pisa/pisaenespaol.htm>.
Accedido en julio 2013.
- Judiesch, M. y Lyness, K.** (1999). Left behind? The impact of leaves and absences on managers career success. *The Academy of Management Journal*, 42 (6) 641-651.
- Jung, C.G.** (1954). *The Archetypes and the Collective Unconscious* Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Kaufmann, Alicia. K** (2007), *Mujeres directivas: Transición hacia la alta dirección*, Madrid: CIS.
- Kinsey, A.C.** (1998). *Sexual Behavior in the Human Female*. Bloomington: Indiana University Press.
- (1998). *Sexual Behaviour in the Human Male*. Bloomington: Indiana University Press.
- Kirchmeyer, C.** (1998). Determinants of managerial career success: evidence and explanation of male female differences. *Journal of Management*, 24. 673-921. : Pearson Education, Inc.
- Kotter, J.P.** (2012). *Leading Change, Boston, Massachusetts, Harvard Business Review Press*.
- Kroeber, A.L. Parsons T.** (1958). The concepts of culture and of social system *The American Sociological Review* 23, 582-3.
- Lerner, G.** (1990). *La creación del patriarcado*. Barcelona: Ediciones Crítica.
- Ley 16/1970 del 4 de Agosto de 1970**, sobre peligrosidad y rehabilitación social. 6 de agosto de 1970, Boletín Oficial del Estado (BOE) nº 187, Madrid, España.
- Ley 77/1978, de 26 de diciembre**, de modificación de la Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social y de su Reglamento. 11 de enero de 1979, Boletín Oficial del Estado (BOE) nº 10, Madrid, España.
- Ley 27/2011, de 1 de agosto**, sobre actualización, adecuación y modernización del sistema de Seguridad Social. Martes 2 de agosto de 2011, Boletín Oficial del Estado (BOE) nº 184, Madrid, España.
- Ley 13/2005, de 1 de julio**, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a contraer matrimonio. «BOE» núm. 157, Madrid, España.
- Ley 3/2007, de 15 de marzo**, reguladora de la rectificación registral de la mención relativa al sexo de las personas. núm. 65, Madrid, España.
- Ley 2/2016, de 29 de marzo**, de identidad y expresión de género e igualdad social y no discrimi-

nación de la Comunidad de Madrid. «BOCM» núm. 98, Comunidad de Madrid.

Llei 11/2014, del 10 d'octubre, per garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals, transgènere i intersexuals i per erradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia. «DOGC» núm. 6730, Generalitat de Catalunya.

Madrazo García de Lomana, R., (2013) Nuevo comportamiento laboral de las mujeres españolas. El impacto de la inmigración, España: Civitas Thomson Reuters.

Mckinsey & Co. (2015) Diversity Matters. London: Mckinsey&Co.

Maslow, A. (1998). El hombre autorrealizado Hacia una psicología del ser. Madrid: Kairós.

Martín Romero, L., Ródenas, M., Villaamil, F. (2009). Necesidades de la población transexual y homosexual en el municipio de Madrid. Madrid: Transexualia.

Mateos de Cabo, R., Gimeno, R. y Escot, L. (2010). Discriminación en consejos de administración: Análisis e implicaciones económicas. Revista de Economía Aplicada EA (vol. XVIII) 53: 202-208.

Meil, G. (2003). Las uniones de hecho en España. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, Siglo XXI.

Millington, M. (2007). Hombres in/visible. La representación de la masculinidad en la ficción latinoamericana. Bogotá: Colección tierra firme. Serie Continente Americano, Fondo de Cultura Económica de Bogotá.

Ministerio de Educación Cultura y Deporte (2013). Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE) en <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/participacion-publica/lomce.html>. Accedido en septiembre 2013.

Morse, G. (2016) Designing a Bias-Free Organization, Harvard Business Review (July-August) Boston.

Mosley, R. (2014). Employer Brand Management, Practical Lessons from the World's Leading Employees. UK: John Wiley and sons Ltd.

Murillo, S. (2006). El Mito de la Vida Privada, de la entrega al tiempo propio Madrid: Siglo XXI.

Nadal, T. (2015) Todo se puede entrenar. Barcelona: Alienta.

Organización Mundial del Trabajo (OIT) (2013). Domestic Workers across the world. <http://www.ilo.org/global/topics/domestic-workers/lang--es/index.htm> Accedido julio de 2013.

Ortega y Gasset, J. (1962). Historia como Sistema. Madrid: Revista de Occidente, S.A.

Ordoñez, E. J. (2017) El machismo también daña a los hombres ¿hace falta una nueva masculinidad? Yorokobu, (90) Madrid: Brand & Roses.

Pérez, J.M. (2012). La Reforma del Régimen Jurídico del personal al servicio del hogar familiar. Revista del Consejo General de la Abogacía Española. Nº 73 Abril.

Perlow, L. (1997). Finding Time: How Corporations, Individuals and families can benefit from New Work Practices New York: Cornell University Press.

Pew Research Center (2014) Global views on morality <http://www.pewglobal.org/2014/04/15/global-morality/table/homosexuality/>

PFLAG National. (2014) The Guide to being a trans ally. Washington PFLAG National Office.

Pichardo, J.I. (2009). Entender la diversidad familiar, relaciones homosexuales y nuevos modelos de familia. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

Pichardo, J.I. (Coord.), Stéfano Barbero, M., Sánchez Sáinz, M., Puche Cabezas, L., Molinuevo Puras, B., Moreno Cabeza, O. (2014) Diversidad y convivencia, una oportunidad educativa. Madrid: Departamento de Antropología Social UCM.

Pichardo, J.I. (Coord.), Stéfano Barbero, M., Faure, J., Sáenz, M., William Ramos, J. (2015). Abrazar la diversidad: propuestas para una educación libre de acoso homofóbico y transfóbico y su versión en inglés Embracing Diversity: proposals for an education free of homophobia and transphobia. Madrid: Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades.

Platero, R.L. (2015) Transexualidades, acompañamiento, factores de salud y recursos educativos. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

Ragins, B.R. y Sundstrom E., (1989). Gender and Power in Organizations: A Longitudinal Perspective. Psychological Bulletin 105. 51- 73.

Rebollo Norberto, J., Gisbert, I., Martín-Pérez, A., Petrov Petrov, C., Pascual, G., Moreno, C., Generelo, J. (2016) Informe EMIDIS 2016, Estrategias y buenas prácticas de las empresas en España en la gestión de la diversidad sexual y de género (DSG). Madrid: FELGTB.

Real Decreto 1631/2006, de 29 de diciembre por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria. Viernes 5 de enero de 2007, Boletín Oficial del Estado (BOE) nº5, Madrid, España.

Richmond, K. (2004). Las mujeres en el fascismo español. La Sección Femenina de la Falange 1934-1959 Madrid: Alianza Editorial,

Rubin, Z. (1970). Measurement of Romantic love. Journal of Personality and Social Psychology, vol 16 Nº2 265-273.

- Sabia, J.J. y Wooden, M.** (2015) Sexual identity, earnings, and labour market dynamics. New evidence from longitudinal data in Australia: Melbourne Institute of Applied Economic and Social Research. Universidad de Melbourne.
- Sampedro, J.L.** (2000). El amante lesbiano, Madrid: Plaza y Janés.
- Salazar Benítez, O.** (2013) Masculinidades y Ciudadanía: España, Dykinson.
- Simonis, A.** (2005). Educar en la Diversidad. Barcelona: Laertes.
- Stone, A.L.** (2012). Gay Rights at the Ballot Box. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Straight for Equality** (2007). Guide to being a trans ally. Washington: PFLAG National Office.
- Stroh, L., Brett, J. y Reilly, A.,** (1992). All the Right Stuff; A Comparison of Female and Male Managers' Career Progression. *Journal of Applied Psychology*, 77 (3), 251-261.
- Teresa de Jesús.** (1998). Camino de Perfección. Madrid: Colección Centenario España.
- Tharenou, P.** (1999). Is there a link between family structures and women's and men's managerial career advancement? *Journal of Organizational Behaviour*, 20, 837-863.
- Tharenou, P., Latimer, S. y Conroy, D.** (1994). How do you make it to the Top? An examination of influences on Women's and Men's managerial advancement. *Academy of Management Journal*, 37 (4), 899-931.
- Trefalt, S. y Perlow, L.** (2005). Learning from women who make it work: A call for dynamic flexibility. En *Qualitative Organizational Research: Best papers from the Davis Conference on Qualitative Research*. Elsbach, K. (Ed.) 227-252 Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- Vidarte, F.** (2007). Ética Marica Madrid: Egalés.
- Vroom, V.** (1964). Work and Motivation. Oxford, England: Wiley.
- Welch, J. y Jack, J. A.,** (Ed.) (2001). What I've learned leading a great company and great people. London: Headline Book Publishing.
- Welzer-Lang, D.** (Coord.) Dutey P. Dorais M. (1994). L'homophobie: la face cachée du masculin. En *La peur de l'autre en soi. Du sexisme à l'homophobie* Montreal: VLB.
- Weston, K.** (1991). Families we choose. Lesbians Gays kinship. Nueva York: Columbia University Press. (En Pichardo, 2009).
- Witting, M.** (2006). "El pensamiento heterosexual y otros ensayos". Madrid: Egalés.
- Azañón, A., Cabezos, F., Gonzalez, F., García I., Ramos, J., Marín M.J., Fernandez M.** (2016) Personas Trans en el ámbito laboral, guía para el proceso de transición. Madrid: FSC CCOO y FELGTB.
- Mayer, R.C., Warr R.S., Zhao J.** (2017) Do Pro-Diversity Policies Improve Corporate Innovation? North Carolina: Financial Management Association International.
- Brands, R., Fernandez Mateo, I.,** (2017) Women are less likely to apply for executive roles if they have been rejected before. Boston: Harvard Business Review

Aequalis
5ª Edició

Millors
pràctiques
en la gestió
de la
diversitat
LGBTI

Millors pràctiques en la gestió de la diversitat LGBTI



Aequalis 5^a Edició

Document elaborat per:

Driversity



Dissenyat per:

Laia Ventayol

Amb la col·laboració de:



**Generalitat
de Catalunya**



**Diputació
de Barcelona**



Agraïments:



Lesworking
LESBIAN NETWORKING



aepal
comerç, oci,
turisme i cultura goutfriendly



Transexualia
Asociación Española
de Transexuales

mujeres  Cia.

MIRALES 