

Hacer frente a la discriminación contra
las personas lesbianas, gais, bisexuales,
trans e intersexuales

NORMAS DE CONDUCTA PARA LAS EMPRESAS



UNITED NATIONS
HUMAN RIGHTS
OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER



Hacer frente a la discriminación contra
las personas lesbianas, gais, bisexuales,
trans e intersexuales

NORMAS DE CONDUCTA PARA LAS EMPRESAS



UNITED NATIONS
HUMAN RIGHTS
OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER

El equipo que realizo este trabajo incluye:

SALIL TRIPATHI

Asesor principal, Problemas Mundiales
Instituto de los Derechos Humanos y Negocios

CHARLES RADCLIFFE

Jefe de la sección de Igualdad y No-discriminación
Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para
los Derechos Humanos (ACNUDH) en Nueva York

FABRICE HOUDART

Oficial de Derechos Humanos, ACNUDH Nueva York

TABLA DE CONTENIDO

3

Resumen

8

Normas de
conducta

14

Documento de
antecedentes

32

Apéndice
estudios de casos



“Para avanzar más rápidamente en todo el mundo hacia la igualdad de las personas lesbianas, gays, bisexuales, trans e intersexuales, las empresas no solo tendrán que cumplir sus responsabilidades en materia de derechos humanos, sino que deberán ser agentes de cambio”.

Zeid Ra'ad Al Hussein,
Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos

MENSAJE DEL ALTO COMISIONADO

Los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos establecen normas claras para que el sector privado respete los derechos humanos internacionales. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas brinda una plataforma a las empresas para que apliquen esas normas y las promuevan en la sociedad en general.

Las presentes Normas de Conducta se fundamentan en los Principios Rectores y en el Pacto Mundial y ofrecen orientación a las empresas sobre cómo cumplir su responsabilidad de respetar los derechos de todos, incluidos, en este caso, los derechos de las personas lesbianas, gays, bisexuales, trans e intersexuales (LGBTI). Ello supone tratar equitativamente a las personas LGBTI en el lugar de trabajo y analizar las prácticas empresariales de principio a fin de la cadena de suministro para velar por que se haga frente a la discriminación en todo momento. No obstante, las Normas de Conducta van un paso más allá en la reivindicación de la implicación de las empresas, ya que presentan las múltiples oportunidades que estas tienen de contribuir a generar un cambio social positivo más amplio en las comunidades en que realizan sus operaciones.

La idea de estas Normas surgió en una mesa redonda en la que participé en la reunión anual del Foro Económico Mundial que se celebró en Davos en 2016. Fue un punto de inflexión en una conversación que llevaba pendiente desde hacía tiempo entre prominentes directivos empresariales y activistas sobre las medidas prácticas que las empresas pueden y deben adoptar para hacer frente a la discriminación de las personas LGBTI, más allá de las políticas internas de diversidad e inclusión de que ya disponen las grandes empresas, cuya importancia es innegable.

Este último año, mi Oficina ha celebrado, conjuntamente con la entidad Institute for Human Rights and Business, una serie de reuniones consultivas regionales con representantes de empresas y la sociedad civil en Europa, África, Asia y América en las que escuchamos las experiencias y las ideas de la gente, muchas de las cuales figuran en el presente informe. Doy las gracias a todas las personas que participaron en ellas, así como a muchas otras que participaron por medios electrónicos.

La influencia de las empresas puede acelerar el ritmo de cambio. Las empresas de todo el mundo, grandes y pequeñas, locales y multinacionales, tienen la oportunidad de utilizar su posición y sus relaciones con diversos interesados locales para contribuir a lograr una mayor igualdad para las personas LGBTI. Sabemos por experiencia que cada vez que disminuye la discriminación, todo el mundo se beneficia.

Considero que estas Normas de Conducta constituyen un paso adelante para ayudar a las empresas a traducir sus compromisos de derechos humanos en medidas prácticas sobre el terreno y una oportunidad potencialmente importante de ampliar la contribución de las empresas a la lucha contra las prácticas discriminatorias en todo el mundo.



Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos
Septiembre de 2017

Estas normas de conducta son también la oportunidad de ir más allá de la participación de las empresas, señalando las muchas oportunidades que tienen las empresas para contribuir a cambios sociales positivos en las comunidades donde tienen negocios.



RESUMEN

La décennie écoulée a vu dans de nombreuses régions du monde l'accomplissement d'importants progrès dans les vies de millions de lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres et intersexués (LGBTI), qui ont profité d'une série de réformes juridiques et, dans certains cas, de l'évolution des mentalités. Cependant, ces progrès sont partiels et inégaux, avec de grandes avancées dans certains pays et pour certaines communautés, et une absence de progrès, voire des reculs, dans d'autres. Les relations librement consenties entre personnes de même sexe sont toujours considérées comme une infraction dans 73 pays, ils sont très peu nombreux à protéger les droits des transgenres et il n'y a en que quelques-uns qui protègent les droits des intersexués. Dans la plupart des pays, la protection contre la discrimination fondée sur l'orientation sexuelle et l'identité de genre est au mieux insuffisante. Même dans les pays qui ont fait d'importants progrès, les LGBTI se heurtent à des obstacles considérables, les études indiquant qu'ils sont plus susceptibles que le reste de la population d'être harcelés à l'école et traités injustement au travail ou de se voir refuser l'accès aux services de base.

Il est du devoir des entreprises de respecter les normes internationales en ce qui concerne les droits fondamentaux et de s'assurer qu'elles respectent les droits de chacun, y compris ceux des LGBTI. Cela vaut quels que soient la taille de l'entreprise, sa structure, son secteur d'activité ou son site d'activité. Les entreprises sont souvent en mesure de promouvoir la diversité et une culture de respect et d'égalité aussi bien sur le lieu de travail que dans les collectivités où elles et leurs partenaires commerciaux mènent leurs activités. De nombreuses sociétés ont constaté que le fait de lutter activement contre la discrimination et de promouvoir la diversité et l'inclusion présentait aussi des avantages économiques - en permettant de trouver de nouveaux talents, en améliorant la prise de décisions et en s'attirant la loyauté des clients et des investisseurs.

En 2000, l'Organisation des Nations Unies a lancé le Pacte mondial des Nations Unies, la plus grande initiative de responsabilité d'entreprise à avoir jamais vu le jour, pour encourager les entreprises à respecter les principes universels et à contribuer à l'avènement d'une économie mondiale plus durable et plus inclusive. Dix ans plus tard, en 2011, le Conseil des droits de l'homme de l'ONU a approuvé les Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, en affirmant qu'il est de la responsabilité de chaque entreprise de respecter les droits fondamentaux, et en demandant aux entreprises d'éviter de porter atteinte à ces droits et de remédier aux incidences négatives que leurs activités pourraient avoir sur eux. En 2015, les États Membres de l'ONU sont convenus d'arrêter 17 objectifs de développement durable, en promettant de « ne pas faire de laissés-pour-compte ». La réalisation de ces objectifs, parmi lesquels la lutte contre la discrimination et la marginalisation sociales et économiques, dépend maintenant des efforts collectifs que déploieront, non seulement les gouvernements, mais aussi la société civile et les entreprises.

la mayoría está recién empezando a lidiar con estos temas, el conocimiento adquirido y las mejores prácticas siguen escasos.

Cada vez hay más conciencia de la importancia que revisten las empresas para reducir la discriminación y promover la diversidad, y muchas de ellas ya han tomado medidas para llevar a la práctica su compromiso con la inclusión del colectivo LGBTI. Pese a ello, la mayoría aún están comenzando a tratar estas cuestiones, y las mejores prácticas y los conocimientos acumulados al respecto son reducidos, particularmente en entornos que son hostiles a las personas LGBTI. En líneas generales, el enfoque del sector empresarial ha sido de carácter ad hoc y poco sistemático: algunas empresas mundiales promueven la igualdad del colectivo LGBTI en su país de origen, pero no tanto en el extranjero; otras se manifiestan en entornos relativamente propicios, si bien se mantienen en silencio en contextos en que la protección de los derechos de las personas LGBTI es deficiente o inexistente; y algunas tienen políticas de protección de las personas lesbianas, gays y bisexuales, pero aún no han adoptado medidas para proteger a las personas trans e intersexuales.

Las Normas de Conducta, que se resumen a continuación y se exponen en mayor detalle más adelante, brindan orientación práctica a las empresas sobre cómo respetar y apoyar los derechos de las personas LGBTI en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Han sido redactadas por la Oficina de las Naciones Unidas de Derechos Humanos en colaboración con la entidad Institute for Human Rights and Business y se basan en el resultado de una serie de consultas regionales celebradas en 2016 y 2017 en Mumbai, Nueva York, Kampala y Bruselas. Su finalidad es ayudar a las empresas a examinar sus políticas y prácticas y establecer otras nuevas con miras a respetar y promover los derechos humanos de las personas LGBTI.

Las Normas se fundamentan en el derecho internacional de los derechos humanos y son acordes con los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos. Las Normas se fundamentan en el derecho internacional de los derechos humanos y son acordes con los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

Las Normas están en acuerdo a normas existentes de derechos humanos internacionales y también están de acuerdo al Guía de Principios de las Naciones Unidas para Negocios y Derechos Humanos.

Las cinco Normas

En todo momento

- 1 RESPETAR LOS DERECHOS HUMANOS.** Es responsabilidad de todas las empresas respetar los derechos humanos, incluidos los derechos de las personas LGBTI, en sus operaciones y relaciones comerciales. Las empresas han de formular políticas, ejercer la diligencia debida y, en los casos en que sus decisiones o actividades hayan repercutido negativamente en el disfrute de los derechos humanos, remediar dichas repercusiones. También deben establecer mecanismos para vigilar que cumplan las normas de derechos humanos y para informar al respecto. En situaciones en que se haya documentado un gran número de violaciones de los derechos humanos de las personas LGBTI, incluidos los países que dispongan de leyes y prácticas discriminatorias, las empresas deberán ejercer una mayor diligencia debida para asegurarse de que respetan los derechos de las personas LGBTI.

En el lugar de trabajo

- 2 ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN.** Los empleados y otras personas con que traten las empresas tienen derecho a no ser discriminados. Las empresas deben asegurarse de que no existe discriminación en la contratación, el empleo, las condiciones laborales, las prestaciones, el respeto de la intimidad y el tratamiento del acoso.
- 3 PRESTAR APOYO.** Las personas LGBTI son empleados, gerentes, propietarios de empresas, clientes y miembros de la comunidad, entre otras cosas, y sin embargo muchas de ellas se enfrentan a enormes obstáculos para ser aceptadas e incluidas en el lugar de trabajo. Las empresas han de crear un entorno positivo y afirmativo en su organización para que los empleados LGBTI puedan trabajar con dignidad y sin estigma. Esta norma requiere que las empresas vayan más allá de la igualdad de prestaciones y adopten medidas para garantizar la inclusión, lo que supone atender las necesidades específicas de las personas LGBTI en el lugar de trabajo.

En el mercado

- 4 PREVENIR OTRAS VIOLACIONES DE LOS DERECHOS HUMANOS.** Las empresas deben asegurarse de que no discriminan a los proveedores y distribuidores LGBTI ni a los clientes LGBTI a la hora de que estos accedan a sus productos y servicios. Además, en sus relaciones comerciales deben asegurarse de que sus socios no discriminen. Si algún socio discrimina a las personas LGBTI, las empresas deben utilizar su posición para tratar de evitar tal acto de discriminación. Ello implica no solo ya evitar la discriminación, sino hacer frente a problemas de violencia, acoso, intimidación, malos tratos, incitación a la violencia y otros abusos contra las personas LGBTI en que las empresas puedan estar implicadas por medio de sus productos, servicios o relaciones comerciales. Las empresas deben asegurarse asimismo de que los clientes LGBTI pueden acceder a sus productos y servicios.

En la comunidad

- 5 ACTUAR EN LA ESFERA PÚBLICA.** Se alienta a las empresas a utilizar su posición para contribuir a poner fin a los abusos contra los derechos humanos en los países en que realizan sus actividades. Al hacerlo, deberán colaborar estrechamente con las comunidades y las organizaciones locales para definir qué enfoques constructivos pueden adoptar las empresas en contextos en que los marcos jurídicos y las prácticas vigentes violen los derechos humanos de las personas LGBTI. Esas medidas pueden consistir en la promoción pública, la acción colectiva, el diálogo social, la provisión de apoyo económico y en especie a las organizaciones que promuevan los derechos del colectivo LGBTI y la oposición a la validez o la implementación de medidas gubernamentales abusivas. Las empresas tendrán que ejercer una mayor diligencia debida para asegurarse de que respetan los derechos de las personas LGBTI en situaciones en que se haya documentado un gran número de violaciones de los derechos humanos, incluidos los países que dispongan de leyes y prácticas discriminatorias.

Las Normas que se acaban de presentar tienen como objeto proporcionar un conjunto de elementos de referencia para evaluar la actuación de las empresas al hacer frente a la discriminación de las personas LGBTI y a los abusos contra sus derechos humanos y promover la adopción de buenas prácticas por parte de las empresas. La Oficina de las Naciones Unidas de Derechos Humanos alienta a las empresas a hacer suyas, utilizar y tomar como referencia estas Normas y a promover que otras las utilicen. También alienta a la sociedad civil y otros interesados a tomar las Normas como base para evaluar los compromisos, las políticas y las prácticas de las empresas respecto de los derechos de las personas LGBTI y para presentar informes al respecto.

LAS CINCO NORMAS

EN TODO MOMENTO

1. Respetar los derechos humanos

EN EL LUGAR DE TRABAJO

2. Eliminar la discriminación

3. Prestar apoyo

EN EL MERCADO


4. Prevenir otras violaciones de los derechos humanos

EN LA COMUNIDAD

5. Actuar en la esfera pública



NORMAS DE CONDUCTA PARA LAS
EMPRESAS PARA HACER FRENTE
A LA DISCRIMINACIÓN CONTRA
LAS PERSONAS LESBIANAS, GAIS,
BISEXUALES, TRANS E INTERSEXUALES



En todo momento

1 RESPETAR LOS DERECHOS HUMANOS

De conformidad con los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, y en consulta con los trabajadores y sus representantes y con organizaciones LGBTI, así como con otros interesados, las empresas deben poner en práctica políticas y procesos acordes con su tamaño y sus circunstancias para asegurarse de que respetan los derechos humanos, incluidos los derechos de las personas LGBTI:

a **Compromiso en materia de políticas:**

Las empresas deben formular políticas para atender su responsabilidad de respetar los derechos humanos e incluir en ellas expresamente los derechos de las personas LGBTI.

b Diligencia debida: Las empresas deben ejercer diligencia debida para detectar, prevenir y mitigar toda repercusión negativa, potencial o real, que hayan causado o a la que hayan contribuido en el disfrute por parte de las personas LGBTI de sus derechos humanos, o que esté directamente relacionada con sus operaciones, productos, servicios y relaciones comerciales, así como para rendir cuentas sobre cómo les hacen frente. La evaluación de tales repercusiones debe hacerse en consulta con los interesados pertinentes de los países en que la empresa realice sus actividades, y en particular en este caso con las organizaciones LGBTI. Las empresas deben rendir cuentas sobre cómo hacen frente a todas las repercusiones negativas, reales o potenciales, detectadas.

c Reparación: Las empresas deben tratar de resolver toda repercusión negativa en los derechos humanos que hayan causado o a la que hayan contribuido poniendo en práctica mecanismos de reparación por sí solas o cooperando con otros procesos legítimos, lo que incluye establecer mecanismos eficaces de reclamación a nivel operacional para las personas o comunidades afectadas y participar en ellos. Esos mecanismos deben ser legítimos, accesibles, predecibles, equitativos, transparentes y compatibles con los derechos,

fomentar el aprendizaje continuo y basarse en la participación y el diálogo. No deben utilizarse para socavar la labor de resolución de controversias laborales que realizan los sindicatos legítimos ni impedir el acceso a mecanismos de reclamación judiciales o de otro tipo. Las empresas deben asegurarse de que los mecanismos de reclamación resuelven los problemas que afectan específicamente a las personas LGBTI. Un elemento esencial de todo buen mecanismo de reclamación es un sistema de protección de los denunciantes de irregularidades. Las empresas deben aprovechar su posición para influir y generar cambios en las políticas y prácticas de los socios comerciales o proveedores que discriminen a las personas LGBTI. Cuando tales esfuerzos no logren resultados que se ajusten a las normas pertinentes, las empresas deben estudiar las posibles repercusiones que tendría poner fin a la relación comercial con esos socios o proveedores y considerar la posibilidad de hacerlo, a menos que ello pudiera tener efectos negativos en los derechos humanos..

En el lugar de trabajo

2 ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN

Las empresas no deben discriminar por su orientación sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales a personas o grupos que trabajen o puedan trabajar en ellas:

a Empleo: En sus procesos de contratación, las empresas deben dar a todas las personas las mismas prestaciones, sueldos y oportunidades de capacitación o promoción, independientemente de su orientación sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales, y hacer referencia a la no discriminación por dichos motivos en los anuncios de vacante cuando sea jurídicamente viable. También deben tomar medidas para que los empleados LGBTI se sientan plenamente incluidos en la plantilla y para evitar que hayan de revelar u ocultar su identidad o condición¹. En ese sentido es crucial que el personal directivo superior e intermedio se asegure de que se apliquen sistemáticamente prácticas justas de contratación.

b Acoso y discriminación*:

Las empresas deben tomar activamente medidas para prevenir y eliminar los actos de discriminación, acoso (externo e interno) y violencia contra personas LGBTI y proteger a estas personas frente a dichos actos. Deben disponer asimismo de mecanismos de denuncia a fin de prevenir y eliminar el acoso y la discriminación en el lugar de trabajo y proteger al mismo tiempo de las represalias a los denunciantes. Las empresas deben tomar medidas para proteger al personal LGBTI frente al acoso externo detectando y atajando los problemas de seguridad en consulta con los empleados, lo que incluye asegurar su seguridad en sus desplazamientos diarios de casa al trabajo y en viajes oficiales.

c Conciencia sobre la diversidad: Las empresas deben crear conciencia entre sus empleados, y en particular entre el personal directivo, sobre los problemas en materia de derechos humanos que afrontan las personas LGBTI y asegurarse de que son conscientes de la responsabilidad que les confiere la política de empresa de respetar y hacer valer los derechos de esas personas, incluidas las que trabajen con ellos. En particular, las organizaciones deben velar por que las políticas y prácticas de traslado del personal (independientemente de su orientación sexual, identidad de género o características sexuales) informen sobre los riesgos o la posible reducción de derechos que podrían sufrir las personas LGBTI.

d Igualdad de prestaciones: Las empresas deben conceder las mismas prestaciones a todos los compañeros sentimentales, cónyuges, hijos u otras personas a cargo de sus empleados, independientemente de la orientación sexual, identidad o expresión de género o características sexuales de estos.

e Respeto de la intimidad: Las empresas deben respetar y defender el derecho a la intimidad de todas las personas, entre otras cosas manteniendo la confidencialidad y seguridad de toda información relativa a su orientación

sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales y no revelando esa información a terceros, ni siquiera a las autoridades, sin autorización expresa de la persona de que se trate. En este sentido es fundamental el cifrado de datos..

Al tratar de eliminar la discriminación en el lugar de trabajo las empresas deben asegurarse de que se ocupan de los derechos específicos de las personas trans e intersexuales, ya que los Estados y las empresas tienden a llevar un cierto retraso en lo que respecta a esos dos sectores de la comunidad LGBTI.

Las empresas deben adoptar políticas de inclusión de las personas trans, lo que supone reconocer la identidad de género del personal, los clientes y otros interesados trans que estos indiquen, independientemente de que figure o no en documentos oficiales. También implica instaurar políticas que obliguen al personal a respetar el nombre, los pronombres, los términos y el género utilizados por la persona de que se trate..

Las empresas deben adoptar políticas que defiendan y protejan los derechos del personal trans que esté en transición, incluidas las relacionadas con la modificación de los documentos de la empresa, y proporcionar capacitación y orientación al personal directivo y a los compañeros de trabajo sobre la identidad y la expresión de género.

Las empresas deben asegurarse de que sus pólizas de seguros cubran la cirugía de afirmación del género y el tratamiento y el apoyo conexos. Otros aspectos importantes que contribuyen a la inclusión del personal trans son el acceso no discriminatorio y en condiciones de seguridad a aseos y otras instalaciones separadas por sexo y la existencia de códigos no discriminatorios de vestimenta.

Las empresas deben adoptar políticas para respetar los derechos de las personas intersexuales en el trabajo, entre otras cosas en lo concerniente al acceso a servicios personales y vestuarios, códigos de vestimenta, asistencia sanitaria y atención médica.

* Algunas de las medidas concretas a ser consideradas incluyen: Un análisis de exposiciones en viajes, desarrollo de políticas para el transporte y educar a empleados sobre los riesgos de seguridad. En casos excepcionales, las empresas podrían considerar organizar escoltas para acompañar a empleados LGBTI.

3 PRESTAR APOYO

Además de políticas que eliminen la discriminación y otras violaciones de los derechos humanos, las empresas deben adoptar proactivamente medidas para crear un ambiente positivo y afirmativo en la organización que permita que los empleados LGBTI trabajen con dignidad. Asimismo, deben apoyar las iniciativas de los empleados LGBTI de creación de sus propios grupos informales de personal y brindarles las mismas oportunidades de participar en actividades fuera del trabajo que a cualquier otro grupo. Las políticas pro LGBTI son cruciales, pero para que sean eficaces y permitan atraer y retener a personal LGBTI, las empresas deben adoptar un enfoque proactivo de gran visibilidad.

En el mercado

4 PREVENIR OTRAS VIOLACIONES DE LOS DERECHOS HUMANOS

Las empresas deben detectar, prevenir y mitigar otros riesgos para los derechos humanos de las personas LGBTI que puedan ser específicos de su sector, su contexto local o sus socios e interesados. En relación con ello, las empresas deben disponer de mecanismos para que los empleados y otros interesados presenten denuncias en condiciones de seguridad, tanto si el denunciante se identifica como si se mantiene en el anonimato. Se han documentado casos de violencia, tortura y malos tratos contra personas LGBTI en escuelas, clínicas y hospitales, en detención y en el marco de operaciones de las fuerzas de la ley o de seguridad, mientras que en el sector de los medios de comunicación se han registrado casos de incitación al odio y la violencia.

Todas las empresas, y particularmente las de los sectores que se acaban de mencionar o las que interactúen con socios e interesados de

esos sectores, deben evaluar si, mediante sus operaciones o relaciones comerciales, están dando pie o contribuyendo a la violencia, el acoso, la intimidación, los malos tratos, la incitación a la violencia u otros abusos contra las personas LGBTI, y adoptar medidas concretas para prevenir y mitigar esos riesgos. Las empresas deben aprovechar su posición para impedir los abusos en casos en que sean cometidos por sus socios comerciales y, aunque ellas no los hayan causado ni hayan contribuido a ellos, estén relacionados con sus actividades, productos o servicios por medio de una relación comercial. No obstante, las medidas que corresponderá adoptar en cada caso dependerán de diversos factores, tales como el grado de influencia de la empresa sobre la entidad en cuestión, la importancia de la relación para la empresa, la gravedad del abuso y la posibilidad de que la propia rescisión de la relación con la entidad tenga consecuencias negativas en los derechos humanos.

También se debe exigir cuentas a los empleados cuya conducta menoscabe los derechos humanos ajenos. Las empresas no deben denegar productos ni servicios a personas o grupos por su orientación sexual, su identidad de género o sus características sexuales. Por otro lado, deben utilizar su posición para influir en la actuación de proveedores y asociados cuyas prácticas discriminen a las personas LGBTI o violen sus derechos de otro modo, intencionada o inintencionadamente. En algunos casos quizás convenga que las empresas se manifiesten públicamente. Un importante corolario a todo ello es que las empresas deben apoyar activamente a los socios y proveedores que proporcionen sin discriminación oportunidades, productos y servicios a las personas LGBTI o que las contraten, sobre todo en jurisdicciones en que no se respeten sus derechos.

En la comunidad

5 ACTUAR EN LA ESFERA PÚBLICA

Las empresas no pueden transformar por sí solas las sociedades en que realizan sus actividades. Aun así, es importante que adopten medidas positivas y afirmativas para respetar los derechos humanos y, donde haya oportunidades de hacerlo, defenderlos, utilizando su influencia para promover los derechos tanto de palabra como de obra.



PROMOCIÓN PÚBLICA

Las empresas deben comunicar de manera efectiva sus políticas en contextos apropiados, en consulta con los interesados locales. También deben exponer sus experiencias en esta esfera en los foros pertinentes, como el Foro sobre las Empresas y los Derechos Humanos, que se celebra anualmente, con la orientación del Grupo de Trabajo sobre los Derechos Humanos y las Empresas y con el apoyo de la Oficina de las Naciones Unidas de Derechos Humanos.



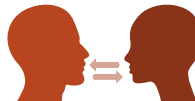
ACCIÓN COLECTIVA

Las empresas deben celebrar consultas, en colaboración con otras empresas, con organizaciones locales que trabajen para promover los derechos de las personas LGBTI acerca de las medidas que se podrían adoptar colectivamente para denunciar las leyes y prácticas discriminatorias. Deben asimismo patrocinar a grupos LGBTI locales, incluidos centros de jóvenes, centros comunitarios, grupos de promoción y organizaciones benéficas, y asociarse con ellos.



PRINCIPIOS RECTORES SOBRE LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS: IMPLICACIONES PARA LAS EMPRESAS

Las empresas deben adoptar todas las medidas jurídicas a su disposición para cuestionar y denunciar las órdenes gubernamentales que puedan dar pie a violaciones de los derechos humanos, incluidos los de las personas LGBTI, así como para retrasar e impedir la aplicación de esas órdenes.



DIÁLOGO SOCIAL

Las empresas y sus organizaciones deben celebrar negociaciones, consultas e intercambios de información con los sindicatos a nivel sectorial, regional y nacional sobre cuestiones de interés común relacionadas con los derechos de los trabajadores LGBTI.

NORMAS DE CONDUCTA PARA LAS EMPRESAS: NOTA EXPLICATIVA

- 1 Estas Normas se basan en las normas internacionales de derechos humanos vigentes.** Tienen por objeto orientar a las empresas —grandes y pequeñas, públicas y privadas, nacionales y multinacionales— sobre cómo aplicar en relación con los derechos de las personas LGBTI las normas internacionales de derechos humanos, incluidas las reflejadas en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, que dimanaron de la Declaración Universal de Derechos Humanos.
- 2 Estas Normas se derivan de derechos humanos reconocidos internacionalmente que también amparan a las personas LGBTI en virtud de los tratados internacionales de derechos humanos vigentes.** Las empresas deben respetar todos los derechos humanos de todas las personas en todas las circunstancias, y deben cumplir todas las responsabilidades en materia de derechos humanos que les incumben, enunciadas en los Principios Rectores. Como las personas LGBTI experimentan de manera desproporcionada discriminación, actos de violencia y otras violaciones conexas de los derechos humanos, es necesario prestar particular atención para asegurar que puedan ejercer sus derechos.
- 3 Estas Normas se aplican a todas las empresas, independientemente de su tamaño, sector, emplazamiento, propietario y estructura.** Si bien las empresas multinacionales y de otro tipo que realizan sus actividades en jurisdicciones en que la ley discrimina a las personas LGBTI se encuentran con dificultades específicas para cumplir su responsabilidad de respetar los derechos, las personas LGBTI sufren actos de violencia y prácticas discriminatorias en todas las regiones y los países del mundo y las normas internacionales son aplicables en todos los casos.
- 4 Para que las Normas sean eficaces, todos los sectores tendrán que analizar los riesgos y las repercusiones en contextos y países específicos y adaptar su enfoque en consecuencia.** Las Normas describen en términos generales el tipo de medidas que las empresas deben considerar poner en práctica para adecuar sus políticas y prácticas a las normas internacionales de derechos humanos. También incluyen algunas medidas optativas para promover la igualdad y combatir el estigma que convendría que aplicaran si las circunstancias lo permiten.
- 5 La aplicación de las Normas debe estar dirigida por interesados locales.** Es menos probable que las empresas pongan en marcha iniciativas poco eficaces o contraproducentes si al aplicar las Normas se respetan y entienden los parámetros locales, lo que se puede lograr promoviendo activamente la participación y la implicación de los interesados locales, y en particular las organizaciones LGBTI de la sociedad civil.
- 6 Al aplicar estas Normas las empresas deben adoptar un enfoque matizado y diferenciado, tomando en cuenta los diferentes desafíos en materia de derechos humanos a los que se enfrentan, respectivamente, las personas lesbianas, gais, bisexuales, trans e intersexuales.** Las personas LGBTI afrontan problemas en materia de derechos humanos tanto comunes como diferenciados. En determinados casos los actos de violencia o las leyes y prácticas discriminatorias pueden afectar solo a algunas de ellas. Aunque en muchos países las lagunas que existen en el marco jurídico y los problemas de protección conexas afectan a todas las personas LGBTI, es frecuente que las más perjudicadas sean las personas trans e intersexuales, ya que en la mayoría de los casos se presta muy poca atención a sus derechos humanos. Al elaborar e implementar sus políticas, las empresas deben tener presentes estas diferencias y la diversidad de la población LGBTI, lo que a menudo supondrá aplicar un enfoque distinto a cada sector de la población LGBTI. También deben tener en cuenta que las personas LGBTI pueden verse afectadas por múltiples formas de discriminación, ya sea por motivos de raza, sexo, edad, etnia, origen indígena, religión, salud, discapacidad o estatus socioeconómico.
- 7 Si bien se alienta a las empresas a apoyar, hacer suyas y tomar como referencia estas Normas al informar sobre las medidas que han aplicado para respetar y promover los derechos humanos, no existe un mecanismo para supervisar su aplicación.** La Oficina de las Naciones Unidas de Derechos Humanos alienta a las propias empresas, así como a los sindicatos, las organizaciones de la sociedad civil, las instituciones académicas y otros interesados, a que supervisen y evalúen su actuación, fijen elementos de referencia, definan y difundan buenas prácticas y dialoguen sobre posibles medidas adicionales que se podrían adoptar en consonancia con las Normas.

DOCUMENTO DE ANTECE- DENTES

En la presente sección se examinan algunos de los problemas a que se enfrentan las empresas al tratar de cumplir sus responsabilidades y contribuir en mayor medida a combatir la discriminación de miembros de la comunidad LGBTI. .

En el presente documento los términos lesbianas, gais y bisexuales hacen referencia a personas a las que les atraen otras personas de su mismo sexo, transgénero (o trans), a personas cuya identidad de género difiere del sexo que se les asignó cuando nacieron, e intersexuales, a personas cuyas características sexuales no corresponden a las nociones binarias típicas de los cuerpos masculino y femenino. Aunque estos términos son cada vez más conocidos, es posible que en algunas regiones o culturas se utilicen otros distintos.

¿Por qué unas normas de conducta?

En el último decenio ha aumentado la conciencia en todo el mundo sobre la gravedad y la magnitud de la violencia y la discriminación de que son objeto las personas LGBTI. Por eso, los debates que se mantienen en muchos países y en las Naciones Unidas se centran cada vez más en cómo poner fin a estos abusos. Más de 100 Estados Miembros han aceptado las recomendaciones de las Naciones Unidas concernientes a la reforma de su legislación nacional y a otras medidas para proteger los derechos de las personas LGBTI, y en los últimos años muchos han hecho importantes reformas jurídicas que van desde la derogación de leyes penales discriminatorias hasta la modificación de la legislación antidiscriminación para proteger a las personas LGBTI frente al tratamiento injusto.

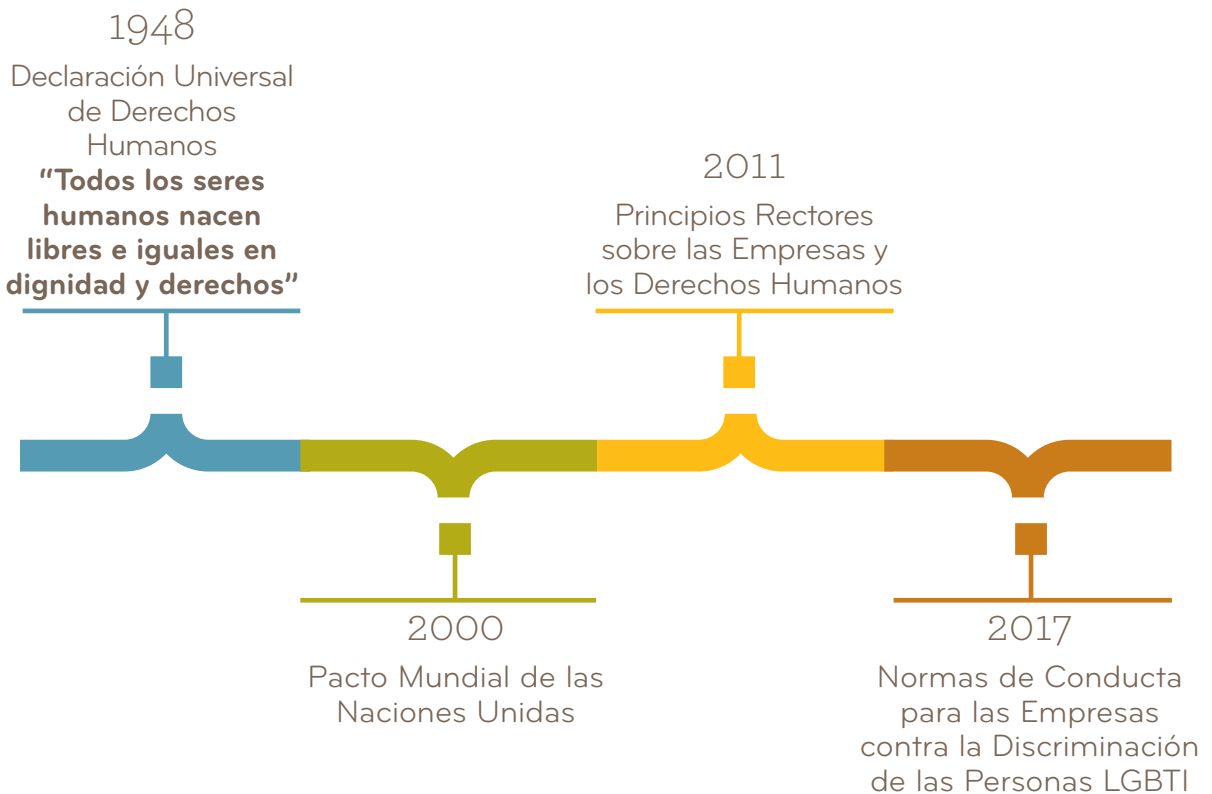
No obstante, las normas de protección jurídica de los miembros de la comunidad LGBTI siguen variando mucho de un país a otro. Las relaciones entre personas del mismo sexo continúan estando tipificadas como delito en 73 Estados Miembros de las Naciones Unidas y muchos consideran delincuentes a las personas trans. La mayoría de los Estados Miembros no protegen de forma efectiva contra la discriminación por motivos de orientación sexual, y son pocos los que protegen los derechos de las personas trans y muy pocos los que han tomado medidas para proteger a las personas intersexuales. Además, en un número reducido de países los Gobiernos están tomando medidas, como la limitación del activismo y la prohibición de actos culturales, que restringirán aún más los derechos de las personas LGBTI. Las marcadas diferencias que existen entre prácticas y marcos jurídicos plantean problemas particulares para las empresas que están decididas a respetar y promover los derechos humanos, tanto si operan en una jurisdicción, con socios internacionales, como si lo hacen en múltiples jurisdicciones.

Incluso en países que poseen marcos jurídicos más progresistas, el estigma, profundamente arraigado, y los estereotipos negativos perpetúan la discriminación contra las personas LGBTI en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Para lograr la aceptación social y la igualdad es necesario ir más allá de las reformas jurídicas y lograr la implicación de toda la comunidad y, lo que es crucial, del sector empresarial.

Aunque los Gobiernos son los principales responsables de respetar, proteger y hacer efectivos los derechos humanos, las empresas también tienen la responsabilidad, independiente y complementaria, de respetar los derechos humanos en sus actividades y relaciones comerciales. En la Declaración Universal de Derechos Humanos³ se señala explícitamente que “tanto los individuos como las instituciones” deben esforzarse por promover el respeto de los derechos humanos. Hacer frente a la discriminación no es una tarea exclusiva del Estado: como instituciones de la sociedad las empresas tienen tanto la responsabilidad de respetar los derechos humanos como un poder y una influencia económicos enormes para generar un cambio para mejor.

NORMAS DE CONDUCTA PARA LAS EMPRESAS

Progresión desde la Declaración de Derechos Humanos



La Declaración Universal de Derechos Humanos se aprobó en 1948 y hoy constituye un pilar fundamental del derecho internacional de los derechos humanos. Desde que entró en vigor los Estados Miembros han aprobado dos pactos importantes (el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales) y diversas convenciones que protegen los derechos humanos en casos y circunstancias específicos.

En 2000 se hizo público el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en el que se señalaron nueve principios (a los que posteriormente se añadió uno más, diez en total) de diversos ámbitos, a saber, los derechos humanos, los derechos laborales, la protección del medio ambiente y las medidas anticorrupción, por los que se deben regir las empresas.

En 2005 se nombró Representante Especial del Secretario General para la cuestión de los derechos humanos y las empresas transnacionales y otras empresas a John Ruggie.

En 2011 el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas aprobó los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, que crearon el marco "proteger, respetar y remediar", en virtud del cual el Estado tiene la obligación de proteger los derechos humanos, las empresas tienen la responsabilidad de respetar los derechos humanos, y el acceso a reparación es indispensable cuando se violan los derechos.

PRINCIPIOS RECTORES SOBRE LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS: IMPLICACIONES PARA LAS EMPRESAS

Los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos³, aprobados por el Consejo de Derechos Humanos en junio de 2011, son el estándar mundial para prevenir y eliminar el riesgo de que las actividades empresariales generen repercusiones negativas en los derechos humanos. Brindan a las empresas un marco para entender mejor las responsabilidades que les incumben en relación con los derechos humanos, incluida la responsabilidad de prevenir y mitigar los efectos perjudiciales para los derechos humanos que se puedan derivar de sus actividades. La responsabilidad de respetar los derechos humanos es una norma mundial por la que se espera que se rijan todas las empresas, independientemente de su ámbito geográfico, su tamaño, su propietario y estructura y su sector.

De conformidad con los Principios Rectores, la responsabilidad de respetar los derechos humanos tiene varias implicaciones. Las empresas deben:

- Contar con una política relativa a los derechos humanos⁴ que se fundamente en conocimientos especializados internos y externos y se aplique en las políticas y procedimientos operacionales. Esta política debe estar disponible al público, ser aprobada al más alto nivel y señalar el comportamiento que se espera del personal y los socios comerciales en materia de derechos humanos;
- Ejercer diligencia debida en materia de derechos humanos:
 - Para detectar repercusiones negativas reales y potenciales en los derechos humanos;
 - Para integrar los resultados de sus evaluaciones en las funciones y procesos internos pertinentes;
 - Para utilizar su posición en las relaciones comerciales a fin de reducir los riesgos para los derechos humanos;
 - Para hacer un seguimiento de la eficacia de las respuestas a las repercusiones negativas en los derechos humanos;
 - Para rendir cuentas de cómo hace frente a las repercusiones que haya causado en los derechos humanos;
 - Para adoptar medidas correctivas a fin de mitigar o eliminar las consecuencias negativas que haya causado o a las que haya contribuido;
 - Para crear procesos y procedimientos internos que sean conocidos por todo el personal, así como incentivos para promover conductas adecuadas y medidas que disuadan de actuar de manera que pueda ser perjudicial para los derechos humanos;
- Ofrecer reparación o cooperar para ello mediante procesos legítimos en caso de que hayan causado repercusiones negativas en los derechos humanos o hayan contribuido a ellas;
- Establecer mecanismos eficaces de reclamación a nivel operacional o participar en ellos para poder solucionar las reclamaciones prontamente y para que las partes afectadas puedan acceder a reparación directamente⁵;
- Crear mecanismos a nivel operacional que se basen en la colaboración y el diálogo con los interesados y las comunidades afectados, para lo cual es necesario que comiencen por comprender la situación de las personas LGBTI en los países en que realizan sus actividades comerciales.

¿ES LA RESPONSABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE RESPETAR LOS DERECHOS HUMANOS UNA OBLIGACIÓN JURÍDICA?

Los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos no son un instrumento internacional del que dimanen obligaciones jurídicas para las empresas. Con arreglo a ellos, la responsabilidad de respetar los derechos humanos es una norma por la que se espera que las empresas se rijan sobre la base del derecho internacional y las convenciones vigentes.

Sin embargo, ello no implica que esa responsabilidad no esté relacionada con ninguna obligación jurídica, porque es posible que esté recogida en la legislación nacional que rige las actividades empresariales o en los acuerdos vinculantes suscritos entre las empresas y sus clientes y proveedores, empresariales o privados, por lo que podría ser aplicada por medios judiciales.

Además, en algunas circunstancias las empresas también podrían tener obligaciones dimanantes del derecho internacional humanitario y el derecho penal internacional.

Las empresas que deseen comprender mejor sus posibles efectos en las personas LGBTI pueden comenzar por entender la situación de esas personas en los países en que llevan a cabo sus actividades comerciales⁶.

Además, deben examinar sus propias políticas de no discriminación para ver qué personas LGBTI están incluidas. En particular, las empresas que disponen de dichas políticas y operan en múltiples jurisdicciones, incluidas algunas en que la legislación no protege a las personas LGBTI, deben ampliar la protección frente a la discriminación para que abarque todas sus actividades. Esas políticas deben tener un alcance mundial y cubrir a todas las oficinas y empleados, independientemente del país en que se opere.

En su sentido más estricto, este enfoque supone cumplir rigurosamente el principio de no causar daño, lo que implica velar por que la actuación de la empresa, incluidas sus relaciones comerciales, no vulnere los derechos humanos de ninguna persona. El respeto de los derechos humanos tiene asimismo efectos positivos considerables en la vida de las personas y en las comunidades y contribuye en gran medida a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Además de comprometerse a cumplir su responsabilidad de respetar los derechos humanos instaurando las políticas necesarias, las empresas deben establecer un proceso para ejercer de forma continuada la diligencia debida en materia de derechos humanos. Tal proceso les permitirá detectar, prevenir y mitigar sus repercusiones en los derechos humanos y rendir cuentas sobre cómo les hacen frente. En situaciones en que se detecten casos de discriminación y otros abusos contra los derechos humanos, las empresas deberán proporcionar acceso a mecanismos eficaces de reparación o cooperar con procesos legítimos de remediación. Los Principios Rectores dejan claro⁷ que la responsabilidad de las empresas de respetar los derechos humanos existe siempre, en cualquier contexto, independientemente de la voluntad o la capacidad de los Estados de cumplir las obligaciones que les incumban en ese sentido, y no disminuye esas obligaciones. Las medidas que deben adoptar los Estados y las empresas son diferentes pero complementarias.

Además de ejercer su responsabilidad de respetar los derechos humanos, las empresas también tienen oportunidades importantes de promoverlos, incluidos los derechos de las personas LGBTI, en los países en que realizan sus actividades. El papel que las empresas puedan desempeñar y los enfoques que puedan adoptarse variarán en función del contexto social y jurídico. No obstante, hay medidas que pueden tomar en todas las partes del mundo, independientemente de la legislación local y la dinámica política, para promover la inclusión y el empoderamiento de las personas LGBTI, protegerlas frente al tratamiento injusto y denunciar prácticas discriminatorias en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Las empresas pueden contribuir de manera crucial a reducir tanto los prejuicios contra los empleados, los clientes y las comunidades LGBTI como el estigma de estos.

BUENAS RAZONES EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS PARA HACER FRENTE A LA DISCRIMINACIÓN DE LAS PERSONAS LGBTI

Las empresas tienen la responsabilidad de respetar los derechos humanos independientemente de los costos o beneficios económicos, percibidos o reales, que se puedan derivar de ello. Al igual que deben cumplir las normas de seguridad y salud ocupacional, las normas de protección del medio ambiente y las disposiciones sobre el salario mínimo, deben también adherirse a las normas internacionales de derechos humanos, incluso si ello conlleva un costo añadido. Como se señala en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre la Justicia Social, de 2008, "la violación de los principios y derechos fundamentales en el trabajo no puede invocarse ni utilizarse de modo alguno como ventaja comparativa legítima"⁸.

No obstante, además existen buenas razones empresariales y económicas para fomentar la inclusión que también promueven los derechos humanos. La discriminación, incluida la de las personas LGBTI, repercute en la productividad y socava el desarrollo social y económico, lo que tiene consecuencias negativas tanto para las empresas como para las comunidades. También da lugar a la pérdida de cuota de mercado. Numerosos estudios asocian la diversidad y la inclusión al éxito empresarial⁹.

COSTOS MACROECONÓMICOS

Todo acto de discriminación contra grupos específicos conlleva un gran costo, como puede ser la reducción de la reserva de talentos, la contracción de los mercados y la ralentización del crecimiento económico. En un estudio realizado por el Banco Mundial en 2015 sobre la India se constató que la discriminación contra la comunidad LGBT le costaba al país lo que podría haber sido un 1,7% de producto interno bruto, equivalente a 32.000 millones de dólares. Por otro lado, ONUSIDA publicó en 2017 un estudio en que calculaba que el costo mundial ascendía a 100.000 millones de dólares anuales¹⁰. Por su parte, la entidad Williams Institute constató que existía una correlación positiva entre el producto interno bruto per cápita y los derechos de las personas LGBTI¹¹.

COSTOS EMPRESARIALES

- **Contratación.** Cuando los empleadores no contratan a personas con talento debido a factores que no son importantes ni pertinentes para el trabajo, como su orientación sexual, su identidad de género y sus características sexuales, las empresas acaban teniendo plantillas que distan de ser ideales y, en consecuencia, menos capacidad para generar resultados. En un estudio realizado recientemente en los Estados Unidos se constató que las mujeres que dejaban ver en su currículum que eran LBT eran contactadas un 30% menos de veces¹².
- **Retención.** La discriminación obliga a empleados LGBTI cualificados a abandonar su trabajo, lo que crea unos costos de reemplazo y una pérdida de talento innecesarios. En los Estados Unidos, los empleados LGBT que siguen en el armario y se sienten aislados en el trabajo tienen un 73% más de posibilidades de abandonar su empleo que los que han salido del armario¹³.
- **Actuación profesional.** La discriminación y los prejuicios en el lugar de trabajo menoscaban la productividad, contribuyen al absentismo y reducen la motivación, el emprendimiento y la lealtad a la empresa. En los Estados Unidos, el 27% de los empleados LGBT que no han salido del armario dijeron en un estudio que ocultar su identidad en el trabajo había hecho que no dijeran lo que pensaban o que no expusieran una idea¹⁴. Otros estudios han demostrado que la participación general de los empleados —no solo del

personal LGBT— mejora cuando se considera que el lugar de trabajo es inclusivo.

EL "DIVIDENDO DE LA DIVERSIDAD"

Según un análisis de *Harvard Business Review*, las empresas con un gran nivel de diversidad obtienen mejores resultados. En los Estados Unidos, los empleados de empresas más diversas tenían un 45% más de posibilidades de indicar que la cuota de mercado de su empresa había aumentado desde el año anterior y un 70% más de posibilidades de indicar que su empresa había entrado en un mercado nuevo. Un estudio reciente de Credit Suisse también demostró que las empresas que acogían favorablemente a empleados LGBT obtenían mejores resultados en cuanto al rendimiento medio de los títulos de renta variable, el rendimiento de flujo de efectivo sobre la inversión y los beneficios¹⁵.

EL PODER ADQUISITIVO DEL COLECTIVO LGBTI Y LA COMUNIDAD DE ALIADOS

En 2015 se estimó que el poder adquisitivo mundial del sector de consumidores LGBT, excluidos sus amigos y familiares, que constituyen la comunidad de aliados, ascendía a 3.700 billones de dólares anuales¹⁶. En 2007, una encuesta nacional de adultos de los Estados Unidos reveló que el 88% de los adultos que se identificaban como gays o lesbianas tenían probabilidades de interesarse por marcas conocidas por ofrecer igualdad de prestaciones a todos los empleados, el 77% tenían probabilidades de hacerlo por marcas que respaldaran organizaciones sin fines de lucro o causas importantes para la comunidad LGBT y el 58% tenían probabilidades de adquirir productos, incluidos alimentos y bebidas, y contratar servicios de empresas dirigidos directamente a ellos¹⁷. La tendencia marcada por las preferencias de los consumidores LGBT no ha hecho más que afianzarse, y también ha hecho que aumente la preferencia de determinadas marcas entre la comunidad de aliados. En 2011, la encuesta reveló que el 87% (un 10% más que en 2007) de los adultos LGBT estadounidenses tenían probabilidades de interesarse por marcas que respaldaran organizaciones sin fines de lucro o causas importantes para la comunidad LGBT y el 75% de los adultos heterosexuales tenían probabilidades de interesarse por marcas conocidas por ofrecer igualdad de prestaciones a todos los empleados¹⁸.

En el lugar de trabajo, el mercado, la comunidad: retos y oportunidades

En el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad, las empresas suelen entrar en contacto con diversas partes interesadas en cuestiones relativas a las personas LGBT e intersexuales, como los trabajadores y los sindicatos en el lugar de trabajo, los clientes, los proveedores y los accionistas en el mercado, y la sociedad civil, los gobiernos y los legisladores en la comunidad. En el presente capítulo se examinan las dificultades y las oportunidades que surgen en la relación con todos estos grupos interesados.



El punto de partida para las Normas de Conducta es la responsabilidad que las empresas tienen bajo la Guía de Principios de las Naciones Unidas de no involucrarse en impactos de derechos humanos, incluyendo a personas LGBTI. El mismo representa el padrón mínimo que las empresas deben cumplir. Esto incluye la no-discriminación y la no contribución de violaciones de derechos humanos de individuos basadas en su orientación sexual, género y características sexuales. Compromisos en este sentido deberían acompañarse de medidas para garantizar que los cambios en la política reflejen en la práctica.

Más allá de comprometerse con estas responsabilidades, las empresas también tienen la oportunidad de hacer una contribución más grande a la lucha contra la discriminación contra miembros de la comunidad LGBTI en general: al acoplarse con otros actores, apoyar y, en algunas circunstancias, tomar una posición pública a favor de la igualdad de derechos y tratamiento justo a personas LGBTI.

El objetivo no es prescribir un tipo de acción sobre el otro, sino proporcionar respuestas factibles, tomando como referencia a normas internacionales de derechos humanos y práctica corporativa observada.

El Centro para la Innovación del Talento ha propuesto tres modelos¹⁹ que pretenden describir las formas en que las empresas interactúan con diversos grupos interesados con el fin de proteger a sus trabajadores y contribuir a las comunidades LGBTI locales en distintos entornos jurídicos y culturales. Estos modelos se aplican por igual a las empresas nacionales y mundiales:



DONDE FUERES, HAZ LO QUE VIERES



EMBAJADA



PROMOCIÓN

• **Enfoque “Donde fueres, haz lo que vieres”:**

Permet à une entreprise d’instaurer des exceptions à certaines politiques institutionnelles pro-LGBTI applicables à l’échelle mondiale, en prenant en compte les conditions locales. En se montrant transparents au sujet de ces exceptions et en permettant aux employés qui le désirent de se « désolidariser » de certains messages affichés ou mis en ligne, les entreprises signalent qu’elles se montrent vigilantes pour le compte de leurs employés. Par exemple, une entreprise spécialisée dans les technologies de l’information et des communications et un cabinet juridique international autorisent les employés LGBT à refuser, sans aucune répercussion négative sur leurs perspectives de carrière, de se rendre dans certains pays où ils seraient susceptibles d’être exposés à des risques. Toutefois, bien que cette approche protège certains membres du personnel international contre d’éventuels mauvais traitements, elle n’assure qu’une protection symbolique des droits du personnel LGBTI local et d’autres individus LGBTI susceptibles de subir les répercussions négatives de la présence de l’entreprise dans les pays concernés, et elle ne fait rien pour remédier à la discrimination généralisée dans les pays en question. Dans certaines situations, elle peut même contribuer à perpétuer la discrimination et aller à l’encontre de la responsabilité qui est celle de l’entreprise d’éviter d’empiéter sur les droits de la personne et de réagir lorsque ses activités ont une incidence négative sur les droits de la personne, en vertu des Principes directeurs des Nations Unies.

- **Enfoque de “embajada”:** las políticas institucionales se aplican con independencia del contexto local, creando un espacio seguro en las jurisdicciones donde no se respetan o protegen los derechos de las personas LGBTI, al tiempo que probablemente se contribuye a fomentar la tolerancia entre los empleados locales. Una gran sociedad financiera, por ejemplo, aplica políticas mundiales contra la discriminación en todas las oficinas que tiene en el mundo; ello sirve para elevar el nivel de exigencia en las jurisdicciones donde estas formas de protección están ausentes del derecho interno. Cabe destacar que, con este enfoque, los empleados normalmente solo están protegidos en el lugar de trabajo.
- **Enfoque de “promoción”:** con este criterio se intenta influir en las normas laborales y otras leyes locales que afectan a las personas LGBTI con el fin de reforzar la protección jurídica y contribuir a un entorno de mayor aceptación de los trabajadores LGBTI en el país de que se trate. Esas actividades de promoción no tienen por qué ser públicas y llamativas; pueden llevarse a cabo en conversaciones privadas y gestiones diplomáticas discretas. Muchos gobiernos quizá sean más reacios a cambiar las leyes o prácticas vigentes si con ello pudiera parecer que lo hacen en respuesta a la presión externa o a las actividades de promoción.

Una empresa puede utilizar los tres modelos a la vez, según cuáles sean las condiciones locales imperantes en las jurisdicciones donde desempeña su actividad, teniendo en cuenta que en un contexto dado las leyes y las actitudes sociales no son uniformes en lo que respecta a las personas lesbianas, gais, bisexuales, trans e intersexuales²⁰. Por ejemplo, una empresa podría actuar como “embajada” en una localidad donde legalmente se admite pero culturalmente se es hostil a las personas LGBTI, y al mismo tiempo presionar con más firmeza en favor de la igualdad de derechos de las personas LGBTI en otro lugar donde la ley y las normas se han quedado atrás a ese respecto.

La virtud de un enfoque adaptable es la flexibilidad. El riesgo es la falta de coherencia, que podría socavar las políticas mundiales, y en algunos casos, perpetuar la discriminación e incumplir la responsabilidad empresarial de respetar los derechos humanos consagrada en los Principios Rectores de las Naciones Unidas y las Normas de Conducta, y posiblemente también responsabilidades legales y contractuales, según el contexto. Por ejemplo, una empresa que se posicionó firmemente en contra de una ley en el estado de Carolina del Norte (Estados Unidos) que niega a las personas LGBT protección contra la discriminación fue acusada de hipocresía porque también opera en Malasia, donde las personas gais y trans son consideradas delincuentes. Otro riesgo es esconderse detrás de una política de “embajada” sin poner en marcha un programa de educación activa, o actividades de aplicación u obligación de cumplimiento. Esos riesgos deben ser examinados y analizados como parte de cualquier proceso de diligencia debida en materia de derechos humanos, y deben adoptarse las medidas apropiadas para eliminar o mitigar los daños.

Una empresa puede tener buenas razones para no optar por un modelo de promoción pública (por ejemplo, la seguridad de sus empleados), y en ciertas sociedades es posible que la diplomacia discreta y el apoyo a la diversidad y la inclusión en general den mejores resultados que las declaraciones públicas. Allí donde se pongan en marcha, las actividades de promoción pública, que siempre deberían elaborarse en consulta con la sociedad civil local, no tienen por qué ser necesariamente críticas con las autoridades; pueden ser de tipo afirmativo, respaldando

iniciativas positivas que promuevan la protección y promoción de los derechos humanos, al tiempo que exhortan a la adopción de nuevas medidas.

Aunque se necesita cierto grado de flexibilidad en el criterio que adopten en los distintos países, las empresas deben cumplir como mínimo las normas de no vulnerar los derechos humanos y de hacer frente a las repercusiones negativas de sus actividades en los derechos humanos; el objetivo debe ser generar mejoras en todos los lugares donde operen. En última instancia, los derechos humanos son universales, indivisibles, inalienables, interdependientes, interrelacionados y complementarios, y establecer excepciones respecto de ciertos derechos o grupos de personas en determinados contextos entraña el riesgo de socavar los derechos humanos y ha de evitarse siempre que sea posible. El enfoque “Donde fueres” puede tener utilidad práctica como último recurso, pero conlleva el riesgo de legitimar y reforzar la injusticia y la discriminación, y en algunos casos puede llevar a incumplir normas internacionales y otras obligaciones contractuales o legales.

En los casos en que se aplica este criterio, la empresa debe asegurar como mínimo que no está provocando o contribuyendo a provocar abusos contra los derechos humanos, en particular contra los empleados y otras personas LGBTI, y deben existir medidas correctivas y de protección para hacer frente a cualquier repercusión adversa que cause o a la que contribuya la empresa.

Al aplicar estos tres modelos a los contextos específicos donde operan, las empresas deben ser conscientes de las dificultades con respecto a cada una de las partes interesadas y de los enfoques prácticos que tienen a su alcance.

En la siguiente sección se examina la forma en que las empresas pueden cumplir sus responsabilidades hacia las personas LGBTI y apoyar sus derechos mediante la colaboración con siete categorías de interesados: los trabajadores y sus representantes, los clientes, los proveedores, los accionistas, las comunidades, los sindicatos y los gobiernos y legisladores. Todos estos grupos se relacionan entre sí, pero en el presente documento se trata a cada uno por separado. En las sucesivas subsecciones se exponen las dificultades y los beneficios potenciales de la colaboración con cada una de las categorías de interesados, así como algunos enfoques prácticos.

En el lugar de trabajo

PERSONAL

Ampliar las políticas y prácticas de inclusión de las personas LGBTI en el lugar de trabajo y garantizar la seguridad de los trabajadores LGBTI y sus representantes pueden suscitar diversos problemas jurídicos, culturales y de organización para las empresas. Puede haber consecuencias jurídicas concretas en los países donde las relaciones entre personas del mismo sexo, las personas trans o hablar en público sobre cuestiones relativas a la orientación sexual o la identidad de género se consideran delito. Por otro lado, las empresas deben trabajar en distintos entornos culturales y empresariales y manejarse en ellos.

En muchos países, por ejemplo, los empleados que son lesbianas, gais o bisexuales y mantienen una relación con una persona del mismo sexo, así como los empleados trans, pueden estar más expuestos a ser perseguidos penalmente. Este es un riesgo para cualquier empresa, y en el caso de los sectores sumamente regulados se añaden otras complejidades. En el ámbito de los servicios financieros, por ejemplo, las condiciones de empleo pueden exigir que una condena penal tenga necesariamente como consecuencia la rescisión del contrato. Además, la violencia sistémica y la discriminación contra las personas LGBTI pueden tener repercusiones negativas en su salud, sus oportunidades de educación y sus opciones de empleo. Aunque se trata de una cuestión de alcance mundial, las empresas pueden y deben desempeñar un papel dinámico contribuyendo a hacer frente a esas desigualdades estructurales.

En sus actividades encaminadas a armonizar sus propias prácticas y políticas operacionales con las normas internacionales de derechos humanos, las empresas han de sopesar cuidadosamente las circunstancias locales. Ello supone tener en cuenta la posible falta de protección jurídica contra la discriminación y el acoso en el lugar de trabajo y en otros lugares, la falta de reconocimiento jurídico de la identidad de género de las personas trans o las restricciones onerosas y abusivas a ese reconocimiento, y la falta de reconocimiento legal de las parejas del mismo sexo y de sus obligaciones parentales. Otros factores incluyen las restricciones a la libertad de expresión o de asociación, el riesgo de violencia motivada por el odio, el riesgo de rechazo parental o familiar, y las repercusiones para los empleados en un entorno social hostil.



Enfoques prácticos

El primer paso para abordar las cuestiones relacionadas con el personal es contar con una política institucional efectiva en materia de diversidad e inclusión que anuncie resultados esperados concretos y establezca un marco para determinar si se han alcanzado esos resultados. Una política efectiva debe articular el compromiso de la empresa con la diversidad y la inclusión y hacer referencia clara y específica a la orientación sexual, la identidad y la expresión de género, y las características sexuales/intersexualidad. Debe explicar las responsabilidades de la empresa y de los empleados, así como las consecuencias que tendrían las infracciones.

El siguiente paso es asegurar la aprobación de los principales interesados internos, incluidos los empleados, los sindicatos y la dirección, junto con el patrocinio y el compromiso de hacer avanzar la estrategia en materia de diversidad e inclusión. Algunas empresas han llegado a incorporar de manera permanente este compromiso en los marcos de bonificaciones y de desempeño de los altos ejecutivos. Otra medida es contar con una estrategia de aplicación mundial, teniendo presente que muchas empresas se están expandiendo en mercados donde los conceptos de la igualdad de derechos y el trato justo de las personas LGBTI quizá no estén debidamente institucionalizados o se consideren una amenaza para la cultura y las creencias locales. Es fundamental que las empresas colaboren con las partes interesadas, en particular las locales, a fin de comprender mejor el contexto local.

Se recomienda crear una red de apoyo para los empleados LGBTI a nivel mundial — aunque en determinados contextos nacionales esto pueda existir únicamente en forma de red virtual (debido a legítimas preocupaciones respecto de la privacidad y la seguridad de los trabajadores interesados y sus representantes).

El seguimiento y el mantenimiento de esas iniciativas de diversidad e inclusión es fundamental. El personal directivo superior o la junta directiva deben recibir informes periódicos sobre los progresos realizados. Un directivo debe supervisar y dirigir las iniciativas de diversidad e inclusión y velar por que existan actividades periódicas de educación y formación sobre diversidad e inclusión. Por último, las empresas deben adoptar medidas proactivas para promover la diversidad entre los candidatos a puestos directivos y de la junta directiva.

Estas iniciativas en el ámbito de la contratación y los ascensos no deben limitarse al personal directivo superior. Para abordar las cuestiones de la discriminación estructural y la violencia contra las personas LGBTI, las empresas pueden adoptar medidas proactivas para contribuir a luchar contra las desigualdades a que se enfrentan esas personas, por ejemplo, mediante iniciativas de divulgación sobre cuestiones concretas y planes de contratación y capacitación específicos, en particular para los miembros más marginados de las comunidades LGBTI.

Las organizaciones LGBTI de distintos países han elaborado directrices para los empleadores en materia de políticas y prácticas de inclusión en el lugar de trabajo. Recursos del CDH, Stonewall, Community Business, Workplace Pride o ACON ofrecen estrategias concretas y mejores prácticas para reclutar, contratar, integrar, desarrollar, retener, comprometer y motivar a una fuerza de trabajo diversa²¹.

SINDICATOS



En la lucha contra la discriminación, muchas empresas han encontrado aliados naturales en los sindicatos²².

En Irlanda del Norte, por ejemplo, los sindicatos han desempeñado un papel positivo en la superación de divisiones sectarias o religiosas. Del mismo modo, los sindicatos pueden hacer una contribución importante a la lucha contra la discriminación, dada la coincidencia natural entre su objetivo de trato justo a los trabajadores y sus representantes y el cumplimiento de las normas internacionales más estrictas por parte de las empresas.

Ya en 1981, el Sindicato de Trabajadores de Correos Canadienses (CUPW) se convirtió en el primer sindicato del Canadá que incluyó en un convenio colectivo una prohibición de la discriminación por motivos de orientación sexual. Siguiendo el ejemplo del CUPW, otros sindicatos pronto añadieron la no discriminación a sus prioridades de negociación y, en 1985, un sindicato de empleados de biblioteca consiguió que se reconocieran prestaciones para las parejas de hecho de sus miembros. En los años ochenta,

las alianzas entre activistas gays y lesbianas y sindicatos de minería británicos contribuyeron en gran medida a ampliar el apoyo a la comunidad de gays y lesbianas en el Reino Unido. Cabe citar en este sentido la participación de grupos de mineros laboristas en diversas marchas del orgullo gay y otros eventos, y la aprobación de una resolución sin precedentes en la Conferencia del Partido Laborista de 1985 por la que este se comprometía a apoyar la igualdad de derechos de los miembros de la comunidad de gays y lesbianas²³. Los grupos de mineros también figuraron entre los aliados más francos de la comunidad de gays y lesbianas del Reino Unido en la campaña de 1988 contra el artículo 28 de la Ley de Administración Local, que restringía la llamada “promoción” de la homosexualidad por las autoridades locales.

Cuando los sindicatos están constituidos de manera independiente y pueden trabajar con libertad, esas alianzas pueden ser beneficiosas para todos los interesados y dar lugar a sinergias que promueven cambio social en los países, las industrias y entre los trabajadores.

Enfoques prácticos



Como punto de partida, las empresas pueden apoyar a los sindicatos y coordinarse con ellos en sus iniciativas de elaboración de políticas sindicales específicas para combatir la discriminación contra las personas LGBTI. Las políticas sindicales pueden tener como efecto la creación de un clima positivo y de mayor visibilidad de las cuestiones que afectan a las personas LGBTI. Como los propios empleadores, los sindicatos deben servir como modelos de buenas prácticas poniendo en pie políticas explícitas que garanticen la igualdad de derechos y prestaciones para los trabajadores LGBTI y sus representantes. También deben apoyar los esfuerzos de sus afiliados LGBTI para reunirse y organizarse, y proporcionar recursos para actividades de divulgación, creación de redes y celebración de conferencias en relación con las cuestiones LGBTI.

Los sindicatos también tienen la oportunidad de colaborar con la comunidad LGBTI general. Esto puede traducirse en un compromiso público del sindicato y en el trabajo conjunto con organizaciones de la sociedad civil LGBTI en eventos de esta comunidad. Cuando el sindicato británico UNISON patrocinó por primera vez el Desfile del Orgullo Gay de Londres, muchos dentro del sindicato se oponían a que se gastara dinero en lo que consideraban un evento ajeno a su actividad. Sin embargo, el compromiso visible del sindicato fue bien recibido por los afiliados y tuvo repercusiones positivas en otras organizaciones sindicales.

Es fundamental que los empleadores trabajen con los sindicatos para elaborar amplios planes de acción en favor de la igualdad. Para ello, es fundamental que las políticas de las empresas contengan una declaración sobre la igualdad de oportunidades, en la que se haga especial referencia a la orientación sexual, la identidad de género, la expresión del género y las características sexuales. Los sindicatos deben negociar las orientaciones sobre la aplicación de los planes de tal manera que esta dependa lo menos posible de las actitudes y el criterio de un administrador concreto. Los planes deben incluir campañas de publicidad y actividades de seguimiento de la aplicación.

Un ejemplo de este tipo de colaboración es la forma en que la Confederazione Generale Italiana del Lavoro, un importante sindicato italiano, ha promovido la introducción de códigos de conducta en las empresas italianas que ofrecen a las personas protección contra la discriminación y vías de recurso en los casos en que se produce discriminación. En la región de Emilia-Romaña, el sindicato mantiene un acuerdo con Arcigay, una ONG por los derechos LGBT, que tiene como objetivo cambiar las percepciones respecto de las personas LGBT entre los afiliados al sindicato y en el lugar de trabajo.

En la esfera comercial

EN EL MERCADO

La discrimination peut avoir une incidence négative sur les entreprises en ce qu'elle risque de se répercuter sur la demande des consommateurs.

Hoy en día, muchos consumidores también esperan que las empresas defiendan y promuevan los derechos de las personas LGBTI en todo el mundo. Puede suceder que una empresa que opera en países donde los derechos de las personas LGBTI son sistemáticamente vulnerados se sienta obligada a adoptar una posición en esos países que es incompatible con los valores de los consumidores del mercado de origen de la empresa y en otros mercados. Aunque las empresas siempre deben evaluar los efectos de su conducta en los derechos humanos y actuar de maneras que mitiguen y eliminen el daño, muchas entienden que cuestionar activamente la discriminación también reporta beneficios comerciales. En muchos países se observa cierta tendencia hacia el consumo socialmente responsable; los consumidores se identifican con las empresas que se comprometen a cumplir las normas ambientales, laborales, sociales y de derechos humanos, y las recompensan por ello. Esos segmentos del mercado varían en tamaño, pero son influyentes y a menudo recurren a las redes sociales para movilizar apoyo en todos los continentes.

Del mismo modo, cuando una empresa discrimina o de algún modo comete o contribuye a que se cometan abusos de los derechos humanos, los consumidores de algunos países reaccionan de forma cada vez más activa, y deciden comprar en otro lugar. Las industrias relacionadas con los diamantes, el chocolate, los refrescos con azúcar, los alimentos que contienen ingredientes modificados genéticamente, el café de comercio justo, las coaliciones que exigen que las prendas de vestir no sean confeccionadas en talleres clandestinos, son ejemplos de sectores en los que se ha producido esa movilización de los consumidores.

Ese es ciertamente el caso de los consumidores LGBTI, que son especialmente receptivos a las pruebas de responsabilidad social empresarial. Por ejemplo, un estudio reciente reveló que el 68% de los consumidores LGBT de Polonia prefieren elegir marcas favorables a las personas LGBT; el 91% de

esos consumidores dejarían de comprar marcas consideradas “homóforas” o protestarían contra ellas públicamente²⁴. No sorprende pues que las empresas basadas en marcas sean más proclives que otras a adoptar políticas de orientación social y a fijar normas.

La presión de los consumidores puede ejercerse en ambos sentidos. Las organizaciones de la sociedad civil que se oponen a reconocer los derechos humanos de las personas LGBTI pueden adoptar estrategias de compra dirigidas por ese objetivo. Debido a su posición a este respecto, algunas empresas han sido objeto de campañas en línea para lograr que los consumidores se comprometan a boicotear sus productos.

Enfoques prácticos

Muchas empresas han invertido en la creación de marcas que transmitan un propósito social basado en el respeto de los derechos humanos y el compromiso de contribuir a un cambio social positivo. Ello puede potenciar su poder y su influencia para ejercer un impacto social positivo que incluya, en este caso, poner fin a la discriminación contra las personas LGBTI. Al mismo tiempo, obliga a las empresas a asegurar que sus políticas institucionales relativas al personal, los proveedores y otros interesados respeten los derechos humanos, incluidos los de las personas LGBTI, y sean coherentes con los mensajes de comercialización.

Las empresas acuden cada vez más a grupos de recursos para empresas LGBTI con el propósito de aumentar la participación de los empleados en esas actividades. Algunas empresas también los denominan grupos de recursos para empleados, o redes de asociados. Los grupos de recursos LGBTI son grupos voluntarios de empleados LGBTI que se unen en su lugar de trabajo y actúan como recurso para sus miembros y organizaciones mediante la promoción de un lugar de trabajo diverso e incluyente, en consonancia con los objetivos de la empresa. Son un medio establecido para generar apoyo por parte de grupos de homólogos. Las personas que padecen problemas parecidos están en condiciones de ofrecer un apoyo mucho más auténtico e informado a otras personas. Estos grupos, que a menudo empezaron a andar en forma de foros informales para poner en contacto a colegas LGBTI, en muchas empresas se han formalizado mucho y cuentan con el respaldo de la organización. Las empresas consultan a los grupos de recursos para cerciorarse de que sus mensajes comerciales estén en consonancia con sus comunidades de clientes, para comprender mejor el mercado y para tener acceso a segmentos del mercado con los que tradicionalmente no han trabajado. Esto ayuda tanto a los clientes como a la marca, y mantiene el compromiso de los empleados.

PROVEEDORES

Los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos señalan que, además de las actividades propias de la empresa, es importante identificar y evaluar las consecuencias negativas sobre los derechos humanos que puedan producirse como resultado de sus relaciones comerciales con los asociados, los proveedores, los asociados y las filiales. Como se indica en los Principios, la empresa debe considerar que incumben a su debida diligencia en materia de derechos humanos “las consecuencias negativas para los derechos humanos que puedan estar directamente vinculadas con sus operaciones, productos o servicios en sus relaciones comerciales”.

Esto es importante porque las empresas dependen cada vez más de trabajadores que muchas veces no son sus empleados directos. Según un estudio realizado por un sindicato, solo el 6% de la fuerza de trabajo de las empresas multinacionales a escala mundial trabaja directamente para ellas; el resto, el 94%, trabaja para sus proveedores²⁵. La globalización ha generado estructuras y relaciones empresariales cada vez más complejas²⁶, pero ello no reduce la responsabilidad de las empresas en lo que atañe al respeto de los derechos humanos. Las empresas no solo no deben provocar o contribuir a provocar violaciones de los derechos humanos, sino que deben utilizar su influencia para hacer frente a las consecuencias negativas para los derechos humanos con las que tengan un vínculo directo a través de sus relaciones comerciales, en particular los proveedores.

Las consecuencias negativas para los derechos humanos que afectan a las personas LGBTI pueden producirse en toda la cadena de suministro. La responsabilidad empresarial de respetar los derechos humanos incluye no solo esforzarse por garantizar el respeto de los derechos de las personas LGBTI en la propia organización, sino también prestar atención a la forma en que se comportan los proveedores y los socios comerciales.



Enfoques prácticos

Una empresa puede utilizar su influencia en su relación con un proveedor, incluida la importancia comercial o de reputación de la relación de negocio, para presionar de modo que las personas LGBTI reciban un trato justo y se respeten sus derechos, por ejemplo, mediante cláusulas contractuales vinculantes en materia de derechos humanos y no discriminación. En ocasiones, la empresa puede ejercer influencia a través de su poder adquisitivo: los proveedores desean mantener la relación comercial y adoptarán las medidas que exijan sus clientes con tal de mantener esa relación. Integrar esos requisitos en el proceso de adquisiciones, explicándolos a los proveedores y ayudando a estos para que apliquen de manera efectiva esas políticas, es una medida fundamental para ejercer un impacto.

Los equipos de diversidad de muchas empresas colaboran con el departamento de adquisiciones con el fin de ampliar las oportunidades de licitación de contratos a empresas cuyos propietarios son personas LGBTI. Una empresa de servicios financieros, por ejemplo, ha creado una base de datos de proveedores que son propiedad de personas LGBT y les ofrece oportunidades de contratos de productos y servicios.

En los Estados Unidos, el índice de igualdad de las empresas confeccionado anualmente por la Human Rights Campaign Foundation evalúa los programas de diversidad de los proveedores en la sección de su estudio dedicada a la participación pública. En el índice de 2013, el 50% de los empleadores indicaron que contaban con programas de diversidad de los proveedores. De ellos, el 57% señaló que sus programas de diversidad incluían a empresas de propiedad LGBTI. El próximo conjunto de criterios del índice se centrará más explícitamente en la diversidad de los proveedores.

ACCIONISTAS

Las empresas que no defienden la inclusión de las personas LGBTI pueden exponerse a perder inversiones, en particular de los fondos de responsabilidad social. Desde finales de los años noventa, los inversores vienen reconociendo cada vez más la función que desempeñan las empresas con su contribución a las sociedades en las que operan, y posiblemente a la mejora de estas. Cada vez más, las empresas han de lidiar con inversores activistas que esperan de ellas que demuestren su respeto por los derechos humanos. La elaboración de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos es, además de un reflejo de este cambio, una contribución a su ulterior desarrollo.

En algunos casos, la presión de los accionistas puede ayudar a que se pase de la política a la práctica. Hasta hace poco, la presión sobre las empresas para que cumplieran las normas de derechos humanos suscitaba en el mejor de los casos un compromiso general en forma de declaración institucional, pero hoy en día cada vez se espera más de las empresas que pongan en pie las políticas y las salvaguardias necesarias para que ese compromiso se haga efectivo.

Aunque es difícil evaluar la posición colectiva del accionariado ante la discriminación contra las personas LGBTI o contra cualquier otro grupo, el activismo de los accionistas en favor de la inclusión LGBTI es cada vez más visible²⁷. Los accionistas influyen en la adopción de decisiones de las empresas sobre estas cuestiones por distintos medios, entre ellos las propuestas o las resoluciones de las juntas de accionistas. En 2014, por ejemplo, un grupo de accionistas que en conjunto poseían o gestionaban 210.000 millones de dólares en activos presentaron resoluciones en más de 20 empresas cotizadas en los Estados Unidos en las que instaban a la ampliación de las políticas de no discriminación de personas LGBT y de las políticas de igualdad de prestaciones en el extranjero. Los inversores expresaron su preocupación ante las muy diversas y a menudo difíciles circunstancias jurídicas y culturales a que se enfrentan las personas LGBT en algunas partes del mundo y los riesgos conexos para las empresas que operan en esos entornos. En la carta²⁸ también se pedían aclaraciones sobre el grado de preparación de las empresas para hacer frente a las amenazas o la persecución a que se enfrentan esos trabajadores y sus representantes.

En algunas ocasiones, también ha sucedido que los accionistas se han servido de las reuniones de inversores para expresar su inquietud respecto de las decisiones de las empresas de apoyar los derechos humanos de las personas LGBTI y hacer las consiguientes llamadas al boicot. Entre esas decisiones figuraban, por ejemplo, la adopción de una posición pública sobre la igualdad LGBTI u ofrecer a los transexuales el uso de los baños conforme a su identidad de género. En 2013, el Director General de Starbucks respondió a una pregunta de un accionista en ese sentido afirmando que “no todas las decisiones son de índole económica. [...] La perspectiva desde la que adoptamos esa decisión es la perspectiva de nuestra gente. Esta empresa tiene más de 200.000 empleados, y queremos asumir la diversidad. De todo tipo”²⁹. Cuando los accionistas se enfrentan a la dirección y se oponen a las políticas institucionales que extienden la no discriminación a los empleados LGBTI, las empresas tienen la obligación de respetar los derechos humanos, lo que incluye cumplir las leyes nacionales o las normas internacionales. Una empresa normalmente no aceptaría una resolución que imponga que las mujeres reciban un salario inferior al de los hombres; por el mismo principio, una empresa no debe aprobar resoluciones de los accionistas que puedan limitar los derechos de los empleados LGBTI.



Enfoques prácticos

Cada vez hay más pruebas de que las empresas que se comprometen con la diversidad y la inclusión son recompensadas por los mercados³⁰. Los inversores y las empresas que buscan socios comprometidos con el respeto de los derechos humanos acuden cada vez más a empresas que actúan de conformidad con los Principios Rectores de las Naciones Unidas. Esa presión del mercado animará a muchas empresas a adoptar nuevas medidas para poner en práctica los Principios Rectores y a presentar una descripción exacta de su desempeño y su cumplimiento de las normas internacionales en sus informes anuales. Con las nuevas normas sobre la presentación de informes³¹ y el hecho de que cada vez más empresas buscan puntos de referencia³² para evaluar su desempeño, es probable que los inversores acudan a empresas cuya trayectoria avale sus declaraciones y cuyas acciones sean conformes con las normas internacionales.

Una cultura institucional que ponga en valor la diversidad y la inclusión refuerza la reputación de la empresa como empleador justo, atrae a mayor número de candidatos calificados, mejora la moral y la productividad de los empleados, promueve la innovación y reduce los riesgos de discriminación y acoso. Las iniciativas adoptadas a este respecto pueden ser comunicadas con claridad, tanto a los accionistas como al público en general, en particular en el informe anual, los informes de viabilidad y los boletines para accionistas.

En la comunidad

EN LA COMUNIDAD

El panorama mundial de los derechos humanos de las personas LGBTI es muy variado y cambia

constantemente³³. Las condiciones sobre el terreno evolucionan con rapidez; en la mayoría de los lugares mejoran, aunque en algunos casos se están deteriorando. Puede haber diferencias significativas en el tratamiento de las personas LGBTI dentro de los países e incluso dentro de las comunidades: lesbianas, gais y bisexuales, trans y personas intersexuales, todas ellas pueden ser víctimas de distintos tipos de violencia, discriminación y otras violaciones de los derechos humanos. Además, en algunos casos sucede que los avances en la legislación y en las políticas apenas guardan relación con las condiciones reales de la vida de las personas. Los prejuicios siguen presentes en algún grado en todas las sociedades, incluso mucho después de que se hayan realizado las reformas jurídicas necesarias.

Las empresas deben comprender las dificultades más generales a que se enfrentan muchas personas LGBTI en la comunidad, como el rechazo de la familia, los abusos y los problemas para acceder a la atención sanitaria, la vivienda y la educación, la falta de protección contra la violencia y el acoso y los límites a la libertad de expresión, de asociación y de reunión. Cada vez más comunidades LGBTI están adoptando el concepto de “nada sobre nosotros sin nosotros”³⁴, que subraya la importancia de que se tenga presente su opinión

en todas las iniciativas encaminadas a combatir la discriminación que padecen. Esto se aplica a cualquier cuestión social: las personas que viven un problema suelen ser las que mejor lo comprenden y las que saben cuál es la mejor forma de abordarlo.



Enfoques prácticos

Las alianzas con grupos LGBTI locales ponen de manifiesto el compromiso a largo plazo con la comunidad LGBTI y pueden ayudar a las empresas a conocer mejor las dificultades a que se enfrentan sus miembros. Esas alianzas pueden informar la adopción de políticas institucionales y ofrecen un medio para que las empresas promuevan y apoyen cambios sociales positivos.

En las sociedades donde las actitudes discriminatorias contra las personas LGBTI son especialmente frecuentes, el apoyo financiero a las organizaciones y los eventos comunitarios es quizá la manera más práctica en que una empresa puede contribuir al cambio; en algunas circunstancias resulta incluso más eficaz que la adopción de una posición pública visible. En esas circunstancias, la importancia de seguir la orientación de los interesados locales es aún mayor.

Las organizaciones que pueden beneficiarse de este patrocinio de las empresas incluyen los centros juveniles, los centros comunitarios, los grupos de promoción y las organizaciones benéficas para las personas LGBTI. Además de prestar apoyo directo y otras formas de asistencia, las empresas pueden alentar a sus empleados a trabajar como voluntarios en esas organizaciones u ofrecerse a igualar las donaciones de sus empleados a esos grupos. Otra posibilidad es crear o financiar premios, que pueden contribuir a proteger y legitimar la labor de los defensores de los derechos humanos dándoles mayor relieve público y ofreciéndoles una plataforma. No hay que olvidar que los grupos LGBTI nacionales que reciben asistencia del exterior corren el riesgo de ser percibidos como presuntos “agentes extranjeros”; hay que mitigar ese riesgo en la medida de lo posible.

DE 193 PAÍSES...

67 

prohíben la discriminación basada en la orientación sexual en el empleo.

20 

prohíben la discriminación

3 

prohíben la discriminación hacia personas intersex

GOBIERNOS Y LEGISLADORES



En países de todo el mundo, la falta de una protección jurídica adecuada contra la violencia y la discriminación expone a las personas LGBTI a atroces violaciones de sus derechos humanos y niega el recurso y la reparación a las víctimas³⁵ de esas violaciones.

Con frecuencia, las personas LGBTI son discriminadas en el mercado de trabajo, pero también en el acceso a la educación, la atención sanitaria, la vivienda y los servicios públicos. Corren un riesgo desproporcionado de sufrir violencia por motivos de odio, incluidas agresiones verbales y físicas, agresiones sexuales, torturas y asesinatos, así como malos tratos y abusos en consultas médicas, hospitales y dispensarios. En unos 73 países³⁶ la ley tipifica como delito las relaciones entre personas del mismo sexo³⁷, al menos 8 penalizan el denominado “travestismo” y en muchos otros se aplican leyes, a menudo con una redacción vaga, para castigar a las personas trans³⁸.

Esas leyes tienen un tremendo impacto negativo en la vida de las personas LGBTI, pues en la práctica legitiman el trato discriminatorio, afianzan la estigmatización y obligan a muchas personas LGBTI a ocultar su identidad y sus relaciones. Según la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, un tercio de los solicitantes de empleo trans en la UE han sido objeto de discriminación en la búsqueda de empleo y un tercio denuncian un trato injusto en el trabajo a causa de su condición de trans³⁹.

A comienzos de 2017, solo 67 de 193 países prohíben la discriminación en el empleo por motivos de orientación sexual; apenas 20 ofrecen protección explícita por motivos de identidad o expresión de género. Solo tres países protegen a las personas intersexuales contra la discriminación y solo uno prohíbe las intervenciones quirúrgicas innecesarias a las que se somete a muchos niños intersexuales⁴⁰. Treinta y nueve Estados, que representan el 20% de los países del mundo, reconocen legalmente las relaciones entre personas del mismo sexo; de ellos, 21 reconocen el matrimonio entre personas del mismo sexo en igualdad de condiciones que el matrimonio entre personas de sexo diferente. Varios países, sobre todo de Asia, América Latina y Europa, han adoptado medidas para ampliar el reconocimiento y la protección jurídicos a las personas trans, aunque a menudo con

condiciones previas que vulneran las normas de derechos humanos.

Las empresas pueden y deben apoyar las reformas legales necesarias, en aquellos aspectos en que los interesados directos indiquen que ello sería útil y contribuiría a cambios positivos. Las políticas de inclusión en el lugar de trabajo no bastan por sí solas para proteger a los trabajadores LGBTI y sus representantes y a otras partes interesadas en los países donde existen leyes contrarias a las personas LGBTI. Cuando sea útil y así lo pidan los agentes locales, las empresas también tienen la oportunidad de apoyar a las comunidades locales mediante la colaboración directa con los gobiernos y los legisladores de los países donde operan. A escala mundial, el apoyo de las empresas a los movimientos locales de igualdad LGBTI en muchos países de Europa, América y Asia está contribuyendo a crear un entorno más incluyente en el conjunto de la sociedad.



Enfoques prácticos

El enfoque “de promoción”, descrito anteriormente, pretende alentar y apoyar el cambio a nivel nacional. Esa promoción puede adoptar muchas formas, desde la presión directa hasta el apoyo a la acción local y a acciones simbólicas que denoten solidaridad con la población LGBTI local (véase la página 25).

En el pasado, las empresas han adoptado un enfoque “de promoción” para cuestionar la legislación penal y la denominada “antipropaganda”, tanto en vigor como en proyecto, así como otras medidas encaminadas a limitar los derechos de las personas LGBTI. Integrar las críticas de esas propuestas en una acción más amplia para lograr mayor respeto y protección a veces ha dado buenos resultados, en particular en contextos difíciles. Por ejemplo, las empresas pueden alentar a los gobiernos a proteger la libertad de expresión de todas las comunidades minoritarias, incluida la comunidad LGBTI, y a promover el valor de la diversidad y la inclusión de manera más general. Las empresas también pueden desempeñar un papel en la educación de sus interlocutores sobre las cuestiones LGBTI.

Se alienta a las empresas a que colaboren estrechamente con los grupos locales de la sociedad civil y las comunidades afectadas. Deben seguir los consejos de esos grupos al decidir cuándo denunciar públicamente una situación, cuándo trabajar de forma más discreta y cómo prestar apoyo de la manera más efectiva posible.

EVALUACIÓN DE POLÍTICAS ABORDANDO LA DISCRIMINACIÓN HACIA EMPLEADOS LGBT

ESTADOS UNIDOS

En 2002, la Campaña por los **Derechos Humanos** descubrió que solo el 61% de las empresas encuestadas tenían políticas que prohibían la discriminación basada en orientación sexual y solo el 5 por ciento basado en la identidad de género. En 2015, las cifras habían aumentado al 93% y 87% respectivamente. Durante ese período, la proporción de empresas que ofrecen seguro de salud trans-inclusivo subió de cero a 60 por ciento, más de 300 de las principales empresas ahora tienen directrices de transición de género establecidas. Cada año, se agregan nuevos criterios, lo que hace que el proceso de calificación sea más riguroso. En febrero de 2016, la Campaña por los Derechos Humanos lanzó la primera edición global de su Índice de Igualdad Corporativa. En el índice, la más alta puntuación es 100 por ciento, por más que muchas empresas la hayan alcanzado, un gran número de Fortune 1000 todavía tienen puntuaciones bajas.

REINO UNIDO

Stonewall ha creado un índice anual de las 100 mejores empresas desde 2005, clasificando a las empresas en diez criterios, incluyendo a políticas del empleado, participación del empleado, capacitación del personal, política de proveedores y participación de la comunidad. Desde 2011, **Stonewall** también ofrece un índice anual para medir y comparar el desempeño de organizaciones multinacionales y su enfoque a la igualdad LGBT a un nivel mundial.

HONG KONG SAR, CHINE

Un nuevo índice creado por **Community Business** clasifica empresas en relación a las políticas y prácticas corporativas que respaldan un espacio de trabajo inclusivo a LGBT. En 2010, la organización llevó a cabo una encuesta de empleados y aliados LGBT sobre la cultura del espacio de trabajo en Hong Kong.

AUSTRALIA

El índice de igualdad en el espacio de trabajo australiano fue producido por el Consejo de SIDA de New South Wales (ACON) y proporciona un punto de referencia nacional para inclusión de LGBT en el espacio de trabajo. Este comprende la única y más grande encuesta de empleados diseñada para medir el impacto general de la inclusión de iniciativas sobre cultura organizacional e iniciativas para beneficiar empleados.

GLOBAL

En 2014, **Workplace Pride**, con sede en Amsterdam, lanzó The Global Benchmark, un índice internacional de espacios de trabajo LGBT diseñado para abordar temas transfronterizos de la inclusión LGTB en el trabajo. En 2016, este índice abarcó 30 multinacionales y más de tres millones de empleados. La Campaña de Derechos Humanos y Stonewall también introdujeron una dimensión internacional a sus encuestas, permitiendo que las empresas comparen sus compromisos globales con la igualdad LGBT. Estos índices pueden formar la base de un efectivo sistema de evaluación comparativa.

LA EXPERIENCIA DE LOS PRINCIPIOS DE SULLIVAN EN SUDÁFRICA

Durante los años de apartheid en Sudáfrica, muchas empresas estadounidenses adoptaron los Principios de Sullivan, en virtud de los cuales los ascensos profesionales se basaban en el mérito y se ofrecía igualdad de remuneración por trabajo igual, sin tener en cuenta las leyes locales que discriminaban por motivos de raza. Estos principios exigían lo siguiente:

- La no segregación de razas en comedores, aseos y lugares de trabajo;
 - Prácticas de empleo iguales y justas para todos los empleados;
 - Igual remuneración para todos los trabajadores que realizaban un trabajo igual o comparable en el mismo período de tiempo;
 - Inicio y desarrollo de programas de formación que preparasen a un número importante de personas negras y otras personas no blancas para puestos de supervisión, administración y secretaría y empleos técnicos;
 - Aumento del número de personas negras y otras no blancas en puestos de gestión y supervisión;
 - Mejora de la calidad de vida de los negros y otros no blancos fuera del entorno de trabajo en ámbitos como la vivienda, el transporte, la escuela, el ocio y los centros de salud, y
 - Medidas para eliminar las leyes y costumbres que obstaculizan la justicia social, económica y política (añadido más adelante).
- Sin exagerar su importancia, los Principios de Sullivan ayudaron a crear un clima en el que los empleados blancos y no blancos trabajaban como iguales; además, la aplicación de los principios entre las empresas que siguieron operando en Sudáfrica contribuyó a preparar a un cuadro de personas con competencias para la gestión al que más adelante pudo recurrir Sudáfrica cuando el apartheid finalmente terminó en 1991.

PRINCIPIOS EMPRESARIALES EXISTENTES EN RELACIÓN CON LAS PERSONAS LGBT

En Francia, **L'Autre Cercle** ha creado una "Charte d'engagement LGBT" que las empresas pueden firmar para demostrar públicamente su compromiso en pro de la igualdad de los empleados LGBT. Las empresas firmantes se comprometen a lo siguiente:

- Crear un lugar de trabajo inclusivo para el personal LGBT;
 - Garantizar la igualdad jurídica y de trato para todos los empleados, con independencia de su orientación sexual o identidad de género;
 - Apoyar a cualquier empleado que sea víctima de palabras o actos discriminatorios, y
 - Hacer el seguimiento de la promoción profesional e intercambiar buenas prácticas para garantizar una evolución del entorno de trabajo general.
- Del mismo modo, en los Países Bajos, la Declaración de Amsterdam creada por **Workplace Pride** en 2011, que firmaron muchas grandes compañías, obliga a las empresas a adoptar diez medidas para combatir el trato injusto de las personas LGBT en el lugar de trabajo. Una de las medidas insta a los empleadores a identificar y apoyar a los dirigentes y los responsables de la adopción de decisiones (gais y heterosexuales, trans y cisgénero⁴¹) que trabajan activamente con el fin de crear entornos de trabajo inclusivos para personas LGBT; otra medida promueve el apoyo a grupos de recursos y programas de capacitación de los empleados, como la capacitación sobre la diversidad LGBT para administradores.

APÉNDICE ESTUDIOS DE CASOS

Esta sección discute ejemplos concretos de desafíos encontrados por partes interesadas del mundo corporativo cuando tratan de cumplir con sus responsabilidades y tener un rol de más importancia al lidiar con temas de discriminación en contra a los miembros de la comunidad LGBTI, y también el abordaje práctico que adoptaron.

Tratamiento de las llamadas leyes de propaganda contra homosexuales

En noviembre de 2013, **IKEA Group**, la empresa mundial de venta de muebles y decoración, suprimió de su revista rusa en línea un artículo en el que aparecía la imagen de una pareja de personas del mismo sexo con su hijo en el hogar. El artículo estaba incluido en la publicación mundial de la empresa que mostraba a distintas familias disfrutando de sus hogares. La decisión de no publicar imágenes de progenitores del mismo sexo en la edición rusa estaba motivada por la llamada ley rusa de “propaganda contra las personas gais” que prohíbe la promoción de relaciones “no tradicionales”. La empresa tomó la decisión de cumplir la ley a fin de proteger a sus trabajadores y sus familias, y recibió críticas de los clientes y otras partes interesadas, incluidos grupos de LGBT+ y grupos de derechos humanos en el extranjero. El caso ilustró la forma en que las políticas mundiales de las empresas pueden tropezar con la realidad en el nivel local.

Este episodio, sin embargo, representó un punto de inflexión en el enfoque de IKEA respecto de la inclusión de las personas LGBT+ en el lugar de trabajo y llevó a la empresa a elaborar y poner en marcha un plan mundial de inclusión sistemática de LGBT+. El plan, que ya está en funcionamiento, tiene como propósito crear un entorno de trabajo plenamente inclusivo y está contribuyendo a lograr cambios positivos para los colegas LGBT+. Esos planes, acompañados de iniciativas para explorar vías de promoción colectiva, tienen el potencial de lograr cambios positivos a largo plazo.

Soluciones específicas a la legislación discriminatoria

Cuando son destinados a un país extranjero, algunos diplomáticos LGBT y sus parejas han logrado llegar a arreglos oficiosos con los países de acogida cuando en estos hay leyes que restringen los derechos de las personas LGBT o las penalizan. Los empleados del sector privado que desean llevar consigo a su pareja cuando son destinados a otro país a veces tienen problemas. Algunas empresas han elaborado políticas para que no se penalice a los empleados que deciden no trasladarse a lugares donde el marco regulatorio discrimina a las personas LGBT. Otros han elaborado soluciones específicas para sortear leyes difíciles que a menudo benefician a los trabajadores no locales.

Baker McKenzie manifiesta su posición “no neutral” sobre las cuestiones relacionadas con las personas LGBT manteniendo en todas las oficinas a un asociado responsable de la inclusión LGBT que dirige la aplicación de las políticas contra la discriminación y el cumplimiento de los compromisos en materia de diversidad e inclusión. Otra empresa sufraga los gastos de alquiler y limpieza de un apartamento de dos dormitorios para mantener la apariencia de que los miembros de una pareja del mismo sexo viven en habitaciones separadas. Una multinacional evita hacer acuerdos officiosos con los gobiernos anfitriones cuando existe una posibilidad de que sean revocados a raíz de un cambio de gobierno o de opinión del gobierno. Si las relaciones entre personas del mismo sexo son ilegales en un país y el país va a denegar un visado o permiso de residencia al cónyuge del mismo sexo de un empleado, la misma empresa ayuda a ese empleado concediéndole licencia adicional para regresar a su hogar y mantener la relación familiar.

Marcas orientadas por objetivos

En la India, algunas empresas como **Godrej, Genpact, Intuit, ThoughtWorks, Microsoft** y **Google** han adoptado una postura pública contra el artículo 377 del Código Penal, que tipifica como delito las relaciones entre personas del mismo sexo. Cabe citar como ejemplos de las marcas que han organizado anuncios contra el artículo 377 la marca de joyas Tanishq — propiedad de **Titán**, empresa del **Tata Group** — que publicó un anuncio en Twitter en el que aparecía un par de pendientes de diamantes con el eslogan “¡Dos iguales siempre hacen buena pareja! #art. 377”; **Fastrack**, popular marca de moda juvenil en la India, lanzó una campaña llamada “Avanzar” en favor de la derogación del artículo 377; y la marca de artículos de lujo **Hidesign** publicó tuits en apoyo de la derogación de ese artículo.

Adoptar una postura pública puede repercutir positivamente en el negocio de la empresa, en particular con los consumidores jóvenes. El reciente anuncio de **Colgate México** en el que aparecía una pareja homosexual en el marco de la campaña #SmileWithPride tuvo una respuesta positiva. En los EEUU, **Google** ha estudiado recientemente dos campañas promocionales de las cuestiones LGBT⁴² y ha publicado las siguientes conclusiones:

- el 47% de los menores de 24 años en los Estados Unidos son más proclives a apoyar una marca después de haber visto un anuncio con el tema de la igualdad de las personas LGBT (frente al 30% de los mayores de 24 años);
- el anuncio del “Orgullosos Whopper” de **Burger King** llegó al 20% de la población estadounidense. Se llegó a la generación de los mileniales (nacidos entre principios de los años ochenta y los primeros años del siglo XXI) con una frecuencia 4,8 veces mayor que al resto de la población;
- Con su campaña publicitaria a favor de las cuestiones LGBT, **Honey Maid** cumplió su objetivo de hacer hablar del tema y de provocar la participación: las búsquedas de la marca en Google aumentaron en un 400% durante la campaña.

Hacer frente a las reacciones negativas

Con presencia en 74 países y casi 200.000 empleados en todo el mundo, el banco francés **BNP Paribas** es uno de los principales bancos de la eurozona y el cuarto mayor banco del mundo. Cuando decidió firmar la carta de l'Autre Cercle en 2015, se enfrentó a una importante reacción negativa de un grupo firmemente opuesto a las relaciones entre personas del mismo sexo; el comité ejecutivo del banco recibió unos 12.000 correos electrónicos en protesta por su decisión. Aunque el banco no había previsto ese tipo de reacción, no modificó su decisión, sino que resolvió que de cara al futuro mejoraría su política de comunicación interna a fin de incrementar la participación de los empleados y facilitar la comprensión del propósito del Grupo.

El riesgo para la reputación en la cadena de suministro

La empresa **Orange** de France Telecom se expuso a un riesgo para la reputación cuando se supo que se anunciaba en un diario de Uganda, *Red Pepper*, que había publicado abiertamente los nombres y fotografías de 200 personas a las que señalaba como homosexuales. Una petición en línea que pedía a la empresa anular su contrato con el periódico logró reunir 77.000 firmas. La empresa anunció posteriormente que no renovarían su contrato de publicidad con el diario.

Incorporación de la igualdad de las personas LGBT en las prácticas de adquisición y la gestión de la cadena de suministro

Simmons & Simmons LLP, un bufete de abogados internacional con más de 1.500 empleados y 21 oficinas en Europa, el Oriente Medio y Asia, cuenta con un programa bien establecido de colaboración con los proveedores y ha incorporado de manera proactiva los principios de igualdad de las personas LGBT en las prácticas de adquisición.

Durante el proceso de licitación, Simmons & Simmons exige a sus proveedores potenciales que respondan a un cuestionario establecido. Además, deben completar una auditoría de responsabilidad empresarial, que incluye preguntas concretas sobre igualdad y diversidad. También se pide a los proveedores potenciales que presenten una copia de su política en materia de diversidad e inclusión.

Como parte de su auditoría anual de proveedores, la empresa pide a estos que presenten pruebas de la forma en que informan a sus empleados de su política de diversidad e inclusión que, para cumplir con la del bufete, debe incluir todas las características protegidas. Esta auditoría se envía anualmente a los principales proveedores del bufete; todos los nuevos proveedores deben cumplimentarla.

El bufete sigue trabajando con proveedores que no organizan sus propias sesiones de capacitación sobre diversidad e inclusión y les presta apoyo mediante sesiones de información y el intercambio de mejores prácticas. Ha elaborado una guía práctica⁴³, que ofrece instrumentos a las empresas que deseen aplicar un enfoque similar, incluidos modelos de cuestionarios de auditoría y programas de eventos, consejos sobre la medición de los efectos y otros recursos útiles.

Trabajo con las comunidades afectadas

IBM cuenta con un equipo de empleados dedicados a establecer relaciones de asociación con organizaciones LGBT sin fines de lucro en los más de 180 países donde opera. En el último decenio, IBM ha hecho donaciones a muy diversas organizaciones, incluidas organizaciones de personas LGBT.

Del mismo modo, en el Reino Unido una empresa de publicidad donó espacio de publicidad en vallas, paradas de autobús y andenes de tren a la organización de defensa LGBT Stonewall para su emblemática campaña de 2007 “Algunas personas son gays. ¡Supéralo!”. Stonewall también recibe asesoramiento jurídico y normativo de forma desinteresada de diversas empresas asociadas.

En Singapur, grandes empresas patrocinan Pink Dot, un evento de un día de duración en el que se reúnen miles de personas LGBT y simpatizantes en el parque Hong Lim de la ciudad, donde se permiten los discursos públicos⁴⁴. Después de que Singapur pidiera a las multinacionales que no apoyaran las celebraciones del Pink Dot en 2016, dos empresas multinacionales han solicitado al Gobierno que permita celebrar eventos del orgullo gay en el parque Hong Lim en 2017. Varias empresas locales con participación mayoritaria de Singapur ya se han ofrecido a llenar el vacío dejado por los patrocinadores multinacionales.

En 2013, una institución mundial anunció que aplazaba indefinidamente un importante proyecto en Uganda destinado a mejorar la atención sanitaria, en respuesta a la promulgación de la Ley contra la homosexualidad, de carácter discriminatorio. Esta decisión fue criticada por algunos activistas que consideraban que, en última instancia, daba impulso político al patrocinador del proyecto de ley, enfrentaba a las personas LGBTI contra el resto de la población y daba crédito a la idea de que la igualdad LGBTI es una prioridad patrocinada por el mundo occidental. Expresaron su deseo de ser consultados sobre esas decisiones en el futuro.

Utilizar la influencia colectiva con los gobiernos y los legisladores

En Uganda, algunas empresas desalentaron activamente a los legisladores de adoptar nuevas leyes discriminatorias y restricciones a la libertad de expresión, asociación y reunión, poniendo de relieve las posibles repercusiones negativas, en particular para las empresas. Otras lo hicieron obediendo a la presión de sus clientes internacionales. En Irlanda del Norte, varios sindicatos y empresas colaboraron en la lucha contra la discriminación por motivos religiosos durante el período de violentas tensiones sectarias. En otros casos, las empresas han alzado su voz o han actuado de forma discreta con el fin de apoyar a los defensores de los derechos humanos, o para hacer frente a problemas sociales o de derechos humanos. En Singapur, en septiembre de 2015, una docena de empresas multinacionales formaron una coalición para impulsar la igualdad de las personas LGBT en el lugar de trabajo a escala mundial.

Cuando los propietarios de pequeñas empresas se reúnen para oponerse a la legislación contra las personas LGBT

En Texas (Estados Unidos), varios cientos de propietarios de pequeñas empresas, desde cafeterías hasta tiendas de bicicletas, firmaron una carta abierta en 2016 en la que se oponían a todo intento de aprobar leyes en el estado que diesen a la comunidad LGBT un trato discriminatorio después de la aprobación de leyes contra las personas LGBTI en Carolina del Norte.

A través de su sitio web “Texas Equality” y otras acciones conjuntas, esas pequeñas empresas de todas las regiones del estado se unieron en torno a un mensaje único: “Dejemos que Texas siga abierto al comercio” y contra la legislación anti LGBTI prevista para la legislatura de 2017, calificándola de “un ataque contra las pequeñas empresas y contra la economía de Texas”.

Una empresa retira sus planes de expansión a causa de una ley discriminatoria

PayPal, uno de los principales proveedores de servicios de pago en todo el mundo, con más de 180 millones de titulares de cuentas, tenía previsto abrir en abril de 2016 un nuevo centro de servicios en Charlotte, en el estado de Carolina del Norte (Estados Unidos). Apenas un mes después de que se anunciara esta decisión, se aprobó en Carolina del Norte la nueva ley, conocida como HB2, que anulaba la protección de los derechos de los ciudadanos LGBT y denegaba a estos miembros de la comunidad la igualdad de derechos ante la ley.

A pesar de la oposición de muchas grandes empresas, como PayPal, la nueva legislación fue confirmada. En consecuencia, PayPal canceló sus planes de apertura de un nuevo centro en Charlotte. PayPal planeaba contratar inicialmente a entre 400 y 600 empleados, con la posibilidad de aumentar ese número. **Deutsche Bank** también decidió no expandir sus actividades en Carolina del Norte.

Se ha estimado que el costo de la discriminación contra los miembros de la comunidad LGBT para la economía de Carolina del Norte⁴⁵ asciende a unos 5.000 millones de dólares al año, y que la legislación HB2 ya ha causado la pérdida de

más de 40 millones de dólares en inversiones empresariales y más de 1.250 puestos de trabajo. El Director General de PayPal, Dan Schulman, escribió entonces: “Esta decisión refleja los valores más arraigados de PayPal y nuestra firme convicción de que todas las personas tienen derecho a ser tratadas en pie de igualdad y con dignidad y respeto. Estos principios de equidad, inclusión e igualdad están en el corazón mismo de todo lo que pretendemos alcanzar y lo que defendemos como empresa. Y nos obligan a actuar para oponernos a la discriminación”.

A principios de 2017, la Asamblea Legislativa de Carolina del Norte aprobó una nueva ley que revocaba algunos elementos de la ley HB2, en gran parte debido a la reacción de las empresas y a sus repercusiones económicas. En esta ocasión, el Gobernador expresó su opinión de que la ley HB2 había sido “una nube sombría sobre nuestro gran estado ... ha manchado nuestra reputación, ha discriminado a algunos de nuestros ciudadanos y ha provocado graves daños económicos en muchas de nuestras comunidades”.



- ¹ Según un estudio realizado en los Estados Unidos por Human Rights Campaign, un 62% de las lesbianas, gais y bisexuales recién licenciados “vuelven al armario” cuando empiezan a trabajar. Según otra encuesta, 23 países europeos exigen que las personas trans sean esterilizadas como condición necesaria para que el género que prefieran les sea reconocido legalmente, mientras que 8 no tienen ningún mecanismo para que estas personas puedan obtener documentos de identidad que reflejen el nombre y el género que prefieran (estar “dentro del armario” es una expresión que se utiliza para indicar que las personas LGBT no han hecho pública su orientación sexual o su identidad de género o aspectos de ellas).
- ² Aprobada el 10 de diciembre de 1948 (resolución 217 (III) A de la Asamblea General).
- ³ En los Principios Rectores se exhorta a los Estados a proteger los derechos humanos y a las empresas a respetarlos en sus actividades comerciales y, cuando existan lagunas en la protección o de otro tipo, a proporcionar reparación. Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos (Ginebra: Naciones Unidas, enero de 2012), http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_SP.pdf.
- ⁴ Lucy Amis, A Guide for Business: How to Develop a Human Rights Policy (Nueva York: Oficina del Pacto Mundial, junio de 2011), 1-26, http://www.ohchr.org/Documents/Publications/DevelopHumanRightsPolicy_en.pdf.
- ⁵ Corporate Social Responsibility (CSR) Europe, Assessing the Effectiveness of Company Grievance Mechanisms (Bruselas: CSR Europe, diciembre de 2013), <https://www.csreurope.org/sites/default/files/Report%20Summary-%20Management%20of%20Complaints%20assessment-%20final%20Dec%202013.pdf>.
- ⁶ Las empresas que deseen obtener información sobre las condiciones reinantes en un país concreto deben consultar a organizaciones LGBTI locales y recursos en línea como las fichas informativas de Stonewall. “Global Workplace Briefings”, Stonewall, consultado el 7 de agosto de 2017, <https://www.stonewall.org.uk/global-workplace-briefings/>; “Maps: Sexual Orientation Laws”, ILGA, consultado el 7 de agosto de 2017, <http://ilga.org/what-we-do/maps-sexual-orientation-laws/>; “Comparative Data on 190 Countries Worldwide”, TGEU, consultado el 7 de agosto de 2017, <http://transrespect.org/en/>; “Employers Guide to Intersex Inclusion”, OII, 8 de octubre de 2014, <https://oii.org.au/employer/>.
- ⁷ La Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos también ha publicado una guía para la interpretación de la responsabilidad de las empresas de respetar los derechos humanos, enunciada en los Principios Rectores: Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH), La responsabilidad de las empresas de respetar los derechos humanos: guía para la interpretación (Ginebra: Naciones Unidas, junio de 2012), http://www.ohchr.org/Documents/Publications/HR.PUB.12.2_sp.pdf.
- ⁸ Organización Internacional del Trabajo, Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre la Justicia Social (Ginebra: Organización Internacional del Trabajo, junio de 2008), http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/genericdocument/wcms_371206.pdf.
- ⁹ David Rock y Heidi Grant, “Why Diverse Teams Are Smarter”, Harvard Business Review, noviembre de 2016, <https://hbr.org/2016/11/why-diverse-teams-are-smarter>.
- ¹⁰ Charlie Ensor, “Homophobia Costs Countries \$100 billion a Year, Economist Argues”, Humanosphere, febrero de 2017, <http://www.humanosphere.org/human-rights/2017/02/homophobia-has-an-economic-cost-for-countries-economist-argues/>.
- ¹¹ M.V. Lee Badgett et al., The Relationship between LGBT Inclusion and Economic Development: An Analysis of Emerging Economies (Los Ángeles: The Williams Institute, 2014), <http://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/lgbt-inclusion-and-development-november-2014.pdf>.
- ¹² Emma Mishel, “Discrimination against Queer Women in the US Workforce”, SOCIOUS: Sociological Research for a Dynamic World, enero de 2016, doi:10.1177/2378023115621316.
- ¹³ Sylvia Ann Hewlett y Karen Sumberg, “For LGBT Workers, Being ‘out’ Brings Advantages”, Harvard Business Review, agosto de 2011, <https://hbr.org/2011/07/for-lgbt-workers-being-out-brings-advantages>.

- ¹⁴ Sylvia Ann Hewlett y Kenji Yoshino, *Out in the World: Securing LGBT Rights in the Global Marketplace* (Nueva York: Center for Talent Innovation, 2016), <http://www.talentinnovation.org/publication.cfm?publication=1510>.
- ¹⁵ Eric Berger y Nicole Douillet, "What's the effect of pro-LGBT policies on stock Price?", *Harvard Business Review*, julio de 2014, <https://hbr.org/2014/07/whats-the-effect-of-pro-lgbt-policies-on-stock-price>.
- ¹⁶ LGBT Capital, "Global LGBT ('Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender') annual spending power (LGBT-GDP) estimated to be US\$3.7 trillion in new data from LGBT Capital" (Hong Kong y Londres: 3 de agosto de 2015), http://www.lgbt-capital.com/docs/LGBT-GDP_2015_Press_Release.pdf.
- ¹⁷ Harris Poll y Witeck Communications, "Large Majorities of Heterosexuals and Gays Likely to Consider a Corporate Brand that Provides Equal Workplace Benefits to All Employees, Including Gay and Lesbian Employees", (Rochester: anteriormente Harris Interactive y Witeck-Combs Communications, febrero de 2007).
- ¹⁸ Harris Poll y Witeck Communications, "LGBT Adults Strongly Prefer Brands That Support Causes Important to Them and that also Offer Equal Workplace Benefits", (Nueva York y Washington D.C: anteriormente Harris Interactive y Witeck-Combs Communications, julio de 2011), <http://communitymarketinginc.com/lgbt-research-practice/lgbt-research-downloads/>.
- ¹⁹ Hewlett y Yoshino, *Out in the World* (véase la nota 18).
- ²⁰ Por ejemplo, en algunos países se permite el matrimonio de personas del mismo sexo pero se exige la esterilización de las personas trans para que se les reconozca su identidad de género. En otros países, las personas trans han logrado mayor protección. En muchos países, incluidos aquellos donde los derechos de las personas lesbianas, gays, bi y trans están protegidos, las personas intersexuales siguen enfrentándose a prácticas médicas nocivas.
- ²¹ Por ejemplo: "Workplace Resources", Stonewall, consultado el 7 de agosto de 2017, <http://www.stonewall.org.uk/our-work/workplace-resources>; "Trans Toolkit for Employers", Human Rights Campaign, consultado el 7 de agosto de 2017, <http://www.hrc.org/campaigns/trans-toolkit>; "Workplace Climate Resources", Human Rights Campaign, consultado el 7 de agosto de 2017, <http://www.hrc.org/resources/workplace-climate-resources>; "Transgender Law Center Model Employer Policy", Transgender Law Center, consultado el 7 de agosto de 2017, <https://transgenderlawcenter.org/resources/employment>; "Intersex Australia and Pride in Diversity Guide to Intersex Inclusion for Employers", OII Australia, octubre de 2014, <https://oii.org.au/employer/>.
- ²² Confederación Sindical Internacional, *Building Workers' Power* (Berlín: CSI, mayo de 2014), <http://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/ituc-3co-e-5-congresstatement-en-210x297-01-140819.pdf>. Además, el Congreso de Sindicatos aprobó la "Charter on Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender Solidarity": Congreso de Sindicatos, "International LGBT solidarity, a trade union Charter", Congreso de Sindicatos, marzo de 2015, <https://www.tuc.org.uk/sites/default/files/LGBTTUCharter.pdf>.
- ²³ *Pride*, dirigida por Matthew Warchus (2013; Londres: Pathé International).
- ²⁴ Claire House, "A6: Community Engagement across Your Global Footprint", Stonewall, abril de 2016, https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/session_a6_community_engagement_across_your_global_footprint.pdf.
- ²⁵ Confederación Sindical Internacional, *Scandal inside the Global Supply Chains of 50 Top Companies* (Bruselas: Confederación Sindical Internacional, 2016), http://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/pdffrontlines_scanda_en-2.pdf.
- ²⁶ El informe de la OIT sobre el empleo en plena mutación subraya que las estimaciones de los empleos relacionados con la cadena mundial de suministro deben interpretarse como una estimación por lo alto del número real de empleos relacionados con las cadenas de suministro mundiales en las economías analizadas, es decir, de 40 países que representan el 85% del PIB mundial y abarcan las dos terceras partes de la fuerza de trabajo mundial. Oficina Internacional del Trabajo, *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: El empleo en plena mutación* (Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo, 2015), 133, http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_368626.pdf.
- ²⁷ La organización de defensa de los accionistas As You Sow observó en su décimo informe anual Proxy Preview que en 2015, 17 resoluciones pidieron medidas formales

- de protección de empleados LGBT y la mitad de las empresas afectadas ya han aceptado esas solicitudes— incluso la reacia ExxonMobil, que modificó su política después de más de un decenio de propuestas. <http://www.proxypreview.org/wp-content/themes/nanica/download/download-attachment-2016.php>.
- ²⁸ Clean Yield Asset Management, "Copy of Letter for CY Website", Clean Yield Asset Management, noviembre de 2014, <http://cleanyield.com/assets/Copy-of-letter-for-CY-web-site-2.pdf>.
- ²⁹ Howards Schultz, Director General de Starbucks, reunión anual de Starbucks, Seattle, mayo de 2013, <https://www.bizjournals.com/seattle/video/c1eDBjYTo4LXS3loL7s pSdNyONvOfwF?autoplay=1>.
- ³⁰ Lisa Van Beek, Alessandra Cancedda y Carlien Scheele, *The Business Case for Diversity in the Workplace: Sexual Orientation & Gender Identity* (Bruselas: Comisión Europea, 26 de septiembre de 2016), http://ec.europa.eu/justice/discrimination/files/report_companies_final_en.pdf; Vivian Hunt, Dennis Layton, y Sara Prince, "Why Diversity Matters"; McKinsey and Company, enero de 2015, <http://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/why-diversity-matters>; Tim Smedley, "The Evidence Is Growing - There Really is a Business Case for Diversity"; Financial Times, 14 de mayo de 2014, <https://www.ft.com/content/4f4b3c8e-d521-11e3-9187-00144feabdc0>.
- ³¹ "Human Rights Reporting Assurance Frameworks Initiative", Shift Project, noviembre de 2012, <https://www.shiftproject.org/resources/collaborations/human-rights-reporting-assurance-frameworks-initiative/>.
- ³² "Corporate Human Rights Benchmark", Business & Human Rights Resource Center, marzo de 2017, <https://business-humanrights.org/en/chr/b>.
- ³³ Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Informe de la Alta Comisionada para los Derechos Humanos: Discriminación y violencia contra las personas por motivos de orientación sexual e identidad de género (A/HRC/29/23) (Nueva York: Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, mayo de 2015), http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session29/Documents/A_HRC_29_23_en.doc.
- ³⁴ James I Charlton, *Nothing about Us without Us: Disability Oppression and Empowerment* (Berkeley: University of California Press, agosto de 2000). http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session29/Documents/A_HRC_29_23_en.doc.
- ³⁵ En un caso en África, una directora fue despedida por su empleador después de que los medios dieran a conocer la identidad de su compañera, una persona muy famosa. La ex directora, hoy en día activista, fue invitada a dimitir ese mismo día y descubrió que no disponía de recursos judiciales para luchar contra su despido. "El tipo de persona que es usted no es bueno para la imagen pública de la empresa", le dijeron, aunque la empresa cuenta con progresistas políticas contra la discriminación (consultas del ACNUDH sobre las Normas de Conducta, 2016).
- ³⁶ ILGA, "Sexual Orientation Laws in the World- Criminalisation", International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association (ILGA), mayo de 2017, http://ilga.org/downloads/2017/ILGA_WorldMap_ENGLISH_Criminalisation_2017.pdf.
- ³⁷ El grupo de promoción Stonewall publica un índice mundial de igualdad en el lugar de trabajo, que divide las jurisdicciones en zonas que indican diferentes problemas que afrontan las organizaciones en sus operaciones mundiales. En los países de la zona 1, las relaciones entre personas del mismo sexo son legales y existen en el nivel nacional claras medidas de protección del empleo por motivos de orientación sexual. En los países de la zona 2, las relaciones entre personas del mismo sexo son legales pero no existen protecciones laborales nacionales claras, mientras que en los países de la zona 3 las relaciones entre personas del mismo sexo son ilegales. <http://www.stonewall.org.uk/global-workplace-equality-index>.
- ³⁸ ACNUDH, "Living Free and Equal: What States Are Doing to Tackle Violence and Discrimination against Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Intersex People", Oficina de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, noviembre de 2016, <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/LivingFreeEqual.aspx>; Zhan Chiam, Sandra Duffy y Matilda González Gil, "Trans Legal Mapping Report: Recognition before the Law", ILGA, noviembre de 2016, <http://ilga.org/what-we-do/gender-identity-and-gender-expression-program/trans-legal-mapping-report/>; "Comparative Research Data on 190 Countries Worldwide", Trans Respect versus Transphobia Worldwide (TGEU), 2017, <http://transrespect.org/en/>.

- ³⁹ Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, *Being Trans in the European Union: Comparative Analysis of EU LGBT survey data* (Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2014), <http://fra.europa.eu/en/publication/2014/being-trans-eu-comparative-analysis-eu-lgbt-survey-data>.
- ⁴⁰ ACNUDH, "Living Free and Equal: What States are Doing to Tackle Violence and Discrimination against Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Intersex People"; Oficina de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, noviembre de 2016, <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Discrimination/Pages/LivingFreeEqual.aspx>.
- ⁴¹ Cisgénero es la palabra que describe a una persona que no es transgénero.
- ⁴² Brendan Snyder, "LGBT Advertising: How Brands are Taking a Stance on Issues"; Think with Google, marzo de 2015, <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/lgbt-advertising-brands-taking-stance-on-issues/>.
- ⁴³ Stonewall y Simmons & Simmons, "Embedding LGBT Equality into Procurement Practices and Supply Chain Management"; Stonewall, 2016, https://www.stonewall.org.uk/sites/default/files/simmons_simmons_-_embedding_lgbt_equality_into_procurement_practices_and_supply_chain_management.pdf.
- ⁴⁴ El artículo 377A del Código Penal de Singapur es el principal instrumento legislativo que todavía tipifica como delito las relaciones sexuales mutuamente consentidas entre hombres adultos. El Primer Ministro de Singapur, Lee Hsien Loong, dijo una vez que "hay espacio para la comunidad gay [en Singapur], pero no deben presionar demasiado para impulsar sus prioridades, ya que si lo hacen habrá un fuerte retroceso..." <http://www.straitstimes.com/singapore/singapore-not-ready-for-same-sex-marriage-as-society-is-still-conservative-pm-lee>.
- ⁴⁵ Christy Mallory y Brad Sears, "Discrimination, Diversity and Development: the Legal and Economic Implications of North Carolina's HB2"; The Williams Institute and Out Leadership, mayo de 2016, http://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/Discrimination-Diversity-and-Development_The-Legal-and-Economic-Implications-of-North-Carolinas-HB2.pdf.

**OFICINA DEL ALTO COMISIONADO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA
LOS DERECHOS HUMANOS • CH 1211 GENEVA 10 - SWITZERLAND**

La Campaña Libres e Iguales de las Naciones Unidas trabaja para combatir el estigma y discriminación hacia personas LGBTI a un nivel global. Para más información y registrarse, por favor visite unfe.org.

Las designaciones empleadas y la presentación del material en este informe no implican juicio alguno de parte de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos en relación al estado legal de ningún país, territorio, ciudad o área, o de sus autoridades, o en relación a la delimitación de sus fronteras o límites.

Producido por la Oficina de Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos

Dirección creativa/diseño: WINER IDEAS, New York City, y Cara Pittendrigh, Ginebra, Suiza

Ilustraciones: Paul Wearing

Fotos: Bâtiment des Nations Unies / Rick Bajornas; Zeid Ra'ad Al Hussein / Justin Lane

Formación de la Organización Internacional del Trabajo (ILO/ITC).

La Oficina de Derechos Humanos de las Naciones Unidas quisiera hacer conocer el rol del Instituto de Derechos Humanos y Negocios en el desarrollo del presente trabajo y consultas que precedieron su preparación. Agradecemos a Dan Bross, por su apoyo y guía, gracias a Microsoft, Godrej Industries, Baker McKenzie, EY, Stonewall, ACON, y el Out Leadership por su cooperación para la organización de reuniones y lanzamiento de eventos, y gracias las más de 100 empresas y organizaciones no-gubernamentales que participaron en reuniones consultativas regionales y/o proporcionaron contribuciones electrónicas. Agradecemos también al Gobierno de Noruega, Microsoft y the Rafto Foundation por su soporte general y financiero para esta iniciativa.

Nueva York, 2017

© 2017 todos los derechos
reservas a las Naciones Unidas



UNITED NATIONS
HUMAN RIGHTS
OFFICE OF THE HIGH COMMISSIONER

LAS CINCO NORMAS DE CONDUCTA
PARA LAS EMPRESAS

1 respetar

LOS DERECHOS HUMANOS

2 eliminar

LA DISCRIMINACIÓN

3 prestar

APOYO

4 prevenir

OTRAS VIOLACIONES DE LOS
DERECHOS HUMANOS

5 actuar

EN LA ESFERA PÚBLICA