

## “Falta un esfuerzo para generar nuevos debates en la empresa”

BORJA GUERRERO Madrid

JAUME URGELL

Impulsor de la Cámara de Comercio Gay y Lésbica Ibérica

Presidente de la asociación El Espacio Profesional GLBT, acaba de presentar hace unos días en Barcelona el proyecto para crear una institución hispanoportuguesa que defienda los intereses empresariales y económicos del colectivo gay

Tres millones de gays y lesbianas en España y 60.000 millones de euros de renta anual. Antes de fin de año se pondrá en marcha una cámara de comercio ibérica para defender los intereses económicos de este segmento de la población y favorecer la aparición de nuevas empresas relacionadas con el colectivo. Tendrá delegaciones en Madrid, Barcelona y Lisboa.

**PREGUNTA. ¿Por qué surge la necesidad de crear una Cámara de Comercio Gay y Lésbica Ibérica?**

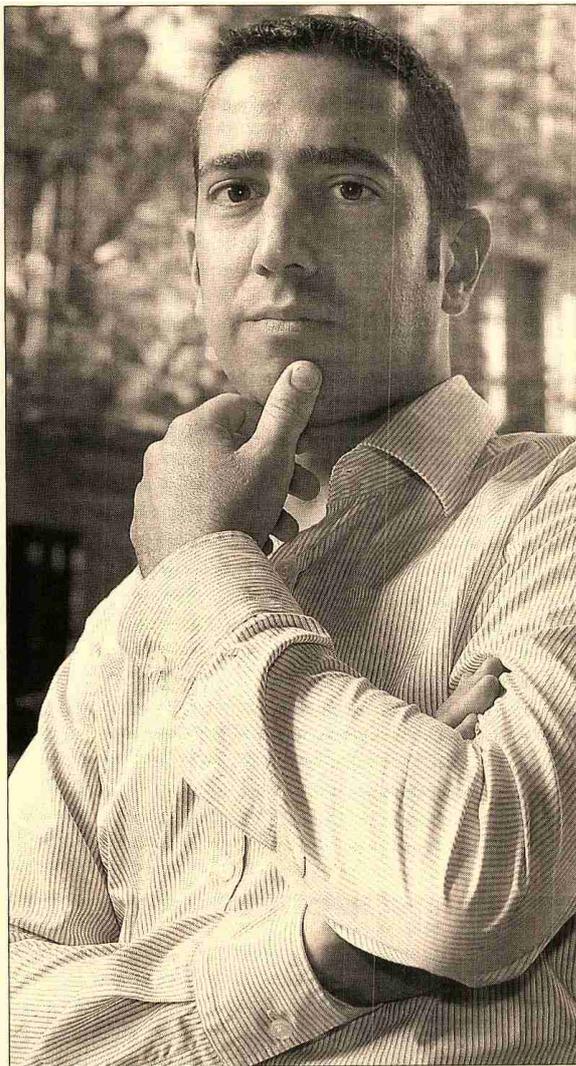
**RESPUESTA.** Existe la necesidad de un organismo que represente a las empresas y a los profesionales gays y lesbianas y que actúe como iniciativa pública para sensibilizar a las empresas y la sociedad sobre las preocupaciones de gays y lesbianas en el trabajo. A menudo se nos pregunta si las cámaras de comercio, asociaciones empresariales y colegios profesionales no representan

**“Los estudios dicen que en España sólo el 15% de gays y lesbianas está completamente ‘fuera del armario’ en el trabajo, es decir, no esconden ni disimulan su condición”**

ya a la comunidad gay. Lo hacen, pero la comunidad gay tiene unas necesidades específicas que requieren de un esfuerzo adicional para generar debates, promover políticas empresariales y abrir posibilidades de negocio para la comunidad empresarial en su conjunto. Todo el mundo va a salir ganando porque conocemos la experiencia de cámaras de comercio gay en otros países.

**P. ¿Cuáles serán sus funciones?**

**R.** Similares a las de las cámaras de otros países y también a las de la Cámara de Comercio Gay y Lésbica Internacional (IGLCC, en sus siglas en inglés): fomentar la vitalidad empresarial y profesional de gays y lesbianas, sensibilizar sobre las preocupaciones de gays y lesbianas en el trabajo y trabajar con el resto de instituciones económicas relevantes. La cámara ofrecerá servicios a sus miembros, promoverá el Índice de Igualdad Corporativa en los próximos meses -que medirá hasta qué punto las empresas tienen políticas de igualdad y de no discriminación hacia



gays y lesbianas, como parte de sus políticas generales - y trabajará con las instituciones para canalizar las preocupaciones de la comunidad gay empresarial y profesional, cosa que la asociación El Espacio Profesional GLBT ya ha empezado a hacer durante los últimos dos años en Barcelona. La cámara también integrará a grandes empresas que compartan sus principios. Gays y lesbianas son especialmente leales a productos y servicios de empresas *gay-friendly*, con políticas internas de no discriminación y políticas externas de compromiso con el colectivo.

**P. ¿Hay más dificultades para un emprendedor si es homosexual?**

**R.** Según algunos estudios, los gays son notablemente más emprendedores que la media de la población. Esto se debe probablemente a que hay mayor necesidad en el colectivo de tomar las riendas de la propia vida profesional y poder ser uno mismo. Muchos emprendedores inician su aventura empresarial para poder llevar a cabo sus propios proyectos, y también en muchos casos para liberarse de estructuras y culturas empresariales que en algunos casos se perciben como opresivas. A esta necesidad de que no te corten las alas se une, en el caso de gays y lesbianas, la presión por no tener que dar cuentas a nadie de la propia vida en sentido más amplio. De esto se puede deducir que el talento emprendedor se ve potenciado en cierto modo por el hecho de ser gay. Aunque no está claro si los emprendedores gays y lesbianas continúan ocultando o no su orientación en sus relaciones con los clientes y proveedores de sus empresas. Este sería el siguiente paso: poder ser uno mismo en todos los ámbitos de la propia empresa.

**P. ¿Cuál es el grado de integración de los homosexuales en las empresas?**

**R.** Los estudios dicen que en España sólo el 15% de gays y lesbianas está completamente *fuera del armario* en el trabajo, es decir, no esconden, disimulan o maquillan su orientación sexual. Es una cifra muy baja y denota sin duda que hay mucha prevención aún por parte de gays y lesbianas ante posibles reacciones negativas de compañeros y otro tipo de consecuencias en la empresa o la organización. Pedimos a las autoridades que impulsen planes de igualdad, de integración y de no discriminación. Cataluña es pionera en esto.

**PRODUCTOS**  
“Necesitamos servicios financieros diferentes”

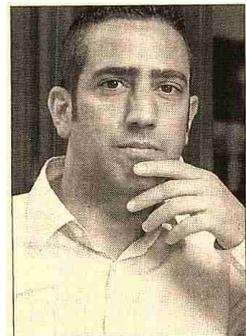
Urgell asegura que la realidad de los hogares integrados por gays y lesbianas necesita de una atención financiera diferenciada.

**¿No se sienten suficientemente representados por las instituciones existentes?**

**R.** Las organizaciones económicas de nuestro país no han abordado nunca las políticas de igualdad hacia gays y lesbianas en el trabajo ni las oportunidades de negocio relativas al segmento de mercado de gays y lesbianas. Nos gustaría que fruto del trabajo de la futura Cámara Gay Ibérica, el resto de cámaras de comercio, asociaciones empresariales y colegios profesionales tomaran conciencia de ello.

**¿Ustedes demandan productos financieros específicos para el colectivo homosexual.**

**R.** Sencillamente porque la realidad de los hogares y las familias de gays y lesbianas es diferente: con unidades más pequeñas y a menudo sin descendencia, los servicios financieros que necesitamos son diferentes. Lo mismo ocurre en multitud de otros sectores, aún no explorados por las empresas en nuestro país (no así en Estados Unidos). Gays y lesbianas tienen estilos de vida en algunos aspectos diferentes, y ello puede llevar a empresas de lo más diverso a adaptar su oferta: desde el sector inmobiliario a los viajes, desde internet a la automoción. Es un mercado básicamente no explorado aún, y que cuando lo sea va a implicar un impacto notable en la economía. Hace falta que las empresas tiren a la basura sus prejuicios y olviden los tabúes y piensen en gays y lesbianas como ciudadanos, trabajadores y consumidores.



## “Es un mito que una persona casada y con hijos sea más estable”

Urgell considera que una cámara de comercio gay “es un esfuerzo por contribuir a la prosperidad y el bienestar del conjunto de la población. Constituye una iniciativa innovadora en nuestro país y que hará propuestas muy originales, de interés no sólo para la comunidad gay, sino para la comunidad empresarial

en su conjunto”. No cree que sea segregadora. “Todo el mundo va a salir ganando. Por otro lado, existen muchísimas iniciativas de colectivos muy diversos en el ámbito económico que nadie cuestiona”.

Sobre si la orientación homosexual, en caso de revelarse, es contraproducente a la hora de acceder a

una empresa, Urgell lo tiene claro: “Las entrevistas de trabajo son situaciones vitales muy delicadas, especialmente para los candidatos y candidatas. No tenemos constancia de que se esté discriminando por orientación sexual en las entrevistas, aunque las decisiones que se toman son confidenciales y por tanto

es prácticamente imposible conocer si este factor tiene un impacto negativo”.

“Lo que sí hay que conseguir es que las empresas y las consultoras sean absolutamente neutras por lo que se refiere a aspectos de la vida de la persona que no tienen relevancia para su productividad”. Añade que “existe el mito de que una

persona casada y con hijos es más estable. Esto denota que a menudo la gestión de recursos humanos en algunas empresas tiene camino por recorrer”. Algunos autores, asegura, sostienen que “los gays tienen estilos de dirección más efectivos, más inclusivos y más participativos que los de los heterosexuales”.