



COMPAÑÍAS CHILENAS AVANZAN EN FORMALIZAR SUS POLÍTICAS DE INCLUSIÓN LGBTI+

La radiografía Pride Connection 2026 indicó que un 97% de las empresas sondeadas ya tiene políticas definidas de diversidad, equidad e inclusión (DEI), dando señales de la consolidación de estas herramientas. POR CLAUDIA MARÍN

Un incremento de seis puntos en el promedio de las organizaciones encuestadas y la consolidación estructural de las políticas de diversidad, equidad e inclusión (DEI) al confirmar que el 97% de las empresas evaluadas cuenta con ellas, son algunas de las conclusiones que dejó la décima edición de la radiografía Pride Connection.

La medición, que este año encuestó a 100 organizaciones, principalmente grandes empresas, analizó cinco dimensiones (políticas DEI, competencias organizacionales, entrenamientos, compromiso público e iniciativas organizacionales con foco LGBTI+) y determinó que las entidades evaluadas se mueven progresivamente hacia la madurez en este tema.

Desafíos y oportunidades

En esta medición hubo tres dimensiones que retrocedieron respecto al año anterior: el desarrollo de programas de formación (-6%), el liderazgo de sponsors LGBTI+ (-8%) y las encuestas de caracterización (-9%). Para el fundador de Pride Connection, Emilio Maldonado, la incertidumbre que surgió a nivel internacional en torno a los temas LGBTI+ llevó a las empresas a bajar la intensidad de sus acciones en esta área o a comunicarla con mayor cautela. "Ahora en 2026, estamos viendo que se están volviendo a activar campañas y capacitaciones", afirma.

Con todo, la radiografía de este año detectó oportunidades para la incorporación estratégica de la inclusión LGBTI+: por ejemplo, que el compromiso evidenciado en la medición se traduzca en prácticas concretas y sostenidas en toda la organización, que el despliegue de acciones se articule como parte de un sistema coherente que impacte la cultura organizacional y que haya líderes que no solo respalden, sino que impulsen y modelen comportamientos en el día a día.

De hecho, del total de organizaciones, 54 se ubicaron en la clasificación A. De acuerdo a la definición de Pride Connection, en ese tipo de empresas las personas LGBTI+ y aliadas pueden sentirse integradas, respetadas y con igualdad de condiciones, gracias a que existe una cultura en la que puede hablarse abiertamente sobre su identidad de género u orientación sexual sin miedo a consecuencias negativas por parte de la organización o de

10%

DE LOS TRABAJADORES DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS SE IDENTIFICA COMO LGBTI+.

67%

DE LAS COMPAÑÍAS SONDEADAS TIENE PERSONAS LGBTI+ EN ALTOS CARGOS.

76%

DE ELLAS CUENTA CON BENEFICIOS PARA PERSONAS TRANS.

quienes trabajen en ella.

Nuevas prioridades

Para el fundador y CEO de Pride Connection, Emilio Maldonado, uno de los hallazgos clave de esta edición, que da continuidad a lo detectado en ediciones anteriores, es que la inclusión LGBTI+ se ha convertido en uno de los pilares para las políticas DEI de las empresas.

"Al preguntarles si tienen políticas de este tipo y a qué personas apuntan, siempre la discapacidad aparece en primer lugar, ayudada en parte por la ley que obliga a las grandes empresas a trabajar con personas con discapacidad. Luego se ubican la equidad de género y el pilar LGBTI+, casi empatados con el 94% y 95% de las menciones, respectivamente, lo que se ha mantenido así en los últimos cuatro años y marca un avance, porque al inicio de la medición la inclusión LGBTI+ estaba muy atrás en las prioridades", comenta Maldonado.

En contraposición, el ejecutivo señala que las empresas han ido bajando el foco en la multiculturalidad, un tema que en la década pasada era muy relevante y reflejaba los desafíos para las organizaciones que generaba el fenómeno migratorio. Según lo observado en la edición 2026 de la radiografía, lo que está ganando interés es el tema generacional. "Tenemos hasta cuatro o cinco generaciones coexistiendo

en el mercado laboral, pero las empresas están empezando a trabajar programas para la retención del talento de los mayores de 50 años, una inquietud que se ha tomado la agenda".

Otra de las conclusiones que destaca el fundador de Pride Connection es la incorporación en las organizaciones de beneficios específicos para personas trans, "como el protocolo de transición de género, que llega a su peak desde que incluimos la pregunta en 2020".

Menos luces, más trabajo

Uno de los fenómenos que han observado a nivel social desde Pride Connection es que, a diferencia de la década pasada, para la opinión pública el tema LGBTI+ está menos al centro de la discusión, especialmente luego de lograr avances como el matrimonio igualitario. "Las empresas leen a su público, a sus clientes, a sus proveedores, a sus directores y a sus trabajadores. Y creo que esa estridencia que veíamos en la década pasada, donde todas querían pintar la fachada de colores, se va a ver menos en esta época", prevé.

"Yo prefiero que haya menos luces, que haya menos banderas, pero que haya un trabajo más decidido en la estructura, para cambiar las culturas corporativas en las empresas, con protocolos de avanzada para trabajadores LGBTI+", concluye.