

**CAPACITACIÓN PARA LA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS LGBT EN
EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO.**

TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO ESPECIAL INTERES- MANAGEMENT DE GESTIÓN HUMANA
BOGOTÁ D.C NOVIEMBRE DE 2019**

**CAPACITACIÓN PARA LA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS LGBT EN
EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO**

TRABAJO DE GRADO

**PS. Jaime Ferro Vásquez
ASESOR.**

Yenifer Z. Solarte Díaz (425895),

Nataly Monroy Peña (426285)

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO ESPECIAL INTERÉS - MANAGEMENT DE GESTIÓN HUMANA
BOGOTA D.C. NOVIEMBRE DE 2019**



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/col>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

“Las opiniones expresadas en este trabajo son responsabilidad de los autores; la Facultad de Psicología de la Universidad Católica de Colombia ha verificado el cumplimiento de las condiciones mínimas de rigor científico y de manejo ético.”

(Artículo 65 Reglamento Interno)

Agradecimientos

Nuestros agradecimientos a quienes nos asesoraron en el desarrollo del Trabajo de Grado: a Jaime Ferro Vásquez por el seguimiento y enseñanza que nos brindaron.
A la Universidad por su formación integral.

Dedicatoria

A nuestras familias
Con inmensa gratitud y cariño,
quienes estuvieron siempre
apoyándonos con paciencia.

Tabla de contenido

Resumen ,1
Introducción ,2
Justificación ,3
Historia de la comunidad LGBT, 5
Conceptos Básicos ,5
Breve historia ,5
Importancia de la inclusión de comunidad LGBT, 7
Desarrollo programas de formación para la inclusión de comunidad LGBT, 8
Escenario laboral frente a la comunidad LGBT ,11
Estrategias de Capacitación ,15
Beneficios de la capacitación ,16
Estrategias didácticas de capacitación ,16
Planteamiento del problema ,18
Objetivos ,19
Objetivo General ,19
Objetivos Específicos ,19
Estudio del Mercado ,20
a. Objetivo General del Estudio de Mercado ,21
b. Objetivos Específicos del estudio de Mercado ,21
c. Descripción del producto ,22
d. Nombre, logo ,22
e. Producto básico ,23
f. Producto real ,24
g. Producto ampliado ,24
h. Clientes – segmentación ,25
i. Mercado potencial ,25
j. Mercado meta ,26
k. Mercado objetivo ,27
l. Competencia directa y secundaria ,28
m. Canal de distribución, 28
n. Presupuesto ,29

Resultados ,32

Conclusiones ,38

Referencias ,39

Apéndices, 44

Lista de tablas

Tabla 1. Análisis DOFA, 27

Tabla 2. Análisis de costos y presupuestos, 29

Lista de figuras

Figura 1. Logotipo y Slogan del producto Dynamic Transformation, 20

Figura 2. Estructura productiva de Bogotá, sectores económicos, 23

Figura 3. Empresas de actividades de servicios en Bogotá, 24

Figura 4. Mercado meta, actividades combinadas de servicios administrativos de oficina 596 empresas, 25

Figura 5. Localidades con mayor número de empresas de servicios en Bogotá, 25

Lista de apéndices

Apéndice A. Presentación Inicial del proyecto, 20

“CAPACITACIÓN PARA LA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS LGBT EN EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO”

Resumen

Este trabajo pretende dar a conocer la importancia de la inclusión laboral de la población LGTB, lesbianas, Gay, transgeneristas y bisexuales en la ciudad de Bogotá para empresas del sector privado, como parte de la responsabilidad social empresarial. Teniendo gran interés en hacer parte de la cultura de bienestar organizacional fomentando actitudes de respeto, tolerancia y empatía dentro de los espacios laborales (clima organizacional), por medio de capacitaciones al personal que labora dentro de la compañía y quienes serán los anfitriones tras la llegada de los posibles colaboradores de la comunidad LGTB. Dentro de las expectativas del servicio prestado a las compañías se espera lograr modificar actitudes que demuestren desinterés e irrespeto por generar un ambiente amable para personas con diferencias de género. Teniendo en cuenta lo anterior, se busca que el producto creado Dynamic Transformation, busque dar respuesta a la problemática expuesta en el párrafo anterior, y que en una segunda fase del proyecto se pueda conocer el impacto que genera en las organizaciones privadas su implementación, con el fin de validar su eficacia y mejoras a las que tenga lugar y poder lograr traspasar esas barreos culturales, que a hoy nos hace pensar y liderar este trabajo de investigación.

Palabras Clave: Comunidad LGTB [1967], Inclusión Laboral [1985], Capacitación [268], Empresas Privadas [1985], Reflexión [2144]

Justificación

La Organización Internacional de Trabajo (OIT) en el año 2012 con el apoyo del gobierno de Noruega direcciono el proyecto para la promoción de los derechos humanos, de la diversidad y la igualdad en el mundo del trabajo, esto con la finalidad de apoyar a la población LGTB, este programa conto con cuatro pilares principios y derechos fundamentales en el trabajo, promoción del empleo,; protección social, y diálogo social (Organización Mundial del Trabajo- OMT, 2016). Con esta iniciativa se buscaba disminuir la discriminación laboral y así personas con identidad de género diferente poder acceder a una ocupación.

Algunas empresas utilizan metodologías dentro de la selección del personal para excluir ciertos grupos de población sin al menos tener la oportunidad de identificar sus capacidad y potencial profesional (Jiménez, Cardona & Acevedo, 2017).

Motivos suficientes para querer generar un cambio organizacional desde el sentir de los colaboradores, promoviendo vínculos de respeto y tolerancia, generando contenidos que les permita experimentar nuevas habilidades como la capacidad de ser empático y comunicador asertivo, según Chao (1994) la socialización organizacional es el aprendizaje de contenidos y procesos para que un individuo se ajuste a un rol organizacional.

Varias empresas del sector privado promueven la inclusión laboral de la población LGBT ya sea por medio del empoderamiento laboral y económico de este grupo de personas como realiza la Cámara y Comercio de Bogotá LGBT, quienes prestan sus servicios para la creación de proyectos, productos o desarrollo de negocios Otra empresa es Colombia diversa quien se encarga de la promover, defender y garantizar la inclusión y desarrollo de los

derechos de la población LGBT, logrando abrir espacios laborales, económicos, sociales, políticos y culturales para este grupo de personas (Colombia Diversa, s.f.)

Actividades como las que realizan estas empresas dan paso a la inclusión laboral de la población LGBT, acciones que logran la autonomía, una autoestima saludable y un crecimiento a nivel profesional y personal que a su vez generan cambios de beneficio a quienes hacen participe de ellos y a la población que se encuentra su alrededor generando un modelo de desarrollo inclusivo, armonioso e integral (Conadis, 2015). Siendo así la inclusión laboral uno de los principios para generar cambio consideramos que no es el único, es necesario un acompañamiento que permita a los colaboradores encontrar las estrategias adecuadas para una sana convivencia dentro de la compañía.

Unido a todo esto se encuentra la responsabilidad social empresarial, considerada una manera diferente de hacer negocios, ya que la empresa se encargara de que el negocio sea rentable económicamente, sea sustentable en lo social y ambiental, dándose cuenta de los intereses de los diferentes grupos con los que debe relacionarse buscando un equilibrio entre ellos, creando así una cultura de respeto por las personas, por los valores éticos personales y profesionales y el medio ambiente (Alcaráz, 2008) .

Historia de la comunidad LGBT

Antes de abordar la historia, normatividad, entre otros, es importante precisar algunos aspectos conceptuales básicos de la comunidad LGBT para que permita entender la problemática general que vive esta comunidad;

Conceptos básicos

Orientación sexual.

Se refiere a la atracción emocional y afectiva hacia otras personas. Cuando esta atracción emocional es dirigida hacia el sexo opuesto se dice que la atracción es heterosexual

pero cuando es dirigida hacia el mismo sexo se dice que la atracción es homosexual y cuando la atracción es orientada hacia ambos sexos se habla de una atracción bisexual, sin embargo existen también los pansexuales que se refiere a las personas que se sienten atraídos por personas independientemente al sexo y género, incluyendo aquellas personas que poseen una dicotomía sexual como por ejemplo los intersexuales, transexuales e intergéneros (Mejía & Almanza, 2010).

La identidad de género.

Tiene que ver cómo las personas construyen de sí mismas en relación con su género, es decir reconociéndose como mujer o como hombres. Es importante aclarar que se busca una correspondencia entre el cuerpo y la construcción de identidad de género de acuerdo al cuerpo con el que se nace, buscando así que quienes nacen con el sexo hembra se identifiquen como mujeres y si nacen con el cuerpo de un macho se identifican como hombres a esto es lo que se les llama cisgénero; Pero también es el caso de quienes nacen con el cuerpo de una mujer y se identifican como hombres y quienes nacen con el cuerpo de un hombre y se identifican como mujeres a esto es a lo que se les llama transgénero (Serrano, 2007 como se citó en MEN, UNEPA, PNUD & UNICEF, 2016).

Género.

Hace referencia a las características biológicas que diferencian unos cuerpos de otros en razón a tres características principales lo cromosómico, lo gonadal y lo genital; Lo cromosómico hace referencia a la configuración de carga genética de una persona, es decir quienes nacen con la configuración XX son hembras y quienes tienen una configuración XY son machos, pero hay quienes tienen una trisomía a estas como por ejemplo XXY, XXX y XYY a esta expresión difícil de clasificar se les llama **intersexuales**; En cuanto a lo genital se pueden distinguir los externos y los internos según la configuración general del cuerpo

(pene, escroto, vulva, etc) y por lo tanto se puede hablar de machos y hembras; Lo gonadal hace referencia a las hormonas producidas por el cuerpo denominados así caracteres sexuales secundarios como por ejemplo el crecimiento del vello púbico, el desarrollo muscular, la acumulación de grasa en las caderas, entre otros (MEN, et al., 2016).

Transgénero.

Se definen de acuerdo con su identidad y presentación de género. Este grupo abarca a individuos cuya identidad de género difiere del sexo que originalmente se les asignó al nacer o cuya identidad de expresión difiere de manera significativa de lo que tradicionalmente se asocia o es típico de ese sexo (National Academies Press, 2011).

La expresión de género se identifican dos grandes conjuntos los masculinos y los femeninos; los instrumentales identificados con la masculinidad y los afectivos y expresivos asociados a los rasgos femeninos (Blández, et al. 2007; Crawford & Unger, 2004 como se citó en Fleta, Romero-Martín, Serra, Bahillo & Burgués, 2014).

El concepto de homosexual se usó inicialmente en la literatura médica para indicar la atracción por el mismo sexo y posteriormente se extendió para identificar bisexuales o transgénero como resultado de la terminología limitada que se usaba en ese momento (Martos y Meyer, 2017).

Breve paso histórico

Los primeros estudios realizados con relación a las primeras comunidades LGTB parten desde el fenómeno de la homosexualidad y su presencia en la evolución humana. El país pionero en estas investigaciones fue Alemania en 1899, sin embargo, tales estudios se interrumpen por los sucesos ocurridos en la era Nazi, aun así, para el año 1950 Estados Unidos continúa el trabajo investigativo (Almanza y Mejía, 2010).

Considerando lo anterior, se evidencia que, en la antigua cultura helénica la actividad sexual no dependía del sexo biológico, sino por la adaptación a las normas sociales que se basaban en el género, la edad y el estatus social. Las relaciones homoeróticas de la antigua Grecia circulaban como moneda corriente, pero el carácter de estas era exclusivo de hombres y las relaciones entre mujeres tenía una reprobación y censura de muy alto peso a nivel social, dejando de esta manera a la mujer únicamente con el papel de la reproducción. Considerando desde este punto al hombre como un ser perfecto y la unión entre dos hombre aún más perfecto que citó Dover (Almanza y Mejía, 2010).

En el imperio romano, las relaciones entre hombres libres eran duramente castigadas por una ley conocida en la época como la ley escantinia, pero solo con una excepción que permitía las relaciones entre hombres en el caso que los esclavos cumplieran un papel de pasivo que citó Wilhelm (Almanza y Mejía, 2010).

En 390 d.C. Teodosio I proclamó una ley donde prohibió toda relación entre personas del mismo sexo con la pena de muerte M. Hyamson, ed. y tr., *Mosaicarum* (Almanza y Mejía, 2010).

En la Edad Media y con la iglesia en el poder, la homosexualidad se acentuó como un “pecado nefando” y un delito de sodomía, pasando de una tolerable aceptación a tratos inhumanos. Así, las cosas se produjeron en nombre de la santa inquisición diferentes tipos de torturas entre ellos la quema en las hogueras, la castración, la humillación pública (Almanza y Mejía, 2010).

En la Edad Moderna en España con los reyes Isabel y Fernando crearon la primera ley contra la sodomía, aumentado y acentuando la persecución contra esta comunidad (Almanza & Mejía, 2010).

Por otro lado, en Florencia, Italia, nació el primer grupo contra la opresión. Se trató de un grupo de hombres jóvenes que en el año de 1494, desafiaron a la autoridad en su intención por oprimir la homosexualidad (Almanza y Mejía, 2010).

En la época contemporánea en 1868, el escritor y periodista húngaro Karl-María Kertbeny usó el concepto de homosexual en la condición de detractor de los actos de injusticia y defensor de lo que hoy conocemos como derechos humanos (Almanza y Mejía, 2010).

En Alemania del siglo XIX Ulrichs un hombre de leyes y estudios sociales, dio a conocer una serie de publicaciones, donde se intentaba poner discusión a las segregaciones que tenían las personas que experimentaban condiciones homoeróticas. Hirschfeld fundó en 1919 el Instituto para el estudio de la sexualidad en Berlín, pero posteriormente quemado en 1933 (Almanza y Mejía, 2010).

Un hecho que marcó en forma profunda y definitiva la historia para las minorías con orientación homoerótica fueron “Los disturbios de Stonewall”. El movimiento de Stonewall es un grupo que propicia las reformas en las legislaciones que discrimina y criminaliza a las personas homosexuales y propicia reformas en las legislaciones a favor del reconocimiento de la propia identidad, la identidad gay y lesbianas que afecta las dimensiones personales y sociales. De esta manera, con Stonewall surge una nueva subjetividad política, que partiendo del reconocimiento de una diferencia busca impactar a nivel público y privado (Almanza y Mejía, 2010).

Importancia de la inclusión de comunidad LGBT

Como lo vimos a lo largo de historia de la comunidad LGBT conformada por personas de orientación sexual definidas como Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales, personas que han sido víctimas de opresiones en sus derechos humanos, generando así

afecciones a nivel psicológico, económico, profesional y que no solo se repercuten en él o ella como ser humano sino también afectando a sus allegados como familiares y amigos, de esta manera la heterosexualidad se convierte como la única opción. (Arévalo, Gómez, Loaiza & Botero, 2011).

Es por ello la importancia que se decide realizar este proyecto, donde se genere una apertura de conciencia y de reflexión a los colaboradores de empresas del sector privado por medio de consultoría y capacitaciones que puedan generar ambientes de respeto a la población LGTB que ingresen a las compañías por sus capacidades profesionales. No solo se quiere impactar a una organización sino también se busca impactar la calidad de vida de las personas de esta comunidad.

Desarrollo programas de formación para la inclusión de comunidad LGBT

Un ambiente inclusivo en las organizaciones fomenta mayor motivación, comunicación, relaciones personales e identificación del personal ya que genera prestigio en la organización, así como facilidad para atraer, retener y desarrollar talentos con el fin de aprovechar las competencias de las personas. Por esta razón es muy importante tener en cuenta esta población ya que han sido históricamente englobados como tema tabú, de ahí parte la necesidad de que las organizaciones se muestre activa a participar en programas de formación e inclusión para tal comunidad.

Para poder llevar a cabo esta iniciativa de generar espacios laborales más inclusivos es necesario articular esfuerzos con el sector empresarial, organizaciones con experiencia en defensa y promoción de los DDHH, líderes de la población LGBT, para abordar diferentes espacios de trabajo. Existen varias organizaciones alrededor del mundo que han apostado por la defensa y visibilizarían de los derechos humanos de personas con diversas orientaciones

sexuales e identidad de género y dichas organizaciones comenzaron a realizar este trabajo de distintas formas.

Algunas organizaciones que se comprometieron con esta tarea y mostraron las estrategias que han utilizado para lograr un acercamiento con el sector laboral son:

Out & Equal 1996, es una organización sin fines de lucro dedicada a promover la igualdad laboral de personas lesbianas, gays, bisexuales y trans. Se encuentra localizada en San Francisco, California. Parte de su trabajo es colaborar con empresas líderes a nivel local, nacional y corporaciones multinacionales, sus ejecutivos, personal de recursos humanos, grupos de empleados e individuos, para contribuir en su desarrollo profesional y liderazgo, educación e investigación, para generar una cultura y clima laboral libre de discriminación, seguro, acogedor y de apoyo para empleados LGBT.

Out & Equal educa y empodera a sus colaboradores a través de capacitaciones con enfoque en diversidad, expansión de sus voluntarios y afiliados a lo largo de Estados Unidos y muchas otras iniciativas de aplicación mundial. Esta organización internacional es reconocida en todo el mundo gracias a su equipo de trabajo compuesto por 20 personas, quienes acertadamente abordan las necesidades de miles de miembros y afiliados.

La entidad diseñó una guía con lineamientos que brinda información para apoyar a un empleado trans que está comenzando o atravesando su proceso de transición. Esta guía puede ser utilizada por cualquiera de sus empresas aliadas. Entre los lineamientos que proponen, se encuentra por ejemplo un apartado específico sobre cómo abordar la temática por parte de Recursos Humanos, Gerencia, el respeto al nombre con el que se identifican a pesar de que no hayan hecho el cambio legalmente, el uso de baños acorde al género con el que se identifican y la prohibición de que se niegue a personas trans que trabajan en contacto directo con clientes. Además todos los empleados deben ser informados de que esta guía existe en su puesto de trabajo por si necesitan recurrir a ella.

Sin duda, esta organización debería ser tomada en cuenta por parte de todas las empresas, más aún con la reciente aprobación de la Ley de Identidad de Género en Bolivia.

Out Now Global (1992), es una consultora especialista en temas LGBT, con casi 25 años de experiencia ayudando a distintas compañías a comprender mejor la continua integración de personas LGBT en las sociedades del mundo. Trabajaron para clientes en más de una docena de países globalmente, y es una de las organizaciones LGBT con mayor experiencia en el mundo. Se enfoca en cuestiones que conciernen la diversidad LGBT en los puestos de trabajo, desarrollo de investigaciones de mercados y oportunidades para compañías líderes, para que puedan definir y desarrollar sus propias iniciativas que incluyan a la diversidad. La comprensión de los problemas y necesidades que las empresas tienen, proviene de la investigación a nivel mundial LGBT 2020, la cual brinda recursos incomparables para el desarrollo estratégico de iniciativas para sus clientes.

Out Now Global considera que contar con grupos LGBT al interior de las compañías, eleva la productividad al asegurar un ambiente sano y de confianza para toda la fuerza laboral, además de ayudar a retener y atraer talento nuevo de la comunidad homosexual, en palabras del presidente de esta consultora internacional especializada en el mercado LGBT, Ian Johnson (Pastrana, Valdez, Solarez & Vaca, 2016, p. 6).

Human Rights Campaign (1980) es el mayor grupo de presión en favor de lesbianas, gays, bisexuales, y transgénero en los Estados Unidos, con alrededor de 1,5 millones de miembros y partidarios.

Human Rights Campaign es una entidad bastante visible en la política de Estados Unidos. Esta organización ejerce presión ante el Congreso para que aprueben proyectos de ley en favor de los derechos LGBT, trabajando para lograr un Congreso LGBT-friendly y financiando a los políticos que apoyen a la Comunidad LGBT, movilizándolo a las bases de sus miembros a ejercer su derecho al voto en cada elección. (Pastrana et al. 2016).

Stonewall (Reino Unido), fue creada en gran Bretaña por un grupo de personas que estaban activos en la lucha contra la Ley de Gobierno Local. Esta norma buscaba la prevención a la llamada “promoción” de la homosexualidad en las escuelas, entre otras disposiciones contra los derechos de la población gay, lesbiana y bisexual.

El objetivo desde se fundación de Stonewall, es:

Crear un grupo de presión profesional que impida ataques de toda naturaleza contra lesbianas, gays o bisexuales. Stonewall, posteriormente, ha trabajado permanentemente para lograr la igualdad en la agenda política a favor de personas gays, lesbianas y bisexuales. Actualmente tiene oficinas en Inglaterra, Escocia y Gales. (Pastrana et al., 2016, p. 7)

El año 2015, Stonewall después de seis meses de consulta con las comunidades transexuales y transgénero, empezó a trabajar a favor de sus Derechos Humanos, convirtiendo a esta organización actualmente en la más importante en Gran Bretaña en trabajar en esta temática.

Los principales programas de trabajo de Stonewall son los siguientes:

- Capacitación. Stonewall realiza procesos de capacitación permanente sobre los Derechos de personas LGBT en el trabajo, el hogar y en sus comunidades.
- Intervención institucional. Este programa, tiene como fin llegar a más personas y tener un mayor impacto, a través de la intervención en instituciones, que tiene como meta la incorporación de una cultura inclusiva de personas LGBT. Estas acciones son en toda clase de organizaciones, incluidas empresas, escuelas, centros de salud, clubes deportivos e instituciones religiosas (Pastrana et al., 2016).

En Colombia contamos con una bolsa de empleo llamada Talento Diverso (Colombia), la cual ofrece puestos de trabajo con especial atención a personas de esa comunidad.

Su principal objetivo es “promover la empleabilidad en grupos minoritarios del país con un enfoque diferencial a la comunidad LGBT”, Aunque el programa está abierto a todas las personas que estén interesadas, éste posee un enfoque centrado en la diversidad sexual.

La idea para vincular a más personas LGBT al sistema laboral colombiano consta de cuatro etapas que permitirán fomentar el empleo.

1. en esta primera etapa se habilita la plataforma Talentodiverso.com.co, la cual permitirá a las personas inscribir su perfil, que podrá ser visto por las empresas que ofertan sus vacantes en el interior del portal.

2. en esta etapa se implementan talleres de formación tanto para las personas como para las empresas. “A las compañías las estamos educando en cómo atraer, reclutar y retener talento sexual diverso y a las personas de la comunidad LGBT les damos talleres gratuitos para acceder a procesos de selección”.

3. en esta etapa se basa en un Observatorio de Buenas Prácticas. En este paso el Centro Nacional de Consultoría, junto con la Cámara, hará un seguimiento para medir casos de éxito de personas que hayan sido vinculados a la vida laboral y de esta manera poder explorar su desempeño y el de la empresa. La dependencia deberá reportar semestralmente un informe que será entregado a la entidad.

4. la cuarta fase será el ranking de empresas influyentes en materia de diversidad social, que se revelará por primera vez en Colombia, en el encuentro anual de la Cámara de Comercio, en noviembre de este año.

Para Marcela Sánchez, directora de Colombia Diversa, las personas trans son las más excluidas del servicio educativo y laboral, tanto formal como informal, y en cuanto a las demás pertenecientes a la comunidad, les es difícil llegar a un empleo que se relacione con educación y niñez (Muñoz, 2016).

Escenario laboral frente a la comunidad LGBT

Según Farr (1983) la actitud, determina la reacción más emocional del individuo, su orientación positiva o negativa, favorable o desfavorable, aporta una riqueza de datos desde la cotidianidad de los individuos.

Actualmente las empresas que se han sumado a realizar un cambio actitudinal en cuanto a las políticas organizacionales para la inclusión de comunidad LGBT, han evidenciado para los empresarios colombianos ya que han incrementado su utilidad, han reducido costos y gracias a esto han aumentado la afiliación de clientes con la marca.

El tamaño de la comunidad LGBT y su constante aumento han hecho que los profesionales en administración y mercadeo se enfoquen en ofrecer productos para la comunidad que van más allá de las discotecas y bares. Emprendedores de todas partes del país han sacado provecho de esta comunidad, a continuación se desarrollan algunos ejemplos (Comunica RSE, 2018):

- Nezzio: Un gran caso es el de la marca Nezzio, creada hace cinco años por el empresario Felipe Correa, un egresado de la Universidad EAFIT en Medellín. La empresa empezó con ropa interior femenina, pero debido a las dificultades del mercado se transformó hacia la producción de prendas para homosexuales. Hoy se venden dentro y fuera del país. También hay restaurantes que se consideran gay-friendly, pues allí los homosexuales pueden cogerse de las manos libremente sin sentirse juzgados. En el directorio LGBT de Colombia aparece un amplio número de estos en Bogotá, Medellín, Cartagena y Cali (Dinero, 2013).

- Aviatur: Aviatur abrió la marca Gay Travel. Aunque el servicio lo ofrecen en todas las sucursales de la cadena, tienen un local especial en Chapinero en Bogotá. “No hay nada más rico que planear un viaje y, si es con la pareja, mejor. Tenemos un espacio para que puedan averiguar y cotizar sin sentirse juzgados”, explica Sammy Bessudo, encargado de esta línea de negocios en Aviatur. Agrega que no venden viajes sexuales, sino planes que incluyen cruceros o playas especializadas. En muchas ocasiones van a los mismos planes que los heterosexuales. Bessudo aclara que la mayoría son planes en el exterior (Dinero, 2015).

- La parrilla de Juan: Es un restaurante de carnes maduradas dirigido a la comunidad LGBT en donde se acepta y celebra el compartir con la pareja un buen plato de carne con música en vivo y en un sitio campestre, el restaurante lleva más de 5 años de operación y tiene una alta recordación por ser un lugar especial para celebraciones sociales como cumpleaños y matrimonios gay.

- Indexmoda: Carlos Eduardo Botero, presidente de la compañía dice que el sector de la moda está trabajando desde hace un tiempo en este nicho del mercado, debido a que son grandes consumidores. La experta en moda, Pilar Castaño, señaló que este grupo de personas tiene una gran sensibilidad hacia lo artístico y son arriesgados, lo que los hace clientes perfectos para las nuevas tendencias (La República, 2013)

Estrategias de Capacitación

Para Chiavenato (2009) “la capacitación, es tomada como instrumento de aprendizaje, y de construcción que puede generar un cambio en el desempeño global de la organización” (p. 386).

Para artínez (2009) la capacitación es un instrumento principal para mejorar la competitividad de las empresas y fortalecer su relación organizacional, respondiendo, así, a desafíos que plantean la globalización y los cambios tecnológicos, que exigen una adaptación permanente de los recursos humanos en los procesos productivos, de esta forma podemos considerar que la capacitación es una práctica de la pedagogía empresarial donde tiene como objetivo perfeccionar y desarrollar como trabajador y como persona a los que formar parte de cualquier organización.

Por otra parte González (2008) es un programa que tiene como objetivo refrescar o reciclar conocimientos, comprender algún nuevo concepto, teoría o para reflexionar sobre la forma de pensar o actuar de ciertos profesionales especializados, con el fin de lograr una mejora en sus sistemas de trabajo y en sus resultados.

De acuerdo a lo anterior la importancia de un modelo de capacitación interna en las pequeñas empresas para que puedan ser competitivas a su nivel y que puedan cumplir con la demanda de cantidad y calidad que le exige el cliente. Sin embargo es claro, que este ámbito requiere de una estrategia efectiva que esté acorde al presupuesto de las pequeñas instituciones y que se adecuen a los perfiles de los colaboradores, toda vez que por su mismo tamaño, estas organizaciones plantean diversas limitaciones para la implementación de un programa claro de capacitación de personal.

Beneficios de la capacitación

Según Ryan (2010) la capacitación se está convirtiendo en una de la herramienta estratégica, que influye de manera dinámica y efectiva en la organización.

1. Desarrollar las capacidades de la organización.
2. Desarrollar las habilidades y capacidades de los empleados.
3. Comprometer activamente a los empleados con la organización.
4. Generar cooperación y colaboración entre los empleados.
5. Crear y/o fortalecer la cultura de la organización.

Estrategias didácticas de capacitación

La estrategia didáctica es el conjunto de procedimientos, apoyados en técnicas de enseñanza, que tienen por objeto llevar a buen término la acción didáctica, es decir, alcanzar los objetivos de aprendizaje (Sepúlveda & Beltrán, 2013). La estrategia didáctica hace alusión en general a la planificación del proceso de enseñanza aprendizaje.

El modelo propuesto por Shulman (1983) las conexiones entre los conocimientos de la materia y los conocimientos didácticos del profesor o capacitador (Avecedo 2009 como se citó en Sepúlveda & Beltrán, 2013). Este modelo propone una combinación adecuada entre el conocimiento, el conocimiento pedagógico y didáctico del tema a enseñar (Marcelo, 2001 como se citó en Acevedo, 2009).

Este proyecto se realiza con la intención de contribuir a la calidad de vida que hace parte de la comunidad LGBT buscando una aceptación por parte de la sociedad, apuntándole directamente desde nuestro campo organizacional a todas la compañías del sector , para quienes está dirigido este proyecto.

Hablar hoy en día de la comunidad LGBT ya no es considerado un tabú o un tema que simplemente que se debe esconderse, si bien ya hay varias organizaciones que los acogen

dentro de sus familias y los hacen de todos programas y proyectos que tiene la compañía , pero la apuesta es grande, porque son grandes los retos que tenemos y preguntas como; ¿Qué tan bien son vistos en el proceso de selección?, ¿Cuántas personas de esta comunidad tienen miedo de revelar su condición al momento de una entrevista en busca de un trabajo? ¿Qué tan bien los estamos viendo los psicólogos organizacionales?, ¿Existe un sesgo por parte de los psicólogos?, ¿Tenemos miedo los psicólogos de contratar a personas de esta comunidad por temor a conocer la respuesta tal vez negativa de la organización? Son muchas las barreras que queremos romper, que por medio de la capacitación obtener.

Planteamiento del problema

Viendo desde la actualidad se puede identificar que no existe una educación para la diversidad de género, en Colombia la tolerancia a población LGBT, a grupos raizales incluso a mujeres independientes y emprendedoras es baja debido a las ideas infundadas sobre el machismo y el racismo. En las organizaciones se puede identificar que los colaboradores tienen gran resistencia al cambio, acción que no les permite incluir fácilmente cambios en procesos o convivencia, sumados a esto la poca cultura en clima organizacional de las empresas que no desarrollan actividades permanentes para crear ambientes saludables para sus colaboradores o reconocimientos profesionales que permitan el ascenso por mérito, existiendo aun así una gran población de personas LGBT desempleadas por su orientación sexual.

Objetivos

Objetivo General

Crear módulos de capacitación que permitan generar espacios de reflexión y debate a los colaboradores de empresas del sector privado, para la inclusión de personas con identidad sexual diferente.

Objetivos Específicos

- 1.** Identificar por medio de evaluaciones ya realizadas de riesgo psicosocial y clima laboral las calificaciones asignadas.
- 2.** Estructurar las actividades de capacitación para generar una aceptación en los colaboradores de la compañía a la entrada de población diversa.
- 3.** Generar acuerdos de respeto y convivencia dentro de la compañía, promoviendo ambientes de bienestar organizacional.

Estudio de Mercadeo

Justificación de estudio de mercadeo

Con este trabajo pretendemos mostrar a las compañías que con actividades didácticas y de participación se logran generar modificaciones de conductas no adecuadas o irrespetuosas con la población diversa en este caso con la población LGBT, además de crear espacios de convivencia entre colaboradores, donde se les permita expresar sus ideas o sus opiniones, generando así informes a la compañía para que se generen refuerzos o cambios en la idead de clima organizacional.

Esta inclusión laboral no solo es para que las personas de población LGBT logren ingresar a compañías del sector privado sino que también logren un ascenso de mérito por sus capacidades profesionales creando una identidad social ante él mismo, su labor y la sociedad.

Guado (1991) define la identidad social como el auto concepto que cada individuo hace de su "Self " en cuanto a los grupos sociales a los que pertenece, con lo que se identifica. De esta forma la identidad social puede comprenderse básicamente como una construcción de sentido social, es decir, como una construcción simbólica. Cuando se le da peso al concepto de cultura, se habla necesariamente de Identidad: somos en razón de nuestra historia y nuestros productos, pero especialmente del sentido colectivo que éstos tienen para sus creadores. Es decir, somos en función de nuestras prácticas y del significado colectivo que ellas adquieren.

En efecto de la identidad social se fundamenta en una matriz cultural portadora de los “distintivos de contraste” que marcan su extensión. La identidad es la representación que

tienen los agentes (individuos o grupos) de su posición en el espacio social y de sus relaciones con otros agentes (individuos o grupos) que ocupan la misma posición diferenciada en el mismo espacio. La identidad es esencialmente distintiva, relativamente duradera y tiene que ser socialmente reconocida (Giménez & Gilberto, 1995).

La continua expansión de mercado en la ciudad ha generado que se creen nuevas vacantes a diferentes perfiles que no incluyen de manera masiva a la población LGBT, este tipo de acciones son las que generan proyectos nuevos en responsabilidad social empresarial, creando estrategias de mercado integrales que permiten la participación de varios agentes que contribuyen al beneficio empresarial, social y ambiental.

Objetivos

Objetivo general

Identificar el posible mercado donde se pueda liderar y promover la inclusión laboral mediante la vinculación formal, competitiva y de oportunidades a través de estrategias de formación que permiten impulsar personas de la comunidad LGTB en el sector empresarial.

Objetivos específicos

1. Realizar un plan estratégico de mercadeo y publicidad que permita realizar campañas digitales y físicas de expectativa, compra y seguimiento a los planes de desarrollo y asesoría ofertados por la compañía.
2. Identificar las variables sociodemográficas del sector que queremos incursionar Chapinero, Usaquén Y Chapinero.
3. Estructurar un documento que sirva como soporte y material de apoyo para el nuevo producto.

Descripción del Producto

DYNAMIC TRANSFORMATION es una empresa de servicios de consultoría y capacitación dirigida a empresas privadas para la inserción de población diversa, generando actividades de acción participativa y debates moderados por profesionales de psicología, logrando generar acuerdos de convivencia saludable dentro de la compañía.

DYNAMIC TRANSFORMATION busca implementar herramientas de capacitación creativas que brinde a las organizaciones un espacio de reflexión para la inclusión laboral de la comunidad LGBT demostrando que la responsabilidad social empresarial puede llegar a ser un beneficio para la misma organización.

Este servicio se convierte en un beneficio a nivel económico para la compañía del sector privado y en un beneficio cultural para los integrantes de la organización, donde se generaran espacios dinámicos y experienciales donde se pueden tener conversaciones respetuosas acerca de la población a incluir, buscando siempre generar tolerancia y respeto en cada uno de los integrantes de la organización, se contara con material físico y presentaciones previamente diseñadas.

Logotipo y slogan del producto



DYNAMIC TRANSFORMATION
Con tu ayuda lograremos el cambio.

Figura 1. Logotipo y Slogan del producto Dynamic Transformation

La Palabra DYNAMIC TRANSFORMATION, en español es transformación dinámica, con esto decimos que nuestras capacitaciones son experienciales y dinámicas y generan una transformación organizacional y personal por medio de los espacios de reflexión y debates.

El slogan “con tu ayuda lograremos el cambio” buscaos expresar a nuestros clientes que son parte fundamental del cambio no solo en las vidas de las personas que se incluirán a la compañía si no que también para las personas que se encuentran dentro de la empresa.

El logotipo son cuatro personas que hacen referencia a las siglas LGTB, y la secuencia de ellas forma un espiral que significa inclusión en un centro que sería la empresa a la que se van a incluir, el color rojo a nivel corporativo significa poder y atracción, se usa para transmitir calma y confianza siendo estos los sentimientos que se pretenden generar a nuestros clientes.

Producto Básico

DYNAMIC TRANSFORMATION, es una empresa que ofrece el servicio de capacitación a empresas privadas logrando:

- Confiabilidad ya que las capacitaciones son estructuradas según la necesidad de la empresa por profesionales de psicología.
- Actividades dinámicas, se realizarán actividades con enfoques vivenciales que logren la conexión del equipo por medio de ejercicios prácticos.
- Mejoras en el clima organizacional, las capacitaciones serán ejecutadas desde un enfoque de respeto, tolerancia y escucha activa, llegando a consolidar acuerdos de convivencia sanos para todo el equipo de trabajo.
- Fortalecimiento habilidades blandas logrando no solo la mejora de la convivencia sino también las habilidades comerciales.

- Presentación de nuestro portafolio a la compañía, mostrando los beneficios económicos que puede tener la empresa por la contratación en población LGTB.

Producto Real

DYNAMIC TRANSFORMATION, ofrece servicios de capacitación especializados en la inclusión de población LGTB, construido en tres fases:

- Diagnóstico: Es necesario hacer reconocimiento de la empresa, cantidad de empleados, a que se dedica la compañía y una generalidad de clima laboral y habilidades blandas logrando saber el nivel de aceptación de las personas de la empresa para la población LGTB, se puede usar como instrumento una encuesta o una batería de riesgo psicosocial.

- Intervención: el programa está constituido por un total de 5 actividades cada una con una duración de dos horas y media, las actividades contiene material diseñado y estrategias de participación activa, serán dirigidos y guiados siempre por la profesional de psicología.

- Seguimiento: Estas actividades serán evaluadas por medio de una serie de preguntas que evalúan eficiencia, efectividad y tema que permitirán la mejora continua del proceso y la visualización de la aceptación de los participantes.

Producto Ampliado

A la compañía y a los empleados se les dará un número de WhatsApp y correo electrónico (transformaciondinamica@gmail.com) donde podrán tener acceso a temáticas basadas en habilidades blandas, también podrán realizar preguntas respecto a las actividades o temática relacionada a la inclusión de la población LGBT.

Adicional a cada uno de los empleados se les dará una asesoría personalizada en riesgo psicosocial.

Cientes

Los clientes a los que dirigimos nuestros servicios de capacitación son empresas prestadoras de servicios del sector privado en Bogotá, que se encuentren en crecimiento empresarial o en procesos de cambio.

En Bogotá las actividades de servicios son más o menos el 61.3%, seguido de la industria con un 16%, comercio el 15%, construcción el 5%, electricidad, gas y agua 2% y agricultura y minería 0.3% (Revista Dinero, 2018)

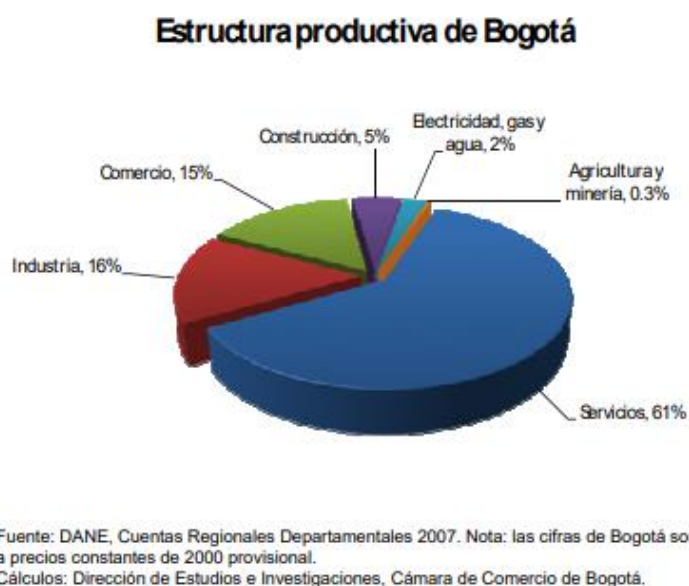


Figura 2. Estructura productiva de Bogotá, sectores económicos.

Mercado potencial

Nuestro mercado potencial va dirigido específicamente a las empresas del sector privado de actividades económicas de servicios, (Informa Colombia, 2019) indica que una de las actividades más grande se denomina como: Actividades de servicios administrativos y apoyo con un total de 20.373 empresas, de estas empresas se tomara en cuenta Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas con un total de 8.788 empresas clasificadas de la siguiente manera:

- Otras actividades de servicio de apoyo a empresas ncp 5.469
- Organización de convenciones y eventos comerciales 1.319
- Actividades de centro de llamadas call center 718
- Actividades combinadas de servicios administrativos de oficinas 596
- Actividades de agencia de cobranza y oficinas de calificación crediticia 315
- Actividades de envase y empaque 195
- Fotocopiado preparacion de documentos y otras actividades especializadas de apoyo de oficina 175
- Actividades de servicio de apoyo a empresas ncp 1

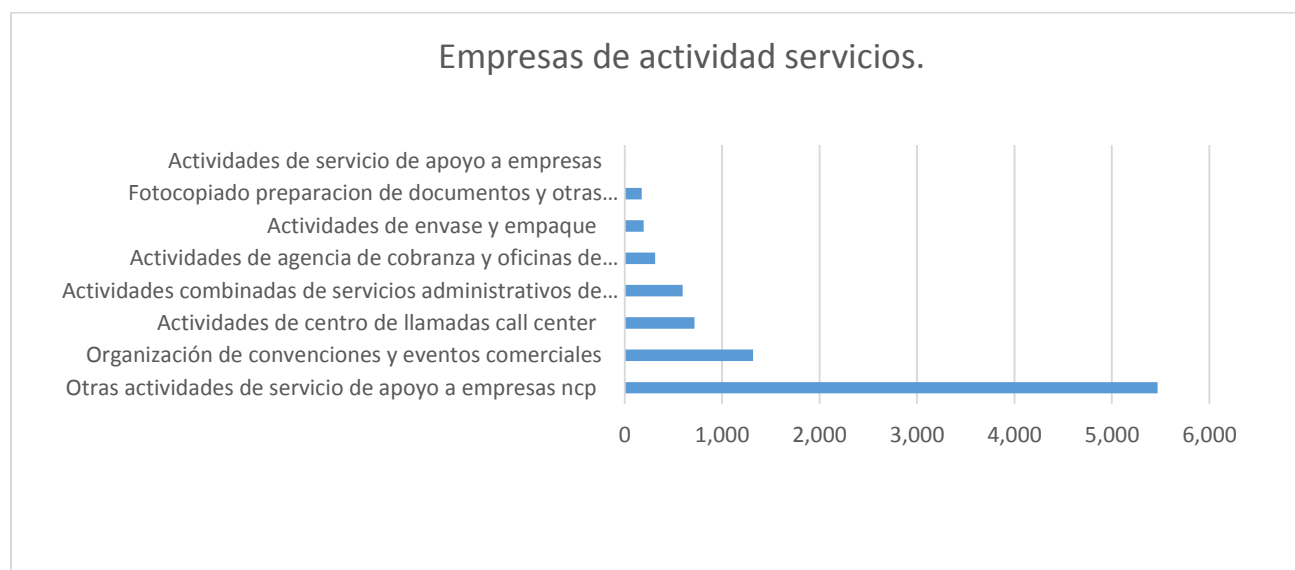


Figura 3. Empresas de actividades de servicios en Bogotá.

Mercado meta

Nuestro mercado meta estará enfocado a las empresas del sector Servicios de actividades combinadas de servicios administrativos de oficina con un total de 596 empresas (Informa Colombia, 2019)

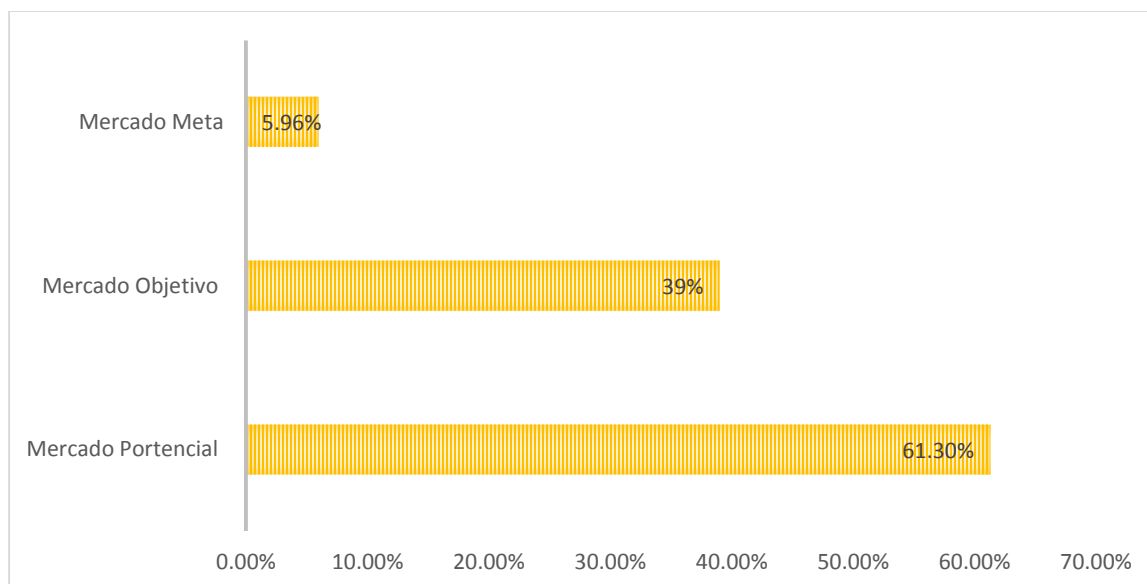


Figura 4. Mercado meta, actividades combinadas de servicios administrativos de oficina 596 empresas.

Mercado Objetivo

Siendo la actividad de servicio nuestro objetivo tomaremos las localidades con mayor número de empresas dedicadas al servicio que son Chapinero 50.057, Suba 48.905 y Usaquén 46.365 que sumados aportan el 39.7% del total de empresas que prestan servicios en la ciudad. (Alvarez, 2019).

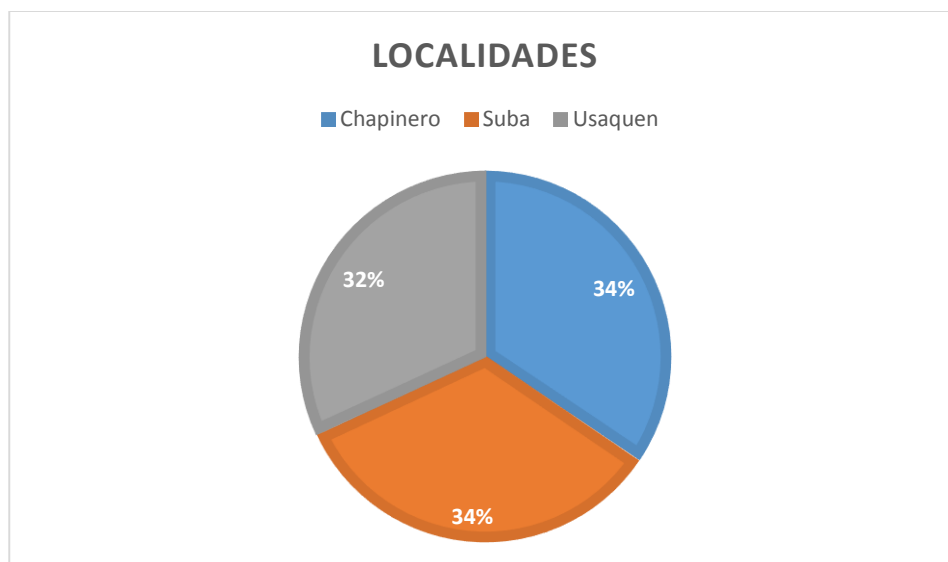


Figura 5. Localidades con mayor número de empresas de servicios en Bogotá.

Competencia

Competencia Directa y Sucedánea

La mayor competencia del servicio que presta Dynamic Transformation, es la plataforma talento diverso que tiene por objetivo la búsqueda de empleo a las personas de la comunidad LGTB, en conjunto de la cámara de comercio LGTB de Colombia quien tiene convenio con FRIENDLY BIZ, quienes avalan y certifican a negocios como espacios amigables con la comunidad LGTB y crean políticas institucionales de inclusión y normalización de atención al cliente LGTB, otra empresa que genera gran competencia es PROVEEDOR DIVERSO INTERNACIONAL que con alianza con EEUU certifican y permiten la alianza con empresas como National Gay & Lesbian Chamber of Commerce-NGLCC. (Talento Diverso , 2019)

Productos de la competencia.

En Colombia contamos con una bolsa de empleo llamada Talento Diverso (Colombia), la cual ofrece puestos de trabajo con especial atención a personas de esa comunidad.

Su principal objetivo es *“promover la empleabilidad en grupos minoritarios del país con un enfoque diferencial a la comunidad LGBT”*, Aunque el programa está abierto a todas las personas que estén interesadas, éste posee un enfoque centrado en la diversidad sexual.

La idea para vincular a más personas LGBT al sistema laboral colombiano consta de cuatro etapas que permitirán fomentar el empleo.

1. en esta primera etapa se habilita la plataforma Talentodiverso.com.co, la cual permitirá a las personas inscribir su perfil, que podrá ser visto por las empresas que ofertan sus vacantes en el interior del portal.

2. en esta etapa se implementan talleres de formación tanto para las personas como para las empresas. “A las compañías las estamos educando en cómo atraer, reclutar y retener talento sexual diverso y a las personas de la comunidad LGBT les damos talleres gratuitos para acceder a procesos de selección”.

3. en esta etapa se basa en un Observatorio de Buenas Prácticas. En este paso el Centro Nacional de Consultoría, junto con la Cámara, hará un seguimiento para medir casos de éxito de personas que hayan sido vinculados a la vida laboral y de esta manera poder explorar su desempeño y el de la empresa. La dependencia deberá reportar semestralmente un informe que será entregado a la entidad.

4. la cuarta fase será el ranking de empresas influyentes en materia de diversidad social, que se revelará por primera vez en Colombia, en el encuentro anual de la Cámara de Comercio, en noviembre de este año.

Para Marcela Sánchez, directora de Colombia Diversa, las personas trans son las más excluidas del servicio educativo y laboral, tanto formal como informal, y en cuanto a las demás pertenecientes a la comunidad, les es difícil llegar a un empleo que se relacione con educación y niñez (Muñoz, 2016).

Análisis DOFA

Tabla 1.

Matriz Dofa

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● El servicio se enfoca específicamente en capacitación para la inclusión de la población LGTB ● La compañía Dynamic Transformation no genera una certificación de inducción. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Contamos con actividades dinámicas y vivenciales que permiten a los colaboradores ser más participativos y conectarse con cada una de las actividades.

-
- El sector económico al que abarcamos es solo administrativo financiero.

Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Contamos con un equipo de profesionales en psicología. ● Dentro de la actividad contamos con una asesoría de riesgo psicosocial y con canales como WhatsApp y un correo electrónico para seguir reforzando la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Contamos con un único objetivo empresarial, que es inclusión laboral a población LGTB en una única actividad comercial que es servicios bancarios.

Fuente. Elaboración propia

Estrategias

Para poder enfrentar la amenaza que expusimos, podemos ampliar el portafolio de servicio no solo para la inclusión laboral de población LGTB, sino que también se puede generar material de capacitación para acciones relacionadas como una escuela de servicio, habilidades blandas, manejo de estrés y trabajo en equipo, actividades que se pueden brindar a cualquier sector empresarial.

Canal de distribución

Dynamic Transformation es un producto que podrán encontrar fácilmente en las redes sociales como lo son (Facebook, Instagram y Twitter), en el cual los clientes tendrán la opción de escribir un mensaje privado o público donde podrán dejar todas sus inquietudes frente al producto ofertado. Además ofrecemos la posibilidad de contactarnos por medio de correo electrónico y/o telefonía celular, para recibir un portafolio de nuestros servicios y programar de esta manera una visita personalizada.

La forma en que daremos a conocer los productos de la compañía es por medio de publicidad pagada en las diferentes redes sociales.

Presupuesto

Tabla 2.

Análisis de costos y presupuestos

Capacitación de relaciones interpersonales para la inclusión de la comunidad LGBT					
ETAPA 1	ACTIVIDADES	INCLUYE	ENTREGABLES	DURACIÓN	COSTO
Diseño	Entendimiento de la estrategia de la organización	Reunión	Acta de entendimiento de la organización	3 Hrs	\$ 1.800.000
ETAPA 2					
	Mesa redonda	Identificación de aspectos a reforzar (dos consultores, apoyo de materiales para el desarrollo de la actividad)	N/A	2 Horas	\$ 1.600.000
Producto	Obra de teatro(juego de roles)	Plan de acción de aspectos identificados en la anterior sesión (materiales de las diferentes representaciones sugeridas)	N/A	2 Horas	\$ 1.600.000
	Cine foro	Espacio de reflexión de los colaboradores (película, así como herramientas de video y audio para la proyección)	N/A	2 H 30 minutos	\$ 1.800.000
	Debate	Análisis crítico de la inclusión laboral de la comunidad LGBT en el trabajo (dos consultores expertos)	N/A	1 Hora y media	\$ 1.000.000
ETAPA 3					
Resultados	Entrenamiento de los líderes y coordinadores de las áreas en cuanto al manejo de una situación de discriminación en su equipo de trabajo	N/A	N/A	1 Hora y media	1.800.000
	Entrega de resultados parciales, finales y comparativos de cumplimiento de objetivos	Reunión	Informes	2 Hrs	1.000.000

Fuente. Elaboración propia

Resultados

Producto de Capacitación

Actividad 1: Mesa Redonda

Temática: Como preparar a los miembros de una organización para recibir a una persona LGBT en el equipo de trabajo

Objetivo de la actividad: Crear un espacio de reflexión y de conversación con los miembros de un equipo para conocer para responder a la pregunta ¿cuál sería la mejor manera de incluir a una persona LGBT en un grupo de trabajo?

Tiempo: 40 minutos

Materiales: Un salón iluminado con sillas

Actividad: Mesa redonda

Metodología

1. Realizar una mesa redonda (crear grupos máximo de 10 personas).
2. Iniciar presentándose y explicar el objetivo de la actividad
3. Solicitar a los participantes una pequeña presentación como nombre y área donde se desempeña actualmente.
4. El moderador (psicólogo) deberá establecer las normas básicas de respeto como; pedir la palabra; más de dos personas no pueden hablar al mismo tiempo (no interrumpir la palabra del otro); escuchar con atención la opinión del otro; etc.
5. El moderador (psicólogo) deberá escoger a un miembro del equipo una secretaria, quien será la persona encargada de escribir las ideas principales que se generen en la mesa redonda.

6. El moderador comenzará la mesa redonda dando una contextualización sobre la problemática de violencia en el trabajo de las personas LGBT.
7. Hecha la contextualización el moderador deberá abrir la sesión con una serie de preguntas como; ¿Las personas elige libremente su orientación sexual? ¿Pueden la comunidad LGBT pueden ser buenas madres y buenos padres? ¿Qué aspectos positivos logran identificar de la comunidad LGBT? ¿Cuáles son los prejuicios positivos que tiene la sociedad LGBT? ¿Qué pasaría si una persona de la comunidad LGBT ocupa un cargo importante en la empresa? ¿Cuáles serían sus ventajas?
8. Una vez terminada sesión de preguntas los participantes darán una conclusión del ejercicio (con ayuda de la secretaria), para lo cual el moderador dará un espacio de síntesis y de reflexión.
9. Finalmente se leerán algunas recomendaciones que nos ofrece la ONU desde el año 2013 frente a la temática.

Actividad 2: Obra de Teatro

Temática: Mostrar a los colaboradores por medio de representaciones graficas los escenarios a los que están expuestos los individuos que pertenecen a la comunidad LGBT.

Objetivo de la actividad: Crear un espacio de reflexión donde los miembros de un equipo recreen por medio de una obra de teatro las diferentes frases aparentemente inofensivas (Desde un lenguaje verbal y no verbal).

Tiempo: 40 minutos

Materiales: Un salón iluminado con sillas y trajes de diferentes personajes

Actividad: Obra de Teatro

Metodología

1. Iniciar presentándose y explicar el objetivo de la actividad
2. Solicitar a los participantes una pequeña presentación como nombre y área donde se desempeña actualmente.
3. Realizar grupos de trabajo de máximo 5 personas
4. Un miembro de cada equipo al azar deberá escoger una de las siguientes frases

“Este marica si jode”

“Se corrió la teja a esta loca”

“Qué man tan gay”

“¿Eres como los del secreto de la montaña?”

“¿Pero tú estás seguro de que no eres gay, no te gustan las mujeres?”

“¿A Este será que no le gustan las mujeres?”

5. Cada grupo deberá recrear la frase en un primer acto, posteriormente deberá protagonizar en otro acto la intención del transmisor, quien lo recibe (¿que podría sentir? y quien lo observa (desarrollo de momentos).
6. Finalmente el psicólogo dará un espacio de reflexión de la experiencia desarrollada por los miembros del equipo.

Actividad 3: Cine Foro

Temática: Película

Objetivo de la actividad: Crear un espacio de reflexión a partir de la película “love, Sam” donde los participantes identifiquen los comportamientos negativos que pueden ocasionar a una persona de la comunidad LGBT

Tiempo: 140 minutos

Materiales: Un salón iluminado con sillas, DVD, película “love, Sam”, hojas de papel y esferos, refrigerios.

Actividad: Cine Foro

Metodología

1. Explicar el objetivo de la actividad.
2. El moderador (psicólogo) deberá establecer las normas básicas de respeto como; guardar silencio al momento de la película, solicitar a los asistentes que una vez comienza la película no podrán salir de sala a menos que sea de suma importancia, etc.
3. El moderador comenzará dando una contextualización sobre la película.
4. Hecha la contextualización el moderador procede a poner la película
5. Una vez terminada la película el moderador dará un espacio de estiramiento y de refrigerio.
6. Una vez terminado el descanso el moderador deberá abrir la sesión con una serie de preguntas como; ¿Qué comportamientos del personaje principal me representan? ¿Cómo actuaría ante la situación? ¿Si usted se viera envuelto en esta situación qué haría? ¿Cómo sería su papel? ¿Qué aspectos despectivos logro identificar? ¿Cómo afrontaría los prejuicios sociales? ¿Cómo mejoraría la calidad de vida del personaje? ¿Qué le dejó la película? ¿Qué valores reforzó en la película?
7. Por último, el moderador dará un espacio de síntesis y de reflexión.

Actividad 4: A favor o en contra

Temática: El debate

Objetivo de la actividad: Crear un espacio de reflexión a partir de un caso donde cada grupo deberá defender y argumentar los motivos por el cual un trabajador LGBT debe quedarse en la empresa.

Tiempo: 60 minutos

Materiales: Un salón iluminado con sillas, DVD, película “love, Sam”, hojas de papel y esferos, refrigerios.

Actividad: El debate

Metodología

1. Explicar el objetivo de la actividad.
2. El moderador (psicólogo) deberá organizar dos grupos y establecer los siguientes roles (dos representantes por grupo, un observador que hará el papel de juez finalmente)
3. Una vez establecidos los equipos se realiza la lectura del caso

Caso

X es un joven de 28 años trasgenero que fue contrato por la organización M para el cargo de Cajero.

Cuando X se encontraba en el proceso de selección se identificó como “*Una mujer amable, empática y solidaria*” dentro de sus competencias destacó el servicio al cliente. El proceso de selección se llevó normalmente sin que el psicólogo se percatara que X fuera una mujer trasgenero.

En su primer día en la compañía X le cuenta al coordinador su condición, quien no dejo que X atendiera la ventanilla, alegando que no estaba bien visto por los

clientes y por lo tanto la imagen de la compañía se vería expuesta a críticas. El coordinador alega y le exige a recursos humanos que eche a X por periodo de prueba ya que no fue transparente en el momento del proceso de selección.

4. Cada grupo (Uno en contra y el otro a favor) deberán defender los argumentos por los cuales X debe quedarse o irse de la compañía proponiendo y defendiendo la mejor solución.
5. Finalmente brindar un espacio de reflexión y cierre al grupo.

Conclusiones

A lo largo y desarrollo de este trabajo investigativo, se planteó la problemática existente en nuestro país, que como lo manifestó Jiménez y Cardona (2017), algunas organizaciones excluyen a la comunidad LGBT para ser partícipes de los procesos para aplicar a diferentes empleos obviando sus capacidades y potencialidades profesionales, es por esto que se planteó un producto con el fin de abordar esta problemática e incentivar el respeto por los Derechos Humanos de esta población.

Teniendo en cuenta lo anterior, se busca que el producto creado Dynamic Transformation, busque dar respuesta a la problemática expuesta en el párrafo anterior, y que en una segunda fase del proyecto se pueda conocer el impacto que genera en las organizaciones privadas su implementación, con el fin de validar su eficacia y mejoras a las que tenga lugar y poder lograr traspasar esas barreras culturales, que a hoy nos hace pensar y liderar este trabajo de investigación.

Por último, es importante potenciar este tipo de proyectos, dado que esto nos permitirá en este país tener inclusiones transparentes, en los procesos organizacionales que apliquen incorporar la comunidad LGBT y de acuerdo al impacto que logre las capacitaciones expuestas en este producto, se logre aumentar la participación de esta población.

Referencias

- ACNUR, (2015). *Protección de las personas con orientación sexual e identidad de Género diversas*, ACNUR: División de Protección Internacional,
- Aguado, J. C., & Portal. M. A, (1990). *Identidad Popular y Reproducción Ideológica en Santo Domingo de los Reyes, Coyoacán, México. Un análisis antropológico del espacio y del tiempo institucionales en educación y salud, tesis de maestría*, México: Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.
- Alcaldía Mayor de Bogotá (07 de febrero 2014). *Decreto 062 de 2014*.
http://www.saludcapital.gov.co/Políticas/DECRETO_062_DE_2014.pdf
- Alcaraz, R & Abril. (2008). *El derecho a la no discriminación por identidad y expresión de género*. México, DF.: CONAPRED.
- Almanza I. M, & Mejía T. J (2010). Universidad Simon Bolivar – Barranquilla Colombia.
Comunidad LGBT : Historia y reconocimientos jurídicos, 78-110.
- Asamblea Nacional Constituyente (1991). Constitución Política de Colombia. Bogotá D.C.
 Legis
- Burítica, I. (2010). Las políticas Públicas Mujer y Géneros y LGBT y el caso de las transgeneristas. Universidad nacional. *La manzana de la discordia* 5(1), 35-43.
- Calderón J. L, & Arocena L, (2015). *Relación de la Socialización Organizacional y el Compromiso Organizacional en Trabajadores Mexicanos*. México: Universidad Colima ,
- Cardona R, H., & Sánchez P, N. (2011). *Cuerpos degenerados y conductas anormales: la transgresión a las sexualidades legitimadas en Medellín entre 1957 y 1966**. Medellín: Universidad de Medellín.

- Castaño, L.(2014) *Perfiles ocupacionales de la comunidad LGBT en Chapinero*, Bogotá D.C. Universidad de la Salle.
- Castaño. J, Acevedo. M, & Muñoz. P, (2017) *Discriminación y exclusión laboral en la comunidad LGBT: Un estudio de caso en la localidad de chapinero, Bogotá Colombia*, México: Universidad Autónoma del Estado de México
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento Humano*. México, D.F.: McGraw Hill
- Colombia Diversa. (s.f.). *sentencias*. <http://www.colombia-diversa.org/p/sentencias.html>
- Community marketing. (Julio, 2015). CMI's 5th survey on LGBT business & Commerce. <http://communitymarketinginc.com/lgbt-research-practice/lgbt-research-downloads/>
- Consejo Nacional de Discapacidad. (2015). *Inclusión laboral. Abril, 2015, de CONADIS*
Sitio web: http://conadis.gob.do/cona/es/Principal/Area/inclusion-laboral/
- Corte Constitucional de Colombia. (1994) . Sentencia No. T-539/94. MP Vladimiro Naranjo Mesa]
- Cotrina G, Y. (2017). *Diversidad sexual en la historia jurídica colombiana*. Bogotá: Pensamiento Jurídico.
- Fleta. P & Burgués. P,(2014). La educación emocional a través de las prácticas motrices de expresión.perspectiva de género. *Educatio Siglo XXI*, 32(1), 49-70.
- Florez,G. (24 de febrero del 2014).Políticas en la Organización. *Semana*,(15),p.6
- Forbes Á , R. (2016). Éxito Empresarial. *Cegesti*, 5
- Gambetta, M. (2015). Estrategias de capacitación desarrolladas en un entorno corporativo estatal en Uruguay . *Cuadernos de Investigación Educativa*, 19.
- Giménez,G.(1995).*Cultura e Identidad Social*, Guadalajara, México. Universidad de Guadalajara.
- Grados, J. (2004). *Centros de desarrollo y evaluación*. México: Manual Moderno.

- Imber-Black, E. (1988). *Familias y sistemas amplios*. Madrid: Paidós.
- Informa Colombia. (2019). Organización de convenciones y eventos comerciales en Bogotá.
https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/actividad/8230_ORGANIZACION-DE-CONVENCIONES-Y-EVENTOS-COMERCIALES/departamento_bogota
- Jiménez. C, Cardona. J, & Acevedo,(2017). *Discriminación y Exclusión Laboral en la Comunidad LGBT: Un Estudio de Caso en la Localidad de Chapinero, Bogotá Colombia*, México: Universidad Autónoma de Estado de México
- Marcelo G., C., Parrilla L, , À., Mingorance D, P., Estebaranz G, A., Sánchez G, M., & Linares C , S. (1991). *El estudio de caso en la formación del profesorado y la investigación didáctica*. Sevilla, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla
- Martínez G, J., García C, L., López M , D., Caravaca G, C., Sánchez M , C., Molina V, C., . . . Conesa N, P. (2016). *Construyendo la antigüedad III Congreso Internacional de Jóvenes Investigadores del Mundo Antiguo*. Murcia: CEPOAT.
- Martos, A., Patrick A. , W., & Meyer, I. (2017). Lesbian, gay, bisexual, and transgender (LGBT) health services in the United States: Origins, evolution, and contemporary landscape. *Plos One*, 18.
- Mejía.T, Almanza, M. (2010). *Comunidad LGBT: Historia y reconocimientos jurídicos*. Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.
- Mercer. (29 de Marzo de 2017). <https://www.mercer.com/newsroom/employers-recognize-importance-of-lgbt-benefits.html>

- Ministerio de Educación Nacional, (2016). *Ambientes escolares libres de discriminación. Orientaciones sexuales e identidades de género no hegemónicas en la escuela. Aspectos para la reflexión*. Colombia, Bogotá.
- Muñoz.S,(2016) Nace portal para el trabajo incluyente, *En el Espectador*. El <https://www.elespectador.com/economia/nace-portal-para-trabajo-incluyente-articulo-690332>
- National Academies Press. (2011). *The Health of Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender People: Building a Foundation for Better Understanding*. Washington (DC): National Academies Press.
- Organización de las Naciones Unidas (2011). *Principios rectores sobre las empresas y los Derechos Humanos*. Ginebra y Nueva York: ONU.
- Organización Mundial del Trabajo. (2016). *La discriminación en el trabajo por motivos de orientación sexual e identidad de género*. Ginebra: OMT
- Pastrana.C,Valdez.A, Solarez.M & Vaca.M , (2016). *Boletín Informativo Sobre la Inclusión Laboral de Personas LGBT en Empresas*. La Paz- Bolivia,
- Revista Comunica RSE. (2018). Un grupo de empresas se unen para fortalecer la inclusión laboral LGBT <https://www.comunicarseweb.com.ar/noticia/un-grupo-de-empresas-se-une-para-fortalecer-la-inclusion-laboral-lgbt>
- Revista Dinero. (2013). *El poder Gay* <http://www.dinero.com/edicion-impresia/caratula/articulo/el-poder-gay/174773>
- Revista Dinero. (13 de Septiembre de 2018). *¿Cuál sector es más importante para Bogotá: servicios o industria?*- <https://www.dinero.com/edicion-impresia/pais/articulo/cual-sector-es-mas-importante-para-bogota-servicios-o-industria/261911>

- Rubial, R. (2014). *Socialización Organizacional: la relevancia del Contrato Psicológico. Un Sistema de Acogida para prácticas en la mediana empresa.* Santiago de Compostela.
- Ryan, L. (2010). *Corporate Education: A Practical Guide to Effective Corporate Learning.* Adelaida: Griffin Press.
- Secretaría Distrital de Integración Social (2012). *Guía para la inclusión laboral de personas adultas mayores, personas con discapacidad y personas con VIH 2017.* Colombia, Bogotá. SDIS
- Secretaria de Integración Social. (2012). *Política Pública: Mujer y Género.* Bogotá D.C.: SDIS
- Sepúlveda, J., & Beltrán V., J. (2013). *Coherencia entre las estrategias didácticas y las creencias curriculares de los docentes de segundo ciclo, a partir de las actividades didácticas. Perfiles educativos, 1.*
- Steinmetz, K. (2016). *Salesforce CEO Marc Benioff: Anti-LGBT Bills Are Anti- Business.* Time.Com, 1.
- Velandia M, M. (2002). *Unión homosexual. Semana, 1.*

Apéndices

Apéndice A. Presentación inicial del proyecto.

Modelo de capacitación y formación para la inclusión de las personas LGBT al sector privado

Objetivo General

Liderar y promover la inclusión laboral mediante la vinculación formal, competitiva y de oportunidades a través de estrategias de formación que permiten impulsar personas de la comunidad LGBT en el sector empresarial.

LGBT



Categorías del cambio organizacional

1. Clima Organizacional
2. Equipo de trabajo
3. Individuo

LGBT



**HISTORIA DE LA
COMUNIDAD LGBT
SESIÓN 1**

¿Qué es SEXO?
 ¿Qué es GÉNERO?
 ¿Qué es ORIENTACIÓN?

LGBT



LEY 1620 de 2013

Por el cual se crea el SISTEMA NACIONAL DE CONVIVENCIA ESCOLAR Y FORMACIÓN para el ejercicio de los DERECHOS HUMANOS para la SEXUALIDAD y la PREVENCIÓN y la MITIGACIÓN de la VIOLENCIA ESCOLAR.

CAPÍTULO 2.

Artículo 5.

Numeral 4.

DIVERSIDAD: El Sistema se fundamenta en el reconocimiento, respeto y valoración de la dignidad propia y ajena, sin discriminación por razones de género, orientación o identidad sexual, etnia o condición física, social o cultural. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir una educación y formación que se fundamente en una concepción integral de la persona y la dignidad humana, en ambientes pacíficos, democráticos e incluyentes.





MESA REDONDA



Reflexión

Reglas

Conclusiones

Ideas

Preparación

JUEGO DE ROLES SESIÓN 3



LOVE, SAM

CINE FORO




¿Qué comportamientos del personaje principal me identifican?

¿Si se viera envuelto en esa situación qué haría?

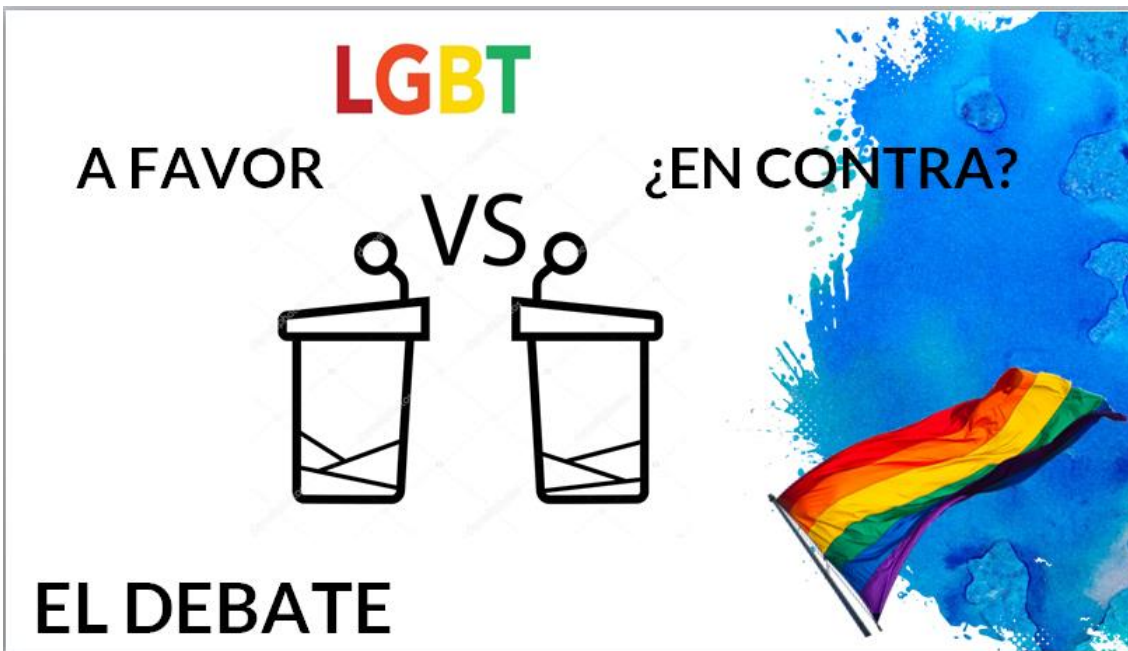
¿Qué me identifica del personaje?

¿Qué aspectos despectivos idéntica hacia el personaje principal?

¿Cómo contribuimos para mejorar la calidad de vida de este personaje ?



EL DEBATE SESIÓN 5



1.