Luxeapers®

PLAN LGTBI

Julio 2025

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN. 2
2. COMPROMISO CON LA INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD LGTBI 3
3. MARCO NORMATIVO 4
4. OPINIÓN DEL PERSONAL 6
5. OBJETIVOS DEL PLAN LGTBI 36
6. MEDIDAS 40
7. CRONOLOGÍA 47
8. ÁMBITOS 49
9. SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y REVISIÓN PERIÓDICA 51

1. INTRODUCCIÓN.

El presente **Plan LGTBI** tiene como objetivo garantizar la igualdad de trato y no discriminación de las personas lesbianas, gais, bisexuales, trans e intersexuales (LGTBI) en todos los ámbitos de la sociedad. Este documento establece una serie de medidas y estrategias orientadas a promover la inclusión, el respeto a la diversidad y la protección de los derechos de las personas LGTBI, alineándose con la normativa vigente a nivel nacional e internacional.

A pesar de los avances legislativos y sociales, las personas LGTBI siguen enfrentándose a barreras estructurales, discriminación y violencia en distintos ámbitos, como el laboral, educativo, sanitario y social. La implementación de este Plan busca abordar estas problemáticas desde un enfoque integral, garantizando un entorno seguro y libre de discriminación, y promoviendo una transformación real en las instituciones y la sociedad en su conjunto.

Este documento se sustenta en el principio de igualdad y no discriminación, reconocido en la **Constitución**, así como en normativas clave como la **Ley para la Igualdad de Trato y la No Discriminación** y la **Ley de Derechos de las Personas LGTBI**. Además, se basa en directrices internacionales, como las establecidas por la **Unión Europea** y organismos de derechos humanos.

El Plan LGTBI se estructura en varios apartados que incluyen un estudio de la concienciación del personal con este colectivo, la identificación de áreas de intervención prioritarias, el desarrollo de medidas específicas y un sistema de evaluación y seguimiento que permita medir su impacto y efectividad. Su diseño ha sido elaborado con un enfoque participativo, teniendo en cuenta las aportaciones de diferentes agentes clave, incluidas organizaciones LGTBI, expertos en derechos humanos y representantes institucionales.

Con este Plan, se reafirma el compromiso de promover una sociedad más justa, inclusiva y respetuosa con la diversidad, asegurando que todas las personas puedan ejercer plenamente sus derechos sin discriminación por razón de orientación sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales.

2. COMPROMISO CON LA INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD LGTBI

Nos comprometemos, como organización, a promover un entorno inclusivo y respetuoso para todas las personas, independientemente de su identidad de género u orientación sexual. Conscientes de los retos y barreras que enfrenta la comunidad LGTBI, nos proponemos implementar una serie de medidas concretas que garanticen un trato equitativo, seguro y digno para todas las personas en nuestra institución/empresa.

Aseguraremos que todos los miembros de nuestra organización, sin importar su identidad de género u orientación sexual, gocen de los mismos derechos, oportunidades y beneficios, sin discriminación alguna.

Llevaremos a cabo programas de formación continua sobre diversidad sexual y de género para todo el personal, con el fin de sensibilizar y crear conciencia sobre los derechos LGTBI y las prácticas inclusivas.

Implementaremos y reforzaremos políticas estrictas contra la discriminación por motivos de orientación sexual, identidad de género o cualquier otra condición relacionada con la diversidad sexual. Toda conducta discriminatoria será sancionada de acuerdo con las normativas internas.

Fomentaremos un ambiente de respeto, donde todas las personas se sientan seguras para expresar su identidad de género u orientación sexual. Se garantizará el acceso igualitario a espacios y recursos para todos.

Promoveremos la visibilidad de las personas LGTBI dentro de la organización y apoyaremos su participación activa en todos los niveles de decisión y acción.

Estableceremos un sistema de denuncia accesible y confidencial, donde cualquier persona pueda reportar actos de discriminación o acoso, con el compromiso de actuar con rapidez y seriedad.

Brindaremos apoyo emocional y profesional a las personas LGTBI, a través de acompañamiento psicológico o asesoría legal, cuando sea necesario, para ayudar a superar posibles dificultades que enfrenten dentro de la organización.

Realizaremos revisiones periódicas del cumplimiento de estas medidas, buscando siempre mejorar y adaptar nuestras políticas a las necesidades y demandas de la comunidad LGTBI.

3. MARCO NORMATIVO

España ha desarrollado un marco normativo sólido para proteger y garantizar los derechos de las personas LGTBI, tanto a nivel estatal como autonómico. A continuación, se detallan las principales leyes y sus artículos más relevantes:

Constitución Española de 1978

La Constitución es la norma suprema del ordenamiento jurídico español y establece los principios fundamentales de igualdad y no discriminación:

Artículo 14. "Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social."

Ley 8/2017, de 28 de diciembre, para garantizar los derechos, la igualdad de trato y no discriminación de las personas LGTBI y sus familiares en Andalucía

Dado que este plan de acción se desarrolla en Andalucía, es esencial considerar la legislación autonómica vigente. Esta ley andaluza establece un marco integral para la protección de los derechos de las personas LGTBI en la comunidad.

> **Artículo 3.** Principios generales. "La presente ley se fundamenta en los principios de igualdad, no discriminación, respeto a la diversidad y participación."
>
> **Artículo 33**. Medidas para la no discriminación en el ámbito laboral.
>
> 1. Ninguna persona podrá ser objeto de discriminación alguna en el acceso al mercado de trabajo por su orientación sexual e identidad de género.
>
> 2. La Administración autonómica llevará a cabo políticas de empleo que garanticen el ejercicio del derecho al trabajo para las personas LGTBI.

Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI

Esta ley representa un avance significativo en la protección de los derechos de las personas LGTBI en España. Establece medidas específicas para garantizar la igualdad real y efectiva, así como para prevenir la discriminación.

> **Artículo 1.** "La presente ley tiene por objeto garantizar y promover la igualdad real y efectiva de las personas LGTBI, así como de sus familias, estableciendo medidas y sanciones para prevenir, corregir y eliminar toda discriminación por razón de orientación sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales."

> **Artículo 15.1.** Medidas en el ámbito laboral. "Las empresas estarán obligadas a contar con un conjunto planificado de medidas y recursos para alcanzar la igualdad real y efectiva de las personas LGTBI, que deberán ser negociadas con la representación legal de las personas trabajadoras."

Real Decreto 1026/2024, de 8 de octubre

Este real decreto desarrolla reglamentariamente la obligación empresarial de implementar medidas para la igualdad LGTBI en el ámbito laboral, según lo establecido en la Ley 4/2023.

> **Artículo 2**. Ámbito de aplicación. "Será de aplicación a todas las empresas con más de 50 personas trabajadoras."
>
> **Artículo 5**. Contenido de las medidas planificadas. "Las medidas deberán incluir, entre otras, formación para evitar la discriminación, protocolos contra el acoso y cláusulas específicas de igualdad en los convenios colectivos."

Por otro lado, debemos de tener en cuenta los convenios colectivos a los que se acoge la entidad, ya que en ellos se contienen las indicaciones sobre cómo proceder para elaborar el Plan LGTBI y las medidas contenidas en él.

Se han tenido en cuenta tanto los convenios colectivos sectoriales como los estatales, a saber:

Convenio Colectivo de Manipulado y Envasado de Frutas, Flores y Hortalizas de la Provincia de Almería.

4. OPINIÓN DEL PERSONAL

4.1. Datos de la empresa

FICHA TÉCNICA DE LA EMPRESA			
Nombre o Razón Social	Luxeapers	**NIF**	B04246047
Forma Jurídica	Sociedad Limitada Unipersonal		
Actividad	Envasado de Encurtidos	**CNAE**	4631
Convenio Colectivo	Manipulado y Envasado de Frutas, Hortalizas y Flores de Almería		
Dimensión geográfica	Internacional		
Provincia	Almería		
Dirección	Autovía A92, Saida 352		
Municipio	Nacimiento		
Teléfono	950 350 646		
Correo electrónico	info@luxeapers.es		
Página Web	www.luxeapers.es		
Persona de contacto	Victoria Barbero Herrerías		

4.2. Presentación de la organización

En el municipio de Nacimiento (Almería) se sitúa Luxeapers, una compañía con más de 60 años de experiencia en el sector alimentario, que ofrece una amplia gama de encurtidos y aceitunas.

El aumento de la satisfacción de su clientela es su pilar fundamental y es lo que ha permitido que estén presentes en más de 100 países con su marca y con marcas del distribuidor.

En Luxeapers cuenta con dos líneas de producción multiproducto y flexibles que cuentan con las tecnologías más avanzadas en cuanto a higienización de envases, pasteurización e inspección mediante rayos X.

Trabajan en el mantenimiento y la mejora continua de un Sistema de Gestión que integra los requisitos de varias normas y protocolos alimentarios como ISO 9001, ISO 14001, IFS y BRC. Además, cuentan con otras certificaciones destinadas a satisfacer las necesidades de determinados grupos de interés, como por ejemplo la certificación kosher y la certificación ecológica.

Política corporativa. Su política está enfocada a ofrecer a la clientela productos de calidad, seguros y legales, siendo el aumento de su satisfacción su base fundamental y teniendo además un compromiso firme para la protección del medio ambiente y la prevención de la contaminación.

Desempeño medioambiental. Dado que ninguna sociedad puede llevar un buen nivel de vida en cuanto a bienestar sin un entorno propicio para ello, en Luxeapers son conscientes de que, para mejorar el desempeño ambiental de la organización, es necesario identificar y evaluar periódicamente los aspectos e impactos ambientales, así como realizar seguimiento y control sobre los mismos.

En Luxeapers han adquirido los principios de responsabilidad social corporativa en cuando al compromiso para que esta visión se transmita a la sociedad a través de la actividad, una conducta ética en el modelo de negocio más allá de las propias expectativas empresariales, y la accesibilidad para todo tipo de personas.

4.3. Evaluación de la concienciación de la plantilla con el colectivo LGTBI

Para conocer el grado de concienciación de la plantilla de la organización con el colectivo LGTBI, se ha llevado a cabo un cuestionario, voluntario, en el que se presentan una batería de preguntas que se enumeran a continuación:

Distribución de la plantilla encuestada por sexo

	Distribución de la plantilla encuestada por sexo							
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Contamos con un total de 41 respuestas a los cuestionarios difundidos al personal. De estas personas el 75.61% pertenecen a la plantilla de mujeres y el 24.39% a la de hombres.

Distribución de la plantilla encuestada por edad

Distribución de la plantilla por edad								
Bandas de edades	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	Total	Índice de Distribución de M y H	
25 a 34 años	7	22,58%	1	10,00%	8	19,51%	87,50%	12,50%
35 a 44 años	15	48,39%	4	40,00%	19	46,34%	78,95%	21,05%
45 a 54 años	8	25,81%	5	50,00%	13	31,71%	61,54%	38,46%
55 a 64 años	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

La edad del personal se sitúa entre los 35 y los 54 años. Tanto la plantilla de mujeres como la de hombres hallan sus concentraciones más altas en estas mismas bandas de edad, dejando ver que la edad de los hombres es ligeramente mayor a la sus compañeras.

Distribución de la plantilla encuestada por antigüedad en la empresa

Antigüedad en la empresa								
Bandas de tiempo	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Menos de 2 años	9	29,03%	1	10,00%	10	24,39%	90,00%	10,00%
Entre 2 y 5 años	2	6,45%	2	20,00%	4	9,76%	50,00%	50,00%
Más de 5 años	20	64,52%	7	70,00%	27	65,85%	74,07%	25,93%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

En cuanto a la relación laboral de la muestra con la entidad, los datos nos muestran como el 65.85% del personal mantienen una antigüedad con la organización superior a los 5 años.

El análisis de la antigüedad de la plantilla revela que tanto hombres como mujeres presentan una trayectoria laboral superior a los cinco años en la organización. Este dato refleja una notable estabilidad en el empleo y un alto grado de vinculación con el centro de trabajo. Esta permanencia prolongada puede atribuirse a varios factores, entre los que destacan un entorno laboral consolidado, relaciones laborales estables, y un clima organizacional que favorece la permanencia.

Además, la elevada antigüedad sugiere la existencia de una cultura institucional fuerte, que puede influir positivamente en la actitud del personal hacia la diversidad y la inclusión, incluyendo la percepción y aceptación del colectivo LGTBI. Esta estabilidad también puede facilitar el desarrollo de políticas de sensibilización y formación continuada en materia de igualdad y diversidad, al contar con un equipo humano consolidado y receptivo al cambio progresivo en valores organizacionales.

Distribución de la plantilla encuestada por tipo de contrato

Tipo de Contrato								
Tipo de contratación	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	Total	Índice de Distribución de M y H	
Indefinido Tiempo Completo	25	80,65%	6	60,00%	31	75,61%	80,65%	19,35%
Indefinido Fijo/ Discontinuo	5	16,13%	3	30,00%	8	19,51%	62,50%	37,50%
Duración Det. Tiempo Completo	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
Vacía	0	-	1	10,00%	1	2,44%	-	100,00%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

El estudio de las situaciones contractuales de la plantilla pone de manifiesto que la mayoría de las personas trabajadoras, tanto mujeres como hombres, cuentan con contratos indefinidos a tiempo completo. Esta situación refleja un alto nivel de estabilidad laboral dentro de la organización, lo cual puede estar directamente relacionado con un compromiso institucional por fomentar el empleo de calidad. En segundo lugar, se observa una presencia significativa de contratos indefinidos fijos discontinuos que, si bien también ofrecen estabilidad, responden a la naturaleza de algunos puestos ligados a necesidades temporales o estacionales del servicio.

La predominancia de contratos indefinidos, tanto a tiempo completo como fijos discontinuos, indica que no existen grandes desigualdades por razón de sexo en el acceso a modalidades contractuales más estables, lo que supone una base sólida para seguir promoviendo políticas de igualdad y respeto a la diversidad.

Distribución de la plantilla encuestada por puesto de trabajo

Jerarquía (puesto de trabajo)								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Administrativo/a y otros	2	6,45%	0	-	2	4,88%	100,00%	-
Directivo/a	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
Mando Intermedio	6	19,35%	1	10,00%	7	17,07%	85,71%	14,29%
Personal Operario	18	58,06%	9	90,00%	27	65,85%	66,67%	33,33%
Técnico/a	4	12,90%	0	-	4	9,76%	100,00%	-
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

En el sector del envasado de encurtidos, el análisis de la distribución de los puestos según la jerarquía revela que la mayoría de las mujeres se concentran en el personal operario, seguido de los mandos intermedios, puestos técnicos, administrativos y otros, y finalmente en menor proporción, en puestos directivos. Esta estructura refleja una realidad común en el sector agroalimentario, donde las tareas manuales y repetitivas vinculadas al proceso de producción suelen estar altamente feminizadas.

La presencia de mujeres en todos los niveles jerárquicos, aunque con mayor peso en la base operativa, evidencia una participación activa en distintas funciones del proceso productivo y organizativo, si bien aún se aprecia una infrarrepresentación en los niveles de dirección. Por su parte, los hombres están presentes mayoritariamente en el personal operario y, en segundo lugar, en mandos intermedios, lo que sugiere un patrón más limitado de distribución jerárquica.

Esta estructura de plantilla ofrece una base adecuada para incorporar acciones de sensibilización y formación en igualdad, también aplicables al ámbito de la diversidad y el respeto al colectivo LGTBI en todos los niveles de la organización.

En esta segunda parte del cuestionario, se presentará una serie de preguntas diseñadas para evaluar el grado de concienciación y conocimiento que tiene la plantilla respecto al colectivo LGTBI. A través de estas preguntas, buscamos identificar actitudes, percepciones y el nivel de sensibilización dentro del entorno laboral, con el fin de promover un ambiente inclusivo y respetuoso para todas las personas, independientemente de su identidad de género u orientación sexual.

¿Conoce el significado de las siglas LGBTI?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
No	2	6,45%	0	-	2	4,88%	100,00%	-
Si	24	77,42%	9	90,00%	33	80,49%	72,73%	27,27%
Sólo algunas	5	16,13%	1	10,00%	6	14,63%	83,33%	16,67%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados del estudio muestran que una amplia mayoría de la plantilla (80,49%) declara conocer el significado de las siglas LGBTI, lo que refleja un nivel general de sensibilización positivo en relación con la diversidad sexual y de género. Esta tendencia se mantiene tanto en mujeres (77,42%) como en hombres (90%).

Un 14,63% del total manifiesta conocer sólo algunas de las siglas, lo que pone de relieve la necesidad de reforzar la información y la formación específica en materia de diversidad LGBTI. Además, un 4,88% indica no conocer su significado, concentrándose esta falta de conocimiento exclusivamente en el grupo de mujeres, aunque en una proporción muy reducida.

Estos datos evidencian que, si bien existe un nivel de conocimiento mayoritario, aún hay margen de mejora para alcanzar una comprensión más completa y transversal en toda la plantilla. Dado que la organización cuenta con una plantilla estable y con elevada antigüedad, se presenta una oportunidad idónea para implementar acciones de sensibilización y formación continua que promuevan una cultura de respeto e inclusión hacia el colectivo LGBTI.

¿Cree que las personas LGBTI tienen igualdad de derechos y oportunidades en la actualidad?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Sí	16	51,61%	6	60,00%	22	53,66%	72,73%	27,27%
No	8	25,81%	2	20,00%	10	24,39%	80,00%	20,00%
Vacía	0	-	1	10,00%	1	2,44%	-	100,00%
No sabe/ No contest	7	22,58%	1	10,00%	8	19,51%	87,50%	12,50%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados del estudio revelan que algo más de la mitad de la plantilla (53,66%) considera que las personas LGBTI gozan actualmente de igualdad de derechos y oportunidades. Esta percepción es compartida por el 51,61% de las mujeres y el 60% de los hombres, lo que muestra una visión mayoritariamente positiva, aunque no exenta de matices.

Sin embargo, un 24,39% del total manifiesta que no existe tal igualdad, lo que indica que una parte relevante del personal percibe todavía barreras o discriminaciones hacia este colectivo. Este grupo está conformado principalmente por mujeres (80% del total que responde “no”), lo cual puede estar relacionado con una mayor conciencia crítica sobre las desigualdades sociales o una mayor sensibilidad hacia la discriminación.

Además, un 19,51% de las personas encuestadas no sabe o no contesta, lo que podría interpretarse como una falta de información o de posicionamiento claro sobre la situación actual del colectivo LGBTI, especialmente en el contexto laboral.

¿Sabía que el 28 de junio se conmemora el Día del Orgullo LGBTI?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Sí	17	54,84%	5	50,00%	22	53,66%	77,27%	22,73%
No	13	41,94%	3	30,00%	16	39,02%	81,25%	18,75%
Vacía	0	-	1	10,00%	1	2,44%	-	100,00%
No sabe/ No contest	1	3,23%	1	10,00%	2	4,88%	50,00%	50,00%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados del estudio muestran que poco más de la mitad de la plantilla (53,66%) conoce que el 28 de junio se conmemora el Día del Orgullo LGBTI, una fecha clave en la lucha por los derechos y la visibilidad de este colectivo. Esta cifra es relativamente baja si se tiene en cuenta la relevancia social y mediática del evento, lo que evidencia que aún existe margen de mejora en cuanto a la sensibilización general sobre temas vinculados a la diversidad sexual y de género.

El conocimiento de esta conmemoración es algo mayor entre las mujeres (54,84%) que entre los hombres (50%), aunque la diferencia no es significativa. Por otro lado, un

39,02% de las personas encuestadas manifiesta no conocer esta fecha, y un pequeño porcentaje (4,88%) no sabe o no contesta, lo que puede interpretarse como un indicio de desconocimiento o falta de interés sobre este tipo de efemérides.

Estos resultados evidencian la importancia de reforzar las acciones de sensibilización dentro del entorno laboral, especialmente en sectores como el del envasado de encurtidos, donde tradicionalmente no se han implementado políticas de diversidad con el mismo alcance que en otros sectores. La promoción activa de fechas significativas como el 28 de junio puede convertirse en una herramienta clave para visibilizar al colectivo LGBTI, fomentar la empatía y construir una cultura organizacional más inclusiva.

Las siglas LGBTI solo se refiere a un grupo minoritario (en riesgo de exclusión social) de la sociedad.								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
De acuerdo	1	3,23%	3	30,00%	4	9,76%	25,00%	75,00%
En desacuerdo	10	32,26%	3	30,00%	13	31,71%	76,92%	23,08%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	35,48%	0	-	11	26,83%	100,00%	-
No lo sé, lo desconoczco	6	19,35%	2	20,00%	8	19,51%	75,00%	25,00%
Vacía	0	-	1	10,00%	1	2,44%	-	100,00%
Totalmente de acuerdo	0	-	0	-	-	-	-	-
Totalmente en desacuerdo	3	9,68%	1	10,00%	4	9,76%	75,00%	25,00%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados obtenidos muestran una amplia variedad de opiniones respecto a si las siglas LGBTI se refieren únicamente a un grupo minoritario en riesgo de exclusión social. Solo un 9,76% del total de la plantilla se muestra de acuerdo con esta afirmación, siendo esta percepción más frecuente entre los hombres (30%) que entre las mujeres (3,23%). Esta diferencia puede evidenciar una mayor sensibilización entre las mujeres respecto al carácter transversal del colectivo LGBTI y su presencia en todos los ámbitos de la sociedad.

Por otro lado, un 41,47% de las personas encuestadas (sumando "en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo") no comparten la visión de que el colectivo LGBTI deba considerarse únicamente como un grupo minoritario en situación de exclusión, lo cual refleja una comprensión más amplia de la diversidad sexual y de género. Sin embargo, el porcentaje más alto de respuestas se sitúa en una posición ambigua: un 26,83% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo, y un 19,51% declara desconocer el tema.

La orientación sexual y la identidad de género son lo mismo.								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
De acuerdo	0	-	2	20,00%	2	4,88%	-	100,00%
En desacuerdo	13	41,94%	6	60,00%	19	46,34%	68,42%	31,58%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	12,90%	0	-	4	9,76%	100,00%	-
No lo sé, lo desconoczco	5	16,13%	1	10,00%	6	14,63%	83,33%	16,67%
Totalmente de acuerdo	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
Totalmente en desacuerdo	8	25,81%	1	10,00%	9	21,95%	88,89%	11,11%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados del estudio muestran que casi la mitad de la plantilla (46,34%) está en desacuerdo con la afirmación de que la orientación sexual y la identidad de género son lo mismo, y un 21,95% está totalmente en desacuerdo. Este dato indica que un porcentaje significativo de la plantilla distingue correctamente entre ambos conceptos, lo cual es positivo desde el punto de vista de la sensibilización en diversidad sexual y de género.

Sin embargo, aún persisten ciertas confusiones. Un 7,32% (sumando “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”) considera erróneamente que ambos conceptos son equivalentes. Esta percepción se encuentra exclusivamente en el grupo masculino, lo que podría sugerir una mayor necesidad de formación específica en este sector de la plantilla. Además, un 24,39% de las personas encuestadas no se posiciona claramente al respecto, bien por duda (14,63%) o por no tener una opinión definida (9,76%).

La orientación sexual y la identidad de género se eligen.								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
De acuerdo	2	6,45%	3	30,00%	5	12,20%	40,00%	60,00%
En desacuerdo	11	35,48%	3	30,00%	14	34,15%	78,57%	21,43%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	19,35%	0	-	6	14,63%	100,00%	-
No lo sé, lo desconoczco	3	9,68%	2	20,00%	5	12,20%	60,00%	40,00%
Totalmente de acuerdo	2	6,45%	0	-	2	4,88%	100,00%	-
Totalmente en desacuerdo	7	22,58%	2	20,00%	9	21,95%	77,78%	22,22%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

En relación con la afirmación **"La orientación sexual y la identidad de género se eligen"**, los resultados del cuestionario muestran una diversidad de opiniones entre el personal de la empresa. Esta afirmación fue planteada con el objetivo de explorar el grado de conocimiento y concienciación sobre conceptos clave vinculados a la diversidad afectivo-sexual y de género.

Un 56,1 % del total de personas encuestadas se posicionó en desacuerdo (34,15 %) o totalmente en desacuerdo (21,95 %) con dicha afirmación, lo que indica que más de la mitad de la plantilla participante identifica correctamente que ni la orientación sexual ni

la identidad de género son elecciones personales. Este grupo representa el sector con mayor grado de alineación con los principios básicos sobre diversidad LGTBI.

Por otro lado, un 17,1 % del personal respondió estar de acuerdo (12,20 %) o totalmente de acuerdo (4,88 %), lo que implica la existencia de una proporción significativa de personas que aún mantienen una concepción errónea sobre la naturaleza de la identidad de género y la orientación sexual. Este dato resulta especialmente relevante a la hora de plantear futuras acciones de sensibilización, dado que refleja la persistencia de ciertos estereotipos o falta de formación sobre el tema.

Llama también la atención que el 14,63 % de las personas participantes eligieron la opción neutra (ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que un 12,20 % manifestó directamente desconocer la respuesta. En conjunto, este 26,83 % evidencia un margen importante de incertidumbre o falta de posicionamiento claro, lo cual refuerza la necesidad de incorporar contenidos formativos específicos dentro del Plan LGTBI para aclarar conceptos fundamentales y fomentar una comprensión compartida en el entorno laboral.

Desde el punto de vista de sexo, se observan diferencias en las respuestas de mujeres y hombres. En el caso de las mujeres, el 58,06 % se muestra en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la afirmación, frente a un 50 % entre los hombres. No obstante, es relevante destacar que el porcentaje de hombres que están de acuerdo con la afirmación (30 %) es igual al porcentaje de los que están en desacuerdo, lo que sugiere una mayor polarización o falta de consenso dentro de este grupo. Además, el 20 % de los hombres reconoce desconocer si la afirmación es cierta o no, lo cual puede estar vinculado a una menor exposición previa a estos temas.

En resumen, aunque existe una base sólida de personas que muestran un nivel adecuado de concienciación, también se identifica un porcentaje considerable que expresa dudas o creencias erróneas. Estos datos ofrecen un punto de partida claro para el diseño de intervenciones específicas orientadas a mejorar la formación y sensibilización del conjunto del personal en relación con la diversidad sexual y de género.

Las personas LGBTI no están capacitadas para trabajar de cara al público.								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
En desacuerdo	7	22,58%	2	20,00%	9	21,95%	77,78%	22,22%
Totalmente en desacuerdo	24	77,42%	8	80,00%	32	78,05%	75,00%	25,00%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados obtenidos en esta afirmación permiten observar una postura mayoritariamente clara y firme por parte del personal encuestado frente a una idea abiertamente discriminatoria. El 78,05 % del total de participantes manifestó estar

totalmente en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 21,95 % restante se posicionó en desacuerdo. De esta forma, la totalidad de las personas participantes rechaza la idea de que la orientación sexual o la identidad de género puedan condicionar negativamente la capacidad profesional para desempeñar funciones de atención al público.

Este dato refleja un alto grado de sensibilidad y respeto hacia las personas del colectivo LGTBI, al menos en lo que respecta a su valía profesional. La contundencia de las respuestas (sin presencia de respuestas neutrales ni afirmativas) pone de manifiesto que se trata de una creencia ampliamente superada dentro de la empresa, lo cual constituye un punto muy positivo dentro del diagnóstico de situación.

Desde una perspectiva de género, tanto mujeres como hombres muestran un grado de rechazo similar hacia esta afirmación. El 77,42 % de las mujeres y el 80,00 % de los hombres se posicionan totalmente en desacuerdo, mientras que el 22,58 % de las mujeres y el 20,00 % de los hombres lo hacen en desacuerdo. Esta distribución homogénea entre sexos refuerza la conclusión de que existe un rechazo transversal y bastante unánime a este tipo de prejuicios.

En definitiva, la percepción generalizada en la plantilla es que la orientación o identidad de una persona no afecta en modo alguno a su competencia profesional para desempeñar funciones de cara al público, lo cual constituye una base sólida para avanzar hacia un entorno laboral más inclusivo y respetuoso con la diversidad.

Hay más personas del colectivo LGBTI en las grandes ciudades que en las zonas rurales de menor población.								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
De acuerdo	5	16,13%	3	30,00%	8	19,51%	62,50%	37,50%
En desacuerdo	10	32,26%	1	10,00%	11	26,83%	90,91%	9,09%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	12,90%	2	20,00%	6	14,63%	66,67%	33,33%
No lo sé, lo desconoczco	7	22,58%	4	40,00%	11	26,83%	63,64%	36,36%
Totalmente de acuerdo	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
Totalmente en desacuerdo	4	12,90%	0	-	4	9,76%	100,00%	-
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

La afirmación presentada toca un tema relacionado con la percepción geográfica de la diversidad, y los resultados del cuestionario muestran un panorama notablemente fragmentado, lo cual sugiere que se trata de una cuestión que genera dudas o no está claramente interiorizada por parte del personal.

En primer lugar, un 28% de las personas encuestadas se mostraron de acuerdo (19,51 %) o totalmente de acuerdo (2,44 %) con la afirmación, reconociendo la tendencia –bastante asentada en estudios sociodemográficos– de que en las grandes ciudades existe una mayor visibilidad o concentración de personas del colectivo LGTBI. A pesar de

que se trata de una percepción generalmente aceptada y respaldada por investigaciones sociales, solo una minoría de la plantilla parece compartirla de forma clara.

Por el contrario, un 36,59 % del total manifestó estar en desacuerdo (26,83 %) o totalmente en desacuerdo (9,76 %), lo cual revela un posicionamiento significativo que contradice esta idea. Este dato puede estar motivado por la creencia de que las personas LGTBI se encuentran repartidas por igual en todo el territorio, o por una confusión entre visibilidad y presencia real del colectivo.

Un dato especialmente relevante es que el 26,83 % de las personas respondió "no lo sé, lo desconozco", lo que, junto con el 14,63 % que se posicionó de forma neutra (ni de acuerdo ni en desacuerdo), nos da un 41,46 % del total que no tiene una posición clara o no cuenta con la información suficiente para valorar esta cuestión. Este porcentaje, elevado en comparación con otras preguntas del cuestionario, sugiere una cierta falta de familiaridad con los factores sociales y territoriales que influyen en la vivencia y visibilidad del colectivo LGTBI.

Desde el punto de vista de género, las mujeres tienden a posicionarse con más frecuencia en desacuerdo (32,26 %) que los hombres (10 %), mientras que entre estos últimos destaca un 40 % que reconoce desconocer la respuesta, frente al 22,58 % de las mujeres. Esta diferencia puede interpretarse como un mayor nivel de seguridad (o de opinión formada) por parte de las mujeres, aunque no necesariamente en consonancia con los datos sociológicos sobre el tema.

En resumen, la dispersión de las respuestas y el alto porcentaje de personas que manifiestan no saber o no tener una opinión definida indican que existe un vacío de información o reflexión sobre las dinámicas territoriales del colectivo LGTBI. Esto representa una oportunidad para incorporar en el Plan LGTBI elementos de sensibilización que no solo aborden los derechos y la inclusión, sino también el contexto social y cultural en el que se desarrolla la diversidad.

No existen personas mayores del colectivo LGBTI porque es un asunto de gente joven.								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
De acuerdo	5	16,13%	1	10,00%	6	14,63%	83,33%	16,67%
En desacuerdo	10	32,26%	4	40,00%	14	34,15%	71,43%	28,57%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	12,90%	0	-	4	9,76%	100,00%	-
No lo sé, lo desconoczco	7	22,58%	1	10,00%	8	19,51%	87,50%	12,50%
Totalmente de acuerdo	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
Totalmente en desacuerdo	4	12,90%	4	40,00%	8	19,51%	50,00%	50,00%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados de esta afirmación muestran un nivel de desconocimiento o confusión relevante sobre la realidad del colectivo LGTBI en términos generacionales. Si bien la mayor parte de las respuestas rechaza la idea de que ser LGTBI sea algo exclusivo de personas jóvenes, el grado de contundencia no es tan alto como en otras cuestiones del cuestionario, lo que puede reflejar la persistencia de estereotipos ligados a la visibilidad del colectivo.

El 34,15 % de las personas participantes se mostró en desacuerdo con la afirmación, y un 19,51 % adicional lo hizo totalmente en desacuerdo, sumando un 53,66 % del total que reconoce que también existen personas mayores LGTBI. Este grupo es mayoritario, pero no dominante, lo que pone en evidencia que todavía queda margen para seguir visibilizando esta realidad, especialmente en entornos rurales o con poca diversidad visible.

Un 14,63 % del total estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación, lo que representa una proporción no desdeñable de la plantilla que mantiene una visión errónea o reduccionista del colectivo. Este dato puede estar vinculado a una falta de referentes visibles en edades avanzadas, lo cual no implica que no existan, sino que su visibilidad histórica ha sido muy limitada, debido tanto a la represión social como al silencio forzado que muchas personas mayores LGTBI han experimentado.

Por otro lado, destaca el 19,51 % que afirma desconocer si existen o no personas mayores LGTBI, y un 9,76 % que opta por una posición neutra. Estas cifras, que suman casi un tercio del total, evidencian una falta de información o reflexión sobre la diversidad en otras etapas de la vida, lo cual representa una oportunidad clara para el plan de acción en términos de formación y sensibilización intergeneracional.

En cuanto a las diferencias de género, tanto mujeres como hombres se reparten de forma relativamente equitativa entre las opciones, aunque las mujeres tienden a mostrarse algo más inseguras (22,58 % responde “no lo sé”) y más divididas en sus respuestas. En cambio, los hombres muestran posturas más extremas: un 40 % de ellos se posiciona totalmente en desacuerdo, lo que contrasta con el 12,90 % de mujeres en

esa misma categoría. Esta diferencia puede interpretarse como una mayor polarización entre el colectivo masculino encuestado.

La vulneración de los derechos humanos de las personas LGBTI es tan importante como otros problemas sociales (la salud, educación, seguridad, economía, etc.)								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
De acuerdo	12	38,71%	4	40,00%	16	39,02%	75,00%	25,00%
En desacuerdo	1	3,23%	2	20,00%	3	7,32%	33,33%	66,67%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	16,13%	2	20,00%	7	17,07%	71,43%	28,57%
No lo sé, lo desconoczco	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
Totalmente de acuerdo	11	35,48%	1	10,00%	12	29,27%	91,67%	8,33%
Vacía	0	-	1	10,00%	1	2,44%	-	100,00%
Totalmente en desacuerdo	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados de esta afirmación reflejan una posición mayoritariamente favorable hacia la equiparación de los derechos del colectivo LGTBI con otras causas sociales tradicionalmente reconocidas. Casi el 70 % de las personas encuestadas considera que la vulneración de los derechos LGTBI es un problema de la misma magnitud que los retos sociales como la salud, la educación o la seguridad. Concretamente, un 29,27 % manifestó estar totalmente de acuerdo y un 39,02 % se mostró de acuerdo, lo que suma un respaldo notable hacia la legitimidad y urgencia de las demandas del colectivo.

Este dato sugiere que una parte importante del personal posee una conciencia clara sobre los derechos humanos en clave de igualdad e inclusión, lo cual es una base muy positiva para futuras acciones del plan LGTBI. Además, el apoyo es transversal en cuanto al género: el nivel de acuerdo es similar entre mujeres y hombres, aunque las mujeres destacan más en la categoría de “totalmente de acuerdo” (35,48 % frente al 10 % en hombres), lo que podría indicar una mayor implicación emocional o un posicionamiento más firme por parte de ellas.

Por otra parte, un 17,07 % de la plantilla se posiciona en un punto medio, ni de acuerdo ni en desacuerdo, y un 2,44 % afirma no saber. Estas respuestas reflejan cierta falta de reflexión o conocimiento sobre la interseccionalidad de los derechos humanos y la discriminación por orientación sexual o identidad de género. Aun siendo un porcentaje bajo, conviene atenderlo en las acciones formativas y de sensibilización.

En cuanto al desacuerdo, el porcentaje es muy reducido: solo un 7,32 % discrepa con la afirmación, siendo ligeramente más frecuente entre los hombres (dos de los tres casos). También se registra un 1 % adicional de “totalmente en desacuerdo” y un 2,44 % de respuesta vacía, lo que apenas afecta al resultado global pero puede señalar una pequeña presencia de posturas reticentes o indiferentes.

La distribución de las respuestas entre mujeres y hombres se mantiene bastante proporcional al peso que tiene cada grupo en la muestra, por lo que no se detectan grandes desviaciones por género, salvo una tendencia general a que los hombres tienden a concentrarse más en las posturas de desacuerdo o neutralidad, mientras que las mujeres destacan en los niveles más altos de acuerdo.

En resumen, este ítem pone de relieve un buen nivel de concienciación sobre la gravedad de la discriminación hacia las personas LGTBI, equiparándola con otros temas sociales ampliamente reconocidos. No obstante, la existencia de un pequeño grupo que duda o se muestra en desacuerdo evidencia la necesidad de seguir trabajando la sensibilización, especialmente desde un enfoque de derechos humanos y justicia social.

La orientación sexual es un asunto que únicamente debe tratarse en privado.								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
De acuerdo	1	3,23%	2	20,00%	3	7,32%	33,33%	66,67%
En desacuerdo	11	35,48%	7	70,00%	18	43,90%	61,11%	38,89%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	19,35%	0	-	6	14,63%	100,00%	-
No lo sé, lo desconoczco	2	6,45%	0	-	2	4,88%	100,00%	-
Totalmente de acuerdo	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
Totalmente en desacuerdo	10	32,26%	1	10,00%	11	26,83%	90,91%	9,09%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

La afirmación presenta un interesante panorama sobre las percepciones respecto al lugar que debe ocupar la orientación sexual: si debe mantenerse en el ámbito privado o si es legítimo y necesario abordarla en lo público. En este sentido, la mayoría de la plantilla se posiciona en contra de que sea un tema exclusivamente privado, lo que implica una mayor apertura hacia su visibilización en entornos laborales y sociales.

Concretamente, un 43,90 % de las personas encuestadas está en desacuerdo con la afirmación, y un 26,83 % se muestra totalmente en desacuerdo, sumando así un 70,73 % de posturas contrarias a la idea de relegar la orientación sexual únicamente al ámbito privado. Esta mayoría sugiere un reconocimiento del derecho a la expresión de la diversidad afectivo-sexual, entendiendo que ocultarla o restringirla al espacio íntimo puede reforzar el estigma o la invisibilidad.

Las mujeres muestran una postura más definida en este sentido, con un 67,74 % de respuestas entre el desacuerdo y el total desacuerdo. En el caso de los hombres, aunque también predomina el desacuerdo (70 % en esta categoría), su presencia en los niveles de neutralidad y acuerdo es más significativa que en el caso de las mujeres, lo que podría apuntar a una ligera mayor resistencia o cautela en la expresión pública de la orientación sexual entre ellos.

En cuanto a la posición intermedia, un 14,63 % de la muestra opta por no posicionarse ni a favor ni en contra, siendo exclusivamente mujeres. Esto podría indicar cierta ambivalencia o una falta de reflexión clara sobre el tema, lo cual podría abordarse en espacios de sensibilización. A esto se suma un 4,88 % que afirma no saber, también todo del grupo de mujeres.

Solo una minoría expresa acuerdo con la afirmación: un 7,32 % en total, con mayor presencia entre los hombres (dos de los tres casos). Además, se detecta una única respuesta de "totalmente de acuerdo", correspondiente a una mujer. Aunque estos porcentajes son bajos, reflejan que aún existe una pequeña parte de la plantilla que considera que la orientación sexual no debe tener espacio en lo público, lo cual puede ser producto de una visión tradicional de la privacidad o de ciertas incomodidades respecto a la diversidad.

¿Considera que existe violencia hacia las personas del colectivo LGBTI?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Gestos y/o actitudes despectivas	23	74,19%	8	80,00%	31	75,61%	74,19%	25,81%
Acoso y desprecio (ignorar a alguien, hacer vacío)	1	3,23%	1	10,00%	2	4,88%	50,00%	50,00%
No	2	6,45%	0	-	2	4,88%	100,00%	-
No sabe/ No contesta	5	16,13%	1	10,00%	6	14,63%	83,33%	16,67%
TOTAL	31	100,00%	10	90,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados de esta pregunta ponen de manifiesto que la mayoría de la plantilla sí percibe la existencia de violencia hacia las personas LGBTI, aunque esta violencia se identifica principalmente en formas más sutiles o normalizadas, como gestos y actitudes despectivas. Esto sugiere una cierta conciencia respecto a las manifestaciones más comunes y cotidianas de la LGTBIfobia, aunque también señala una posible subestimación de otras formas más explícitas o estructurales de violencia.

En concreto, un 75,61 % del total indica que sí existe violencia en forma de gestos o actitudes despectivas, lo que representa una mayoría abrumadora. Esta percepción está muy equilibrada entre mujeres y hombres: el 74,19 % de las mujeres y el 80 % de los hombres coinciden en esta idea. La homogeneidad de estas respuestas, independientemente del sexo, refuerza la idea de que la violencia simbólica o relacional es ampliamente reconocida en el entorno.

En cambio, la violencia en forma de acoso y desprecio —como ignorar a alguien o hacerle el vacío— apenas ha sido señalada, con solo dos personas (un hombre y una mujer) eligiendo esta opción. Esto podría interpretarse de dos maneras: o bien estas manifestaciones están menos presentes en el entorno de la plantilla, o bien no siempre son identificadas como formas de violencia, lo cual puede ser indicativo de una necesidad de mayor formación sobre el tema.

Solo dos personas (ambas mujeres) afirmaron que no consideran que exista violencia hacia las personas LGBTI, lo que representa un mínimo 4,88 % del total. Esta cifra refuerza la percepción generalizada de que sí hay formas de violencia, aunque sean más veladas.

Por último, un 14,63 % de las personas encuestadas optó por no responder o indicó que no lo sabe, en su mayoría mujeres. Este grupo de respuesta puede interpretarse como una señal de incertidumbre o falta de información sobre el tema, lo que refuerza la importancia de promover acciones de sensibilización y formación en torno a los diferentes tipos de violencia que puede sufrir el colectivo LGBTI, especialmente aquellas que no son físicas ni explícitas, pero que afectan gravemente al bienestar de las personas.

¿Cree que la empresa debería de disponer de políticas adecuadas para proteger a la plantilla de conductas discriminatorias por pertenecer al colectivo								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Sí, ya dispone de políticas para proteger al personal LGTBI	9	29,03%	2	22,22%	11	26,83%	81,82%	18,18%
No, no dispone de políticas para proteger al colectivo LGTBI pero las va a implemetra	5	16,13%	1	11,11%	6	14,63%	83,33%	16,67%
/ No contesta	17	54,84%	6	66,67%	23	56,10%	73,91%	26,09%
TOTAL	31	100,00%	9	100,00%	40	100,00%	77,50%	22,50%

Uno de los principales resultados es el alto grado de desconocimiento sobre la existencia de políticas específicas. Ante la pregunta *"¿Cree que la empresa debería de disponer de políticas adecuadas para proteger a la plantilla de conductas discriminatorias por pertenecer al colectivo?"*, más de la mitad de las personas encuestadas (56,10%) optaron por no contestar o indicaron que no lo sabían. Este dato evidencia una posible falta de comunicación interna, ya sea porque no existen dichas políticas o porque, en caso de existir, no se han difundido adecuadamente entre la plantilla.

Solo un 26,83% del total (11 personas) considera que la empresa ya dispone de políticas para proteger al personal LGTBI, mientras que un 14,63% (6 personas) reconoce que actualmente no hay políticas, pero se prevé su implementación. Esto pone de manifiesto que, aunque existe una parte del personal que percibe avances o intención de mejora, la mayoría no tiene conocimiento o no identifica medidas concretas de protección al colectivo en el entorno laboral.

Cabe destacar la diferencia en las respuestas según el sexo. Las mujeres muestran un mayor nivel de concienciación y percepción positiva sobre la existencia o futura implantación de políticas: el 81,82% de quienes creen que ya existen políticas son mujeres, y también lo son el 83,33% de quienes afirman que aún no hay políticas pero se implementarán. En cambio, los hombres tienden en mayor proporción a no contestar

o manifestar desconocimiento (66,67%). Esto puede indicar una menor sensibilización o implicación del personal masculino en este ámbito.

En conclusión, este resultado refleja la necesidad urgente de trabajar en la visibilidad, comunicación y sensibilización sobre los derechos del colectivo LGTBI dentro de la empresa. Tanto si ya existen políticas como si están en proceso de desarrollo, es imprescindible informar de manera clara a toda la plantilla, así como ofrecer formación específica que aumente la concienciación y la implicación del conjunto del personal, especialmente entre los hombres.

En la empresa escucho bromas o comentarios negativos sobre personas LGBTI								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Sí, frecuentemente (una vez al mes)	2	6,45%	0	-	2	4,88%	100,00%	-
Sí, ocasionalmente (una vez cada seis meses)	3	9,68%	0	-	3	7,32%	100,00%	-
Sí, en alguna ocasión (menos frecuente que cada seis meses)	10	32,26%	0	-	10	24,39%	100,00%	-
No, nunca	16	51,61%	10	100,00%	26	63,41%	61,54%	38,46%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Los resultados muestran que, aunque una mayoría del personal (63,41%) afirma no haber escuchado nunca este tipo de comentarios todavía existe una presencia significativa de manifestaciones negativas, lo que indica la necesidad de seguir trabajando en la sensibilización y el respeto a la diversidad.

Concretamente, un 36,59% del total de respuestas reconoce haber escuchado comentarios LGTBIfóbicos en mayor o menor frecuencia: un 4,88% indica que los escucha con frecuencia (una vez al mes), un 7,32% ocasionalmente (una vez cada seis meses) y un 24,39% en alguna ocasión, aunque con menor frecuencia. Todos estos casos han sido señalados por mujeres, lo cual puede deberse a varios factores, entre ellos una mayor percepción o sensibilidad ante este tipo de actitudes o una mayor exposición a espacios donde se producen estos comentarios.

Por su parte, los hombres no han reportado haber escuchado ningún comentario negativo de este tipo, lo que podría reflejar una menor concienciación o percepción de lo que constituye una broma ofensiva, o bien una falta de reconocimiento del problema. Este aspecto es relevante, ya que puede estar indicando una normalización o invisibilización de determinadas actitudes dentro de ciertos grupos.

Aunque la mayoría del personal niega haber presenciado estas situaciones, el hecho de que más de un tercio sí lo haya hecho en algún momento pone de manifiesto que aún persisten conductas o comentarios que afectan negativamente a la inclusión y al respeto hacia el colectivo LGTBI. Además, es importante subrayar que la totalidad de las observaciones de este tipo provienen del colectivo femenino, lo que requiere analizar más a fondo las dinámicas de grupo, los espacios comunes y el clima laboral en clave de género y diversidad.

Si perteneciera al colectivo LGBTI, se sentiría cómodo/a hablando de su vida personal con sus compañeros/as.								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
De acuerdo	10	32,26%	2	20,00%	12	29,27%	83,33%	16,67%
En desacuerdo	2	6,45%	3	30,00%	5	12,20%	40,00%	60,00%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	51,61%	4	40,00%	20	48,78%	80,00%	20,00%
Totalmente de acuerdo	2	6,45%	0	-	2	4,88%	100,00%	-
Totalmente en desacuerdo	1	3,23%	1	10,00%	2	4,88%	50,00%	50,00%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Ante la afirmación *"Si perteneciera al colectivo LGBTI, se sentiría cómodo/a hablando de su vida personal con sus compañeros/as"*, los resultados muestran una tendencia general a la inseguridad o la falta de posicionamiento claro por parte del personal. El grupo más numeroso (48,78%) eligió la opción "Ni de acuerdo, ni en desacuerdo", lo que puede interpretarse como una percepción de neutralidad, duda o falta de confianza respecto al clima laboral en cuanto a inclusión y aceptación.

Por otro lado, solo un 34,15% del total (14 personas) se muestra claramente de acuerdo con la afirmación (sumando "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo"), mientras que un 17,08% expresa desacuerdo (sumando "en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo"). Esta distribución indica que, aunque existe un grupo que percibe la empresa como un entorno en el que podría expresarse con libertad si fuera parte del colectivo LGTBI, la mayoría del personal no se posiciona claramente o no lo haría con plena comodidad.

Al analizar los resultados por sexo, se observan diferencias significativas. Las mujeres muestran una mayor predisposición a sentirse cómodas hablando de su vida personal si fueran LGTBI, ya que representan el 83,33% del grupo que está de acuerdo, frente a solo un 16,67% de hombres. En cambio, los hombres se concentran mayoritariamente en las respuestas negativas: el 60% del grupo que está en desacuerdo son hombres, así como el 50% de quienes están "totalmente en desacuerdo". Esta disparidad podría evidenciar una mayor percepción de prejuicio o menor confianza en la cultura laboral por parte de los hombres, o bien un grado inferior de empatía o conexión con la realidad LGTBI.

También es reseñable que solo un 4,88% del total (2 personas) se ha manifestado como "totalmente de acuerdo", lo que refuerza la idea de que, incluso entre quienes se sienten

cómodos, existe cierta reserva a la hora de mostrarse completamente abiertos respecto a temas personales vinculados con la orientación sexual o identidad de género.

Este resultado apunta a una necesidad clara de trabajar en la construcción de un entorno laboral verdaderamente inclusivo y seguro, en el que las personas, pertenezcan o no al colectivo LGTBI, sientan que pueden expresarse libremente sin temor a juicios ni consecuencias negativas. La elevada proporción de respuestas neutrales sugiere que muchas personas aún no han reflexionado sobre este tema o no tienen claro si el entorno fuera respetuoso y seguro.

¿Cree que la empresa debería llevar a cabo campañas o acciones a favor de la diversidad LGTBI para que estas personas sean respetadas, incluidas y valoradas en su lugar de trabajo?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Sí, lo veo necesario	10	32,26%	5	50,00%	15	36,59%	66,67%	33,33%
Vacía	0		1		1	2,44%	-	100,00%
No, no lo veo necesario	6	19,35%	0	-	6	14,63%	100,00%	-
No sabe/ No contesta	15	48,39%	4	40,00%	19	46,34%	78,95%	21,05%
TOTAL	31	100,00%	10	90,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

En la pregunta *"¿Cree que la empresa debería llevar a cabo campañas o acciones a favor de la diversidad LGTBI para que estas personas sean respetadas, incluidas y valoradas en su lugar de trabajo?"*, los resultados revelan una clara necesidad de reforzar la concienciación y sensibilización en torno a la diversidad LGTBI.

El dato más destacado es que el 46,34% del personal respondió "No sabe/No contesta", lo que indica que prácticamente la mitad de la plantilla no tiene una postura definida sobre la necesidad de actuar en esta materia. Este dato, combinado con una respuesta en blanco adicional (2,44%), evidencia una posible falta de formación, desconocimiento o incluso desinterés en temas relacionados con la inclusión del colectivo LGTBI en el ámbito laboral.

En paralelo, un 36,59% del total (15 personas) considera necesario que la empresa impulse campañas o acciones a favor del respeto y la inclusión del colectivo. Este grupo muestra una mayor representación femenina (66,67%), aunque la proporción de hombres que sí ve necesaria esta medida (50% del total de hombres encuestados) es también significativa. Este dato es importante porque refleja que hay una base de apoyo sólida en ambos sexos, lo que supone un punto de partida positivo para el desarrollo de políticas inclusivas.

Por otro lado, un 14,63% del total (6 mujeres) considera que no es necesario que la empresa actúe en este sentido. Aunque se trata de un porcentaje menor, es un grupo

que podría mostrar cierta resistencia o desconocimiento sobre las situaciones de discriminación o invisibilidad que pueden sufrir las personas LGTBI en el entorno laboral.

El análisis refleja que existe una parte del personal que apoya la puesta en marcha de campañas por la diversidad LGTBI, pero también una amplia mayoría que no se posiciona o directamente no contesta. Este alto porcentaje de neutralidad o desconocimiento pone de relieve la necesidad urgente de sensibilizar y formar al conjunto de la plantilla sobre la realidad del colectivo LGTBI y la importancia de garantizar su inclusión y respeto en el entorno laboral.

¿Considera que ser del colectivo LGBTI puede suponer una traba o impedimento para trabajar en esta empresa?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
No	26	83,87%	10	100,00%	36	87,80%	72,22%	27,78%
Si	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
No sabe/ No contesta	4	12,90%	0	-	4	9,76%	100,00%	-
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

La respuesta mayoritaria ha sido “No”, con un 87,80% del total (36 personas) que considera que la orientación sexual o la identidad de género no representan un obstáculo en el acceso o permanencia en esta empresa. Este dato es muy positivo y refleja una percepción generalizada de respeto o al menos de ausencia de discriminación abierta hacia las personas LGTBI.

Además, todos los hombres encuestados (100%) han respondido de forma afirmativa a esta opción, lo que indica una percepción total de normalidad desde este grupo. En el caso de las mujeres, también es la mayoría (83,87%) quien opina en este sentido, lo que refuerza la idea de que la plantilla no percibe una barrera real para las personas LGTBI en el entorno laboral actual.

Sin embargo, aunque en porcentajes mínimos, es importante destacar que una persona (2,44%) ha respondido que sí considera que pertenecer al colectivo puede ser un impedimento, y cuatro personas más (9,76%) han elegido la opción “No sabe/No contesta”. Aunque estas cifras son reducidas, no deben pasar desapercibidas, ya que revelan que aún existen percepciones individuales de discriminación o incertidumbre sobre la igualdad de oportunidades dentro de la empresa.

Este pequeño grupo puede estar reflejando experiencias personales o indirectas de exclusión, falta de visibilidad, o simplemente la ausencia de políticas claras y visibles que respalden el respeto a la diversidad. Por lo tanto, aunque el resultado global es muy positivo, la empresa no debe caer en la autocomplacencia, sino más bien reforzar su compromiso con la inclusión, visibilizándolo y comunicándolo de forma más explícita.

Existe una percepción mayoritaria de que en esta empresa no hay discriminación hacia las personas LGTBI en los procesos de trabajo, lo que constituye una base muy favorable. No obstante, la existencia de respuestas que indican dudas o discriminación percibida, aunque sean pocas, sugiere que aún hay margen de mejora, especialmente en términos de visibilidad, formación y comunicación interna.

¿Considera que ser del colectivo LGTBI puede suponer una traba o impedimento para promocionar en esta empresa?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
No	22	70,97%	0	-	22	53,66%	100,00%	-
No sabe/ No contesta	9	29,03%	10	100,00%	19	46,34%	47,37%	52,63%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

En cuanto a si *"ser del colectivo LGTBI puede suponer una traba o impedimento para promocionar en esta empresa"*, los resultados muestran una percepción menos clara y más dividida que en la pregunta anterior sobre el acceso al empleo.

Un 53,66% del total (22 personas, todas mujeres) considera que no existe una barrera para la promoción de personas LGTBI, lo que es un dato positivo pero que contrasta con la alta proporción de respuestas que no saben o no contestan (46,34%), entre las cuales se encuentran el 100% de los hombres encuestados. Esto es un indicativo claro de que hay falta de información o visibilidad sobre los procesos de promoción interna en la empresa y cómo estos pueden afectar a personas LGTBI.

Es especialmente significativo que ningún hombre haya afirmado con seguridad que no existen trabas para promocionar si se pertenece al colectivo, lo que puede deberse a varios factores: desconocimiento, desinterés por el tema, o incluso percepción de que no es relevante. Esta ausencia total de posicionamiento entre los hombres podría estar reflejando una brecha en la concienciación o en el acceso a información sobre cómo se toman las decisiones de promoción en la empresa.

Por su parte, aunque una mayoría de mujeres afirma que no existen obstáculos, un 29,03% tampoco sabe o no contesta, lo que sigue siendo un porcentaje elevado y revela cierta falta de transparencia o comunicación sobre los criterios de promoción y si incluyen principios de igualdad y no discriminación.

Aunque más de la mitad de la plantilla considera que no hay barreras para que las personas LGTBI promocionen, la elevada tasa de respuestas neutras o sin contestar (casi el 50%) pone de relieve una necesidad importante de transparencia, formación y garantías reales de igualdad de oportunidades en la promoción interna.

El hecho de que ningún hombre se haya posicionado afirmativamente es especialmente llamativo y sugiere que las acciones futuras del plan LGTBI deberán enfocarse también en implicar activamente a todos los géneros en los valores de igualdad y diversidad.

Estoy informado/a del compromiso de la empresa sobre la protección de los derechos de las personas LGBTI								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Conozco el compromiso de mi empresa sobre la protección de los derechos de las personas LGTBI	9	29,03%	3	30,00%	12	29,27%	75,00%	25,00%
Sé que hay algunas medidas dirigidas a promover la inclusión y eliminar las discriminaciones, pero no las conozco bien	15	48,39%	4	40,00%	19	46,34%	78,95%	21,05%
No conozco ningun compromiso relacionado con esta materia	6	19,35%	3	30,00%	9	21,95%	66,67%	33,33%
No existe ningun plan de inclusion y diversidas	1	3,23%	0	-	1	2,44%	100,00%	-
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

En relación con la afirmación, los datos reflejan una falta significativa de conocimiento claro y generalizado por parte de la plantilla sobre las acciones o compromisos existentes en esta materia.

Tan solo un 29,27% del total (12 personas) afirma conocer el compromiso de la empresa respecto a la protección de los derechos del colectivo LGTBI, lo cual indica que las acciones, si existen, no están siendo visibilizadas ni comunicadas de forma efectiva. Este porcentaje es prácticamente igual entre mujeres (29,03%) y hombres (30%).

La opción mayoritaria ha sido la de quienes saben que existen algunas medidas, pero no las conocen bien, elegida por el 46,34% de las personas encuestadas. Esta respuesta refleja una oportunidad clara de mejora en la comunicación interna: existe cierta noción de que la empresa está haciendo algo por la diversidad, pero no se sabe exactamente qué ni cómo. Esto puede derivar en una percepción de compromiso superficial o simbólico.

Por otro lado, un 21,95% (9 personas) declara no conocer ningún compromiso relacionado con esta materia, y una persona más (2,44%) afirma directamente que no existe ningún plan de inclusión y diversidad. Esto significa que una de cada cuatro personas en la empresa cree o percibe que no hay acciones en marcha o desconoce por completo la existencia de las mismas. Resulta llamativo que el 30% de los hombres elija esta opción, lo que puede evidenciar una menor sensibilización o desconexión con estas temáticas dentro de este grupo.

La información sobre el compromiso de la empresa con la diversidad LGTBI no está llegando de manera clara, sistemática ni transversal a toda la plantilla. Aunque algunos trabajadores y trabajadoras tienen una idea vaga de que existen medidas, la mayoría no las conoce en profundidad o directamente las desconoce, lo cual puede debilitar la confianza en las políticas internas y su eficacia.

Además, el hecho de que un número relevante de personas piense que no existen planes o acciones al respecto puede estar influido tanto por la falta de comunicación como por la ausencia de medidas reales, por lo que conviene revisar ambos aspectos.

¿Considera necesario que exista una persona o departamento dentro de la empresa con quien hablar en caso de discriminación, acoso y/o violencia hacia las personas LGBTI con el objetivo de protegerlas?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Sí, lo veo necesario	13	41,94%	2	20,00%	15	36,59%	86,67%	13,33%
No, no lo veo necesario	8	25,81%	3	30,00%	11	26,83%	72,73%	27,27%
No sabe/ No contesta	10	32,26%	5	50,00%	15	36,59%	66,67%	33,33%
TOTAL	31	100,00%	10	100,00%	41	100,00%	75,61%	24,39%

Al analizar las respuestas, se observa que existe un nivel significativo de apoyo hacia la creación de un espacio o figura de referencia dentro de la empresa para abordar posibles situaciones de discriminación, acoso o violencia hacia personas LGBTI. Un 36,59% del total de personas encuestadas manifiesta que considera necesaria esta figura de apoyo, lo que refleja una sensibilidad importante respecto a la necesidad de establecer mecanismos claros de protección y acompañamiento.

Sin embargo, es igualmente destacable que una proporción idéntica (36,59%) se posiciona en la categoría de “No sabe/No contesta”, lo cual puede interpretarse como una falta de información, sensibilización o reflexión previa sobre el tema. Este dato sugiere la conveniencia de reforzar la formación y la concienciación dentro del entorno laboral sobre la importancia de garantizar espacios seguros y recursos accesibles para prevenir y actuar frente a situaciones discriminatorias.

En cuanto a la distribución de las respuestas, llama la atención que solo una de cada cuatro personas encuestadas (26,83%) considera innecesaria la existencia de una figura o departamento específico. Esta proporción minoritaria, aunque relevante, indica una resistencia que podría deberse a desconocimiento sobre la realidad de las personas LGBTI en entornos laborales o a percepciones erróneas sobre la frecuencia o impacto de estas situaciones.

Desde el punto de vista de la representación en las respuestas, la mayoría de quienes consideran necesaria esta figura pertenecen al grupo mayoritario de personas encuestadas, lo cual también puede vincularse con una mayor concienciación o

experiencia en temas relacionados con la diversidad. El índice de distribución muestra que el 86,67% de quienes apoyan esta medida pertenecen a este grupo, frente a un 13,33% del grupo minoritario.

Por tanto, la necesidad de establecer un recurso formal dentro de la empresa para atender posibles casos de discriminación o acoso hacia personas LGBTI se ve respaldada por una parte significativa de la plantilla, mientras que otro porcentaje equivalente muestra dudas o desconocimiento. Esto último pone de relieve la importancia de incorporar medidas de sensibilización, formación y diálogo como parte del plan LGTBI, para avanzar hacia una cultura corporativa verdaderamente inclusiva.

¿Le gustaría que en la empresa existiera un procedimiento eficaz para prevenir, corregir y reducir la discriminación, acoso (interno y externo) y violencia contra las personas LGBTI?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Sí, lo veo necesario	9	29,03%	2	22,22%	11	26,83%	81,82%	18,18%
No, no lo veo necesario	4	12,90%	0	-	4	9,76%	100,00%	-
No sabe/ No contesta	7	22,58%	5	55,56%	12	29,27%	58,33%	41,67%
Ya se toman medidas disciplinarias (sanciones,	11	35,48%	2	22,22%	13	31,71%	84,62%	15,38%
TOTAL	31	100,00%	9	100,00%	40	100,00%	77,50%	22,50%

Los resultados de esta pregunta muestran una diversidad de opiniones y percepciones dentro de la plantilla respecto a las medidas existentes o necesarias para abordar la discriminación y el acoso hacia las personas LGBTI.

En primer lugar, un 26,83% de las personas encuestadas considera necesario contar con un procedimiento eficaz que permita prevenir, corregir y reducir estas situaciones. Aunque no representa una mayoría, este porcentaje indica una demanda clara por parte de una parte significativa de la plantilla, lo que respalda la implementación de protocolos específicos como parte del Plan LGTBI, o bien el refuerzo de los ya existentes.

Por otro lado, el 31,71% señala que ya se toman medidas disciplinarias, como sanciones o amonestaciones, lo que sugiere que existe una cierta percepción de que la empresa cuenta con mecanismos de respuesta. Sin embargo, este dato también puede reflejar una confianza limitada en la eficacia o adecuación de dichos mecanismos, ya que no necesariamente implica que estos se perciban como suficientes ni específicos para la protección de personas LGTBI.

El dato más significativo en términos de atención es el elevado 29,27% que opta por “No sabe/No contesta”, lo que pone de manifiesto, una vez más, una falta de información o claridad sobre las herramientas existentes o sobre la necesidad de ellas. Esta respuesta podría estar vinculada a la ausencia de comunicación interna sobre los procedimientos

disponibles o a una escasa cultura organizativa de prevención activa frente a estas situaciones.

En cuanto a quienes consideran innecesario establecer un procedimiento específico (9,76%), se trata de una proporción reducida y completamente concentrada en un solo grupo. Esto podría estar vinculado a una percepción generalizada de que la discriminación o el acoso por razón de identidad u orientación no son problemas relevantes en el entorno laboral, lo cual refuerza la necesidad de acciones de sensibilización y visibilización que ayuden a contextualizar y dar importancia a la realidad de las personas LGTBI en el ámbito laboral.

En términos de distribución, el apoyo a nuevas medidas o procedimientos y la referencia a mecanismos ya existentes provienen principalmente del grupo mayoritario de personas encuestadas. En cambio, el grupo minoritario muestra un índice de no respuesta elevado (55,56%), lo que puede indicar una desconexión o falta de acceso a la información institucional sobre este tipo de recursos.

En resumen, este bloque de resultados sugiere que existe una base favorable para la implantación de un procedimiento específico y eficaz, aunque también pone de relieve la necesidad urgente de reforzar la comunicación interna, la formación en diversidad y la transparencia respecto a los protocolos existentes. Esto ayudará no solo a proteger a las personas LGTBI, sino también a construir una cultura organizativa basada en el respeto, la equidad y la seguridad para todas las personas trabajadoras.

¿Le gustaría que la empresa contara con un procedimiento para formar y sensibilizar al personal sobre los problemas de derechos humanos a los que se enfrentan las personas LGTBI?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Sí, me gustaría	20	64,52%	5	50,00%	25	60,98%	80,00%	20,00%
No, no me interesa	3	9,68%	0	-	3	7,32%	100,00%	-
No sabe/ no contesta	8	25,81%	4	40,00%	12	29,27%	66,67%	33,33%
TOTAL	31	100,00%	9	90,00%	40	100,00%	77,50%	22,50%

Los resultados de esta pregunta reflejan una actitud ampliamente favorable hacia la implantación de procesos formativos y de sensibilización en la empresa. Un 60,98% de las personas encuestadas expresó su interés en que existan procedimientos específicos para abordar la realidad de los derechos humanos de las personas LGTBI, lo que supone una mayoría clara y evidencia una buena disposición de la plantilla para avanzar en este ámbito.

Este dato cobra especial relevancia si se considera que la formación y la sensibilización son herramientas clave para prevenir actitudes discriminatorias y promover entornos

laborales inclusivos, sobre todo en sectores donde puede haber escasa tradición en el tratamiento de estos temas, como el hortofrutícola.

El porcentaje de personas que no muestra interés en este tipo de formación es reducido (7,32%) y, además, se concentra en un único grupo del total encuestado. Este hecho sugiere que la resistencia a la implementación de medidas formativas es mínima, lo que facilitaría su puesta en marcha con un alto grado de aceptación.

Por otra parte, casi una tercera parte de la plantilla (29,27%) se sitúa en la opción de "No sabe/No contesta", lo cual puede interpretarse como una señal de desconocimiento o indiferencia inicial. Este grupo representa un sector estratégico para el diseño del plan de formación, ya que una intervención bien enfocada podría transformar esta falta de posicionamiento en una actitud favorable y participativa.

La distribución por grupos muestra que el interés por la formación está presente en ambos segmentos de la plantilla, aunque con más peso en el grupo mayoritario, que representa el 80% de las respuestas afirmativas. No obstante, el 20% del grupo minoritario también apoya esta medida, lo cual resulta alentador, ya que indica que el compromiso con la inclusión y los derechos humanos no está limitado a un único perfil dentro de la empresa.

En conclusión, la mayoría de la plantilla valora positivamente la creación de un procedimiento de formación y sensibilización en materia de derechos humanos para las personas LGTBI. Este resultado refuerza la necesidad de incorporar acciones formativas dentro del Plan LGTBI de la empresa, tanto para quienes ya están concienciados como para quienes aún no tienen una postura clara. Una formación bien diseñada podrá no solo informar, sino también fomentar el respeto, la empatía y la convivencia dentro del entorno laboral.

¿Cómo cree que ha influido en la sociedad la Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Positivamente, ya que garantiza la protección de este colectivo en diversos ámbitos	16	51,61%	6	66,67%	22	55,00%	72,73%	27,27%
Considero que no ha influido en la sociedad	1	3,23%		-	1	2,50%	100,00%	-
No sabe/ no contesta	14	45,16%	3	33,33%	17	42,50%	82,35%	17,65%
TOTAL	31	100,00%	9	100,00%	40	100,00%	77,50%	22,50%

Los resultados reflejan una valoración mayoritariamente positiva respecto a la Ley 4/2023, que establece medidas para garantizar la igualdad efectiva de las personas trans y los derechos de las personas LGTBI. Más de la mitad de las personas encuestadas (55,00%) considera que esta ley ha tenido un impacto positivo en la sociedad, al contribuir a la protección de estos colectivos en distintos ámbitos, como el laboral, el educativo, el sanitario o el social.

Este dato revela una actitud receptiva y sensibilizada de buena parte de la plantilla, que reconoce el papel que pueden tener las leyes en el avance hacia una sociedad más equitativa e inclusiva. Este apoyo es especialmente significativo en un entorno productivo como el hortofrutícola, donde muchas veces no se cuenta con una tradición explícita en el tratamiento de la diversidad sexual o de género.

En contraste, un 42,50% manifiesta no saber o no responder, lo que indica un alto grado de desconocimiento o falta de información sobre esta normativa específica. Este dato subraya la importancia de incorporar acciones informativas en el marco del Plan LGTBI, que no solo aborden el respeto y la convivencia en el entorno laboral, sino también aspectos legales y sociales más amplios que afectan a las personas LGTBI y a sus derechos.

Solamente una persona (2,5%) considera que la ley no ha influido en la sociedad, lo que supone una respuesta muy minoritaria. Este tipo de percepción puede estar vinculada a una falta de visibilidad de los efectos de la ley en la vida cotidiana o a una escasa conexión con la temática.

En cuanto a la distribución por grupos, el apoyo a la ley es transversal: el 51,61% del grupo mayoritario y el 66,67% del grupo minoritario considera que la normativa ha tenido un impacto positivo. Esta coincidencia es especialmente relevante, ya que muestra que la valoración favorable hacia las políticas de igualdad no está concentrada en un único perfil laboral o personal, sino que está presente en distintos segmentos de la plantilla.

En resumen, la mayoría de la plantilla percibe la Ley 4/2023 como un avance positivo para la igualdad y la protección de las personas LGTBI, aunque también existe una proporción considerable que no tiene una opinión formada al respecto. Esto refuerza la necesidad de acompañar las políticas internas de la empresa con acciones formativas e informativas que permitan comprender no solo los compromisos empresariales, sino también los marcos legales que respaldan el respeto a la diversidad en la sociedad.

¿Considera importante la puesta en marcha de un Plan LGBTI por la inclusión y la diversidad en tu empresa para garantizar que no se vulneren los derechos humanos de las personas LGTBI?								
	Mujeres	ICM	Hombres	ICH	Total	% Total	Índice Distribución de M y H	
Sí, considero necesario un Plan LGTBI por la inclusión y la diversidad en mi empresa	14	45,16%	7	77,78%	21	51,22%	66,67%	33,33%
No, pero me gustaría recibir información sobre un Plan LGTBI por la inclusión y la diversidad en la empresa	3	9,68%	0	-	3	7,32%	100,00%	-
No, no considero necesario un Plan LGTBI por la inclusión y la diversidad en mi empresa	3	9,68%	0	-	3	7,32%	100,00%	-
No sabe/ No contesta	11	35,48%	2	22,22%	13	31,71%	84,62%	15,38%
TOTAL	31	100,00%	9	100,00%	40	100,00%	77,50%	22,50%

Los resultados de esta pregunta muestran que más de la mitad de la plantilla (51,22%) considera necesaria la implementación de un Plan LGTBI en la empresa, con el objetivo de garantizar la inclusión, la diversidad y el respeto a los derechos humanos. Este apoyo mayoritario aporta una base sólida para el desarrollo y la aplicación del plan, respaldado por una parte significativa del personal.

Este dato es especialmente relevante, ya que se trata de una pregunta directamente vinculada con la razón de ser del propio plan. La respuesta afirmativa, mayoritaria, indica que el enfoque de igualdad y no discriminación no solo es pertinente, sino también deseado por gran parte de la plantilla.

Cabe destacar que, aunque en menor proporción, un 7,32% expresa que no considera necesario un Plan LGTBI, pero estaría interesado en recibir información al respecto. Esta actitud abierta al conocimiento sugiere una oportunidad importante para la sensibilización, donde una adecuada comunicación del propósito, beneficios y enfoque del plan podría transformar esa curiosidad en apoyo.

El mismo porcentaje (7,32%) indica que no considera necesario el plan, lo que representa una minoría clara. Sin embargo, su presencia pone de relieve la importancia de incluir elementos de diálogo, pedagogía y participación durante la implementación, para resolver dudas y posibles resistencias sin imponer medidas de forma vertical.

Un dato a observar con atención es que casi una tercera parte de las personas encuestadas (31,71%) no sabe o no contesta, lo que puede deberse a una falta de información sobre qué implica realmente un Plan LGTBI o a un escaso contacto previo con iniciativas similares. Esta circunstancia subraya la necesidad de acompañar el plan con estrategias de comunicación accesibles, prácticas y adaptadas al contexto laboral, de forma que se conecte con toda la plantilla, independientemente de su formación o experiencia previa en temas de diversidad.

En cuanto a la distribución por grupos, es relevante destacar que el apoyo más contundente se da en el grupo minoritario, donde el 77,78% considera necesario el plan, mientras que en el grupo mayoritario el apoyo, aunque significativo, es del 45,16%. Este contraste puede responder a diferentes niveles de percepción sobre la importancia de proteger los derechos de las personas LGTBI en el entorno laboral. En cualquier caso, la presencia de respuestas afirmativas en ambos grupos refuerza la legitimidad y necesidad de poner en marcha el plan de forma transversal.

En resumen, el personal de la empresa muestra un nivel mayoritario de apoyo a la implementación de un Plan LGTBI, con actitudes que oscilan entre el respaldo firme, el interés en conocer más y una minoría que no lo considera necesario. Este escenario reafirma la necesidad de trabajar no solo en la creación de medidas, sino también en la generación de un clima de participación, comprensión y diálogo, que permita que el plan sea percibido como una herramienta útil, cercana y beneficiosa para toda la plantilla.

Los resultados del cuestionario evidencian una actitud mayoritariamente favorable entre la plantilla hacia la implementación de políticas inclusivas y de protección de los derechos de las personas LGTBI en el entorno laboral. Más de la mitad de las personas encuestadas consideran necesario establecer un Plan LGTBI en la empresa, y un porcentaje significativo muestra interés en recibir formación y sensibilización sobre los derechos humanos de las personas LGTBI.

Sin embargo, también se observa un porcentaje considerable de personas que no saben o no contestan a algunas de las preguntas, lo que indica la necesidad de mejorar la comunicación interna y la formación en materia de diversidad e inclusión.

Estos hallazgos reflejan la importancia de desarrollar e implementar un Plan LGTBI que no solo cumpla con las obligaciones legales establecidas en el Real Decreto 1026/2024, sino que también responda a las necesidades y expectativas de la plantilla, promoviendo un entorno laboral seguro, respetuoso y libre de discriminación.

5. OBJETIVOS DEL PLAN LGTBI

Los **objetivos del Plan LGTBI en una empresa** están orientados a garantizar un entorno laboral seguro, inclusivo y libre de discriminación para todas las personas, independientemente de su orientación sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales.

Objetivos Generales

Garantizar la igualdad de trato y oportunidades para las personas LGTBI dentro de la empresa.

Prevenir y erradicar la discriminación, el acoso y la LGTBIfobia en el entorno laboral.

Promover un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso, donde todas las personas puedan desarrollar su carrera profesional sin miedo a represalias o discriminación.

Incorporar la diversidad LGTBI en la cultura empresarial, asegurando que la organización refleje valores de igualdad y respeto.

Facilitar la inserción y promoción laboral de personas trans y otras diversidades con mayor vulnerabilidad.

Formar y sensibilizar al equipo humano de la empresa sobre la diversidad LGTBI y la importancia de su inclusión.

Garantizar el cumplimiento normativo en materia de igualdad y diversidad, alineando la empresa con la legislación vigente.

Visibilizar el compromiso de la empresa con la diversidad LGTBI, tanto a nivel interno como externo.

Objetivos Específicos

Igualdad de trato y oportunidades

Implementar **protocolos de inclusión** que garanticen que la identidad de género y la orientación sexual no sean un factor de discriminación en contrataciones, promociones o despidos.

Incorporar cláusulas de **no discriminación por orientación sexual, identidad de género y expresión de género** en los contratos y convenios colectivos.

Garantizar que los beneficios laborales (permisos, seguros médicos, prestaciones familiares, etc.) sean **iguales para todas las personas**, incluyendo las parejas del mismo sexo y familias diversas.

Prevención de la discriminación y acoso

Desarrollar un **Protocolo contra la LGTBIfobia en el entorno laboral**, con mecanismos claros de denuncia y protección.

Crear canales de comunicación seguros y confidenciales para que las personas LGTBI puedan reportar situaciones de discriminación o acoso.

Aplicar sanciones efectivas a comportamientos discriminatorios o de acoso laboral.

Formación y sensibilización

Realizar **formaciones periódicas** sobre diversidad e inclusión dirigidas a toda la plantilla, incluyendo la alta dirección.

Desarrollar campañas internas de **concienciación sobre la realidad de las personas LGTBI** en el ámbito laboral.

Incluir módulos sobre diversidad y respeto en los programas de bienvenida (onboarding) de nuevas incorporaciones.

Inclusión de las personas trans y no binarias

Facilitar la **adecuación de la identidad de género** en los documentos internos de la empresa (nombres en correos electrónicos, identificaciones, firmas, etc.).

Garantizar el **uso de baños inclusivos** o adecuados a la identidad de género de cada persona.

Desarrollar medidas específicas de apoyo a la contratación de **personas trans**, incluyendo programas de formación y acceso al empleo.

Comunicación inclusiva y cultura empresarial

Adoptar un **lenguaje inclusivo y respetuoso** en todas las comunicaciones internas y externas.

Visibilizar la diversidad LGTBI en las campañas de comunicación y marketing de la empresa.

Participar en eventos y redes de empresas comprometidas con la diversidad LGTBI.

Seguimiento y cumplimiento normativo

Evaluar periódicamente el impacto del Plan de Acción LGTBI mediante encuestas y métricas de inclusión.

Crear un **Comité de Diversidad e Igualdad** encargado de la implementación y seguimiento del plan.

Alinear el Plan de Acción con la normativa vigente, como la **Ley 4/2023 para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI**, asegurando su cumplimiento.

Principios Rectores del Plan de Acción LGTBI en la Empresa

Igualdad y equidad

El plan debe garantizar la **igualdad real de oportunidades y trato** para todas las personas, sin distinción por su orientación sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales. Además, debe promover la **equidad**, aplicando medidas correctoras para eliminar barreras estructurales que afectan a las personas LGTBI.

No discriminación

La empresa se compromete a prevenir, detectar y erradicar cualquier tipo de discriminación por motivos LGTBI, tanto de manera directa como indirecta. Se establecerán **protocolos de protección** para asegurar un entorno laboral seguro y libre de acoso o violencia por LGTBIfobia.

Interseccionalidad

El plan reconoce que la discriminación no ocurre de forma aislada, sino que puede agravarse cuando se cruzan distintos factores como el género, la edad, la raza, la discapacidad o el nivel socioeconómico. Por ello, las acciones deben abordar la diversidad de experiencias dentro del colectivo LGTBI y garantizar la **inclusión de todas las personas, especialmente las más vulnerables**.

Respeto y dignidad

El plan promueve una **cultura de respeto** dentro de la empresa, donde todas las personas puedan expresarse libremente y ser reconocidas en su identidad sin miedo a represalias o estigmatización. Se fomentará el uso de un **lenguaje inclusivo y no sexista** en todas las comunicaciones.

Participación y diálogo

La empresa garantizará la **escucha activa y la participación** de las personas LGTBI en la elaboración, implementación y seguimiento del plan. Se fomentará la colaboración con sindicatos, redes de diversidad y asociaciones especializadas.

Transparencia y rendición de cuentas

Se implementarán mecanismos de seguimiento y evaluación del plan, asegurando que las medidas adoptadas sean efectivas y estén alineadas con los compromisos de la empresa en materia de igualdad. La información sobre avances y desafíos será accesible a toda la plantilla.

Sensibilización y formación

Para garantizar la efectividad del plan, se llevarán a cabo **acciones de formación y sensibilización** para toda la plantilla, desde la alta dirección hasta los equipos operativos, con el fin de construir un entorno laboral informado y comprometido con la diversidad.

Compromiso con la mejora continua

El plan se concibe como un documento **vivo y en constante evolución**, que se revisará periódicamente para adaptarse a nuevas necesidades y cambios en la normativa. Se impulsará la innovación en políticas de inclusión y bienestar para personas LGTBI.

6. MEDIDAS

1. MATERIA: CLÁUSULAS DE IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN			
Medida	**Indicadores de seguimiento y evaluación**		**Departamento responsable**
1.1. Promover la inclusión de **cláusulas de no discriminación** por orientación sexual o identidad de género en los acuerdos con proveedores externos, personal subcontratado y entidades colaboradoras de la empresa.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de contratos y acuerdos revisados para incluir cláusulas .de no discriminación ▪ % de proveedores y entidades colaboradoras que han aceptado las cláusulas de no discriminación en sus contratos.	**Indicadores de evaluación:** ▪ Evaluar la diversidad en la contratación de personal subcontratado, midiendo específicamente la representación de personas LGTBI en el mismo.	Personal de RRHH y/o Comisión de Diversidad.

2. MATERIA: ACCESO AL EMPLEO			
Medida	**Indicadores de seguimiento y evaluación**		**Departamento responsable**
2.2. Colaborar con **organizaciones y entidades LGTBI** sin ánimo de lucro para promover la inserción laboral de personas trans en las empresas.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de colaboraciones establecidas. ▪ Nº de personas trans contratadas. ▪ % de personas trans que participan en los programas de inserción laboral.	**Indicadores de evaluación:** ▪ % de personas trans contratadas que permanecen en la entidad. ▪ Encuesta de satisfacción realizadas a personas trans que han participado en programas de inserción laboral.	Personal de RRHH

3. MATERIA: CLASIFICACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL			
Medida	Indicadores de seguimiento y evaluación		Departamento responsable
3.1. Proporcionar formación en diversidad e inclusión a quienes participan en los **procesos de evaluación del desempeño y promoción**, para sensibilizarles sobre sesgos inconscientes y la importancia de la diversidad en el liderazgo.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Número de sesiones de formación realizadas. ▪ Porcentaje de personal que ha completado la formación. ▪ Nº de recibís que garanticen haber recibido la información.	**Indicadores de evaluación:** ▪ Cambio en la percepción de sesgos inconscientes antes y después de la formación (medido a través de encuestas) ▪ Evaluación de la diversidad en los equipos de liderazgo antes y después de la formación ▪ Impacto en la satisfacción laboral y el clima organizacional, desglosado por grupos diversos, tras la formación	Personal experto en la materia
3.3. Realizar una revisión de los criterios de promoción que se aplican para garantizar que no se produce discriminación directa o indirecta de las personas LGTBI.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de criterios de promoción revisados. ▪ Nº de criterios eliminados. ▪ Nº de criterios incorporados.	**Indicadores de evaluación:** ▪ Impacto en la retención del personal en comparación con el periodo anterior a la revisión de criterios.	Personal de RRHH, Administración y Dirección

4. MATERIA: FORMACIÓN, SENSIBILIZACIÓN Y LENGUAJE			
Medida	**Indicadores de seguimiento y evaluación**		**Departamento responsable**
4.1. Difundir entre la plantilla el conjunto de **medidas planificadas LGTBI** recogidas en el convenio colectivo.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de comunicaciones internas realizadas (emails, carteles, reuniones, etc.) ▪ % de plantilla que ha recibido la información	**Indicadores de evaluación:** ▪ % de personas que manifiestan conocer estas medidas (mediante encuesta interna)	Departamento de RRHH
4.2. Dar a conocer y difundir el **protocolo** para la prevención, detección y actuación frente al acoso discriminatorio o violencia por razón de orientación o identidad sexual, expresión de género y características sexuales (Protocolo LGTBI).	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de veces que se ha difundido el protocolo	**Indicadores de evaluación:** ▪ % de plantilla que conoce el protocolo (encuesta) ▪ Tiempo medio de actuación ante un caso reportado	Departamento de RRHH y/o Prevención de Riesgos Laborales
4.7. Promover la visibilidad de la diversidad sexual y de género en la entidad a través de **campañas de sensibilización** dirigidas a toda la plantilla, mediante lugares visibles en el espacio de trabajo e intranet (si existiera) y/o redes sociales.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de campañas de sensibilización realizadas ▪ Interacción en redes sociales (si existieran) ▪ Nº de iniciativas o proyectos realizados con la diversidad sexual y de género que surgen como resultado de las campañas de sensibilización	**Indicadores de evaluación:** ▪ Encuestas de evaluación acerca de la percepción de la diversidad sexual y de género en el entorno laboral	Personal de RRHH o de Administración y personal experto en la materia
4.8. Dar a conocer el recurso del **Punto Arco Iris** (Ministerio de Igualdad) entre la plantilla.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de comunicaciones internas (correos, carteles, boletines) sobre el Punto Arco Iris enviadas a la plantilla	**Indicadores de evaluación:** ▪ Porcentaje de empleados que conocen la existencia del Punto Arco Iris (encuestas)	Personal de RRHH y personal experto en la materia

	▪ Distribución de materiales informativos (folletos, guías, recursos en línea) sobre el Punto Arco Iris		
4.11. Proporcionar **guías** y recursos sobre cómo utilizar pronombres correctos y evitar términos despectivos.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de materiales didácticos (guías, infografías, recursos en línea) distribuidos durante y después de las sesiones	**Indicadores de evaluación:** ▪ Existencia y difusión de la guía sobre uso correcto de pronombres y lenguaje inclusivo (disponible para toda la plantilla en varios formatos y canales). ▪ % de la plantilla que ha recibido formación específica sobre pronombres, lenguaje inclusivo y prevención de LGTBIfobia.	Personal experto en la materia

5. MATERIA: ENTORNOS LABORALES DIVERSOS, SEGUROS E INCLUSIVOS			
Medida	**Indicadores de seguimiento y evaluación**		**Departamento responsable**
5.1. Implantar el **protocolo** frente al acoso por razón de orientación sexual, identidad de género y/o expresión de género en el que se establezcan los mecanismos de **denuncia y protección** para casos de discriminación por motivos de orientación sexual, expresión de género e/o identidad de género.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de denuncias recibidas ▪ % de resolución de denuncias ▪ % de recibís firmados por la plantilla en la difusión del protocolo frente al acoso por razón de orientación sexual, identidad de género y/o expresión de género	**Indicadores de evaluación:** ▪ Realización y difusión de la declaración institucional de la empresa ▪ Recopilación de datos sobre las denuncias y respuesta institucional	Personal de RRHH y/o Comisión de Diversidad
5.3. Realizar encuestas intermedias sobre el **clima laboral** y la percepción de oportunidades de crecimiento profesional entre empleados/as LGTBI, utilizando los resultados para ajustar políticas de promoción	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de preguntas específicas sobre clima laboral y oportunidades de crecimiento ▪ % de respuesta a las encuestas (nº de respuestas recibidas frente al número de encuestas) ▪ Comunicación de los resultados de las encuestas a toda la plantilla y acciones a seguir	**Indicadores de evaluación:** ▪ % de personas que responden afirmativamente a percepciones de inclusión LGTBI ▪ Análisis de percepciones sobre inclusión, seguridad y equidad profesional en general, desagregadas por género, edad, antigüedad o área, sin necesidad de autoidentificación ▪ Comparación de respuestas a ítems como “me siento libre de ser yo misma/o/e” o “mi identidad es respetada en el entorno laboral”, sin identificar explícitamente orientación o identidad.	Personal de RRHH

6. MATERIA: PERMISOS Y BENEFICIOS SOCIALES			
Medida	Indicadores de seguimiento y evaluación		Departamento responsable
6.1. Ofrecer información a las personas interesadas que contenga las **necesidades específicas de la comunidad LGTBI**, incluyendo tratamientos de salud sexual y reproductiva, así como servicios de salud mental.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº de personas informadas ▪ Tasa de permisos relacionados con las necesidades del colectivo LGTBI	**Indicadores de evaluación:** ▪ Recopilación de datos sobre los permisos y respuesta de la entidad	Personal de RRHH y/o Comisión de Diversidad
6.2. La Empresa garantizará el acceso a los permisos, beneficios sociales y derechos recogidos en el convenio colectivo sin discriminación por razón de orientación e identidad sexual y expresión de género.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Nº y tipo de permisos y beneficios solicitados y concedidos, desagregados por sexo y, cuando sea posible (datos anónimos y voluntarios) Registro de quejas, reclamaciones o sugerencias relacionadas con discriminación en el acceso a derechos laborales	**Indicadores de evaluación:** ▪ % de personas que manifiestan haber accedido a sus derechos laborales en igualdad de condiciones (mediante encuestas internas anónimas) Existencia y aplicación efectiva de protocolos que garanticen el trato igualitario en la concesión de permisos y beneficios	Personal de RRHH y/o Comisión de Diversidad

7. MATERIA: RÉGIMEN DISCIPLINARIO			
Medida	Indicadores de seguimiento y evaluación		Departamento responsable
7.1. Integrar en el régimen disciplinario de la empresa las **sanciones** por comportamientos que atenten contra la libertad sexual, la orientación e identidad sexual y la expresión de género de las personas trabajadoras recogidas en el protocolo de LGTBI.	**Indicadores de seguimiento:** ▪ Inclusión de las sanciones específicas en el régimen disciplinario del convenio colectivo ▪ Comunicación interna de la inclusión de estas sanciones a toda la plantilla ▪ Actualización del reglamento interno de la empresa para incluir estas sanciones	**Indicadores de evaluación:** ▪ Nº de incidentes reportados que involucran actitudes discriminatorias por orientación o identidad sexual, y expresiones de género ▪ % de sanciones aplicadas tras la denuncia de un comportamiento discriminatorio	Personal de RRHH

7. CRONOLOGÍA

	2025		2026				2027				2028				2029	
	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	3T	4T
Promover la inclusión de cláusulas de no discriminación por orientación sexual o identidad de género en los acuerdos con proveedores externos, personal subcontratado y entidades colaboradoras de la empresa.																
Colaborar con organizaciones y entidades LGTBI sin ánimo de lucro para promover la inserción laboral de personas trans en las empresas.																
Proporcionar formación en diversidad e inclusión a quienes participan en los procesos de evaluación del desempeño y promoción, para sensibilizarles sobre sesgos inconscientes y la importancia de la diversidad en el liderazgo.																
Realizar una revisión de los criterios de promoción que se aplican para garantizar que no se produce discriminación directa o indirecta de las personas LGTBI.																
Difundir entre la plantilla el conjunto de medidas planificadas LGTBI recogidas en el convenio colectivo.																
Formación periódica sobre diversidad e inclusión LGTBI para todo el personal.																
Dar a conocer y difundir el protocolo para la prevención, detección y actuación frente al acoso discriminatorio o violencia por razón de orientación o identidad sexual, expresión de género y características sexuales (Protocolo LGTBI).																
Promover la visibilidad de la diversidad sexual y de género en la entidad a través de campañas de sensibilización dirigidas a toda la plantilla, mediante																

lugares visibles en el espacio de trabajo e intranet (si existiera) y/o redes sociales.																
Dar a conocer el recurso del Punto Arco Iris (Ministerio de Igualdad) entre la plantilla.																
Proporcionar guías y recursos sobre cómo utilizar pronombres correctos y evitar términos despectivos.																
Implantar el protocolo frente al acoso por razón de orientación sexual, identidad de género y/o expresión de género en el que se establezcan los mecanismos de denuncia y protección para casos de discriminación por motivos de orientación sexual, expresión de género e/o identidad de género.																
Realizar encuestas intermedias sobre el clima laboral y la percepción de oportunidades de crecimiento profesional entre empleados/as LGTBI, utilizando los resultados para ajustar políticas de promoción.																
Ofrecer información a las personas interesadas que contenga las necesidades específicas de la comunidad LGTBI, incluyendo tratamientos de salud sexual y reproductiva, así como servicios de salud mental.																
La Empresa garantizará el acceso a los permisos, beneficios sociales y derechos recogidos en el convenio colectivo sin discriminación por razón de orientación e identidad sexual y expresión de género.																
Integrar en el régimen disciplinario de la empresa las sanciones por comportamientos que atenten contra la libertad sexual, la orientación e identidad sexual y la expresión de género de las personas trabajadoras recogidas en el protocolo de LGTBI.																

8. ÁMBITOS

8.1. Ámbito personal.

El **ámbito personal** del **Plan de Acción LGTBI** está dirigido a **todas las personas** que forman parte de la organización, sin distinción de su puesto o función. Abarca tanto a los **empleados/as** como a los **directivos/as** y **miembros del comité de diversidad e inclusión**. Este ámbito incluye:

- **Empleados/as** de todos los departamentos, con especial atención a la promoción de la igualdad de oportunidades para las personas LGTBI, garantizando que no se produzca discriminación en base a la identidad de género, la orientación sexual o las características sexuales de cada persona.
- **Directivos/as y Alta Dirección**, quienes tienen la responsabilidad de adoptar, implementar y dar ejemplo del compromiso de la empresa con la igualdad y la no discriminación.
- **Equipos de Recursos Humanos y Responsables de Formación**, quienes deberán llevar a cabo las acciones de sensibilización, capacitación y gestión de los procesos de selección y promoción inclusivos.

El objetivo es garantizar que todas las personas de la empresa, independientemente de su identidad de género u orientación sexual, sean tratadas con dignidad, respeto y tengan las mismas oportunidades de desarrollo profesional.

8.2. Ámbito territorial.

El **ámbito territorial** del **Plan de Acción LGTBI** abarca **todas las instalaciones y actividades** de la empresa en los diferentes lugares en los que esté presente. Este ámbito territorial incluye:

- **Sedes centrales y delegaciones**: El plan será implementado en todas las instalaciones de la empresa, independientemente de su ubicación, asegurando la **igualdad de trato y la no discriminación** en todas las zonas donde la empresa tenga presencia física.
- **Teletrabajo y trabajo remoto**: En la era digital, las medidas de inclusión también se extenderán al personal que trabaje de manera remota o desde su hogar, garantizando la accesibilidad y equidad en las condiciones laborales.
- **Actividades de la empresa fuera del entorno laboral habitual**, como eventos, conferencias, convenciones y actividades de formación, en los cuales se

promoverá un ambiente inclusivo y respetuoso con todas las personas, independientemente de su orientación sexual o identidad de género.

El ámbito territorial garantiza que las medidas de inclusión y diversidad se implementen de manera consistente en toda la organización, sin importar la localización de la persona trabajadora.

8.3. Ámbito temporal.

Considerando el carácter variable de las circunstancias del mercado y por la propia naturaleza del Plan LGTBI, se requiere un grado de variabilidad y dinamismo, a fin de atender a las necesidades reales de **Luxeapers** a través de la adaptación de las medidas oportunas.

Dicha circunstancia hace necesario que se realicen revisiones periódicas del Plan, en consecuencia, tanto para la realización de las acciones como para el proceso de **evaluación periódica** se determina que se realice **cada dos o tres años** y, en todo caso, cuando se ponga de manifiesto su falta de adecuación a los requisitos legales y reglamentarios, tal y como se indica en el **artículo 9 punto 2 del Real Decreto 1026/2024, de 8 de octubre.**

Este Plan LGTBI entrará en vigor a partir de su aprobación por la empresa y permanecerá vigente en tanto en cuanto no se produzcan modificaciones legislativas o cambios en los convenios colectivos aplicables que obliguen a su revisión o actualización. Cabe señalar que, tanto el **Real Decreto 1026/2024**, como en el convenio de aplicación en la empresa, específicamente el **Convenio Colectivo de Manipulado y Envasado de Frutas, Flores y Hortalizas de la Provincia de Almería**, no establecen un plazo de vigencia determinado ni un mecanismo específico para la caducidad del presente plan.

En consecuencia, el Plan LGTBI se mantendrá vigente de manera indefinida, a excepción de que se produzcan nuevas normativas que, de forma expresa, establezcan la necesidad de su modificación o suspensión. La empresa se compromete a revisar el Plan periódicamente, al menos cada dos o tres años, para asegurarse de que sigue siendo conforme con las normativas vigentes y con las necesidades de la organización.

9. SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y REVISIÓN PERIÓDICA

Para asegurar la **efectividad** del **Plan de Acción LGTBI**, es fundamental establecer un **sistema de evaluación** que permita medir los avances, identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según las necesidades de la empresa y del personal.

Es necesario establecer **indicadores cuantitativos y cualitativos** que permitan medir el impacto del plan:

Indicadores Cuantitativos:

- % de plantilla formada en diversidad e inclusión LGTBI.
- Nº de denuncias o quejas por discriminación registradas y resueltas.
- % de materiales corporativos que incluyen lenguaje inclusivo.
- Nº de personas trans contratadas dentro del programa de inclusión laboral.
- Nº de eventos o campañas realizadas sobre diversidad.

Indicadores Cualitativos:

- Nivel de satisfacción del personal con las medidas adoptadas en el Plan LGTBI.
- Percepción de la plantilla sobre el compromiso de la empresa con la diversidad.
- Evaluación de casos de éxito en inclusión laboral de personas LGTBI.

Mecanismos de Evaluación

Encuestas de Clima Laboral y Percepción:

- Aplicación de encuestas anónimas para evaluar la percepción de la plantilla sobre la inclusión y respeto a la diversidad LGTBI.
- Preguntas específicas sobre seguridad, discriminación y ambiente inclusivo.
- Comparación de resultados antes y después de la implementación del plan.

Comité de Diversidad e Inclusión:

- Creación de un comité interno responsable del seguimiento del plan.
- Reuniones periódicas para revisar avances y proponer mejoras.

- Participación de empleados y empleadas LGTBI (en el caso en el que tengamos conocimiento de alguna persona en nuestra plantilla) y aliados/as estratégicos en la toma de decisiones.

Canales de Denuncia y Resolución de Conflictos:

- Tramitación de los incidentes de discriminación a través del canal ético de la organización.
- Análisis de los casos registrados y medidas tomadas para resolverlos.
- Evaluación de la efectividad de las sanciones y acciones correctivas.

Auditorías y Evaluaciones Periódicas:

- Revisión anual del cumplimiento de las medidas establecidas en el plan.
- Informe de resultados con recomendaciones para ajustes o nuevas estrategias.
- Comparación de datos con estándares del sector y mejores prácticas.

Informe de Resultados y Mejora Continua

Elaboración de un informe anual con los principales hallazgos de la evaluación.

Presentación de propuestas de mejora y actualización de acciones.

Revisión del plan cada 2-3 años para adaptarlo a cambios normativos y necesidades de la empresa.

Comunicación de los avances a la plantilla para reforzar el compromiso de la empresa.

Luxeapers®