

EL NEGOCIO DETRÁS DEL ARCOÍRIS

En junio, el mes del orgullo Lgbtiq+, crece el mercadeo alrededor de la diversidad de género. Un hecho que, además, tiene un impacto positivo en el comercio.

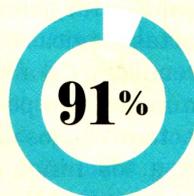
En medio del confinamiento, en Colombia realizaron varias actividades de movilización social para apoyar los derechos de las personas Lgbtiq+ (lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, transexuales, travestis, intersexuales y queer).

El 28 de junio, día del orgullo gay, los colores del arcoíris iluminaron la pirámide de las oficinas de la empresa Movistar, el Movistar Arena y la Torre Colpatría, entre otros edificios del país. Todos ellos mostraron su respaldo a la diversidad como clave para la sociedad y los negocios. “Entendemos la diversidad como una fuente de valor, por eso fomentamos la empatía y la equidad para la construcción de un mundo cada vez más incluyente”, expresó Fabián Hernández, CEO de Movistar Colombia.

En Scotiabank Colpatría tienen una política de diversidad e inclusión. Articulan esfuerzos con entidades como la Cámara de Comerciantes Lgbt de Colombia y otros actores de la comunidad para desarrollar protocolos de atención a clientes diversos en su red de oficinas.

A lo anterior se suma la promoción del comercio Lgbt. La Cámara realiza a finales de año WeTrade, un evento que en 2019 generó oportunidades de negocio por cerca de \$3.000 millones.

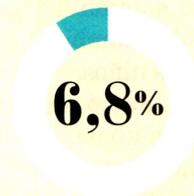
Así avanza el mundo empresarial y de negocios para incluir a todos los actores de la sociedad. **ID|**



de las **empresas de la lista Fortune 500** tiene políticas de diversidad, de acuerdo con el “Corporate Equality Index” realizado por Human Rights Campaign en 2018.



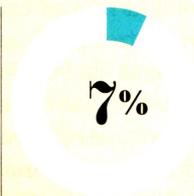
US\$917.000 millones es la **capacidad adquisitiva** de esta comunidad tan solo en Estados Unidos, según estima la Cámara de Comercio de este país.



de la población colombiana forma parte de esta comunidad. Es decir, **cerca de 3,3 millones de habitantes.**



US\$10.600 millones **consumió este segmento** de la población en Colombia durante 2018, de acuerdo con la Ccglbt.



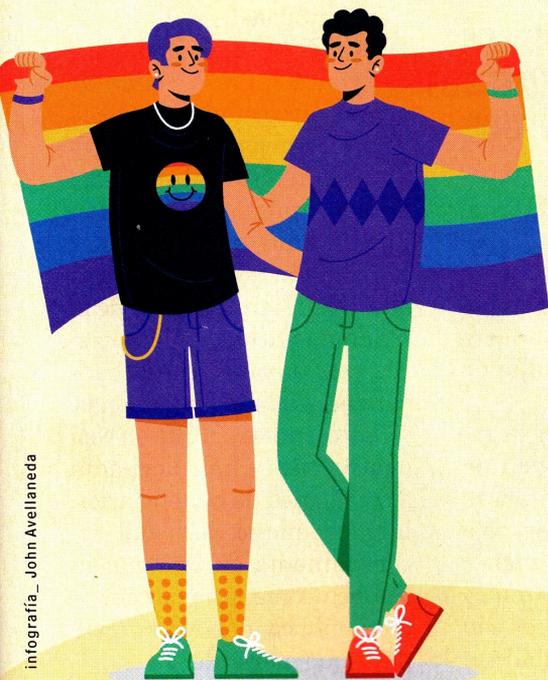
del **consumo nacional** es realizado por esta comunidad.



Lgbt Capital señaló que en **Colombia, Brasil y México** la población Lgbt **tiene un gasto** per cápita entre 25% y 30% mayor que la media.



UNA CAUSA EMPRESARIAL



 **56** empresas fueron certificadas por la Ccgbt como **Friendly Biz (amigables para la comunidad)** en Colombia.

 El **Grupo Aval** y **Porvenir** serán de los primeros en su sector en certificar sus prácticas como Friendly Biz.

 Empresas como **Ecopetrol**, **Bancolombia** y **Rappi** vistieron sus logos con el arcoíris para mostrar su apoyo a la comunidad.

 Nike lanzó la colección BeTrue con la cual apoyará más de 20 organizaciones **defensoras de los derechos LGBTI**.

 Levi's lanzó una colección para el 'Pride'. **Los fondos recaudados** serán destinados a la ONG OutRight Action International.

 La **colección Converse Pride** cumple su quinto año apoyando esta causa. Desde entonces ha donado más de **US\$1** millón.

APETECIDO TURISMO



9

puesto que ocupa **Colombia** entre los países más amigables para el llamado turismo gay, según páginas de viajes para esta comunidad como Nomadicboys.com

El país se destaca porque desde 2016 **permitió el matrimonio igualitario** y porque realiza varios eventos del orgullo gay.

US\$7.400 millones se estima que **sumará el gasto en viajes** de las personas homosexuales del Reino Unido para 2030.

Se prevé que esta comunidad gaste más en turismo de lujo, pues **en pareja ganan más que los heterosexuales**. En Estados Unidos la diferencia es de **US\$13.400** al año.