



NUESTRA MIRADA

Observatorio de Derechos Humanos de las personas LGBTI



<https://nuestramirada.lgbt/>

No.4 octubre-diciembre 2025

FEASIES presenta resultados del informe “Etiquetas PRIDE: Una moda orgullosamente de explotación”

Una persona trabajadora LGBTI en la maquila debe invertir cerca del 20% de su salario para comprar una prenda de marca. En contraste, debe producir hasta 150 piezas al día para ganar apenas \$10.00 dólares diarios. (Informe FEASIES, 2025)



Fuente: Ilustración generada con IA a partir de una fotografía de la recreación escénica presentada por FEASIES.

Muchas empresas utilizan símbolos y discursos del movimiento LGBTIQ+ con el objetivo de incrementar sus ventas, pero en la práctica distorsionan las realidades de esta población y minimizan las luchas históricas del movimiento social en defensa de sus derechos.

Adicionalmente, esa aparente visibilidad contrasta con las condiciones laborales de las personas LGBTI que trabajan en condiciones de precariedad en maquilas textiles, percibiendo ingresos promedio de \$354.59 dólares, pese a que en El Salvador, la canasta básica ampliada supera los \$400.00 dólares.

Con el apoyo de:



Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz
Vitoria-Gasteizko Udala



Esta publicación ha sido elaborada con la asistencia de CIR- BMZ, ACPP, Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, Gobierno Vasco, ACCD, SUDS, Calala, pero su contenido es responsabilidad del Observatorio Nuestra Mirada LGTBI. En ningún caso debe considerarse que refleja el punto de vista de las agencias y organizaciones donantes.



Resultados del informe

El propósito del informe fue conocer los impactos que generan las condiciones laborales precarias enfrentadas por personas trabajadoras LGBTI+, particularmente en el contexto de las fábricas donde se elaboran marcas transnacionales de la industria textil (1).

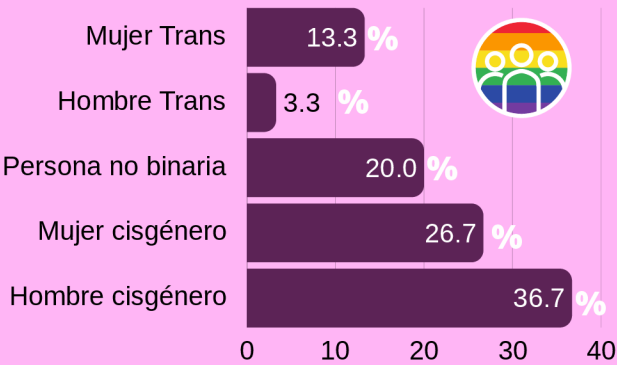
El estudio fue presentado en septiembre de 2025. Este se desarrolló en el marco de un enfoque exploratorio que permitió identificar patrones de discriminación, desigualdad y explotación dentro de un sector altamente feminizado y marcado por dinámicas globales de producción.

Se identificaron prácticas LGBTIfóbicas y actos de discriminación en 11 empresas con presencia sindical de FEASIES y las marcas para las cuales confeccionan sus productos.

La investigación combinó métodos cualitativos y cuantitativos. Se recolectó información mediante una encuesta anónima utilizando un formulario de Google, distribuido a través de sindicatos de maquila textil afiliados a FEASIES. Además, se realizaron entrevistas individuales y un grupo focal con diez personas LGBTI pertenecientes a los sindicatos SITRAIMES, SITTEX y STIVES, dentro de las seccionales de 11 fábricas.

Perfil sociodemográfico de personas encuestadas

Identidad de género de personas encuestadas, valores representados en porcentajes:



Participaron 30 personas en la encuesta. Del total, 36.7% se identifica como hombres gay cisgénero; 26.7% como mujeres lesbianas cisgénero; 20% son no binarias; 13.3% son mujeres trans; y 3.3% son hombres trans.

El Salvador. Nivel educativo de personas encuestadas

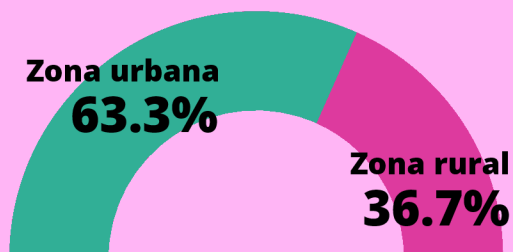


El 56.7 % tiene educación media concluida, el 30 % cuenta con educación básica, y solo 13.3 % completó estudios superiores.

1. FEASIES, 2025. Etiquetas PRIDE: Una moda orgullosamente de explotación. Derechos LGBTI+ en la industria textil, una mirada global y local a las ventas de productos PRIDE.

Perfil sociodemográfico

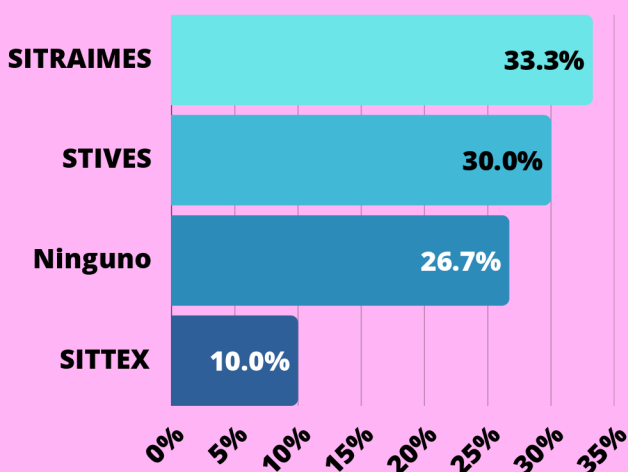
El Salvador. Zona de residencia de las personas encuestadas



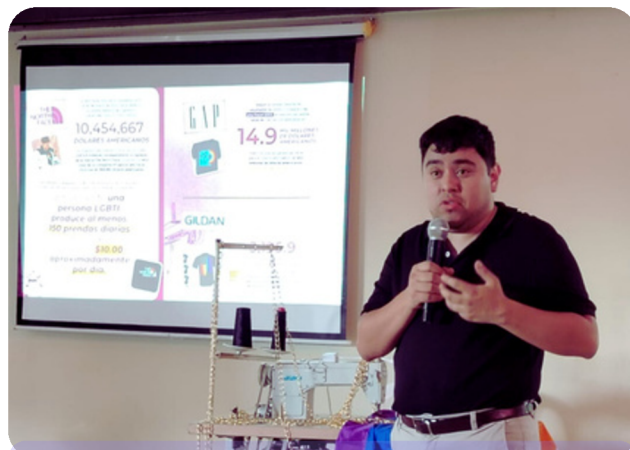
El 63.3% de las personas encuestadas vive y trabaja en zonas urbanas, mientras que el 36.7% reside en zonas rurales.

Es de considerar que asumirse como personas LGBTIQ+ en contextos rurales conlleva mayores niveles de estigmatización y violencia en sus espacios personales, comunitarios y laborales.

El Salvador. Nombre de los sindicatos al que pertenecen las personas encuestada:



El 33.3% está afiliado a SITRAIMES, el 30% a STIVES y el 10% a SITTEX; el 26.7% no pertenece a ningún sindicato.



Roberto Zaldaña. Presentación del informe Etiquetas PRIDE: Una moda ORGULLOSAMENTE de explotación, desarrollado en San Salvador.

Las grandes marcas internacionales obtienen enormes ganancias a partir de la producción realizada por personas trabajadoras, incluidas personas LGBTI, mientras mantienen condiciones salariales y laborales sumamente desiguales.

“Un elemento clave identificado por el estudio es que para algunas marcas, hasta el 50% de las ganancias obtenidas en 2023 provino de productos diseñados para campañas como Pride, lo que demuestra un claro uso del capitalismo rosa sin un compromiso real con los derechos laborales de las personas que confeccionan esas mismas prendas”, explicó Roberto Zaldaña, representante de FEASIES.

Se expuso como ejemplo, la empresa Adidas, donde cada persona trabajadora LGBTI produce 150 prendas cada día, generando un valor de mercado de \$10,500 diarios, equivalente a \$210,000 mensuales y \$2,520,000 anuales por persona. Sin embargo, al momento del estudio, estas personas recibían un salario mensual de \$359.16.



Fotografías retomada de la campaña
“Adidas Pride: Love Unites” 2021.
<https://www.adidas.com/us/blog/665970-the-power-of-love-unites>

El estudio también contrasta los ingresos de las marcas con el acceso de las personas trabajadoras a los mismos productos que elaboran: una sudadera Pride de Adidas representa el 19% del salario mensual de quien la produce y unas zapatillas Pride el 42.12%. Esto demuestra que quienes confeccionan los productos no están en condiciones de adquirirlos, pese a ser la base del valor económico generado.

Zaldaña afirmó “que muchas marcas utilizan discursos inclusivos, campañas digitales y alianzas con organizaciones LGBTI internacionales, como en el caso de Nike con ILGA (Asociación Internacional de Lesbianas, Gays, Bisexuales, Trans e Intersex), pero esto no necesariamente se traduce en una mejora real para quienes producen las prendas en fábricas tercerizadas”.

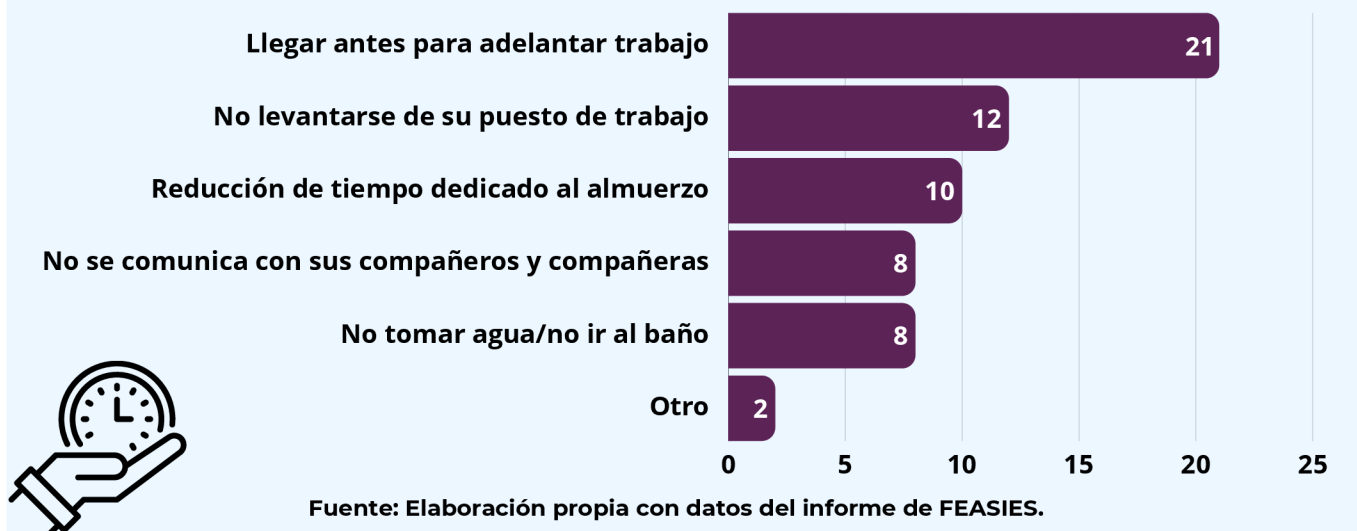
Para evidenciar esta situación, el estudio muestra casos en los que las marcas implementaron políticas de no discriminación únicamente después de denuncias laborales, como ocurrió con Adidas tras una queja acompañada por FEASIES ante la FLA (Fair Labor Association).

Si bien el enfoque principal del informe se basó en las experiencias laborales de personas LGBTI, los hallazgos reflejan patrones de explotación que también afectan a mujeres, jóvenes y personas heterosexuales, ya que todas comparten las mismas condiciones dentro de un sistema de producción profundamente desigual, concluyó Roberto. Esto evidencia que las mejoras aplicadas por las marcas suelen ser reactivas y no preventivas, lo que limita su impacto real en la vida de las personas trabajadora



Condiciones precarias en las maquilas frente al capitalismo rosa

El Salvador. Actividades de ahorro de tiempo que realizan las personas trabajadoras encuestadas en las maquilas.



La investigación evidencia una realidad preocupante respecto a las condiciones laborales en las fábricas textiles, donde las personas trabajadoras adoptan diversas “estrategias de ahorro de tiempo” para cumplir con las metas de producción.

Según los datos obtenidos, el 34.4% indicó que llega antes para adelantar trabajo; el 19.7% manifestó que no se levanta de su puesto; el 16.4% reduce el tiempo destinado al almuerzo; mientras que el 13.1% no se comunica con sus compañeros y compañeras, y otro 13.1% evita tomar agua o ir al baño. Finalmente, un 3.3% señaló realizar otras prácticas. Estos comportamientos reflejan la presión constante a la que se ven sometidas las personas trabajadoras debido a la imposición de metas estrictas por parte de supervisores.

El Salvador. Condiciones laborales de las personas trabajadoras encuestadas en las maquilas.

Espacios de trabajo con temperaturas inadecuadas **34%**

Ruido excesivo **24%**

Problemas de ergonomía en el trabajo **21%**

Falta de seguridad e higiene **11%**

Exposición a sustancias químicas nocivas **10%**

Fuente: Elaboración propia con datos del informe de FEASIES.

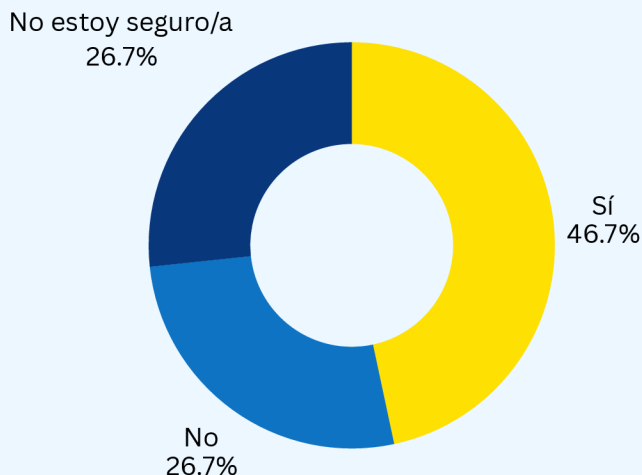
Además, las condiciones de los espacios laborales agravan aún más esta situación. Entre las problemáticas más señaladas por las personas encuestadas, se encuentran: temperaturas excesivamente altas en los espacios de trabajo, ruido excesivo y problemas de ergonomía.

Estas condiciones afectan de manera directa la salud y el bienestar del personal, incrementando el cansancio y desgaste físico.



Discriminación y violencia en el entorno laboral

El Salvador. ¿Ha experimentado alguna forma de discriminación o violencia?



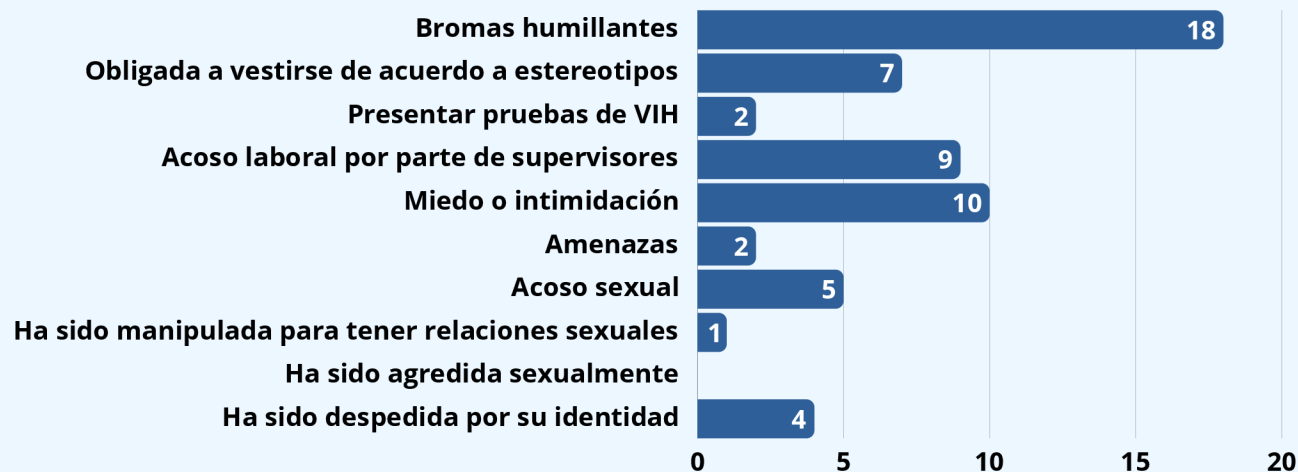
Fuente: Elaboración propia con datos del informe de FEASIES.

La investigación evidencia que el 46.7% de personas encuestadas afirma haber experimentado alguna forma de discriminación o violencia por su orientación sexual o identidad de género.

El 26.7% respondió no haber experimentado discriminación y el 26.7% respondió no estar seguro.

Esta división sugiere que la violencia se ha naturalizado en los espacios laborales, y que el hecho de no sentirse libre para asumir su identidad o expresión de género constituye una forma de violencia estructural.

El Salvador. Tipos de violencia que personas LGBTI han experimentados en las maquilas



Fuente: Elaboración propia con datos del informe de FEASIES.

La forma más común de violencia que las personas LGBTI afrontan en las fábricas son bromas humillantes con el 31% (18), seguida por la intimidación con el 17%(10) y acoso laboral por parte de supervisores, con el 16% (9).

Los resultados reflejan que las marcas pueden promover discursos inclusivos dirigidos al público consumidor, pero dentro de sus cadenas de producción (en las máquilas) persisten prácticas de violencia y discriminación.

Recomendaciones de la investigación



Capacitación en diversidad y derechos humanos

Es esencial implementar programas de formación dirigidos tanto a las personas trabajadoras como al personal de Recursos Humanos, administrativo, operativo y supervisor. Esto implica el cumplimiento de la normativa nacional para la protección de los derechos laborales y evitar cualquier tipo de discriminación o violencia en los centros de trabajo.



Cumplimiento de políticas inclusivas: Las empresas deben adoptar políticas laborales claras y vinculantes que protejan a las personas LGBTI+ contra la discriminación, el acoso y cualquier forma de violencia.



Mejoras en espacios de trabajo

Adecuar los espacios laborales para que sean inclusivos y respetuosos de todas las personas. Esto incluye la disponibilidad de baños neutrales o accesibles según la identidad de género de cada persona.



Creación de mecanismos de denuncia seguros y efectivos

Es crucial establecer canales confiables y confidenciales para denunciar actos de discriminación o violencia.



Fortalecimiento de la organización sindical

Promover la participación activa de personas LGBTI+ en los sindicatos, creando espacios específicos para abordar sus necesidades.



Monitoreo y evaluación de marcas internacionales

Las fábricas trabajan con marcas globales que promueven políticas inclusivas en otros territorios, por tanto, se debe exigir el cumplimiento de dichas políticas en el contexto salvadoreño, además de las leyes laborales locales.