

Casos

POLÍTICAS LGBTI EN ACCENTURE

Dolores Gallardo Vázquez
Luis Enrique Valdez Juárez
Universidad de Extremadura (España)

Juan de la Cruz Sánchez Domínguez

Resumen:

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un elemento que ha ido adquiriendo mayor importancia en los últimos años dentro de la estrategia empresarial. Entre las prácticas de RSC que aplican empresas se encuentran las dirigidas al capital humano de las organizaciones, destacando las políticas de protección de los empleados contra la discriminación. En este caso práctico se analizan las políticas de protección a los empleados pertenecientes al colectivo LGBT que aplica Accenture. En primer lugar, se explican los orígenes de la empresa de forma resumida, y en el caso se exponen los estándares que ha establecido la ONU para la protección de los trabajadores LGBT y las medidas que ha tomado Accenture para aplicarlos a sus trabajadores, entre las que destacan la cobertura de tratamientos médicos a las personas transgénero que trabajan en la empresa y la creación de una red global de trabajadores LGBT en todos los países en los que opera. Como conclusión, señalamos que la aplicación de los estándares propuestos por las Naciones Unidas en 2017 es un paso importante para lograr la normalización del colectivo.

Abstract:

Corporate Social Responsibility (CSR) has increased its importance in the strategy of organizations in the last years. Among the CSR practices applied by companies, there are some directed to the human capital of organizations, such as the policies for protecting employees against discrimination. In this case we analyse the policies that Accenture applies for protecting LGBT employees. First, we briefly explain the origins of the company, and in the case we show the standards the UN established to protect LGBT employees, and the measures Accenture has taken to apply them, such as paying the medical treatments of transgender people who work for the company, and the creation of a global LGBT employee network in all the countries it operates. As a conclusion, we highlight that applying the standards that the UN proposed in 2017 is an important step towards the normalization of LGBT people.

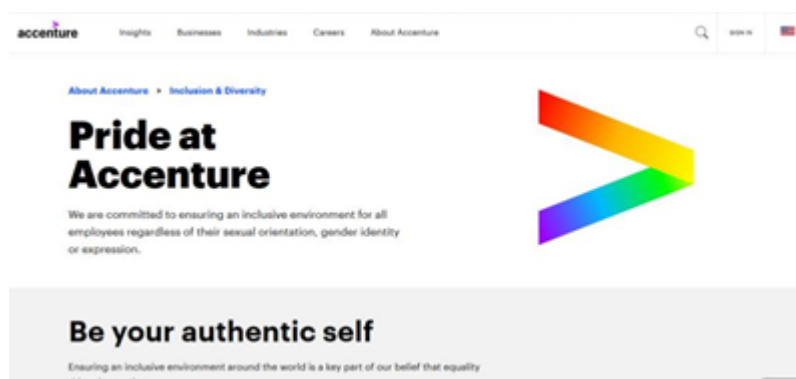
1. Introducción

La historia de Accenture comienza en la empresa de auditoría y consultoría contable Arthur Andersen, como un departamento dedicado a la consultoría tecnológica. En el año 1951, uno de los gestores de este departamento, Joseph Glickhauf, presentó su ordenador Glickiac, y consiguió convencer a los socios de la empresa para que invirtieran en el por entonces inexistente sector de la consultoría informática. Tres años después, la inversión realizada dio sus primeros frutos: El departamento de Servicios Administrativos instaló el primer ordenador para uso comercial en la sede de la empresa General Electric. Al año siguiente, en 1955 el departamento comenzó su expansión internacional abriendo sus oficinas en la Ciudad de México. En 1957, Glickhauf se convirtió en el director del departamento de Servicios Administrativos y éste abrió sus primeras oficinas en Europa, en Londres, Oslo, París, Milán y Bruselas. En 1958, el departamento diseñó para el Bank of America el sistema que dio origen a lo que hoy conocemos como tarjetas VISA.

En la década de los 60 el departamento abrió sus primeras oficinas en Asia, concretamente en Tokio (1962). Unos años después, en 1965, tuvo lugar la primera acción formativa para el personal del departamento en Chicago y, en 1969, Bill Ingersoll sustituyó a Glickhauf como jefe del departamento. Ya en los años 70, Bill Mueller se convirtió en el jefe del departamento (1971), que trasladó su centro formativo a St Charles, Illinois, en ese mismo año. En la década de los 80 tiene lugar uno de los cambios más importantes para la futura Accenture: en 1980 Vic Millar se convierte en jefe del departamento de Servicios Administrativos y, ese mismo año, se cambia su nombre a Sección de consultoría de gestión de información. En 1985, los consultores Peter Peterson y Roy Harmon introdujeron las ideas de la producción just in time en el departamento, que en 1988 cambia su nombre a Andersen Consulting. En 1989, Andersen Consulting se separa de Arthur Andersen y se constituye como unidad de negocio independiente. En agosto del año 2000, Andersen Consulting se separa completamente de Andersen Worldwide y Arthur Andersen, y ese mismo año la empresa cambia su nombre a Accenture, propuesto por un empleado noruego. En 2007, Accenture comienza a aplicar prácticas de responsabilidad ambiental. En 2018, Accenture contaba con 459.000 empleados y una cifra de ingresos totales de 39.6 billones de dólares.

Accenture lleva presente en España desde el año 1965, y actualmente cuenta con un total de 380 clientes (de los cuales 70 son parte de las 100 empresas más grandes del país), 12000 empleados y 1083 millones de euros de facturación en el año 2018. En este trabajo nos centraremos en las políticas que aplica la empresa para proteger a las personas pertenecientes al colectivo LGTB¹ y evitar que sean discriminadas en sus puestos de trabajo. En la figura 1 presentamos la página web de políticas LGTBI de Accenture.

Figura 1. Página web de Accenture sobre políticas LGBT



Fuente: [<https://www.accenture.com/us-en/about/inclusion-diversity/lesbian-gay-bisexual-transgender>], a fecha 1/11/2019.

2. Desarrollo del Caso

2.1.- Discriminación en el puesto de trabajo por razones de orientación sexual

Existen pruebas empíricas de la discriminación que las personas LGTBI sufren en sus puestos de trabajo (Valfort, 2017). Encuestas recientes realizadas a personas LGTBI por la Unión Europea muestran que gran

¹ Las siglas LGBT, LGTB, LGBTI y LGTBI son consideradas sinónimas.

parte de las personas que respondieron sufrieron discriminación o acoso en sus puestos de trabajo (Eurofound, 2016). La falta de denuncias puede llevar a pensar que la discriminación de las minorías sexuales no es un problema común en el mercado de trabajo, lo cual puede tener implicaciones en las políticas utilizadas para combatir estos problemas (Fric, 2019). Aunque los individuos puedan suponer la orientación sexual de otras personas basándose en sus movimientos corporales (Johnson *et al.*, 2007), rasgos faciales (Brewer y Lions, 2017) o incluso la voz (Fasoli *et al.*, 2017), la orientación sexual se ha considerado tradicionalmente un tipo de diversidad no observable (Milliken y Martins, 1996).

Las personas pertenecientes al colectivo pueden no sufrir discriminación si nadie sabe ni sospecha que son LGTBI, aunque puedan sufrir discriminación indirecta a través de un entorno hostil (Ragins y Cornwell, 2001). Por ello, cuando las personas del colectivo toman decisiones sobre cómo gestionar la información relacionada con su orientación sexual, realizan un análisis de los costes y beneficios de salir del armario (Rostosky y Riggles, 2002). Debido a que desvelar la orientación sexual puede aumentar el riesgo de sufrir rechazo social, prejuicios y discriminación (Chaudoir y Fisher, 2010), es probable que las personas que pertenecen al colectivo escondan su condición por miedo a la discriminación y al estigma (Ragins y Cornwell, 2001).

La orientación sexual de una persona no es medida de su validez a la hora de desempeñar un puesto de trabajo. Todos los individuos, independientemente de sus circunstancias personales, poseen un potencial que la organización que les emplee (sea del sector y del tamaño que sea) debería ayudarles a desarrollar. A nivel organizacional la discriminación no tiene ningún sentido, por lo que las propias organizaciones también deben implicarse en su eliminación. Para ello, los trabajadores deben modificar sus puntos de vista sobre las circunstancias personales diferentes a las suyas. A nivel académico, profundizar en este tipo de análisis también es necesario para comprender los mecanismos que las organizaciones utilizan para eliminar la discriminación y cómo dichos mecanismos pueden mejorar para ser más efectivos en su objetivo.

En el siguiente apartado analizamos una de las bases que las organizaciones pueden utilizar para combatir cualquier tipo de discriminación por motivos de orientación sexual o identidad de género.

2.2. Estándares de la ONU sobre no discriminación laboral

A principios del año 2019, varias grandes empresas (Accenture, Deutsche Bank, EY, Mastercard, Microsoft, Omnicom y Salesforce) firmaron, en el Foro Económico Mundial celebrado en Davos, un acuerdo para acelerar y aumentar la inclusión de las personas LGBT en sus puestos de trabajo globalmente, a través de la implantación de los estándares de conducta de la ONU (2017) para eliminar la discriminación en el puesto de trabajo como muy tarde en 2020. De forma resumida, los cinco estándares establecidos por la ONU (2017) son los siguientes:

1.- Respeto de los derechos humanos. Todas las empresas tienen la responsabilidad de respetar los derechos humanos de todo el mundo, incluidas las personas LGBT, en sus relaciones comerciales. Se espera que las empresas desarrollen y apliquen políticas específicas, y que sean diligentes. En el caso de que alguna de sus actuaciones no haya respetado los derechos humanos, las consecuencias deben ser paliadas.

2.- Eliminar la discriminación en los centros de trabajo. Tanto los empleados como el resto de las personas que se relacionan con la empresa merecen ser libres de discriminación. Las organizaciones deben asegurarse de que no existe ningún tipo de discriminación en sus procesos de reclutamiento, durante el trabajo, en las condiciones de trabajo, en el respeto a la privacidad ni en los procedimientos de gestión de los problemas.

3.- Proporcionar apoyo. Las personas LGBTI son, entre otras cosas, empleados, gestores, propietarios de negocios, clientes y miembros de las comunidades; aun así, se encuentran con muchos obstáculos a la hora de ser aceptados en sus puestos de trabajo. Los negocios deben proporcionar un ambiente positivo a las personas LGTBI para que puedan realizar sus funciones con toda dignidad y sin estigmas. Los negocios deben ir más allá y asegurarse de satisfacer las necesidades específicas de las personas LGTBI.

4.- Prevenir cualquier otra violación de los derechos humanos. Las empresas deben asegurarse de que no discriminan a proveedores o distribuidores LGTBI, ni a los consumidores LGTBI que consuman sus productos o servicios. En sus relaciones comerciales, las organizaciones también deben asegurarse de que

sus socios tampoco discriminen. Cuando un socio discrimine a personas LGBT, las organizaciones deben usar su poder para impedir que dicha discriminación continúe.

5.- Actuar en la esfera pública. Las empresas deben usar su poder para impedir la violación de los derechos humanos en los países en los que operan. Para ello, deben consultar con las asociaciones y comunidades locales qué acciones pueden llevar a cabo en aquellos contextos en los que la situación legal y/o las prácticas empresariales existentes vulneren los derechos de las personas LGTBI.

Las personas que pertenecen al colectivo LGTBI aún hoy sufren discriminación por razones de orientación sexual o identidad de género. Para luchar contra este problema y contribuir a que desaparezca, la ONU estableció en 2019 los cinco estándares tratados en este apartado. Su objetivo es que la discriminación laboral por razones de orientación sexual o identidad de género desaparezca, e inciden en la actuación en los centros de trabajo, especialmente en lo referente al cuidado de los empleados, y la esfera pública; así como en las relaciones comerciales con proveedores, distribuidores y clientes. En el apartado siguiente analizaremos cómo Accenture aplica estos estándares para luchar contra la discriminación a las personas LGTBI dentro de la organización.

2.3.- Aplicación de los estándares de la ONU en Accenture

Accenture cuenta con una red LGBT global para garantizar la igualdad de sus empleados en todo el mundo, y como fruto de su trabajo publica el informe anual *Getting to Equal*. En 2018, la empresa identificó 40 factores que contribuyen a la igualdad en el trabajo, y los agrupó en tres categorías diferentes: liderazgo atrevido (un equipo de gestores que establezca, comparta y mida objetivos de igualdad abiertamente), acciones amplias (aplicación de políticas que permitan conciliar familia y trabajo y que apoyen a todos los géneros) y ambiente empoderante (que muestre confianza en los empleados, respete a los individuos y proporcione la libertad necesaria para ser creativo y trabajar de forma flexible). Este año, además, se ha demostrado que la misma igualdad que permite a las personas LGBT ascender en la organización provoca también que la innovación y el crecimiento aumenten (Accenture, 2019). El 95% de los gestores ven la innovación como parte fundamental de la competitividad y de la supervivencia de los negocios, y el 90% de las personas LGBT que trabajan en Accenture tienen voluntad de innovar. Aunque el 76% de los gestores afirman que animan a los empleados a innovar, solamente el 47% de los empleados LGBT se sienten animados a ello (Accenture, 2019).

En el informe de 2019, Accenture ha identificado seis factores que influyen en la habilidad de un empleado LGBT para ser innovador:

1. Que sus innovaciones se ajusten a los objetivos de la organización.
2. Disponer de las herramientas, el tiempo y los incentivos necesarios para innovar.
3. Trabajar con otros departamentos en equipos multidisciplinares.
4. Autonomía y confianza en ellos para realizar cambios en la empresa.
5. Buscar inspiración más allá de la empresa.
6. Experimentar con nuevas ideas sin miedo al fracaso.

La mentalidad innovadora de los empleados LGBT es siete veces mayor en las culturas más igualitarias que en las menos igualitarias, y en todos los factores que se han probado han dado resultados más positivos las culturas más igualitarias. Combinando una cultura igualitaria con factores de diversidad, la mentalidad innovadora de las personas LGBT es 20 veces mayor que en culturas menos igualitarias y diversas, contra solamente 11 veces mayor en el caso de la población general (Accenture, 2019).

Además de la aplicación de los estándares que se ha detallado anteriormente, Accenture también lleva a cabo otras iniciativas para apoyar la inclusión LGTBI, como las que se detallan en su informe anual de ciudadanía corporativa de 2019: la organización participa desde el año 2015, dentro del Foro Económico Mundial de Davos, en una conferencia sobre el poder inclusivo de las ciudades LGTBI. En su edición de 2018, Accenture presentó un estudio en el que afirmaba que las ciudades inclusivas están mejor posicionadas para desarrollar su competitividad global debido a que tienen un ecosistema innovador más fuerte, mayores concentraciones de habilidades y talento y mejor calidad de vida.

Para celebrar el mes del Orgullo de 2018, la empresa se centró en sus trabajadores transgénero, con transmisiones en directo en redes sociales y publicaciones en la página web. Un ejemplo de dichas

publicaciones es el informe que publicaron para cerrar el mes del Orgullo, que trataba sobre cómo los empleados LGBTI pueden desarrollarse en un entorno de trabajo igualitario.

3. Preguntas para discusión

Pregunta 1. *¿Cuáles son los estándares de protección contra la discriminación de personas LGBT en el trabajo y cuál es su objetivo general?*

El objetivo general de los estándares de la ONU es eliminar la discriminación en el trabajo por razones de orientación sexual o identidad de género. Los estándares son:

- El respeto de los derechos humanos. Las empresas deben tomar todas las medidas necesarias para garantizar que los derechos de las personas LGTB sean respetados en todas sus relaciones comerciales.
- La eliminación de la discriminación en los centros de trabajo. Las organizaciones deben asegurarse de que no existe discriminación ni en el proceso de reclutamiento ni una vez que los empleados han sido contratados.
- Proporcionar apoyo para que los empleados puedan llevar a cabo sus funciones sin discriminación ni estigmas.
- La prevención de cualquier otra violación de los derechos humanos. Ni las organizaciones ni sus socios deben discriminar ni permitir que se discrimine a una persona perteneciente al colectivo LGTBI.
- Actuar en la esfera pública. Las empresas deben utilizar su influencia para evitar que se vulneren los derechos humanos en los países en los que operan.

Pregunta 2. *¿Cuáles son los factores que influyen en la capacidad innovadora de las personas LGBTI?*

- Ajuste a los objetivos de la organización. La innovación que los empleados lleven a cabo debe ayudar a la empresa a cumplir sus objetivos de forma más eficiente.
- Disponer de todos los elementos necesarios para llevar a cabo la innovación. Para poder innovar, los trabajadores necesitan que la empresa les facilite el acceso a todos los medios, tanto monetarios como no monetarios, necesarios para poder realizar las tareas que conduzcan a la creación de innovación.
- Trabajo colaborativo y multidisciplinar con otros departamentos. La innovación no la realiza una persona en solitario ni un equipo de un solo departamento, sino que es un trabajo que abarca a varias disciplinas y departamentos de la empresa.
- Autonomía y confianza para que puedan implantar cambios en la empresa. Los gestores deben confiar en los empleados para que lleven a cabo las tareas necesarias para ser innovadores.
- Búsqueda de inspiración tanto dentro como fuera de la empresa. Las ideas innovadoras no solamente surgen mientras el empleado se encuentra en su puesto de trabajo, sino que la inspiración también puede llegar fuera del horario laboral.
- Poder experimentar con nuevas ideas sin miedo a fracasar. Los gestores deben lograr que sus empleados sientan la suficiente confianza como para experimentar sin tener miedo a equivocarse.

Pregunta 3. *¿Cuándo comenzó Accenture a operar en España y cuáles son sus cifras actuales de negocio? ¿Qué diferencia a Accenture de otras empresas de consultoría?*

La organización opera en España desde el año 1965, y cuenta con un total de 380 clientes (de los cuales 70 son parte de las 100 empresas más grandes del país), 12000 empleados y 1083 millones de euros de facturación en el año 2018.

Una de las características más diferenciadoras de Accenture es su gran tamaño. Su informe de ciudadanía corporativa de 2018 muestra algunos datos: 477.000 empleados en más de 120 países, 23 billones de dólares de ingresos solamente por servicios digitales y relacionados con la seguridad, 800 millones de dólares de inversión en I+D+i y 6800 patentes. Además de las políticas para el colectivo LGTBI en las que se ha centrado este análisis, la organización aplica otras políticas socialmente responsables. Algunos

ejemplos son: cuidado del medio ambiente mediante la reducción de sus emisiones de gases con efecto invernadero, creación de alianzas multisectoriales nacionales e internacionales para disminuir el riesgo de desempleo derivado de la automatización de algunos tipos de trabajo o empezar a medir el impacto de su trabajo en áreas clave de la sostenibilidad (como por ejemplo, las emisiones de dióxido de carbono) a partir del año 2021.

4. Conclusiones

La población LGTB es numerosa y variada; por ejemplo, solamente en Estados Unidos, el número de personas que se identifican como lesbianas, gays, bisexuales o transgénero asciende a un total de 9 millones, o el 4% del total de la población (Gates, 2011). Cabe destacar que estos números son estimaciones conservadoras, ya que las encuestas siguen mostrando que una proporción significativa de personas LGBT sigue ocultando su orientación sexual o identidad de género, ya que salir del armario en el trabajo puede llevar a la discriminación, el despido o incluso agresiones físicas (Laumann et al., 1994). Sin embargo, a pesar de estas elevadas cifras, el colectivo LGTB es “una de las minorías más numerosa pero menos estudiadas de todos los trabajadores” (Ragins, 2004, p. 35), debido principalmente a que este tema es un tabú en las ciencias sociales en general (Taylor y Raeburn, 1995) y en el estudio de la gestión de empresas en particular (Creed, 2006; Williams y Giuffre, 2011).

Accenture es una de las empresas con políticas LGTB más avanzadas a nivel mundial, que van más allá del simple marketing y cuidan verdaderamente al empleado. Desde el pago de tratamientos médicos para personas transgénero, pasando por la red global de empleados LGBT, hasta el cuidado en el puesto de trabajo, Accenture es una de las empresas con un mejor ambiente para que las personas del colectivo puedan trabajar de forma segura y cómoda.

Desde los disturbios de Stonewall en 1969 hasta hoy en día, la historia del colectivo LGBTI ha sido una historia de lucha. Para que se les dejara de criminalizar por ser quienes eran, y una vez que lo consiguieron (en el caso concreto de España, tras la llegada de la democracia se dejó de aplicar la Ley de Rehabilitación Social de 1970, aunque no fue derogada hasta 1995) y, al mismo tiempo, para conquistar la igualdad de derechos en todos los ámbitos (laborales y familiares, entre otros). Que aún hoy en día haya personas discriminadas en su trabajo por su orientación sexual o su identidad de género demuestra que al colectivo aún le queda mucho por avanzar. Iniciativas como los estándares establecidos por la ONU en 2017 y su aplicación por grandes empresas, como la que se está analizando en este trabajo, deben servir de ejemplo al resto de organizaciones, independientemente de su tamaño, y al resto de las sociedades del mundo para comprender que todas las personas merecen respeto, sean cuales sean sus circunstancias personales

Estas medidas pueden llegar a resultar polémicas, por su posible aplicación como maquillaje de corrección política por parte de las organizaciones, especialmente de las más grandes, como consecuencia de la mayor sensibilidad que muestra la mayoría de la sociedad con los problemas del colectivo. Sin embargo, iniciativas de tan amplio alcance como las de Accenture son un buen ejemplo de las medidas que deberían tomar todas las empresas, independientemente de su tamaño, para ser entornos seguros para las personas que componen el colectivo LGTBI. El objetivo de este tipo de medidas no ha de ser situar a las personas LGTBI por encima de las personas que no pertenecen al colectivo, sino todo lo contrario. El objetivo único de todas estas medidas debe ser que las personas que pertenecen al colectivo puedan desarrollar las funciones propias de sus puestos de trabajo en las mismas condiciones que las personas que no pertenecen al colectivo, en un entorno laboral igual de seguro y sin miedo a ser discriminados por razones de orientaciones sexuales o identidades de género. La meta final es lograr que lo que hoy son normas sea lo normal en el futuro, y que ninguna persona sufra discriminación de ningún tipo ni en la empresa, que ha sido el foco de este análisis concreto, ni en ningún otro terreno vital.

Bibliografía

- Accenture (2019): Página web de políticas LGBT de la empresa. <https://www.accenture.com/us-en/about/inclusion-diversity/lesbian-gay-bisexual-transgender>. Consultado el 1/11/2019.
- Accenture (2019): Historia de la empresa. <https://www.accenture.com/us-en/accenture-timeline>. Consultado el 21/10/2019
- Accenture (2019): Accenture Corporate Citizenship Report 2018.

- Accenture (2019): Informe de igualdad 2019. Getting to Equal 2019: Creating a culture that drives innovation.
- Brewer, G., y Lyons, M. (2017): Is gaydar affected by attitudes toward homosexuality? Confidence, labelling bias and accuracy. *Journal of Homosexuality*, (64) 9:1241-52.
- Chaudoir, S.R., y Fisher, J.D. (2010): The disclosure processes model: understanding disclosure decision making and post disclosure outcomes among people living with a concealable stigmatized identity. *Psychology Bulletin*, (136) 2:236-56.
- Creed, W. E. D. (2006). Seven conversations about the same thing. En Alison Konrad, Pushkala Prasad, K. Judith, & Pringle (Eds.), *Handbook of workplace diversity* (p. 371-400). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Eurofound (2016): Working life experiences of LGBT people and initiatives to tackle discrimination. Dublín.
- Fasoli, F., Maass, A., Paladino, M. P., y Sulpizio, S. (2017): Gay-and lesbian-sounding auditory cues elicit stereotyping and discrimination. *Archives of Sexual Behavior*, (46) 5:1261-77.
- Fric, K., (2019): How does being out at work relate to discrimination and unemployment of gays and lesbians? *Journal of Labour Market Research*, (53) 14:1-19.
- Foro Económico Mundial (2019): Global Businesses Launch Partnership for Global LGTBI Equality. <https://www.weforum.org/press/2019/01/global-businesses-launch-partnership-for-global-lgbti-equality>. Consultado el 1/11/2019.
- Gates, G. J. (2011). How many people are lesbian, gay, bisexual and transgender? Los Angeles: Williams Institute, UCLA.
- Johnson, K. L., Gill, S., Reichman, V., y Tassinari, L. G. (2007): Swagger, sway, and sexuality: Judging sexual orientation from body motion and morphology. *Journal of Personality and Social Psychology*, (93) 3:321-34.
- Laumann, E. O., Gagnon, J. H., Michael, R. T., y Michaels, S. (1994). *The social organization of sexuality: Sexual practices in the United States*. Chicago: University of Chicago Press.
- Milliken, F., y Martins, L. (1996): Searching for common threads: understanding the multiple effects of diversity in organizational groups. *Academic Management Review*, (21) 2:402-33.