

KPMG introduce în Marea Britanie cote pentru sefii proveniti dintr-un mediu social defavorizat

Firma de contabilitate KPMG a anunțat joi ca va deveni una din primele firme din Marea Britanie care va introduce o cota privind angajatii aflați în funcții de conducere, dar care provin dintr-un mediu social defavorizat, în ideea de a ajuta la reducerea decalajului de salarizare și a-și diversifica forța de muncă, transmite Reuters.

Companiile au început să ia măsuri pentru a-și diversifica forța de muncă prin creșterea numărului femeilor și angajaților proveniți din minorități etnice, în special în pozițiile de conducere. Însă introducerea unor tinte care să vizeze mediul socio-economic de proveniență a angajaților este mai puțin frecventă în eforturile de diversificare ale companiilor.

"Ne propunem ca în anul 2030, 29% din partenerii și directorii noștri să provină din clasa muncitoare", a informat KPMG, una din cele patru mari firme de contabilitate, alături de Deloitte, PwC și EY.

În Marea Britanie, KPMG are 582 de parteneri și aproximativ 1.300 de directori.

În prezent, 23% din partenerii KPMG și 20% din directorii săi provin din clasa muncitoare. În cazul consiliului de administrație al KPMG, 20% din membri provin din clasa muncitoare, un procent care scade la 14% în cazul comitetului executiv.

În mod obișnuit, angajații care provin dintr-un mediu familial cu o educație superioară câștiga cu 8,6% mai mult decât colegii lor care provin din clasa muncitoare, care potrivit definiției utilizate de KPMG se referă la părinții care au ocupatii precum receptionista, electrician, instalator, macelar sau sofer de camion.

"Facem training cu toți colegii cu privire la mediul socio-economic, inclusiv cu privire la barierele invizibile care există" precizează KPMG.

În luna iunie a acestui an, Autoritatea care reglementează piețele financiare din Marea Britanie (FCA) a prezentat o serie de propuneri pentru a crește diversitatea de gen și etnică în consiliile de administrație și consiliile executive ale companiilor britanice, și a sugerat ca firmele ar putea lua în considerare și alte tipuri de criterii, precum orientarea sexuală, dizabilitățile sau mediul socio-economic de proveniență.