

RELACIONES LABORALES

FRANCIA

GUIA PRÁCTICA DE LA HALDE¹⁰ (HAUTE AUTORITE DE LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET POUR L'EGALITE)

En la segunda edición de la guía práctica publicada por la Alta Autoridad para la Igualdad y la Lucha Contra las Discriminaciones (HALDE) se analizan las acciones y las buenas prácticas realizadas por las empresas francesas en materia de promoción de la igualdad y prevención de discriminaciones.

Esta guía, elaborada a partir de las informaciones facilitadas por 176 grandes empresas, titulada "Prácticas para la igualdad pretende conocer y difundir las acciones efectuadas y ofrecer un marco de referencia a las empresas que deseen revisar sus prácticas. Las informaciones provienen de las respuestas de las sociedades a un cuestionario. En un primer análisis se puede afirmar que, en relación con la edición precedente, se observa una mayor implicación de las empresas (aumento de los acuerdos firmados con los interlocutores sociales, uso más frecuente de las pruebas de discriminación y auditorías y una generalización de las acciones de sensibilización. Sin embargo, a pesar de estos avances, la HALDE constató algunas insuficiencias.

Aspectos más importantes

- Se ha incrementado el número de acuerdos firmados sobre la lucha contra las discriminaciones. Entre las 176 empresas que han contestado al cuestionario de la HALDE, un tercio firmó un acuerdo o código de ética sobre el tema. Además 72 empresas (frente a 48 el año anterior) concluyeron acuerdos específicos con los interlocutores sociales en relación con la minusvalía y la igualdad profesional entre hombres y mujeres. Sin embargo, sólo seis empresas (AXA, Accor, Casino, Danone, PSA Peugeot Citroen y Thales) firmaron un acuerdo sobre la diversidad.
- Las empresas realizan vez más auditorías y diagnósticos sobre el tema: 87 realizaron diagnósticos cuantitativos en relación con la minusvalía y la igualdad entre hombres y mujeres. Además, 18 empresas realizaron "test" de discriminación para verificar la neutralidad de sus procesos de contratación, de promoción y de gestión de recursos humanos.
- Continúa la generalización de las acciones de sensibilización y formación: 100 empresas (frente a 32 en 2005) afirman haber realizado tales acciones, dirigidas especialmente hacia técnicos, dirigentes o responsables de recursos humanos.

¹⁰ Liaisons sociales. Informes. N°265/2007 de 22/11/2007

- 64 empresas elaboraron un procedimiento de recurso interno y recogida de quejas sobre acoso y comportamiento discriminatorio. Se notó un aumento de estos dispositivos.
- Pocas empresas han elaborado políticas globales de promoción de la igualdad que, más allá de acciones de prevención de las discriminaciones, promuevan la igualdad y diversidad. Tampoco ha habido muchas iniciativas empresariales sobre el desarrollo de la carrera profesional, cuando este tema es objeto de dos tercios de las quejas registradas en el sector del empleo.
- La HALDE constata la falta de consulta de los asalariados en la materia. Sólo dos empresas elaboraron una encuesta específica sobre la percepción de la discriminación y de la diversidad dentro de la empresa.

Prácticas para la igualdad de oportunidades: respuestas de las empresas a la HALDE

Evolución desde 2005

Ha habido una mayor implicación de las empresas en la promoción de la igualdad y diversidad, que se ha concretado en textos generales y acuerdos. Se constata que las obligaciones legales juegan un papel eficaz en la elaboración de acciones concretas, especialmente para la igualdad entre hombres y mujeres y para los asalariados en situación de minusvalía. Las acciones interesantes que se han observado se han llevado a cabo de manera específica sin inscribirse dentro de una política global de prevención de las discriminaciones y de la promoción de la igualdad. Algunos temas siguen sin ser debatidos: discriminaciones relacionadas con la orientación sexual, la apariencia física, las convicciones religiosas o el estado de salud (enfermedades crónicas).

Entre las diversas tendencias identificadas en 2006-2007, se puede destacar el compromiso reafirmado de las direcciones de empresa en materia de promoción de la igualdad y una mayor implicación de los interlocutores sociales. Se han multiplicado las acciones de sensibilización y diagnóstico y se constata un incremento de medios de prevención de las discriminaciones. Entre las novedades, podemos señalar el uso creciente interno de los “test” de discriminación y el desarrollo de los procedimientos de alerta.

Mayor número de compromisos

63 empresas concretaron su compromiso en un acuerdo o código ético y lo inscribieron dentro de su estrategia global.

53 empresas firmaron Acuerdo sobre diversidad, comprometiéndose a promover la diversidad, especialmente cultural y étnica. En 2005, solo se firmaron 28.

La mayor movilización de las empresas en los dos últimos años refleja una evolución positiva en materia de lucha contra las discriminaciones y promoción de la igualdad.

Para garantizar el seguimiento y la aplicación de estos compromisos, se han celebrado reuniones periódicas de las instancias ejecutivas de las empresas.

Un dialogo social en evolución

72 empresas concluyeron acuerdos específicos con los interlocutores sociales sobre la minusvalía e igualdad profesional hombre/mujer. Estos acuerdos han aumentado, en relación con 2005, y reflejan una evolución del dialogo social que parece integrar, dentro del marco de una política global de empresa, las preocupaciones relativas a la no discriminación y promoción de la igualdad sobre estas dos materias.

El problema de los “seniors” (mayores de 50 años) no ha desembocado en acuerdos específicos pero ha sido objeto de medidas especiales dentro del marco de acuerdos sobre la gestión previsiva de empleos y competencias o de la formación profesional.

Sólo 6 empresas firmaron el precedente acuerdo sobre la diversidad (AXA, Accor, Casino, Danone, PSA Peugeot, Citroen y Thales) El acuerdo interprofesional sobre la diversidad dentro de la empresa, concluido el 11 de octubre 2006, firmado por todas las organizaciones patronales y por cuatro sindicatos de asalariados de los cinco (CFDT, FO, CFTC y CGT) ofrece nuevas perspectivas.

Con ocasión de la nueva negociación de acuerdos generalmente trienales, algunas empresas se plantean seguir sus acciones dentro del marco de acuerdos específicos orientados hacia cierto público o bien trabajar sobre acuerdos relativos a la promoción de la igualdad de manera más general (derecho sindical, hombre/mujer, minusvalía, “seniors” y minoridades visibles)

Pocos planes de acción globales

Pocas empresas han concretizado sus compromisos a través de planes de acción formalizados como los practican por ejemplo La Poste, Safran, Axa, Gaz de France, PSA Peugeot Citroen o IBM.

80 empresas designaron una instancia o bien una persona responsable de la promoción de la igualdad.

55 empresas asignaron objetivos de diversidad a instancias específicas creadas por ellas.

67 empresas procedieron a evaluaciones específicas de las diferentes acciones elaboradas. Ninguna empresa elaboró un verdadero sistema de evaluación global de sus políticas.

El desarrollo de las auditorías y diagnósticos

87 empresas realizaron diagnósticos cuantitativos esencialmente en los ámbitos de de minusvalía e igualdad hombres/mujeres. El enfoque cualitativo que permitiría un análisis más completo no está muy desarrollado aún.

18 empresas realizaron “test discriminatorios” para verificar la neutralidad de los procedimientos de contratación y de promoción o, más generalmente, la objetividad de la gestión de sus recursos humanos (Accor, AGF, France Televisión, Gaz de France, Société Générale.) Esta práctica aumentó en relación con 2005.

Hay pocas auditorías sobre gestión de recursos humanos en relación con la promoción de la igualdad . Organismos especializados y concertados han realizado unos 20 diagnósticos en varias empresas (Air France, casino, EDF, Gaz de France, France Télécom, La Poste, Pierre et Vacances, PPR, Pinault Printemps, La redoute, PSA Peugeot Citroen.)

Los resultados de estos diagnósticos no han desembocado sistemáticamente en modificaciones de las prácticas de gestión de Recursos humanos.

Acciones de sensibilización y de formación en alza

100 empresas han declarado efectuar acciones de sensibilización y formación. Los beneficiarios de estas acciones siguen siendo, en su mayoría, los cuadros directivos y los encargados de recursos humanos. Los directores, los asalariados y los interlocutores sociales se benefician en menor medida.

Solo de forma excepcional se establece la perennidad de estas acciones, bajo la forma de planes plurianuales. Así, sólo 38 empresas manifestaron su intención de volver a efectuar operaciones de formación durante el año 2007-2008 (cabe citar las sociedades Valeo, TNT Express, Sodexo Alliance, Lagardere y HSBC)

Mayor esfuerzo en la contratación que en el desarrollo de carrera profesional.

La objetividad de las prácticas de gestión en materia de recursos humanos quedó en general orientada hacia la fase de contratación.

87 empresas iniciaron acciones para conseguir mayor objetividad en las prácticas de contratación. Se ha incrementado la diversificación de las fuentes de contratación a través de la ampliación de los canales de difusión de ofertas y el desarrollo de la colaboración con asociaciones de contratación de personas en situación de minusvalía o bien de jóvenes con diplomas venidos de la inmigración.

Las empresas no parecen muy dispuestas a experimentar el "currículum vitae" anónimo, para evitar la discriminación en la contratación. Este se utiliza en algunos grupos (American Express, BNP Paribas, Groupama y PSA Peugeot Citroen) pero pocas empresas se plantean hacer uso del mismo en 2007-2008. Esta tendencia está retrocediendo.

Solo de manera excepcional se procede a la revisión de los procedimientos de gestión de recursos humanos en materia de carrera profesional. Sólo la abordan 21 empresas. (cabe citar: Deloitte, Peugeot Citroen, Credit Agricole, Schlumberger y Dexia)

Sacar mayor partido de los instrumentos de comunicación múltiples.

Las acciones de comunicación siguen siendo muy variables de una empresa a otra en cuanto a regularidad y temas tratados.

La comunicación externa permite dar a conocer los compromisos del grupo esencialmente a través de los balances sociales o de los informes anuales de desarrollo sostenible. Algunas empresas también comunican con los clientes o los proveedores.

Las acciones de comunicación interna son instrumentos de sensibilización elaborados para comunicar con el conjunto de los asalariados (difusión de folletos, carteles, películas, uso de intranet e Internet para difundir rúbricas sobre no discriminación y la diversidad)

Solo de forma excepcional se toma en consideración el respeto de la no discriminación para evaluar a los dirigentes.

Sólo 51 empresas tienen en cuenta el respeto de la no discriminación en la evaluación de los dirigentes. Debería incrementarse esta practica porque incluye los compromisos a favor de la igualdad, contraídos por de la dirección general, en las prácticas cotidianas de la empresa.

Aumento de los procedimientos de alerta y creación de recurso interno

64 empresas pusieron en marcha un procedimiento de recurso interno y de recogida de quejas sobre acoso y (o) comportamientos y prácticas discriminatorias (Se constata un aumento de estos dispositivos).

Acuerdos de colaboración duraderos

Para facilitar la realización de sus compromisos a favor de la diversidad y contra las discriminaciones, 79 empresas concluyeron acuerdos de colaboración con instituciones externas (Educación Nacional, poderes e Instituciones públicas, asociaciones, actores locales). Esta colaboración tiene como

principal meta poner en marcha algunos objetivos, como, por ejemplo, la diversificación de las fuentes de contratación..

Escasas exigencias a los proveedores

51 empresas incluyeron una cláusula contractual de no discriminación en los contratos-marco firmados con sus proveedores. Esta cláusula puede destinarse a los gabinetes de contratación o a cualquiera otros a los que recurra la empresa.

Consulta a los asalariados

Se consulta poco a los asalariados. 40 Empresas incluyeron en el barómetro de satisfacción algunas preguntas relativas a su política de no discriminación y diversidad, otras 9 lo harán próximamente. Pocas empresas han puesto en marcha un dispositivo de análisis de la información para poder evaluar la percepción de los asalariados sobre su política y poder identificar las eventuales disfunciones.