



Igüales

Guía para el desarrollo de planes

Igüales

Guía para el desarrollo de planes
de igualdad en las empresas

Presentación Guía para la Elaboración de Planes de Igualdad en la Empresa

Uno de los fines principales del Instituto de la Mujer de la Región de Murcia es el de diseñar y promover herramientas y recursos que permitan el avance de la igualdad entre mujeres y hombres en todos los ámbitos de la sociedad. Por ello, las empresas constituyen un público prioritario de las actuaciones desarrolladas por este organismo.

Las empresas de la Región de Murcia son, a parte de un motor de crecimiento económico, uno de los agentes principales por los que se canalizan tendencias y cambios sociales, no sólo a través de las personas que trabajan en ellas, sino también por medio de las múltiples interacciones que se dan entre ellas y su entorno. Así, el Instituto de la Mujer de la Región de Murcia entiende que es fundamental que las empresas incorporen el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en su gestión y en su organización.

Introducir la igualdad en las políticas empresariales y atender de manera diferenciada a las necesidades y demandas de mujeres y hombres en el ámbito de la empresa, contribuirá a una mejor gestión de los recursos humanos, a lograr un equipo más cohesionado e identificado con la empresa y a erradicar discriminaciones y decisiones sesgadas. Todo ello hará que la organización sea más eficiente y que proyecte hacia el exterior una imagen de empresa comprometida con una causa justa como es la igualdad entre hombres y mujeres.

Por todo ello, el Instituto de la Mujer de la Región de Murcia estimula la implantación del principio de igualdad de oportunidades a través de los Planes de Igualdad en la Empresa. Estos Planes se erigen como el marco ideal para la incorporación de la igualdad de género en las empresas, ya que permiten su adopción de una manera estructurada, clara y adaptable a cada organización.

Con ese mismo espíritu, el Instituto de la Mujer de la Región de Murcia pone en sus manos esta **Guía de Elaboración de Planes de Igualdad en la Empresa**, con el objetivo de que se convierta en el documento que acompañe a su empresa durante todas las fases de implantación y desarrollo de su Plan de Igualdad y pueda obtener resultados beneficiosos para su personal, su organización y el conjunto de la sociedad de la Región de Murcia.

Teresa Moreno Gómez

Directora del Instituto de la Mujer de la Región de Murcia

Edita: Instituto de la Mujer de la Región de Murcia
Consejería de Política Social, Mujer e Inmigración.

Maquetación e Impresión: Printicolor Industria Gráfica, S.L.

Depósito Legal: MU-2471-2009

ÍNDICE

1. DINAMIZACIÓN DEL INSTITUTO DE LA MUJER DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA LA IMPLANTACIÓN DE PLANES DE IGUALDAD EN EMPRESAS	3
2. DIAGNÓSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL ÁMBITO DEL EMPLEO EN LA REGIÓN DE MURCIA	4
3. ¿QUÉ SIGNIFICA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES DE MUJERES Y HOMBRES?	8
4. EL CONTEXTO NORMATIVO	9
4.1. LA LEY ORGÁNICA 3/2007 PARA LA IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES Y SUS REPERCUSIONES PARA LAS EMPRESAS	9
4.2. LA NORMATIVA EN MATERIA DE IGUALDAD DE LA REGIÓN DE MURCIA	10
5. ¿POR QUÉ DESARROLLAR PLANES DE IGUALDAD EN LAS EMPRESAS?	11
6. DEFINICIÓN DE PLANES DE IGUALDAD	13
7. CÓMO SE DESARROLLA UN PLAN DE IGUALDAD	
7.1. COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN Y LA COMUNICACIÓN	15
7.2. COMISIÓN DE IGUALDAD	16
7.3. SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN EN MATERIA DE IGUALDAD EN LA EMPRESA	18
7.4. CONOCIMIENTO DEL TERRENO. EL ESTUDIO-DIAGNÓSTICO DE IGUALDAD EN LA EMPRESA	18
7.5. DISEÑO DEL PLAN DE IGUALDAD EN LA EMPRESA	22
7.6. PUESTA EN MARCHA E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE IGUALDAD EN LA EMPRESA	25
7.7. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE IGUALDAD EN LA EMPRESA	27
8. BIBLIOGRAFÍA	28

1. DINAMIZACIÓN DEL INSTITUTO DE LA MUJER DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA LA IMPLANTACIÓN DE PLANES DE IGUALDAD EN EMPRESAS

La Región de Murcia, como Comunidad Autónoma que ha trabajado por la trasposición de la normativa estatal en materia de igualdad (Ley de Igualdad) a su contexto territorial, ha fortalecido su labor con la publicación de la **Ley 7/2007 para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, y de Protección contra la Violencia de Género en la Región de Murcia**.

En esta línea, el Instituto de la Mujer de la Región de Murcia ha publicado en 2008 una **Orden de Subvención para fomentar que las empresas se impliquen en la igualdad de oportunidades** y, de acuerdo a las bases de la convocatoria, formulen e implanten sus Planes de Igualdad.

Además, con la finalidad de apoyar técnicamente a estas empresas murcianas motivadas en cumplir con los fines de la normativa vigente, este Organismo ha desarrollado **una metodología de diseño e implantación de Planes de Igualdad** adaptada a sus necesidades, quedando recogidas las principales referencias **en esta guía**.

Este documento responde al objetivo de facilitar a las empresas, interesadas en promover planes de igualdad, la información básica sobre la metodología a aplicar para su elaboración, implantación y seguimiento.

La aplicación de estas orientaciones metodológicas por un número significativo de empresas murcianas permitirá, entre otros aspectos, que el Instituto de la Mujer de la Región de Murcia **pueda recoger información suficiente y homogénea a partir de unos indicadores para observar** -a corto, medio y largo plazo- **cómo es y cómo evoluciona la situación de igualdad de oportunidades en el tejido empresarial de la región** y, en consecuencia, proponer nuevas medidas que posibiliten la eliminación de las desigualdades que aún existen entre las mujeres y los hombres que trabajan en esta región.

2. DIAGNÓSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL ÁMBITO DEL EMPLEO EN LA REGIÓN DE MURCIA

La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, como se expresa en su exposición de motivos, se debe a que, pese a los importantes avances logrados en nuestro ordenamiento en materia de igualdad de género, “la igualdad plena, efectiva, entre mujeres y hombres (...) es todavía hoy una tarea pendiente que precisa de nuevos instrumentos jurídicos”.

Uno de los campos donde la Ley incide en profundidad, es en el de materia laboral ya que se considera que es preciso elevar el grado y la calidad de la participación de las mujeres en el mercado laboral siendo fundamental este punto en el avance para la consecución de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.

Centrándonos en el ámbito de las empresas, el artículo 45 de la Ley establece que “las empresas están obligadas a respetar la igualdad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral y con esta finalidad, deberán adoptar medidas dirigidas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre mujeres y hombres (...)”.

Veamos, en este sentido, algunos datos sobre la situación actual de mujeres y hombres en la Región de Murcia, que dejan de manifiesto la necesidad actuar frente a las desigualdades existentes.

MUJERES Y HOMBRES EN LA ACTIVIDAD Y LA INACTIVIDAD

Un primer balance de la situación de mujeres y hombres en el mercado laboral se puede deducir del análisis de la posición que ocupan en relación a la actividad o inactividad.

A través de este primer análisis se puede comprobar cómo las mujeres, por la tradicional división sexual del trabajo, se siguen ubicando en mayor medida en el ámbito reproductivo (registrado estadísticamente dentro de la mal denominada “inactividad”) mientras que los hombres lo hacen en el ámbito productivo (que en el paradigma patriarcal vigente se hace corresponder con la “actividad”).

En la Región de Murcia la principal razón de la inactividad en mujeres es la realización de las labores del hogar en el 45,4% de los casos, frente al 6,8% de los hombres.

No obstante, la posición de las mujeres frente a la “actividad” es una de las situaciones que más está evolucionando en los últimos años, mostrando la predisposición de las mujeres por formar parte del mundo productivo. Así, en 2009, la diferencia en la tasa de actividad global para las mujeres y los hombres de Murcia se situaba en un 18,1%, frente a un 25,9% en 2005:

¹ Fuente: EPA. INE. III Trimestre 2009.

Tasa de actividad por sexo (%)

	2005		2006		2007		2008		2009	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Nacional	68,95	46,95	69	48,56	69,23	49,37	69,21	51,38	68,44	51,51
Murcia	71,29	45,41	71,35	46,97	72,64	48,26	72,54	51,05	70,21	52,1

Fuente: EPA. INE. Datos del IV trimestre excepto 2009, III T.

MUJERES Y HOMBRES EN EL EMPLEO

Una vez las mujeres entran a formar parte de la población “activa”, su participación en ella suele estar caracterizada por una posición de desventaja frente a los hombres: en cualquiera de los indicadores de empleo las mujeres ofrecen peores resultados en comparación con los de los hombres (tasas de empleo, temporalidad, jornadas, rotación, subempleo, etc.).

Otro de los síntomas de la discriminación de las mujeres en el empleo es la segregación laboral, por la que mujeres y hombres se concentran en tipos y niveles diferentes de actividad, limitándose las mujeres a una gama más estrecha de ocupaciones que los hombres (segregación horizontal) y a puestos de trabajo de menor autoridad y poder (segregación vertical).

En Murcia, el total de personas ocupadas asciende a 570.700 siendo un 56,1% hombres y el 43,9% mujeres. La tasa de ocupación femenina (42,9%) se sitúa casi 11 puntos por debajo de la tasa de ocupación masculina (53,8%); casi 27 puntos por debajo en el año 2005.

Tasa de empleo por sexo (%)

	2005		2006		2007		2008		2009	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Nacional	64,37	41,5	64,81	43,05	64,51	43,94	60,24	43,6	56,29	42,15
Murcia	67,44	40,59	67,02	41,93	67,65	43,23	61,01	43,41	53,8	42,9

Fuente: EPA. INE. Datos del IV trimestre excepto 2009, III T.

A pesar de su cada vez mayor formación y cualificación profesional, la presencia femenina en los puestos de responsabilidad sigue siendo minoritaria. Los puestos de dirección de empresas o de la administración pública de la Región de Murcia están ocupados en un 71% por hombres.

Por rama de actividad las mujeres son la mayoría en “actividades de los hogares y otros servicios” (72,12%) y “administración pública, educación, sanidad y servicios sociales” (57,90%). Mientras, su presencia es casi minoritaria en la “construcción” (7,16%) y en las “industrias extractivas” (16,57%).

² Fuente: EPA. INE. 2008.

Según situación profesional, la gran mayoría de los hombres y las mujeres ocupadas pertenecen a la categoría de “asalariados”.

Proporcionalmente, las mujeres sólo son mayoría en el caso de la “ayuda familiar” (86%) y entre los “asalariados del sector público” (51%), siendo su participación inferior al 50% en el resto de situaciones profesionales y bastante reducida en la categoría de “empleador” (sólo el 22% de estas personas son mujeres).

Según el tipo de jornada, el 5,8% de los hombres ocupados lo hacen a tiempo parcial, mientras que ese porcentaje en las mujeres se eleva a un 20,1%.

MUJERES Y HOMBRES EN EL DESEMPLEO

Las cifras de empleo y paro muestran un importante deterioro del empleo y aumento del paro en hombres, en comparación con los años anteriores, fundamentalmente como consecuencia del rápido descenso que ha sufrido la ocupación en los sectores de la construcción y la industria en 2008 y 2009.

La tasa de empleo de las mujeres ha disminuido y ha aumentado su tasa de paro pero en menor magnitud que la masculina.

Tasa de empleo por sexo (%)

	2005		2006		2007		2008		2009	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Nacional	6,64	11,61	6,06	11,36	6,83	11	12,96	15,14	17,75	18,16
Murcia	5,39	10,61	6,06	10,74	6,87	10,42	15,9	14,98	23,37	17,67

Fuente: EPA, INE, Datos del IV trimestre excepto 2009, III T.

EL SALARIO DE MUJERES Y HOMBRES

Otra de las manifestaciones de las desigualdades de género en el mercado laboral es la discriminación salarial.

Una discriminación que se expresa de tres formas distintas: a) menor ganancia de las mujeres frente a los hombres en un mismo puesto de trabajo; b) menor salario de las mujeres en puestos con valor productivo similar al de los hombres; c) menor valoración social y económica de los trabajos con mayor presencia de mujeres y tradicionalmente desempeñados por ellas.

El resultado de esta “triple discriminación” en los salarios se traduce en que, en todos los casos, independientemente de las características personales y laborales que se consideren, las mujeres ganan (salario medio bruto anual) menos que los hombres. Lo que significa que las mujeres tienen, respecto a los hombres, además de una menor capacidad de gasto, menores prestaciones sociales (pensiones de jubilación, prestación por desempleo...).

Según la distribución salarial que proporciona la Encuesta cuatrienal de Estructura Salarial 2006, en dicho año, el salario bruto anual medio por trabajador en la Región de Murcia fue de 16.586,78 euros. El salario de los hombres fue de 18.206,44 euros y el de las mujeres de 13.924,25 euros (un 23,5% menos que los hombres).

CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y PROFESIONAL

Los datos presentados en los apartados anteriores revelan una mayor presencia y dedicación de las mujeres a las llamadas actividades productivas, pero sin abandonar por ello las tareas reproductivas. La Encuesta de Empleo del Tiempo (INE, 2003) muestra que las mujeres murcianas dedican de media 4 horas y 38 minutos al hogar y a la familia frente a la hora y 53 minutos dedicados por los hombres.

En relación a la incidencia de la maternidad y la paternidad sobre la situación socio-profesional de mujeres y hombres, la Encuesta de Fecundidad, familia y valores (CIS, 2006. Datos de Murcia) revela que el 54,5% de las personas encuestadas manifiestan que el hecho de tener hijos/as es un obstáculo en la vida profesional de la mujer (40% opinan que no lo es) frente al 0,2% que opinan que es un obstáculo para el hombre (96,6% opinan que no lo es).

En la Región de Murcia se gestionaron, de enero a septiembre de 2009, 8.314 prestaciones económicas por maternidad, de las cuales el 99,3% corresponden a permisos disfrutados por la madre y tan solo el 0,7% por el padre. El número de procesos por paternidad entre enero y septiembre de 2009 ha sido de 6.283.

Las personas trabajadoras en situación de alta por excedencia por cuidado de familiar, continúan siendo mayoritariamente mujeres, como se observa en la siguiente tabla:

Excedencias por cuidado de hijo, menor acogido o familiar

	2007		2008		2009 (enero a septiembre)	
	H	M	H	M	H	M
Nacional	2.327	37.910	2.477	29.561	1.681	29.287
Murcia	102	1.887	40	1.016	70	1.495

Los datos de 2007 incorporan desde marzo la ampliación de la prestación que introdujo la LOI.

Fuente: Ministerio de Trabajo e Inmigración.

A la vista de los datos presentados podemos entender la referencia permanente de la Ley a las mujeres y a su situación de desventaja, siendo su objetivo último, según se define en el artículo 1 hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer, sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualesquiera de los ámbitos de la vida y, singularmente, en las esferas política, civil, laboral, económica, social y cultural para alcanzar una sociedad más democrática, más justa y más solidaria.

3. ¿QUÉ SIGNIFICA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES DE MUJERES Y HOMBRES?

La igualdad de oportunidades y trato entre mujeres y hombres se refiere al igual reconocimiento tanto de tareas como de funciones que llevan a cabo mujeres y hombres, sin que haya una jerarquía de un sexo sobre otro. Este reconocimiento hace posible que ellas y ellos puedan participar en las distintas esferas (económica, política, social...) y acciones (educación, formación, empleo...) con un beneficio -para ambos- equivalente.

En las últimas décadas han sido muchos los avances legislativos y de actuación institucional y empresarial que se han conseguido en España en materia de igualdad. El más evidente, en el ámbito que nos ocupa, es la igualdad plena en la legislación (hombres y mujeres disfrutamos de la igualdad legal que nos permite ejercer nuestros derechos y deberes de ciudadanía).

El reconocimiento formal de la igualdad de derechos ante la Ley es sólo el primer paso en el camino hacia una igualdad de hecho. La existencia de leyes que defienden la igualdad, por sí sola, no es suficiente, ya que se ha demostrado que la normativa no siempre se refleja en algunos de los comportamientos y prácticas sociales, sobre todo en lo que a discriminación indirecta se refiere.

Es decir, si bien las discriminaciones directas hacia las mujeres en general han desaparecido en gran medida, aún perviven numerosos casos de discriminaciones indirectas debidas, muchas de ellas, a la persistencia de los estereotipos y comportamientos sexistas en contra de los cuales se ha de trabajar.

Para conseguir la igualdad real es imprescindible invertir esfuerzos de una manera integral y en el que cada agente que conforma la sociedad colabore. Es decir, el sistema público y político, a través de las instituciones, las empresas y las personas han de estar involucradas en la posibilidad que cada quien tiene para modificar las creencias, ideas y formas de actuar de modo que construyamos una sociedad mejor organizada y más justa.

4. EL CONTEXTO NORMATIVO

4.1. LA LEY ORGÁNICA 3/2007 PARA LA IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES Y SUS REPERCUSIONES PARA LAS EMPRESAS

La Ley Orgánica nacional 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, denominada también “Ley de Igualdad 3/2007”, en aplicación de las normas de derecho internacional y en especial las precisadas por la Unión Europea crea un amplio marco de protección e impulso para la igualdad real y efectiva entre ambos sexos y la lucha contra la discriminación por razón de sexo.

Esta Ley responde al fin de “hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer, sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualquiera de los ámbitos de la vida y singularmente en las esferas política, civil, laboral, económica, social y cultural”.

La Ley supone el derecho individual e intransferible a la igualdad y la no discriminación por razón de sexo recogido en la Constitución Española, lo que permitirá avanzar hacia el reconocimiento de la igualdad real y efectiva para las y los integrantes de la sociedad. Para conseguir este objetivo general, la **Ley 3/2007**:

- Incorpora definiciones que están vinculadas a la igualdad de mujeres y hombres y que dejan de ser conceptos meramente sociológicos de carácter general, para convertirse en conceptos legales, por tanto con un margen de interpretación menos subjetivo.
- Prohíbe y elimina determinadas conductas o comportamientos que generan discriminación y, con ello, sus efectos.
- Promueve determinadas conductas o comportamientos.

Con el fin de desarrollar este objetivo general, la Ley 3/2007:

- Establece poderes de actuación de los Poderes Públicos en materia de igualdad.
- Regula derechos y deberes de las personas físicas y jurídicas.
- Prevé medidas destinadas a eliminar y corregir toda forma de discriminación por sexo.

Entre otras, incluye normas sobre asuntos que afectan especialmente a las mujeres como pueden ser aquellas sobre embarazo, maternidad, imagen de las mujeres en los medios de comunicación y publicidad, condiciones laborales y diferencias salariales, participación equilibrada de mujeres y hombres en la toma de decisiones de las organizaciones y de la política, violencia de género.

En relación con las empresas, tras la aprobación de la Ley, existe la obligación por parte de éstas de respetar los principios de igualdad de trato e igualdad de oportunidades, ya sea a través de la adopción de medidas para evitar cualquier tipo de discriminación laboral o de planes de igualdad sobre los que más adelante profundizaremos.

4.2. LA NORMATIVA EN MATERIA DE IGUALDAD DE LA REGIÓN DE MURCIA

En la Región de Murcia se ha llevado a cabo una considerable labor en materia de igualdad de oportunidades publicando **la Ley 7/2007, de 4 de abril, para la igualdad entre Mujeres y Hombres, y de Protección contra la Violencia de Género en la Región de Murcia**.

Los temas que abarca son: Empleo, Formación y Conciliación, Salud y Atención Social, Participación Social, Coeducación, Cultura y Deporte, Medios de Comunicación, y Nuevas Tecnologías y uno de sus títulos está íntegramente referido a la sensibilización, prevención, asistencia y protección a las víctimas de violencia de género.

Esta ley implica a todas las administraciones públicas y expresa el compromiso explícito de la administración regional y local para elaborar Planes de Igualdad, así como la creación, en todos los ayuntamientos de agencias de igualdad, cuya función principal será la de coordinar las acciones locales con las regionales.

Asimismo, insta a las empresas privadas, en consonancia con el Título IV de la Ley Nacional de Igualdad denominado “Derecho al trabajo en igualdad de oportunidades” a velar por la ejecución de medidas que permitan la conciliación de los ámbitos laboral, familiar y personal de su plantilla, mediante la negociación colectiva, o con Planes de Igualdad. En referencia a este tema concreto presenta las siguientes referencias:

Las administraciones públicas, las empresas participadas mayoritariamente con capital público, así como las empresas privadas que desarrollen planes de empleo, deberán incluir en éstos actuaciones concretas dirigidas a promover la igualdad, tanto en su actividad interna como en la dirigida hacia el exterior. Los planes de empleo deberán incorporar los mecanismos necesarios para el control y evaluación de las medidas dirigidas a la promoción de la igualdad. Lo previsto en este precepto se entenderá sin perjuicio de lo establecido en la legislación orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres y la laboral del Estado en materia de planes de igualdad de las empresas.” (Art. 20, Título II, Capítulo I Empleo, formación y conciliación de la vida laboral, familiar y personal, Ley 7/2007)

En esta misma línea, propone la creación de un Distintivo de Igualdad con el que reconocer a las empresas que impulsen acciones que permitan a sus empleados y empleadas una mejor y más cómoda compatibilidad de tiempo de trabajo y familia y contempla la creación de un Observatorio de la Igualdad, como un órgano para la observancia, análisis y valoración de la evolución de la sociedad hacia la igualdad de mujeres y hombres, así como para el diagnóstico de necesidades y demandas de las ciudadanas de la Región.

5. ¿POR QUÉ DESARROLLAR PLANES DE IGUALDAD EN LAS EMPRESAS?

La información recogida en el apartado 2 “Diagnóstico desde la perspectiva de género del ámbito del empleo en la Región de Murcia”, muestra cómo, a pesar del aumento de la participación de mujeres en el mercado laboral y de los avances de la normativa para conseguir la igualdad legal de mujeres y hombres en todos los ámbitos y sobre todo en el empleo, ésta no es una realidad de hecho. Algunos datos revelan que las trabajadoras:

- Perciben menores salarios que los hombres por trabajos equivalentes;
- Tienen, por lo general, empleos de menor calidad y más precarios que los trabajadores;
- Se encuentran con mayores dificultades para progresar laboralmente;
- Ocupan puestos de menor responsabilidad y tienen menos expectativas de promoción;
- Tienen más dificultades para conciliar la vida laboral, familiar y personal.

La mayoría de las discriminaciones indirectas observadas en las empresas afectan generalmente a la atribución de tareas y funciones asignadas a los profesionales y a las profesionales. En parte, esto se debe al reparto de los roles de los hombres y las mujeres en la esfera privada que es transferido directamente al entorno laboral, lo cual se refleja en los obstáculos que, sobre la base del sexo de una persona, limitan su participación en algunos de los procesos de la organización y gestión de los recursos humanos: selección, promoción, formación y desarrollo de carrera profesional, remuneración salarial, conciliación de la vida laboral, familiar y personal.

En el ámbito empresarial, la realización de acciones en pro de la igualdad de oportunidades supone ofrecer a la totalidad de trabajadores y trabajadoras la igualdad de hecho en la selección, la promoción, la remuneración, la formación continua, la conciliación de la vida laboral, familiar y personal....

VENTAJAS DE PROMOCIONAR LA IGUALDAD EN LAS EMPRESAS

Las empresas que invierten en promocionar la igualdad, estén obligadas o no lo estén por Ley, además de reflejar un progreso acorde con la transformación actual de la sociedad y con la legislación, obtienen un conjunto de ventajas tanto para sí mismas (competitividad y productividad) como para sus plantillas. Algunas de estas ventajas son:

- Equipo de trabajo motivado y con mayor compromiso con la empresa, su cultura, valores y objetivos.
- Mayor aprovechamiento del potencial de los y las profesionales.
- Atracción y retención de profesionales que aportan sus conocimientos y experiencias: más creatividad y talento.

- Mejora del clima empresarial y minimización de riesgos de conflicto.
- Mayor productividad y menor absentismo.
- Mejor gestión del tiempo de trabajo y de la planificación del mismo lo cual permite la experimentación de formas de trabajo más flexibles para la empresa y para su plantilla.
- Mejora de la imagen externa de la empresa y de sus productos al mostrarla más actual, moderna y valorada, lo cual ampliará el abanico de potenciales clientes.
- Fortalecimiento de la Responsabilidad Social Corporativa debido a la contribución que muestra la empresa en favorecer el cambio estructural necesario para la consecución de la igualdad de hecho.

DIFICULTADES A SUPERAR

Aunque hay un consenso mayoritario de que para las empresas tiene ventajas la adecuación de la gestión de sus recursos humanos a la realidad social y de mercado desde enfoques más igualitarios, aún hoy se evidencia que existen pocas empresas que efectivamente lo están experimentando. La política de igualdad de oportunidades, sus resultados, sus herramientas y sus modos de hacer forman parte de un proceso muy lento de cambio de mentalidad que ha de superar limitaciones y resistencias que frenan su plena implantación en la gestión organizativa de cada una de ellas. A continuación se apuntan algunos de estos frenos:

- Diferente realidad de cada empresa: tanto en estructura organizativa, como en recursos, tipo de actividad, etc. Por lo que es difícil dotarlas de soluciones mágicas que contenten a todas.
- Estereotipos de género reinantes en una cultura empresarial basada en las tradiciones y el inmovilismo que con frecuencia están aún exclusivamente orientados hacia un perfil sesgado de sus trabajadores y trabajadoras.
- Desconocimiento y ausencia de visión estratégica en la empresa (alta dirección, mandos intermedios) sobre el significado real de promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, no sólo para la plantilla, sino para mejorar los resultados de negocio.
- Escasa comprensión de que las medidas de igualdad de oportunidades son una dimensión más de la Responsabilidad Social Corporativa.
- Falta de formación para elaborar un diagnóstico y un Plan de Igualdad.
- No disponibilidad de recursos económicos y técnicos para favorecer, no sólo la formulación, sino la ejecución, evaluación y sostenibilidad a largo plazo de un Plan de Igualdad.

6. DEFINICIÓN DE PLANES DE IGUALDAD

¿QUÉ ES UN PLAN DE IGUALDAD?

Los Planes de Igualdad de las empresas deberán ser un conjunto ordenado de medidas, adoptadas después de realizar un diagnóstico de situación, tendentes a conseguir la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en la empresa y a eliminar la discriminación por razón de sexo.

Los Planes de Igualdad deben fijar los objetivos concretos de igualdad, las estrategias y las prácticas para su consecución, además de establecer sistemas eficaces de seguimiento y evaluación de los objetivos fijados. (Artículo 46 de la Ley de Igualdad 3/2007)

Entre las medidas que pueden contemplar los Planes de Igualdad se encuentran entre otras las materias de acceso al empleo, clasificación profesional, promoción y formación, retribuciones, ordenación del tiempo de trabajo para favorecer, en términos de igualdad entre mujeres y hombres, la conciliación laboral, personal y familiar, y prevención del acoso sexual y del acoso por razón de sexo.

¿QUÉ NO ES UN PLAN DE IGUALDAD?

- No es un trámite burocrático que aludiendo al “deber de negociar”, se convierte en un índice de las medidas que recoge un convenio colectivo en materia de igualdad de oportunidades.
- No es una declaración de intenciones, las medidas de un Plan de Igualdad deben ser evaluables cuando termine la acción puesta en marcha y comprobar el éxito de su aplicación.
- No tiene la finalidad de otorgar privilegios a las mujeres, ni perjudicar a los hombres, sino que se trata de establecer medidas compensatorias que establezcan el equilibrio entre mujeres y hombres en la organización.

¿QUÉ OBJETIVOS PERSIGUE UN PLAN DE IGUALDAD?

El Plan de Igualdad tiene como finalidad garantizar un mayor equilibrio entre mujeres y hombres en la organización y optimizar la conciliación de la vida laboral, familiar y personal:

- Eliminando las discriminaciones detectadas en materia de igualdad.
- Estimulando la igualdad de oportunidades.

¿QUIÉNES TIENEN OBLIGACIÓN DE IMPLANTAR UN PLAN DE IGUALDAD?

La Ley Orgánica de Igualdad 3/2007 establece en su artículo 45 la obligatoriedad para las empresas de respetar la igualdad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral y la

exigencia de que éstas incorporen medidas para evitar cualquier tipo de discriminación, teniendo que ser negociadas o acordadas con la representación legal del personal laboral.

En este sentido la Ley establece, de acuerdo con la referencia del apartado anterior, que tienen obligación de elaborar y aplicar un Plan de Igualdad las empresas:

- De más de 250 trabajadores/as.
- Cuando así se establezca en el convenio aplicable.
- Cuando lo acuerde la Autoridad Laboral en procedimiento sancionador como medida sustitutiva.

En el resto de las empresas la elaboración de un Plan de Igualdad será de carácter voluntario mediante la consulta a representantes de los/as trabajadoras, no obstante estarán obligadas “a respetar la igualdad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral y, con esta finalidad, deberán adoptar medidas dirigidas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre mujeres y hombres...”.

CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE IGUALDAD

Un Plan de Igualdad se define como documento estratégico e instrumento de intervención empresarial, destinado a conseguir la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la empresa, así como a ayudar a mejorar la imagen de la empresa en el mercado.

Con este fin, el Plan de Igualdad debe:

- Basarse en la voluntad de la empresa como resultado de una decisión libre.
- Apoyarse por el compromiso y liderazgo de la dirección y mantenido en el tiempo de manera activa.
- Ser coherente con la estrategia global de la empresa, y con las acciones entre sí, es decir, adoptar un carácter integral.

Partiendo de estas consideraciones básicas, el Plan de Igualdad ha de ser:

- Significativo y equilibrado: se dirige a los aspectos más relevantes, sin concentrarse exclusivamente en alguno de ellos, ni tampoco descuidar ninguno.
- De carácter colectivo y universal: no realiza exclusiones arbitrarias a las personas beneficiarias. Se dirige tanto a hombres como a mujeres de toda la plantilla.
- Participativo con la representación de la plantilla en su elaboración y seguimiento.
- Sistemático: cuyo objetivo general se consigue mediante objetivos específicos que producen resultados concretos y cuantificables.
- Comunicado y difundido en el ámbito interno y externo de la organización.
- Transparente en su aplicación.
- Dinámico y progresivo: no es algo fijo e inmutable sino progresivo y sometido a cambios constantes.
- Respetuoso con la legalidad vigente, como referencia mínima de cumplimiento.

7. CÓMO SE DESARROLLA UN PLAN DE IGUALDAD

La formulación y la puesta en marcha de un Plan de Igualdad en una empresa que siga la metodología diseñada por el Instituto de la Mujer de la Región de Murcia contempla las siguientes fases:

1. **Compromiso de la dirección**, por el que se hace oficial la voluntad explícita de la empresa de adoptar y poner en marcha un Plan de Igualdad.
2. **Comisión de Igualdad**, designación de personas responsables encargadas del diseño y el impulso para la realización y gestión del Plan de Igualdad, así como de su control y evaluación.
3. **Sensibilización y formación en materia de igualdad en la empresa**, establecimiento de una base de entendimiento común con respecto a la igualdad de oportunidades para asegurar que el Plan de Igualdad tenga la repercusión esperada.
4. **Conocimiento del terreno. Estudio-Diagnóstico de igualdad**, recopilación de datos referentes a la situación laboral y las condiciones de trabajo de hombres y mujeres, a la cultura y a las prácticas de una empresa concreta.
5. **Diseño del Plan de Igualdad en la empresa**, etapa durante la que se definen claramente los objetivos y las áreas de intervención y las actuaciones que deben tomarse con el fin de promover la Igualdad entre hombres y mujeres, así como la temporalización y los recursos a aplicar.
6. **Puesta en marcha e implantación del Plan de Igualdad en la empresa**, que incluye además, la información a la plantilla y la disposición de estructuras de acompañamiento.
7. **Seguimiento y evaluación del Plan de Igualdad en la empresa**, realización del seguimiento del Plan de Igualdad, evaluación de resultados y propuestas de mejora si fuera oportuno.

7.1. COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN Y LA COMUNICACIÓN

El éxito de un Plan de Igualdad de oportunidades en la empresa dependerá de la iniciativa por parte de la dirección y del grado de implicación de las partes que la integran tanto en el diseño como en la ejecución de éste.

El compromiso de la dirección persigue un triple objetivo:

1. Reconocer la eficacia y eficiencia de las políticas de igualdad para la empresa como estrategia a incorporar a la cultura de la empresa y a la optimización de recursos humanos.
2. Difundir, entre la plantilla y al exterior, con claridad y transparencia la necesidad y voluntad específica para diseñar y ejecutar un Plan de Igualdad en la estructura de la empresa.

3. Iniciar el proceso de diseño y puesta en marcha del Plan de Igualdad con plena implicación de la plantilla.

Con el fin de que el compromiso pase de ser una buena intención a una aplicación práctica y real, tanto la comunicación del mismo, como del inicio de las actuaciones, ha de ser liderada y difundida desde la dirección hacia todos los empleados y las empleadas.

Un buen recurso es optar por materializar esta voluntad siguiendo un contenido similar o igual al “Modelo de compromiso de la dirección de la empresa con la igualdad de oportunidades” (**Anexo I**).

Dependiendo de a quienes se dirija la estrategia de comunicación, la dirección utilizará distintos medios o canales y recursos. Algunas propuestas a seguir, que dependerán de cada empresa y de los recursos y canales disponibles, son:

GRUPOS DESTINATARIOS	CANALES Y RECURSOS
NIVEL INTERNO - TRABAJADORES Y TRABAJADORAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Medios escritos: comunicado en la revista o boletín interno de la empresa, en la intranet, en tablones de anuncios informativos en el centro de trabajo, circular, boletín o carta personalizada (papel y/o correo electrónico). ▪ Sesiones informativas y/o reuniones en las cuales se comuniquen la decisión adoptada; los motivos que la inspiran, los objetivos a alcanzar, las actuaciones para su cumplimiento, las repercusiones para cada persona, los beneficios...
NIVEL EXTERNO - CLIENTES Y PROVEEDORES Y SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nota de prensa incluida en medios de comunicación (radio, revistas especializadas, periódicos, boletines) sobre la decisión adoptada por la empresa para diseñar e implantar un Plan de Igualdad. ▪ Participación en foros públicos, seminarios, redes empresariales. ▪ Incorporación de una nota en sus folletos publicitarios. ▪ Banner y link especial en su página web.

7.2. COMISIÓN DE IGUALDAD

El compromiso de la dirección no sería suficiente sin la asignación de recursos humanos y materiales para empezar a trabajar en la elaboración del Plan. Sólo así será posible asegurar que éste resulte sostenible y se ajuste a las necesidades del personal de la empresa.

Con el objetivo general de impulsar y participar en el proceso de elaboración, implementación y gestión del Plan, de manera conjunta, se indicará quiénes serán las personas responsables y la cara pública de todo el proceso que, a su vez, configurarán lo que se denominará Comisión de Igualdad (Comité o Grupo de Igualdad).

Será un órgano consultivo y servirá como canal de comunicación creado en la empresa que será identificado por la plantilla como garante de la buena ejecución del Plan de Igualdad.

COMPOSICIÓN DE LA COMISIÓN DE IGUALDAD

La Comisión de Igualdad será nominal y su composición dependerá del tamaño de la empresa, aunque es recomendable que esté conformada, siempre que sea posible, por un grupo lo más paritario posible (mismo número de hombres y mujeres) o siempre proporcional a la representación de cada sexo en la empresa y que refleje distintas realidades de personas (con familia a cargo, sin familia a cargo, edad, estado civil...). Se propone que integre:

- Al menos una persona de la dirección y/o una persona del departamento de RRHH con capacidad de decisión. Normalmente, en el caso de las pequeñas empresas, el departamento que actúa como líder es directamente la gerencia y el departamento de recursos humanos o de Responsabilidad Social Corporativa en el caso de las empresas medianas y grandes.
- Al menos una persona representante legal de trabajadores/as (si la hubiera o estuviera disponible) y/o al menos una persona a quien la plantilla delegue esa competencia.
- Siempre que la empresa se lo pueda permitir o sea viable, interesaría contar con representantes de los distintos departamentos y niveles profesionales.
- Sería recomendable dejar un puesto libre para que pueda ser ocupado por alguien de la plantilla, a demanda de la Comisión o por iniciativa individual o colectiva. Este puesto estará a disposición de los trabajadores y las trabajadoras tanto de la plantilla como de la dirección, por lo que se requiere que la comunicación de su función, los mecanismos a seguir para acceder a ocupar este espacio de participación (persona de contacto, etc.) y las fechas de las reuniones, estén a disposición de todo el personal de la empresa.

No existe un mínimo ni un máximo de componentes en la Comisión de Igualdad, la única condición es que la representación sea equilibrada.

FUNCIONES O COMPETENCIAS DE LA COMISIÓN DE IGUALDAD

Entre las competencias de la Comisión de Igualdad estarán:

- Ser un órgano consultivo y de interlocución con la dirección para lo referido al diseño e implementación del Plan de Igualdad.
- Habilitar canales de difusión y comunicación sobre el Plan de Igualdad.
- Incentivar a la plantilla para que apoye y participe en el Plan.
- Participar en el estudio-diagnóstico, cumplimentando y recopilando los datos que sean solicitados.
- Participar en la elaboración del Plan de Igualdad en función de los resultados obtenidos en el estudio-diagnóstico (fijar los objetivos que eliminan las desigualdades para determinar medidas y plazos, junto a medios humanos y económicos).

- Promover y coordinar la implantación de medidas recogidas en el Plan.
- Realizar el seguimiento y la evaluación del Plan.
- Atender a las posibles prácticas discriminatorias por razón de sexo.
- Interlocutar con la plantilla ante las dudas o problemas que se susciten en relación con el Plan de Igualdad de la empresa.

7.3. SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN EN MATERIA DE IGUALDAD EN LA EMPRESA

La sensibilización y/o la formación en aspectos o materias relacionadas con la igualdad resultan absolutamente relevantes para conseguir los resultados perseguidos y, además, ayudan a la totalidad de la plantilla (dirección, mandos intermedios y resto de la plantilla) a:

- Detectar y tomar conciencia de las desigualdades existentes en todos los ámbitos de la vida.
- Eliminar comportamientos, actitudes e ideas que sean discriminatorias para uno de los sexos.
- Reflexionar sobre las soluciones a los desequilibrios y aplicar las herramientas para corregirlos.
- Conocer los beneficios que supone para la empresa adoptar políticas y estrategias de igualdad y conciliación.
- Apoyar la implantación de este tipo de políticas de gestión.

Los ámbitos de alcance de la sensibilización y la formación no tienen que ser los mismos. Mientras que es preciso que se realice sensibilización a todos los niveles de la empresa para garantizar una implantación adecuada del Plan de Igualdad, en el caso de la formación no será obligatorio ofertarla a toda la plantilla, sino a aquellas personas que vayan a ser impulsoras del Plan. Los objetivos concretos que persiguen la formación y sensibilización sobre igualdad de oportunidades son, entre otros, los siguientes:

Sensibilización:

- Introducir la sensibilidad ante la igualdad de oportunidades en la cultura empresarial.
- Dar a conocer las medidas que, en materia de igualdad de oportunidades, van a ser impulsadas por la empresa y las que existen actualmente.

Formación:

- Tener un grupo de personas que estén concienciadas y formadas en igualdad de oportunidades y que se conviertan en el motor de cambio en la empresa.

7.4. CONOCIMIENTO DEL TERRENO. EL ESTUDIO-DIAGNÓSTICO DE IGUALDAD EN LA EMPRESA

El estudio-diagnóstico es un instrumento que permite documentar el análisis detallado de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la empresa, para lo que son necesarias actividades de recogida de información, interpretación de los datos, identificación de las áreas de mejora, debate con la dirección y con la Comisión de Igualdad, y, finalmente, formulación de propuestas que pueden integrarse en el Plan de Igualdad.

El estudio-diagnóstico es un medio y no un fin en sí mismo. No tiene sentido realizar un diagnóstico si no es para formular posteriormente un Plan de acción que venga a paliar las dificultades y las necesidades encontradas. El diagnóstico ha de ser lo más práctico posible y los datos recogidos han de ser los suficientes para orientar la toma de decisiones. La extensión, el contenido y los medios utilizados para su elaboración deberán amoldarse a las necesidades concretas de la empresa, aunque habrá que contar con información mínima sin la cual la redacción del informe no sería factible.

El diagnóstico es dinámico y cambiante. Es decir, un estudio-diagnóstico realizado en un momento puede variar al cabo de un periodo de tiempo concreto por lo que se tendrá que actualizar para que sirva como material de evaluación de avances e incluso de detección de nuevas necesidades.

Para su elaboración será obligado utilizar **el enfoque de género tanto en la recogida de la información como en el análisis de los resultados**. Entendido, este análisis, como el estudio de las diferencias de condiciones, necesidades, índices de participación, acceso a los recursos, control de los mismos, poder de toma de decisiones entre hombres y mujeres que son debidas a los estereotipos y roles que tradicionalmente se les ha asignado. Esto generará una información que permitirá evaluar cómo las acciones que lleva a cabo la empresa impactan o producen efectos discriminatorios a unos o a otros o en qué medida contribuyen a alcanzar el objetivo de la igualdad de oportunidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO-DIAGNÓSTICO

El estudio-diagnóstico persigue las siguientes finalidades:

- Conocer las características descriptivas de la empresa.
- Implicar, desde un principio, a todo el personal en la realización del Plan.
- Hacer visible la situación de partida de la plantilla y de cada uno de los sexos y detectar la posible segregación horizontal y vertical.
- Detectar si existen discriminaciones o desigualdades en las prácticas de gestión de recursos humanos cuando se dirigen a mujeres o se dirigen a los hombres o por el contrario si se ofrecen las mismas oportunidades.
- Conocer las áreas de intervención y las actuaciones a favor de la igualdad que se tienen implantadas.
- Recabar las opiniones y las expectativas de las mujeres y los hombres que trabajan en la empresa y sus necesidades y sus percepciones en materia de igualdad y conciliación de la vida laboral, familiar y personal.
- Servir de marco para justificar la necesidad de realizar un Plan de Igualdad y también de referencia para establecer futuras comparaciones una vez éste se haya ejecutado.
- Averiguar si es oportuno realizar acciones de sensibilización sobre la igualdad de oportunidades en los distintos niveles jerárquicos de la empresa.
- Establecer orientaciones para corregir las desigualdades o necesidades detectadas y determinar ámbitos prioritarios de actuación que sirvan de base para la definición del Plan de Igualdad.

METODOLOGÍA A SEGUIR PARA LA REALIZACIÓN DEL ESTUDIO-DIAGNÓSTICO

Podemos planificar el estudio-diagnóstico conforme a las siguientes etapas:

- **Etapla 1:** Planificación de las tareas a realizar y comunicación al personal de la decisión de realizar un diagnóstico.
- **Etapla 2:** Recogida de información, tanto cuantitativa como cualitativa, y sistematización de la misma.
- **Etapla 3:** Análisis de la información obtenida y redacción del informe con propuestas de mejora, discusión y debate con la dirección y la Comisión de Igualdad, decisión sobre prioridades y medidas.
- **Etapla 4:** Informe final resultado del estudio-diagnóstico y presentación a la Comisión de Igualdad, decisión sobre su posible difusión a la plantilla.

ÁMBITOS DE ANÁLISIS UTILIZADOS PARA EL ESTUDIO-DIAGNÓSTICO

Para la recogida de información y su análisis se precisan dos ámbitos diferenciados: interno a la empresa y externo a la misma, aunque pueda existir interacción entre ellos.

<p>INTERNO A LA EMPRESA</p>	<p>Mediante este diagnóstico, además de completar los datos concretos que describen a la empresa, se analizará y presentará la situación actual de la misma desde la perspectiva de la igualdad de mujeres y hombres y en relación a diferentes aspectos de la gestión de recursos humanos.</p>
<p>EXTERNO A LA EMPRESA</p>	<p>La actividad económica y social y la interacción con el exterior de la empresa (proveedores, clientes, sociedad):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compras (incluye aprovisionamiento y subcontratación). • Diseño de los productos y servicios. • Comercialización de los productos y servicios. • Información referida a cada cliente. • Publicidad (relativa a productos/servicios) • Comunicación e imagen corporativa <p>Además de otros factores relevantes para la empresa como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legislación que, en materia de igualdad, afecta a la empresa. • Convenio colectivo, acuerdos sectoriales o particulares. • Ayudas o incentivos en curso. • Imagen de la empresa.

RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Los principales métodos y las fuentes a las que recurrir para recoger la información se presentan en la tabla siguiente:

FUENTES SECUNDARIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Datos estadísticos disponibles, información escrita (convenios, normas internas de la empresa, protocolos de actuación documentados, etc.).
FUENTES PRIMARIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista-reunión con personas componentes del departamento de recursos humanos así como del departamento de dirección. • Entrevista-reunión o grupos de discusión con representantes de trabajadores y trabajadoras. • Encuesta a la plantilla o a una muestra de la misma.

Para facilitar la recogida de información se encuentran disponibles en anexo las siguientes herramientas:

- Anexo II. Ficha de información básica de la empresa.
- Anexo III. Ficha de información sobre la plantilla.
- Anexo IV. Ficha de información sobre gestión de personal.
- Anexo V. Ficha de información sobre condiciones laborales.
- Anexo VI. Ficha de diagnóstico externo de la empresa en materia de igualdad de mujeres y hombres.
- Anexo VII. Lista de documentación necesaria para el diagnóstico.
- Anexo VIII. Batería de preguntas a contemplar en la entrevista al departamento de recursos humano, dirección y RTL.
- Anexo IX. Modelo de cuestionario para la plantilla.

REDACCIÓN DEL INFORME DIAGNÓSTICO

El informe será el producto de la sistematización e interpretación de la información de cada una de las tablas y la información complementaria recogida a través de cuestionarios, entrevistas y documentación adicional. En él se resumirán las principales conclusiones obtenidas y se formularán las propuestas de mejora junto a las recomendaciones de actuaciones que sirvan de base para la posterior elaboración del Plan de Igualdad (el Anexo X incluye un modelo de índice de diagnóstico que puede servir de referencia para su elaboración).

Los resultados del informe se darán a conocer a las personas que han intervenido y también a las que vayan a participar en la elaboración, ejecución y seguimiento del Plan de Igualdad (la dirección, representación sindical y legal si la hubiere o representación de la plantilla, mandos intermedios y personal de recursos humanos). Las conclusiones del diagnóstico podrán ser presentadas a la plantilla.

7.5. DISEÑO DEL PLAN DE IGUALDAD EN LA EMPRESA

Recordemos que de conformidad con la Ley de Igualdad 3/2007: *Los planes de igualdad de las empresas son un **conjunto ordenado de medidas**, adoptadas después de realizar un **diagnóstico** de situación, tendentes a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y a eliminar la discriminación por razón de sexo. Los planes de igualdad fijarán los **objetivos concretos** de igualdad a alcanzar, las estrategias y **prácticas** a adoptar para su consecución, así como el establecimiento de sistemas eficaces de **seguimiento y evaluación** de los objetivos fijados.*

Una vez realizado el diagnóstico y las consiguientes propuestas que surjan en función de sus conclusiones, la empresa ha de marcar **sus prioridades** y encontrar la fórmula de operativizarlas en un Plan de Igualdad que permita, en un futuro a corto, medio y largo plazo, ejecutarlas y evaluarlas.

Los objetivos, las actuaciones y demás medios se circunscribirán a un periodo preestablecido. El Plan debe tener un periodo de vigencia que establecerá los límites temporales de la ejecución (inicio y finalización). No hay una regla a seguir pero, como propuesta, un Plan debería tener una duración de entre dos y cuatro años con el objeto de garantizar un compromiso de continuidad y que éste sea percibido por todas las personas de la empresa.

En este sentido, se planificará un proceso que comenzará con el establecimiento de prioridades marcadas por consenso (según modelo de gestión, misión, valores, cultura corporativa y Plan estratégico de cada empresa) y objetivos coherentes con lo diagnosticado, pasando-a continuación- a determinar los medios apropiados (actuaciones, recursos) para la consecución de dichos objetivos asegurando la efectiva ejecución de los mismos en el tiempo establecido. Esta programación se aborda una vez finalizado el diagnóstico y es continua o permanente también en la ejecución, ya que a medida que se vaya ejecutando el Plan será ineludible hacer ajustes.

LAS PRIORIDADES SOBRE LAS QUE SE CONSTRUIRÁ EL PLAN

Las prioridades se establecen a partir de los problemas o situaciones de mejora junto a las oportunidades, que han sido marcadas por el estudio-diagnóstico, y que el Plan debe resolver y/o fortalecer respectivamente.

Éstas siempre vendrán determinadas por el consenso en la empresa, los intereses, los recursos a dedicar y los tiempos de actuación. En este sentido, para esta priorización deben tomarse en cuenta los siguientes aspectos:

- Opinión compartida y consenso en la empresa. Un mayor consenso en los aspectos a priorizar es un elemento que facilita marcar las prioridades.
- Afinidad con el modelo de gestión empresarial, misión, valores, cultura corporativa y Plan estratégico de cada empresa.

- Formación y motivación de las personas que van a trabajar para la consecución de los objetivos.
- Conocimiento de buenas prácticas contrastadas. La experiencia de otras empresas, puede tomarse como referencia, es decir, ante una misma situación de desequilibrio detectado, es posible encontrar experiencias que sirvan de guía para la puesta en marcha del Plan.
- Recomendaciones de personas expertas en igualdad de oportunidades.

Para seleccionar prioridades y fijar los objetivos, se ha de prever:

- Recursos humanos disponibles: integrantes de la Comisión de Igualdad y personas colaboradoras y posibles ejecutoras de acciones concretas.
- Recursos financieros aplicables a aquellas actuaciones donde son indispensables y que se obtendrán de un presupuesto dispuesto por la empresa para tal efecto (alguno de los objetivos a plantear requerirá aplicaciones financieras, pero otros por el contrario y aun teniendo un gran impacto, es posible que no impliquen un coste significativo).
- Recursos materiales y metodologías de trabajo.

LA FORMULACIÓN DE OBJETIVOS DEL PLAN DE IGUALDAD

Cuando se deciden las necesidades que queremos abordar, ya hemos empezado a determinar cuáles son los objetivos del Plan. Éstos deben ser claros, concretos, alcanzables y, en la medida de lo posible medurables. Los objetivos se pueden clasificar como generales y específicos.

El objetivo general será el resultado último que se pretende conseguir y para el que se está elaborando el Plan, es hacia dónde se dirige éste. Puede haber uno o varios objetivos generales, en función de cuáles sean las necesidades de cada organización.

Los objetivos específicos son los compromisos, concretos y progresivos, establecidos para proporcionar soluciones que solventen situaciones detectadas en el estudio-diagnóstico en la empresa y además deben estar en consonancia con las prioridades y los recursos disponibles en la empresa.

Ejemplos de objetivos, generales y específicos, se encuentran en el **Anexo XI**.

EL DISEÑO DE ACCIONES DEL PLAN DE IGUALDAD

Con posterioridad a la formulación de los objetivos hay que decidir qué acciones se van a llevar a cabo para el logro de los mismos. La coherencia entre objetivos y acciones debe estar garantizada en el Plan, por lo que al planificar cada una de ellas hay que tener en cuenta:

- Qué objetivo persigue
- A quién(es) va dirigida

- Quién es responsable de su ejecución
- Qué recursos precisa (recursos humanos, materiales y económicos)
- Cuándo se va a aplicar (cronograma)
- Cómo se medirá su cumplimiento (indicadores)

Ejemplos de acciones se encuentran en el **Anexo XII**.

LAS PERSONAS QUE INTERVIENEN EN EL PLAN DE IGUALDAD

Al igual que en la elaboración del diagnóstico sobre la igualdad de oportunidades, es fundamental que todas las personas de la empresa (en mayor o menor medida) participen tanto en el diseño como en el posterior impulso y realización del Plan de Igualdad:

- Alta dirección: Adquiere el compromiso de realizar el Plan de Igualdad e informa a toda la empresa sobre el mismo.
- Equipo directivo y personas responsables del departamento de RRHH: Apoyan el diseño, puesta en marcha, ejecución y seguimiento del Plan.
- Comisión de Igualdad: Impulsa el diseño, puesta en marcha y desarrollo del Plan y realiza el seguimiento y evaluación del mismo. Informa del Plan y del proceso de implantación a la plantilla.
- Resto de equipo directivo (mandos intermedios): Se responsabiliza de las acciones correspondientes a su departamento y colabora en el seguimiento y evaluación del Plan.
- Plantilla: Recibe información sobre todo el proceso, los objetivos y contenidos del Plan. Participa en las acciones y en el seguimiento del mismo.
- Representación sindical: Recibe información de la Comisión de Igualdad (donde tendrán también representación) sobre el proceso, informa del proceso a la plantilla y colabora en el diseño del Plan. Facilita el desarrollo, seguimiento y evaluación del Plan.

LOS CAPÍTULOS QUE COMPONEN EL PLAN DE IGUALDAD

Como modelo de índice del Plan de Igualdad se propone el siguiente:

1. Resumen del diagnóstico.
2. La empresa y el Plan de Igualdad de oportunidades.
3. Los objetivos del Plan de Igualdad.
4. Las áreas de intervención y las acciones del Plan.
5. El calendario o cronograma del Plan.
6. La gestión del Plan
7. Seguimiento y evaluación del Plan.

Anexo: Fichas detalladas de acciones.

En el **Anexo XIII** se incluye un modelo de índice del Plan de Igualdad.

LA APROBACIÓN POR PARTE DE LA DIRECCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PLAN

La aprobación del Plan de Igualdad por la alta dirección, el equipo directivo y su consenso con la representación legal de trabajadores y trabajadoras y/o la representación de la plantilla es la primera garantía de apropiación del mismo por la empresa, lo que facilitará la posterior ejecución y continuidad en la misma más allá del periodo de ejecución previsto para el Plan.

La difusión del Plan apuntará tanto al conocimiento de las áreas de intervención y las actuaciones en él contenidas, como a la sensibilización sobre la discriminación de género y la necesidad de eliminarla para conseguir la equiparación entre mujeres y hombres.

7.6. PUESTA EN MARCHA E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE IGUALDAD EN LA EMPRESA

La puesta en marcha e implantación de un Plan de Igualdad significa la realización de las acciones previstas en la planificación así como en el plazo estipulado para alcanzar los objetivos previstos acompañándolas de un correcto seguimiento de las actuaciones.

CLAVES PARA LA PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DEL PLAN DE IGUALDAD

Para alcanzar los objetivos del Plan de Igualdad es imprescindible garantizar que:

- El equipo directivo esté implicado en su realización mostrando su voluntad de ejecutar el Plan y apoyarlo.
- La Comisión de Igualdad permanezca ejecutando sus tareas y haciendo su papel de coordinación y cuenta con alta representación tanto de la dirección como de la plantilla.
- La asignación de personas y responsabilidades se respete y se ejecute de acuerdo a la formulación.
- Una asistencia técnica o asesoría especializada en igualdad de oportunidades sea contratada si el Plan de Igualdad lo requiere y si existe presupuesto para ello.
- La información respecto a los avances y dificultades del mismo sea permanente y dirigida a todo el personal habilitando los canales de comunicación necesarios para llegar a toda la plantilla (reuniones, boletines, tablones de anuncios...).
- Las acciones a llevar a cabo, los recursos humanos y materiales requeridos para la ejecución de acciones y su planificación temporal, queden bien definidos, recogidos y explicitados en el mismo, lo que permitirá mantener la transparencia del proceso y que cada responsable sepa con claridad lo que debe hacer.
- El seguimiento de las acciones se realice implicando a todas las personas responsables del Plan y se utilice esta información para la evaluación final del mismo.
- El Plan sea lo suficientemente flexible para permitir que se adapte a las nuevas necesidades y demandas comunicadas o detectadas en la plantilla. En este sentido, se garantizará que la aplicación de modificaciones que surjan del seguimiento sea factible y se realice con inmediatez.

LA COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN COMO ACTIVIDAD TRANSVERSAL

Es esencial que en esta etapa se ofrezca a la plantilla, desde un principio y de forma transversal, una información detallada, clara y concreta acerca de cómo se accede a los beneficios de las acciones adoptadas en el Plan de Igualdad.

El objetivo es lograr un acceso universal y un uso correcto de las mismas. En este sentido, una vez aprobado el Plan, se definirá una estrategia de comunicación que incluya:

A) La presentación del Plan o comunicación pública con los siguientes objetivos:

- Formalizar el inicio del Plan de Igualdad ante la plantilla.
- Permitir la identificación del Plan de Igualdad por parte de las personas involucradas.
- Poner a disposición de cualquier trabajador o trabajadora interesada, información general del Plan de Igualdad.
- Aportar visibilidad a la labor, en materia de gestión de recursos humanos, que la empresa está realizando para contribuir a la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres.

B) La comunicación continua de los avances conseguidos a medida que se realiza la ejecución con los siguientes fines:

- Generar información sobre la ejecución y utilizar las herramientas y canales adecuados para llegar a toda la plantilla (mujeres y hombres).
- Escuchar las valoraciones y percepciones de la plantilla sobre el proceso.
- Elaborar informes periódicos y distribuirlos entre las personas implicadas.
- Informar de los avances realizados y recoger valoraciones y propuestas de mejora.

El flujo permanente y en dos direcciones de la información permitirá ir adaptando el Plan a las necesidades emergentes.

Algunas herramientas de comunicación a utilizar son las enumeradas a continuación:

- Reuniones: Para mejorar la comunicación debe haber un orden del día claro, propuestas facilitadas por adelantado, buena moderación, capacidad de síntesis para centrarse en los puntos fundamentales, fomento de las intervenciones, registro de decisiones y resultados en las actas y circulación de las actas entre las partes.
- Canales de comunicación: El correo electrónico es el medio de comunicación principal por su rapidez, economía y facilidad de archivo. Además se puede recurrir al correo postal, el teléfono, las circulares, el boletín de empresa, el tablón de anuncios, la intranet, etc.
- Distribución de documentos: Usar listas de distribución y casillas de verificación para asegurar el correcto envío de documentos a todas las personas que corresponda. La Comisión de Igualdad como coordinadora del Plan debe estar en el centro de los procesos comunicativos del mismo para supervisar la circulación de la información.
- Imagen o logo: Es interesante disponer de una imagen de referencia para la identificación de documentos.

LA ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE IGUALDAD UNA VEZ SUPERADO SU PERIODO DE VIGENCIA

La finalización del periodo de ejecución del Plan de Igualdad previsto como primera programación de acuerdo a un periodo de vigencia inicial implica:

A) La elaboración un **informe final** con la siguiente información:

- Programa de trabajo y su ejecución final (eficacia de la acción).
- Presupuesto ejecutado.
- Incidencias o dificultades encontradas y soluciones emprendidas.
- Grado de satisfacción por parte de la plantilla.
- Lecciones aprendidas.
- Informe del control de los cambios acontecidos.
- Conclusiones y propuesta de mejora para el próximo periodo de programación del Plan.

B) La recogida de **pruebas documentales** pertinentes para adjuntar al informe final.

C) La puesta en marcha de un **Plan de transición** o de un **nuevo Plan** que facilite continuar ejecutando un Plan de Igualdad más avanzado para un nuevo periodo temporal de vigencia.

7.7. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE IGUALDAD EN LA EMPRESA

El seguimiento (observación continua de los avances del Plan) y la evaluación (proceso de valoración realizado al finalizar un periodo concreto) son procesos complementarios.

- El **seguimiento** supone la reflexión y el análisis continuado para verificar lo que se está realizando, asegurar el cumplimiento efectivo de las acciones y los objetivos previstos y detectar posibles problemas con el fin de proponer soluciones.
- La **evaluación** tiene como finalidad recoger los resultados del seguimiento, valorar el grado de eficacia y eficiencia en la obtención de los resultados perseguidos en un momento concreto de la ejecución (intermedia o final), así como la adecuación de las acciones realizadas hasta el momento y su contribución a la consecución de los objetivos propuestos. Es un proceso para obtener y analizar la información significativa sobre la que apoyar los juicios de valor sobre un objeto, un fenómeno o un proceso, como soporte para una eventual decisión sobre el mismo.

Ya en el diseño del Plan se ha de especificar cómo se va a realizar éste seguimiento y cuál va a ser la metodología a seguir. La Comisión de Igualdad en colaboración con el departamento de recursos humanos es quien normalmente se encarga de ejecutar el sistema de seguimiento y evaluación, contando siempre con el apoyo de la dirección y la participación activa de quienes han ejecutado alguna de las acciones del Plan o quienes se han beneficiado de ellas.

El **Anexo XIV** recoge las principales pautas para realizar el seguimiento y la evaluación del Plan de Igualdad.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Manual Metodológico para la implantación de Planes de Igualdad en la Región de Murcia. Instituto de la Mujer de la Región de Murcia. 2008.
- Guía para la elaboración y obtención del visado de Planes de Igualdad de las empresas de la Comunidad Valenciana. Conselleria de Benestar Social, Generalitat Valenciana. 2008.
- Orientaciones para Negociar Medidas y Planes de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres en las Empresas. Instituto de la Mujer (Ministerio de Igualdad). 2007.
- Manual para elaborar un Plan de Igualdad en la empresa. Aspectos básicos. Instituto de la Mujer.
- Guía para la implantación de un plan de igualdad en las pymes al amparo de la nueva ley de igualdad. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid. 2007.
- Guía de Desarrollo de Acciones Positivas en Empresas de Cantabria. Programa IDEM. 2005.

MODELO DE COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA CON LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

(Nombre de la empresa) declara su compromiso en el establecimiento y desarrollo de políticas que integren la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, sin discriminar directa o indirectamente por razón de sexo, así como en el impulso y fomento de medidas para conseguir la igualdad real en el seno de nuestra organización, estableciendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como un principio estratégico de nuestra Política Corporativa y de Recursos Humanos, de acuerdo con la definición de dicho principio que establece la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.

En todos y cada uno de los ámbitos en que se desarrolla la actividad de esta empresa, desde la selección a la promoción, pasando por la política salarial, la formación, las condiciones de trabajo y empleo, la salud laboral, la ordenación del tiempo de trabajo y la conciliación, asumimos el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, atendiendo de forma especial a la discriminación indirecta, entendiéndolo por ésta “La situación en que una disposición, criterio o práctica aparentemente neutros, pone a una persona de un sexo en desventaja particular respecto de personas del otro sexo”.

Respecto a la comunicación, tanto interna como externa, se informará de todas las decisiones que se adopten a este respecto y se proyectará una imagen de la empresa acorde con este principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Los principios enunciados se llevarán a la práctica a través de la implantación de un Plan de Igualdad que suponga mejoras respecto a la situación presente, arbitrándose los correspondientes sistemas de seguimiento, con la finalidad de avanzar en la consecución de la igualdad real entre mujeres y hombres en la empresa y por extensión, en el conjunto de la sociedad.

Para llevar a cabo este propósito se contará además de con la dirección, con la representación legal de los trabajadores y/o con una representación de la plantilla/, en el proceso de desarrollo y evaluación del Plan de Igualdad.

Firmado por la dirección a máximo nivel

Lugar y fecha

FICHA DE INFORMACIÓN BÁSICA DE LA EMPRESA

1. GUÍA PARA LA INTERPRETACIÓN DE LAS TABLAS

Esta primera ficha nos servirá para describir e identificar a la empresa recogiendo los datos generales de la misma.

2. LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LA CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LA CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa:	
<i>¿A qué sector económico pertenece la empresa? ¿Qué actividad desarrolla?</i>	
<i>¿Cuáles son los objetivos empresariales? –actividades, servicios, productos y mercados</i>	
<i>¿Qué tamaño o dimensión tiene?</i>	
<i>¿Qué facturación o volumen de negocio tiene?</i>	
<i>¿Cómo es su estructura organizativa?</i>	
<i>¿Se llevan a cabo procesos de calidad interna y externa? ¿Cuáles? ¿En qué consisten?</i>	
<i>¿Cuál es la imagen externa, que en materia de igualdad de oportunidades pretende dar la empresa?</i>	

MODELO “FICHA DE INFORMACIÓN BÁSICA DE LA EMPRESA”

1. DATOS DE CONTACTO	
Razón social	
NIF	
Domicilio social	
Forma jurídica (sociedad anónima, sociedad limitada, cooperativa, sociedad anónima laboral)	
Persona responsable de la entidad	
Nombre	
Cargo	
Teléfono	
Fax	
Email	
Persona responsable en temas de igualdad	
Nombre	
Cargo	
Teléfono	
Fax	
Email	

2. CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA		
2.A. ACTIVIDAD		
Sector	Agricultura / Ganadería / Pesca	
	Industria	
	Servicios	
	Comercio	
CNAE - Clasificación Nacional de Actividades Económicas		
Descripción de actividad - principales productos y servicios		
Mercado	Local	
	Autonómico	
	Estatad	
	Europeo	
	Internacional	

2.B. DIMENSIÓN

Personas trabajadoras	De 1 a 5	
	De 6 a 20	
	De 21 a 50	
	De 51 a 100	
	De 101 a 250	
	Más de 250	
	Personal ETT	
Facturación anual (€)	Hasta 500.000	
	De 500.000 a 1.000.000	
	De 1 a 10 millones	
	Más de 10 millones	

2.C. HISTORIA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Año de fundación		
Propiedad (indicar % de participación en la propiedad)	Socios trabajadores	
	Socias Trabajadoras	
	Socios trabajadores implicados en la gestión	
	Socias trabajadoras implicadas en la gestión	
	Socios capitalistas	
	Socias capitalistas	
	Capital público	
	Otra entidad	
Entidad propietaria		
Es una empresa familiar	Sí, es su generación nº	
	No	
Fusiones, compras o escisiones en los últimos 5 años (si es afirmativo describir)	Sí	
	No	

2.D. ORGANIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE PERSONAS

Dispone de departamento de personal o Recursos humanos	No	
	Sí	
Certificados o reconocimientos obtenidos (calidad, RSC...) Describir		
Representación sindical	No	
	Sí, nº de hombres	
	Sí, nº de mujeres	
	Sí, indicar nombre de sindicatos con representación	

2.D. ORGANIZACIÓN DEPARTAMENTAL DE LA EMPRESA

Departamentos (añadir filas si es necesario)

	Denominación
Departamento A	
Departamento B	
Departamento C	
Departamento D	

Centros de trabajo (añadir filas si es necesario)

Clave	Denominación
A	
B	
C	
D	

FICHA DE INFORMACIÓN SOBRE LA PLANTILLA

1. GUÍA PARA LA INTERPRETACIÓN DE LAS TABLAS

Dentro de una empresa, el examen de la organización de su plantilla será fiel reflejo de las relaciones de igualdad y/o las diferencias establecidas en la misma. Si la situación laboral de trabajadoras y trabajadores es diferente, significa que existen desequilibrios en la empresa. Las diferencias son indicadores de que pueden existir impedimentos para que mujeres y hombres participen por igual en la empresa.

El fin es observar e interpretar cuáles pueden ser las causas por las que la estructura de la plantilla está organizada de una manera concreta. Para definir estas causas, será necesario detectar el grado de **segregación**¹ tanto **vertical**² como **horizontal**³ existente en la empresa.

A partir de los datos que se reflejen en las tablas, una vez sistematizada la información, se podrá:

1. Analizar el número de personas que conforman la plantilla en la actualidad y cómo se organizan en la empresa. También se podrá hacer una comparativa de las cifras actuales con las de hace 4 años que permitirán contabilizar el número de altas y bajas producidas en la empresa durante los últimos años, para analizar el movimiento del personal en función del sexo de la persona.

2. Comprobar cómo se reparten mujeres y hombres los NIVELES DE RESPONSABILIDAD y poder en la empresa (segregación vertical).

3. Describir el grado de masculinización o feminización que caracteriza a cada DEPARTAMENTO, y, en su caso, justificar así la escasez de mujeres en alguno de ellos (segregación horizontal).

¹ **Segregación:** Estructuración del mercado de trabajo en diversos subgrupos diferenciados por niveles de organización, tecnología, productividad, ingresos y características de la fuerza de trabajo.

² **Segregación vertical:** Distribución no uniforme de mujeres y hombres en niveles diferentes de actividad. *Generalmente, la segregación vertical de la ocupación hace que las mujeres se concentren en puestos de trabajo de menor responsabilidad.*

³ **Segregación horizontal:** Distribución no uniforme de mujeres y hombres en un sector de actividad determinada. *Generalmente, la segregación horizontal de la ocupación hace que las mujeres se concentren en puestos de trabajo de sectores productivos caracterizados por una remuneración y un valor social inferiores y que son, en buena medida, una prolongación de las actividades realizadas en el ámbito doméstico.*

4. Observar la estadística resultante de la **EDAD DE LAS PERSONAS QUE CONFORMAN LA PLANTILLA**. Aunque no hay una edad determinada óptima para trabajar referente al género es posible que la distribución de edad de las personas refleje el grado de disposición de la empresa a contratar y tener en plantilla a mujeres en edad de plantearse la maternidad (de 25 a 39 años).
5. Analizar el **GRADO DE DIVERSIDAD** que existe en la empresa (personas inmigrantes y personas con discapacidad) y la representatividad que en estos colectivos tienen las mujeres y los hombres.
6. Realizar un cruce de variables con respecto al **NIVEL DE ESTUDIOS y NIVEL PROFESIONAL** que permitirá comprobar el nivel académico exigido para ocupar cada puesto de trabajo, al igual que las posibles discriminaciones que se puedan suscitar en función del sexo de la persona (nivel académico superior al puesto que se ejerce, grado de influencia del nivel académico en cuanto al puesto que se desempeña).

2. LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LA PLANTILLA

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LA PLANTILLA		
Nombre de la empresa:		
1. NIVELES DE RESPONSABILIDAD O CATEGORÍAS PROFESIONALES	<i>¿Existe concentración de personas de uno u otro sexo en determinados niveles jerárquicos?</i>	
	<i>¿Sería necesario adoptar medidas que facilitaran el acceso del sexo menos representado a determinadas categorías?</i>	
2. COMPOSICIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS	<i>¿Se da una distribución equilibrada entre mujeres y hombres en los diferentes departamentos/ centros de trabajo de la empresa?</i>	
	<i>¿Procedería tomar medidas orientadas a promover la presencia de mujeres en determinadas áreas o departamentos de la empresa?</i>	
3. EDAD DE LAS PERSONAS QUE CONFORMAN LA PLANTILLA	<i>¿Cuál es la edad media que tienen las trabajadoras de la empresa?, ¿y los trabajadores?</i>	
	<i>¿Existen diferencias significativas de edad entre mujeres y hombres?</i>	
	<i>¿Qué proporción de mujeres en la plantilla es mayor de 50 años?, ¿y que proporción de mujeres es menor de 30 años?</i>	
4. DIVERSIDAD DE LA PLANTILLA	<i>¿Qué proporción de personas en la plantilla son inmigrantes?, ¿y que proporción son discapacitadas? De las personas inmigrantes ¿qué proporción son mujeres? De las personas discapacitadas ¿qué proporción son mujeres?</i>	
5. DISTRIBUCIÓN POR NIVEL PROFESIONAL Y DE ESTUDIOS	<i>¿Qué nivel de estudios tienen la mayoría de las trabajadoras?, ¿y de los trabajadores?</i>	
	<i>¿Existen diferencias entre el nivel de estudios de uno y otro sexo?</i>	
	<i>¿Cuántas mujeres y hombres sin cualificación hay en la empresa?</i>	
	<i>¿Qué relación existe entre nivel de estudios y categoría profesional?</i>	
	<i>¿Se han detectado situaciones de “sobrecualificación” entre el personal de uno u otro sexo?</i>	
	<i>¿Qué porcentaje de la plantilla que tiene estudios universitarios son mujeres?, ¿y hombres?</i>	
	<i>¿Habría que realizar programas de formación continua y reciclaje para algunas personas de la empresa?</i>	

MODELO “FICHA DE INFORMACIÓN SOBRE LA PLANTILLA”

1. NIVELES DE RESPONSABILIDAD O CATEGORÍAS PROFESIONALES

Cargos de responsabilidad	HOY		HACE 4 AÑOS	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Máximo cargo				
Puestos directivos				
Mandos intermedios				
Subtotal cargos de responsabilidad				
Cargos de sin responsabilidad - detallar por puestos	HOY		HACE 4 AÑOS	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Personal administrativo				
Personal técnico				
Personal operario o no cualificado				
Subtotal cargos sin puesto de responsabilidad				
TOTAL PLANTILLA				

Cargos de responsabilidad: engloba a máximo cargo, puestos directivos y mandos intermedios

Puestos directivos: personas a cargo del Dpto. Financiero, comercial, RRHH, producción...

Mandos intermedios: personas dependientes de los puestos directivos, y que tienen a su cargo equipos de personas.

Puestos de trabajo: la tabla proporciona 3 tipos de puestos de trabajo genéricos,. sin embargo, se recomienda modificarlos para que coincidan con la tipología de puestos de trabajo de cada empresa.

2. COMPOSICIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS

DENOMINACIÓN DEL DEPARTAMENTO	HOY		HACE 4 AÑOS	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Total				

3. EDAD DE LAS PERSONAS QUE CONFORMAN LA PLANTILLA

Edad	MUJERES	HOMBRES
Menos de 20		
De 20 a 24		
De 25 a 29		
De 30 a 34		
De 35 a 39		
De 40 a 44		
De 45 a 49		
De 50 a 54		
Más de 55		
Total		

4. DIVERSIDAD DE LA PLANTILLA

DENOMINACIÓN DEL DEPARTAMENTO	INMIGRANTES		CON DISCAPACIDAD	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Total				

5. DISTRIBUCIÓN POR NIVEL PROFESIONAL Y DE ESTUDIOS

NIVEL PROFESIONAL	MUJERES			
	SIN ESTUDIOS	PRIMARIOS	SECUNDARIO (1)	UNIVERSITA
Cargos de responsabilidad				
Máximo cargo				
Puestos directivos				
Mandos intermedios				
Cargos sin puesto de responsabilidad				
Personal administrativo				
Personal técnico				
Personal operario o no cualificado				
TOTAL MUJERES				

5. DISTRIBUCIÓN POR NIVEL PROFESIONAL Y DE ESTUDIOS				
HOMBRES				
NIVEL PROFESIONAL	SIN ESTUDIOS	PRIMARIOS	SECUNDARIO (1)	UNIVERSITA
Cargos de responsabilidad				
Máximo cargo				
Puestos directivos				
Mandos intermedios				
Cargos sin puesto de responsabilidad				
Personal administrativo				
Personal técnico				
Personal operario o no cualificado				
TOTAL HOMBRES				

(1) incluye: Bachillerato, BUP, COU, FP, módulos profesionales, etc.

FICHA DE INFORMACIÓN SOBRE GESTIÓN DE PERSONAL

1. GUÍA PARA LA INTERPRETACIÓN DE LAS TABLAS

A partir de los datos que se reflejen en las tablas, una vez sistematizada la información, se analizarán los siguientes aspectos:

1. PROCESOS DE CAPTACIÓN, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN. garantizar que no existan discriminaciones en estos procesos y que se ofrezcan iguales oportunidades a ambos sexos en el acceso a los puestos de trabajo vacantes en la empresa es una de las claves de una política efectiva de igualdad de oportunidades.

En la presente ficha se facilita una herramienta para la recogida de datos objetivos y cuantitativos referidos a la descripción de los últimos cinco procesos de reclutamiento y selección que hayan tenido lugar en la empresa. Es probable que haya empresas que no tengan estos datos fácilmente identificables ya que es indudable que, a diferencia de lo que ocurre en otros ámbitos, como las características de la plantilla, resulta difícil disponer de información cuantitativa en lo que respecta a estos procesos. Por este motivo, proponemos otras preguntas, complementarias o alternativas, que habrá que cumplimentar mediante información recogida por técnicas más cualitativas de observación o entrevista.

2. RECONOCIMIENTO PROFESIONAL Y PROMOCIÓN. Resulta prioritario recoger información sobre las personas que han ascendido de categoría dentro de la empresa durante, al menos los dos últimos años. El análisis detallado de las promociones puede ser de utilidad para detectar hasta qué punto existen iguales oportunidades para mujeres y hombres en la empresa, en los distintos departamentos y en cada una de las categorías profesionales.

3. OPORTUNIDADES DE DESARROLLO PROFESIONAL A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN. Constituye un importante aspecto a analizar dentro del apartado de la gestión de recursos humanos ya que determinará en gran medida, que tanto las trabajadoras como los trabajadores optarán, con las mismas oportunidades, a los cursos formativos que les permitan en un futuro acceder a los mismos puestos de trabajo y a los mismos niveles de responsabilidad.

2. LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LA GESTIÓN DE PERSONAL

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LA GESTIÓN DE PERSONAL		
Nombre de la empresa:		
1. PROCESOS DE CAPTACIÓN, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN	<i>¿Está previsto incorporar personal a corto, medio o largo plazo?, ¿en qué categorías profesionales?, ¿en qué puestos de trabajo?</i>	
	<i>En el caso de que las vacantes previstas sean puestos con menos representación de mujeres, ¿qué medidas se podrían tomar para fomentar la contratación de las mismas en estos puestos?</i>	
	<i>¿Qué características son valoradas en las candidaturas que desean incorporarse a la empresa?</i>	
	<i>¿Alguno de los criterios son cualidades típicamente masculinas?</i>	
	<i>¿Se publicitan las ofertas de trabajo a través de canales que llegan de igual forma a ambos sexos?</i>	
	<i>En la descripción de los perfiles profesionales, ¿solo se tienen en cuenta requerimientos objetivos para desempeñar adecuadamente el puesto de trabajo?</i>	
	<i>En el proceso de selección, las solicitudes de empleo, las técnicas y guiones de entrevista, las pruebas profesionales y psicotécnicas, la composición de los equipos de selección de personal ¿garantizan la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres a lo largo de todo el proceso de selección?</i>	
	<i>¿Se cuida que el lenguaje utilizado en las ofertas de empleo no excluya a personas de uno u otro sexo?</i>	
	<i>¿Se anima a las mujeres a presentar sus candidaturas para empleos en las que se encuentran menos representadas?</i>	
	<i>¿Sería necesario tomar medidas que aseguraran la adecuación de las ofertas de empleo a los principios de la igualdad de oportunidades?</i>	
	<i>¿Es preciso formar a las personas responsables de la selección de personal para evitar posibles discriminaciones en los procesos de selección?</i>	
2. RECONOCIMIENTO PROFESIONAL Y PROMOCIÓN	<i>¿Existen diferencias entre mujeres y hombres en cuanto al acceso a la promoción?</i>	
	<i>Si estas diferencias existen, ¿qué medidas se deberían tomar para evitarlas?</i>	

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LA GESTIÓN DE PERSONAL

	¿Las mujeres acceden a cargos directivos en igual proporción que los hombres?, ¿y a cargos intermedios en los departamentos?	
	¿Intervienen mujeres en los equipos encargados de realizar la evaluación de personal?	
	¿Qué criterios son utilizados para evaluar el rendimiento del personal y planificar las carreras profesionales?	
	¿Alguno de estos criterios podrían ser un obstáculo para que las mujeres asciendan de categoría en la empresa?	
	¿Sería recomendable formar al personal responsable de decidir quienes son promocionables para evitar posibles sesgos por razón de sexo?	
	En la planificación de carreras profesionales, ¿se tienen en cuenta la adopción de medidas que permitan al personal compatibilizar sus nuevas responsabilidades profesionales con sus obligaciones familiares?	
	¿Es necesario desarrollar acciones destinadas a fomentar el ascenso de las mujeres a puestos de responsabilidad dentro de la empresa?	
3. OPORTUNIDADES DE DESARROLLO PROFESIONAL A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN	¿Se observan diferencias significativas en el número de cursos realizados por el personal de uno y otro sexo?	
	¿Se publicitan los cursos de formación a través de canales de información que lleguen por igual a todo el personal?	
	¿Existen diferencias en el acceso a cursos de formación externa (masters, postgrados, cursos especializados, etc.) financiados por la empresa para uno y otro sexo?	
	¿Existen diferencias significativas en el contenido de la formación recibida por mujeres y hombres?, ¿y en los objetivos perseguidos por dicha formación?	
	La política de formación de la empresa ¿garantiza la igualdad de oportunidades?	
	Los criterios utilizados para decidir la participación del personal en actividades formativas ¿favorecen o limitan la participación de mujeres?	
	¿Se realizan cursos de formación en horario extralaboral?, ¿y en lugares alejados al centro de trabajo? ¿Sería recomendable tomar medidas que permitieran compatibilizar la participación en cursos de formación con las responsabilidades familiares del personal?	
	Si existen diferencias en la participación de hombres y mujeres en la formación ¿a qué podrían deberse estas diferencias? ¿Podría resultar de utilidad tomar medidas destinadas a facilitar la participación de las trabajadoras en los cursos de formación de la empresa?	

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LA GESTIÓN DE PERSONAL

¿Sería aconsejable tomar medidas para fomentar el acceso de las mujeres a la formación en aquellas áreas que tradicionalmente han estado reservadas a los hombres?

En cuanto a la detección de necesidades formativas y a la planificación de la formación, ¿sería necesario impartir cursos de formación específica para mujeres?

¿Sobre qué temática deberían tratar dichos cursos (formación básica, formación para directivas, asertividad, técnicas de comunicación, autoimagen profesional, etc.)?

MODELO “FICHA DE INFORMACIÓN SOBRE GESTIÓN DE PERSONAL”

1. CAPTACIÓN, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

1.A. Nivel de contratación de mujeres y hombres

Nº DE CONTRATACIONES REALIZADAS EN EL AÑO ANTERIOR	HOMBRES	MUJERES
	HOMBRES %	MUJERES %
Nº DE CONTRATACIONES REALIZADAS EN EL AÑO ACTUAL	HOMBRES	MUJERES
	HOMBRES %	MUJERES %

1.B. Procesos de captación y selección de cargos de responsabilidad (datos cuantitativos)

Se analizarán los 4 últimos procesos realizados	CARGOS DE RESPONSABILIDAD	PROCESO 1		PROCESO 2		PROCESO 3		PROCESO 4	
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
	Fecha								
	Puesto								
	Búsqueda específica de candidaturas de mujeres								
Anuncios (1)	Mención expresa a mujeres / hombres								
	Contenido no sexista								
	Contenido sexista								
	Candidaturas recibidas	MUJ	HOM	MUJ	HOM	MUJ	HOM	MUJ	HOM
	Por anuncios								
	Por contactos								
	Por servicio de empleo								
	De la organización								
	Otros								
	Total Recibidas								
Candidaturas preseleccionadas para las pruebas	MUJ	HOM	MUJ	HOM	MUJ	HOM	MUJ	HOM	
Prueba 1									
Prueba 2									
Prueba 3									
	Personas contratadas								
	Personas responsables de la selección								
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
	¿Se contrató a la(s) persona(s) que presenta(n) candidatura a través de contactos?								

1.C. Procesos de captación y selección - puestos con mayoría hombres (datos cuantitativos)

Se analizarán los 4 últimos procesos realizados	CARGOS DE RESPONSABILIDAD	PROCESO 1		PROCESO 2		PROCESO 3		PROCESO 4	
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
Anuncios (1)	Búsqueda específica de candidaturas de mujeres								
	Mención expresa a mujeres / hombres								
	Contenido no sexista								
	Contenido sexista								
	Candidaturas recibidas	MUJ	HOM	MUJ	HOM	MUJ	HOM	MUJ	HOM
	Por anuncios								
	Por contactos								
	Por servicio de empleo								
	De la organización								
	Otros								
	Total Recibidas								
	Candidaturas preseleccionadas para las pruebas								
Prueba 1									
Prueba 2									
Prueba 3									
	Personas contratadas								
	Responsables de la selección								
	¿Se contrató a la(s) persona(s) que presenta(n) candidatura a través de contactos?								
	[1] Ejemplos: Mención expresa: inclusión de comentarios del tipo "Se valorarán indistintamente las candidaturas de mujeres y hombres" o "Nuestra empresa está comprometida con la Igualdad"; No sexista: "Profesor / Profesora"; Sexista: "Profesor"								

1.D. Criterios de realización de la captación y selección (cualitativos)

Se analizarán los 4 últimos procesos realizados	SÍ	NO
Criterios establecidos por la dirección o el departamento de RRHH		
Criterios establecidos por cada departamento		
No existen criterios. Cada persona responsable fija los suyos propios		

1.E. Competencia y saber hacer de las personas seleccionadoras

Personas encargadas de realizar la selección	SÍ	NO
Personal directivo		
Equipo de recursos humanos		
Responsables de los departamentos		
Equipo externo a la empresa		
Otros		

1.F. Pruebas de selección aplicadas para cubrir puestos vacantes		
	SÍ	NO
Se procura que el grupo de personas encargadas de realizar la selección sea mixto		
Las personas encargadas de la selección tienen formación en igualdad de oportunidades		
Entrevista personal		
Test psicotécnicos		
Por autocandidatura		
Equipo externo a la empresa		
Las preguntas utilizadas en la entrevista son similares para mujeres que para hombres		
1.G. Selección y contratación		
Cuáles son las respuestas a las siguientes cuestiones...	SÍ	NO
Llegan más currícula de hombres que de mujeres		
Llegan más currícula de mujeres que de hombres		
Reciben número similar de currícula de mujeres que de hombres		
Los hombres superan con mayor facilidad el proceso de selección		
Las mujeres superan con mayor facilidad el proceso de selección		
Tanto hombres como mujeres superan con la misma facilidad o dificultad el proceso de selección		
Los hombres se ajustan más a las condiciones laborales que ofrece la empresa		
Las mujeres se ajustan más a las condiciones laborales que ofrece la empresa		
Hombres y mujeres no necesitan un comportamiento especial para adaptarse a las condiciones laborales que ofrece la empresa		
La selección de mujeres y hombres está equilibrada		
Se seleccionan más mujeres que hombres		
Se seleccionan más hombres que mujeres		
1.H. Canales y contenido de la comunicación utilizada para dar a conocer las ofertas de empleo		
	SÍ	NO
Prensa		
Comunicación interna de la empresa: boletín, revista, tablón de anuncios, intranet		
La empresa se asegura que la información llegue por igual a todos los miembros de la plantilla (sin distinción de sexo) para cualquier puesto ofertado		
Se utilizan imágenes no sexistas en la información		
Se utiliza lenguaje no sexista		

2. RECONOCIMIENTO PROFESIONAL Y PROMOCIÓN

Nº DE PERSONAS QUE HAN ASCENDIDO DE NIVEL	PLANTILLA	MUJERES		HOMBRES	
		Total	%	Total	%
En el último año					
En el año anterior					
Hace dos años					
Hace tres años					
Nº DE PERSONAS QUE EL ÚLTIMO AÑO HAN ASCENDIDO DE CATEGORÍA PROFESIONAL					
Nivel directivo					
Nivel técnico					
Nivel administrativo					
Nivel operario					
Nº DE PERSONAS QUE HAN ASCENDIDO POR DEPARTAMENTOS					
Departamento A					
Departamento B					
Departamento C					
....					

3. OPORTUNIDADES DE DESARROLLO PROFESIONAL

Datos para el último ejercicio	1		2		3		4	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Personas que cumplen con los requisitos de participación								
Personas que la solicitan								
Personas seleccionadas								

Clave	Descripción
1	Formación para la promoción: masters, planes de desarrollo profesional, cursos de especialización, seminarios, congresos...
2	Grupos de trabajo internos: grupos de calidad, negociación colectiva, proyectos internos...
3	Presencia comercial o técnica, en clientes o medios de comunicación.
4	Grupos de trabajo externos con socios, en proyectos, asociaciones, eventos internacionales, etc.

4. FORMACIÓN

Nº DE PERSONAS QUE HAN RECIBIDO FORMACIÓN	PLANTILLA	MUJERES		HOMBRES	
		Total	%	Total	%
En el último año					
En el año anterior					
Nº de horas dedicadas a la formación en el último año/persona					
Nº de horas dedicadas a la formación durante la jornada de trabajo					
Nº de horas dedicadas a la formación fuera de la jornada de trabajo					
CURSOS REALIZADOS EL ÚLTIMO AÑO Y PERSONAS QUE HAN PARTICIPADO (Indicar el nombre del curso)					
Curso 1					
Curso 2					
Curso 3					
Curso 4					
Curso 5					
Curso 6					
Curso 7					
Nº DE PERSONAS QUE HAN RECIBIDO AYUDA PARA ASISTIR A CURSOS DE FORMACIÓN EXTERNA (MASTERS, POSTGRADOS, ETC.)					
Nº DE PERSONAS PARTICIPANTES EN PLANES DE DESARROLLO PROFESIONAL					
Nº DE PERSONAS QUE RECIBEN FORMACIÓN EN COMPETENCIAS CLAVE (INFORMÁTICA, GESTIÓN DE TIEMPO, LIDERAZGO...)					

FICHA DE INFORMACIÓN SOBRE CONDICIONES LABORALES

1. GUÍA PARA LA INTERPRETACIÓN DE LAS TABLAS

A partir de los datos sistematizados en las tablas, se analizarán los siguientes aspectos:

1. GRADO DE ESTABILIDAD LABORAL que tienen las mujeres y los hombres de la empresa de acuerdo al **TIPO DE JORNADA Y/O CONTRATO**. Es interesante revisar el tipo de contratos y quién disfruta en mayor medida de ellos (mujeres u hombres) puesto que existen diferencias notables entre los salarios asignados a los contratos temporales y aquellos asignados a los indefinidos, siendo los de los primeros inferiores a los de los segundos. Suele ser habitual un predominio de mujeres con contrato de tipo temporal, lo que también puede explicarse como una de las causas para la desigualdad retributiva. También se analizará la duración de la jornada (completa y parcial) y cómo éstas se distribuyen entre mujeres y hombres.

2. HORARIOS Y ORGANIZACIÓN DE LA JORNADA. Si las mujeres tienen en mayor medida que los hombres jornada continuada puede ser debido a múltiples factores: están contratadas en mayor proporción a tiempo parcial; están haciendo uso en mayor medida del derecho a la reducción de jornada por cuidado de personas dependientes; son contratadas para determinados puestos de trabajo... En relación a las posibles consecuencias se deberá valorar si esta “ventaja” en el tipo de jornada, tiene consecuencias en relación a las posibilidades de promoción, en los niveles salariales, en el acceso a determinados incentivos y/o beneficios sociales, etc. realizados en jornada continua.

3. POLÍTICA RETRIBUTIVA -salario en dinero y especie. La política retributiva de una organización es el conjunto de criterios utilizados para determinar los salarios de las personas que trabajan en ella. Y si ésta es igualitaria implica la inexistencia de diferencias salariales a la hora de retribuir el trabajo de mujeres y hombres. Es decir, un mismo trabajo o un trabajo de igual valor debe ser retribuido igual para hombres y mujeres. A la hora de analizar es importante ver qué factores influyen en la retribución: la temporalidad en la contratación, las jornadas de trabajo, la antigüedad, las categorías profesionales, la segregación horizontal, la formación académica...

4. SEGURIDAD, SALUD Y EQUIPAMIENTOS. En este apartado se analizarán las instalaciones y recursos que la empresa dedica para individualizar la atención a hombres y mujeres de acuerdo con sus necesidades específicas: vestuarios, servicios, uniforme, atención a la salud laboral de mujeres y hombres y minimización de los riesgos de enfermedades y accidentes laborales.

5. CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL. Con el análisis de la información recogida en este apartado se trata de identificar si existen problemas en materia de conciliación en la empresa (tanto para hombres como para mujeres) y si la solución a los mismos es una prioridad para la empresa puesto que ya se han creado medidas de

conciliación para solventarlos (mejora de la Ley en cuanto a permisos, servicios de apoyo, flexibilidad de tiempo y espacio de trabajo, horarios y jornadas). También se ha de analizar si éstas van dirigidas a hombres, mujeres o a ambos sin distinción. Por otro lado, se debe estudiar la existencia de medidas de vinculación entre la empresa y las personas que están fuera por motivos de excedencia o aquellas personas que tienen jornada reducida. Si los datos constatan diferencias significativas entre hombres y mujeres en relación a los elementos analizados se debe intentar esclarecer, de una parte, los motivos de estas diferencias y, de otra, las consecuencias que de ellas se derivan.

6. COMUNICACIÓN INTERNA como un instrumento indispensable para generar confianza en la organización, dar homogeneidad a la actuación de todas las personas de la empresa y, potenciar sus resultados. Es importante revisar la perspectiva de género en la comunicación interna, y estudiar si el lenguaje y las imágenes utilizadas en la empresa para la producción de documentación son incluyentes y no sexistas. Además, como segundo elemento de la comunicación, se encuentra el análisis de la sensibilización de la empresa y sus empleados y empleadas en materia de igualdad.

7. PREVENCIÓN DEL ACOSO SEXUAL Y EL ACOSO POR RAZÓN DE SEXO. La Ley de igualdad define en su artículo 7 el acoso sexual como *“cualquier comportamiento, verbal o físico, de naturaleza sexual que tenga el propósito o produzca el efecto de atentar contra la dignidad de una persona, en particular cuando se crea un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo”* y considera acoso por razón de sexo *“cualquier comportamiento realizado en función del sexo de una persona, con el propósito o el efecto de atentar contra su dignidad y de crear un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo”*. Asimismo, la Ley requiere de manera explícita la aplicación de medidas específicas para prevenir el acoso sexual y el acoso por razón de sexo en el trabajo y los procedimientos específicos para dar cauce a las denuncias o reclamaciones que puedan formular quienes hayan sido objeto del mismo.

La atención explícita a esta Ley implica para las empresas definir medidas y estrategias que eliminen las conductas contrarias a la dignidad de las personas y principalmente a las mujeres puesto que son ellas las que suelen ser las víctimas de este tipo de actos producidos en el lugar de trabajo.

Recogiendo información relativa a este apartado se podrá conocer si existe ya una política en la empresa o algunas acciones concretas dirigidas a evitar situaciones de acoso sexual en el trabajo o acoso por razón de sexo como las enumeradas anteriormente.

¹ **Lenguaje no sexista:** El lenguaje e imágenes que usa una organización para comunicarse incluye y visibiliza a ambos sexos, valora por igual a hombres y mujeres, eliminando vocablos generalistas en masculino que pretendidamente incluyen a las mujeres.

2. LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LAS CONDICIONES LABORALES

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LAS CONDICIONES LABORALES		
Nombre de la empresa:		
1. TIPO DE JORNADA Y CONTRATO	¿Qué porcentaje de la plantilla representan las mujeres con contratos indefinidos?, ¿y con contratos a tiempo parcial?	
	¿Existen diferencias significativas en las condiciones contractuales de las mujeres y los hombres?	
2. HORARIOS Y ORGANIZACIÓN LA JORNADA	¿Existe la misma flexibilidad para mujeres que para hombres? ¿Existe posibilidad de organizar la jornada en función de las necesidades de cada cual? ¿Existe alguna consecuencia negativa para quienes disfrutan de jornadas distintas?	
3. POLÍTICA RETRIBUTIVA	¿Cuál es el salario medio de las mujeres que trabajan en la empresa?, ¿y el de los hombres?	
	¿Existen diferencias salariales significativas entre ambos sexos en los mismos niveles profesionales?	
	¿Existen diferencias en la retribución en especie entre ambos sexos?	
	Si existen estas diferencias salariales, ¿a qué responden?, ¿tienen relación con las capacidades y cualificaciones requeridas para el desarrollo del puesto de trabajo?	
	¿Cuáles son los criterios utilizados para establecer los aumentos salariales? ¿Y para la distribución de incentivos?	
	¿En qué ocasiones se obtienen beneficios no salariales (coche, piso, etc.)?	
	¿Se garantiza en la empresa el cumplimiento del principio de "igual salario por trabajo de igual valor"?	
¿Sería necesario establecer mecanismos para asegurar la igualdad salarial entre mujeres y hombres?		
4. SEGURIDAD, SALUD Y EQUIPAMENTOS	¿Existe consideración específica de riesgos relacionados con el embarazo?	

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LAS CONDICIONES LABORALES

	¿Existe un plan de riesgos laborales teniendo en cuenta las especificidades de hombres y mujeres?	
	¿Existe adaptación del mobiliario y de las normas sobre “formas de trabajo” que mejoran la salud laboral de personas que trabajan de pie o en atención al público?	
	¿Se adecua el uniforme según las necesidades de las mujeres y de los hombres? Patronaje acorde con el sexo, capacidad de elección...	
3. CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR	¿Cuántas personas en la plantilla tienen hijas e hijos?, ¿y cuántas tienen otras personas a cargo?	
	¿La empresa se ha implicado activamente en la búsqueda y/o puesta en práctica de mecanismos de conciliación de la vida laboral, familiar y personal que faciliten la gestión de los tiempos por parte de las personas? Es decir, ¿Existen medidas para la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de trabajadoras y trabajadores?	
	En la práctica diaria ¿se hacen efectivos los derechos de conciliación marcados por Ley sin problemas por parte de la empresa?	
	¿Existen mejoras en relación a los derechos contemplados en la Ley de Igualdad en materia de conciliación? Si es así, ¿qué mejoras son y que persiguen?	
	¿Las medidas de conciliación de la empresa son comunicadas adecuadamente a la plantilla? (Ver tabla 6.B. Comunicación transparente)	
	¿Quiénes utiliza en mayor grado las medidas de conciliación ofertadas por la empresa, hombres o mujeres?	
	¿Sería recomendable establecer acciones para facilitar la conciliación entre el trabajo, la familia y la vida personal para estas personas?	
	¿Se podrían proponer nuevas medidas de conciliación o fortalecer las ya existentes?	
6. COMUNICACIÓN	¿Existe una política de comunicación interna en la empresa?	
	¿Qué tipo de información formal referida tanto a las condiciones laborales como al propio negocio en sí, circula en la empresa?	
	¿Se asegura que la información llega por igual a mujeres y a hombres?	

LISTA DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA Y GUÍA FACILITADORA DE CONCLUSIONES SOBRE LAS CONDICIONES LABORALES

	¿Se utiliza un lenguaje no sexista en las comunicaciones? –imágenes y lenguaje escrito	
	¿Mujeres y hombres participan por igual en acciones de sensibilización en materia de igualdad y corresponsabilidad?	
	Si participan menos hombres, ¿cómo se podría mejorar su implicación?	
7. PREVENCIÓN DEL ACOSO SEXUAL Y ACOSO POR RAZÓN DE SEXO	¿Existe alguna regulación o actuación en la empresa para la prevención y eliminación de acoso sexual o por razón de sexo en el lugar de trabajo?	
	¿Cuál es el proceso de denuncia? ¿Existe una figura mediadora a la que recurrir?	
	¿Qué penalización tiene el acoso sexual detectado?	

MODELO “FICHA DE INFORMACIÓN SOBRE CONDICIONES LABORALES”

1. TIPO DE JORNADA Y CONTRATO

JORNADA	CONTRATO	MUJERES	HOMBRES
Completa	Indefinido		
	Fijo discontinuo		
	Temporal		
	Subtotal		
Parcial	Indefinido		
	Fijo discontinuo		
	Temporal		
	Subtotal		
Empresa de trabajo temporal E.T.T.			
TOTAL			

2. HORARIOS

HORARIOS	INDICAR HORA DE	
	ENTRADA	SALIDA
DIAS LABORABLES		
SÁBADOS		
FESTIVOS		
PAUSA PARA COMER		
	SÍ	NO
OFRECE SERVICIO ATENCIÓN AL CLIENTE 24 H.		
ORGANIZACIÓN DE LA JORNADA		
JORNADA CONTINUA FIJA		
JORNADA PARTIDA FIJA		
TURNOS ROTATIVOS		
OTROS HORARIOS NO FIJOS		

3. POLÍTICA RETRIBUTIVA

3.A. SALARIO MEDIO	(MILES DE €)	
	MUJERES	HOMBRES
Cargos de responsabilidad		
Máximo cargo		
Puestos directivos		
Mandos intermedios		
Cargos sin puesto de responsabilidad		
Personal administrativo		
Personal técnico		
Personal operario o no cualificado		
Calcular, para cada puesto y sexo, el salario medio del último ejercicio, incluyendo complementos, variable y valoración de retribución en especie (ver tabla siguiente).		

3.B. VALORACIÓN DE RETRIBUCIÓN EN ESPECIE, AL AÑO

	MUJERES	HOMBRES
Coche de empresa		
Parking		
Seguro médico		
Vivienda		
Tickets restaurante		
Planes de pensiones		
Viajes de incentivos		

4. SEGURIDAD, SALUD Y EQUIPAMENTOS

4.A. SEGURIDAD Y SALUD

	Sí	No
Hay una consideración específica de riesgos relacionados con el embarazo		
Dispone de un protocolo para casos de acoso sexual y/o acoso por razón de sexo (ver información complementaria en el punto 7 específico para ello) y/o acoso moral		
Existe un plan de riesgos laborales elaborado teniendo en cuenta la perspectiva de género		
Describir cómo se han hecho cada uno de los planes o protocolos		
Detallar medidas específicas de los mismos		

4.B. EQUIPAMENTOS

	% MUJERES	% HOMBRES
Vestuarios adecuados		
Aseos o servicios adecuados		
Ergonomía adecuada de herramientas de trabajo		
Medidas de seguridad adaptadas, acordes al puesto (especificar)		

(*) indicar porcentaje de personas (mujeres/hombres) que, necesítandolo, disponen efectivamente de equipamiento adecuado

4.C. UNIFORME (SÓLO SI EXISTE)

	Sí	No
Patronaje acorde al sexo		
Patronaje embarazada		
Capacidad de elección (falda o pantalón)		

5. CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL

5.A. RESPONSABILIDADES FAMILIARES

MUJERES

HOMBRES

Personas con hijos/as a cargo

Edad del hijo/a menor

< 3 años

De 3 a 8

De 9 a 16

> 16

Algún hijo/a con discapacidad o persona mayor que necesite cuidados

5.B. MEDIDAS DE CONCILIACIÓN Y FLEXIBILIZACIÓN DEL TIEMPO Y ESPACIO DE TRABAJO

(datos del último ejercicio)

PERS. EN SITUACIÓN DE ACOGERSE

PERS. QUE EFECTIVAMENTE SE ACOGEN

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

MUJERES

HOMBRES

MUJERES

HOMBRES

Permiso de paternidad

Permiso de maternidad (a partir de la 6ª semana)

Permiso de lactancia

Reducción de jornada por guarda legal (menores de 8 años)

Excedencia por cuidado de menores

Excedencia por cuidado de familiares dependientes (*)

TOTAL

SERVICIOS DE APOYO A LA CONCILIACIÓN

MUJERES

HOMBRES

MUJERES

HOMBRES

Guardería

Comedor

Transporte colectivo

TOTAL

FLEXIBILIDAD DE TIEMPO Y ESPACIO DE TRABAJO

MUJERES

HOMBRES

MUJERES

HOMBRES

Flexibilidad de entrada y de salida

Flexibilidad de horario negociada

Reducción de jornada por motivos personales

Excedencia remunerada por motivos personales

Excedencia no remunerada por motivos personales

Teletrabajo

Acercamiento al lugar de residencia

TOTAL

MEDIDAS DIRIGIDAS A MANTENER LA VINCULACIÓN ENTRE LA EMPRESA Y LAS PERSONAS CON EXCEDENCIAS O CON PERMISOS DE MATERNIDAD/PATERNIDAD

Sí

No

Envío de circulares informativas, actas, memorandos...

Mantenimiento de las condiciones y atribuciones del puesto

Convocatorias de formación

Consulta en decisiones que pueden afectarles

MEDIDAS DIRIGIDAS A MANTENER LA VINCULACIÓN ENTRE LA EMPRESA Y LAS PERSONAS CON REDUCCIONES DE JORNADA

	Sí	No
Reuniones en horario coincidente		
Mantenimiento de las condiciones y atribuciones del puesto		

6. COMUNICACIÓN

6.A. COMUNICACIÓN INTERNA

Analizar documentos correspondientes a: *última circular interna, 1 manual de procedimiento, 1 nota o cartel informativo, el convenio, manual de bienvenida y tarjetas de visita* y **contabilizar en cuántos de ellos se dan las siguientes situaciones:**

Nº total de documentos analizados	Promoción Igualdad	Uso no sexista lenguaje	Uso sexista lenguaje	Imágenes sexistas	Situaciones sexistas

6.B. COMUNICACIÓN TRANSPARENTE

Indicar si la información referida a los siguientes aspectos es comunicada a través de canales formales (*)

	Sí	No	INDICAR CANAL
Planes de igualdad y/o conciliación			
Actuaciones de la empresa y/o legislación que beneficia a la plantilla			
Estrategia de la empresa, resultados			
Formación ofertada			
Desarrollo de nuevos productos / servicios			
Oportunidades de promoción			

(*) La informalidad de los canales de comunicación hace que se produzcan asimetrías en la recepción de información, pudiendo causar desigualdades.

6.C. PARTICIPACIÓN EN ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN EN IGUALDAD Y CORRESPONSABILIDAD

Acciones (charlas, cursos, jornadas o talleres en materia de igualdad y/o conciliación) realizadas durante los últimos 2 años. Indicar acciones	PERSONAL RESPONSABLE		REPRESENTANTES PLANTILLA		RESTO PLANTILLA		MEDIA DE HORAS/ PERSONA
	MUJ	HOM	MUJ	HOM	MUJ	HOM	
Circulares internas, intranet, folletos, carteles	Enumerar documentos y personas destinatarias						

7. PREVENCIÓN DEL ACOSO SEXUAL Y EL ACOSO POR RAZÓN DE SEXO

Acciones realizadas durante los últimos 2 años	Sí	No
Declaración de principios con el objetivo de mostrar al personal el compromiso de la empresa para eliminar el acoso sexual		
Realización de campañas informativas o acciones de formación dirigidas a evitar situaciones de acoso sexual o por razón de sexo		
Circulares internas, intranet, folletos, carteles dirigidos a evitar situaciones de acoso sexual o por razón de sexo		
Elaboración y difusión de un código de conducta o protocolo de actuación para prevenir el acoso sexual o acoso por razón de sexo y acciones reactivas a situaciones de acoso efectivamente demostradas		
Creación de una figura mediadora a la que se pueda recurrir en caso de considerar que una conducta no es apropiada y podría ser objeto de un futuro conflicto		
Mención al acoso sexual en el convenio colectivo y tipificado como falta grave		

FICHA DE DIAGNÓSTICO EXTERNO DE LA EMPRESA EN MATERIA DE IGUALDAD DE MUJERES Y HOMBRES

1. GUÍA PARA LA INTERPRETACIÓN DE LAS TABLAS

El compromiso de una empresa por la igualdad no siempre se limita a su actividad o actuación dentro de la misma, sino que también pueden influir en su relación con los interlocutores con los que la empresa establece relaciones comerciales (entidades o personas proveedoras, clientela o consumidores/as).

En el caso de las relaciones con personas o entidades proveedoras, es frecuente encontrar empresas y sectores que han adoptado códigos de conducta de relación con empresas que cuiden sus modos de hacer en materia de condiciones laborales, derechos humanos y aspectos medioambientales, quizá resulte difícil encontrar empresas que añadan a sus códigos el principio de igualdad de oportunidades de mujeres y hombres.

La actividad de la empresa debería tener en cuenta la composición de su clientela y reflejarla en sus productos, política de marketing y publicidad y comunicación corporativa como una manera de:

- Satisfacer a su clientela de manera específica.
- Dotar de valor añadido para la atracción de potenciales clientes que antes no encontraban respuesta a sus necesidades.
- Facilitar la identificación de la clientela con la entidad y sus servicios y fidelizar y atraer nuevos mercados.

Para la consecución de estos objetivos es interesante que la empresa piense en ofertar productos que se adapten tanto a hombres como a mujeres o específicos de unas y de otros, por lo que muchas veces pensar y comunicar con perspectiva de género a la hora de lanzar publicidad e imagen de la empresa ayudará a ampliar el abanico de clientes

MODELO “FICHA DE DIAGNÓSTICO EXTERNO DE LA EMPRESA EN MATERIA DE IGUALDAD DE MUJERES Y HOMBRES”

1. COMPRAS (INCLUYE APROVISIONAMIENTO Y SUBCONTRATACIÓN)	Sí	No
La empresa ha adoptado un código de conducta de relación con empresas que garanticen el respeto a las condiciones laborales, los derechos humanos y aspectos medioambientales entre otros.		
Se tiene en cuenta, en este código de conducta, si las empresas proveedoras / subcontratadas respetan y promueven la Igualdad de oportunidades de mujeres y hombres		
Especificar cómo		

2. DISEÑO DEL PRODUCTO OFERTADO A LA CLIENTELA	Sí	No	No Procede
Se tiene en cuenta la perspectiva de género en el diseño del producto o servicio y/o se hacen estudios de consumo desagregando por sexo.			
Se diseñan específicamente productos o servicios dirigidos a un sexo determinado como estrategia comercial y esto se refleja en la imagen difundida del mismo.			
Especificar cómo y por qué (en caso de haber señalado “No procede”, indicar la causa)			

3. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO OFERTADO AL CLIENTE	Sí	No	No Procede
Se comercializa de manera diferente si los clientes son mujeres u hombres			
Especificar cómo y por qué (en caso de haber señalado “No procede”, indicar la causa)			
Se comunica suficientemente a la clientela que el uso del producto / servicio es diferente según el sexo de la clientela o persona usuaria.			
Especificar cómo (en caso de haber señalado “No procede”, indicar la causa)			
Se realizan estudios de satisfacción desagregando por sexo las valoraciones, para después tenerlas en cuenta			

3. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO OFERTADO AL CLIENTE	Sí	No	No Procede
Existen diferencias de precio (o descuentos) o de alcance del servicio en función del sexo de la clientela			
Especificar cómo (en caso de haber señalado "No procede", indicar la causa)			

4. INFORMACIÓN DE LA CLIENTELA	Sí	No	No Procede
¿Se solicita información o se indaga sobre la situación personal de la clientela o de las personas usuarias, salvo por razones de protección de su salud?			

5. PUBLICIDAD (RELATIVA A PRODUCTOS/SERVICIOS)					
Analizar al menos 5 documentos correspondientes a folletos informativos, anuncios en prensa, radio, TV, página WEB, catálogo productos y servicios...					
Nº de documentos analizados	Promoción Igualdad	Uso no Sexista Lenguaje	Uso Sexista Lenguaje	Imágenes Sexistas	Situaciones Sexistas

6. COMUNICACIÓN CORPORATIVA					
Analizar al menos 5 documentos correspondientes a memoria anual, informes a accionistas, regalos de empresa, material de merchandising de empresa, etc.					
Nº de documentos analizados	Promoción Igualdad	Uso no Sexista Lenguaje	Uso Sexista Lenguaje	Imágenes Sexistas	Situaciones Sexistas
				Sí	No
Comunicación pública de las acciones de responsabilidad social en materia de igualdad					

LISTA DE DOCUMENTACIÓN NECESARIA PARA EL DIAGNÓSTICO

DOCUMENTACIÓN CUYA CUMPLIMENTACIÓN ES INDISPENSABLE

“Ficha de información básica de la empresa”

“Ficha de información sobre la plantilla”

“Ficha de información sobre gestión de personal”

“Ficha de información sobre condiciones laborales”

“Ficha de diagnóstico externo de la empresa en materia de igualdad de mujeres y hombres”

“Cuestionario de la plantilla en relación a la igualdad”

DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA

Organigrama de la empresa.

Convenio / acuerdo propio de la empresa.

Convenio del sector al que se acoge.

Copias de la documentación general utilizada para información de la plantilla: tarjetas de visita, letreros, comunicados, etc.

Comunicación: Documentación relativa a los procedimientos utilizados para la comunicación dentro y fuera de la empresa.

Selección: Formularios o solicitudes de ingreso en la empresa, anuncios publicados de ofertas de empleo, otras vías de solicitud de ofertas de empleo, guión de entrevistas, pruebas selectivas, y demás documentación oportuna.

Contratación: Procedimientos documentados de contratación, evaluación, formación y promoción del personal.

Formación: Cuestionario de detección de necesidades formativas, plan de formación del último año, programas de los cursos impartidos, etc.

Clasificación profesional: Organigramas por clasificación profesional, tareas, responsabilidades, descripción de puestos de trabajo.

Promoción: Planes de carrera y demás documentación utilizada por la empresa en estos procesos.

Ordenación del tiempo de trabajo: Documentación dónde se establezca la regulación de los mecanismos para facilitar la conciliación entre la vida laboral, personal y familiar que existan dentro de la empresa.

Política retributiva: documentación donde se recojan los criterios de distribución de incentivos y otros beneficios.

Prevención del acoso sexual y del acoso por razón de sexo: protocolo –por escrito– de actuación frente al acoso sexual y al acoso por razón de sexo, contenidos de cursos de formación/sensibilización, campañas realizadas por la empresa.

Otros protocolos: Prevención de riesgos laborales, responsabilidad social corporativa de la empresa, calidad, etc.

BATERÍA DE PREGUNTAS A CONTEMPLAR EN LA ENTREVISTA AL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS, DIRECCIÓN Y RLT

La entrevista con el departamento de recursos humanos y/o de dirección y con la RLT o representantes de la plantilla completará el análisis de diagnóstico y permitirá obtener unos resultados descriptivos lo más adaptados a la realidad de la empresa y sus posibilidades de avance hacia la igualdad de acuerdo a su situación, sus objetivos y las necesidades de su plantilla.

EL OBJETIVO SERÁ DOBLE:

Objetivo I Repasar y analizar la información recogida y sistematizada centrandó la atención en contrastar y ampliar los datos referidos a dos ámbitos, interno y externo de la empresa.

Objetivo II Completar los datos recogidos con el fin de evaluar con detalle cómo se materializa el compromiso de la empresa a favor de la igualdad y cómo se traslada a la plantilla.

Un ejemplo de preguntas a realizar para encontrar información que amplíe el diagnóstico serían las siguientes:

<p>EXPERIENCIA PREVIA DE LA EMPRESA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>¿Qué medidas de igualdad de oportunidades, de las plasmadas en convenio/ acuerdo/ pacto de empresa fueron planteadas con especial interés desde la dirección? Por ejemplo:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>igualdad de oportunidades en los procesos de selección y contratación y en la retribución;</i> ○ <i>igualdad de oportunidades en el acceso a los programas de formación y promoción;</i> ○ <i>mecanismos establecidos para la prevención del acoso sexual y por razón de sexo;</i> ○ <i>comunicación y lenguaje no sexista;</i> ○ <i>medidas para la conciliación de la vida laboral, personal y familiar.</i>
<p>COMPROMISO Y MOTIVACIÓN DE LA DIRECCIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>¿Cuál es su opinión sobre la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres y la puesta en marcha de medidas específicas que contribuyan a disminuir las desigualdades existentes en las empresas?</i> ▪ <i>En su opinión ¿considera que este tipo de medidas son necesarias para la empresa? ¿qué beneficios considera que se conseguirán como efecto de la implantación del plan?</i> ▪ <i>En su opinión ¿considera que en su empresa, se están produciendo cambios significativos, relevantes y tangibles en lo que a la promoción de igualdad se refiere? ¿podría mencionar ejemplos concretos?</i> ▪ <i>¿Cuáles cree que son las prioridades en materia de igualdad y conciliación que se ha planteado formular la empresa en su Plan de Igualdad con el fin de mejorar y o fortalecer las relaciones laborales?</i>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>¿Se ha comunicado o está previsto comunicar la política de igualdad de oportunidades, sus objetivos y principios y a todas las personas de la empresa?</i> ▪ <i>¿Ha firmado su empresa algún tipo de manifiesto público / documento vinculante contra el acoso sexual en el trabajo?</i> ▪ <i>¿Está prevista la asignación de un presupuesto para llevar a cabo el conjunto de acciones previstas en el Plan de Igualdad?</i>
<p>IMPRESIÓN SOBRE LA PERCEPCIÓN Y/O EL POSICIONAMIENTO DE LA PLANTILLA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>¿Como se valora el nivel de aceptación que están recibiendo o recibirán las medidas de igualdad que se pongan en marcha en la empresa? ¿Cree que la plantilla facilitará su implantación y percibirá los efectos positivos que el Plan aportará?</i>
<p>GESTIÓN DE PERSONAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>¿Cree, en su opinión, que la empresa ofrece las mismas oportunidades a hombres y a mujeres?</i> ▪ <i>¿Aplica políticas de igualdad de oportunidades en la contratación y la selección del personal?</i> ▪ <i>¿Ha promovido o tiene interés en promover alguna actividad relacionada con la formación/transmisión de conocimientos/concienciación de directivos y trabajadores sobre la igualdad de género?</i> ▪ <i>En su opinión ¿existen diferencias entre mujeres y hombres a la hora de asistir a cursos de formación? ¿tiene alguna idea de cuáles pueden ser las razones? ¿algunas de ellas se podrían subsanar?</i> ▪ <i>En su opinión ¿cuáles son las razones por las que en su empresa existen más o menos mujeres en ciertas categorías profesionales? o ¿en los distintos niveles jerárquicos? ¿cree que alguna de las razones se podrían subsanar para lograr un mayor equilibrio entre mujeres y hombres?</i> ▪ <i>¿Podría mencionar algunas de las causas por las que se asigna una mayor responsabilidad (compatible con la categoría o cargos de decisión) en el trabajo a hombres que a mujeres?</i> ▪ <i>¿Considera que el procedimiento de captación y selección de personal es igual para mujeres y hombres y asegura la objetividad? ¿por qué?</i> ▪ <i>¿Cree que tanto hombres como mujeres reciben los mismos salarios y las mismas condiciones, teórica y realmente, por el mismo tipo de trabajo?</i>
<p>CONDICIONES LABORALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>En su opinión, cuando se interrumpe la relación laboral (fin de contrato), ¿la tendencia actual es que se produzca por igual en mujeres y hombres?</i> ▪ <i>En su opinión, ¿existe flexibilidad horaria –a nivel general- para toda la plantilla con el fin de facilitar la compatibilización de las tareas laborales y familiares tanto de mujeres como de hombres en la misma medida?</i> ▪ <i>En su opinión ¿las personas de todos los departamentos, categorías y niveles de la organización (no sólo del más alto nivel jerárquico o las personas con hijos o hijas) tienen la posibilidad de conciliar su trabajo con la vida personal y familiar?</i> ▪ <i>¿El criterio de tener hijos o hijas prevalece sobre otros criterios a la hora de solicitar una flexibilidad horaria, permisos o reducciones de jornada?</i>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Los horarios y turnos inamovibles que tiene la empresa ¿responden a una necesidad real?</i> ▪ <i>La empresa ¿tiene en cuenta las responsabilidades familiares de una persona a la hora de contratar, promover, o formar? ¿en qué medida?, ¿existen valoraciones similares para mujeres con responsabilidades familiares que para hombres en la misma situación?</i> ▪ <i>¿Emplea la empresa, por norma, un lenguaje y una comunicación conceptual no sexista, evitando estereotipos u otras expresiones discriminatorias para mujeres u hombres?</i> ▪ <i>¿Cuáles son los canales de comunicación que la empresa utiliza para llegar a toda la plantilla? ¿Tienen hombres y mujeres las mismas facilidades para acceder a ella? ¿Es claramente accesible para todos/as?</i> ▪ <i>En la práctica, las reducciones de jornada por parte de madres y padres por guarda legal y, sobre todo, la elección de la distribución del tiempo de trabajo dentro del horario de la empresa son asuntos muy solicitados por trabajadores y trabajadoras. ¿Cuál es el punto de vista de la empresa al respecto?</i> ▪ <i>En caso de que no exista ¿está previsto asignar a una persona, comité o comisión responsable de establecer medidas para prevenir, detectar y actuar en casos de acoso? o ¿hay previsiones de la ejecución de acciones de sensibilización para evitar el acoso, las actitudes sexista y el trato discriminatorio en la empresa?</i>
<p>ÁMBITO EXTERNO DE LA EMPRESA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>¿Emplea la empresa, por norma, un lenguaje y una comunicación conceptual no sexista hacia el exterior, evitando estereotipos u otras expresiones discriminatorias para mujeres u hombres?</i> ▪ <i>¿Cómo cree que su organización contribuye a la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres en el trato con su entorno: en su imagen hacia el exterior, en las relaciones con clientes, empresas externas o subcontratadas, franquicias, etc.?</i>

MODELO DE CUESTIONARIO PARA LA PLANTILLA

En (*nombre de la empresa*) estamos en proceso de elaboración de nuestro primer Plan de Igualdad, actualmente nos encontramos en la fase de diagnóstico y vuestras opiniones, como parte de la organización, son muy valiosas.

A continuación, en este cuestionario de carácter anónimo y estrictamente confidencial, encontrarás una serie de preguntas diseñadas para conocer tu percepción acerca de diferentes aspectos relacionados con la igualdad de oportunidades en el entorno laboral.

Por tratarse de un cuestionario de opiniones, recordamos que no existen respuestas correctas o incorrectas y lo que realmente nos interesa es tu espontaneidad y sinceridad.

Sexo:	<input type="checkbox"/> Hombre	<input type="checkbox"/> Mujer			
Edad:	<input type="checkbox"/> Menos de 20 años	<input type="checkbox"/> Entre 21 y 35 años	<input type="checkbox"/> Entre 36 y 50 años	<input type="checkbox"/> Más de 50 años	
Estado civil:	<input type="checkbox"/> Soltero/a	<input type="checkbox"/> Casado/a	<input type="checkbox"/> Pareja de hecho	<input type="checkbox"/> Viudo/a	<input type="checkbox"/> Separado/a-Divorciado/a
Nacionalidad	<input type="checkbox"/> Española	<input type="checkbox"/> Otras _____			
Personas a cargo:					
- Hijos/as	<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> Más de 2	
- Hijo/a con discapacidad	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No			
- Otras personas dependientes	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> Más de 2	

Puesto	Puesto directivo <input type="checkbox"/>	Mandos Intermedios <input type="checkbox"/>	Personal administrativo <input type="checkbox"/>	Personal técnico <input type="checkbox"/>	Personal operario <input type="checkbox"/>	Otros
Departamento	ESCRIBA AQUÍ EL DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE					
Antigüedad	<input type="checkbox"/> > 6 meses	<input type="checkbox"/> De 6 a 24 meses	<input type="checkbox"/> De 2 a 5 años	<input type="checkbox"/> De 6 a 10 años	<input type="checkbox"/> > 10 años	

CUESTIONES

Sí	No	Ns/Nc
----	----	-------

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1. ¿Crees que en tu empresa se tiene en cuenta la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ¿Te has sentido alguna vez discriminada o discriminado por razón de sexo en la empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ¿Crees que mujeres y hombres tienen las mismas oportunidades de acceso a la formación ofrecida por la empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ¿Crees que la selección de personal se hace desde criterios de igualdad de mujeres y hombres?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿Crees que la promoción se realiza desde criterios de igualdad de mujeres y hombres?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ¿Crees que la retribución se establece desde criterios de igualdad de mujeres y hombres?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ¿Sabes a quién acudir en caso de sufrir acoso sexual en la organización?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL

8. ¿Consideras que en tu empresa se favorece la conciliación de la vida personal, familiar y profesional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ¿Conoces las medidas de conciliación disponibles en tu empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PLAN DE IGUALDAD PARA LA EMPRESA

1. ¿Sabes lo que son las acciones positivas y un plan para la igualdad de mujeres y hombres?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ¿Estás de acuerdo con la puesta en marcha de un plan para la igualdad de mujeres y hombres en tu empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ¿Has recibido información sobre el plan de igualdad que se implantará en un futuro en tu empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Del 1 al 7 (siendo 1 la valoración más negativa y la 7 la más positiva) ¿que grado de satisfacción tienes con la empresa en materia de igualdad de mujeres y hombres?	
---	--

PROPUESTAS

Menciona, por favor, los tres aspectos fundamentales en los que crees que habría que trabajar en materia de igualdad de mujeres y hombres en la empresa de acuerdo a estos items.	
Necesidades que se deben cubrir para favorecer la igualdad:	1. 2. 3.
Medidas que podría adoptar la empresa para favorecer la igualdad	1. 2. 3.

MODELO DE ÍNDICE DE DIAGNÓSTICO

1.- Nombre y descripción de la empresa: Información básica de la empresa. Este apartado se alimentará de la ficha de información básica de la empresa.

2.- El diagnóstico, sus objetivos y el enfoque metodológico: En este apartado se trata de contextualizar cómo se produce la necesidad de llevar a cabo un diagnóstico, sus objetivos y el enfoque metodológico que se ha utilizado para poder realizar el mismo.

3.- La empresa y la igualdad de oportunidades. Resultados del diagnóstico.

3.1. Análisis de los datos estadísticos sobre la plantilla. Este apartado se alimentará de los datos obtenidos en la “Ficha de información sobre la plantilla”.

3.2. Análisis de las políticas de gestión de personal. Este apartado se alimentará de los datos obtenidos en la “Ficha de información sobre gestión de personal”.

3.3. Análisis de la información sobre condiciones laborales. Este apartado se alimentará de los datos obtenidos en la “Ficha de información sobre condiciones laborales”.

3.4. Análisis de la información sobre productos y servicios de la empresa, imagen que proyecta la empresa hacia el exterior, política de compras. Este apartado se alimentará de los datos obtenidos en la “Ficha de diagnóstico externo de la empresa en materia de igualdad de mujeres y hombres”.

3.5. Opiniones de la plantilla sobre la igualdad. Este apartado se alimentará de los datos obtenidos de la explotación de la encuesta a la plantilla o a una muestra de la misma.

4.- Conclusiones y propuestas

4.1. Principales problemas o situaciones de mejora detectados en las áreas de intervención analizadas. Este apartado es la recapitulación de los problemas detectados en las fichas utilizadas en el diagnóstico y en las entrevistas realizadas y que se vincularán a las áreas de intervención con el objetivo de proponer acciones correctivas o de mejora.

4.2. Principales fortalezas de la empresa en materia de igualdad. Al igual que el punto anterior esta información la extraeremos de las fichas de recogida de información y de las entrevistas ya que al igual que nos han indicado los puntos de mejora también se evidencian las fortalezas en el ámbito de la igualdad.

4.3. Propuestas. En este último apartado se incluirán los objetivos a conseguir y acciones a desplegar a corto y medio plazo de acuerdo a las áreas de intervención analizadas.

EJEMPLOS DE OBJETIVOS DEL PLAN DE IGUALDAD

EJEMPLOS DE OBJETIVOS GENERALES:

- Asegurar que trabajadores y trabajadoras de la empresa tengan las mismas oportunidades y accedan a los mismos beneficios para desarrollar su potencial profesional y con eso mejoremos la rentabilidad y productividad de la empresa.
- Optimizar la gestión de los recursos humanos asegurando la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y, de esta manera, facilitar, apoyar y reforzar la actividad empresarial.
- Corregir los desequilibrios existentes en las oportunidades de mujeres y hombres de la plantilla y evitar así, que éstos afecten negativamente a los objetivos generales de la empresa.

EJEMPLOS DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS ORGANIZADOS POR ÁREAS DE INTERVENCIÓN:

MATERIAS DE INTERVENCIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
IGUALDAD EN LA CAPTACIÓN, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar el XX% de los formularios de definición de los puestos de trabajo y de los procesos de selección para subsanar tratamientos sexistas en los próximos 3 años. • Introducir, siempre que el número de recursos humanos lo permita, una Comisión mixta (hombres y mujeres) en los procesos de selección. Publicar, en todo proceso de selección, los criterios de valoración fomentando la transparencia y la imparcialidad. • Reducir la infrarrepresentación del sexo con menor representación en la plantilla en más de un XX% durante el periodo de vigencia del Plan. • Revisar y corregir los anuncios de puestos vacantes evitando que indiquen el sexo de la persona candidata.
IGUALDAD EN LA CLASIFICACIÓN PERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar y minimizar, si fuese necesario, las concentraciones de mujeres u hombres en determinados puestos o departamentos en el periodo de vigencia del Plan.
IGUALDAD EN EL RECONOCIMIENTO PROFESIONAL Y LA PROMOCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la presencia de las mujeres en los órganos de decisión donde no estén representadas, para llegar a una representación proporcional a su presencia en la plantilla. • Fomentar que tanto hombres como mujeres sean informados en igualdad de condiciones sobre puestos de dirección.
IGUALDAD EN LA FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Otorgar preferencia, durante un año, en la adjudicación de plazas para participar en los cursos de formación a quienes se hayan incorporado al servicio activo procedentes del permiso de maternidad o paternidad, o hayan reingresado desde la situación de excedencia por razones de guarda legal y atención a personas mayores dependientes o personas con discapacidad. • Programar cursos de formación en horarios o modalidades (presencial u online) que aseguren su compatibilidad con la vida familiar y personal.

MATERIAS DE INTERVENCIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>IGUALDAD EN LA POLÍTICA RETRIBUTIVA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Avanzar hacia la igualdad salarial a partir del inicio del Plan disminuyendo la diferencia actual entre hombres y mujeres en los mandos intermedios. • Introducir medidas que aseguren que la valoración del puesto de trabajo se decide en base a criterios objetivos como los resultados obtenidos, sin tener en cuenta aspectos como la disponibilidad o la permanencia física en la empresa.
<p>ORDENACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO Y CONCILIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proponer que todas las reuniones establecidas periódicamente se realicen en horas de trabajo de modo que sean compatibles con las responsabilidades familiares de los trabajadores y las trabajadoras de la empresa. • Fomentar en el próximo año el teletrabajo como fórmula voluntaria a la que puede optar el trabajador o la trabajadora. • Instaurar que a partir del inicio del Plan los viernes por la tarde no se trabajará para facilitar la conciliación de la vida familiar, personal y laboral de los trabajadores y las trabajadoras.
<p>PREVENCIÓN DEL ACOSO SEXUAL Y DISCRIMINACIÓN POR RAZÓN DE SEXO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear y publicar un código de conducta en el que se definan los comportamientos que serán considerados acoso sexual o acoso por razón de sexo.
<p>COMUNICACIÓN INTERNA Y SENSIBILIZACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, al menos X de las acciones formativas que se presentan en el próximo año, desde la perspectiva de género. • Trabajar para incorporar en las comunicaciones el uso de lenguaje y de imágenes no sexistas, mediante la elaboración y edición de un manual de estilo facilitado al personal. • Realizar una sesión de sensibilización al año en temas de igualdad de oportunidades con toda la plantilla.
<p>SEGURIDAD Y SALUD LABORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptar el puesto de trabajo cuando haya una mujer embarazada.
<p>PERSPECTIVA DE GÉNERO EN SERVICIOS, PRODUCTOS Y PRESTACIONES COMERCIALES Y COMUNICACIÓN EXTERNA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar los productos y servicios a toda la clientela, considerando que hombres y mujeres tienen unas necesidades diferentes y se llega a ellos de forma diversa. • Fidelizar a una clientela que premie la responsabilidad social de las empresas a favor de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. • Visibilizarse en el mercado, por ser una empresa comprometida con la igualdad mediante acciones publicitarias.

EJEMPLOS DE ACCIONES DEL PLAN DE IGUALDAD

ÁREAS DE INTERVENCIÓN	ACCIONES
IGUALDAD EN LA CAPTACIÓN, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Desarrollo de medidas que faciliten la igualdad de oportunidades en el reclutamiento tanto de hombres como de mujeres en los procesos de selección:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>uso de canales de comunicación que lleguen a mujeres y hombres por igual,</i> • <i>incorporación de currícula de mujeres y hombres en la base de datos de la empresa,</i> • <i>realización de acciones que posibiliten la experiencia profesional de mujeres y hombres para una posterior contratación: convenios con universidades, becas...</i> • <i>Establecimiento de cuotas de acceso para el sexo menos representado (contratos laborales) a igual preparación.</i> • <i>Definición de límites a la contratación precaria (contratación a tiempo parcial, temporal, planes de promoción de empleo, etc.).</i> • <i>Contratación de mujeres u hombres en áreas o departamentos y grupos profesionales y niveles jerárquicos con menor presencia femenina o menor presencia masculina.</i>
IGUALDAD EN LA CLASIFICACIÓN PROFESIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Establecimiento de cuotas de mujeres y hombres en puestos de responsabilidad en los que están infrarrepresentados (libre disposición y personal eventual).</i>
IGUALDAD EN EL RECONOCIMIENTO PROFESIONAL Y LA PROMOCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Establecimiento de criterios de promoción en igualdad de oportunidades para mujeres y hombres.</i> <i>Identificación de obstáculos que dificultan la participación de las mujeres en la promoción profesional.</i> <i>Desarrollo de planes de carrera en la misma medida para hombres que para mujeres.</i>
IGUALDAD EN LA FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Estudio de las necesidades formativas del grupo menos representado asegurando que participen en mayor medida.</i> • <i>Establecimiento de cuotas de participación de hombres y mujeres en cursos de materias en las que están subrepresentadas.</i> • <i>Formación de actualización y reciclaje para mujeres que se incorporan al mercado laboral tras un tiempo dedicado al cuidado de hijos/as y familiares (cursos on-line, formación en horario de trabajo, previsión de servicio de guardería...).</i> • <i>Información y realización de los cursos a personas de baja por maternidad, paternidad, excedencias familiares...</i>
IGUALDAD EN LA POLÍTICA RETRIBUTIVA	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Proponer en las RPTs y en los catálogos de puestos de trabajo el mismo valor a puestos de igual categoría, indistintamente de si están ocupados por hombres o mujeres (retribuciones complementarias, complementos dinerarios, complementos en especie).</i>

ÁREAS DE INTERVENCIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Incluir a las mujeres en las retribuciones no fijas ni periódicas (productividades).</i> • <i>Análisis comparativo de las retribuciones teniendo en cuenta además aspectos como las retribuciones en especie (teléfono móvil, coche...), las dietas, etc.</i> • <i>Revisión de la política salarial desde un enfoque de género: complementos, incentivos, beneficios sociales...</i>
<p>ORDENACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO Y CONCILIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Incentivos a los hombres para que hagan uso de los permisos familiares (aumento de la duración, beneficios en cuanto al período del disfrute de vacaciones...).</i> • <i>Incorporación de garantías en la promoción para las personas que se hayan acogido a los permisos relativos a la conciliación (que se valore ese tiempo como trabajo efectivo en los concursos de promoción, provisión...).</i> • <i>Fomento del uso del permiso de maternidad (derivado) por parte de los hombres y del permiso de paternidad.</i> • <i>Creación de guarderías en los centros de trabajo o, en su defecto, complementos económicos compensatorios.</i> • <i>Atención especial a las familias monoparentales (prioridad para período de disfrute de vacaciones, para acceder a anticipos económicos...).</i> • <i>Flexibilidad horaria para atender las necesidades de conciliación.</i>
<p>SEGURIDAD Y SALUD LABORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ropa adecuada a las mujeres embarazadas.</i> • <i>No marcar distinción por sexo en la ropa de trabajo y permitir la elección voluntaria de la que resulte más cómoda.</i>
<p>PREVENCIÓN DEL ACOSO SEXUAL Y DISCRIMINACIÓN POR RAZÓN DE SEXO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Creación de una Comisión formada por representantes de la empresa y de los trabajadores y las trabajadoras para realizar la evaluación de riesgos, tanto físicos como psíquicos, y diseñar planes de prevención con perspectiva de género, incluyendo medidas para prevenir el acoso por razón de sexo, el acoso sexual y medidas de apoyo para las mujeres víctimas de violencia de género.</i>
<p>COMUNICACIÓN INTERNA Y SENSIBILIZACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Incorporación del lenguaje no sexista en los contenidos de la intranet.</i> • <i>Elaboración y edición de un manual de estilo y difusión entre el personal.</i> • <i>Elaboración de un tríptico de difusión con las principales actuaciones del Plan de Igualdad distribuido entre toda la plantilla vía mail y en papel.</i>
<p>PERSPECTIVA DE GÉNERO EN SERVICIOS, PRODUCTOS Y PRESTACIONES COMERCIALES Y COMUNICACIÓN EXTERNA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Realización de una encuesta entre los y las clientes habituales de los productos de la empresa con el fin de detectar intereses diferenciados de mujeres y hombres para orientar la nueva gama de productos de la empresa de manera más ajustada a las necesidades particulares de mujeres y hombres.</i>

EJEMPLOS DE ACCIONES DEL PLAN DE IGUALDAD

Área de intervención	Presencia de mujeres y hombres en puestos de responsabilidad.
Nombre de la acción	Revisión periódica del equilibrio por sexos de la plantilla, en general, y de cada uno de los puestos y categorías profesionales utilizando la perspectiva de género para hacerlo.
Objetivos que persigue	<ul style="list-style-type: none"> • Favorecer equilibradamente el desarrollo profesional de mujeres y hombres que trabajan en la empresa. • Realizar un seguimiento periódico de la presencia de mujeres y hombres en la plantilla y, especialmente en cargos directivos de más alto nivel, con el fin de detectar diferencias y de favorecer el equilibrio en la representación de ambos sexos.
Descripción detallada de la acción	Realización de análisis segmentados por puesto de trabajo. Identificación de posibles desigualdades y análisis de segundo nivel (antigüedad, jornada, etc.). Con la información obtenida se elaborarán informes que ordenarán la información para así poner en marcha medidas si se considerase necesario.
Personas a las que se dirige	Toda la plantilla.
Departamentos a los que afecta	Todos los departamentos.
Cronograma para su puesta en marcha	Primer trimestre de cada año que esté vigente el Plan.
Persona(s) responsable(s)	Departamento de Recursos Humanos. Comisión de Igualdad como garante.
Recursos asociados	Horas de trabajo de personal de RRHH.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • % de mujeres en plantilla. • % de hombres en plantilla. • % de puestos de responsabilidad ocupados por mujeres. • % de puestos de responsabilidad ocupados por hombres.

Área de intervención	Conciliación de la vida laboral, familiar y personal.
Nombre de la acción	Acuerdos especiales adaptados a necesidades de conciliación extraordinarias.
Objetivos que persigue	Favorecer la conciliación de la vida personal, familiar y profesional y aumentar la flexibilidad organizativa de la entidad.
Descripción detallada de la acción	<p>Cuando el personal se enfrente a contingencias en su vida diaria o a situaciones excepcionales podrá ponerlo en conocimiento de su responsable o de la Comisión de Igualdad, con el objeto de intentar encontrar una solución viable. De esta manera, se valorará la posibilidad de establecer medidas extraordinarias para atender estas necesidades especiales de conciliación (horarios, flexibilidad, permisos temporales...), que en todo caso deberá aprobar su responsable directo y/o la Dirección.</p> <p>Una vez superada la situación de necesidad que ha motivado la medida excepcional, se restablecerán las condiciones anteriores.</p>
Personas a las que se dirige	Toda la plantilla.
Departamentos a los que afecta	Todos los departamentos.
Cronograma para su puesta en marcha	Desde la entrada en vigor del Plan de Igualdad.
Persona(s) responsable(s)	Comisión de Igualdad y Departamento de Recursos Humanos.
Recursos asociados	Costes organizativos.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de mujeres que se acogen • Nº de hombres que se acogen

Área de intervención	Prevención del acoso sexual y acoso por razón de sexo.
Nombre de la acción	Compromiso para la prevención y protocolo de actuación en caso de acoso sexual o acoso por razón de sexo y difusión del mismo entre la plantilla.
Objetivos que persigue	Adoptar medidas de prevención y tratamiento del acoso sexual y por razón de sexo, estableciendo un protocolo específico de actuación que será difundido entre todas las personas de la plantilla.
Descripción detallada de la acción	Elaborar y comunicar un protocolo de actuación con los mecanismos que se pondrían en funcionamiento en caso de que se produjera en la empresa una situación de acoso sexual o una situación de acoso por razón de sexo. Difundir una declaración de principios con el objetivo de mostrar el compromiso de la empresa para la prevención y eliminación del acoso sexual y por razón de sexo.
Personas a las que se dirige	Toda la plantilla.
Departamentos a los que afecta	Todos los departamentos.
Cronograma para su puesta en marcha	Durante el segundo trimestre de vigencia del Plan de Igualdad.
Persona(s) responsable(s)	Comisión de Igualdad y Departamento de Recursos Humanos.
Recursos asociados	Se valorarán los costes de realización por parte del Departamento de RRHH así como de contratación de una consultora externa.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de un protocolo de actuación en caso de acoso sexual y por razón de sexo. • Grado de conocimiento del mismo por parte de la plantilla.

MODELO DE ÍNDICE DEL PLAN DE IGUALDAD

CAPÍTULO	CONTENIDOS
RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO	Extracto de las conclusiones obtenidas en el diagnóstico que argumentarán las prioridades a desarrollar en el Plan y que vendrán a responder a aquellas situaciones de mejora sobre las que se desea intervenir con el fin de alcanzar el objetivo general de la igualdad de oportunidades para los empleados y las empleadas de la empresa.
LA EMPRESA Y EL PLAN DE IGUALDAD	En este apartado se definirán los elementos clave para que el Plan de Igualdad se desarrolle con éxito: 1. Compromiso de la Dirección. 2. Actuaciones llevadas a cabo: comunicación del compromiso, creación de la Comisión de Igualdad, elaboración del diagnóstico y decisión sobre las prioridades sobre las que versará el Plan de Igualdad.
LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE IGUALDAD	En este apartado se recogerán los objetivos generales y específicos que persigue el Plan de Igualdad.
LAS ÁREAS DE INTERVENCIÓN Y LAS ACCIONES DEL PLAN	Se presentarán las áreas de intervención y las acciones a desarrollar para la consecución de los objetivos del Plan.
EL CALENDARIO O CRONOGRAMA DEL PLAN	Se concretará el marco temporal del Plan en un cronograma que marque el tiempo, así como la secuencia de las actuaciones. En algunos casos, el tiempo de desarrollo de las distintas acciones puede ir en paralelo y en otras la finalización de una condicionará la puesta en marcha de otra.
LA GESTIÓN DEL PLAN	Se detallará la composición de la Comisión de Igualdad y sus funciones en la implantación, seguimiento y evaluación del Plan. Se detallarán los mecanismos para la coordinación entre agentes responsables de la implantación de las acciones y de participación de la plantilla, así como para el seguimiento y evaluación del Plan.
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN	Se especificará cómo y cuando se llevarán a cabo las tareas de seguimiento y evaluación del Plan de Igualdad.
ANEXO: FICHAS DETALLADAS DE ACCIONES	Fichas de cada una de las acciones a llevar a cabo detallando: <ul style="list-style-type: none"> • Área de intervención • Nombre de la acción • Objetivos que persigue • Descripción detallada de la acción • Personas a las que se dirige • Departamentos a los que afecta • Cronograma para su puesta en marcha • Persona(s) responsable(s) • Recursos asociados • Indicadores

PAUTAS PARA REALIZAR EL SEGUIMIENTO Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE IGUALDAD

1. ESTABLECER LOS OBJETIVOS DEL SEGUIMIENTO Y LA EVALUACIÓN

Los objetivos perseguidos para el sistema de seguimiento y evaluación serán, al menos los siguientes:

- Observar y dar cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos y los resultados propuestos.
- Medir el nivel de corrección de desigualdades en la empresa detectadas en el diagnóstico y para las que se diseñó el Plan.
- Valorar el nivel de desarrollo del Plan (resultados, acciones realizadas, dificultades, soluciones y cambios realizados).
- Detectar y evaluar los cambios producidos en la empresa para una mejora en la igualdad entre mujeres y hombres.
- Medir la calidad de las acciones realizadas y el grado de satisfacción.
- Evaluar los impactos y efectos positivos y negativos de las acciones emprendidas.
- Consultar a los empleados y empleadas para determinar qué prácticas instauradas son efectivas y qué ajustes deben hacerse.
- Hacer el seguimiento de los empleados y empleadas para determinar su nivel de satisfacción con las nuevas prácticas y medir el éxito del programa.

2. DEFINIR INDICADORES

Los indicadores nos proporcionan la visión de los resultados de un Plan, un proyecto o una acción, dando cuenta de avances o retrocesos, o del estado de situación en relación con algún aspecto de la realidad. Al definirse se tendrá en cuenta que responderán a dos categorías:

- **Cuantitativos.** Se definen como aquellas mediciones numéricas de cambio (números enteros, porcentajes,...); son útiles para mostrar visiones globales, generales (Ej: El número de mujeres promocionadas / contratadas, número de cursos de formación realizados, número de reuniones mantenidas), y
- **Cualitativos.** Son las percepciones o juicios de las personas acerca de algo; son útiles para comprender los procesos, pero no muestran que tan frecuente o diseminado es un determinado fenómeno o hecho (Ej. perfil de las personas promocionadas, tipo de formación realizada, grado de satisfacción de la plantilla con los beneficios obtenidos de las acciones, opiniones de las personas en cuanto a cambios percibidos gracias al Plan).

Los indicadores deben formularse en coherencia con los objetivos, con las brechas de

género detectadas y con los resultados perseguidos. Además han de cumplir los siguientes criterios:

- Estar desagregados por sexo.
- Realizarse de forma consensuada entre todas las personas que intervendrán en el seguimiento.
- Ser fáciles de utilizar y entender por estar claramente definidos
- Combinar indicadores cuantitativos y cualitativos
- Elegir los más importantes para realizar una síntesis.
- Visibilizar avances en las necesidades de género.
- Ser comparables en el tiempo

Los indicadores que serán más útiles para proveer respuestas al seguimiento y evaluación de un Plan de Igualdad serán los siguientes:

- Indicadores tipo listas de verificación. Se preguntan si algo existe o no. La medición es una pregunta con respuesta “sí” o “no”. (Ej: si se informó a trabajadores y trabajadoras sobre una acción concreta).
- Indicadores basados en estadísticas. Indicadores “tradicionales” que miden cambios usando información estadística disponible. (Ej: El número de hombres y mujeres en puestos de decisión una vez finalizado el Plan. Proporción de mujeres y hombres y su variación en el tiempo).
- Indicadores que requieren formas específicas de recolección de datos. Indicadores que se recogen a través de herramientas de recogida de opinión, valoraciones altamente útiles. (Ej: el grado de satisfacción con las medidas diseñadas sobre conciliación).

3. ESTABLECER CATEGORÍAS DE ANÁLISIS PARA EL SEGUIMIENTO Y LA EVALUACIÓN (QUÉ SE VA A OBSERVAR, ANALIZAR Y VALORAR)

El seguimiento (observación continua de los avances del Plan) se realiza desde el momento en que se diseña. Se realiza de forma continuada para conocer (en función de los indicadores):

- El desarrollo de las acciones y la aplicación de recursos, así como las metodologías empleadas.
- Los resultados que se van alcanzando.
- Las necesidades y desviaciones que van surgiendo, de acuerdo con lo manifestado por la plantilla.

La evaluación suele realizarse al finalizar un periodo de ejecución (mitad de periodo o cierre) del Plan de Igualdad para:

- Conocer el grado de cumplimiento de los objetivos del Plan y cómo se ha realizado el proceso de ejecución de las acciones.
- Reflexionar sobre la necesidad de continuar el desarrollo de las acciones durante más

tiempo, puesto que aún queda camino por recorrer para la igualdad.

- Identificar necesidades nuevas que requieran acciones encaminadas a la igualdad.

Tanto en el seguimiento como en la evaluación, en primer lugar, se revisan los procesos o, lo que es lo mismo, si ha sido diseñada correctamente la planificación de las acciones, es decir:

- si el Plan se ajusta a la realidad de la empresa,
- si los objetivos propuestos son los adecuados y son alcanzables,
- si las acciones previstas son coherentes con los objetivos marcados y los medios aplicados,
- si se han detectado posibles necesidades y/o dificultades producto de la planificación.

En segundo lugar, y también atendiendo a los procesos, se analiza la gestión del Plan:

- si se han realizado las acciones siguiendo el calendario previsto,
- si la coordinación ha sido la adecuada,
- si la metodología utilizada ha sido la óptima junto con los recursos aplicados,
- si se han detectado posibles necesidades y/o dificultades manifestadas en la gestión.

En tercer lugar y atendiendo al resultados de las acciones se analiza:

- si se han cumplido los resultados previstos,
- Si se ha llegado a las personas de la plantilla previstas (grado de cobertura) para lo que será prioritario cuantificar a las personas beneficiarias y desagregar por sexo comparándolas con las personas previstas también desagregadas por sexo,
- si se han alcanzado los objetivos propuestos y sus resultados. Grado de cumplimiento de los objetivos perseguidos con el Plan de Igualdad a medio, corto y largo plazo,
- si se han corregido las desigualdades detectadas en el diagnóstico,
- si se han realizado las acciones emprendidas.

En cuarto lugar y atendiendo al impacto, medido únicamente en la evaluación, se analiza:

- si se han cumplido las expectativas e intereses de las personas (grado de cobertura de necesidades),
- si ha habido cambios producidos en las acciones del Plan atendiendo a su flexibilidad,
- si se ha mejorado el grado de acercamiento a la igualdad de oportunidades en la empresa,
- si ha habido cambios en la cultura de la empresa: cambio de actitudes del equipo directivo, de la plantilla en general, en las prácticas de recursos humanos, etc.

La Comisión de Igualdad en colaboración con el departamento de recursos humanos es quien normalmente se encarga de ejecutar el sistema de seguimiento y evaluación, contando siempre con el apoyo de la dirección y la participación activa de quienes han ejecutado alguna de las acciones del Plan o quienes se han beneficiado de ellas.

4. IDENTIFICAR CON QUÉ HERRAMIENTAS SE DESARROLLA EL SEGUIMIENTO Y LA EVALUACIÓN

Algunas de las herramientas más comunes para la recogida de la información son los cuestionarios o entrevistas y las memorias o informes de seguimiento.

Las preguntas, tanto de las entrevistas como de los cuestionarios, irán encaminadas a:

- Recoger las opiniones del personal sobre el Plan de Igualdad y su implantación en la empresa.
- Identificar los posibles problemas que puedan emerger y buscar soluciones.
- Recoger información acerca de las acciones realizadas que permita conocer los efectos del Plan en la empresa.
- Informar periódicamente a la Comisión de Igualdad y a la dirección sobre la evolución del Plan.

5. DOCUMENTAR LOS RESULTADOS EN UN INFORME DE CONCLUSIONES

Al finalizar todo proceso de seguimiento y evaluación se tendrá un conocimiento amplio de cuáles han sido:

- Los resultados del Plan: el grado de consecución de los objetivos del Plan, tanto a nivel general como los objetivos de las diferentes actuaciones que lo componen.
- El proceso: la utilización de los recursos, tanto humanos como materiales, estrategias y procedimientos desarrollados para la ejecución del Plan.
- El impacto: los efectos que el Plan ha producido, tanto buscados y deseados en relación con los objetivos, como otros efectos no previstos.

El resultado de una evaluación y la recogida de indicadores coherentes con los utilizados en el diagnóstico que justificó el Plan quedarán escritos en un informe que contendrá al menos información sobre:

- Resultados.
- Identificación de necesidades y causas que las generan.
- Definición de un nuevo Plan –siguiendo el enfoque metodológico del Plan precedente–.

Su contenido puede considerarse como un nuevo diagnóstico a partir del cual se propondrá un nuevo Plan o programación de mejoras del anterior, gracias a sus conclusiones y recomendaciones a incorporar de nuevo en la estrategia de la gestión de la empresa.

