

GUÍA PARA IMPLANTAR PLANES DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN PYMES DEL ÁMBITO RURAL

ACCION CONJUNTA
DE COOPERACION

**Granada
Rural
Genero**



GUÍA PARA IMPLANTAR PLANES DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN PYMES DEL ÁMBITO RURAL

Acción Conjunta de Cooperación Granada Rural Género

Edita: Grupo de cooperación Granada Rural Género

Grupo de Desarrollo Rural de la Vega Sierra Elvira “Promovega”
(Grupo coordinador)

Grupo de Desarrollo Rural Alpujarra-Sierra Nevada

Grupo de Desarrollo Rural Altiplano de Granada

Grupo de Desarrollo Rural Arco Noreste de la Vega de Granada
“Alfanevada”

Grupo de Desarrollo Rural Poniente Granadino

Autoría: Asociación Mujeres Politólogas

Diseño y maquetación: Asociación Mujeres Politólogas

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
2. ¿QUÉ DICE LA LEY?	9
3. LA EMPRESA COMO AGENTE DE PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD	17
3.1. ¿Qué beneficios tiene para mi empresa el fomento de la igualdad entre mujeres y hombres?	19
3.2. ¿Cómo puedo, desde mi empresa, contribuir a la igualdad entre mujeres y hombres?	20
4. CONCEPTOS BÁSICOS.....	23
4.1. Sensibilización en Igualdad de Oportunidades.....	23
4.2. Precarización del empleo femenino.....	28
4.3. Corresponsabilidad y Conciliación.....	34
4.4. Políticas de Igualdad.....	38
5. ¿QUÉ ES UN PLAN DE IGUALDAD Y CÓMO PUEDO ESTABLECER UNO EN MI EMPRESA?.....	41
5.1. ¿Qué necesito para establecer un Plan de Igualdad en mi empresa?	41
6. EL DIAGNÓSTICO.....	49
6.1. Fases del diagnóstico.....	50

1. INTRODUCCIÓN

La elaboración de esta guía es una de las medidas previstas en la Acción Conjunta de Cooperación GRANADA RURAL-GÉNERO Intervención “Planes de Igualdad en Microempresas y PYMES Rurales e impulso al Emprendimiento”. Más concretamente, se enmarca dentro del objetivo, “Promover la elaboración de planes de igualdad en microempresas y pymes rurales”. Dentro de este mismo objetivo también la elaboración de una herramienta informática para el autodiagnóstico de la igualdad empresarial, que estará disponible online.

A iniciativa del Grupo de Desarrollo Rural de la Vega – Sierra Elvira, que actúa también como grupo coordinador, se ha puesto en marcha este proyecto en el que cooperan otros cuatro grupos de desarrollo que son:

- GDR Alpujarra-Sierra Nevada de Granada
- GDR Altiplano de Granada
- Arco Noreste de la Vega de Granada (Alfanevada)
- GDR Poniente Granadino

El objetivo principal de este proyecto es “Dinamizar el Emprendimiento entre las mujeres rurales de la provincia, así como impulsar la igualdad de oportunidades a través de la implantación de planes de igualdad en pequeñas empresas de nuestros territorios”.

La guía pretende ser una herramienta útil y clara para que las empresas conozcan los beneficios de promover la igualdad, empiecen a detectar situaciones de mejora y a incluir medidas para ello e, incluso si lo estiman necesario, se decidan a buscar apoyo técnico para elaborar su propio plan de igualdad.

Y es que, a pesar de los grandes avances de las últimas décadas, no se ha producido el cambio social que nos lleve a que toda persona tenga las mismas oportunidades y derechos de elección y de desarrollo profesional. Es más, se han generado nuevas desigualdades, colaterales a los cambios sociales que se han producido.

La incorporación de las mujeres al empleo ha supuesto la ruptura con leyes, normas sociales, costumbres e ideas obsoletas, y ha traído mejoras para las vidas de las mujeres como: acceso a la esfera pública, derechos laborales, libertad para gestionar su propio patrimonio, etc. Pero esa puerta abierta a la esfera pública, a la decisión de tener empleo sin pedir permiso, sin tutelas, ha supuesto nuevas formas de desigualdad entre mujeres y hombres. Conceptos como brecha salarial, techo de cristal, segregación horizontal y vertical, doble jornada o conciliación hacen referencia a esas nuevas desigualdades relativas a la situación de las mujeres en el empleo y en la sociedad, en general. Dicho de otra manera, las mujeres, en su conjunto, siguen estando en desventaja, con

respecto a los hombres, en el acceso, calidad, promoción y desarrollo profesional. Algo no achacable a falta de formación ni cualificación.

Los cambios producidos, hasta ahora, en las estructuras productivas y empresariales no han sido suficientes. Estructuras que responden a patrones masculinos, a las que las mujeres han tenido que adaptarse: horarios, turnos, organización, falta de flexibilización del tiempo, etc. Y, sobre todo, una cultura empresarial que ha valorado sólo características consideradas masculinas y que se ha basado en estereotipos y roles de género. Así por ejemplo, los departamentos de administración suelen ser eminentemente femeninos mientras que los puestos de trabajo técnicos son ocupados, en gran parte, por hombres.

Es por esto que se hace necesario redefinir organización y estructura empresarial, e introducir nuevos valores y principios que promuevan la igualdad de trato y oportunidades para todas las personas. La incorporación de medidas de igualdad son positivas para las mujeres al encontrarse en una situación objetivamente, más vulnerable. Pero también benefician a los hombres y, por supuesto, a la empresa.

Así, por ejemplo medidas de conciliación, como puede ser flexibilidad en la gestión del propio tiempo de trabajo, una vez instauradas son accesibles tanto para mujeres como para hombres y favorecen un mejor clima de trabajo.

De esta necesidad de transformación social nace el presente proyecto. Servir de lanzadera de una nueva cultura empresarial, para las pymes del área de actuación del proyecto, que integre el principio de igualdad de oportunidades.

2. ¿QUÉ DICE LA LEY?

El Principio de Igualdad de Oportunidades

a igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, es una cuestión de justicia con las mujeres que representan más de la mitad de la población mundial, y se han visto mayoritariamente privadas y excluidas de sus Derechos Humanos.

Desarrollar la Igualdad de Oportunidades significa contribuir a la construcción de sociedades más justas y más democráticas, que no deberían seguir manteniendo el actual déficit democrático debido a la infrarrepresentación de una parte de la sociedad, las mujeres, en las estructuras sociales, políticas y económicas.

El objetivo de la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres es la plena incorporación de las mujeres en los ámbitos social, político y económico, contribuyendo de esta forma a mejorar la eficiencia económica de la sociedad en su conjunto, al rentabilizar la utilización máxima de las inteligencias, capacidades, habilidades y destrezas existentes en la sociedad.

Las políticas de igualdad de género surgen tras las luchas de los movimientos de mujeres de la “segunda ola” del feminismo, creando un consenso político sobre la legitimidad de las demandas de las mujeres. A partir de los años 60 y 70 se crearon

en los estados occidentales organismos de igualdad cuya función es impulsar políticas para fomentar la igualdad entre mujeres y hombres: feminismo institucional o de estado.

Existe todo un cuerpo normativo que pretende hacer real este principio; que va desde los tratados internacionales, como la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación de la ONU, hasta legislación de ámbito europeo, estatal y autonómico,

El principio de Igualdad está presente en la Constitución española, que establece una serie de artículos, referencia para el resto de leyes y normativas en materia de igualdad:

Art. 14 “Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón del nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”.

Art. 9.2 “Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en los que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social”.

Leyes como el Estatuto de los Trabajadores o la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, entre otras, han incluido medidas con el fin de llevar a la práctica estos artículos.

Pero es en 2007 con la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres (LOIEMH) cuando se establece toda una serie de normas integradas con el objetivo de:

Hacer efectivo el derecho a la 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 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.”

10

Uno de los ámbitos, de especial relevancia, para los que se han elaborado medidas destinadas a eliminar situaciones de discriminación y desigualdad es el empresarial. Y dedica un capítulo íntegro a los planes de igualdad en las empresas:

Capítulo III: Los planes de igualdad de las empresas y otras medidas de promoción de la igualdad

Destacan los artículos:

Art. 45. Elaboración y aplicación de los planes de igualdad

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, medidas que deberán negociar, y en su caso acordar, con los representantes legales de los trabajadores en la forma que se determine en la legislación laboral.

El artículo 46: Concepto y contenido de los planes de igualdad de las empresas

Ofrece una exhaustiva definición de plan de igualdad y qué elementos debe contener.

1. 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 concretos objetivos 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.

2. Para la consecución de los objetivos fijados, los planes de igualdad podrán contemplar, 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.

3. Los planes de igualdad incluirán la totalidad de una empresa, sin perjuicio del establecimiento de acciones especiales adecuadas respecto a determinados centros de trabajo.

La ley establece como obligatorio que se implante un plan de igualdad de oportunidades en los siguientes casos:

- Empresas de más de 250 trabajadoras y trabajadores
- Empresas con menos de 250 empleada/os cuando lo estipule el convenio colectivo, si se rige por alguno, y en los términos que éste establezca.
- Las empresas que hayan sido sancionadas por discriminación podrán conmutar la sanción por implantar un plan de igualdad si así se acuerda en el procedimiento.
- En el caso Andalucía es obligatorio en la administración de la Junta, en sus empresas públicas y en entidades instrumentales.

Por lo tanto, el resto de las empresas adoptarán políticas y medidas de igualdad de forma voluntaria.

Tanto la ley estatal como la autonómica contemplan apoyos para estas empresas:

LOIEMH Artículo 49. Apoyo para la implantación voluntaria de planes de igualdad.

Para impulsar la adopción voluntaria de planes de igualdad, el Gobierno establecerá medidas de fomento, especialmente dirigidas a las pequeñas y las medianas empresas, que incluirán el apoyo técnico necesario.

Ley 12/2007, 26 de Noviembre, para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía

Art. 27. La Administración de la Junta de Andalucía fomentará y prestará apoyo y asesoramiento para la elaboración de los planes de igualdad en las empresas privadas que no estén obligadas por la Ley Orgánica 3/2007 (...). Dichos planes, sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa básica sobre la materia, deberán contemplar medidas para el acceso al empleo, la promoción, la formación, la igualdad retributiva; medidas para fomentar la conciliación de la vida familiar y laboral, la protección frente al acoso sexual y por razón de sexo, así como incluir criterios y mecanismos de seguimiento, evaluación y actuación.

A continuación se ofrecen varias tablas resumen que recogen información práctica sobre lo establecidos en las leyes y que cuyo fin es mejorar la equidad entre mujeres y hombres, en el ámbito de la empresa.

DERECHOS INDIVIDUALES DE LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS QUE ESTABLECE LA LEY DE IGUALDAD

PERMISO DE MATERNIDAD

- Duración del permiso y cuantía de la prestación: 16 semanas de permiso o ampliables en el supuesto de parto múltiple en dos semanas por cada hijo a partir del segundo o en caso de nacimiento, adopción o acogida de hijos o hijas con discapacidad. Se cobrará el 100% de la Base Reguladora del Salario de la trabajadora.
- El padre podrá disfrutar de todo o parte del permiso de maternidad, una vez pasadas las primeras seis semanas.
- Exámenes prenatales y preparación al parto: permiso remunerado por la empresa a la trabajadora, por el tiempo indispensable.
- En caso de riesgo durante el embarazo la trabajadora podrá acceder a una prestación por el 100% de la Base Reguladora de su salario.

PERMISO DE PATERNIDAD

- Consta de 13 días ininterrumpidos o 26 si se disfruta a tiempo parcial por acuerdo con la empresa, cobrando el 100% de la Base reguladora del sueldo del trabajador.
- Se puede acceder a este permiso desde el nacimiento, adopción o acogida hasta después del permiso de maternidad de la madre.
- Es un permiso exclusivo e intransferible de los hombres, si no se disfruta se pierde.
- Podrán disfrutarlo trabajadores por cuenta ajena, cuenta propia, autónomos o afiliados a cualquier Régimen Especial de la SS.

DERECHOS INDIVIDUALES DE LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS QUE ESTABLECE LA LEY DE IGUALDAD

LACTANCIA

- Se establece una prestación por riesgo durante la lactancia natural. Su cuantía es el 100% de la Base Reguladora del Salario.
- Ambos progenitores podrán disfrutar indistintamente de este derecho, siempre que ambos trabajen.
- Se establece una hora de ausencia del puesto de trabajo que se podrá dividir en dos fracciones o una reducción de media hora al inicio y término de la jornada laboral. También se podrá acumular en jornadas completas si así se acuerda con la empresa o según establezca la Negociación Colectiva.

DERECHOS INDIVIDUALES DE LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS QUE ESTABLECE LA LEY DE IGUALDAD

14

CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL CON LA FAMILIAR Y PERSONAL

- Adaptación de la jornada laboral, duración y distribución de la misma, por motivos personales o familiares.

- En caso de que el periodo de vacaciones fijado coincida en el tiempo con una incapacidad temporal derivada de embarazo, parto o lactancia natural, o con los periodos de baja por maternidad o paternidad, podrán disfrutarse en periodo distinto, aunque haya acabado el año natural.

-Excedencias:

- Por cuidado de hijos o hijas: excedencia de 3 años como máximo, conservando el derecho a reserva del mismo puesto de trabajo durante el primer año y considerándose los dos primeros años como tiempo cotizado a efecto de la SS.
- Excedencia de cuidado de familiares: derecho a un periodo no superior a 2 años, para el cuidado de familiares que no puedan valerse por si mismos y no desempeñen actividad retribuida, hasta segundo grado de consanguinidad.
- Excedencia voluntaria: Cuando se tenga al menos 1 año de antigüedad en la empresa se tendrá derecho a un periodo de excedencia no inferior a 4 meses ni superior a 5 años.

DERECHOS INDIVIDUALES DE LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS QUE ESTABLECE LA LEY DE IGUALDAD

CONDICIONES LABORALES

- Será nula la extinción del contrato de trabajo por causas objetivas, así como el despido en los siguientes casos:

- Durante la baja por maternidad, paternidad, riesgo por embarazo, adopción o acogimiento, riesgo durante la lactancia natural, enfermedades causadas por embarazo, parto o lactancia.
- En el caso de trabajadores/as reintegrados/as a su puesto una vez concluida la baja por maternidad, paternidad, adopción o acogimiento durante los nueve meses siguientes.
- Para mujeres víctimas de violencia de género por el ejercicio de sus derechos.

- Despido disciplinario: se incluye el acoso sexual y el acoso por razón de sexo tanto al empresario como a las personas que trabajan en la empresa.

- Tutela judicial: se incluye como supuesto las discrepancias en relación al ejercicio de los derechos de conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

- Indemnizaciones: Se establece que para las indemnizaciones en los supuestos de jornada reducida por lactancia o guarda legal, así como los contratos a tiempo parcial por maternidad o paternidad, el salario a tener en cuenta será el que hubiera correspondido sin considerar dicha reducción de jornada.

DERECHOS INDIVIDUALES DE LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS QUE ESTABLECE LA LEY DE IGUALDAD

16

**REPRESENTANTES DE LAS TRABAJADORAS
Y LOS TRABAJADORES**

- En los convenios colectivos se establece el deber de negociar medidas en materia de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres o en su caso, planes de igualdad.
- Derecho a recibir, al menos una vez al año, datos sobre la proporción de mujeres y hombres en los diferentes niveles profesionales, información sobre las medidas que se hubieran adoptado para fomentar la igualdad entre mujeres y hombres, y en caso de haberse establecido un plan de igualdad, información sobre la aplicación del mismo.
- Deber de ejercer una labor de vigilancia del respeto y aplicación del principio de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, así como colaborar con la dirección de la empresa en el establecimiento y puesta en marcha de medidas de conciliación.

3. LA EMPRESA COMO AGENTE DE PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD

El empleo (o la falta de él) condiciona, en mayor o menor medida, la vida de las personas: su tiempo, calidad de vida, posibilidades de desarrollo, salud, etc. El trabajo es parte de la identidad de cada persona.

Las empresas y sus políticas influyen en el día a día de las personas trabajadoras y de sus familias, en su entorno.

Existen empresas, o un conjunto de ellas dentro de un mismo sector y zona geográfica, que marcan parte de la cotidianidad de la población que les rodea, pues dan empleo a una parte considerable de la misma y crean necesidades de servicios secundarios, lo que afecta a la economía local y al empleo. A su vez, marcan tiempos, horarios, estacionalidad; contribuyen al nivel de bienestar social, fomentan la cohesión o pueden generar momentos de conflictividad, etc. Caracterizan a la población o zona donde están, forman parte de la identidad colectiva.

Ejemplos, que encontramos en las zonas que nos competen en este proyecto, pueden ser:

Alfacar y su pan: la elaboración del pan, es más que una actividad económica en este pueblo, es una seña de identidad que genera empleo, ingresos económicos y crea una imagen al exterior.

El cultivo del tabaco en la Vega de Granada: Aunque ha disminuido en los últimos años, el cultivo del tabaco ha dejado su impronta en la historia reciente de la Vega, en la vida cotidiana de sus habitantes. Ha dado un carácter propio al paisaje, donde los secaderos juegan un papel importante y ahora pasan a tener un interés etnográfico y cultural, más allá del uso para el que fueron contruidos.

En la zona del poniente granadino, otro cultivo que es más que un cultivo es el espárrago. Incluso se han creado eventos culturales alrededor del mismo.

La Alpujarra, es un nombre propio dentro del turismo rural, su atractivo, que une cultura y naturaleza, es indiscutible. El auge del turismo, ha hecho que se diversifique la actividad económica

y ha establecido otros ritmos, más relacionados con las épocas vacacionales y tiempos de ocio de las personas que eligen la Alpujarra como destino.

Por último, en el Altiplano granadino también encontramos un ejemplo en torno a la oveja segureña. Pues a parte de ser una actividad ganadera que ha ido ganando importancia en los últimos años, ha generado otras iniciativas como puede ser la escuela de pastores o toda una serie de propuestas gastronómicas y culturales entorno a la oveja segureña.

Con esto se quiere mostrar la influencia que las empresas, y la actividad económica en su conjunto, pueden llegar a tener en su entorno social y local.

Aunque es sobre sus trabajadoras y trabajadores donde la relación es directa y quienes viven más de cerca la política de la empresa; ésta tiene un papel relevante en la construcción de la realidad de su entorno. A su vez tiene, a través de sus prácticas empresariales y laborales, el poder de transmitir valores y principios.

Cada empresa, grande o pequeña, tiene su peso y su responsabilidad en la sociedad, no sólo las grandes corporaciones. Las personas emprendedoras, las pequeñas explotaciones, las pymes pueden convertirse en referentes en sus comunidades: con innovación, diversificando las actividades económicas, atrayendo y generando nuevos espacios de producción y de consumo, construyendo una visión empresarial más cooperativa o creando empleo de calidad.

Es por todo ello que las empresas son un agente clave para la consecución de una sociedad donde mujeres y hombres tengan las mismas posibilidades de desarrollo.

Sus políticas tienen efecto en sus empleadas y empleados, pero también en la comunidad donde están, tienen una especie de efecto multiplicador. De modo que las medidas que favorecen el bienestar de la plantilla favorecen también el de su entorno.

Desde la incorporación de las mujeres al empleo, las empresas han tenido que incluir cambios en sus estructuras y funcionamiento para cumplir leyes que se han generado para hacer efectivo el principio de igualdad. Si bien, se viene dando un nuevo compromiso cuyo enfoque pasa de ser meramente cumplidor de la ley a contemplar la igualdad entre mujeres y hombres como un activo en la mejora empresarial y en su responsabilidad con la sociedad.

Las empresas, tradicionalmente, han sido estructuras masculinizadas a las que las mujeres han tenido que adaptarse utilizando diferentes estrategias, desde la reorganización del trabajo doméstico o de cuidado a la asunción de roles masculinos como vía de desarrollo profesional. El reto actual consiste en redefinir de nuevo esas estructuras, ampliar la mirada e incluir aptitudes y capacidades que no habían sido tomadas en cuenta en el antiguo modelo, pues se trataba de características asociadas a las mujeres e infravaloradas.

Teniendo en cuenta que las pymes constituyen el mayor porcentaje del tejido empresarial y son, en su conjunto, las que más empleo generan, conseguir que cada día más pymes incluyan medidas de igualdad es todo un reto que repercute en el conjunto de la sociedad.

Y son estas primeras empresas las que servirán de modelo, las que pueden generar ese efecto multiplicador.

3.1. ¿Qué beneficios tiene para mi empresa el fomento de la igualdad entre mujeres y hombres?

Incluir medidas de promoción de la igualdad y eliminar prácticas que puedan ser fuente de discriminación, no sólo beneficia a las mujeres, sino al conjunto del personal laboral y a la empresa.

BENEFICIOS

- Permite atraer y retener talento; personas altamente cualificadas, adaptables y flexibles al equipo de trabajo.
- Mejora el clima laboral
- Mejora la salud laboral y, por tanto, se reduce el absentismo.
- Aumenta la satisfacción personal de trabajadores/as con su trabajo así como la calidad de vida en general, lo que conlleva un mayor compromiso con la empresa.
- Mejora la imagen y el posicionamiento de la empresa.
- Aunque las pymes no están obligadas a hacer planes de igualdad, al hacerlo cumplen con Tratados de ámbito europeo e internacional.
- Ser coherentes con las acciones de “Responsabilidad Social”.
- Cumplir con las disposiciones establecidas en los Convenios sectoriales.
- La empresa contará con distintivo otorgado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

3.2. ¿Cómo puedo desde mi empresa contribuir a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres?

Como ya se ha mencionado anteriormente, el paso inicial es el compromiso de la organización. Tener claro que somos un agente clave, con muchas posibilidades de acción y comprometernos con este papel.

Una empresa puede contribuir a la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres en distintas áreas:

- Con sus proveedores y empresas auxiliares
- De cara a su clientela y la sociedad, en general (incluyendo medidas en su RSE)
- En asociaciones empresariales y relaciones con otras empresas del sector o de su zona territorial, y con otras entidades públicas o privadas.
- En su organización interna y en las condiciones de su plantilla

Es cuestión de cada empresa, de sus características y circunstancias adoptar medidas en cada una de estas áreas o priorizar aquellas que estimen más importantes o que se puedan asumir con mayor facilidad, etc.

Eso sí, cuando se incluyen medidas o un plan de igualdad, debe afectar al conjunto de la empresa, a todos los departamentos y a todos los centros que tenga, independientemente de donde estén ubicados.

En esta guía vamos a centrarnos, básicamente, en el cuarto punto, es decir, en la organización de la empresa y las condiciones de empleadas/os.

A partir de aquí, ¿cómo incorporo esas medidas en mi empresa? **¿Por dónde empiezo?** Pues por el principio: información, formación y asesoramiento.

Información:

Actualmente, existe una serie de entidades públicas y privadas que ofrecen información y orientación para aquellas empresas que quieran poner en marcha planes de igualdad. Destaca el Programa IGUALEM, promovido por el Instituto Andaluz de la Mujer.

Formación:

Hay un amplio abanico de posibilidades de formación y sensibilización en temas de igualdad de oportunidades y género. Así distintas entidades públicas como el Instituto Andaluz de la Mujer, el estatal a través de la Escuela Virtual de Igualdad, ayuntamientos, diputación, etc. ofrecen acciones formativas on-line y/o presenciales que pueden ser de gran utilidad.

La formación es importante, ya que permite conocer la realidad de la desigualdad entre mujeres y hombres en la sociedad y en el mundo laboral en concreto; identificar aquellas prácticas discriminatorias así como los estereotipos y roles asociados al género, con el fin de subsanarlas. Además, la formación ofrece pautas y herramientas para intervenir en la eliminación de dichas prácticas.

Sería adecuado que, al menos, la dirección de la empresa y/o la persona (o comité) responsable del plan de igualdad tengan o reciban formación en los siguientes aspectos:

1. Sensibilización en Igualdad de oportunidades:

- Teoría sexo-género
- Construcción social del género: roles y estereotipos
- División sexual del trabajo: trabajo productivo / trabajo reproductivo o de cuidados

2. Situación laboral de mujeres y hombres:

- Segregación horizontal
- Segregación vertical: techo de cristal
- Discriminación dentro del entorno laboral
- Brecha salarial
- Acoso sexual y por razón de sexo

3. Corresponsabilidad y conciliación

4. Políticas de Igualdad

- Medidas de acción positiva
- Transversalidad

Asesoramiento técnico:

Es aconsejable contar con ayuda técnica y profesional. La inversión en un buen diseño del plan de igualdad, adaptado a las características de nuestra empresa y con unos objetivos realistas facilitará el trabajo posterior y supondrá un ahorro en costes. Especialmente relevante es el asesoramiento técnico en la fase de diagnóstico, tanto para el diseño de herramientas de recogida de datos como para el análisis de los mismos. Un análisis, cuantitativo y cualitativo, que ha de ser detallado y desde un enfoque de género.

22

En el capítulo 9 de la guía, Mapa de Recursos, podrá encontrar información sobre entidades y sitios web donde encontrar información, formación y asesoramiento técnico respecto a la inclusión de medidas de igualdad e empresas, así como otra información de interés.

4. CONCEPTOS BÁSICOS

Antes de pasar a describir qué es y cómo se implanta un plan de igualdad y teniendo en cuenta, como ya se ha dicho, la importancia de la formación para hacer un mejor acompañamiento del proceso, vamos a definir y contextualizar algunos conceptos.

4.1. Sensibilización en Igualdad de oportunidades:

- Teoría sexo-género

Sexo: es el conjunto de características biológicas e innatas y vinculadas a la reproducción, que diferencian a mujeres y hombres como los machos y las hembras de la especie humana.

Género: conjunto de características que cada sociedad asigna como propio de mujeres y de hombres. Toma como referencia el sexo, pero no es algo connatural al mismo, sino que es una construcción social que establece qué es femenino y qué es masculino.

Las pautas de comportamiento y las características asociadas al género cambian de una cultura a otra y a lo largo de la historia. Sin embargo, esta diferencia ha significado en la práctica totalidad de los casos unas relaciones de desigualdad, en las que los hombres ocupan una posición de poder.

Se establece así, un jerárquico basado en el género, que rige todos los aspectos y ámbitos de la vida, tanto individual como social. A este sistema se le llama patriarcado.

El sistema sexo-género constituye un sistema de clasificación y organización universal que convierte la diferencia sexual en desigualdad social.

- Construcción social del género: roles y estereotipos

A través del proceso de socialización se va incorporando la identidad de género.

La socialización es un proceso de aprendizaje por medio del cual interiorizamos las formas de pensar, sentir y actuar que la sociedad establece para cada sexo, como si fuera algo natural e inherente a éste.

Se nos socializa con los mensajes que nos llegan de la familia nuclear o extensa, a través de la escuela, amistades, vecinos y vecinas, medios de comunicación social. Otros medios de socialización son los cuentos, los refranes que se repiten de generación en generación, las canciones, la publicidad, los juegos, etc.

La socialización de género se basa en roles y estereotipos:

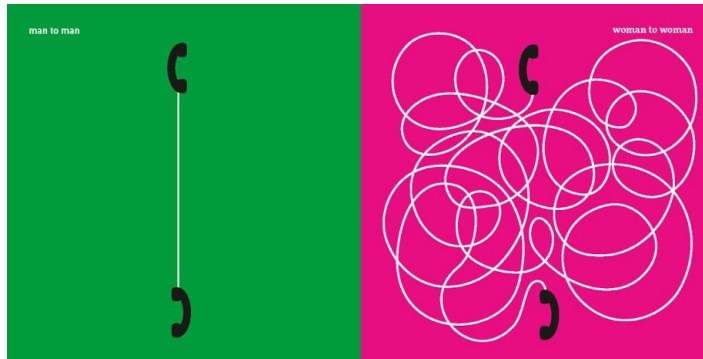
Los roles de género son las actividades y comportamientos que la sociedad espera de un hombre y de una mujer. Así, el rol tradicional del hombre suele ser el de proveedor, cuya identidad está muy marcada por su profesión y desarrollo laboral, en el ámbito público y que, en general, no se ve obligado a desarrollar trabajos de cuidado. Mientras que el rol tradicional de las mujeres establece la obligación de hacerse cargo del trabajo reproductivo y de cuidados (incluso aunque también tenga empleo).

Por otro lado, los estereotipos de género son ideas simplificadas y generalizadas sobre las características de los varones y de las mujeres. Suelen estar fuertemente arraigados y son difíciles de cambiar.

Ambos, roles y estereotipos, son una construcción cultural que supone una visión determinada sobre cada uno de los sexos, asignándoles distintos papeles, actitudes y características. En otras palabras, se convierten en límites para un verdadero desarrollo individual y humano.

24

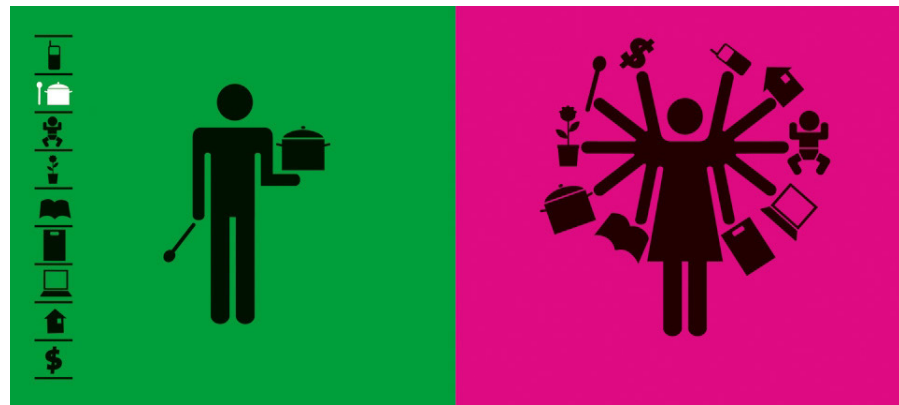
Estereotipos masculinos	Estereotipos femeninos
Estabilidad emocional	Inestabilidad emocional
Dinamismo	Intuición
Agresividad	Falta de control
Tendencia al dominio	Aspecto afectivo muy marcado
Objetividad	Pasividad
Racionalidad	Irracionalidad
Aspecto afectivo poco definido	Frivolidad
Valentía	Ternura
Cualidades y aptitudes intelectuales	Sumisión
Franqueza	Miedo
Aptitud para las ciencias	Dependencia
Eficacia	Debilidad
Amor al riesgo	Aptitud para las letras
	Aptitudes manuales



Estas imágenes de la ilustradora Yang Liu, representan estereotipos asociados al género¹.

En la primera imagen se refleja el estereotipo de cómo se comunican hombres con hombres y mujeres con mujeres.

En el segundo caso se trata del estereotipo de la focalización en una tarea, asociada los hombres, frente a la multitarea que se supone "propia" de mujeres.



¹ Estas imágenes (y la de la página 26) son de la diseñadora china Yang Liu, y pertenecen a una serie de pictogramas en los que resume los roles de género actuales. La serie de ilustraciones fueron recopiladas en el libro "Man Meets Woman". Más información en este enlace <http://novenus.com/artista-china-simplifica-los-estereotipos-de-genero-en-ilustraciones/>



Respecto a la profesión y la promoción, estos roles y estereotipos de género hacen, por ejemplo, que tener familia funcione a favor en el caso de los hombres (se interpreta como más responsabilidad, más estabilidad y adaptación al sistema) y en contra en las mujeres (se interpreta como mayor absentismo, carencia de tiempo, otras prioridades, etc.). La consecuencia macro de estos esquemas mentales y sociales colocan a mujeres y hombres en diferente posición profesional: las mujeres en posiciones subordinadas y los hombres en posiciones de mando.

Es importante apuntar que roles y estereotipos de género vienen perdiendo rigidez. Cada vez más mujeres y hombres prefieren desarrollar su vida rompiendo con ellos, lo que ofrece una mayor

libertad y capacidad de elección, no sin tener que enfrentarse a resistencias sociales.

La División Sexual del Trabajo: Trabajo reproductivo vs trabajo productivo

El trabajo reproductivo comprende las actividades destinadas a atender el cuidado del hogar y de la familia. Su alcance abarca las actividades relacionadas con la gestión y el mantenimiento de la infraestructura del hogar y las derivadas de la atención y cuidado (en su más amplia acepción) de los miembros de la familia.

Las características principales del trabajo de la reproducción son:

- No estar remunerado mediante un salario
- Ser un trabajo eminentemente femenino
- Es un trabajo invisibilizado

A través de los roles de género se ha asignado a las mujeres las tareas domésticas y de cuidado, como si fuera algo innato a la condición femenina, mientras que los hombres ocupan el trabajo productivo, es decir, el empleo y toda aquella actividad remunerada. De nuevo esta situación, no es sólo una cuestión de repartir el trabajo, sino que el trabajo productivo, el trabajo “masculino” está valorado a nivel social y otorga derechos, mientras que el trabajo reproductivo está invisibilizado, infravalorado y se obvia que es un gran ahorro para las economías familiares y también para las economías de los países.

La división sexual del trabajo establece la visión de una sociedad dividida en dos esferas separadas:

ESFERA PÚBLICA (masculina)
<ul style="list-style-type: none">• Estaría centrada en lo llamado social, político y económico-mercantil, regida por criterios de éxito, poder, derechos de libertad y propiedad universales, etc. Se relaciona fundamentalmente con la satisfacción del componente más objetivo (la única reconocida) de las necesidades humanas.• Goza de reconocimiento social
ESFERA DOMÉSTICA (femenina)
<ul style="list-style-type: none">• Estaría centrada en el hogar, basada en lazos afectivos y sentimientos, desprovista de cualquier idea de participación social, política o productiva, y relacionada directamente con las necesidades subjetivas de las personas.• Invisible, negándose toda posibilidad de valoración social.

En las últimas décadas, se ha producido la incorporación de las mujeres al empleo, al ámbito público, sin embargo, no se ha dado una incorporación de los hombres al trabajo de cuidado en la misma proporción, lo que ha dado lugar a la llamada doble jornada. Es decir, hacer frente al empleo y a la mayor parte del trabajo doméstico.

4.2. Precarización del empleo femenino

La situación de las mujeres en el mercado laboral tiende a ser más precaria que la de los hombres, aún cuando el nivel de formación y cualificación de las mujeres ha dejado de ser un problema en este sentido.

Algunas cifras:

Porcentaje de contratos registrados a mujeres según duración y tipo de jornada, 2013²

Total	44,51
Duración indefinida	48,75
Tiempo completo	39,90
Tiempo parcial	59,62
Duración temporal	44,16
Tiempo completo	36,62
Tiempo parcial	58,34

Esta tabla registra el porcentaje de contratos realizados a mujeres sobre el total (mujeres y hombres), para cada tipo de contrato realizado. De ella se extrae que:

El total de contratos realizados a mujeres, tantos de duración indefinida como temporal, es menor que para los varones.

En ambos casos, indefinida y temporal, la contratación a tiempo completo tiene unas tasas inferiores al 40% para las mujeres mientras que ocupan casi el 60% de los contratos a tiempo parcial. Es decir, que las mujeres trabajan, en mayor proporción, a media jornada y su acceso a contratos de jornada completa es bastante limitado.

Esta precariedad en el empleo se refleja también en las pensiones. Las mujeres representan el 36,26% de las pensiones contributivas (2013) mientras que son el 67,88% (2014) de las no contributivas*.

Esta precariedad laboral se traduce en menores ingresos económicos y mayor riesgo de exclusión.

² Datos extraídos de la web de Instituto de la Mujer

La segregación ocupacional de género

La división sexual del trabajo tiene una nueva dimensión, después de la incorporación de la mujer al empleo. Y es que los roles de género también han condicionado el mercado laboral. Esto se ve en dos fenómenos:

a. La segregación horizontal: En el mercado laboral existen ocupaciones que, mayoritariamente, son ocupadas por mujeres y otras que lo son por hombres. Esto se debe a la asignación de roles y estereotipos.

Así, por un lado, la idea de que las mujeres carecen de condiciones físicas o ciertas cualidades como por ejemplo, falta de autoridad, hace que haya trabajos ocupados, tradicionalmente, por hombres y la incorporación de las mujeres se hace más difícil.

Por otro, las mujeres ocupan, en un alto porcentaje, empleos que son afines a los trabajos de cuidado. Se habla de sectores feminizados, como son educación, sanidad o trabajo social. Son actividades que se ajustan al rol de las mujeres como cuidadoras, que se reproduce en la esfera pública. Especialmente significativo es el empleo doméstico. Así por ejemplo, el 98,20% de las pensiones en régimen especial de empleados/as de hogar son percibidas por mujeres*. Una consecuencia es que la feminización de dichos sectores conlleva un empeoramiento en las condiciones laborales y una devaluación de su valor social.

b. La segregación vertical: A medida que se asciende en los puestos de responsabilidad la presencia de las mujeres

es menor, mucho menor. Incluso en sectores feminizados, los puestos de mayor poder de decisión son ocupados por hombres.

Por ejemplo, el porcentaje de mujeres titulares de Universidad era de 38,68% y descendía a 20,29% de catedráticas, para el curso 2012/2013. Es más, el porcentaje de rectoras en 2014 es del 8%, 6 mujeres frente a 69 hombres³.

“La concentración de las mujeres en un número reducido de ocupaciones, la existencia de ocupaciones predominantemente femeninas o masculinas, y la primacía de los hombres en las posiciones jerárquicas al interior de una ocupación. La manera en que se distribuyen hombres y mujeres en las diferentes ocupaciones se conoce como segregación horizontal, mientras que la distribución por niveles al interior de una ocupación se

³Datos extraídos de la web de Instituto de la Mujer

Segregación vertical

Segregación horizontal



Conceptos relacionados con el tema:

Techo de cristal: Se refiere a la gran dificultad de las mujeres para ascender. Formalmente, no existe ningún obstáculo para ello, pero la realidad es que no existe igualdad de oportunidades entre mujeres y hombre. No es un obstáculo que enfrentan algunas mujeres como personalidades individuales, sino que es un fenómeno que se aplica a todas como un colectivo e impide su ascenso por el hecho de ser mujeres.

Opera al nivel de las normas informales, la cultura, las prácticas y la ideología.

Pared de cristal: Práctica de segregación laboral. Se las excluye de las áreas con mayores posibilidades de ascenso o de desarrollo profesional que les permitirían acceder a niveles directivos o de mando.

Ejemplo: puestos técnicos o de staff, determinadas áreas.

Ghetto de terciopelo: Áreas de desempeño profesional y ocupacional que incrementan su población femenina al tiempo que se produce en ellas una disminución de los salarios, de las condiciones de trabajo y de las posibilidades de ascenso. Ejemplo: sanidad, educación...

Brecha salarial

La brecha salarial es la desigualdad retributiva, es decir, la menor retribución que perciben las mujeres en relación a los hombres por un trabajo de igual valor, es por tanto uno de los más persistentes y lacerantes indicadores de la desigualdad de género que aún perdura en el empleo. Como ejemplo ilustrativo de esta desigualdad, según los datos suministrados por la Encuesta de Estructura Salarial 2010, se muestra que una mujer tuvo que trabajar 62 días más para lograr la misma retribución salarial anual que un hombre por un trabajo equiparable.

Las diferencias salariales entre hombres y mujeres pueden estar originadas por las distintas características y cualificaciones entre una trabajadora y un trabajador, el puesto de trabajo que ocupan o la empresa en la que trabajan. Es decir, que la diferencia salarial puede estar fundamentada en la diferencia de capacidades, de riesgo del trabajo, o de otras características del puesto que dan lugar a rendimientos diferenciados; no toda diferencia salarial constituye discriminación.

La discriminación salarial por razón de género implica que una mujer, independientemente de su cualificación profesional, las condiciones y competitividad de la empresa, recibe una retribución inferior a la que percibe un hombre en iguales características.

Brecha salarial: se define como la distancia existente entre la retribución media (es decir, el salario más complementos) masculino y femenino.

Discriminación salarial: Sería la parte de esa diferencia que no queda justificada por una distinta aportación de valor en el desempeño de un trabajo y que solo puede ser explicada en función del sexo de la persona que lo realiza. Tiene su fundamento en motivaciones estrictamente discriminatorias y aparece cuando ya se ha accedido al puesto de trabajo, es directa o "a posteriori", no se trata pues de una de las formas de discriminación laboral de las mujeres que se dan "a priori" (consecuencia de las diferencias en el empleo entre mujeres y hombres, por ejemplo el acceso al empleo).

32

Se considera **discriminación indirecta** por razón de género la situación en que una disposición, criterio o práctica aparentemente neutras pone a personas de un sexo en desventaja particular con respecto a personas del otro, salvo que dicha disposición, criterio o práctica puedan justificarse objetivamente en atención a una finalidad legítima y que los medios para alcanzar dicha finalidad sean necesarios y adecuados. Es decir, existe discriminación indirecta cuando ciertas características personales o del puesto suponen una ventaja o desventaja para uno u otro sexo.

Se considera **discriminación directa** por razón de género la situación en que se encuentra una persona que sea, haya sido o pudiera ser tratada, en atención a su sexo, de manera menos

favorable que otra en situación comparable. Es decir, cuando una persona recibe una retribución inferior únicamente por razón de su sexo en igualdad de condiciones personales y profesionales frente a otra.

Discriminación salarial indirecta, factores "a priori"

- La orientación académica y profesional estereotipada por género
- La segregación sectorial y ocupacional
- La persistencia de la división sexual del trabajo
- La mentalidad tradicional
- Creencias y estereotipos de género entre las direcciones empresariales y de Recursos Humanos
- Convocatorias de difusión restringida o pruebas de acceso androcéntricas

Discriminación salarial directa, factores "a posteriori"

- Diferente valoración de tareas equivalentes
- Procedimientos de retribución de la parte variable del salario arbitrarios
- Procedimientos de promoción profesional personalistas, variables e inmotivados.

Acoso sexual y por razón de sexo

Definiciones:

Acoso sexual: 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.

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.

El acoso sexual y por razón de sexo es un fenómeno social, de múltiples y variadas dimensiones y que se manifiesta de diversas formas, directas e indirectas, de gravedad e intensidad variable, aislada o continuada, etc.

El acoso sexual y por razón de sexo son una de las formas más graves de discriminación por razón de sexo, de ahí la necesidad de establecer medidas preventivas, estrategias y protocolos de actuación que actúan frente a estas situaciones para así poder erradicarlas.

Estas situaciones no son producto de una conducta aislada, sino que se inscriben en un contexto desigualitario en el que existen

desequilibrios de poder en los que las mujeres suelen estar en una situación desfavorable, de ahí que sean las mujeres, en mayor medida, las víctimas tanto del acoso sexual como por razón de sexo.

El acoso sexual y por razón de sexo sufrido en el ámbito de la empresa es debido, principalmente, a que las mujeres ocupan más puestos subordinados y tienen menor acceso a los puestos de poder y a la toma de decisiones. Aunque en muchas otras ocasiones la situación de acoso también puede venir provocada por parte de personas que ocupan un puesto similar en la empresa, es decir, desde una dirección de horizontalidad.

Otro componente a tener en cuenta en las situaciones de acoso sexual y por razón de sexo en el ámbito laboral es la falta de sensibilidad social y de preparación para percibir estas situaciones. Lo que provoca, por un lado, una excesiva tolerancia a ciertas conductas que ya reflejan un entorno laboral sexista y en el que se pueden estar produciendo situaciones de acoso sexual y por razón de sexo que, sin embargo, no son percibidas como tal. Por otro, que cuando estas situaciones se producen y son denunciadas, debido a esta falta de preparación y de sensibilidad, su tratamiento y actuación frente a ellos no son llevados a cabo correctamente y, en ocasiones, las víctimas sufren el aislamiento y la marginación en el entorno laboral por haber denunciado esa situación.

Las situaciones de acoso sexual y por razón de sexo pueden ir desde los requerimientos directos o las proposiciones, a los chistes, las bromas, los roces indeseados, los insultos por razón del sexo de una persona, etc.

El acoso sexual y por razón de sexo se produce, por tanto, como producto de una situación desigualitaria en la que se dan relaciones jerárquicas de poder estructuradas en función del género.

4.3. Corresponsabilidad y conciliación

Conciliar la vida familiar y laboral sigue constituyendo en la actualidad un reto pendiente de resolver en nuestra sociedad.

La incorporación de la mujer al mercado laboral ha supuesto la aparición de nuevas realidades y necesidades personales que tanto las organizaciones como la sociedad han tenido que reconocer y para las que es necesaria una búsqueda de soluciones. Tradicionalmente, las mujeres eran las responsables de las labores de cuidado de la familia así como de las tareas para el mantenimiento del hogar mientras que los hombres debían cumplir su papel como sustentador económico de la unidad familiar. Tras la inmersión de la mujer en el mundo laboral, ésta ha asumido parte de la carga económica que supone la manutención familiar. Sin embargo, no ha ocurrido lo mismo con las responsabilidades “femeninas” que no han pasado a ser compartidas equitativamente por ambos sexos.

Esto está produciendo una **“doble carga de trabajo femenina”** cuyos efectos negativos repercuten no sólo sobre el desempeño del trabajo y, lo que es peor, sobre la salud física y psicológica, sino también sobre la visión que se tiene de las mujeres y las condiciones laborales y el tipo de trabajos que se les adjudican en base a ella.

El reparto de roles establecidos en función del sexo, continúa profundamente enraizado en nuestra sociedad y presupone que

las tareas relacionadas con el trabajo doméstico y la atención de las responsabilidades familiares le corresponde a la mujer, mientras que la función productiva objeto de remuneración le corresponde al hombre.

La incorporación de la mujer al trabajo, el desigual reparto de responsabilidades entre hombres y mujeres en la esfera privada, la perpetuación de la división del trabajo en función del género y un déficit de servicios comunitarios de apoyo afectan negativamente a la igualdad de oportunidades en el empleo, al equilibrio social, al entorno familiar, a la productividad empresarial y a la calidad de vida. La conciliación puede ayudarnos a resolver estos problemas.

El concepto de trabajo tradicionalmente ha estado definido en torno al varón como sustento económico de la familia y a la mujer encasillada en el rol reproductivo y afectivo.

Tanto es así, que el trabajo se estructura en respuesta a los intereses y objetivos de un empleado varón dentro de una estructura familiar que responde a la división sexual del trabajo (el trabajo remunerado lo desarrolla el hombre, mientras que la mujer se mantiene en las tareas reproductivas y de sostenimiento del hogar consideradas como “no laborales” y, por tanto exentas de derechos económicos, jurídicos y sociales).

Este modelo de trabajador ideal es discriminatorio para las mujeres, pero también lo es para los hombres que han asumido responsabilidades familiares. Por tanto, son cada vez más las personas que experimentan un conflicto creciente entre el trabajo y la familia.

Con independencia de la situación laboral de la mujer, la asignación tradicional de roles de género ha permanecido. Esto ha dado lugar a la asunción de una doble jornada por parte de la mujer. Con el fin de paliar esta situación es necesario un reparto más equitativo de responsabilidades entre mujeres y hombres. A pesar de todo ello, los hombres no han aumentado su cuota de responsabilidad en la esfera personal y las mujeres siguen soportando esa doble carga.

La conciliación de la vida personal, laboral y familiar nace como un mecanismo para plantar cara a una nueva realidad social: hacer compatible el trabajo con la vida familiar y como respuesta al notable incremento de la incorporación de la mujer en el mercado laboral. De este compromiso han de tomar parte la familia, la empresa y la sociedad.

35

Se entiende por conciliación de vida familiar y laboral la introducción de medidas como un sistema de permisos por razones familiares y de permiso parental, de atención a la infancia y a personas de edad avanzada y dependientes, y creación de una estructura y organización del entorno laboral que facilite a los hombres y mujeres la combinación del trabajo y de las responsabilidades familiares y del hogar.

La conciliación entre trabajo y vida personal es un conjunto de acciones sociales, institucionales y empresariales cuyo objetivo es el desarrollo de una sociedad más igualitaria y justa. Es un modo de organizar el entorno laboral que

facilita a mujeres y hombres la realización del trabajo y de sus responsabilidades personales y familiares. Conciliar no supone trabajar menos, sino de forma distinta.

La conciliación de la vida familiar, personal y laboral es una cuestión de hombres, mujeres, empresas e instituciones. Es una responsabilidad global de la sociedad.

A pesar de que la conciliación se ha convertido en una nueva tarea debido a la incorporación de la mujer al mercado laboral, la responsabilidad del hogar y el cuidado de los niños y personas dependientes tiene que ser compartida por los miembros de la familia.

36

Objetivos:

El objetivo principal de la conciliación es la compatibilización de los horarios en los ámbitos personal, laboral y familiar. Derivados de este objetivo general, se entiende que hay objetivos específicos que se han de intentar conseguir para que la conciliación sea una realidad:

- **Incrementar el tiempo de libre disposición personal y familiar;** garantizar un tiempo para la vida familiar, para el ejercicio de las responsabilidades comunitarias, de tiempo personal para ocupaciones individuales; favorecer la incorporación igualitaria en las actividades domésticas y cuidado de los menores, personas con discapacidad y mayores sin discriminaciones de género; hacer posible una vida

horariamente ordenada en la perspectiva de una mejora de la salud personal (horas de sueño, comidas regulares, ejercicio físico).

- **Estimular la responsabilidad social de la empresa en la perspectiva de mejorar las condiciones de bienestar personal y familiar de los recursos humanos** propios para conseguir una mejora de los objetivos específicos de organización: establecer mecanismos de flexibilidad horaria y posibilidad de permisos y sabáticos; organizar -de manera concertada, al estilo de las antiguas mutualidades- servicios complementarios de atención a las familias con hospitales de día o guarderías infantiles en horarios especiales (por ejemplo, trabajo en días festivos), etc.

En la actualidad, la conciliación de la vida familiar, laboral y personal es una necesidad para mujeres y hombres, pues ambos necesitan hacer compatibles sus jornadas laborales con sus vidas personales.

Es un reto que afecta al conjunto de la sociedad. Por eso no se puede caer en el error de identificar conciliación sólo con mujeres. La implicación de los hombres es primordial sin su participación es inviable el reparto equitativo de responsabilidades y de las tareas en las tres esferas de la conciliación.

La conciliación no debe ser vista como un problema privado. Es un tema de la sociedad y como tal debe contar con una respuesta social.

Es necesario avanzar en el reparto de responsabilidades. La conciliación es positiva y contribuye al bienestar personal y a la calidad de vida, así como al mantenimiento y equilibrio familiar y social.

La consecución de la conciliación requiere medidas de concienciación y sensibilización y de recursos destinados a su aplicación.

El desarrollo por parte de las instituciones públicas de acciones encaminadas a favorecer el reparto equitativo de las tareas domésticas y familiares es fundamental. Es lo que se llama buenas prácticas: medidas, acciones y normas encaminadas a favorecer la conciliación.

La falta de conciliación tiene consecuencias negativas para las personas trabajadoras de la empresa.

Consecuencias negativas de la falta de conciliación

- Insatisfacción laboral
- Disminución del rendimiento
- Elevación de las tasas de absentismo
- Plantillas desmotivadas
- Pérdida de personas cualificadas
- Baja la productividad

4.4. Políticas de Igualdad

La Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres se constituye como el elemento dinamizador de la construcción política, social y económica de las sociedades democráticas, y esto supone que ha dejado de ser considerado como el principio que beneficia solamente a las mujeres a ser el principio que se identifica beneficiará a la sociedad en su conjunto, al contribuir a resolver los desequilibrios estructurales existentes.

Políticas de igualdad son aquéllas que tienen como finalidad el corregir y/o compensar las situaciones de desigualdad y de discriminación, contrarrestar en la práctica los efectos de la socialización de género y desarrollar y potenciar un modelo social igualitario.

Podría definirse política de igualdad a la planificación de medidas específicas de igualdad organizadas a distintas áreas de intervención y en cuya realización están implicados distintos agentes, en función de su ámbito y nivel de competencias. Estas políticas suelen seguir una estrategia dual, es decir, integran dos tipos de actuaciones: medidas de acción positiva y transversalidad.

Acciones Positivas

Acciones positivas: son medidas concretas para equilibrar la participación de mujeres y hombres en todos los ámbitos sociales. Su objetivo es compensar desigualdades en el punto de partida y

corregir discriminaciones específicas. Son de **carácter temporal**, una vez alcanzado el fin para el que fueron diseñadas dejan de aplicarse.

Las acciones positivas cumplen tres funciones:

1. **Justicia compensatoria:** se trataría de compensar a las mujeres por las desventajas y la discriminación que han sufrido como colectivo a lo largo de la historia.
2. **Justicia distributiva:** se trataría de reajustar el desequilibrio existente entre mujeres y hombres.
3. **Utilidad social:** se trataría de movilizar el potencial económico y social de las mujeres para el bien común de toda la sociedad.

Clasificación de las acciones positivas:

- **Medidas de concienciación:** ejemplo: campañas de formación y de publicidad para la igualdad sexual.
- **Medidas de facilitación:** orientadas a conseguir eliminar la desventaja:
- **Medidas de incentiviación:** becas, subvenciones,...
- **Medidas de discriminación inversa o positiva:** baremos distintos para hombres y mujeres, cuotas o reservas de plazas,...
- **Medidas de trato preferencial:** puntos extra,...
- **Medidas de retribución, recompensa o sanción positiva:** exenciones fiscales,...

Mainstreaming de Género o Transversalidad

El mainstreaming de género es la (re-)organización, la mejora, el desarrollo y la evaluación de los procesos políticos, de modo que una perspectiva de igualdad de género se incorpore en todas las políticas, a todos los niveles y en todas las etapas, por los y las actores/as normalmente involucrados en la adopción de medidas políticas. La estrategia del mainstreaming de género ha sido recogida e impulsada tanto por las Naciones Unidas como por los tratados de la Unión Europea.

Conforme a las recomendaciones de las personas expertas del Consejo de Europa, una correcta aplicación del mainstreaming de género exige el cumplimiento de cinco requisitos básicos:

1. Un concepto más amplio de igualdad de género.
2. La incorporación de la perspectiva de género en la agenda política dominante.
3. La igual participación de las mujeres en los procesos de toma de decisiones.
4. La prioridad otorgada a las políticas de género y a las que tienen especial relevancia para las mujeres.
5. Y un cambio de las estructuras institucional y organizativa que afecta al proceso político, los mecanismos, y los actores políticos.

Este último requisito implica la participación de personas expertas de género y sociedad civil en el proceso político, la cooperación horizontal en asuntos de género entre todos los ámbitos, departamentos y niveles políticos, y el uso de herramientas y técnicas adecuadas para integrar la variable de género en todas las políticas, hacer un seguimiento y evaluar estas últimas desde la perspectiva de género (recogida de datos estadísticos desagregados por sexo, métodos de evaluación del impacto de género, etc.).

Por lo tanto tener en cuenta esta perspectiva supone:

- Integrar la dimensión de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en todas las políticas y acciones.
- Exige un análisis riguroso de los diferentes aspectos de la desigualdad.
- Hace necesaria la coordinación entre entidades o departamentos que intervienen en distintos ámbitos.

5. ¿QUÉ ES UN PLAN DE IGUALDAD Y CÓMO PUEDO ESTABLECER UNO EN MI EMPRESA?

5.1. ¿Qué necesito para establecer un Plan de Igualdad en mi empresa?

40

Un apunte previo: la perspectiva de género

Se ha destacado la importancia de la sensibilización en igualdad de oportunidades y la formación en temas de género. Esto es fundamental para desarrollar una nueva visión, una habilidad, una capacidad de análisis, es decir, para desarrollar la **perspectiva de género**.

La perspectiva de género, es más que una categoría de análisis, es la capacidad de ver la realidad, fruto de un gran trabajo de reflexión interna sobre todos los aspectos de la vida, individual y colectiva. Es una herramienta en permanente construcción; en tanto que nuestras experiencias y nuevos conocimientos la van puliendo, y tiene carácter permanente; una vez adquirida es imposible dejar de ver la realidad desde este enfoque. También es global, pues permite analizar cualquier fenómeno social.

Como primer paso la perspectiva de género aporta información sobre la participación de hombres y mujeres en una determinada variable, actividad o característica, pero además nos permite:

- Identificar la situación y posición de mujeres y hombres.
- Conocer la forma en que mujeres y hombres se relacionan.
- Saber cómo mujeres y hombres acceden y controlan los recursos.
- Reconocer la existencia de las diferencias y particularidades de las mujeres y hombres.

La perspectiva de género es, por tanto, un elemento básico que debe estar presente siempre. Especialmente en el diagnóstico y diseño de las medidas del plan de igualdad.

¿Quiénes participan?

Son varios los agentes que participan en la implantación de un Plan de Igualdad. Cada uno de ellos tienen determinadas funciones y nivel de responsabilidad.

Cabe señalar, que al tratarse de la integración de una nueva política empresarial, la totalidad de los departamentos y personal laboral están implicados. Además, de la posibilidad de solicitar apoyo externo.

Agentes implicados en el Plan de Igualdad	
Dirección de la empresa	Es de donde surge la voluntad de implantar el plan de igualdad. Su compromiso es el punto de partida y debe informar a la plantilla, así como asignar los recursos necesarios para el desarrollo del mismo.
Recursos humanos	Se encargan de la ejecución de las medidas adoptadas en el plan.
Representación legal de las/os trabajadoras/es (si la hubiera)	Está presente en la elaboración de propuestas y el seguimiento del plan. Además, se convierte en un punto de información para la plantilla.
Comité (o responsable) de Igualdad	Equipo de trabajo formado por representantes de la empresa y de los trabajadores y trabajadoras. También puede ser una persona delegada de la empresa. Está presente durante todo el proceso desde el diagnóstico hasta la evaluación y es la conexión entre el resto de agentes, sobre todo dirección y plantilla.
Plantilla	Su participación es vital para el proyecto, sobre todo la aportación de sus opiniones y sugerencias durante la fase de diagnóstico. Por ello, es necesaria la transparencia y la comunicación.
Personas expertas	Puede ser personal externo o interno. En todo caso, profesionales con cualificación para que nos asesoren y guíen la inclusión del plan de igualdad en la empresa.
Organismos de igualdad	Existen organismos públicos que pueden servir de apoyo.

Implantar un plan de igualdad: paso a paso

1. Firma del Compromiso

2. Información a la plantilla

3. Designación del comité o persona responsable

4. Diseño del plan de trabajo

5. Diagnóstico

- Recogida de datos
- Análisis de los datos
- Redacción del informe diagnóstico: propuestas de mejora

6. Plan de Igualdad

- Presentación de un resumen diagnóstico y recogida de aportaciones
- Establecimiento de:
 - Áreas de intervención
 - Objetivo general de cada área
 - Objetivos específicos de cada objetivo general
 - Medidas y actuaciones para cada objetivo específico
- Priorizar actuaciones (criterios de urgencia, económicos/coste 0, aspectos legales, beneficios para la empresa, etc.)
- Cronograma

7. Seguimiento y evaluación

A continuación se ofrece una descripción de cada fase a dar para implantar un plan de igualdad en la empresa, de manera que sea más fácil comprender el proceso y como se sucede cada fase. Aunque se dedicará un capítulo a cada una de las tres últimas fases: diagnóstico, plan de igualdad y evaluación, para hablar más extensamente de cada una.

1. Firma del Compromiso

La firma del compromiso es una declaración expresa de que vamos incluir la igualdad como principio básico en nuestra empresa, particularmente en la gestión de recursos humanos y facilitar toda la información y medios necesarios para llevar a cabo el diagnóstico y la elaboración e implementación del plan de igualdad.

El Compromiso se hará a través de un documento escrito.

Y, en función de las circunstancias del proyecto, puede adoptar varias modalidades:

- Si recibimos alguna subvención o ayuda por parte de una institución pública (o privada), la firma se hará entre representantes de ambas entidades.

Por ejemplo, dentro de la Acción Conjunta de Cooperación Granada Rural Género, se han seleccionado cinco empresas a las cuales se les ha hecho el diagnóstico, sin coste alguno para la empresa. En este caso la firma es entre la empresa y los Grupos de Desarrollo Rural.

- La firma también puede darse entre la empresa y las/os representantes legales de las/os trabajadoras/res.

Puede ser una firma a tres si, además, la empresa recibe ayuda de alguna entidad.

- Por último, puede darse la circunstancia que la iniciativa viene de la dirección de la empresa, sin que exista representación legal de la plantilla, algo que puede ser frecuente en las pymes. En este caso la firma, más que ser un trato entre varias partes es un compromiso que la empresa quiere poner de manifiesto y hacer público, ya sea a nivel interno (a su plantilla) o externo.

A continuación se exponen algunos aspectos que se recomienda que aparezcan en el documento, pero podemos incluir todo aquello que nos parezca relevante. Incluso si nos apetece escribir una carta personal como representante de nuestra empresa, como persona emprendedora. La carta de compromiso es un documento de elaboración propia, y como tal, debe adecuarse a las circunstancias del proyecto.

¿Qué debe aparecer en el documento?

1. La identificación de las partes o de la empresa.
2. Si se recibe subvención o cualquier otro tipo de ayuda, ponerlo expresamente.
3. Que se disponen de los recursos económicos para realizar el proyecto, independientemente de que se realice por alguien de la empresa, un/a profesional contratado/a expresamente o para la contratación de asesoría externa.
Si ya sabemos la entidad que nos va a hacer el diagnóstico y plan de igualdad, podemos incluir su nombre en el documento.
4. Que contamos con las instalaciones adecuadas para que el equipo de trabajo, reuniones, etc.
5. El compromiso que adquirimos:

Por ejemplo: "... se compromete a incluir el principio de igualdad como parte de la filosofía empresarial. Para hacer este principio efectivo se implantará un plan de Igualdad cuyo objetivo es mejorar el bienestar de la plantilla y mejorar la organización de la empresa."
6. Igualmente, nos comprometemos a dar toda la información pertinente para que el diagnóstico y plan puedan realizarse.
7. La composición del grupo de trabajo o comité de igualdad.
8. Fecha, lugar y firma.

44

2. Información a la plantilla

Otro paso imprescindible es el de informar a toda la plantilla de la inclusión de esta nueva política en la empresa, que se va a realizar un estudio de situación y se van a tomar medidas en este sentido, y animar a empleadas/os a participar. Es importante abrir canales de comunicación que permitan recoger todas las aportaciones posibles y que den transparencia al proceso.

3. El comité o persona responsable

Antes de dar comienzo al trabajo de diagnóstico, se designará un comité o persona responsable que facilitará la recogida de datos y mantendrá informados a la dirección y a la plantilla del desarrollo del proceso. En el caso de este proyecto, y puesto que las pymes tienen un reducido número de empleadas/os, se ha optado por una persona responsable, que en unos casos es la representante de la gerencia y en otras una persona delegada. Es recomendable que el/la responsable sea accesible y tenga disponibilidad, además de sensibilización y compromiso con el tema de la inclusión de medidas de igualdad en la empresa.

Cuando se elija un comité de igualdad, este deberá ser un órgano paritario, es decir compuesto por mujeres y hombres, en el que estén representados tanto dirección de la empresa como las/os empleadas/os.

Funciones del comité, o persona responsable, de igualdad

- Participar en la planificación del desarrollo del proceso del plan.
- Asistencia a las reuniones presenciales
- Concretar un calendario de trabajo, con las partes implicadas.
- Apoyo en la recogida de información necesaria para la elaboración del diagnóstico.
- Aportar propuestas
- Mantener informada a la plantilla y a la dirección sobre el desarrollo del proceso y canalizar sus propuestas.
- Participar en acciones formativas
- Realizar el seguimiento y control del Plan de Igualdad

45

4. Diseño del plan de trabajo

Una vez constituido el comité o designada la persona responsable y habiendo informado a la plantilla del inicio del proyecto, es necesario detenerse para diseñar un plan de trabajo: fijar objetivos y tiempos de ejecución de cada tarea, y tener en cuenta las circunstancias y coyunturas que sean predecibles (épocas de pico de producción, vacaciones, recogida de cosecha, turnos, etc.), dejando espacio para posibles imprevistos que puedan darse.

Se pretende ganar eficacia, eficiencia y calidad en el proceso, previendo todos aquellos aspectos que sean posibles y, a la vez, que sea un plan flexible capaz de adaptarse a los cambios.

En el diseño del plan de trabajo hay que tener en cuenta:

- Qué información necesitamos
- La elección de las técnicas de recogida de información, tanto de la dirección de empresa como de la plantilla, teniendo en cuenta sus características.
- Un calendario de trabajo que recoja el inicio, fin y duración (aproximados) de cada actuación.

46

5. El diagnóstico

El diagnóstico es un estudio estructurado y pormenorizado, cuyo objetivo es conocer la situación de una empresa en materia de igualdad, identificando las situaciones de desigualdad y así detectar las posibilidades de mejora. Es una herramienta eminentemente práctica, que facilita la toma de decisiones por parte de la empresa.

Es, por tanto, un paso imprescindible para la elaboración de un plan de igualdad adecuado a la realidad de la empresa.

6. Plan de Igualdad

El Plan de igualdad es el conjunto de medidas que se pondrán en marcha en base al diagnóstico obtenido.

Dichas medidas estarán organizadas en distintas áreas de intervención, en función de los aspectos que se trabajen en cada una de ellas. Además, responderán a la necesidad de alcanzar una serie de objetivos que también se fijarán en esta etapa.

Es decir, en esta fase se diseña el plan y se implementa.

Es importante tener dos cosas en cuenta:

1. Al diseñar el plan hemos de ser conscientes de los recursos que disponemos: económicos, humanos, formativos, de tiempo, etc. Y, así, ajustar nuestras expectativas a la realidad de la empresa.
2. Por otro lado, la creatividad y la innovación son bien recibidas. Un plan de igualdad no es algo estático, es flexible, por tanto hay margen para probar medidas que, a priori, pueden resultar algo arriesgadas.

7. Seguimiento y evaluación

El seguimiento del Plan es continuo durante todo el desarrollo del mismo y va a permitir comprobar la consecución de los objetivos fijados para cada acción y conocer el proceso de desarrollo, con el objetivo de introducir otras medidas si fuera necesario o corregir posibles desviaciones.

La evaluación permite conocer el nivel de realización alcanzado por el Plan, el impacto que ha tenido sobre el funcionamiento de la organización, la plantilla e incluso la comunidad, para así valorar la necesidad de continuar impulsando este tipo de medidas.

6. EL DIAGNÓSTICO

El diagnóstico es un análisis descriptivo y detallado de la situación de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la empresa.

Los **objetivos del diagnóstico** son:

- Proporcionar información sobre las características, las necesidades y las opiniones de las mujeres y hombres que trabajan en la empresa.
- Detectar la existencia de posibles desigualdades o discriminaciones por razón de sexo.
- Servir de base para la elaboración del plan y diseño de medidas.
- Recoger las aportaciones tanto de dirección de la empresa como del personal laboral, y con ello, implicarlos en el proceso.

Características del diagnóstico:

Instrumental y práctico: el diagnóstico es una herramienta, un medio. Tiene sentido y utilidad si después se van a poner en marcha medidas de fomento de la igualdad. Ha de ofrecer la información pertinente, de forma clara y ordenada.

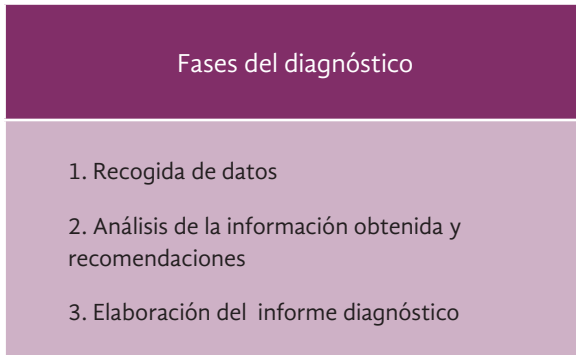
Flexible y dinámico: en cuanto a la metodología de recogida y análisis de la información. Los métodos usados deberán elegirse en función de las características y circunstancias propias de cada empresa. Así mismo, deberá adaptarse a los posibles cambios que puedan darse durante el proceso.

¿Qué información nos aporta el diagnóstico?

- Conocer cuáles son los ámbitos prioritarios de actuación.
- Identificar situaciones de desigualdad y oportunidades de mejora.
- Proporciona un análisis de situación a partir del cual hacer futuras comparaciones.
- Optimizar los recursos humanos de la empresa:
 - › A través de una mejora en la gestión del talento
 - › Al identificar necesidades formativas y de desarrollo profesional de la plantilla

6.1. FASES DEL DIAGNÓSTICO

48



1. RECOGIDA DE LOS DATOS

El primer paso para el diagnóstico es la recogida de datos. Obtener una información de calidad es básico. La forma de recogida de datos, y el análisis de los mismos, ha de ser flexible y adaptarse a las características y necesidades concretas de cada empresa.

El objetivo principal del diagnóstico es proporcionar información sobre la situación de nuestra empresa en relación a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

A la hora de la recogida y análisis de la información es obligado aplicar la perspectiva de género, de modo que las herramientas se diseñarán teniendo en cuenta la variable sexo.

En cuanto a las fuentes de información, existen dos tipos:

Fuentes secundarias:

Llamamos fuentes secundarias a la información que ya está disponible, sólo es necesario reunirlos y analizarlos. Se trata de la documentación de la empresa y de los datos sobre la organización y estructura de la plantilla.

Estos datos se solicitarán a la gerencia o al departamento de recursos humanos.

Fuentes primarias:

Se trata de fuentes primarias cuando son necesarias determinadas técnicas de investigación (cuantitativas y cualitativas), para

obtener información específica y relevante sobre nuestro objeto de estudio. Principalmente, opiniones y aportaciones por parte del personal de la empresa. Para ello se elaboran, previamente, una serie de herramientas, atendiendo a la naturaleza de la plantilla (tamaño, estacionalidad, turnos, etc.). Estas herramientas pueden ser: cuestionarios, grupos de discusión, entrevistas estructuradas, panel de informantes clave, etc.

Se elegirán unas u otras en función de las características de la empresa y de otros factores como el tiempo o la inversión económica.

- **Selección:** solicitudes de ingreso en la empresa, anuncios publicados, ofertas de empleo, guión de entrevistas, pruebas selectivas, y demás documentación oportuna

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

- **Promoción:** planes de carrera y demás documentación utilizada por la empresa en estos procesos

FUENTES SECUNDARIAS

A continuación se detalla la documentación y los datos de la plantilla que se deben ser facilitados por parte de la empresa.

Documentación de la empresa

- **Convenio colectivo**
- **Organigrama de la empresa**
- Copias de la **documentación general utilizada para información de la plantilla:** tarjetas de visita, letreros, comunicados, etc.

Documentación de la empresa

- **Convenio colectivo**
- **Organigrama de la empresa**
- Copias de la **documentación general utilizada para información de la plantilla**: tarjetas de visita, letreros, comunicados, etc.
- **Selección**: solicitudes de ingreso en la empresa, anuncios publicados, ofertas de empleo, guión de entrevistas, pruebas selectivas, y demás documentación oportuna
- **Formación**: cuestionario de detección de necesidades formativas, plan de formación del último año, programas de los cursos impartidos, etc.
- **Promoción**: planes de carrera y demás documentación utilizada por la empresa en estos procesos
- **Política salarial**: documentación donde se recojan los criterios de distribución de incentivos y otros beneficios
- **Ordenación del tiempo de trabajo**: documentación dónde se establezca la regulación de los mecanismos para facilitar la conciliación entre la vida laboral, personal y laboral que existan dentro de la empresa
- **Comunicación**: documentación relativa a los procedimientos utilizados para la comunicación dentro y fuera de la empresa
- **Contratos y nóminas del último año**
- **Estatutos de empresa**

Datos de la plantilla desagregados por sexo	
ESTRUCTURA DE LA PLANTILLA	<ul style="list-style-type: none"> a. Organigrama de la plantilla b. Tipos de contratos y porcentaje de mujeres y hombres para cada uno de ellos (indefinido, temporal, jornada completa o reducida, etc.) c. Retribuciones por departamentos, categorías profesionales y componentes salariales.
MOVIMIENTO DE PERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> 1. Motivo de las bajas producidas en los últimos tres años, desagregado por sexo: <ul style="list-style-type: none"> a. Jubilación b. Fin de contrato c. Despido d. Abandono voluntario <ul style="list-style-type: none"> - Motivos personales - Motivos laborales e. Otros 2. Contrataciones realizadas en los últimos 3 años, desagregado por sexo.

Datos de la plantilla desagregados por sexo

Datos de la plantilla desagregados por sexo	
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de mujeres y hombres que han realizado formación por departamentos y lugar y horario de la formación. • Nº de mujeres y hombres que han recibido formación por tipo de formación, departamento. • Nº de horas de formación por categoría profesional, departamento, tipo de formación y sexo.
CONCILIACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de mujeres y hombres que han disfrutado de permisos retribuidos y no retribuidos y renuncias por departamentos. • Nº de mujeres y hombres que han disfrutado de estas medidas/recursos por departamento.

FUENTES PRIMARIAS

Como ya se ha dicho, las fuentes primarias son aquellas de las que podemos obtener, directamente, datos a través de técnicas de investigación, cualitativas y/o cuantitativas, a través de herramientas diseñadas expresamente para ello.

En esta fase se pretende conocer situaciones, valores, opiniones, nivel de sensibilización respecto a la igualdad entre mujeres y hombres.

A la hora de hacer el diagnóstico es necesario extraer información tanto de la dirección o gerencia de la empresa como de la plantilla, pues son los actores principales. Se construirán herramientas de análisis para cada uno de ellos.

La elección de unas técnicas u otras será a criterio del equipo que esté elaborando el diagnóstico y según las características de la empresa y su plantilla. Los turnos, la estacionalidad, los picos de producción, la dispersión geográfica de los centros de trabajo o el propio carácter del trabajo, son factores a tener en cuenta a la hora de diseñar las herramientas.

Por ejemplo, en los diagnósticos de las empresas seleccionadas para el presente proyecto, acción Conjunta de Cooperación Granada Rural Género, y teniendo en cuenta que son pequeñas y medianas empresas, se ha optado por usar:

- Entrevista estructurada a un/a representante de la empresa
- Cuestionarios a las plantillas

En el caso de empresas que tengan varios departamentos, centros de trabajo o cualquier otra circunstancia que creamos pertinente, se puede hacer la entrevista a varias personas: jefas y jefes de departamento, encargadas/os de centros, etc. En este caso, siempre hay que introducir una presentación que indique el objetivo de la entrevista:

“(...)el motivo de esta entrevista es recopilar el máximo de información posible para poder realizar un diagnóstico sobre la situación de hombres y mujeres en su empresa de cara a diseñar el Plan de Igualdad de Oportunidades empresarial.”

A continuación, se expone un modelo de entrevista a un/a representante de la empresa.

Estas son las preguntas que debemos hacernos, como responsables de nuestra empresa, para conocer nuestro punto de partida. Qué estamos haciendo y así saber, qué podemos mejorar.

Guión entrevista

**CARACTERÍSTICAS
Y VALORES
DE LA EMPRESA**

- ¿Cuáles han sido los inicios de la empresa y su trayectoria hasta ahora?
- ¿Cuáles son los objetivos empresariales de la empresa y cómo han evolucionado a lo largo de su historia?
- ¿Cuál es la filosofía empresarial (valores, principios, creencias, etc.)?
- ¿Cuáles son los retos a corto y medio plazo de la empresa?
- ¿Tienen política de Responsabilidad Social Corporativa? ¿Cómo se integra en la cultura empresarial? ¿Cómo se refleja en la plantilla?

**SITUACIÓN DE
LAS EMPRESAS
FAMILIARES**

- ¿Qué ventajas tiene de cara a la gestión de personal ser una empresa familiar?
- ¿Y qué obstáculos enfrentan?
- ¿Cree que facilita o en cambio dificulta incluir valores sociales y principios de igualdad en la visión empresarial y la gestión de personal?

Guión entrevista

SELECCIÓN

- Cuando hay una vacante, ¿cuál es el proceso que se sigue para cubrir el puesto de trabajo? ¿Quién y cómo se definen los perfiles requeridos para cada puesto?
- ¿Qué sistema se utiliza para seleccionar al personal? ¿Qué pruebas se hacen?
- ¿Se sigue un proceso diferente dependiendo de la categoría profesional a la que pertenece el puesto? Es decir, ¿el procedimiento es el mismo para cubrir puestos que no requieren cualificación que para cubrir puestos de dirección?
- Si existe diferencias según el puesto de trabajo, ¿cuáles son los sistemas de selección más utilizados en cada departamento y para cada categoría profesional?
- ¿Qué requisitos/criterios se valoran para acceder a un puesto de trabajo? (desagregar por categorías/departamentos)
- ¿Se tiene en cuenta la situación personal y familiar de las personas candidatas? (Si es sí, preguntar con qué fin)
- ¿Quién toma las decisiones sobre las incorporaciones?
- Suele darse el caso de que existan áreas donde predominan mujeres y otras donde la plantilla está compuesta prácticamente por hombres, ¿esto ocurre en su empresa? ¿En ese caso, a qué cree que se debe esa diferencia?
- ¿Se fomenta la contratación de mujeres o de hombres en aquellas áreas de la empresa en las que están infrarepresentadas/os?
- ¿Se conocen en la empresa los incentivos, ayudas y/o bonificaciones que actualmente existen para la contratación de mujeres? ¿Se han beneficiado alguna vez de ellas?

Guión entrevista	
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Tiene la empresa un plan formativo o realiza acciones formativas para las personas trabajadoras de la empresa? • ¿La formación es obligatoria o voluntaria? • ¿Se ha planteado la realización de un plan formativo para mejorar la cualificación profesional y el reciclaje de las personas trabajadoras? • ¿Conocéis la oferta formativa gratuita para personas trabajadoras de la CEA, Sindicatos, etc,? ¿habéis hecho uso de ella? ¿Por qué? • ¿Cómo se detectan las necesidades de formación de la plantilla? ¿Se conocen las necesidades desagregadas por sexo? • ¿Cómo se difunden las ofertas de formación? • ¿Si la formación es fuera del horario laboral se ofrecen facilidades o compensaciones? ¿De qué tipo? • ¿Se ha realizado alguna formación específica en igualdad de oportunidades? ¿a quién iba dirigida? • ¿Se ha impartido formación específica para mujeres? ¿De qué tipo? ¿A qué puestos iba dirigida? • ¿Qué condiciones se tienen en cuenta para poder participar en la formación? • ¿Se convoca activamente a las mujeres a la formación para la promoción?

Guión entrevista	
PROMOCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • En líneas generales, ¿qué metodología y qué criterios se utilizan para la promoción? • ¿Existen planes de carrera en su organización? ¿En qué consisten? • ¿Qué personas intervienen en la decisión de una promoción interna? • ¿Las responsabilidades familiares influyen en la promoción dentro de la empresa?
RETRIBUCIONES Y POLÍTICA LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la política salarial de la empresa? • ¿Con que criterios se deciden los aumentos salariales? • ¿Qué tipo de incentivos y beneficios contempla la empresa?
CONCILIACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Se habla mucho del término conciliación, ¿Qué se entiende en la empresa por conciliación? ¿es una necesidad actual? ¿a quién afecta los problemas de conciliación? • ¿Tiene la empresa establecida algún tipo de medida o recursos para facilitar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de la plantilla, que mejore los establecidos por la Ley? • ¿Cómo se ha comunicado la existencia de estas medidas de conciliación a la plantilla?
VACACIONES	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se organizan las vacaciones anuales? ¿Existe un protocolo? • ¿Cuáles son los criterios considerados para distribuir las vacaciones del personal?

Guión entrevista	
CLIMA LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se han tomado medidas para mejorar el clima laboral, como la organización de actividades lúdicas para el personal y su familia, o cualquier otra medida que esté destinada a que el personal se sienta bien en la empresa?
COMUNICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué elementos se tienen en cuenta a la hora de diseñar la comunicación tanto interna como externa? ¿Qué objetivo tienen sus campañas de comunicación externa? ¿Qué tipo de lenguaje utilizan? • ¿Considera que la imagen, tanto externa como interna de la empresa, transmite los valores de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres? ¿Por qué? • ¿Y la interna?
MEDIDAS PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe alguna medida específica en la empresa establecida por convenio referente al área de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres? • ¿En esta empresa hay o ha habido alguna persona que se haya encargado de aspectos con la igualdad de oportunidades? ¿crees que sería interesante o necesario la existencia de una persona encargada de esta cuestión? • ¿Qué medidas se han puesto en marcha para favorecer la equidad entre trabajadores y trabajadoras? ¿A estas medidas puede acceder todo el personal de su empresa? ¿Quién se acoge más a ellas? • ¿Hay en la empresa algún protocolo de prevención y sanción del acoso sexual o por razón de sexo? • ¿Qué medidas podrían realizarse en la empresa para favorecer la igualdad de oportunidades y más concretamente la conciliación entre la vida personal familiar y laboral de la plantilla?

Conocer la situación y opinión de la plantilla, y recoger sus aportaciones es vital para el buen desarrollo de medidas adecuadas y su implementación en la empresa. Empleados y empleadas deben sentirse motivados/as, proactivos/as, y para ello empezar por transmitirles que su opinión va a ser escuchada.

Es importante en este punto dejar claro, incluso por escrito, la confidencialidad de las opiniones vertidas. Y que los resultados del diagnóstico no van a suponer, en ningún caso, futuras "represalias" sobre la plantilla. Por el contrario, la sinceridad en las opiniones es lo que necesitamos para ver, realmente, en qué punto estamos y cómo podemos mejorar. Contar con personal profesional externo puede facilitar este aspecto.

Sea cuál sea la técnica la utilizada para recoger la información de la plantilla existe una serie de temas o aspectos que deben aparecer. Se recogen a continuación, con algunos ejemplos del cuestionario usado para este proyecto. (Se ha optado por utilizar cuestionarios que deberán ser cumplimentados por cada empleada/o).

Esto es lo que debo preguntarle a mis empleadas y empleados para saber cuál es la situación de mi empresa, para conocer las necesidades de mi plantilla respecto al principio de igualdad entre mujeres y hombres y para adoptar medidas que satisfagan esas necesidades.

• Datos sociodemográficos y laborales:

- Edad
- Departamento
- Puesto ocupado
- Nivel de estudios
- Categoría/ Grupo profesional
- Tipo de Contrato
- Duración de contrato en caso de que sea temporal
- Tipo de Jornada (continua o parcial)
- Horas semanales de trabajo remunerado diarias
- Antigüedad en la empresa

• Opinión y conocimiento sobre diferentes aspectos relativos a la igualdad entre mujeres y hombres

• Distribución del tiempo no laboral: trabajo doméstico, autocuidado, ocio.

• Situación familiar: personas dependientes

• Medidas de Conciliación

• Organización del trabajo:

- Flexibilidad del tiempo de trabajo
- Flexibilidad espacial

• Formación

• Clima laboral

• Opinión y aportaciones sobre medidas de promoción de la igualdad a implementar en la empresa

A continuación, se ofrece ejemplos de preguntas, que podrían incluirse en un cuestionario. Los ejemplos están clasificados según distintos aspectos que se pretenden observar a través del diagnóstico.

En el capítulo 9 de esta guía, Mapa de recursos, podremos encontrar enlaces a cuestionarios completos.

• Opinión y conocimiento sobre diferentes aspectos relativos a la igualdad entre mujeres y hombres

Considera usted que en esta empresa:

¿Se tiene en cuenta la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres?

¿Tienen mujeres y hombres las mismas oportunidades de acceso en el proceso de selección de personal?

¿Se favorece la conciliación entre la vida laboral, personal y familiar?

¿Se conocen las medidas de conciliación disponibles en la actualidad?

¿Ha recibido información sobre lo que es un Plan de Igualdad de Oportunidades y sus objetivos?

• Distribución del tiempo no laboral: trabajo doméstico, autocuidado, ocio

¿Qué tiempo diario dedica durante un día en el que trabaja a cada una de las siguientes actividades?

TRABAJO DOMÉSTICO

Limpieza y cuidado del hogar

Cuidado de la familia

Compras

Mantenimiento (reparaciones del hogar)

NECESIDADES PERSONALES

Descanso (Sin contar el descanso nocturno)

Aseo personal

Comida

OCIO Y TIEMPO LIBRE

Salir con amigas/os

Otras actividades de ocio

Práctica deportiva

• Situación familiar: personas dependientes

¿Cuál es su situación familiar actualmente?

Menores

Menores a su cargo

Menores con discapacidad a su cargo

Nº de menores a su cargo

Edades de los/las menores

Mayores dependientes

Personas mayores dependientes a su cargo (Por dependientes se entienden personas que no pueden valerse por sí mismas para la realización autónoma de las tareas básicas de la vida diaria, bien porque tengan algún tipo de discapacidad o por edad avanzada).

Nº de mayores dependientes a su cargo

Nº de mayores de edad con discapacidad a su cargo

• Medidas de Conciliación

¿Ha disfrutado o disfruta de alguno de los siguientes permisos durante el periodo que lleva trabajando en la empresa?

Tipo de permiso

Permiso de maternidad

Permiso parental

Reducción de jornada por lactancia

Acumulación del permiso de lactancia

Reducción de jornada por cuidado de menores

Excedencia para el cuidado de menores

Permiso para el cuidado de personas dependientes

Otros permisos (especificar)

• Organización del trabajo

Flexibilidad del tiempo de trabajo:

¿Ha disfrutado o disfruta de alguna de estas medidas de flexibilidad en la distribución del tiempo de trabajo?

Horaria flexible entrada

Horario flexible salida

Reducción de tiempo dedicado a la comida

Jornada comprimida

Jornada intensiva durante periodo estiva

Flexibilidad en la elección de vacaciones

Bolsa de horas

Política de luces apagadas

Salidas por emergencia

Flexibilidad espacial

¿Ha disfrutado o disfruta de alguna de estas medidas de flexibilidad espacial?

Teletrabajo

• Formación

En el último año, ¿ha recibido en su empresa formación en alguno o varios de los siguientes temas?

Especialización del puesto de trabajo

Formación genérica: informática, idiomas, etc.

Transversal: habilidades interpersonales, gestión del tiempo, gestión de estrés, liderazgo, etc.

Género e Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres

Otros temas

Lugar donde ha recibido la formación

Horario de la formación recibida

• Clima laboral

¿Ha observado alguna de estas situaciones en su empresa?

Situaciones

Ridiculizar o burlarse de las capacidades e inteligencia del otro sexo.

Utilizar humor sexista.

Despreciar el trabajo realizado por el otro género

Ridiculizar a las personas que asumen tareas tradicionales del otro sexo.

Conductas discriminatorias por motivo del embarazo o de la maternidad.

Formas ofensivas de dirigirse a una persona, en función de su sexo.

Ridiculizar, despreciar las capacidades, habilidades y el potencial intelectual de las mujeres.

Molestar con el objetivo de obligar a dimitir a las personas que quieren ejercer sus derechos de conciliación.

Ignorar comentarios, aportaciones y/o acciones, excluir, no tomar en serio...

¿Ha sufrido personalmente alguna de estas situaciones en su empresa causadas por algún/a superior?

- Opinión y aportaciones sobre medidas de promoción de la igualdad a implementar en la empresa

Para avanzar en el ámbito de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, ¿qué medidas considera que serían necesarias implantar desde su empresa?

Medidas

Campañas informativas y de sensibilización dirigidas al personal de la empresa

Formación específica dirigida al personal de la empresa

Acciones formativas y de sensibilización dirigidas a la dirección de la empresa y a responsables de gestión de personal

Mayores medidas de flexibilidad horaria

Incorporar mas permisos para la conciliación

ANÁLISIS DE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA

Por último, para completar el diagnóstico se hará un análisis de contenido y del lenguaje utilizado en todos los elementos de comunicación de la empresa, tanto interna como externa.

Comunicación interna: estatutos, intranet, tabloneros de anuncios, boletines, etc.

Comunicación externa: anuncios de entrevistas de trabajo, página web y publicidad en general. Comunicación interna: estatutos, circulares, emails, intranet, etc.

Los **objetivos** de este análisis son:

- Evitar un uso sexista del lenguaje y demás elementos de comunicación.
- Detectar información ofrecida por la empresa donde puedan estar presentes estereotipos de género o cualquier otro tipo de discriminación.
- Esto permitirá eliminar sesgos sexistas y crear una comunicación inclusiva y libre de estereotipos.

2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Una vez obtenida la información, tanto cualitativa como cuantitativa, debe analizarse desde la perspectiva de género a fin de ofrecer una panorámica de situación de la empresa en materia de igualdad de oportunidades.

Cuando analizamos los datos desde la perspectiva de género nuestro objetivo es observar:

1. Si existen diferencias significativas en la participación de hombres y mujeres, en todos los aspectos que hemos sometido a estudio: política salarial, participación en la formación, puestos que ocupan mujeres y hombres (segregación horizontal y vertical), conciliación, tipos de contratación, etc.
2. Buscar el origen de esas diferencias. Analizando si se basan en estereotipos de género. Es decir, hay que ver si las diferencias son en realidad desigualdades.

Para ello se debe:

- Cribar los datos eliminando aquellos que no son relevantes
- Los datos deben estar desagregados por sexo.
- Establecer una descripción detallada de los distintos aspectos establecidos en el diagnóstico
- Visibilizar las oportunidades de mejora
- Hacer recomendaciones

Indicadores de género

Una herramienta fundamental que nos facilitará el análisis y comprensión de los datos son los indicadores. Un indicador ofrece información sobre la realidad social.

Los indicadores pueden ser:

Cuantitativos: su resultado es numérico. Por ejemplo, la brecha salarial o el número de mujeres y hombres en cada ocupación.

Cualitativos: ofrecen información sobre aspectos como el clima laboral, opiniones y experiencias, política de la empresa, etc.

Los indicadores de género que aplicamos en el diagnóstico de empresa ofrecen información sobre:

- En qué medida mujeres y hombres participan en la empresa.

- Si se han tenido en cuenta sus necesidades (profesionales y personales), si se han incluido medidas para cubrirlas y el resultado de dichas medidas.

- Si se dan situaciones de discriminación y cómo se responde (o si no se responde).

Un buen indicador se caracteriza por ser:

Accesible: la recogida y análisis de la información es factible y sencilla.

Comprensible: cualquier persona puede medir e interpretar el resultado. Éste ha de ser único, y no prestarse a interpretaciones ambiguas.

Consistente y específico: debe existir una relación directa y específica entre el indicador y el aspecto que evalúa.

Preciso: que su margen de error sea aceptable y el mínimo posible.

Válido: que el indicador mida el fenómeno que pretende medir y no otros.

A continuación se ofrecen los principales indicadores de género, que nos facilitarán la comprensión de los datos recogidos.

ÍNDICE DE FEMINIZACIÓN	
Definición	Representación de las mujeres con relación a los hombres para cualquier variable de análisis
Datos que se necesitan	Número de mujeres y número de hombres
Cómo se calcula	Nº de mujeres / nº de hombres
De dónde obtengo los datos	Datos internos de la empresa
Cómo se interpreta	<p>"Por cada hombre hay x mujeres"</p> <ul style="list-style-type: none"> • El valor 1 indica equidad • Valores por debajo de 1: infrarepresentación de las mujeres (más hombres que mujeres) • Valores por encima de 1: feminización (más mujeres que hombres)
Observaciones	Se puede calcular con base 100, multiplicando el resultado de la división por 100. En este caso el indicador se suele denominar INDICE DE FEMINIDAD y se interpreta como "por cada 100 hombres hay X mujeres".

ÍNDICE DE CONCENTRACIÓN	
Definición	<p>Indica el porcentaje de personas de un sexo en una categoría con respecto al total de personas de ese sexo (intra-sexo).</p> <p>Es útil para conocer cómo se distribuyen cada uno de los sexos en las diferentes categorías que puede ofrecer una misma variable y ofrece una información muy rica en términos de género.</p>
Datos que se necesitan	Número de mujeres y número de hombres
Cómo se calcula	<ul style="list-style-type: none"> • $\text{N}^\circ \text{ de mujeres en una categoría} / \text{Total de mujeres} * 100$ • $\text{N}^\circ \text{ hombres en una en una categoría} / \text{Total de hombres} * 100$
De dónde obtengo los datos	Datos internos de la empresa
Cómo se interpreta	<p>Por ejemplo, Índice de concentración de mujeres en puestos administrativos.</p> <p>“Los puestos de administración aglutinan al X% de las empleadas de la empresa “.</p>
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Este indicador es útil para ver la distribución de cada sexo entre las categorías de una variable. • Sin embargo, hay que tener en cuenta que no informa sobre la relación entre sexos.

ÍNDICE DE DISTRIBUCIÓN	
Definición	<ul style="list-style-type: none"> • Indica la representación porcentual de un sexo con respecto al otro (inter-sexo) en la categoría analizada. • Este índice tiene utilidad para conocer las diferencias entre mujeres y hombres en el contexto social analizado
Datos que se necesitan	Número de mujeres y número de hombres
Cómo se calcula	<ul style="list-style-type: none"> • N° de mujeres en una categoría / Total personas en esa categoría • N° hombres en una en una categoría / Total personas en esa categoría <p>Ejemplo de categoría: contratos a tiempo completo, a media jornada, permisos por cuidado de personas dependientes.</p>
De dónde obtengo los datos	Datos internos de la empresa
Cómo se interpreta	<p>Por ejemplo, Índice de distribución de mujeres que han solicitado un permiso por cuidado de persona dependiente.</p> <p>“El X% de las personas que han solicitado un permiso por cuidado de persona dependiente en la empresa son mujeres”</p>
Observaciones	Este indicador es útil para ver las diferencias entre los sexos en una categoría (relaciones de género).

BRECHA DE GÉNERO	
Definición	Es la diferencia entre el porcentaje o tasa femenina y masculina en la categoría de una variable. Se calcula restando el porcentaje o la tasa masculina de una variable al porcentaje o tasa femenina en esa misma variable.
Datos que se necesitan	Número de mujeres y número de hombres
Cómo se calcula	Tasa o porcentaje de mujeres en una en una categoría -Tasa o porcentaje de hombres en la misma categoría Ejemplo: % de mujeres en puestos directivos (24%) - % de hombres en puestos directivos (76%) = -52
De dónde obtengo los datos	Datos internos de la empresa
Cómo se interpreta	<p>Por ejemplo, Brecha de Género en puestos directivos de la empresa.</p> <p>“La diferencia entre mujeres y hombres en cuanto a la presencia en puestos de dirección en la empresa es de puntos -52 porcentuales. Esto indica una infrarrepresentación de las mujeres en puestos directivos”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuanto menor sea la “brecha”, (más se acerca al valor 0) más cerca estaremos de la igualdad. • Valores “negativos” indican que la diferencia es a favor de los hombres. • Valores “positivos” indican que la diferencia es a favor de las mujeres.

BRECHA SALARIAL DE GÉNERO	
Definición	Diferencia existente entre los salarios percibidos por los trabajadores de ambos sexos, calculada sobre la base de la diferencia entre los ingresos medios brutos por mes.
Datos que se necesitan	Salario bruto mensual
Cómo se calcula	$\frac{\text{Ingresos medios brutos mensuales de hombres} - \text{ingresos medios brutos mensuales de mujeres}}{\text{Ingresos medios brutos mensuales de hombres}}$
De dónde obtengo los datos	Datos internos de la empresa: nóminas
Cómo se interpreta	Este indicador incluye las diferencias salariales según el tiempo trabajado. Si hay más mujeres que hombres trabajando a tiempo parcial, la brecha salarial se incrementará. Cuanto mayor sea el valor del indicador, mayor será la brecha salarial.
Observaciones	El cálculo no ajustado de la diferencia salarial de género no tiene en cuenta las diferencias personales a la hora de establecer la comparación, como por ejemplo, edad o educación, ni tampoco las características del puesto de trabajo, como por ejemplo, sector de actividad

3. ELABORACIÓN DEL INFORME DIAGNÓSTICO

Una vez analizados los datos, se ha de hacer un informe detallado de los resultados obtenidos y presentarlos de forma clara y comprensible. Traducir los datos al lenguaje común.

Estructura del informe diagnóstico:

1. Ficha técnica de la empresa
2. Características generales de la empresa: tamaño, número de personas en plantilla, actividad, sector, ámbito, etc.
3. Análisis: descripción y resumen de la situación actual para cada una de los aspectos estudiados en el diagnóstico.
4. Visualización de fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora. Para ello es recomendable usar un análisis DAFO⁴ o alguna herramienta similar.
5. Recomendaciones de mejora

El informe diagnóstico permitirá una toma de decisiones adecuada a la realidad de la empresa. Es el documento de trabajo sobre el que reflexionar, negociar y acordar las distintas medidas, las prioridades y la cronología de ejecución de las mismas. Es decir, el diseño del Plan de Igualdad.

Como paso opcional, y con el fin de que el proceso sea más transparente, se puede hacer un resumen con los resultados más significativos y presentarlos a la plantilla.

Los **elementos clave** en el proceso de diagnóstico son:

Es un análisis descriptivo en el que los datos aparecen desagregados por sexo

La información debe ser concreta y ajustarse a la realidad

Las personas que realicen el diagnóstico deben tener formación en igualdad de oportunidades

Debe incluir propuestas de mejora

Difundir los resultados más significativos hace más transparente el proceso

Para completar la fase de diagnóstico podemos hacer uso de la herramienta de autodiagnóstico online que se ha desarrollado dentro de la Acción Conjunta de Cooperación Granada Rural Género.

Así mismo, en el capítulo Mapa de Recursos, se pueden encontrar distintos materiales de ayuda en la realización del diagnóstico.

⁴ Análisis DAFO: metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada

7. EL PLAN DE IGUALDAD

La ley para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres define Plan de Igualdad como:

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.

La voluntad de implantar un plan de igualdad en la empresa debe provenir de la alta dirección que debe comprometerse con el principio de igualdad.

Además, debe invitar a participar a los responsables de todos los departamentos y a la representación de las y los trabajadores, informar a la plantilla del proyecto y poner a disposición los recursos necesarios para la puesta en marcha del plan.

La implantación del plan de igualdad en la empresa ha de ser un proceso transparente. Así se recoge el artículo 47 de la Orgánica 3/2007:

“Se garantiza el acceso de la representación legal de los trabajadores y trabajadoras o, en su defecto, de los propios trabajadores y trabajadoras, a la información sobre el contenido de los Planes de igualdad y la consecución de sus objetivos”.

¿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 la acción.

No tienen la finalidad de otorgar privilegios a las mujeres, ni por el contrario perjudicar a los hombres, sino que se trata de establecer medidas compensatorias que establezcan el equilibrio entre mujeres y hombres en la empresa.

Características de un Plan de Igualdad de Oportunidades en empresa

Colectivo: se realiza entre todas las personas implicadas en la empresa

Flexible: ha de estar adaptado a las características propias de cada empresa y las acciones que finalmente se implementen han de estar diseñadas a medida de la realidad y de su contexto concreto en función de sus necesidades y posibilidades.

Integral: incide en toda la plantilla y no sólo en las mujeres.

Transversal: implica a todas las áreas de gestión de la organización.

Dinámico y sistemático: se irá adecuando a cada momento

Temporal: Está vigente hasta que se hayan cumplido los objetivos. Puede pasar que, una vez hecha la evaluación final, se tome la decisión de dar más tiempo, cubrir nuevas necesidades o establecer otras medidas hasta alcanzar los objetivos fijados.

7.1 Estructura del plan

Objetivos

El objetivo principal del Plan de Igualdad para una empresa es el de alcanzar, plenamente, la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres en todos los ámbitos de la empresa.

Para conseguir dicho fin, el plan se estructura sobre un conjunto de objetivos y medidas, que se definirán en función de los resultados del diagnóstico. Deberán ajustarse a la situación real de la empresa y hacer frente a los desequilibrios y discriminaciones observadas al analizar los datos.

Los objetivos generales son transversales para cada eje de actuación, mientras que los objetivos específicos concretan las metas a seguir de acuerdo con los objetivos generales.

A la hora de enunciar los objetivos, tanto generales como específicos, éstos deben ser:

- Claros y concisos: fácilmente comprensibles y nunca deben resultar ambiguos o prestarse a interpretaciones.
- Deben adecuarse a la realidad.

Para formular un objetivo se comienza con un verbo en infinitivo, pues un objetivo es una acción que pretende llevarse a cabo.

Por ejemplo:

Favorecer la conciliación de la vida familiar personal y laboral de mujeres y hombres.

Promover la participación de las mujeres en la organización de la empresa.

Eliminar la brecha salarial de género.

El plan de Igualdad se desarrolla a través de varios ejes o ámbitos de actuación. La Ley de Igualdad establece cinco ámbitos como mínimo:

1. Igualdad en el acceso al empleo y la contratación.
2. Igualdad en la clasificación profesional, formación y promoción.
3. Acoso sexual y acoso por razón de sexo
4. Conciliación de la vida personal, familiar y laboral
5. Igualdad en la retribución

Al diseñar el plan podemos reorganizar las áreas de actuación como mejor se adecuen a nuestra situación, pero en cualquier caso han de incluir objetivos y medidas para los ámbitos recogidos por la ley.

Medidas

Las medidas son acciones tendentes a alcanzar cada objetivo, es decir, tendentes a mejorar la situación de partida. Deben ajustarse a la realidad de la empresa, ser concretas y medibles.

Las medidas pueden ser:

a) Acciones positivas, cuando su fin sea corregir las desigualdades detectadas. Tienen una intencionalidad correctora y son de carácter temporal, dejando de aplicarse una vez que la situación de desigualdad para la que se creó haya desaparecido.

Por ejemplo: En igualdad de méritos seleccionar al sexo menos representado para un determinado puesto.

b) Actuaciones transversales y de carácter permanente, cuyo objetivo es integrar la igualdad de oportunidades en la organización y filosofía empresarial.

Por ejemplo: Eliminar el uso sexista del lenguaje y la imagen en todos los elementos de comunicación de la empresa.

El Plan de Igualdad debe contener ambos tipos de medidas.

Las medidas adoptadas deben ir enfocadas a:

- Equilibrar la participación de las mujeres y de los hombres en la empresa y reducir desigualdades

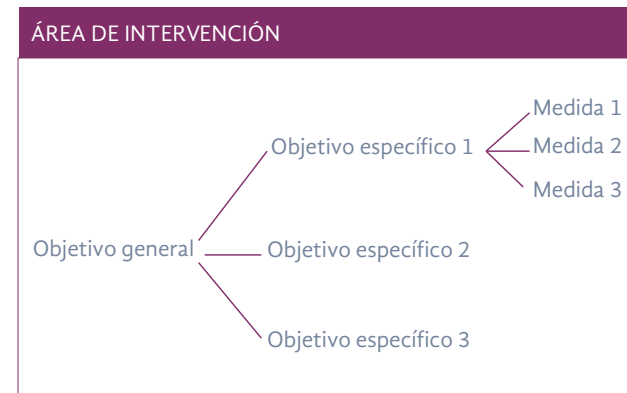
- Asegurar la igualdad de oportunidades en la gestión de recursos humanos.

- Fomentar una cultura basada en la igualdad y no en los estereotipos de género.

La estructura del Plan de Igualdad sería la siguiente:

1. Se divide en ámbitos de actuación.
2. Cada área tiene un objetivo general.
3. Un objetivo general se concreta a través de varios objetivos específicos.
4. Cada objetivo específico da lugar a un conjunto de medidas.

79



Ejemplo de estructura

AREA DE INTERVENCIÓN: FORMACIÓN

Objetivo general:

Garantizar que todas las personas accedan en igualdad de condiciones a la formación de la empresa, y que ésta se adapte a las necesidades reales de la plantilla.

Objetivo específico 1:

Eliminar aquellos obstáculos que impidan que mujeres y hombres accedan a la formación de forma equitativa.

Medida 1:

Ofrecer la formación presencial dentro del horario de trabajo.

Medida 2:

Establecer programas de formación online totalmente flexibles, de forma que cada persona la adapte a sus circunstancias.

7.2. Diseño del plan

Diseñar un plan de igualdad es establecer el camino que la empresa quiere y debe seguir para alcanzar el principio de igualdad.

Pasos para el diseño del plan

1. Determinar las áreas de actuación
2. Definir los objetivos, tanto generales como específicos, en función de los resultados del diagnóstico
3. Determinar las medidas a adoptar para cumplir los objetivos.
4. Prever, y dejar constancia por escrito, de las personas o departamentos implicados en cada medida.
5. Elaborar el cronograma: El plan de igualdad tiene una temporalidad. Ha de fijarse el periodo de vigencia, así como el orden en la que se van a ir incorporando las medidas. Para ello, establecer prioridades y los costes de cada medida facilitará esta tarea.
6. Establecer los recursos que van a ser necesarios, destacando el presupuesto. En la medida que sea posible, debería asignarse un presupuesto para la realización de las medidas, incluso antes del diseño de las medidas y, así poder diseñar acciones y estrategias que se ajusten a ese presupuesto.
7. Fijar el sistema de seguimiento y evaluación.

7.3. Algunas propuestas de mejora

Queremos ofrecer una serie de recomendaciones, con el propósito de que éstas faciliten el trabajo del diseño del plan de Igualdad.

Para reunir las siguientes recomendaciones se han tenido en cuenta los resultados obtenidos en los cinco diagnósticos de las pymes que se han realizado como parte de la Acción Conjunta de Cooperación Granada Rural Género.

Se han establecido siete ejes de actuación, para cada uno de ellos se harán recomendaciones y se ofrecerán medidas a modo de ejemplo.

Los ejes de actuación son:

1. Estructura de la plantilla
2. Documentación y lenguaje empresarial
3. Selección, contratación y promoción de personal
4. Formación interna
5. Retribución salarial
6. Conciliación de la vida personal, familiar y laboral
7. Acoso

1. Estructura de la plantilla

Tomar medidas con respecto a la estructura de la plantilla es de suma importancia. Ésto se traduce en una representación equilibrada en todos los rangos y puestos, evitando descartar a una persona para un puesto en función de su sexo o de los roles de género, favoreciendo el desarrollo profesional de cada empleada y empleado, y, a su vez, hacer una mejor gestión del talento y de los recursos humanos.

Del mismo modo, apostar por un nuevo modelo de organización empresarial, más participativo y flexible, dónde exista la posibilidad de introducir innovaciones en cuanto a flexibilidad en el tiempo o espacial, da cabida a una estructura de la plantilla más sensible con las necesidades de conciliación de la vida profesional y personal de cada individuo. A la vez, que muestra una actitud corresponsable por parte de la empresa.

Propuestas de mejora

- Implantar medidas que permitan la flexibilidad en las condiciones y en los horarios de trabajo, para que tanto mujeres como hombres puedan compatibilizar su carrera profesional con la atención a sus familiares dependientes: flexibilidad horaria, elección de turno de trabajo, banco de horas, política de luces apagadas, flexibilidad vacacional, semana laboral comprimida, jornada compartida etc...
- Velar para que los servicios de apoyo a la conciliación estén orientados tanto a los hombres como a las mujeres.
- Analizar por qué hay más personas de un sexo con contrato temporal.
- Apostar por una política de igual sueldo por un trabajo de igual valor (con el fin de no minusvalorar los trabajos feminizados)
- Valorar los diferentes puestos de trabajo en función de los requisitos de la tarea desempeñada, independientemente del sexo de la persona que lo ocupe.

Establecer criterios de promoción, dentro de la empresa, basados en las competencias individuales que se requieren para cada puesto.

- Fijar una representación de ambos sexos en todos los órganos de participación y de decisión de la empresa.

2. Documentación y lenguaje empresarial

Uno de los primeros pasos a dar en cuanto a incluir la igualdad en nuestra empresa puede ser el de integrar un uso no sexista del lenguaje y de la imagen en los documentos de la empresa, tanto internos como externos, en la publicidad y demás elementos de comunicación. Es una medida muy visible, que nos posiciona y muestra nuestro compromiso. Además, su coste es bajo, incluso puede ser de coste cero.

El lenguaje es un poderoso medio que transmite valores, describe y, a la vez, crea la realidad. De manera que si introducimos un lenguaje inclusivo como algo cotidiano en nuestra empresa estaremos contribuyendo a transmitir valores de equidad.

Propuestas de mejora

84

- Poner en marcha una estrategia de comunicación que proyecte una imagen de igualdad

Eliminar cualquier sesgo o estereotipo de género en la publicidad de la empresa.

Diseñar publicidad neutral, donde mujeres y hombres se identifiquen

Usar lenguaje inclusivo en todos los elementos de comunicación de la empresa.

Revisar toda la documentación dirigida a la plantilla, identificar posibles usos sexistas del lenguaje y subsanarlos.

Evitar el uso del masculino genérico.

Usar términos neutrales para dirigirse a la plantilla. Por ejemplo, los determinantes y pronombres utilizados en masculino como falsos genéricos pueden sustituirse por relativos neutros reales: “quien” o “quienes”, en lugar de “el que” o “los que”; “alguien”, en lugar de “alguno”; “cada” (persona)

Redactar con lenguaje no sexista: comunicados, tarjetas de visita, letreros en las puertas de los despachos, organigramas, etc.

Usar métodos y materiales de formación no sexistas.

Designar los puestos o cargos según sea mujer u hombre quien los ocupa (por ejemplo: directora, administrativo, informática, jefe de recursos humanos, etc.)

Utilizar genéricos: persona, personal, plantilla, dirección, etc

En los documentos escritos abiertos o formularios sustituya las fórmulas de cortesía o tratamiento protocolario de las personas: D., Sr. D., Don, por el doble tratamiento en documentos abiertos: D/D^a, Sr/Sra., Don/Doña.

• **Abrir canales de comunicación entre empresa y plantilla para recoger aportaciones, opiniones y quejas sobre temas relacionados con el Plan de Igualdad.**

Elaboración de un cuestionario de satisfacción interna enfocado a temas relacionados con la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, profundizando en la detección de posibles discriminaciones y en el análisis de barreras o desmotivaciones laborales existentes.

Establecer un Tablón de anuncios e incluir información sobre las acciones positivas a emprender o los temas relevantes relacionados con la igualdad.

Poner un buzón de sugerencias para recopilar información y anime a la plantilla a participar.

3. Selección, contratación y promoción de personal

Los roles y estereotipos de género, y el hecho de que las mujeres sean las responsables, en gran medida, del trabajo doméstico y de cuidado son barreras de género que no permiten un acceso equitativo de mujeres y hombres al empleo y al desarrollo profesional. El ámbito laboral es androcéntrico, ya que se configura desde lo masculino: en el uso del tiempo, no teniendo en cuenta el trabajo doméstico, valorando aquellas capacidades asociadas a los hombres y infravalorando las atribuidas a las mujeres.

Por ello, establecer objetivos y medidas que redefinan las estructuras y procesos de selección y promoción es crucial. Por un lado, por una cuestión de justicia social. Pero también porque es una fuente de atracción de talento, de personas cualificadas y motivadas.

Propuestas de mejora

86

- Garantizar el acceso equitativo de mujeres y hombres en procesos de selección de personal.

Establecimiento de un Protocolo de Selección para prevenir posibles discriminaciones.

Las pruebas empleadas en los procesos de selección de personal no deben analizar habilidades y aptitudes que sobrevaloren a uno u otro sexo.

Durante la entrevista evitar hacer preguntas de índole personal, pues estas cuestiones son irrelevantes a la hora de definir las capacidades de un candidato o candidata y están basadas en estereotipos y prejuicios sociales que no hay que generalizar.

No valorar negativamente el hecho de que una persona haya estado fuera del mercado laboral un tiempo, por estar al cuidado de personas dependientes o menores.

Utilizar lenguaje inclusivo a la hora de redactar las ofertas de empleo, con el fin de que mujeres y hombres se sientan representados.

Evitar hacer hincapié en las cualidades que se asocian tradicionalmente a un sólo sexo. Por ejemplo, “estilo de ventas agresivo”, “con don de gentes” o “buena presencia”.

Neutralizar el género en el lenguaje. Por ejemplo en lugar de “limpiadoras” o “técnicos de mantenimiento”, poner “personal de limpieza” o “personal técnico en mantenimiento”.

Si los anuncios contienen dibujos o fotografías, que representen a ambos sexos.

Ofrecer formación en igualdad de oportunidades a la persona o personas encargadas de los procesos de selección en su empresa.

- Garantizar el acceso equitativo de mujeres y hombres en procesos de promoción dentro de la empresa.

Establecer un sistema estructurado y objetivo para los procesos de promoción que garantice la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres.

Informar sobre el proceso de promoción a la plantilla, comunicarlo por diferentes canales e incentivar las candidaturas de ambos sexos.

Establecer criterios objetivos y medibles de promoción o ascenso.

Descripción objetiva de los puestos de trabajo de la empresa y sus competencias, evitando que entre las competencias descritas no se evalúan habilidades y aptitudes que sobrevaloren a uno u otro sexo.

No incluir criterios que puedan favorecer la discriminación indirecta, como pueden ser, la movilidad geográfica, disponibilidad total, antigüedad... puesto que desfavorecen, sobre todo, a las mujeres.

4. Formación interna

Con el fin de evitar discriminaciones indirectas, es necesario hacer un estudio de necesidades formativas y de cómo pueden impartirse de manera que tanto mujeres como hombres accedan en igualdad de oportunidades. Pues la formación es un elemento de reciclaje y promoción profesional que debe estar al alcance de toda persona que reúna los requisitos para ello.

Propuestas de mejora

- Ofrecer servicios y facilidades que permitan un acceso equitativo de mujeres y hombres a las actividades formativas
 - Procurar que la formación sea dentro del horario laboral (al menos la que esté vinculada al puesto de trabajo)
 - Incluir formación online con flexibilidad de horarios.
 - Hacer un análisis de las necesidades de formación de la plantilla.
- Ofrecer formación en igualdad de oportunidades a todos los departamentos y niveles.
- Ofrecer formación específica a mujeres para su desarrollo profesional en materias como liderazgo, autoestima, etc.

5. Retribución salarial

La reducción de la brecha salarial de género y que mujeres y hombres cobren un sueldo similar por un trabajo de igual valor ha sido una de las principales preocupaciones en materia de igualdad a nivel político, sobre todo europeo. Ya que la brecha salarial no sólo no permite acceder a los recursos en igualdad de oportunidades, sino que ahonda en la precariedad laboral femenina y en la feminización de la pobreza.

Es una cuestión de justicia social y de corregir situaciones de discriminación que se vienen dando desde la incorporación de las mujeres al empleo.

Un política salarial sin discriminaciones, repercute en un mejor clima laboral y en contar en la plantilla con personas motivadas y responsables con la empresa.

Propuestas de mejora

- Establecer una estructura salarial sencilla y transparente.
- Realizar un análisis comparativo de las retribuciones recibidas por mujeres y hombres en las mismas categorías profesionales, teniendo en cuenta no sólo el sueldo base, sino también los beneficios sociales, los complementos salariales, los pluses, las retribuciones en especie, los incentivos, etc.
- Revisar los criterios de asignación de los complementos salariales, especialmente aquellos relacionados con el esfuerzo físico, los de disponibilidad, los de dedicación plena, los individuales, los de presencia, etc, y todos aquéllos que suelen atribuirse a los hombres.
- Revisar los criterios de asignación de los complementos no salariales, especialmente aquellos relacionados con los desplazamientos del personal, las dietas, las propinas, etc.
- Establecer planes de pensiones a los que puedan acogerse especialmente, las personas que trabajen de forma discontinua o temporeras y temporeros.

6. Conciliación de la vida personal, familiar y laboral

Incluir medidas que permitan la conciliación de la vida laboral y extralaboral es una cuestión capital. Son medidas que benefician al conjunto de la plantilla, pues van dirigidas a mujeres y hombres, aunque son las mujeres las más beneficiadas al estar en desventaja debido a que son, en su mayoría, las que se ocupan de los trabajos de cuidados. Introducir medidas de conciliación reduce la presión

y el estrés de tener que gestionar las obligaciones personales, familiares y laborales con un mínimo margen de actuación. Por lo tanto, la tranquilidad que se obtiene, es vital para la plantilla, beneficiosa para la empresa e imprescindible para la igualdad de oportunidades.

Propuestas de mejora

- Asumir el papel de la empresa como agente corresponsable en la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

Respetar el disfrute de permisos, excedencias y otras medidas de conciliación.

Identificar y comunicar a los empleados y empleadas los beneficios de la conciliación de la vida laboral, familiar y personal

Hacer un estudio de necesidades de conciliación de la plantilla.

Recoger en un documento todos los servicios de conciliación que existen en su zona geográfica.

Evitar formación y reuniones fuera del horario de trabajo.

Fijar una duración máxima para las reuniones.

Fomentar que los hombres cojan su permiso de paternidad.

Flexibilidad contractual: contrato compartido, a tiempo parcial, reducción de jornada, etc.

- Ofrecer flexibilidad en la organización y tiempos de trabajo, en la medida de lo posible.

Cuando sea posible, trabajar por objetivos de manera que cada persona tenga mayor autonomía sobre su puesto de trabajo.

Flexibilidad horaria.

Facilitar que las trabajadoras y trabajadores intercambien turnos, completen jornadas y se organicen de manera informal para favorecer la conciliación.

Política de luces apagadas, no exceder el horario laboral.

Flexibilización de lugar de trabajo: teletrabajo.

Adaptar el horario laboral al horario escolar, de forma que exista la posibilidad de realizar el mismo horario que realizan los colegios con la correspondiente reducción salarial.

Facilitar a trabajadores y trabajadoras la ausencia por motivos de emergencia sin previo aviso y sin penalizaciones.

Flexibilidad contractual: contrato compartido, a tiempo parcial, reducción de jornada, etc.

91

7. Acoso sexual y por razón de sexo

El acoso sexual y por razón de género es violencia de género. Este hecho explica por sí mismo la necesidad de incluir medidas de prevención, detección y resolución de casos de acoso.

Erradicar la violencia de género es tarea de la sociedad en su conjunto y las empresas tienen un papel relevante en este sentido.

- Sensibilizar a toda la plantilla de cara a la prevención del acoso e informarla de las consecuencias que las conductas de acoso sexual tienen en la empresa e informar sobre lo que debe hacer una persona que lo reciba.
- Redactar una declaración de principios en la que se muestre el compromiso de la dirección de la empresa en la lucha contra el acoso sexual y por razón de sexo en el centro de trabajo y comunicarla a toda la plantilla.

8. IMPLANTACIÓN, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

92

La implantación es la ejecución de las medidas previstas en el plan. El comité de igualdad o persona encargada deberá velar porque se vaya cumpliendo el cronograma previsto y que se asignen los recursos necesarios. Así mismo, debe prestar atención a cualquier incidencia que pueda darse.

Es interesante, en este punto animar a la plantilla a que, si lo desean, puedan ir aportando sugerencias y críticas positivas a la incorporación y funcionamiento de las nuevas medidas de igualdad.

El seguimiento y la evaluación son herramientas que nos permiten conocer el grado de desarrollo del plan, su efectividad y de consecución de los objetivos para cada una de las áreas. Son procesos complementarios que miden el impacto que tiene el plan sobre la reducción de las desigualdades en la empresa.

El seguimiento es transversal. Debe aplicarse durante todo el proceso de la implementación del plan, en cada etapa, de manera que se puedan detectar posibles errores y tomar medidas para solventarlos. Mientras que la evaluación se realiza cada

cierto tiempo (que la empresa establecerá en función de sus necesidades) y al final de la total implementación del plan o del tiempo de vigencia que se había previsto.

La evaluación final es, al fin y al cabo, volver a hacer un análisis de la situación de la empresa con respecto a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Lo que permite hacer una comparativa con los resultados del diagnóstico y constatar los avances producidos.

Es importante establecer indicadores que midan el grado de utilización de cada medida, si se ha hecho un uso correcto o ha habido desviaciones, incluso si alguna medida ha producido más o nuevas desigualdades.

OBJETIVOS DEL SEGUIMIENTO

- Adecuar el desarrollo del Plan a los posibles imprevistos, de manera que pueda reajustarse para una efectiva consecución de los objetivos.
- Obtener información actualizada y periódica
- Hacer un registro de esa información que servirá para la evaluación anual y final del Plan de igualdad.

OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN

- Conocer el grado del cumplimiento de los objetivos del plan
- Conocer qué incidencia ha tenido el plan en la consecución efectiva de la igualdad de oportunidades en la empresa
- Hacer un análisis de la nueva situación de la empresa. Lo que permite, si fuera necesario:
- Optar por dar un más tiempo para el desarrollo de algunas medidas
- Identificar nuevas necesidades y, por tanto, diseñar nuevas medidas para la consecución de la igualdad de oportunidades.

9. PECULIARIDADES DE LAS PYMES DEL ÁMBITO RURAL

El término pyme es la categoría que agrupa a las empresas que tienen menos de 250 personas trabajando y tienen un determinado volumen de negocio. A su vez, esta categoría se divide en tres subcategorías: microempresa, pequeña empresa y mediana empresa.

La Comisión Europea adoptó el 6 de mayo de 2003 una Recomendación sobre la definición de PYME. El texto fija límites financieros y de número de empleados. La definición está vigente desde el 1 de enero de 2005⁵.

94

CLASIFICACIÓN PYMES			
Categoría de empresa	Nº de trabajadores/as	Volumen de negocio	Balance General
Microempresa	Menos de 10	Menor o igual a 2 mill/€	Menor o igual a 2 mill/€
Pequeña empresa	Menos de 50	Menor o igual a 10 mill/€	Menor o igual a 10 mill/€
Mediana empresa	Menos de 250	Menor o igual a 50 mill/€	Menor o igual a 43 mill/€

⁵Dato extraído del Portal Europeo para las Pymes de la Comisión Europea

La Carta Europea de la Pequeña Empresa, adoptada por el Consejo Europeo celebrado en Portugal en el año 2000, reconoce que las pymes son el elemento básico de la economía europea, de hecho representa el 90% del negocio en la UE.

Las pequeñas empresas son la columna vertebral de la economía europea. Son una fuente clave de puestos de trabajo y un criadero de ideas empresariales.

(...)

*Las pequeñas empresas deben ser consideradas generadoras fundamentales de innovación, de empleo y de integración social y local en Europa*⁶.

Una pyme puede adoptar cualquier forma de organización como empresa y desarrollar cualquier actividad ya sea de producción, comercialización o prestación de servicios.

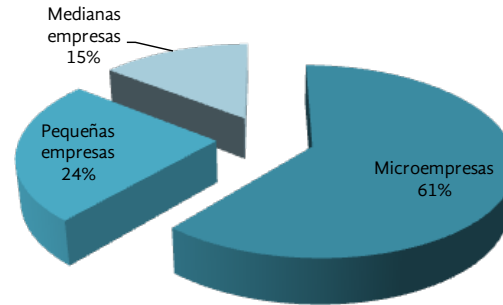
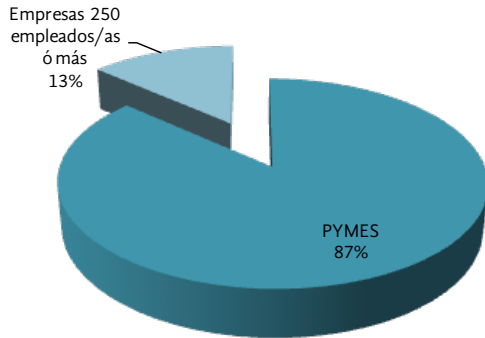
Las pymes son las grandes generadoras de empleo, como se observa en la tabla y gráficos siguientes.

Empleo de empresas por tramo de empleo en Granada (2014)

Sin asalariados	33.542
De 1 a 2 asalariados	16.049
De 3 a 5 asalariados	15.225
De 6 a 9 asalariados	11.183
De 10 a 19 asalariados	14.214
De 20 a 49 asalariados	16.042
De 50 a 99 asalariados	9.596
De 100 a 249 asalariados	8.318
250 o más asalariados	19.239
No consta	0

⁶Carta Europea de la Pequeña Empresa

Porcentaje de puestos de trabajo según tamaño de la empresa (Granada, 2014)⁷



El 87% de puestos de trabajo en la provincia de Granada pertenecen a pequeñas y medianas empresas. Principalmente, a microempresas, con un 61% seguidas de las pequeñas empresas que dan trabajo al 24% de las personas empleadas y las medianas al 15%.

No hay duda de que es en la pequeña empresa, en su conjunto, donde los cambios afectan a un mayor número de personas. Y donde, a su vez, al no estar obligadas por ley ese cambio ha de ir de la mano del compromiso y del conocimiento de las ventajas que la inclusión de las medidas de igualdad tienen para la empresa.

⁷Elaboración propia a partir de datos del IECA

La presente guía, así como el resto del proyecto, está dirigido al ámbito rural. Pero, ¿qué queremos decir cuando hablamos de rural? ¿Qué define lo rural?

Los procesos de globalización, la mejora de infraestructuras y comunicación, la movilidad, etc. hace que, actualmente, lo rural y lo urbano formen un continuum. De manera, que se comparten pautas que tradicionalmente se han asociado a lo rural en las ciudades y viceversa.

"(...) a medida que se incrementa el nivel de extensión de las pautas urbano-industriales, tienden a tornarse más difusas las características y las fronteras de lo rural⁸."

Sin embargo, hay un hecho que caracteriza a lo rural y es que es donde se desarrolla el sector primario. Es decir, las actividades económicas agrícolas, agricultura y ganadería, principalmente, son un rasgo esencial y particular del entorno rural.

No es sólo su valor económico, si no también su papel como componente cultural y social. Los tiempos de cosechas, manufacturas, etc. marcan, en cierta manera, los tiempos de las localidades. Un hecho especialmente relevante es el de las épocas de recogida (aceituna, almendra, espárragos, etc.), donde aumenta la necesidad de mano de obra. Aunque se ha dado una diversificación de la actividad económica, aumentando la actividad en el sector servicios. También se ha dado una serie de cambios e innovaciones en la producción agrícola.

Una buena muestra de ello es la selección de las empresas a las que se les ha hecho el diagnóstico, dentro de la Acción Conjunta de Cooperación Granada Rural Género:

Cooperativa Los Pastoreros (Fuentevaqueros, Promovega)

Queso Montefriño (Montefrío, Poniente Granadino)

El Cercado de Bérchules - apartamentos turísticos (Bérchules, Alpujarra)

Bioartesa, pan ecológico (Castillejar, Altiplano Granadino)

Vigarso Cuidados (Alfacar, Alfanevada)

Este grupo de empresas representan la diversificación de la economía de las zonas rurales granadinas. Por una parte, están las empresas agroalimentarias como son Los Pastoreros y el Queso Montefriño. Bioartesa, con su pan ecológico, es una de esas empresas que apuestan por un sector en alza, como es el de productos ecológicos. Y, por último, El Cercado de Bérchules y Vigarso Cuidados pertenecen al sector servicios. Ambos, turismo rural y ayuda a domicilio en claro desarrollo desde hace unos años.

Pymes del ámbito rural, un concepto que une dos características que dan cierta singularidad a esta guía.

Uno de los primeros retos a los que se enfrentan estas empresas es el hecho del surgimiento de nuevos modelos de organización empresarial más flexibles.

⁸Cambios en la construcción social de lo rural. Francisco Entrena Durán

Este nuevo modelo organizativo se caracteriza por*:

- Superar el antiguo modelo jerárquico de empresa hacia nuevas estructuras más horizontales y participativas, donde el trabajo en equipo se abre paso, y con él un mayor compromiso del personal de la plantilla.
- Con una mayor capacidad de respuesta a la demanda.
- Ese nuevo modelo organizativo incluye: la incorporación de las nuevas tecnologías, ajustes en la organización interna y modificación en la gestión de los recursos humanos.

98

Es en este contexto, donde la implantación de medidas de igualdad se presenta como un valor añadido que coopera con las demandas de flexibilidad. En otras palabras, la igualdad fortalece y, a su vez se beneficia, de ese nuevo modelo de organización empresarial.

En las pymes de ámbito rural seguimos encontrando, de forma significativa, estructuras y dinámicas jerarquizadas que responden a un modelo tradicional. Lo que supone un obstáculo tanto para adoptar modelos más participativos como para la implantación de medidas de igualdad. De hecho, este modelo suele ir asociado a una concepción tradicional de los roles de género.

"(...) un grupo importante de personas propietarias de pequeñas empresas son reticentes a introducir modificaciones-innovaciones en sus procesos de producción y organización del trabajo, sin

contemplar que algunas de ellas apenas supondrían pequeñas adaptaciones de jornada y permitirían mejorar el clima laboral y el grado de satisfacción en el trabajo⁹."

Pero también encontramos personas sensibilizadas y motivadas, dispuestas a asumir el principio de igualdad como una mejora en sus empresas.

Es aquí, quizás, donde las entidades públicas pueden jugar un papel crucial:

Por un lado, potenciando ese carácter innovador y motivado de las empresas que sí están sensibilizadas con la igualdad. Y convertirlas en referentes de buenas prácticas para el resto de empresas.

Por otro, ofrecer información y formación a aquellas personas más reticentes a incluir medidas de igualdad. Crear campañas de difusión de las ventajas y beneficios de ser empresas que asumen su responsabilidad social en cuanto a la igualdad entre mujeres y hombres. Y con ello ir introduciendo una nueva cultura empresarial.

⁹ Diagnóstico participativo para la transferibilidad de buenas prácticas en la creación de empleo y en el fomento de la conciliación de la vida familiar y laboral de las mujeres del ámbito rural. Fademur: Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales de Andalucía

9.1 Debilidades y fortalezas de las pymes de ámbito rural

La ideosincrasia de las pymes del ámbito rural ofrece debilidades y fortalezas que les son propias.

El estudio realizado por FADEMUR "Diagnóstico participativo para la transferibilidad de buenas prácticas en la creación de empleo y en el fomento de la conciliación de la vida familiar y laboral de las mujeres del ámbito rural" detecta una serie de dificultades que, presumiblemente, podríamos estrapolar a las medidas de igualdad en su conjunto. Éstas son:

- Desconocimiento de ejemplos buenas prácticas en el ámbito rural andaluz.
- La feminización de la conciliación frente al desarrollo de la corresponsabilidad.
- Trabajo precario que hace más difícil la negociación.
- Discurso asociado a un modelo de familia de fuerte división en los roles de género, sobre todo en cuanto al trabajo de cuidado.
- En el actual contexto de crisis, las medidas de conciliación (y demás medidas de igualdad) pasan a un segundo plano.
- El carácter familiar de muchas pequeñas empresas dificulta introducir los cambios que la igualdad de oportunidades requiere.

Pero existe una fortaleza dentro de las pymes de ámbito rural, que puede convertirse en el verdadero motor de cambio, y es la cercanía.

Esta cercanía se da a varios niveles:

Gerencia y personal laboral: Se da una relación personal y directa con las empleadas y empleados, lo que permite conocer las circunstancias familiares y necesidades de cada persona y así ajustar las medidas previstas en el plan, medidas de conciliación, formación, desarrollo profesional, etc.

La proximidad de la empresa con el resto del parque empresarial de su zona, así como con entidades públicas y privadas que están trabajando en el mismo sentido, en promover una sociedad más equitativa, donde mujeres y hombres tengan las mismas oportunidades de elección y desarrollo (ayuntamientos, grupos de desarrollo rural, asociaciones empresariales, etc.)

Tanto en el caso de las empresas de la zona como de las demás entidades, la cercanía podría suponer un propósito de establecer medidas compartidas, de forma que se gane eficacia y se haga una gestión más eficiente de los recursos. Medidas como: servicios de conciliación, premios, becas o cualquier otro tipo de incentivos, programas de formación, establecimiento de puntos de información o elaboración de campañas de sensibilización conjuntas.

MAPA DE RECURSOS

Se ha recogido una serie de recursos de gran utilidad para la profundización en temas relacionados con la igualdad de oportunidades, más concretamente con la inclusión de Planes de Igualdad en la Empresa

Igualdad en la Empresa

• Herramienta de Autodiagnóstico de la Igualdad Empresarial

Esta aplicación ha sido desarrollada en el marco de la Acción Conjunta Granada Rural-Género. A partir de esta herramienta, las empresas del ámbito rural podrán tener una aproximación a su situación en cuanto al desarrollo de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Además, se ofrecen una serie de recomendaciones a tener en cuenta a partir de los resultados obtenidos.

www.igualdadrural.es

• Empresas Asesoramiento para la Igualdad

Con este servicio, el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades pretende apoyar, de forma integral, el diseño y la elaboración de planes y medidas de igualdad a las empresas y otras entidades que deseen comprometerse con la Igualdad de Oportunidades de mujeres y hombres.

Ofrece cantidad de herramientas, cuestionarios, estudios y monografías de gran utilidad para profundizar.

Incluye una herramienta de autodiagnóstico de brecha salarial de género

www.igualdadenlaempresa.es

• Programa Igualem

El Programa La Igualdad en las Empresas (IGUALEM) está desarrollado por el Instituto Andaluz de la Mujer. Dirigido a empresas y entidades andaluzas públicas y privadas, la finalidad del Programa es integrar el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la gestión de las empresas como elemento de calidad e innovación, potenciando nuevas formas de organización del trabajo.

Ofrece:

- Asesoramiento individualizado a empresas andaluzas para el diseño y puesta en marcha de planes de igualdad.
- Elaboración de los instrumentos necesarios para incorporar la Igualdad en la gestión empresarial: Diagnóstico en igualdad de oportunidades, Planes de Igualdad, protocolos de actuación, ejemplos de buenas prácticas, etc
- Apoyo y seguimiento de los planes de igualdad de las empresas que han suscrito convenios de colaboración con el Instituto Andaluz de la Mujer.
- Asesoramiento individualizado a empresas andaluzas para el diseño y puesta en marcha de planes de igualdad
- Realización y difusión de materiales formativos sobre Igualdad en las Empresas:

www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/index.php/2013-08-08-11-30-38/empresas/igualem

• Proyecto Iguales

Proyecto de CEPYME (Confederación Española de la pequeña y mediana empresa), su objetivo es contribuir a la reducción de la brecha salarial de mujeres y hombres en las empresas españolas, identificando los factores que inciden en la estructura de la retribución salarial y difundiendo las buenas prácticas en PYMES españolas y noruegas.

www.proyectoiguales.com

Formación

• Plataforma de Teleformación IGUALEM

Servicio de formación a empresas en la incorporación de la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres en la gestión empresarial., dentro del programa IGUALEM. Ofrece, de forma continuada, cursos sobre diferentes aspectos a trabajar en la empresa respecto a la igualdad de oportunidades.

www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/teleig/

• Escuela Virtual de Igualdad

Espacio de formación en igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres que el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades puso en marcha el año 2007

Tiene formación básica en temas de sensibilización en igualdad y formación de nivel avanzado en varias áreas, destacando " Igualdad de Oportunidades: aplicación práctica en la Empresa y RRHH". Además tiene una línea de Cursos de Igualdad en las Empresas, en la que, actualmente, se oferta:

Diseño y aplicación de planes y medidas de igualdad en las empresas. Nivel básico.

Diseño y aplicación de planes y medidas de igualdad en las empresas. Nivel avanzado.

Asociaciones

- FEDEPE

Federación de mujeres directivas y empresarias para impulsar el liderazgo femenino. Una red de mujeres que construye en positivo una sensibilidad mayor hacia la igualdad de oportunidades en alta dirección.

Trabajan por un entorno profesional y empresarial adecuado y digno para las mujeres. Y sus herramientas de trabajo son la construcción de conciencia social, la creación de redes de colaboración y cooperación de mujeres, la formación continua, el empoderamiento, y ser agentes activos del cambio hacia un modelo empresarial de liderazgo más cercano a los valores femeninos participando en foros académicos, institucionales y empresariales.

Además, han puesto en marcha el proyecto el programa Igualdad y Conciliación dirigido a las pymes para implantar y desarrollar sus planes de igualdad.

www.mujeresdirectivas.es

- FADEMUR

Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales es una organización progresista que permite aunar y reforzar el esfuerzo de las asociaciones de mujeres rurales que la constituyen.

www.fademur.es

Fademur tiene una sede a nivel andaluz y otra por cada provincia.

FADEMUR-ANDALUCIA

Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales de Andalucía, su objetivo prioritario es trabajar para conseguir la Igualdad de Oportunidades de las mujeres que viven y trabajan en el medio rural.

www.fademur-andalucia.es/

- **Red de Mujeres Rurales y Urbanas**

Un espacio común de asociaciones de Mujeres Rurales y Urbanas para avanzar en el reconocimiento de sus derechos, incidiendo especialmente en el ámbito económico

www.redmujeresruralesyurbanas.com

Sección Andalucía

La Red de Mujeres Rurales y Urbanas de Andalucía fue constituida con la firma de un Protocolo de colaboración entre las asociaciones y federaciones de mujeres de Andalucía de las zonas rurales, las de las zonas urbanas, la Consejería de Agricultura y Pesca y la Consejería para Igualdad y Bienestar Social.

www.redmujeresruralesyurbanas.com/red/andalucia

105

Entidades públicas

- **Perspectiva de Género en las Políticas de Desarrollo Rural - Conserjería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural**

Todo tipo de información en cuanto a l, cuestiones de género y actividades dirigidas a mujeres del ámbito rural.

www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/portal/areas-tematicas/desarrollo-rural-sostenible/perspectiva-de-genero-en-las-politacas-de-desarrollo-rural/index.html

Recursos de proximidad

- Grupos de desarrollo Rural

Andalucía cuenta con 52 Grupos de Desarrollo Rural (GDR), ocho de ellos en la provincia de Granada. Los Grupos de Desarrollo Rural dependen de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía y aplican en sus comarcas las políticas de desarrollo rural.

- Centros Municipales de Información a la Mujer

Fruto de la colaboración del Instituto Andaluz de la Mujer con los Ayuntamientos Andaluces son los Centros Municipales de Información a las Mujeres. Estos Centros, desde los que se articula una intervención global dirigida a las mujeres, ofrecen información, atención y asesoramiento en políticas de igualdad y el fomento de la participación. Además se realizan programas específicos de desarrollo personal, educativo y de salud, así como de orientación profesional y laboral. Andalucía dispone actualmente de 162 Centros Municipales de Información a la Mujer, repartidos por toda la Comunidad Autónoma, de manera que las ciudadanas dispongan de este recurso de la forma más cercana. El Instituto Andaluz de la Mujer subvenciona anualmente el funcionamiento de los Centros Municipales de Información a la Mujer a través de una convocatoria anual de subvenciones.

Programa UNEM

El programa Unidades de Empleo de Mujeres, desarrollado por el Instituto Andaluz de la Mujer en colaboración con las Corporaciones Locales, se compone de una red de servicios de orientación profesional para mujeres, a través de itinerarios personalizados de inserción laboral, que incluyen la perspectiva de género y que posibilitan la mejora de su empleabilidad.

FINANCIA:



COORDINA:



PARTICIPAN:

