

HERRAMIENTAS DE IGUALDAD

DOCUMENTO DE TRABAJO

GUÍA PARA LA
ELABORACIÓN DE TU
DIAGNÓSTICO EN
MATERIA DE IGUALDAD

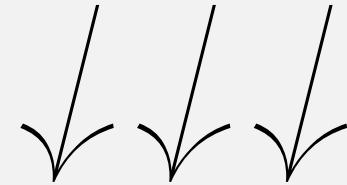
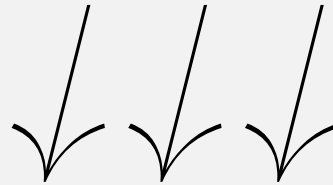
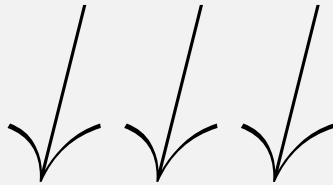
DT

1. ANTES DE EMPEZAR

1.2 ELEMENTOS

Elementos con los que contar **PREVIO** a la elaboración del diagnóstico

Elementos **DURANTE EL PROCESO** de la elaboración del diagnóstico



2. CÓMO HACER EL DIAGNÓSTICO

2.1

Describe como empresa o profesional: cuál es tu misión, visión y valores, cuenta tu historia, ...

2.2

Describe el proceso que vas a llevar a cabo: tiempos, personas, recursos, etc.

2.3

Para abordar un Diagnóstico de Igualdad, la herramienta más importante a tener en cuenta será tener presente la perspectiva de género de forma transversal.

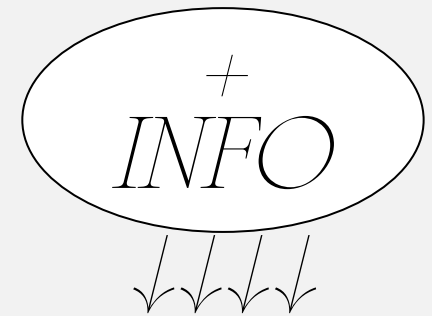
2.4

Ámbitos de trabajo para el Plan de Igualdad: retos y áreas de mejora

2.1 DEFÍNETE

→ INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA

1. Misión y visión de la empresa.
2. Qué valores la define.
3. Un histórico de los hitos y actividades llevadas a cabo. También en Igualdad.
4. Qué centros de trabajo posee la empresa.
5. Qué relaciones tiene con su entorno (resto de empresas cercanas, resto de empresas del sector, administraciones públicas, sociedad civil, etc.)
6. Qué acreditaciones y premios posee la empresa.
7. Alianzas, redes... a las que pertenece.
8. Agentes sociales: Conoce cómo está tu sector con respecto a la igualdad (compárate)



2.2 EL PROCESO

→ DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

1. Tiempo dedicado al proceso.
2. Recursos dedicados.
3. Composición del Equipo de Igualdad o nombre de la persona responsable.
4. Herramientas que vas a utilizar.
5. Proceso general de trabajo.

2.3 EL DIAGNÓSTICO

→ EL DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

Para abordar un Diagnóstico de Igualdad, la herramienta más importante a tener en cuenta será tener presente de forma transversal la perspectiva de género.



Descarga las siguientes herramientas:

2.4 RETOS Y MEJORAS

→ ÁMBITOS DE TRABAJO PARA EL PLAN DE IGUALDAD: RETO Y ÁREAS DE MEJORA

Con toda la información analizada y todos los datos desagregados por sexo y analizados desde la perspectiva de género, tocará ordenar las ideas para después poder diseñar nuestro Plan de Igualdad.

INDICE DE LA GUÍA



CÓMO UTILIZAR EL DIAGNÓSTICO

¡Hola! Estás comenzando la guía en la que se explicará de forma sencilla y visual los diferentes pasos a seguir para obtener una primera foto sobre cómo está tu empresa en materia de igualdad de mujeres y hombres, detectando el punto de partida en que os encontráis y recogiendo posibles necesidades.

Puesto que desde tu empresa queréis elaborar un Plan para la Igualdad, es importante saber qué implica embarcarse en ello y conocer cuáles son los procedimientos imprescindibles que debéis seguir. Además, también te haremos algunas recomendaciones que pueden ayudar a que todo el proceso resulte sencillo.

Por lo tanto, ¡no te asustes! Esta guía pretende ser una herramienta útil y práctica que te sirva

para llevar a cabo el procedimiento previo al diseño y articulación del posterior Plan de Igualdad, es decir, realizar un Diagnóstico en materia de igualdad entre mujeres y hombres. Para que entiendas de dónde surge todo esto, en este documento tienes:

- Legislación: Contextualización sobre la jurisprudencia que da soporte a los planes de igualdad en las empresas.
- Conocimientos clave: Aproximación a conceptos y cuestiones básicas necesarias para diseñar y desarrollar el proceso del diagnóstico de manera efectiva.
- Metodología: Resumen sobre el procedimiento para llevar a cabo dicho Diagnóstico, acompañado de herramientas que puedes utilizar.

→ Guion: Contenidos mínimos que se deben incluir en el documento, con batería de preguntas clave sobre cada apartado a analizar.

Como puedes deducir, es un documento accesible y sencillamente aplicable por tu parte y la de tu equipo. ¿Te interesa? Entonces... ¡pongámonos en materia!

Lo primero es conocer qué legislación es aplicable al Diagnóstico y su consiguiente Plan de Igualdad. Pero no te preocupes, aparece de forma muy sintetizada.

Es importante que sepas que cualquier empresa que decide realizar un Plan de Igualdad, aunque sea de manera voluntaria como es tu caso, debe regirse por las mismas normas y procedimientos recogidos en la siguiente legislación. Por ello, este breve resumen te servirá para que puedas consultarla en caso de que necesites ampliar o aclarar cualquier cuestión y para hacer referencia a ella en los documentos que elabores.

→ Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Impone la obligatoriedad de respetar la igualdad de trato y de oportunidades a las empresas.

→ Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

→ Real Decreto-Ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación. Establece la obligatoriedad de elaborar un Plan de Igualdad para todas las empresas que cuenten con más de 50 personas en plantilla, así como que exista negociación tanto del Diagnóstico como del Plan de Igualdad.

→ Real Decreto 901/2020, de 13 de octubre, por el que se regulan los planes de igualdad y su registro y se modifica el Real Decreto 713/2010, de 28 de mayo, sobre registro y depósito de convenios y acuerdos colectivos de trabajo.

→ Real Decreto 902/2020, de 13 de octubre, de igualdad retributiva entre mujeres y hombres. Determina la necesidad de realizar una auditoría retributiva, la cual formará parte del Diagnóstico, así como la obligatoriedad del registro retributivo.

En nuestra Comunidad Autónoma:

→ El 18 de febrero de 2005, aprobación en el Parlamento Vasco de la Ley 4/2005 para la Igualdad de Mujeres y Hombres.

→ Decreto 11/2014, de 11 de febrero que sustituye al Decreto 424/94, de 8 de noviembre, sobre la creación del reconocimiento de «*Entidad Colaboradora para la Igualdad de Mujeres y Hombres*» a las organizaciones y entidades privadas que realicen actuaciones que propicien y promuevan una mayor igualdad de mujeres y hombres y la remoción de obstáculos que impidan dicha igualdad.

→ Ley 3/2012, de 16 de febrero, por la que se modifica la Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres y la Ley de Creación de Emakunde-Instituto Vasco de la Mujer.

→ Abril de 2016, Ley 3/2016 para la inclusión de determinadas cláusulas sociales en la contratación pública aprobada por el Gobierno Vasco.

→ 2018-2020. Estrategia y Plan Operativo de Acción para reducir la Brecha salarial en Euskadi. 2021/2025 II Plan Operativo.

OBJETIVO DEL DIAGNOSTICO

El objetivo de esta guía será el de proporcionar conceptos y herramientas de análisis para la elaboración de tu propio Diagnóstico en materia de igualdad.

Su resultado: contar con la información suficiente para elaborar el Plan para la Igualdad de mujeres y hombres de los próximos 4 años (como máximo, según la normativa vigente).

Como ya hemos adelantado, para que puedas diseñar un Plan de Igualdad ajustado a la realidad y necesidades de tu empresa, primero debes hacer un Diagnóstico que recoja el análisis detallado de la situación en la que os encontráis en relación con el grado de integración de la igualdad entre mujeres y hombres.

El Diagnóstico supone un proceso por el cual, a través de la recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos desagregados por sexo sobre la situación, gestión y actividad de la empresa, se detectan aquellos aspectos que pueden impactar de forma diferenciada en mujeres y hombres, y aquellos que pueden estar produciendo desigualdad, discriminación, mantenimiento de roles de género, es decir, no una plena igualdad de resultados en tu empresa. Sus conclusiones, junto a las correspondientes propuestas de mejora, son el precepto para poder diseñar vuestro posterior Plan de Igualdad.

La información cuantitativa (estadísticas y datos numéricos que vais a obtener al cumplimentar los Excel de las herramientas) sirve para

identificar las posibles diferencias que se estén dando entre mujeres y hombres en los distintos ámbitos que vais a analizar. Además, a través de la información cualitativa (cuestionarios, dar respuesta a las diferentes preguntas que os proponemos), conseguirás contar con explicaciones, sentimientos y percepciones sobre la situación en la que se encuentra la empresa con relación a la igualdad de género.

Para llevar a cabo el Diagnóstico es necesario “ponerse las gafas violetas”. ¿Qué significa esto? Que hay que analizar la perspectiva de género¹ de forma transversal, es decir, a lo largo de las distintas fases del proceso y en el análisis de todos los ámbitos de tu empresa (configuración, gestión, funcionamiento, etc.).

¿Por qué es importante abordar todo el proceso desde esa perspectiva? Porque es la mejor herramienta para conocer el impacto diferenciado que cualquier aspecto de nuestra

empresa y de su actividad tiene en mujeres y en hombres, ya que nada de lo que hacemos en nuestras organizaciones, es neutral al género. Asimismo, es interesante abordar una perspectiva interseccional, es decir, valorando la situación específica de vulnerabilidad que se puede generar cuando confluyen distintos tipos de discriminación en una persona trabajadora. Por ello, habrá que atender a las variables de diversidad que pueden presentar las personas que conforman la empresa. Por ejemplo: una mujer que conforma una familia monomarental y no percibe otra fuente de ingresos, está en una situación de mayor vulnerabilidad que otra mujer cuyas responsabilidades familiares son compartidas y en cuyo domicilio cuentan con otras fuentes de ingreso; o las posibles situaciones de discriminación interseccional que puede estar viviendo una mujer con diversidad funcional o por cuestión de edad.

¹Analizar las implicaciones diferenciadas que puede tener cualquier acción para mujeres y hombres.

RESUMEN DEL PROCESO. METODOLOGÍA

En este apartado vas a encontrar una serie de consideraciones imprescindibles para poder realizar un Diagnóstico de forma práctica y sencilla. Te invito a que consideres todo el proceso como una oportunidad para poner atención a esos detalles que habitualmente pasan desapercibidos, y permitir de este modo, que se puedan generar oportunidades reales de mejora para todo el personal que forma parte de la empresa y también de vuestros propios servicios, proyectos, imagen de la empresa y, en definitiva, de vuestro negocio.

Es importante que sepas, que cualquier empresa que decide realizar un Plan de Igualdad, aunque sea de manera voluntaria como es tu caso, debe regirse por las mismas normas y procedimientos recogidos en dicha legislación. Y también, que la dirección de la empresa es la máxima responsable del proceso, por lo que debe impulsar, apoyar y procurar su consecución.

Vamos a hacer un recorrido por cada uno de los elementos clave que se deben tener en cuenta para elaborar el Diagnóstico. ¡Vamos allá!

CREACIÓN DE EQUIPO DE IGUALDAD. COMISIÓN NEGOCIADORA

Independientemente del tamaño de la empresa, debéis identificar personas responsables o crear un Equipo de Igualdad, recogido en la legislación como "Comisión Negociadora", para que lleve a cabo la coordinación de la elaboración y negociación del Diagnóstico y del Plan de Igualdad.

La Comisión Negociadora se debe constituir de forma paritaria, por:

- Representación de la empresa.
- Representación legal de las personas trabajadoras (comité de empresa y/o delegados y delegadas de personal, secciones sindicales y/o sindicatos).

Además, existe una serie de requisitos básicos a cumplir durante el proceso de Negociación, entre los que destacan los siguientes:

- Levantar acta en cada reunión, debiendo ser aprobada y firmada.
- Formular por escrito las propuestas y alternativas.
- Para alcanzar acuerdos es necesaria la conformidad de la empresa y de la mayoría de representación de las personas trabajadoras.
- Las personas que integran la comisión, así como el personal técnico que pueda formar parte del proceso de Diagnóstico y Plan de Igualdad, tienen acceso a la documentación e información de la empresa que sea necesaria para el desarrollo de dichos procesos, pudiendo ser utilizada únicamente para tales fines.

Las personas que participan en el proceso tienen los mismos derechos y obligaciones que si se tratara de la negociación de convenios y acuerdos colectivos.

En caso de que en tu empresa no cuente con dicha representación legal, hay que crear una representación integrada de forma paritaria por la representación de la empresa y los sindicatos más representativos del

sector al que pertenece vuestra empresa. Actualmente, los Planes de Igualdad serán objeto de inscripción obligatoria en registro público (REGCON), cualquiera que sea su origen o naturaleza, obligatoria o voluntaria, y hayan sido o no adoptados por acuerdo entre las partes.

1 → SE ACTIVA UNA HOJA ESTADÍSTICA CON INFORMACIÓN SOBRE EL DIAGNÓSTICO Y PLAN.

2 → DOCUMENTOS QUE SOLICITAN:

- Acta de Constitución de la Comisión Negociadora
- Actas de las reuniones
- Diagnóstico
- Plan para la Igualdad en formato Word (se puede separar la auditoría y subirlo en otro archivo)
- Plan para la Igualdad completo firmado en formato pdf
- Acta de firma del plan de igualdad (tanto acordado como no acordado).

3 → ENVÍAN NOTIFICACIÓN DE REGISTRO SI ÉSTE ES CORRECTO.



FORMACIÓN BÁSICA EN IGUALDAD

Para poder abordar el proceso Diagnóstico desde la perspectiva de género es imprescindible que las personas que la impulsen o que conforman la Comisión Negociadora o el Equipo de Igualdad tengan formación o experiencia sobre igualdad en el ámbito laboral.

Por ello, os animamos a que articuléis distintas estrategias para contar con sesiones de sensibilización y formación en materia de igualdad de género. Todo ello permitirá optimizar vuestros esfuerzos y conseguir que el análisis de datos de toda la información que obtengáis en el Diagnóstico sea de utilidad para el posterior Plan de Igualdad.

A continuación, os presentamos brevemente algunos conceptos clave que debéis conocer en estos primeros pasos y que os pueden ayudar a prestar atención y visibilizar aspectos que hasta ahora os podían pasar desapercibidos.

Además, puede resultaros útil para valorar el nivel de conocimientos que ya tenéis o no sobre la igualdad de género en la empresa.

- Sistema sexo-género: aquél que diferencia e interrelaciona los conceptos de sexo y género. Con "sexo", se hace referencia a la parte biológica de la persona (hombre y mujer) y con "género" a la construcción social que se hace en función del sexo de cada persona (femenino-masculino: expectativas, normas, actitudes, etc., que se asocian con uno u otro sexo, de manera excluyente y jerárquica).
- Estereotipos de género: generalizaciones sobre los atributos, capacidades, valores... de mujeres y hombres. Por ejemplo: las mujeres son conciliadoras y empáticas y los hombres osados y competitivos.
- Roles de género: normas de conducta que cada persona debe asumir en

función de si se es mujer u hombre.
Por ejemplo: tareas del hogar para las mujeres vs empleo para los hombres.

- Socialización de género: proceso por el que mujeres y hombres aprenden aquellos mandatos propios de cada género, a través de la influencia de los agentes de socialización (familia, escuela, medios de comunicación y grupos de iguales). Es decir, se aprende qué estereotipos y roles se deben cumplir para obtener reconocimiento social.
- Igualdad de género: igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres. Supone la inexistencia de cualquier tipo de desigualdad y discriminación por razón de sexo.
- Pertinencia de género: se produce cuando una cuestión afecta de manera directa o indirecta a mujeres y hombres, pudiendo suponer un mantenimiento de las brechas de género.
- Brecha de género: disparidad entre las posiciones que ocupan mujeres y hombres en las distintas esferas de la vida pública

y privada, que responden a una jerarquía sexual (en la que los hombres ocupan una posición superior a la de las mujeres).

- Brecha salarial de género: distancia entre el salario medio de las mujeres y el salario medio de los hombres.
- Segregación horizontal: disparidad entre las ocupaciones que tradicionalmente ocupan las personas de cada sexo, existiendo sectores masculinizados y feminizados (ellas en administración, limpieza, recursos humanos... ellos montaje, comercial, producción...)
- Segregación vertical: desigualdad entre las posiciones que mujeres y hombres ocupan en la sociedad. Ellos mayoría en los puestos de mayor reconocimiento social y de toma de decisiones. En el ámbito de la empresa, supone la infrarrepresentación o sobrerrepresentación de mujeres u hombres en los distintos niveles de la estructura organizativa ("techo de cristal": barreras invisibles por las que las mujeres no consiguen acceder a los niveles y puestos de poder más altos en las empresas)



DATOS NECESARIOS

Como ya se ha mencionado, debéis recoger los datos desagregados por sexo con el objetivo de poder realizar un análisis y contraste entre la situación de las mujeres y la de los hombres y, de este modo, detectar aquellas cuestiones que supongan una limitación en cuanto a la igualdad de oportunidades y de resultados de mujeres y hombres en vuestra empresa.

Además de la extracción y análisis de los datos cuantitativos, para cuya recogida se plantean una serie de preguntas clave, tablas y cuestionarios que podéis modificar y adaptar en función de vuestras necesidades, es importante entender

que el propio proceso de elaboración del Diagnóstico supone una oportunidad de reflexión y debate interno, todo ello con el objetivo de realizar un Plan de Igualdad que incida positivamente en la situación de toda la plantilla.

A continuación, se explican las áreas y aspectos que deben analizarse en el Diagnóstico:

ANÁLISIS DE LA CULTURA DE LA EMPRESA

Se trata de analizar de qué manera está incluida la igualdad de género en los aspectos básicos de la propia configuración de la empresa. Para ello, es necesario que se revise si la igualdad de mujeres y hombres figura de manera explícita en la misión, visión y valores de la empresa, y entre los objetivos que perseguís gracias a vuestras áreas de actuación u oferta de servicios.

Para realizar esta revisión, hay que reflexionar en torno a las siguientes preguntas clave:

→ ¿Cuenta la empresa con algún tipo de compromiso formal y escrito, a través del cual se manifieste la igualdad como principio estratégico para la compañía?

→ ¿La igualdad de género figura explícitamente en la misión, visión y valores de mi empresa?

→ ¿Mi empresa está sujeta a algún modelo de gestión empresarial que pueda estar alienado con la igualdad de género (ODS 2030, Excelencia empresarial, etc.)?

→ ¿Qué prácticas, estilos de funcionamiento, hábitos o costumbres se valoran en la empresa, aun no estando escritos, y que impacto tiene en las mujeres y hombres?

→ Etc.



CARACTERÍSTICAS DE LA PLANTILLA

Por un lado, hay que recoger datos básicos sobre la empresa y su dimensión, el sector en el que se enmarca vuestra actividad, identificando si se trata de un sector tradicionalmente masculinizado o feminizado. Se debe recoger información relevante sobre el personal: edad, nivel formativo (no sólo el que se le requiere según el puesto, sino con qué nivel formativo cuenta cada persona), responsabilidades familiares (personas a su cargo -menores o mayores dependientes-, si es o no la persona de referencia en esos cuidados, etc.), país de origen, puesto de trabajo, antigüedad en la empresa (visibilizando si ha habido periodos discontinuos por parte de alguna persona trabajadora), etc.

Gracias a esta información, podréis realizar un análisis más exhaustivo al entrecruzar las distintas variables y conocer si hay cuestiones del funcionamiento de la empresa que supongan un hándicap mayor para personas de un sexo que de otro, así como visibilizar si existe discriminación interseccional de cualquier tipo.

Para ello, contaréis con una hoja Excel en la que poder ir completando y visibilizando la información de cara a su posterior análisis.

CONDICIONES LABORALES DE LA EMPRESA

En este caso, se trata de conocer cómo funcionan los *procesos de acceso* a la empresa, con el objetivo de analizar si existen sesgos de género en dichos procedimientos, y también de conocer cuál es la situación y oportunidades del personal que ya forma parte de vuestro equipo. Se analizarán tipos de jornadas y de contrato, salario y retribuciones, medidas de conciliación, Prevención de Riesgos Laborales (PRL), procesos de gestión (contratación y selección, promoción, formación, etc.), etc.

Para ello, por un lado, se debe valorar cómo se diseñan y desarrollan los procesos de selección y contratación del personal, pudiéndose tomar como referencia los procesos de selección desarrollados durante los dos últimos años (en caso de que no se haya realizado ninguno durante ese tiempo, podéis establecer otro periodo concreto de tiempo). A este respecto, también se abordan cuestiones como el uso de lenguaje no sexista en la publicación y convocatoria de procesos

de selección, análisis y reflexión sobre cómo se llevan a cabo los mismos (personal que los realiza, metodología empleada...).

Por otro lado, se debe analizar las condiciones y oportunidades, analizando los procesos de gestión de personal en relación con la formación y la posibilidad de promoción una vez que ya es personal de vuestra empresa.

En la herramienta *Cómo abordar los procesos de contratación, promoción y formación* tenéis una serie de cuestiones que os pueden servir de ayuda y en el apartado de *Guion de Diagnóstico*, una serie de indicaciones detalladas a este respecto, en cuanto a las condiciones generales de la plantilla de la empresa.

Por otra parte, y de cara a la realización de la auditoria retributiva, es importante recordar, que TODAS las empresas, independientemente del tamaño, tienen la obligación de contar con un Registro Salarial como herramienta interna de gestión.

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Se trata de analizar cómo es vuestra comunicación interna, tanto el canal o los canales que se utilizan como el estilo de las comunicaciones. También se analiza aquella que trasladáis hacia el exterior y que va generando vuestra imagen corporativa.

Por ello, en ambos casos, se debe determinar si el uso de la comunicación y de las imágenes son inclusivas o no. Es importante tener en cuenta que el compromiso con la igualdad de mujeres y hombres es un ejercicio de responsabilidad social y supone una mejora en la percepción social de la empresa, proyectando una imagen positiva hacia el exterior. En la herramienta *Análisis de la comunicación desde la perspectiva de género*, puedes encontrar más información

y una propuesta de cuestionario para realizar una recogida suficiente de información. Pero para empezar a reflexionar, te puedes plantear las siguientes cuestiones:

- ¿El lenguaje que utilizamos visibiliza en igual medida a mujeres y hombres, o utilizamos el masculino como falso genérico en nuestras comunicaciones internas (emails, documentos internos, etc.) y externas (página web, folletos, publicidad, etc.)?
- ¿La imagen que lanzamos al exterior, ¿rompe o refuerza los roles estereotipados de mujeres y hombres?

- ¿Nombráis en femenino y masculino los diferentes puestos de trabajo?
- ¿Tenéis o seguís algún protocolo o manual de uso no sexista de la comunicación?
- ¿Como son las imágenes que usamos en nuestros proyectos, servicios, campañas?
- ¿Cuidamos el uso de imágenes desde una mirada inclusiva y desde la diversidad? Definición de productos, proyectos y servicios; análisis desde la perspectiva de género

DEFINICIÓN DE PRODUCTOS, PROYECTOS Y SERVICIOS; ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Es importante matizar que, prácticamente todas las actividades, procesos y productos de una empresa son pertinentes al género, ya que siempre van dirigidos a personas. Por ello, el análisis de este ámbito adquiere especial relevancia al determinar si existe un impacto diferenciado sobre las mujeres y los hombres.

En esta área se debe analizar vuestra actividad productiva, el diseño de los proyectos, su comunicación, como se ejecutan y evalúan, cómo se decide un servicio, una campaña, etc., y también los procesos de subcontratación o externalización de servicios, en caso de que los llevéis a cabo.

La idea es tener claro que “NO todo vale” y que se puede y se debe mantener una actividad económica y de negocio que sea respetuosa con valores sociales, ambientales, etc.

Para poder realizar este análisis, os proponemos una serie de claves en la herramienta Checklist *Incorporación perspectiva de género* del documento a cuya información podéis completar con más información cualitativa a través de entrevistas a mandos intermedios y dirección de la empresa.

GUIÓN DE DIAGNÓSTICO

Ahora que hemos aprendido qué es Diagnóstico y qué elementos intervienen en su elaboración, ¡toca ponerse manos a la obra!

Hacer un Diagnóstico de igualdad, como hemos visto en los apartados anteriores, supone llevar a cabo un análisis en profundidad de cómo afectan diferentes variables a las mujeres y a los hombres. Para ello, se deberá seguir un esquema que incluirá los contenidos mínimos que figuran como requisito en la normativa vigente anteriormente nombrada. Obviamente, cada organización puede profundizar en el análisis hasta donde lo considere necesario.

Para comenzar, proponemos un guion a seguir de acuerdo con los siguientes apartados:



Este índice es modificable, pero se debe de tener en cuenta que está pensado para que incluya toda aquella información requerida legalmente.

A continuación, se explicará paso por paso cómo llevar a cabo cada uno de los apartados de nuestro Diagnóstico de Igualdad en la empresa. ¡Comenzamos!

A INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA

Este apartado es muy sencillo. Se trata, de llevar a cabo una presentación de la empresa en cuestión, señalando diferentes aspectos como:

- Misión y visión de la empresa.
- Qué valores la define.
- Un histórico de los hitos y actividades llevadas a cabo.
- Qué centros de trabajo tiene la empresa.
- Qué relaciones tiene con su entorno (resto de empresas cercanas, resto de empresas del sector, administraciones públicas, sociedad civil, etc.)
- Qué acreditaciones y premios posee la empresa.

→ Alianzas, redes... a las que pertenece.

Será importante que el compromiso con la igualdad firmado por la dirección de la empresa estuviera presente en este apartado. Se trata de un documento en el que se explicitará la vocación de la empresa por favorecer la igualdad de mujeres y hombres dentro y fuera de la entidad, en todo aquello que se circunscriba a sus competencias.

CONSEJO: En este apartado será conveniente señalar aquellos hitos logrados por la empresa en materia de igualdad, como la realización de formación en la materia, premios o subvenciones relacionadas con la igualdad, celebraciones de días señalados como el 8M o el 25N, etc.

B DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

En este apartado, habrá que describir la metodología que se ha llevado a cabo para elaborar el Diagnóstico en Igualdad. No debemos olvidar que un Diagnóstico es una investigación, por lo que habrá que explicitar, al menos, los siguientes aspectos:

- Tiempo dedicado al proceso.
- Recursos dedicados al proceso.
- Identificación de la persona responsable o la Composición del Equipo de Igualdad.
- Herramientas utilizadas para la recogida de datos, como pueden ser:

- Excel de recogida de datos cuantitativos de la plantilla. Se rellenará un Excel que se adjunta como herramienta para sistematizar los datos y su posterior análisis. El documento se llama Modelo de recogida de datos cuantitativos.
- Registro retributivo de la empresa. Se rellenará un Excel que se adjunta como herramienta para realizar la posterior auditoría salarial. El documento se llama Modelo de registro salarial.
- Grupos de discusión. Se llevarán a cabo grupos de discusión guiados para trabajar cuestiones más cualitativas en materia de igualdad, utilizando el guion que se adjunta denominado Cuestionarios plantilla y grupos de discusión.

- Encuestas a la plantilla. Se llevará a cabo una encuesta a la plantilla siguiendo el modelo *Cuestionarios plantilla y grupos de discusión*.
 - *Guion de cuestionario dirigido a los Grupos de interés* (clientela, empresas proveedoras, población, etc.) para conocer su percepción con respecto a la política de igualdad de nuestra empresa.
 - Análisis de la documentación de la empresa. Se analizará, con perspectiva de género, la documentación de la empresa, para mejorar posibles cuestiones de lenguaje o de proceso. Este proceso se explica más a fondo en los siguientes apartados.
- Proceso general de trabajo.

© LA IGUALDAD EN EL SECTOR DE LA EMPRESA

Una empresa no es un ente independiente, ya que convive con otros agentes sociales, con otras empresas, administraciones públicas, asociaciones empresariales, etc. Se trata de poder comparar nuestra situación con la de nuestro sector y ver cómo van las tendencias.

En este apartado se llevará a cabo una breve explicación de dicha cuestión. Puede parecer una tarea complicada, pero no os preocupéis: aquí tenéis ciertas preguntas que podéis responder, para facilitar el análisis:

- ¿Está el sector de la actividad de nuestra empresa masculinizado?
- ¿Existe una representación equilibrada entre mujeres y hombres en los estudios para acceder

a los empleos que ofrecemos en nuestra empresa?

- ¿Nuestro sector promueve valores de igualdad?
- ¿En nuestro sector, es habitual encontrar mujeres directivas liderando organizaciones?
- ¿Existe una conciencia social a favor de la igualdad entre mujeres y hombres en la localidad/comunidad en la que está presente nuestra empresa?
- ¿Se promueven acciones a favor de la igualdad a nuestro alrededor? ¿De qué manera podemos participar en ellas?
- Como empresa, ¿podemos llevar a cabo acciones para favorecer la igualdad entre mujeres y hombres en nuestro entorno?



D DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

Los anteriores apartados han servido como contextualización ya que el análisis de los datos comienza en este apartado.

Para abordar un Diagnóstico de Igualdad, es importante tener presente y de forma transversal la perspectiva de género, que se define como la visión que permite observar cómo afecta la realidad, aparentemente neutra, a las mujeres y a los hombres de manera diferencial, como ya se ha señalado anteriormente.

Para poder llevar a cabo el análisis, primero se deberá recoger toda la información. Para ello, podéis acceder a las herramientas para la de recogida de datos cuantitativos y cualitativos que ya os vamos presentando.

En primer lugar, se rellenará el Excel de recogida de datos cuantitativos de la plantilla, la herramienta *Modelo de recogida de datos cuantitativos*. Esta puede ser tal vez la fase de trabajo más tediosa, ya que requiere volcar bastante información en un solo documento. Para poder analizar la información, se deberán tener en cuenta las siguientes fórmulas:

DISTRIBUCIÓN SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA

→ Fórmula:
$$\text{N}^\circ \text{ mujeres} / \text{total plantilla} * 100$$

→ Ejemplo: Si la plantilla es de 120 personas y las mujeres son 38, sería: $38 / 120 * 100 = 31,66\%$

→ Interpretación: El 31,66% de la plantilla son mujeres.

ÍNDICE DE FEMINIDAD

→ Fórmula:
$$\text{N}^\circ \text{ de mujeres} / \text{N}^\circ \text{ de hombre}$$

→ Ejemplo: Si hay 67 mujeres con hijas/os a cargo y 52 hombres con hijos a cargo, sería: $67/52 = 1,29$.

→ Interpretación: Por cada hombre con hijas/os a cargo, hay 1,29 mujeres con hijas/os a cargo.

DISTRIBUCIÓN VERTICAL

(índice de concentración: información intra-sexo: mujeres entre mujeres y hombres entre hombres)

→ Fórmula:
$$\text{N}^\circ \text{ mujeres} / \text{total mujeres} * 100$$

→ Ejemplo: Si en montaje hay 25 mujeres y el total de mujeres es de 38, sería: $25 / 38 * 100 = 65,78 \%$

→ Interpretación: del total de las mujeres de la empresa, el 65,78% trabaja en montaje.

DISTRIBUCIÓN HORIZONTAL

(índice de distribución: información inter-sexo: comparamos hombres entre mujeres)

→ Fórmula:
$$\text{N}^\circ \text{ de mujeres} / (\text{N}^\circ \text{ mujeres} + \text{N}^\circ \text{ hombres}) * 100$$

→ Ejemplo: Si en los puestos directivos hay 2 mujeres y 1 hombre, sería: $2 / (2+1) * 100 = 66,66 \%$

→ Interpretación: Los puestos directivos están distribuidos en un 66,66% de mujeres y un 33,33% de hombres.

ÍNDICE DE FEMINIDAD RELATIVO

→ Fórmula:
 $\% \text{ de mujeres} / \% \text{ de hombres}$

→ Ejemplo: Si hay 67 mujeres con hijas/os a cargo de las 100 mujeres presentes en la empresa, diremos que el 67% de las mujeres tienen hijas/os a cargo. Si hay 52 hombres con hijas/os a cargo de los 200 hombres presentes en la empresa, diremos que el 26% de los hombres tienen hijas/os a cargo. Sería: $67\% / 26\% = 2,58\%$

→ Interpretación: Al analizar las relaciones frente a sus subgrupos, por cada hombre con hijas/os a cargo, hay 2,58 mujeres con hijas/os a cargo. La interpretación cambia frente a la relación de feminidad de 1,29, ya que no se tiene en cuenta que en la empresa hay el doble de hombres que de mujeres, por lo que su incidencia en la variable hijas/os a cargo es menor a nivel porcentual.

Estas son algunas fórmulas que se aplicarán para conocer la realidad de la empresa en materia de igualdad en cuanto a los datos cuantitativos.

CONSEJO: Se debe recordar que el Diagnóstico es una foto a una fecha fija elegida sobre la situación de partida en materia de igualdad en la empresa. El Plan de Igualdad será un conjunto de medidas ordenadas para favorecer la igualdad en la empresa, que nos ayudará a concretar cómo nos queremos ver en unos años a partir de la foto (el Diagnóstico). Digamos que el Plan de Igualdad será el Photoshop que utilizaremos para modificar la foto.

1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA, CLASIFICACIÓN PROFESIONAL E INFRARREPRESENTACIÓN FEMENINA

En primer lugar, hay que conocer *cómo se distribuye la plantilla*, con un indicador muy concreto: el porcentaje de mujeres y de hombres en la plantilla.

De acuerdo con la diferente normativa, entre ellas, la Ley Vasca de Igualdad del 2005, se mantiene que NO hay segregación laboral de partida cuando la presencia de mujeres y hombres se sitúa entre el 40% y 60% respectivamente. Es interesante conocer cómo está el sector al que pertenece nuestra empresa, a fin de contar también con un punto de referencia y de comparación.

Es importante recordar que toda la información y los indicadores que se pretenden recoger y analizar de nuestras empresas, parte de una situación social de desigualdad compartida, ya que las empresas y las organizaciones somos claramente reflejo de la sociedad. En ese sentido, también compartimos la oportunidad de contribuir a su mejora. Se deberá tener en cuenta las distribuciones

por *categoría profesional y puesto*, para conocer si hay segregación horizontal y vertical ya explicadas anteriormente, respondiendo a preguntas como estas:

- ¿En qué puestos encontramos más mujeres o más hombres?
- ¿Qué otras tareas hacen ellas y ellos?
- ¿Están las mujeres distribuidas de manera equilibrada en los puestos de decisión?
- ¿Existe *techo de cristal* en nuestra empresa?

También hay que observar en qué *tramos de edad* se encuentran más mujeres y más hombres, ya que analizar las posibles diferencias de presencia de mujeres y hombres en los diferentes grupos de edad se relaciona con algunas hipótesis sobre la realidad social como:

- El tramo de edad de los 25 a los 39 años se toma como referencia a la hora de analizar una posible maternidad o paternidad en una organización.
- Las mujeres acceden al mundo laboral a una edad más tardía que los hombres.
- Las mujeres mayores de 45 años tienen mayores obstáculos en la incorporación, reincorporación al mundo laboral o permanencia en el empleo.
- La edad cercana a posibles jubilaciones por parte de los hombres, en general, puede ofrecer una oportunidad para mejorar el equilibrio de entrada y promoción de mujeres y hombres.

Otro indicador que hay que observar es la *antigüedad* a fin de verificar las siguientes situaciones de partida social:

- Las mujeres acceden en menor medida al mercado laboral y más tarde.
- Una vez que acceden, abandonan por el cuidado de personas con el consiguiente impacto en su desarrollo profesional y en su futuro económico.

- En muchas organizaciones, este es un indicador favorable para otras cuestiones de la organización (promoción, acceso a formación, reconocimientos, etc.) y que puede resultar ser una situación de discriminación indirecta.

Otro elemento a tener presente es la *diversidad*, ya que partiendo del hecho objetivo de que las mujeres acceden en menor medida al mercado laboral y en peores condiciones laborales, cuando añadimos otras variables (intersecciones), esta situación se vuelve más complicada. Así observaremos, por ejemplo, si existen personas con diversidad funcional en la empresa y qué impacto puede tener en cuanto a la igualdad entre mujeres y hombres.

Cuando hayamos llevado a cabo el análisis de la distribución de la plantilla, se podrá observar si existe infrarrepresentación femenina en alguna categoría, puesto o edad, y se valorará, más adelante, si poner en marcha acciones de Plan de Igualdad para corregir dichas distribuciones.



2 PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

Los procesos de acceso a la empresa también se deben de analizar con perspectiva de género. Las organizaciones necesitan el talento de todas las personas, de mujeres y hombres, para innovar y competir. Por eso es fundamental incorporar a las mujeres de forma integral en la estrategia de desarrollo del talento de la empresa. ¿Cómo? Atrayendo, incorporando, motivando, desarrollando y reteniéndolas en su plantilla.

En consecuencia, es prioritario que las organizaciones establezcan procedimientos que garanticen que cada etapa del proceso de selección se realiza de manera ordenada, objetiva, y que respeta y promueve la igualdad de mujeres y hombres.

Para ello, se deberán analizar las candidaturas, tanto externas como internas, con perspectiva de género como, por ejemplo, observando las ofertas de trabajo y las definiciones de puestos o las vacantes internas. Es importante ver si se hace un uso inclusivo del lenguaje,

si las imágenes representan también a las mujeres y si existe algún sesgo de género. Por ejemplo, un sesgo de género que todavía hoy nos encontramos, es el requisito de "*disponibilidad completa*" en puestos que realmente no lo requieren. En una sociedad en la que las mujeres se encargan principalmente de los trabajos reproductivos de cuidado, será más complicado para ellas acceder a un puesto de estas características. Aquí nuevamente nos encontramos con una situación de discriminación indirecta.

Igualmente, es conveniente analizar las contrataciones llevadas a cabo en los últimos años comparando mujeres y hombres, ya que este dato nos mostrará las tendencias en la contratación de la empresa.

Para más información acerca de la selección y contratación, se puede utilizar la herramienta *Cómo abordar los procesos de contratación, promoción y formación*.

3 FORMACIÓN

En cuanto a la *formación*, se deben analizar, al menos tres apartados: el nivel de estudios de la plantilla, la formación impartida por la empresa y la formación en igualdad. Veámoslo paso por paso.

Por un lado, tenemos el nivel de estudios, ya que suele ser el "*elemento referente o justificativo*" que se suele utilizar para explicar el nivel y las tareas que las mujeres y hombres desarrollan en una organización. En casi todos los estudios, el fenómeno de la "*sobre cualificación femenina*" es un indicador que explica que la formación ayuda, pero, por sí sola, no garantiza un determinado puesto de trabajo, especialmente si se refiere a niveles de mando. En muchas organizaciones, las mujeres están ocupando puestos de trabajo "por debajo" de su nivel formativo a diferencia de algunos hombres, que ocupan puestos de nivel jerárquico que no se corresponden directamente con su cualificación.

El objetivo de este análisis es detectar posibles discriminaciones de género, donde la formación no guarde correlación con el nivel profesional, con el desarrollo de carrera profesional, con la estabilidad del empleo ni con el salario de las mujeres.

Por otro lado, se debe analizar la formación que se imparte en la empresa observando al menos:

- Si se establece la actividad formativa en horario laboral, facilitando la asistencia de las personas con responsabilidades familiares. En definitiva, si se adecua y planifica la formación a las necesidades personales de todas las personas.
- Si se promueve activamente la participación de las trabajadoras en acciones formativas que faciliten su promoción profesional.
- Si se establecen criterios aparentemente neutros pero que indirectamente dificultan más la participación de las mujeres, como, por ejemplo, establecer que solo acceden a la formación de la empresa las personas a jornada completa.
- Si se contempla el derecho a la formación profesional de trabajadoras y trabajadores en periodo de excedencia, por atención a personas dependientes.

Junto a ello, también se deberá observar si existe correspondencia entre el número de horas de formación y la distribución de la plantilla. Por ejemplo, en una plantilla con un 75% de mujeres, si el 90% de horas de formación de la empresa son disfrutadas por los hombres, existirá un claro desequilibrio.

Por último, será interesante analizar si se imparte formación en igualdad o si existen personas con esta formación en la empresa a fin de poder aprovechar su talento para favorecer procesos como la realización del Diagnóstico y el Plan de Igualdad en la empresa y su posterior puesta en marcha.

Para más información acerca de la formación, se puede utilizar la herramienta *Cómo abordar los procesos de contratación, promoción y formación.*

4 PROMOCIÓN PROFESIONAL

Este apartado está íntimamente ligado a la segregación vertical de la plantilla que se ha analizado en el primer apartado del análisis, así como a la formación. Los procedimientos de *promoción profesional* deben estar elaborados con la perspectiva de género.

Es importante tener en cuenta que la promoción es un factor que influye directamente en la segregación vertical de la empresa, por lo que se deberá observar cuántas mujeres y cuántos hombres han sido promocionados en los últimos años y hacia qué puestos. Aquí se puede encontrar la causa de un posible techo de cristal, ya que existen organizaciones en las que los procesos de promoción priorizan a ciertos perfiles, generando así referentes muy concretos, a menudo masculinos, en los puestos de mando, aspecto que será importante revertir.

Es verdad que, en muchas empresas pequeñas, ni siquiera existen estos procedimientos objetivos con lo que su análisis será un poco más complicado, pero no por ello se debe obviar.

Para más información acerca de la formación, se puede utilizar la herramienta *Cómo abordar los procesos de contratación, promoción y formación*.

5 EJERCICIO CORRESPONSABLE DE LOS DERECHOS DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y LABORAL

Cuando se habla de *Corresponsabilidad*, se habla de cómo se organizan los tiempos de vida de las personas y de que no todas las personas, ni todos los grupos sociales, emplean su tiempo de la misma forma, estableciéndose desigualdades según la finalidad y las prioridades que marcan sus experiencias vitales.

En este sentido, todos los estudios apuntan que los hombres dedican su tiempo de trabajo al ámbito laboral mientras las mujeres dividen su tiempo de trabajo entre el familiar y el laboral casi a la par. Esta distribución confirma que, para la mayoría de los hombres, la organización de su tiempo cotidiano está condicionada sobre todo por su empleo mientras que, para las mujeres, el trabajo doméstico y de cuidados, sigue siendo una actividad productiva diaria de primer orden, cuando no la única.

Desde hace varias décadas, en todas las legislaciones y estrategias para la Igualdad de mujeres y hombres puestas en marcha, se señala el peso social del *rol de mujer cuidadora* como uno de los indicadores que está dificultando e imposibilitando en mayor medida, la igualdad real de las mujeres en el ámbito profesional y laboral.

En los últimos años, la preocupación por armonizar la esfera laboral, familiar y personal ha pasado a formar parte de la reflexión académica, del debate y diálogo social, de la agenda política e incluso, de la gestión empresarial, intentando situar el tiempo de las personas, no sólo el laboral, en el centro de un nuevo modelo de articulación social y evitando el absentismo de los hombres al hogar y al cuidado.

Es por todo ello que será importante observar la conciliación y la corresponsabilidad desde la perspectiva de género. Aquí tenéis una serie de preguntas que os pueden facilitar el análisis:

- ¿Cuántas mujeres y cuántos hombres se acogen a medidas de conciliación en la empresa? ¿En qué porcentajes en la empresa?
- ¿Está esa distribución acorde a la distribución general de la plantilla?
- ¿Es la plantilla consciente de las medidas de conciliación a las que se puede acoger?
- ¿La empresa hace un esfuerzo activo para dar a conocer las medidas de conciliación a las que se pueden acoger las personas en la empresa?
- ¿Son suficientes las medidas de conciliación disponibles en la empresa?

→ ¿Qué tipo de organización de horarios tiene la empresa?

→ ¿Hay flexibilización?

→ ¿Se cuidan los horarios de reuniones, formaciones, etc., para cuidar la conciliación?

6 RETRIBUCIONES

El análisis retributivo es uno de los pasos más complicado a analizar ya que la retribución es uno de los indicadores más significativos y al mismo tiempo el que más complejidad suele presentar a la hora de analizar. En muchas ocasiones, por falta de objetividad, análisis y transparencia.

La *brecha salarial* es un indicador más de la desigual distribución de poder entre hombres y mujeres en la sociedad en general. Esta brecha salarial refleja la discriminación y las desigualdades en el mercado de trabajo que, en la práctica, afectan principalmente a las mujeres (extraído de La brecha salarial en la comunidad autónoma de Euskadi. Emakunde. 2018).

La brecha salarial en Euskadi se sitúa en 7.213 euros de diferencia media anual entre hombres y mujeres y, aunque ha disminuido en 1,5 puntos desde 2015, es aún de 22,6%, en la medida en que la ganancia media de los varones es de 31.790 euros y el de las mujeres, de 24.757 euros.

No en vano, contamos desde 2018 con la *Estrategia y Plan Operativo de Acción para reducir*

la brecha salarial en Euskadi y que obedece al objetivo prioritario del Gobierno Vasco de *garantizar la igualdad salarial entre mujeres y hombres como asunto de justicia y de beneficio para toda la sociedad, una vez que contribuye al crecimiento económico, al aumento de la productividad y a la conciliación corresponsable de la vida familiar, personal y laboral.*

Es de especial importancia prestar atención a este indicador ya que esta *“brecha salarial tiene una incidencia directa en las cotizaciones a la Seguridad Social y en la posterior percepción de las pensiones. Además, está estrechamente vinculada con una menor autonomía económica de la mujeres y mayores índices de pobreza que afectan de modo directo a las hijas e hijos que tienen a su cargo especialmente en los casos en los que son cabeza de familia.”* (La brecha salarial en la Comunidad Autónoma de Euskadi. Emakunde. 2018).

El punto de partida habitual para realizar el cálculo de la brecha salarial se realiza atendiendo a la ganancia media de hombres por un lado

y de mujeres por otro. Cabe apuntar que la Ley señala que se considera una brecha a analizar y tomar medidas al respecto, cuando la misma es superior al 25%. No obstante, cualquier desequilibrio que se observe en este análisis es susceptible de revisión y mejora.

Para llevar a cabo el análisis, primero se deberá rellenar el *Modelo de registro salarial* que podéis encontrar en las herramientas, señalando el sexo de las personas en la plantilla, su categoría profesional y su percepción salarial total ponderado al 100% de jornada y diferentes conceptos salariales.

Una vez se ha llevado a cabo el registro retributivo obligatorio para todas las empresas, independientemente de si desarrollan un Plan de Igualdad o de su tamaño, se deberá llevar a cabo una auditoría salarial de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 902/2020, de 13 de octubre, de igualdad retributiva entre mujeres y hombres. Para ello, se tendrán que seguir los pasos explicados a continuación:

→ Análisis de media, mediana y brecha general.

→ Análisis por categorías.

→ Análisis por conceptos.

En primer lugar, se calcularán la media y la mediana de la suma total de todos los salarios de las mujeres por un lado y de hombres por el otro, ponderados al 100% de la jornada. La fórmula para la medición de la brecha salarial utilizada es la siguiente: se toman de referencia el salario medio anual bruto, así como el salario base anual medio:

$$\frac{(\text{Retribución media anual hombres} - \text{Retribución media anual mujeres})}{\text{Retribución media anual hombres} \times 100}$$

En el resultado, cuando la diferencia es superior a 0 se interpreta como una brecha favorable a los hombres y cuando es inferior a 0, a favor de las mujeres, por ende, cuanto más se acerca al valor 0 significa que la diferencia será menor. Este dato nos dará un porcentaje, por ejemplo, del 7,2%, significando que la brecha salarial es favorable a los hombres en un 7,2%.

Tal vez os preguntéis “¿Significa este dato que la empresa paga deliberadamente más a los hombres que a las mujeres?”. No necesariamente. Las brechas salariales son habituales, ya que éstas dependen de diferentes factores como las categorías profesionales que ocupan las mujeres y los hombres en las organizaciones, así como la antigüedad, tipos de jornadas y demás conceptos.

Nos ayudan a identificar y a analizar las *discriminaciones indirectas* que hacen que las mujeres ganen menos que los hombres. Por ello, esto será lo próximo que analicemos, si dichas diferencias tienen como causa el sexo de las personas de la plantilla u otros factores y en qué manera podemos ir mejorando la situación.

En segundo lugar, llevaremos a cabo un mismo análisis, pero esta vez por categoría profesional, que será clasificada entendiendo trabajos de igual valor como lo señala la legislación: *“un trabajo tendrá igual valor que otro cuando la naturaleza de las funciones o tareas efectivamente encomendadas, las condiciones educativas, profesionales o*

de formación exigidas para su ejercicio, los factores estrictamente relacionados con su desempeño y las condiciones laborales en las que dichas actividades se llevan a cabo en realidad sean equivalentes”.

Cuando se hayan establecido las categorías profesionales, se calcularán las diferencias salariales, con la misma fórmula, pero para los salarios medios de cada categoría profesional, en vez de las percepciones generales. Con este nivel de detalle, observaremos que en ciertas categorías se pueden encontrar diferencias, a las que tendremos que dar explicación, especialmente si superan la diferencia del 25%.

Por último, buscaremos respuestas a las diferentes brechas mediante un análisis más específico, el de los conceptos salariales. Observaremos en qué conceptos surgen mayores diferencias y será allí donde tendremos que proponer acciones de Plan de Igualdad para corregir las posibles brechas que podamos encontrar.

7 PREVENCIÓN DEL ACOSO SEXUAL Y POR RAZÓN DE SEXO

En este apartado se revisa la existencia del *Protocolo para la prevención de acoso sexual y por razón de sexo* en el trabajo y las medidas que existen para prevenir la violencia y micromachismos/violencias en cualquiera de sus manifestaciones: agresiones, acoso laboral, acoso sexual, menosprecios, etc.

La Ley obliga a todas las empresas, independientemente de su tamaño, a poseer un Protocolo de prevención del acoso sexual y por razón de sexo, por lo que la recomendación general en esta sección sería la de desarrollar uno, si no se tiene ya en marcha. Para ello, Emakunde ha desarrollado un modelo que os servirá sin duda de ayuda y que podéis encontrar en el siguiente link:

El *acoso sexual* se define en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres *como cualquier*

comportamiento, verbal o físico, de naturaleza sexual que tenga el propósito o produzca el efecto de atentar contra la dignidad de una persona, en particular cuando se crea un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo.

El *acoso por razón de sexo* se define en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres *como 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.*

Al margen de la existencia o no del protocolo, también se puede sistematizar la recogida de la percepción de la plantilla en cuanto a esta cuestión en la empresa, mediante las preguntas referidas a la temática en la herramienta *Cuestionarios plantilla y grupos de discusión.*

8 ANÁLISIS DE LA DOCUMENTACIÓN DE LA EMPRESA

Por último, si bien se han analizado ya los principales aspectos referentes a la igualdad en la empresa, es interesante aplicar la perspectiva de género a la documentación de esta y a su política de comunicación. Para ello, se tomará toda la documentación escrita, webs, spots publicitarios, anuncios en radio, algún ejemplo de correo, firmas de correo, etc. Para facilitar dicho análisis, podéis responder a las próximas preguntas:

- ¿La documentación hace uso inclusivo del lenguaje?
- ¿En la documentación, se ven representadas las mujeres?
- ¿Qué rol tiene ellas y ellos?
- ¿Cómo son las imágenes de nuestra web, de nuestras propuestas?

Mas información:

- ¿La Prevención de Riesgos Laborales
- ¿Existe un documento que establezca la Política de Igualdad de la empresa?

Con ello, se podrá llevar a cabo un análisis cualitativo de la documentación de la empresa.

9 OTROS ASPECTOS

Además de esta información, el Diagnóstico de Igualdad puede contener toda aquella profundidad que le queráis añadir. Algunos otros aspectos que se pueden analizar con perspectiva de género y en los que se puede observar si las distribuciones son equilibradas son los siguientes:

- Personas con beca.
- Subcontrataciones.
- Equipamientos de la empresa.
- Conversión de contratos a indefinidos.
- Tipo de jornada.
- Horarios.
- Despidos y abandonos.

E ÁMBITOS DE TRABAJO PARA EL PLAN DE IGUALDAD: RETOS Y ÁREAS DE MEJORA

Una vez se ha llegado a este punto... ¡Ya tenemos todo el análisis realizado! Pero ahora... ¿qué hacemos? Con todos los datos desagregados por sexo y analizados desde la perspectiva de género, tocará ordenar las ideas para después poder diseñar nuestro Plan de Igualdad, nuestra propuesta de mejora.

Tal y como hemos señalado previamente, el Diagnóstico nos ofrece una foto de la situación de igualdad entre mujeres y hombres dentro de la empresa y el Plan de Igualdad será la herramienta que utilicemos para cambiar aquello de esa foto que no nos guste tanto.

Para ello, en este apartado se ordenarán todas las ideas recogidas mediante el análisis.

La manera de hacerlo será muy sencilla. Utilizaremos una tabla que señale por un lado "Puntos Fuertes" y por otro "Áreas de Mejora" y volveremos a leer el análisis del Diagnóstico.

Conforme se haga la segunda lectura, se irán añadiendo puntos a cada una de las columnas, destacando aquellas cuestiones que se cuidan desde la perspectiva de igualdad de mujeres y hombres, para así poder reforzarlas y aquellas cuestiones que se pueden mejorar, para así poder corregirlas.

Más adelante, será esta tabla la que nos ofrecerá las claves para poder desarrollar nuestro Plan de Igualdad.

Se puede utilizar el siguiente modelo de tabla:

PUNTOS FUERTES	ÁREAS DE MEJORA
<ul style="list-style-type: none">- Punto fuerte 1- Punto fuerte 2- Punto fuerte 3- Punto fuerte 4- Punto fuerte 5	<ul style="list-style-type: none">- Área de mejora 1- Área de mejora 2- Área de mejora 3- Área de mejora 4- Área de mejora 5



BASQUE
DISTRICT OF
CULTURE AND
CREATIVITY