

RESUMEN CICLO DE ENCUENTROS 2020/2021



MÁS IGUALDAD,
MÁS COMPETITIVIDAD:
Construyendo equidad

ABRIL 2021



MÁS IGUALDAD,
MÁS COMPETITIVIDAD:
Construyendo equidad



Patrocina:

araba álava

Colabora:








Introducción

El modelo de empresa igualitaria que SEA Empresas Alavesas quiere trasladar busca sensibilizar, promocionar y difundir entre las personas responsables de las empresas más pequeñas unas prácticas sencillas en el ámbito de la igualdad en el entorno laboral, que ayuden a tener una mayor satisfacción laboral por parte de las personas que componen las empresas y consiguientemente también una mejora de la competitividad de éstas. Este proyecto comparte con otros de la entidad, el objetivo de situar a las personas en el centro.

Una empresa igualitaria:

- Cumple con la legislación vigente
- Obtiene beneficios
- Se basa en la gestión de competencias
- Es una empresa ética
- Mejora su imagen
- Una empresa igualitaria optimiza sus recursos humanos para incrementar su eficiencia y competitividad

El modelo de SEA Empresa Igualitaria se estructura en cinco elementos:

-  **La Gestión No Discriminatoria de Personas**, como elemento clave de una cultura de igualdad, desmontando estereotipos de género, incompatibles con una valoración objetiva del talento.
-  **La Transparencia Retributiva**, el derecho a percibir una retribución justa, transparente y predecible, que fomenta en las organizaciones un análisis para identificar diferencias y, en función de su naturaleza, adoptar medidas si fuera necesario.
-  **El Ejercicio Corresponsable de los Derechos de la Vida Laboral, Familiar y Personal**, como visión de empresa, para atraer y retener talento profesional.
-  **La Comunicación como herramienta de igualdad y participación de la plantilla**, eje transversal de la organización del trabajo, y necesaria para la transmisión del compromiso con la igualdad de la empresa.
-  **Los Servicios con Perspectiva de Género**, en la relación con la clientela y otros **Grupos de Interés**, en la escucha a sus necesidades y expectativas, para prestar un servicio excelente.
Actitud de apertura de la empresa a su entorno, a la participación en **redes y alianzas**, consiguiendo un mejor posicionamiento ante la sociedad.

Los beneficios asociados a una cultura de igualdad apuntan, entre otros, a los siguientes aspectos:

- Genera una ventaja competitiva por la potenciación y atracción del talento, de mujeres y hombres.
 - Los equipos multidisciplinares son los que se convierten en equipos de alto rendimiento para afrontar los desafíos de la empresa.
 - Mejora del bienestar de la plantilla, genera mayor compromiso y productividad y menor absentismo.
 - La igualdad es un criterio de reputación de la empresa para la captación de nuevos mercados y talento.
 - Impacto en la cuenta de resultados, ligado a una mayor proporción de mujeres en posiciones de liderazgo.
 - Aportar coherencia, sensibilidad y compromiso con la sociedad en la que opera la empresa.
- Acceder a mercados de financiación pública y mercados orientados al cumplimiento de normativas.
- Generar beneficio mutuo en las relaciones con diferentes grupos de interés.

El Plan de Igualdad es una herramienta de gestión, un documento que recoge un conjunto de acciones que guardan entre sí una coherencia interna, que responden a la realidad concreta de una organización respecto de la igualdad entre mujeres y hombres, y cuyos objetivos son corregir los desequilibrios detectados a través del estudio de su situación (diagnóstico), y lograr la participación equilibrada de mujeres y hombres en toda la estructura y las prácticas de gestión de la organización, asegurando contextos de igualdad en las condiciones laborales, situaciones éstas que definen la empresa igualitaria.

 **Empresa Igualitaria: Más igualdad, más competitividad****¿DE QUÉ HABLAMOS?**

La igualdad entre hombres y mujeres es una cuestión de justicia social, que atañe a toda la sociedad, por lo tanto, también a las empresas y otros agentes sociales. En un contexto empresarial, la promoción de una cultura de igualdad aumenta la competitividad organizacional y la productividad personal. Hay diferentes estudios que relacionan una mayor competitividad, una mayor eficiencia y eficacia organizacional, a la presencia o no de mujeres, especialmente en puestos de liderazgo, en diversos sectores y con empresas de diferente tamaño.

Para la promoción de esta cultura, una herramienta básica es el Plan de Igualdad. Deviene de un diagnóstico de situación previo y establece los objetivos y las acciones a desarrollar para fortalecer las áreas de mejora y afianzar los puntos fuertes de la empresa, siempre de acuerdo con su realidad y recursos.

ASPECTOS CLAVE

- El compromiso de la Dirección sobre la promoción de la cultura de igualdad, con el foco en la persona, en el talento y en la competitividad empresarial.
- Fomentar la atracción de mujeres a la industria y tecnología.

- La realización del plan de igualdad como herramienta de gestión, vinculado al Plan Estratégico.
- El fomento de tres variables transversales en el proceso, como la implantación de cualquier plan estratégico:
 - La sensibilización y formación de las personas.
 - La comunicación y participación de las personas.
 - La evaluación continua del proceso.

PASOS A DAR

- Formalizar el compromiso de la Dirección con el principio de garantía de igualdad entre mujeres y hombres.
- Definir una comisión para elaborar el diagnóstico y plan de igualdad, formado por representantes de la empresa y representantes de las personas trabajadoras.
- Realizar un diagnóstico sobre las condiciones laborales de la plantilla, destacando los puntos fuertes y las áreas de mejora, con apoyo externo, si es necesario.
- Realizar un plan operativo para abordar las áreas de mejora en el siguiente periodo plurianual, con apoyo externo, si es necesario.
- Realizar un plan de seguimiento y evaluación, comenzando con su implantación, con la comisión como elemento tractor del proyecto, tanto interno como externo. Registrar el plan.
- Participar en redes y eventos por el fomento de la igualdad, para compartir buenas prácticas y soluciones a retos comunes.

EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE IGUALDAD Y COMPETITIVIDAD

María Jesús Carazo, Directora RRHH, y **Laura García**, Directora Adjunta RRHH, de **RAMONDÍN**, exponen que la empresa siempre ha tenido como propósito cuidar a las personas. Destacan, como hito importante, la inclusión, en un plan estratégico en 2015, de un eje que se centraba en la búsqueda de talento de las personas (Plan del Talento de Ramondín). Según su experiencia, para conseguir una empresa igualitaria las claves son la gestión del talento, el desarrollo profesional de las personas, tener un plan de carrera y llevar a cabo procesos de selección muy profesionales para contar con las mejores personas en cada momento. Destacan la validez de equipos mixtos para una mayor calidad en la producción. Creen que aporta cohesión, mejor ambiente de trabajo y mayor competitividad, lo que favorece que la empresa pueda crecer.

Aitor Ardanza, Responsable de Coordinación del Área de Cultura y Compromiso de **Velatia**, expone que el inicio de los planes de igualdad vinculados con algunas unidades, lleva una trayectoria de más de una década trabajándose en la empresa. Más recientemente, y en el marco de la Responsabilidad Social Corporativa, con el compromiso con los ODS, entre ellos, el 5 (Igualdad de Género), se ha fomentado el despliegue de planes de igualdad en todas las compañías en España. Los beneficios de la cultura de

igualdad se pueden observar en dos ámbitos internos. Por una parte, la atracción y retención del talento, y por otro, el fomento de la diversidad, innovando y creando equipos multidisciplinares para una mayor competitividad empresarial. Desde una perspectiva más amplia, empresa y sociedad forman un ecosistema con vasos comunicantes directos, por lo que el cambio tiene que ir de la mano, recalcando la importancia de realizar acciones que sean visibles externamente a la empresa.

Estíbaliz Teso, del Área de Excelencia, Comité de Igualdad y Sostenibilidad de **Arteche**, comparte que en los valores de la organización siempre ha estado presente un compromiso hacia el bienestar de las personas, la sociedad y la corresponsabilidad de la familia. Ya hace más de una década de la realización de planes de igualdad en varias unidades del grupo, decisión enclavada en el plan estratégico en su momento. Destaca que los momentos iniciales a la hora de abordar la tarea del diagnóstico, quizá fueron un poco difíciles, pero que se avanzó con un equipo de trabajo paritario, con representación de empresa y plantilla, contando con asesoría externa. Esta experiencia de trabajo en equipo ha sido muy satisfactoria e importante para el despliegue de la igualdad en el grupo y conseguir sinergias internas y externas con grupos de interés, consiguiendo consolidar e integrar la igualdad en la propia estrategia de negocio. En esos momentos,

abordan su III Plan de igualdad en su sociedad pionera y I Plan en otras sociedades, siempre integrando acciones transversales para todo el grupo, desde un enfoque sinérgico y con un enfoque de sostenibilidad, para fortalecer la competitividad de la empresa y dejar a futuras generaciones un buen lugar.

Ana Sandoval, Directora de Calidad y Gestión de **Deusto Sistemas**, menciona que la plantilla de la empresa es joven, que la empresa inició el proceso hace más de una década organizando los procesos de gestión, y, animada por tener entre su clientela a la Administración Pública, (con una importante tracción en el ámbito de la igualdad), inició el camino de los planes de igualdad, con apoyo de asesoría externa. Hoy en día tienen el certificado de *"Entidad Colaboradora para la Igualdad de Mujeres y Hombres"*, que otorga Emakunde. Resalta la importancia de los indicadores y la recogida de datos desagregados por sexo, para poder realizar una buena gestión de la igualdad. Fruto de su evolución en esta materia, actualmente están con el foco puesto en la cultura igualitaria de la organización. Todo lo trabajado contribuye a su competitividad empresarial.

 **Gestión no discriminatoria de personas****¿DE QUÉ HABLAMOS?**

En una empresa es fundamental cómo se gestionan las personas en todos los procesos que afectan a su vida laboral y desarrollo profesional. En una cultura de igualdad se asegura (mediante procesos estandarizados y personal formado) que se erradica cualquier discriminación ya sea por razón de sexo y/o género. Se contemplan tanto las discriminaciones directas como aquellas indirectas, que devienen de un procedimiento / práctica, aparentemente neutra pero que causa efectos diferentes en función del sexo, empeorando las condiciones de uno de los grupos, en este caso, de las mujeres.

Es muy importante analizar las causas de desigualdad en una empresa, ya sean las que se producen por el impacto de la cultura de las personas que la forman (alusión a los roles y estereotipos de género), ya sean las que se producen por el modelo organizacional y sus diferentes procedimientos. La empresa que promueve una cultura de igualdad está atenta a ambas causas, y elabora medidas de actuación en ambos casos.

ASPECTOS CLAVE

Los procesos que afectan a la vida laboral de las personas son los que regulan los siguientes aspectos:

- La Selección y Contratación.
- La Formación y Desarrollo de competencias.
- La Promoción y Reconocimiento.
- La Retribución por el trabajo realizado.
- El Ejercicio Corresponsable de los derechos de la vida laboral, familiar y personal.
- La generación de un Entorno Laboral libre de Violencia y Prevención y Actuación ante el acoso sexual y por razón de sexo.
- La Desvinculación de la Organización.

Parece necesario acompañar estos procesos de una sensibilización capaz de desmontar los estereotipos y roles de género, dado que suponen una visión incompatible con una valoración objetiva del talento.

PASOS A DAR

- Actualizar y/o realizar procedimientos estandarizados, por escrito, sin discriminación en los procesos de gestión de personas (selección, formación, promoción)
- Revisar las herramientas que forman parte de cada uno de esos procesos, para asegurarse que no contienen discriminación por razón de sexo. Revisión de posibles sesgos de igualdad.
- Revisión de los puestos de igual valor y su retribución.
- Revisión de la infrarrepresentación femenina, en las áreas de la empresa, incluidas las áreas de decisión.
- Acompañar estos procesos con la necesaria

sensibilización y formación en la cultura de igualdad a las personas responsables.

- Utilizar un lenguaje e imagen inclusiva en las comunicaciones relacionadas con la gestión de personas.
- Obtener datos desagregados por sexo, en cada una de las fases de los procesos de gestión de personas, para obtener una foto de la situación y permitir medidas si fuera necesario.

EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN NO DISCRIMINATORIA DE PERSONAS

Miren Fernández Múgica, Directora de Desarrollo de Personas de **MUTUALIA**, recalca la necesidad de romper con los estereotipos de género (aunque la plantilla cuenta con un 60% de mujeres), para conseguir aumentar el número de mujeres en puestos de responsabilidad y romper el techo de cristal. Nombra su proyecto Boga, con el que están buscando implantar un sistema de liderazgo y crecimiento en competencias que logre que más mujeres accedan a puestos de responsabilidad. Su trabajo en diferentes ámbitos en los últimos 12 años a través de sus planes de igualdad, ha llevado a reflejar paridad en los puestos de decisión. Destaca la importancia de fijarse objetivos concretos, para dirigir los esfuerzos en este ámbito. La empresa cuenta con dos distintivos en esta área (DIE- Distintivo de Igualdad en la Empresa y EFR- Empresa Familiarmente Responsable), lo que les ha llevado a un sistema periódico de reporting sobre las variables de selección, formación, promoción, y retribución entre otros, que ayuda a crear cultura de igualdad. Realizar una gestión de personas sin discriminación, les ha posibilitado encontrar talento y desarrollarlo en la organización, donde se tienen en cuenta las necesidades de las personas y de la empresa, en un ejercicio de confianza.

Jose Ángel Bidea, Director de Recursos Humanos de **TECUNI**, traslada la necesidad de captación de talento y de centrarse en la persona, en la creación de una cultura de igualdad que califica como carrera de fondo. Alude a la confianza y la credibilidad para una buena gestión de personas sin discriminación. Destaca el papel importante de la formación en igualdad, en todas las personas encargadas de los procesos de selección, como vía de acceso a la empresa, a la vez que menciona el importante papel de los centros de formación profesional y de la sociedad para hacer de la industria un sector atractivo a las mujeres. Hoy en día las empresas no sólo se centran en producir, son empresas comprometidas con la sociedad y con los grupos de interés, además de que la clientela también busca esa cultura igualitaria, y eso da un valor añadido a la organización.

Víctor Gallaga de los Mozos, Director de Recursos Humanos de **Mubea-Inauxa**, recuerda el momento consciente en que decidieron cambiar la perspectiva de la organización y buscar el talento en las mejores personas, mujeres y hombres, hace ya décadas. En su opinión, es importante el compromiso de la Dirección. Comparte la mayor dificultad para encontrar mujeres con formación técnica, y destaca el papel que juegan los estereotipos y roles tradicionales de género en esta dificultad social. La empresa ha probado técnicas como el currículum ciego para favorecer el

acceso de mujeres. Destaca el papel de la formación para cambiar el paradigma tradicional y acercarnos a la cultura de igualdad. Y aunque todavía hay ciertas dificultades de conciliación asumidas en la turnicidad, actualmente hay mucha automatización en la industria que aligera el esfuerzo tradicionalmente asignado al sector. Resalta el papel del lenguaje como elemento de concienciación.

Ejercicio corresponsable de los derechos de la vida laboral, familiar y personal

¿DE QUÉ HABLAMOS?

La corresponsabilidad refleja el tránsito libre y equilibrado de mujeres y hombres entre la vida privada y pública, entre el área de cuidados y el área laboral. El concepto alude a una responsabilidad compartida. Hemos observado, en las últimas décadas, que las mujeres se han incorporado al área laboral en mayor medida en la que los hombres se han incorporado en el área privada o de cuidado. Se ha generado una asimetría que permite que las mujeres han agregado a su tiempo en los cuidados, el tiempo en el rol laboral, visibilizando una situación de “doble” jornada en muchos casos.

Se han generado medidas de conciliación en las empresas, para favorecer la corresponsabilidad en el área privada. Pero la casuística nos muestra, de nuevo, el uso mayoritariamente femenino de estas medidas de conciliación. Y esta situación genera un impacto indeseado en el grupo de las mujeres, principales usuarias de estas medidas, que puede afectar a sus condiciones laborales (acceso a formación, a retribución, a promoción, a información, impacto en la pensión, entre otras), empeorando su vida laboral y post laboral.

Quizá podríamos acuñar el concepto de corresponsabilidad empresarial, en el sentido de entender la conciliación como un ejercicio de consenso y de aunar intereses distintos, los de la empresa y los de las personas:

- Las necesidades de las personas trabajadoras, para que puedan atender sus asuntos personales.
- Las necesidades de la Dirección, para conseguir los objetivos de una empresa competitiva.
- Las necesidades de la clientela y la prestación de un servicio excelente.

La empresa atenta al talento y enfocada a la competitividad comparte una visión corresponsable de la conciliación para atraer y retener a las y los mejores profesionales, visibilizando una cultura que fomenta el ejercicio corresponsable de los derechos de la vida laboral, familiar y personal de su plantilla.

ASPECTOS CLAVE

- Es importante la escucha de las necesidades de conciliación de la plantilla.
- Es conveniente identificar medidas de conciliación y corresponsabilidad viables, estudiando medidas de adaptación que quizá disminuyan la tasa de reducciones y excedencias. Éstas se presentan en cuatro ámbitos principales:
 - Organización de la jornada de trabajo: jornadas, horarios, turnos, vacaciones.
 - Flexibilidad espacial. La pandemia ha hecho ver que se puede trabajar en otros espacios y no se ve afectada la competitividad.
 - Introducir mejoras o beneficios sociales: ayudas, seguros, condiciones ventajosas para la compra de determinados servicios.
 - Mejora de los permisos legales: en la reducción, las excedencias
- Es fundamental entender la conciliación como una inversión que será devuelta en forma de compromiso, implicación, productividad.
- La conciliación juega un papel importante en el salario emocional, aspecto cada vez más importante en las organizaciones.
- El papel del liderazgo es fundamental, por lo que es importante la sensibilización y formación para eliminar sesgos en este ámbito. Es deseable extender la formación a la plantilla.

PASOS A DAR

- Mantener una actitud receptiva a las necesidades de conciliación de la plantilla.
- Informar de los permisos que la ley dispone.
- Realizar una reflexión sobre aquellas medidas de adaptación y flexibilidad que se podrían proponer para cubrir las necesidades de conciliación.
- Realizar sensibilización en el ámbito de la conciliación.
- Realizar un registro con las medidas en uso en la organización, desagregadas por sexo.
- Obtener medición de la satisfacción de la plantilla con la conciliación en la empresa.

EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE CORRESPONSABILIDAD Y CONCILIACIÓN

Eva Navajas, Responsable de Selección y Formación, Área de Recursos Humanos y Conciliación de **LANALDEN**, enclava el ejercicio de los derechos de conciliación como un proceso de escucha y constante diálogo entre las personas de plantilla y la empresa, como una herramienta para que las personas puedan cubrir sus necesidades. Y no se pierde de vista la visión de equipo, para contemplar medidas no sólo por razones familiares, sino también personales, y equilibrar las necesidades de todas las personas, en una mirada global anual. Para llegar a este entendimiento, es necesaria sensibilización, formación y comunicación, para pasar del “tengo derecho” al “cómo podemos hacerlo”. Para la empresa ha sido un

gran descubrimiento el teletrabajo, dado que gracias a la “comodidad” que supone a la hora de poder flexibilizar y adaptar horarios a necesidades de conciliación, ha disminuido el porcentaje de reducciones de jornada, lo cual ha sido muy satisfactorio tanto para las personas como para la empresa. Al igual que ha aumentado el compromiso de las personas con la empresa.

Nerea Burgoa, Directora de Recursos Humanos y Comunicación en **ULMA Advanced Forged Solutions**, explica que, al pertenecer a una cooperativa, la igualdad está intrínseca en el sistema de gestión, por sus principios y valores de participación, solidaridad e igualdad. Aun así, su apuesta actual es la sensibilización y formación como base para el desarrollo de otras acciones. Han trabajado el concepto de conciliación, evolucionando desde el querer combinar las labores de cuidado con las del empleo (casi siempre utilizadas por mujeres), hacia hablar de corresponsabilidad, y derechos de mujeres y de hombres, aspecto en el que quieren incidir: poner a la persona en el centro y estudiar medidas de conciliación más creativas y eficaces, resaltando el papel del liderazgo. En su opinión, la igualdad y la comunicación van unidas. El teletrabajo ha sido un gran descubrimiento, pero no es aplicable a todo el sector industrial. Disponer de medidas de conciliación mejora el compromiso y motivación de las personas con la empresa, atrae y retiene el talento,

reduce el absentismo, y mejora en reputación de marca, lo que se traduce en mejora de competitividad.

MÁS IGUALDAD,
MÁS COMPETITIVIDAD:
Construyendo equidad

La comunicación como herramienta de igualdad y participación de la plantilla. La prestación de servicios con perspectiva de género, la relación con los grupos de interés y la participación en redes y alianzas

¿DE QUÉ HABLAMOS?

La comunicación, en el ámbito de la igualdad, es una palanca de cambio. El desarrollo de igualdad en una empresa es un proceso de cambio cultural, y el desarrollo de planes de igualdad, dentro de esa generación de cultura de igualdad, es un proceso negociado donde la comunicación es un elemento clave. La comunicación entendida como un proceso relacional e intencional, con el objetivo de construir unos mensajes, mensajes favorecedores de igualdad. Entender la comunicación para construir mensajes que rompan los roles tradicionales de género, dando visibilidad a los éxitos de las mujeres, proporcionando una imagen equilibrada entre sexos. El lenguaje, ya sea escrito, visual o verbal, nunca es inocente. Con el lenguaje podemos inhibir o favorecer una realidad. Si la persona está en el centro, trabajar la comunicación con las personas es una herramienta clave para los procesos de incorporar la igualdad en las organizaciones. El lenguaje es un elemento socializador y transformador, con el que se puede realizar un uso pedagógico. En este sentido, es una herramienta para el cambio. Además, existe una

legislación que nos recuerda la necesidad de hacer un buen uso del lenguaje y la publicidad.

La empresa tiene muchas caras, es un poliedro, tantas como personas forman parte de ella. En la construcción de los mensajes comunes es fundamental recoger todas las visiones e integrarlas. Eso se consigue a través de una participación intencional, buscada, responsable y respetada. Una participación estructurada de esta manera genera en las personas un sentimiento de pertenencia a un proyecto compartido, aporta visiones, contrasta, discrepa, consensua, promueve, ejemplifica. Sin la participación es casi imposible la creación de una cultura de igualdad.

Introducir la perspectiva de género en los servicios y/o productos de una empresa, supone prestar atención, tener el canal de escucha abierto, ver cuáles son las necesidades y expectativas de la clientela, mujeres y hombres, para incorporarlo dentro del proceso y poder prestar un servicio excelente, una solución excelente a las demandas de la clientela. Esta perspectiva de género se aplica en todas las fases del proceso productivo o de prestación de servicios. Supone enfocar la mirada en uno de nuestros principales grupos de interés: la clientela. Explorar la perspectiva de género en los servicios, supone una apertura de la empresa a oportunidades de ventaja sobre empresas competidoras, a una mejor definición de los servicios prestados, y una mejor colaboración con empresas proveedoras, todos ellos elementos que facilitan un trabajo en red.

ASPECTOS CLAVE

- La comunicación es una palanca de cambio para construir cultura de igualdad. La herramienta que utiliza el lenguaje tiene un importante valor transformador y socializador.
- La participación de la plantilla es fundamental para construir un mensaje de igualdad, un proyecto o visión compartida.
- La perspectiva de género en los servicios/productos es una oportunidad para realizar un servicio excelente y contribuye a la mejora de la competitividad.
- El trabajo en red es un área de experiencia compartida, buenas prácticas y búsqueda de soluciones a retos comunes.

PASOS A DAR

- Realizar formación en el uso inclusivo del lenguaje escrito e imagen.
- Realizar una guía con las recomendaciones y glosario de términos más frecuentes en la organización para facilitarla a la plantilla, sobre todo a las personas con una función comunicativa.
- Realizar un análisis de la principal documentación de la entidad.
- Mantener una actitud vigilante, mediante un muestreo de revisión periódico de la documentación principal.
- Actualizar las vías de comunicación con la plantilla y establecer un mecanismo de participación.

- Llevar un registro de la participación en el proyecto, desagregado por sexo.
- Realizar formación en la aplicación de la perspectiva de género a los servicios.
- Realizar una revisión de los principales servicios desde la perspectiva de género.
- Recoger medidas de satisfacción de la clientela, desagregada por sexo.
- Identificar algún espacio de red para compartir el proyecto de promoción de una cultura de la igualdad.

EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN, DE APLICACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO A LOS SERVICIOS EN SU RELACIÓN CON CLIENTELA, Y DE TRABAJO EN RED

Blanca Brieva, Directora de Sistemas de Gestión, Customer Service de **RAMONDÍN**, destaca que la comunicación les ha ayudado a crear marca, cultura, y con ello, a atraer talento. El plan de igualdad ha hecho que se considere a la organización como una empresa socialmente responsable, que crea oportunidades, cuida de sus personas trabajadoras y potencia la conciliación, y la igualdad entre mujeres y hombres. Han realizado formación en comunicación con la plantilla, en los diversos aspectos del plan. El plan de igualdad les ha proporcionado un foro de encuentro distinto y un punto de vista de todas las relaciones profesionales. Disponen de equipos de trabajo para distintas áreas. Externamente, han identificado una evolución hacia

una mayor cualificación en las empresas proveedoras y clientela, lo que les ha obligado a profesionalizar el equipo de atención de sus grupos de interés. Cooperan en redes y alianzas para atraer talento femenino y reforzar la cultura de igualdad de la empresa.

Jose Antonio Gómez Vadillo, Gerente de **VADILLO ASESORES GRUPO**, destaca un slogan de su organización “la palabra no es inocente” para remarcar la importancia de la comunicación como palanca de cambio de igualdad, “cada vez que hablamos, transformamos el mundo”. Considera que, en términos de comunicación y participación, la organización debe hacer cosas concretas. Y destaca el papel de la formación para la mejora de la comunicación y la participación de plantilla (aspecto esencial debido a lo multidisciplinar de la actividad). Relacionado con la evolución de las exigencias en el mercado en el ámbito de igualdad, afirma que se están dando grandes avances en el ámbito de la Administración Pública, a mayor ritmo que en la empresa privada.

Ana Sandoval, Directora de Calidad y Gestión, de **DEUSTO SISTEMAS**, comenta que comenzaron con los planes de igualdad hace más de una década, y menciona una evolución experimentada en el ámbito del lenguaje y la comunicación, gracias a la formación realizada, pasando de una cierta inconsciencia, a afinar

la mirada y crecer en conciencia. Quizá al principio pudiera parecer algo forzado, pero es necesario visibilizar a las mujeres. Les fue de gran ayuda contar con una guía propia que elaboraron al respecto. Para la comunicación del plan de igualdad, cuidaron la participación de la plantilla, a través de diversos grupos sobre los distintos aspectos del plan (sobre todo para clarificar que el plan era mucho más que conciliación). Es fundamental identificar personas tractoras de la comunicación de la igualdad en la organización. En cuanto a la clientela, y dado que una parte importante es la Administración Pública, la empresa está familiarizada con la gestión de las cláusulas sociales de género. Destacan igualmente el poder disponer de indicadores de servicio desagregados por sexo, como aplicación de la perspectiva de género que realizan en los mismos.



Patrocina:

araba  álava

Colabora:

 **Bultz-lan**
consulting