

Medidas para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres

Plan de Igualdad de BMN

Cómo elegir las acciones o medidas a implantar

Las diferentes guías y documentos de apoyo existentes coinciden al establecer el contenido de los planes de igualdad.

Más allá de facilitar ejemplos de medidas o acciones a incorporar en los mismos, se enumera la secuencia lógica para determinar correctamente la medida o acción concreta en función de los objetivos que se persiguen.

Tomando como ejemplo el Manual de Procedimiento para la Integración de la Igualdad de Género en las Empresas elaborado por el Instituto Navarro para la Igualdad, durante la fase de diseño de Plan de Igualdad hay que dar respuesta a una serie de preguntas: *¿Qué se quiere conseguir?, ¿Qué se va a hacer para conseguirlo?, ¿Cómo se va a hacer?, ¿Quiénes van a intervenir?, ¿Cuánto va a costar?, ¿en cuánto tiempo se hará? y ¿qué mecanismos van a utilizarse para saber lo que realmente se ha hecho y medir los resultados obtenidos?*; añadiendo que *“Las respuestas a estas preguntas dan contenido al Plan de Igualdad de Género en la empresa.”*

La firma de un plan de igualdad no es el fin, sino el comienzo de una labor más importante con su puesta en práctica. La falta de respuesta a cada una de esas preguntas en el Plan de Igualdad de BMN dificulta la planificación estratégica que debe marcar el trabajo a realizar.



Fuente: Manual de Procedimiento para la Integración de la Igualdad de Género en las Empresas. Instituto Navarro para la Igualdad

Acciones de Comunicación

Objetivo marcado en el Plan de Igualdad de BMN: “Garantizar el conocimiento de las medidas de este plan y su contenido, así como para divulgar la necesidad de la igualdad de oportunidades en la empresa y para facilitar la inclusión y visualización de todos los colectivos.”

Relación de medidas o acciones

1.- Revisión del lenguaje en todos los documentos, impresos y cartelería, tanto internos como externos utilizados en BMN. La empresa usará un lenguaje no excluyente en sus comunicados.

Medida similar a la existente en los planes de CajaGRANADA y Caixa Penedès y que BMN dejó de aplicar voluntariamente en todas las circulares, comunicaciones, cartelería, etc.

Principales carencias de esta medida.

- ✘ No se establece la persona encargada de su realización, el tiempo para llevarla a cabo y tampoco qué ocurrirá cuando finalice la revisión(al no indicarse en el Plan de Igualdad que deba realizarse la corrección de los mismos).
- ✘ No incorpora la revisión y corrección de las imágenes publicitarias para ofrecer una imagen igualitaria de ambos sexos.
- ✘ No incorpora la revisión y corrección de los formularios de la empresa o de sus portales internos (Inostrum, Portal del Empleado, CampusBMN,...)
- ✘ Resulta confusa la redacción y da lugar a interpretaciones el ámbito, interno, externo o ambos, en los que la empresa no usará un lenguaje excluyente.
- ✘ No se acompaña de la elaboración de un manual de comunicación no excluyente para las comunicaciones internas y externas de la empresa que pueda ser consultado por toda la plantilla.

2.- Incluir cuestionario sobre Igualdad en las posibles encuestas de Clima Laboral que pudiesen emitirse.

Medida similar a la existente en el plan de CajaGRANADA.

Hasta el momento, la Dirección de BMN ha mostrado su falta de voluntad para realizar una encuesta de clima laboral. El motivo principal es su negativa a abordar correctamente los riesgos psicosociales, aspecto imprescindible en cualquier encuesta este tipo.

Igualmente, la Dirección de BMN se negó expresamente a participar en la encuesta de opinión sobre la igualdad de oportunidades realizada durante los meses de julio y agosto de 2015.

Principales carencias de esta medida.

- ✘ En la actualidad no existe encuesta de Clima Laboral en BMN para encuadrar en ella un cuestionario sobre igualdad. Resultando por tanto difícil su cumplimiento.

- ✗ No se establece el contenido del citado cuestionario y tampoco se determina si el mismo debe ser consensuado en la Comisión de Igualdad.
- ✗ No se identifica a la persona o personas que analizarían los datos, si llegara a remitirse el cuestionario, ni tampoco si es competencia de la Comisión de Igualdad extraer las conclusiones de ese análisis.

3.- Creación de un Buzón de la Comisión de Igualdad.

Medida no contemplada en ninguno de los planes de igualdad existentes en el ámbito de BMN.

Existía un buzón del Gabinete de Igualdad en el plan de CajaGRANADA, pero no son órganos o entes con las mismas funciones, competencias o composición.

Principales carencias de esta medida.

- ✗ No se determina persona encargada de su creación, ni tiempo previsto para ello.
- ✗ Resulta confusa la redacción y, aunque pueda parecer obvio, no se indica que deba tratarse de una dirección de correo electrónico.
- ✗ No se especifica la funcionalidad que tendrá el mismo.
- ✗ No está regulado el acceso por parte de las personas integrantes de la Comisión de Igualdad (tanto de la parte social como de la empresa).

4.- Difusión del Plan de Igualdad de BMN a toda la plantilla, en la intranet, con implicación de toda la empresa y a todos los niveles.

La difusión del Plan de Igualdad a todas las personas que componen la misma es un aspecto básico en cualquier plan de igualdad.

Principales carencias de esta medida.

- ✗ No se determina el método para su difusión, así como tampoco la persona encargada de ello, ni el tiempo previsto para hacerlo.
- ✗ Resulta confusa la redacción y no queda claro a qué ámbito de actuación se circunscribe la implicación de toda la empresa a todos los niveles.

CONCLUSIÓN GLOBAL

El Plan de Igualdad de BMN no incorpora medidas tendentes a cubrir los siguientes objetivos marcados:

- Divulgar la necesidad de la igualdad de oportunidades en la empresa.
- Facilitar la inclusión y visualización de todos los colectivos.

Respecto al objetivo “garantizar el conocimiento de las medidas de este plan y su contenido”, las acciones analizadas resultan imprecisas para este cometido.

Todas las medidas adolecen de una falta absoluta de concreción.