

# PLANES DE IGUALDAD. LA IMPORTANCIA DE COMUNICAR INTERNAMENTE

JOSÉ MANUEL MARTÍN MARTÍN  
ABOGADO. SOCIO DE SAGARDOY ABOGADOS.

## Fases de elaboración del Plan de Igualdad. Referencia a la Comunicación interna.

### – Diagnóstico de situación. (Fase I)

- Con carácter previo a la elaboración del Plan de Igualdad se requiere realizar un Diagnóstico de Situación que nos permitirá conocer el verdadero estado actual de la empresa (fortalezas y debilidades) en todas sus áreas (Selección, Contratación, Formación, Retribución, Políticas de Empresas, etc..).
- En esa fase se analizan “Indicadores Cuantitativos” y los “Indicadores Cualitativos”, siendo estos últimos los que dan sentido a los primeros. Uno de esos indicadores cualitativos es la COMUNICACIÓN INTERNA (Véase por ejemplo en materia de Código de Conducta, protocolos de prevención del acoso, etc..).

## Preparación y Planificación del Plan de Igualdad. (Fase II).

- En esta fase, se establecen los concretos objetivos de igualdad a alcanzar, las estrategias y prácticas, para conseguir los objetivos.
- En este diseño estratégico la COMUNICACIÓN debe estar presente para potenciar concretas Areas y lograr el objetivo final de conocimiento del colectivo de empleados al que va destinado. (Acciones).

## Negociación e implantación en la empresa del Plan de Igualdad (Fase III).

- Al margen de la negociación en esta fase corresponde poner en práctica y materializar el trabajo realizado en las dos fases anteriores marcando entre las estrategias y objetivos la comunicación.
- El campo de actuación puede ser:
  - **General.**
    - Lenguaje.
    - Sensibilización sobre la discriminación.
  - **Específico.**
  - Proyecto sobre concreta área de actuación (Promoción, Selección, etc...).

## 2. Comunicación interna.

- A través de una acertada política de COMUNICACIÓN INTERNA, la empresa podrá:
  - **Realzar su compromiso.**
    - De promoción de la igualdad.
    - De lucha contra las prácticas que puedan existir en su organización y que entrañen discriminación.
    - De sus valores corporativos.
  - Hacer difusión de su imagen a través de su política de igualdad (enfoque integral).

Con todo lograr como OBJETIVO que:

- Se cree conciencia de los derechos individuales de los empleados y que la empresa los protege y potencia (principios y/o valores). Es especial el de igualdad de oportunidades.
- Se protege eficazmente la dignidad personal de los empleados, en el seno de la empresa y se potencia la igualdad.
- Se establezcan pautas de comportamiento saludables entre empleados (compañeros y superiores) erradicando comportamientos contrarios a la igualdad.
- Se desarrollen acciones positivas que logren crear una atmósfera de trabajo que potencie el respeto entre empleados y el de igualdad de oportunidades (hombres-mujeres, corresponsabilidad e incluso diversidad).

- **LOS MEDIOS**: La combinación de todos los medios al alcance de la empresa debe permitir que se logre ese objetivo. Entre otros se pueden citar:
  - **Código de Conducta**, que permita a la empresa y a los empleados:
    - Conciencia de su existencia.
    - Identificación de las conductas incorrectas.
    - Identificar situaciones hostiles en su entorno laboral.
    - Erradicar los efectos negativos sobre las condiciones de trabajo (retribución, promoción, etc...).
    - Tomar conciencia de que existe una política empresarial que potencia la igualdad de oportunidades.
  - **Procedimientos**, con establecimiento de canales de denuncia de actuaciones que se califiquen como incorrectas. Denuncia responsable, formularios, confidencialidad, investigación, etc.... .

- **Formación**, con participación de un grupo selecto del equipo de mando. El programa estaría dirigido a:
  - Identificar los fenómenos de vulneración de los derechos fundamentales.
  - Informar sobre las normas legales.
  - Informar sobre los riesgos y responsabilidades de la empresa y del empleado implicado.
  - Establecer pautas de actuación y procedimiento para solucionar los conflictos.
- **Prevención**, unido a lo anterior y como medida autónoma.

- **Comunicación**, dando adecuado tratamiento informativo al “producto” que resulte de esa labor para obtener la adecuada rentabilidad interna y externa de la política de respeto de los derechos fundamentales y de la igualdad.
- Las campañas internas de sensibilización sobre la discriminación deben ir dirigidas a todos los empleados y especialmente a quienes dirigen equipos.
- **Sistema de evaluación** continua o periódica con establecimiento de herramientas (formularios, evaluación de desempeño, procedimientos). Asesoramiento y asistencia (designación de una persona responsable).

No debemos olvidarnos de la representación social.

**Muchas gracias**