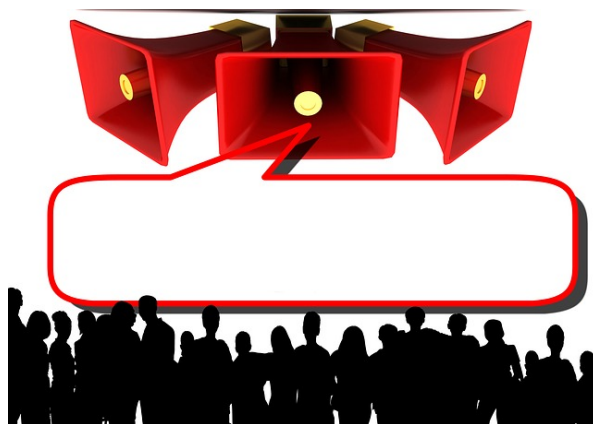


## Kit para la implantación de medidas Nº 4

# GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN DE ACTUACIONES EN MATERIA DE IGUALDAD



El **Servicio de Asesoramiento para Planes y Medidas de Igualdad en las Empresas** es un programa del **Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades** que tiene por finalidad facilitar a las empresas apoyo en la elaboración de planes de igualdad y otras medidas de promoción de la igualdad. Información completa en [www.igualdadenaempresa.es](http://www.igualdadenaempresa.es)

## INTRODUCCIÓN

El compromiso de la empresa con la Igualdad de Oportunidades implica que aquella debe incorporar la igualdad como valor empresarial en su día a día, tanto en su estructura organizativa, como en todos sus procesos de personal y de negocio. De igual manera deberá extender este valor entre la totalidad de la plantilla (personal directivo, mandos intermedios, personal de administración o técnico), así como hacia el exterior de la organización (empresas proveedoras y colaboradoras, clientela,...). En esta tarea es fundamental trazar un sistema de comunicación que permita:

- **demostrar el compromiso** de la organización con la Igualdad, porque el propio acto de comunicar supone una adhesión firme por parte de la empresa, como emisora, a este valor. Asimismo, todas las personas que integran la plantilla, como receptoras, saben que reciben el mismo mensaje, lo que incide en las relaciones laborales entre ellas.
- **reflejar los valores de transparencia y equidad**, que asume la empresa al adoptar medidas de igualdad o diseñar una Plan de Igualdad, ya que al informar de estas actuaciones se está haciendo una declaración implícita de que todas las personas de la plantilla tienen los mismos derechos y obligaciones, independientemente del cargo, el puesto desempeñado o cualquier otro factor.
- **cumplir con la exigencia legal de garantizar la información** sobre el contenido de los planes de igualdad impuesta por la Ley Orgánica de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres (art. 47).

Es importante señalar que una comunicación con información puntual, pertinente y continua favorece la correspondencia equilibrada y realista entre las medidas de igualdad adoptadas por la empresa y las expectativas de la plantilla evitando posibles situaciones conflictivas.

La comunicación evita que se creen percepciones erróneas y malos entendidos que puedan ocasionar malestares que acaben derivando en conflictos, latentes o manifiestos, en la empresa, con los consiguientes costos de todo tipo que pueden perjudicar la productividad y el logro de los objetivos corporativos.

## **Objetivos del Plan de Comunicación**

Tanto el compromiso de la empresa con la Igualdad de Oportunidades como el propio Plan de Igualdad deben comunicarse a toda la plantilla.

La comunicación e información de las medidas y actuaciones adoptadas constituye una parte fundamental e ineludible en la ejecución y desarrollo del citado Plan en términos de calidad, participación, transparencia y mejora continua.

La definición de un plan de comunicación adecuado a las necesidades de la empresa y de las medidas de igualdad adoptadas permitirá la consecución de los siguientes objetivos:

- Mantener puntualmente informadas a todas las personas que trabajan en la empresa sobre el estado del Plan de Igualdad
- Favorecer la participación de la plantilla en el desarrollo del Plan de Igualdad
- Facilitar el ejercicio de medidas y derechos recogidos en el Plan al garantizar su conocimiento
- Contribuir a la sensibilización de la plantilla, del equipo directivo y de responsables de Recursos Humanos
- Dar a conocer a la clientela, empresas y terceras personas con las que contratan bienes, servicios o prestaciones el compromiso de la empresa con la Igualdad de Oportunidades
- Ofrecer tanto hacia el interior como al exterior una imagen coherente con el compromiso asumido al adoptar medidas o un Plan de Igualdad

## Diseño del Plan de Comunicación

La comunicación de la política de igualdad debe realizarse de forma planificada mediante una estrategia que establezca objetivos, público destinatario, mensajes, canales, tiempos y recursos. Esta estrategia debe plasmarse en acciones concretas que, conjuntamente, den adecuada respuesta a todas las necesidades de comunicación.

### 1. Acciones de comunicación

Las acciones de comunicación forman parte del Plan de Igualdad, son medidas que deben estar incluidas en el diseño del mismo y, como tales, también son sujeto de planificación, ejecución, seguimiento y evaluación, como ocurre con el resto de medidas, adaptándose a las necesidades y contextos cambiantes que caracterizan el entorno actual.

Para facilitar el desarrollo y seguimiento de las acciones de comunicación es aconsejable establecer un sistema de documentación y control de las mismas. A continuación se proporciona un modelo de ficha a modo ejemplo.

<b>Título</b>	Plan de Comunicación
<b>Descripción</b>	Breve descripción
<b>Objetivos de comunicación</b>	Definir qué se quiere lograr (si los objetivos son de información, conocimiento, de recuerdo, etc.). Cuál o cuáles son las medidas a comunicar, o el paso del proceso de la política de igualdad.
<b>Público objetivo</b>	Destinatarios de la comunicación: dirección, mandos intermedios, personal administrativo, técnico, plantilla en general, empresas proveedoras, clientela
<b>Mensaje</b>	Definir qué idea se va a transmitir
<b>Canales de comunicación</b>	Seleccionar de entre los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Tablón de anuncios</li> <li><input type="checkbox"/> Buzón de sugerencias</li> <li><input type="checkbox"/> Reuniones</li> <li><input type="checkbox"/> Página web y/o intranet</li> <li><input type="checkbox"/> Revista interna y boletines electrónicos</li> <li><input type="checkbox"/> Publicidad de la empresa</li> <li><input type="checkbox"/> Otros</li> </ul>
<b>Periodicidad</b>	Puntual (indicar fecha)  Frecuencia (es importante combinar acciones permanentes con acciones puntuales, de forma que la comunicación sea una constante)
<b>Recursos necesarios</b>	Humanos  Financieros

## 2. Canales de comunicación

El destino natural de cualquier acto de comunicación es asegurar que la información que se quiere transmitir llega de manera adecuada y completa a las personas destinatarias de la misma. En este sentido, es fundamental primero clarificar e identificar todos los medios y canales de que dispone la empresa y en segundo lugar, seleccionar de entre los disponibles el más adecuado en función de qué se quiere transmitir y a quién se quiere hacer.

Dependiendo de a quienes se dirija la estrategia de comunicación, la dirección utilizará distintos medios o canales y recursos. Algunas propuestas a seguir, que dependerán de cada empresa y de los recursos y canales disponibles, se muestran en la siguiente tabla.

GRUPOS DESTINATARIOS	CANALES Y RECURSOS
<p>NIVEL INTERNO – TRABAJADORES Y TRABAJADORAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Medios escritos:</b> comunicado en la revista o boletín interno de la empresa, en la intranet, en tablones de anuncios informativos en el centro de trabajo, comunicado, circular, boletín o carta personalizada (papel y/o correo electrónico).</li> <li>○ <b>Sesiones informativas y/o reuniones</b> en las cuales se comuniquen la decisión adoptada, los motivos que la inspiran, los objetivos a alcanzar, las actuaciones para su cumplimiento, las repercusiones para cada persona, beneficios...</li> </ul>
<p>NIVEL EXTERNO- CLIENTELA, EMPRESAS PROVEEDORAS, COLABORADORAS Y SOCIEDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Nota de prensa incluida en medios de comunicación</b> (radio, revistas especializadas, periódicos, boletines) sobre la decisión adoptada por la empresa para diseñar e implantar un Plan de Igualdad.</li> <li>○ <b>Participación en foros públicos</b>, seminarios, redes empresariales.</li> <li>○ <b>Incorporación de una nota</b> en sus folletos publicitarios.</li> <li>○ <b>Banner y link</b> especial en su página web.</li> </ul>

### 3. Lenguaje de la comunicación

Como ya se ha dicho, el Plan de Comunicación forma parte de la política de igualdad de la empresa, por lo tanto, es fundamental prestar atención al lenguaje empleado para que en todas las comunicaciones, internas y externas, se emplee un lenguaje incluyente que evite estereotipos y sesgos sexistas o de género.

En este sentido se aconseja la consulta del Kit para la implantación de medidas Nº 3: Guía práctica de Comunicación incluyente (disponible en la [web](#) del Servicio de Asesoramiento para Planes y Medidas de Igualdad en las Empresas) De manera general se pueden seguir las siguientes pautas de actuación:

#### Claves para la utilización de una comunicación incluyente

- 1 Evitar el uso del masculino genérico.
- 2 Personalizar el mensaje cuando se sabe a quién va dirigido.
- 3 Nombrar el cargo o profesión en vez de la persona.
- 4 Limitar el uso de desdoblamiento y barras (a/o).
- 5 Nombrar de forma alternativa a mujeres y hombres y cambiar el orden de precedencia.
- 6 Hablar de la empresa, del sitio... en lugar de hablar de nosotros, todos...
- 7 Modificar la síntesis de la oración cuando el sujeto es un masculino genérico. Tú, usted... en lugar de vosotros.
- 8 Hacer referencia a “las mujeres” no a “la mujer”. Hay que tener en cuenta que no hay una sola mujer, ni un solo modelo de mujer.
- 9 Representar de forma equilibrada a mujeres y hombres en las imágenes.
- 10 Incluir imágenes que contribuyan a romper los estereotipos de género.
- 11 Nombrar a mujeres y hombres en cursos y presentaciones desde la preparación de los mismos.
- 12 Ser consciente del valor y la capacidad transformadora del lenguaje.

#### 4. Fases del Plan de Comunicación

De conformidad con la Ley Orgánica 3/2007 para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres *se garantiza el acceso de la representación legal de los trabajadores y trabajadoras o, en su defecto, de los propios trabajadores y trabajadoras, a la información sobre el contenido de los Planes de igualdad y la consecución de sus objetivos* (art. 47).

Si como contempla la Ley, trabajadoras y trabajadores deben tener información tanto del desarrollo como de la consecución de los objetivos del Plan, aquella debe producirse de forma continua a lo largo de todo el proceso y afectar a todas las fases de diseño del Plan de Igualdad. Para cada una de ellas, en función de aquello de lo que se quiera informar, habrá que determinar la persona responsable de hacer dicha comunicación y seleccionar el canal más idóneo de aquellos de que dispone cada entidad.

Se detallan a continuación las circunstancias y elementos más relevantes que se deben transmitir a la plantilla

##### I. El compromiso de la empresa

El proceso de elaboración de un Plan de Igualdad se inicia cuando la empresa adopta y hace público su compromiso con la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres y su decisión de integrarla en la organización mediante la aplicación de un Plan de Igualdad.

Todas las personas que integran la empresa estarán involucradas, de una u otra forma, en el diseño del Plan por lo que es imprescindible hacerles partícipes desde el comienzo informándoles sobre:

- el compromiso con la igualdad asumido por la empresa
- la decisión de la entidad de elaborar un Plan de Igualdad, ya sea de forma voluntaria o bien impuesta por ley, convenio colectivo o sanción
- qué es un Plan de Igualdad
- la constitución de un equipo de trabajo o comisión/comité de igualdad y las personas que la integran
- el plan de trabajo previsto

### SUGERENCIAS DE COMUNICACIÓN

El compromiso de la empresa a favor de la igualdad constituye el primer paso en el proceso de diseño y aplicación de medidas o Plan de Igualdad. Dada su relevancia es preciso comunicar su formalización garantizando que la información llega a toda la plantilla. De este modo, se recomienda:

- comunicarlo en una reunión convocada al efecto en la que participe toda la plantilla de forma conjunta o en grupos en función del tamaño de la organización
- enviar una comunicación escrita por correo electrónico o impresa para el caso en el que no se disponga de dirección de correo corporativo

Además, pero no como única acción, se puede publicar el compromiso en el tablón de anuncios u otro canal de comunicación disponible en la empresa, pantallas electrónicas, intranet, boletín interno...

Sería conveniente informar de este compromiso a empresas proveedoras, colaboradoras y clientela a través de comunicación escrita.

## II. El diagnóstico de Igualdad

El diseño del Plan de Igualdad requiere como fase previa ineludible la realización de un diagnóstico de situación que aporte información sobre la realidad de la empresa y muestre las fortalezas y debilidades en el ámbito de la igualdad. A lo largo de esta fase de diseño las comunicaciones irán encaminadas a:

- solicitar la participación de la plantilla para recabar información cuantitativa y cualitativa para la elaboración del diagnóstico
- informar de las conclusiones del diagnóstico recogidas en el informe correspondiente

### SUGERENCIAS DE COMUNICACIÓN

En la fase de diagnóstico, si se va a contar con la plantilla para recabar información a través de encuestas, grupos de discusión etc., es preciso comunicar este hecho a todo el personal aunque no todas las personas trabajadoras intervengan de forma activa en el proceso. Además conviene contextualizar el marco en el que se realizan estas encuestas o grupos. Esta información se puede transmitir por correo electrónico, tablones, intranet...

Una vez finalizado el proceso es importante comunicar los resultados, de forma concreta, de las encuestas y grupos de discusión y/o, globalmente, de todo el diagnóstico.



### III. La elaboración del Plan de Igualdad

Finalizado el diagnóstico de igualdad, los resultados y conclusiones del mismo determinarán las áreas sobre las que es necesario actuar a través de las medidas y acciones que se incorporarán al Plan. Al final de esta fase de diseño las comunicaciones irán encaminadas a:

- difundir el Plan de Igualdad
- informar de las medidas incorporadas y de la forma de ejercicio de derechos reconocidos en el Plan
- señalar, en su caso, los espacios o canales habilitados donde se podrá encontrar información sobre igualdad en la empresa (espacio de la web, paneles de información, publicaciones corporativas...)

#### SUGERENCIAS DE COMUNICACIÓN

Dado que el Plan de Igualdad establece condiciones laborales que afectan a la plantilla debe ser accesible al personal. En este sentido se debe informar suficientemente de la forma de acceder a él, proporcionando diferentes soportes, electrónico e impreso.

De forma complementaria se recomienda elaborar material de difusión del Plan que incluya, al menos, un pequeño resumen del mismo y la vía de contacto con las personas responsables del Plan. Este material podrá ser utilizado para su difusión interna y externa.

### IV. La implantación y seguimiento de medidas

Tras la aprobación del Plan de Igualdad se abre el periodo de implantación de las acciones previstas durante el cual se deberá informar sobre:

- el desarrollo del Plan de forma periódica
- el avance de las medidas que se hayan implantado
- las propuestas y comentarios recibidos durante la ejecución de las medidas
- los nuevos procedimientos o procesos que se hayan incorporado en el Plan

#### SUGERENCIAS DE COMUNICACIÓN

Siguiendo el cronograma de ejecución del Plan se recomienda informar de la puesta en marcha de cada una de las medidas que contempla o de aquellas más relevantes, comunicando así mismo su finalización, cuando proceda, y posibles resultados. En este caso se podrán utilizar todos los canales disponibles en la empresa seleccionando aquel que resulte más adecuado en cada momento.

## V. Evaluación del Plan de Igualdad

Al finalizar la vigencia del Plan, o cuando se haya determinado en éste, se realizará la evaluación del mismo a través de la cual se puede conocer si las medidas adoptadas y las acciones ejecutadas en las diferentes áreas de actuación han permitido obtener los objetivos marcados inicialmente por la empresa, así como detectar aquellos aspectos en los que es necesario incidir en el futuro mediante la elaboración de un Plan de mejora que incorpore nuevas propuestas de intervención. De las conclusiones de esta evaluación se dará parte a la plantilla que, más concretamente, será informada de:

- la situación de la igualdad en la empresa al finalizar el periodo de vigencia del Plan
- las posibles incidencias encontradas durante el proceso
- las propuestas de áreas de mejora
- las nuevas medidas que se incorporarán

### SUGERENCIAS DE COMUNICACIÓN

En esta fase, si va a contar con la participación de la plantilla, se debe proceder de la misma forma que en la fase de diagnóstico.

En todo caso es necesario informar de los resultados obtenidos y de las acciones programadas a futuro.