



RED DE EMPRESAS CON DISTINTIVO
"IGUALDAD EN LA EMPRESA"
EFEMÉRIDES

Día Internacional de las Mujeres
8 de marzo de 2026

Catálogo de Publicaciones de la
Administración General del Estado

<http://cpage.mpr.gob.es>

NIPO: 050-23-009-3

ÍNDICE

PRESENTACIÓN: CUANDO LA IGUALDAD SE CONVIERTE EN ACCIÓN.....	5
Capítulo 1: LA IGUALDAD COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN.....	8
1.1. Activar desde dentro: comunicación interna.....	10
1.2. Posicionarse hacia fuera: comunicación corporativa.....	12
1.3. Sumar al mensaje colectivo.....	14
1.4. Amplificación del mensaje colectivo.....	16
Capítulo 2: NARRATIVAS QUE TRANSFORMAN.....	18
2.1. Emocionar para conectar.....	20
2.2. Referentes que inspiran.....	22
2.3. Educar para cambiar: mirada social e interseccional.....	24
Capítulo 3: IGUALDAD QUE SE VE Y QUE SE ESCUCHA.....	26
3.1. El poder del audiovisual.....	28
3.2. Lo visual como lenguaje.....	30
3.3. El espacio como lenguaje visual.....	34
Capítulo 4: CUANDO LA IGUALDAD SE APRENDE.....	36
4.1. Formación interna.....	38
4.2. Igualdad como contenido estructural.....	40
4.3. Espacios de aprendizaje y participación.....	42
Capítulo 5: LA IGUALDAD COMO ESTRATEGIA Y MOTOR DE IMPACTO.....	44
5.1. Igualdad en acción: inclusión y oportunidades.....	46
5.2. Espacios de visibilidad: actos con impacto social.....	48
Capítulo 6: INNOVACIÓN EN IGUALDAD.....	50
6.1. Nuevas formas de aprender.....	52
6.2. Creatividad al servicio del mensaje.....	54
6.3. Nuevos formatos y experiencias de comunicación.....	56
EMPRESAS Y ENTIDADES PARTICIPANTES.....	58

PRESENTACIÓN: CUANDO LA IGUALDAD SE CONVIERTE EN ACCIÓN

En 1977, las Naciones Unidas declararon el 8 de marzo como el Día Internacional de la Mujer, con el objetivo de eliminar toda forma de discriminación hacia las mujeres, promover su empoderamiento y conseguir su plena participación en la sociedad. En 2026, bajo el lema: “Derechos. Justicia. Acción. Para TODAS las mujeres y niñas”, la comunidad internacional reafirma que la efectividad de los derechos depende de que puedan ejercerse y ser protegidos por sistemas de justicia accesibles, eficaces y libres de discriminación.

Con motivo del 8 de marzo de 2026, el Ministerio de Igualdad ha lanzado una campaña institucional, que lleva por título [“Mujeres de alto valor. No dejaremos que el pasado avance”](#) y que, entre otros materiales, incorpora [un vídeo de sensibilización](#) protagonizado por la actriz Ángela Molina, centrándose en fenómenos potenciados a través de las redes sociales como el de las tradwives, las jóvenes que aspiran a ser tratadas como princesas, o las que se han denominado mujeres de “alto va-

lor”, que promueven una femi- nidad ligada a la sumisión, a la vuelta a la órbita doméstica y a la dependencia económica del hombre. La campaña incorpora diferentes formatos gráficos y ha sido difundida en formatos digitales, en televisión, en radio, a través de medios gráficos y de publicidad exterior en marquesinas, mupis o pantallas digitales.

Además, el Consejo de Ministras y Ministros, ha aprobado una [de- claración institucional](#) en la que celebra la construcción por parte de España, a lo largo de décadas de democracia, de un marco normativo sólido y reconocido en materia de igualdad entre mujeres y hombres impulsando medidas para reducir brechas laborales, salariales y sociales, así como para fortalecer la lucha contra la violencia de género y promover la participación equilibrada en todos los ámbitos, aunque persisten desafíos en corresponsabilidad, cuidados y nuevas formas de violencia, especialmente en entornos digitales. El Gobierno destaca, así mismo, el papel del movimiento feminista y reafirma que la igualdad

de género es esencial para la democracia y el progreso social, constituyendo una responsabilidad colectiva.

Por otra parte, el Instituto de las Mujeres ha participado en la preparación y celebración de multitud de eventos, entre los que cabe destacar el [acto institucional de conmemoración del Día Internacional de las Mujeres](#), celebrado el pasado 4 de marzo en el auditorio del Museo del Prado.

La Red de empresas con el distintivo “Igualdad en la Empresa” (Red DIE) se une cada año a los actos en conmemoración del 8 de marzo, organizando y desarrollando diversas actividades en torno a esta efeméride. En 2026, 112 empresas y entidades participantes han colaborado en la elaboración de este informe.

Cada 8 de marzo, el Día Internacional de las Mujeres nos recuerda que la igualdad entre mujeres y hombres no es solo un objetivo, sino un proceso constante que requiere compromiso, acción y continuidad.

Las empresas que forman parte de la Red de Empresas con distintivo "Igualdad en la Empresa" (Red DIE) desempeñan un papel clave en este avance contribuyendo a promover entornos laborales más justos, igualitarios y diversos.



A través de campañas de comunicación, actividades formativas, encuentros profesionales, materiales divulgativos y acciones simbólicas, la Red DIE, demuestra cómo el compromiso con la igualdad puede traducirse en iniciativas reales que generan impacto dentro y fuera de las organizaciones.



El **Día Internacional de las Mujeres** representa una oportunidad para visibilizar el **compromiso con la igualdad**.

Muchas organizaciones aprovechan esta fecha para impulsar iniciativas que fomentan la reflexión, el reconocimiento del talento femenino y la transformación de la cultura corporativa.

Las empresas de la Red DIE , de diversos sectores, participan activamente en esta conmemoración.

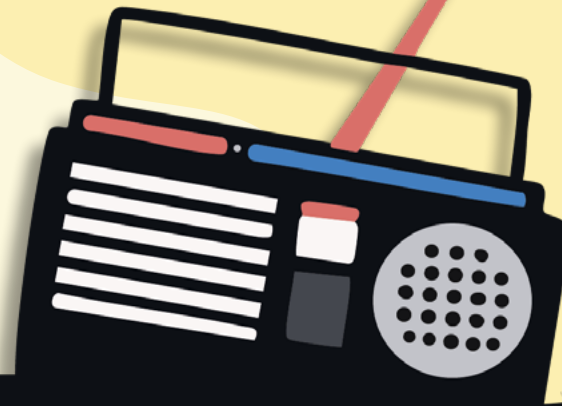
En esta edición, 112 empresas han formado parte de la iniciativa, reflejando un alto grado de implicación.




**CAPÍTULO 1: LA IGUALDAD
COMO HERRAMIENTA DE
COMUNICACIÓN**



8M





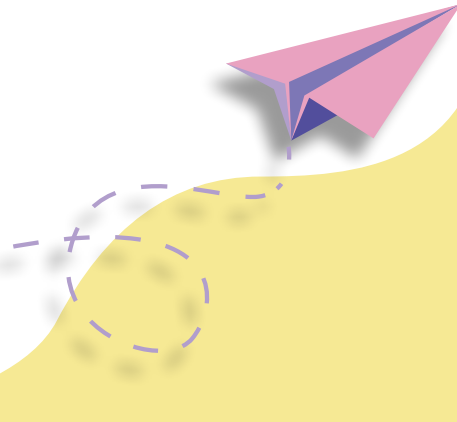
En el marco del **Día Internacional de las Mujeres**, la comunicación se configura como uno de los principales mecanismos a través de los cuales las organizaciones activan, visibilizan y consolidan su compromiso con la igualdad.

Mediante diferentes acciones, las empresas **trasladan** su posicionamiento, **sensibilizan** a sus equipos y **proyectan** su implicación hacia la sociedad.

1.1. Activar desde dentro: Comunicación interna

La comunicación interna permite integrar el compromiso con la igualdad dentro de la cultura organizativa, generando conciencia colectiva y favoreciendo la implicación de toda la plantilla.

En este sentido, distintas organizaciones han desarrollado acciones dirigidas a informar, sensibilizar y activar a sus equipos en torno a la igualdad.



ANOVA IT CONSULTING, S.L.

Desarrolló una campaña interna para toda la plantilla que incluía un fondo de Teams para las reuniones, firma de correo y materiales gráficos de apoyo, además de adaptar la web incorporando el color morado.



MÉTODOS Y TECNOLOGÍA DE SISTEMAS Y PROCESOS SL. (MTP)

Realizó una comunicación interna en la que el CEO dirigió un mensaje a la plantilla reforzando el compromiso con la igualdad.

"Gracias a todas las mujeres que impulsáis nuestro talento colectivo".

BROSETA ABOGADOS, S.L.P.

Desarrolló una acción en la que invitaba a su equipo a participar, compartir y visibilizar iniciativas relacionadas con la igualdad.

"Hola equipo. Esta semana lanzamos una edición especial con motivo del Día de la Mujer.

Os animamos a descubrir los contenidos que hemos preparado, a celebrar juntos esta fecha tan significativa y a compartir en redes las iniciativas y proyectos que reflejan nuestro compromiso con la igualdad".



Magtel

MAGTEL OPERACIONES S.L.U.

Elaboró y difundió un boletín interno en el que se recogían contenidos vinculados al 8M y al compromiso de la compañía con la igualdad.

FRESCOS Y ELABORADOS DELISANO, S.A.U.

Comunicó a su plantilla su compromiso con la igualdad mediante una felicitación por el 8M a través de WhatsApp, apostando por un formato cercano y accesible.



GUADALTEL, S.A.

Envió un correo corporativo a la plantilla en el que se ponía en valor el papel de las mujeres dentro del ámbito tecnológico.



GRUPO ISASTUR (Ingeniería y Suministros Asturias, S.A. + Isastur Ingeniería, S.A.)

Desarrolló la acción de sensibilización interna "La igualdad mueve nuestro talento", mediante la difusión en la intranet corporativa de una infografía que destacaba la igualdad como clave para el desarrollo.

MARODRI S.L.

Se sumó a la comunicación interna entregando obsequios al personal por la conmemoración del Día Internacional de las Mujeres.

"Gracias por hacer que nuestro equipo brille. Tu dedicación y profesionalidad son el motor de nuestra excelencia".



JUSTESA IMAGEN, S.A.U.

Comunicó internamente su compromiso con la igualdad reforzando su posicionamiento corporativo y dando visibilidad a iniciativas concretas.

PAVAPARK MOVILIDAD, S.L. + PAVASAL EMPRESA CONSTRUCTORA, S.A.U

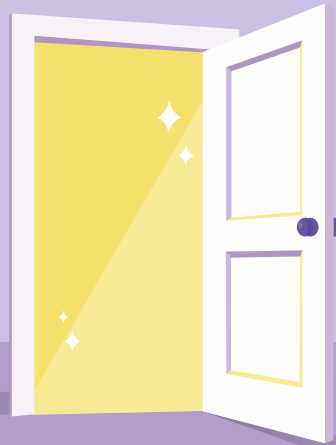
Entregaron pulseras y pegatinas conmemorativas a toda la plantilla.



1.2. Posicionarse hacia fuera: Comunicación corporativa

Más allá del ámbito interno, muchas organizaciones utilizan el 8M como una oportunidad para reforzar su posicionamiento corporativo en materia de igualdad.

Estas acciones combinan elementos visuales, datos, narrativa y difusión multicanal, construyendo un relato coherente que vincula la igualdad con la identidad de marca.



GRUPO BORGES

Desarrolló la campaña “Ellas. Todas. Nos inspiran”, un homenaje a las mujeres de la compañía difundido mediante cartelería, redes sociales y pantallas, vinculando la igualdad con su identidad de marca.

TELFÓNICA MOVILES ESPAÑA S.A.U. + TELFÓNICA SOLUCIONES DE INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES S.A.U.

Implementaron la campaña “Talento con T”, visibilizando el papel de las mujeres y su desarrollo profesional.

BAXTER S.L.

Reforzó su posicionamiento mediante la infografía “Diversidad e Inclusión en España 2025”, difundida en web, intranet y sedes corporativas.



ASECAL

Difundió mensajes del Día Internacional de las Mujeres, acompañados de cartelería propia, distribuidos a través de redes sociales y comunicación interna.



ICSE: INSTITUTO CANARIO DE PSICOLOGÍA Y EDUCACIÓN S.A (ICSE SA)

Publicó un vídeo en redes sociales del alumnado de Integración Social leyendo poesías en conmemoración al 8M.



MANTEQUERÍAS ARIAS, S.A

Desarrolló una acción con motivo del Día Internacional de las Mujeres mediante la creación de un cartel conmemorativo, acompañado de fotografías de trabajadoras en sus centros.



MUTUA BALEAR, MUTUA COLABORADORA CON LA SEGURIDAD SOCIAL Nº 183

Lanza una campaña de comunicación basada en la difusión de contenidos bajo el lema "La huella de lo invisible". También difunde su plan de igualdad y su protocolo de prevención del acoso.

FUNDACIÓN ADECCO + ADECCO FORMACIÓN + ADECCO TT S.A.U.

Impulsó la Semana de la Mujer con una iniciativa de alto impacto con más de 60 actividades presenciales y online en todas las direcciones regionales, dirigidas a mujeres en situación de vulnerabilidad.

INDRA BUSINESS CONSULTING, S.L.U. (IBC) + INDRA SISTEMAS, S.A.(IS) + INDRA SOLUCIONES TECNOLÓGICAS DE LA INFORMACIÓN, S.L.U. (ISTI)

Impulsó la iniciativa "Preventiva Ginecológica 2026", vinculando la igualdad con el bienestar y la salud de las mujeres mediante reconocimientos ginecológicos gratuitos.



1.3. Sumar al mensaje colectivo

Algunas organizaciones desarrollan **campañas institucionales propias** con motivo del 8M como una forma de construir un discurso alineado con su identidad corporativa.

A través de la combinación de **narrativa, creatividad y difusión multicanal**, se generan mensajes propios que refuerzan la igualdad y contribuyen a sensibilizar a la sociedad desde una perspectiva corporativa.

IKEA IBÉRICA, S.A.

Desarrolló la campaña “Las instrucciones están cambiando”. Una iniciativa centrada en la corresponsabilidad en la crianza, basada en la reinterpretación de los roles tradicionales. La campaña invita a cuestionar los modelos establecidos y propone “darle la vuelta a las instrucciones”.



Asociación Canaria de Centros de Formación Profesional (ACEPRO) + ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES DE LANZAROTE (AEEL)

Impulsaron la campaña “Mujeres que cambiaron tu vida (aunque no lo sabías)”, basada en la visibilización de mujeres referentes en distintos ámbitos, generando un relato educativo y divulgativo que conecta el pasado con el presente.



CENTRO DE FORMACIÓN EMPRESARIAL AURA , S.L.

Llevó a cabo la campaña “En AURA alzamos el puño por la igualdad real”, combinando cartelería, contenido audiovisual y la entrega del premio “AURA por la igualdad”, subrayando la necesidad de un compromiso sostenido más allá de una fecha concreta.

ORGANIZACIÓN NACIONAL DE CIEGOS ESPAÑOLES (ONCE)

Difundió su cupón conmemorativo en colaboración con el Instituto de las Mujeres, reforzando el compromiso con la igualdad de oportunidades, especialmente entre mujeres con discapacidad.



1.4. Amplificación del mensaje colectivo

En otros casos, las organizaciones optan por amplificar el mensaje institucional mediante la difusión de campañas promovidas por organismos públicos y entidades especializadas.

Esta estrategia facilita la extensión de estos mensajes, favoreciendo su alcance e impacto social.

MÉTODOS Y TECNOLOGÍA DE SISTEMAS Y PROCESOS SL. (MTP)

Llevó a cabo la difusión de la campaña Institucional del Ministerio de Igualdad: "Mujeres de alto valor. No dejaremos que el pasado avance".

CAMPAÑA MINISTERIO DE IGUALDAD: "Mujeres de alto valor. No dejaremos que el pasado avance".

FEMXA FORMACIÓN S.L.U

Amplificó el mensaje institucional del 8M mediante la difusión de campañas oficiales a través de sus redes sociales. La organización comparte contenidos procedentes de entidades como el Instituto de las Mujeres, la Fundación Diversidad, el Ministerio de Igualdad o Igualdad en la Empresa, actuando como altavoz de estas iniciativas.

Acto institucional 8M 2026 - Instituto de las mujeres.




BANCO DE SABADELL, S.A.

Reforzó la difusión del mensaje institucional del 8M mediante la integración de campañas externas en sus canales corporativos, incluyendo newsletters y contenidos digitales.



JUSTESA IMAGEN, S.A.U.

Se adhirió a la campaña institucional “#SinBrechasSinBarreras” impulsada por Fundación Diversidad, integrando sus contenidos en redes sociales, página web y comunicación interna.



LA FUNDACIÓN DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO

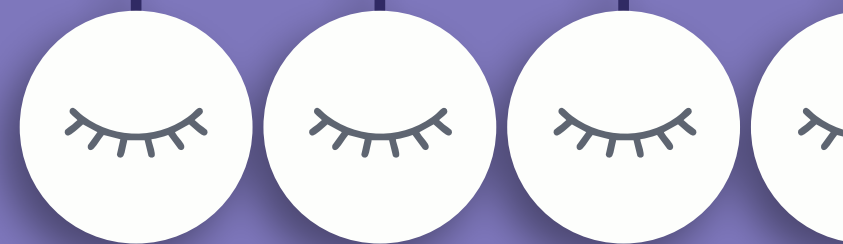
Amplificó el mensaje institucional del 8M mediante la difusión del vídeo oficial elaborado por Emakunde.

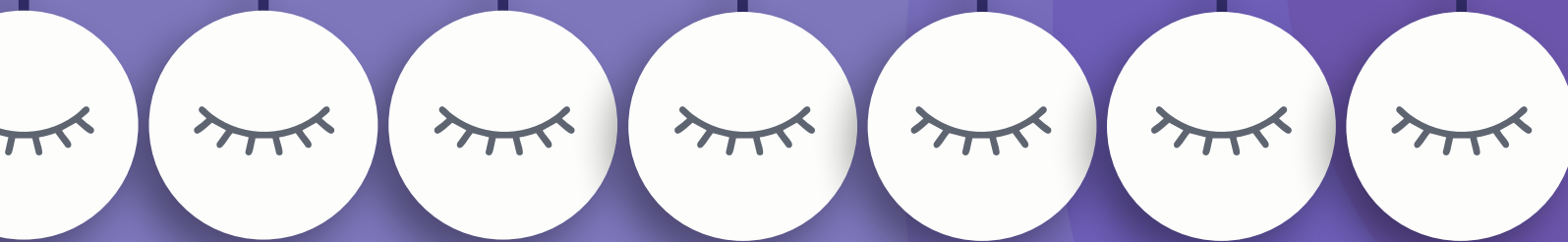
A través de estas actuaciones, las entidades actúan como altavoz de campañas promovidas por organismos públicos, contribuyendo a extender su alcance y visibilidad.

Vídeo oficial elaborado por Emakunde.

Campaña Fundación Diversidad:
“Derechos laborales de las mujeres: sin brechas, sin barreras”

CAPÍTULO 2: NARRATIVAS QUE TRANSFORMAN





Muchas organizaciones desarrollan durante el 8M estrategias basadas en la construcción de narrativas capaces de generar impacto emocional, inspirar a las personas y contribuir a la transformación social.

Estas narrativas permiten trasladar la igualdad desde un plano conceptual a uno experiencial, conectando con vivencias, referentes y realidades concretas. A través de distintos formatos: vídeos, campañas, testimonios o acciones participativas, las organizaciones construyen relatos que facilitan la identificación y el compromiso.

2.1. Emocionar para conectar

Las narrativas emocionales buscan generar conexión a través de relatos que apelan a la experiencia personal, los sueños, las trayectorias vitales o el bienestar.

En este ámbito, destacan campañas que construyen relatos aspiracionales.



REPSOL, S.A.

Publicó el vídeo “Las referentes de hoy también fueron niñas”, una pieza que conecta la infancia con el liderazgo femenino actual, generando una narrativa que invita a proyectarse en el futuro.

FRATERNIDAD-MUPRESA MUACSS N° 275

Impulsó la campaña “Protegiendo derechos, construyendo igualdad”, que incluyó la publicación y difusión en redes sociales de un artículo elaborado por la responsable del Rincón del Asesor.

El contenido proponía una reflexión sobre la vocación, la justicia social y la igualdad. Destaca la importancia de cuidar como forma de defender derechos y acompañar a las personas en su vida laboral.



INETUM ESPAÑA, S.A.

Desarrolló “Mujeres entre generaciones”, una iniciativa de storytelling intergeneracional donde compañeras comparten sus experiencias, creando un espacio inspirador que pone en valor los referentes femeninos y promueve un entorno más diverso e inclusivo.

BANCO DE SABADELL, S.A.

Realizó una campaña centrada en el bienestar y el cuidado como eje narrativo. A través de la iniciativa “Cuidate”, propone una aproximación emocional a la igualdad basada en la salud física y emocional.



SINTER IBÉRICA PACKAGING S.A.U.

Llevó a cabo una iniciativa propia bajo el lema “They were already dreaming big”, centrada en visibilizar el origen del talento femenino y su desarrollo en el ámbito profesional.

BROSETA ABOGADOS, S.L.P.

Destacó por el reconocimiento de dos de sus profesionales, Rosa Vidal y Teresa Rodríguez de las Heras, incluidas entre las 100 mujeres referentes del sector legal según Todojuristas.com.

2.2. Referentes que inspiran

Las narrativas inspiradoras se centran en visibilizar referentes reales, compartir experiencias y generar modelos con los que otras personas puedan identificarse.

En este ámbito, los testimonios adquieren un papel central.



ASOCIACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD-CENTRO ESPECIAL DE EMPLEO VERDIBLANCA

Impulsó las *"Distinciones Minerva"* para reconocer la trayectoria de sus trabajadoras y visibilizar referentes internos. El acto incluyó la entrega de reconocimientos y un *showcase* de creadoras almerienses bajo el nombre *"Creatividad, femenino plural"*.

CARAC SIGLO XXI, S.L.

Creó el mural *"Mujeres inspiradoras"*, una acción en la que personas de sus centros pudieron compartir el nombre de mujeres de su entorno que les inspiraban, como reconocimiento a su labor.



REALE SEGUROS GENERALES, S.A.

Estrenó la segunda temporada del podcast interno *"Mujeres Reales"* y celebró una jornada con expertos para hablar sobre el empoderamiento de las mujeres en el mundo laboral, debatir sobre los retos a los que se tienen que enfrentar y discutir estrategias para el impulso a un cambio positivo.



URBASER, S.A.

Lanzó la campaña *"Un día conmigo"*, en la que mujeres de la compañía mostraron su día a día laboral y personal a través de contenido audiovisual, con el objetivo de visibilizar la conciliación.

ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES

Elaboró un vídeo recopilatorio con fragmentos de entrevistas a mujeres referentes del ámbito empresarial internacional, como forma de homenaje y reconocimiento al talento femenino.



DISA HOLDING ENERGÉTICO, S.L.

Impulsó una iniciativa para reconocer a la "Mujer DISA de referencia", invitando a la plantilla a destacar a compañeras por su talento y liderazgo, con el objetivo de visibilizar el talento femenino y fomentar el reconocimiento interno.

FRATERNIDAD-MUPRESA MUACSS Nº 275

Desarrolló una campaña audiovisual basada en testimonios de sus empleadas, que se posicionan como referentes al compartir sus experiencias y contribuir a humanizar el discurso de la igualdad.



3M ESPAÑA, S.L.

Creó el Premio 3M Mujer Referente, impulsado por el Women Leadership Network, para reconocer a profesionales que generan un impacto positivo en el entorno laboral.



Premio "Mujer Referente"

Sala Leonardo del CTC
9 de marzo de 10 a 11

Desde el Women Leadership Network os invitamos a conocer más sobre esta iniciativa. Se realizará conexión por teams para quienes se encuentren fuera de la ciudad.

Para las personas que asistan de manera presencial se ofrecerá un desayuno al finalizar la reunión.

No olvides apuntarte haciendo click aquí

INSTITUT DE SERVEIS DE FORMACIÓ ASPASIA, S.L. + FORMACIÓ Y MANTENIMIENTO TÉCNICO, S.A. + GRUPO INSEM DESARROLLO DEL CONOCIMIENTO, S.L. + IBECON 2003, S.L. + INSTITUTO EUROPA + ADALID SERVICIOS CORPORATIVOS S.L.

Compartió un vídeo homenaje en el que mujeres de la organización comparten sus experiencias y reflexionan sobre la igualdad, visibilizando su papel e impacto dentro del entorno profesional.

2.3. Educar para cambiar: Mirada social e interseccional

Finalmente, las narrativas educativas se orientan a generar conocimiento, conciencia crítica y comprensión profunda de las desigualdades estructurales.

En este campo, destacan iniciativas que abordan la igualdad desde una perspectiva social y transformadora.



FUNDACIÓN ALMERIENSE DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Presentó un vídeo con testimonios de trabajadoras con discapacidad que visibilizan la doble discriminación, poniendo en valor su papel en el ámbito laboral y promoviendo la inclusión.

FUNDACIÓN CANARIA YRICHEN

Organizó el taller “No cargues tú sola: benzodiacepinas y malestares de género”. Una acción centrada en la relación entre género y salud mental, promoviendo la reflexión, el autocuidado y la concienciación desde una perspectiva de género.

COMITÉ ESPAÑOL DE REPRESENTANTES DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD (CERMI)

Desarrolló un vídeo manifiesto sobre el acceso a la justicia para mujeres con discapacidad, introduciendo un enfoque interseccional que combina género y discapacidad.

AB AZUCARERA IBERIA, S.L.U.

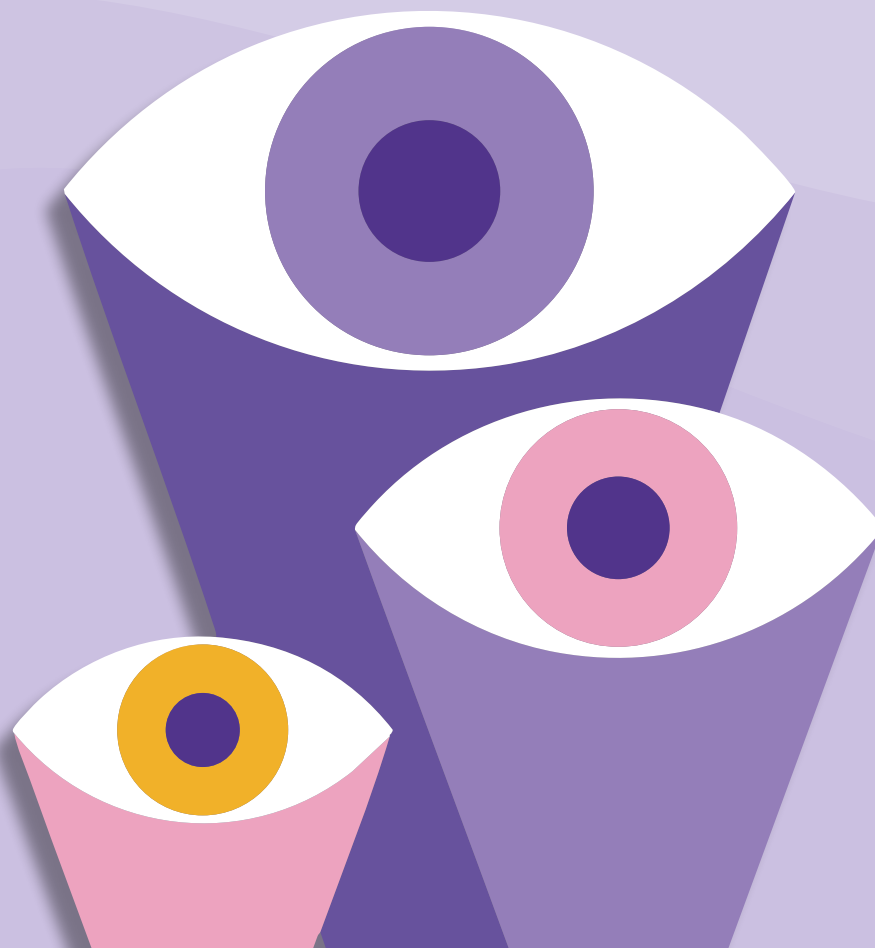
Difundió un diseño propio reconociendo y dando visibilidad al talento femenino de su plantilla. Además, impulsó *"Encuentros por la Diversidad"*, con la participación de Carmen Giménez, quien generó un espacio de reflexión sobre discapacidad, violencia de género y diversidad.

COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE FINANCIACIÓN DEL DESARROLLO, COFIDES, SA, S.M.E.

Celebró la jornada *"Mujeres CEO. Liderazgo de alto impacto"*, un encuentro para reflexionar sobre la igualdad de oportunidades y el papel de las mujeres en puestos de alta dirección.

FUNDACIÓN ADECCO + ADECCO FORMACIÓN + ADECCO TT S.A.U.

Llevó a cabo un ciclo formativo centrado en el liderazgo femenino y la salud integral que incluyó los talleres *"Liderazgo Femenino: Confianza, Conexión y Energía"*, *"¡Bienvenida –o no– menopausia!"* y *"Salud Femenina: bienestar sin tabúes"*.



CAPÍTULO 3: IGUALDAD QUE SE VE Y SE ESCUCHA





Además de las narrativas y la comunicación, el 8M se materializa en una amplia variedad de recursos visuales, audiovisuales y digitales que permiten hacer visible el compromiso con la igualdad.

Estos formatos cumplen una función clave: trasladar el mensaje de forma accesible, reforzar su presencia en distintos espacios y generar impacto tanto en la plantilla como en la sociedad.

3.1. El poder del audiovisual

El formato audiovisual se consolida como uno de los principales recursos para comunicar la igualdad, especialmente por su capacidad para transmitir emociones, generar identificación y construir relatos accesibles.

ASOCIACIÓN AFES SALUD MENTAL

Produjo distintos materiales audiovisuales, entre ellos una entrevista sobre ecofeminismo en su videopodcast y varios vídeos relacionados con su participación en la manifestación del 8M.

REPSOL, S.A.

Difundió el vídeo RED WinEr en redes sociales, orientado a visibilizar el talento y la contribución de las mujeres dentro de la compañía.

J & A GARRIGUES, S.L.P.

Realizó un vídeo bajo el lema "En el Día Internacional de la Mujer y todos los días" en el que mostraban fotografías de las mujeres que integran el despacho en todos los países en los que operan.

DIREXIS TGO (TRANSPORTES GENERALES DE OLESA S.A.U.)

Desarrolló vídeos protagonizados por mujeres de la empresa, apostando por una narrativa directa y cercana.

BANCO DE SABADELL, S.A.

Difundió vídeos corporativos y mensajes en redes sociales, junto con un acto híbrido con una conferenciante de referencia.

FUNDACIÓN ADECCO + ADECCO FORMACIÓN + ADECCO TT S.A.U.

Desarrolla la campaña audiovisual "También puedes ser tú".



INSTITUT DE SERVEIS DE FORMACIÓ ASPASIA, S.L. + FORMACIÓ Y MANTENIMIENTO TÉCNICO, S.A. + GRUPO INSEM DESARROLLO DEL CONOCIMIENTO, S.L. + IBECON 2003, S.L. + INSTITUTO EUROPA + ADALID SERVICIOS CORPORATIVOS S.L.

Desarrollaron un vídeo homenaje a tres mujeres de Grupo ASPASIA.



S2 GRUPO SOLUCIONES DE SEGURIDAD, S.L.U.

Difundió el vídeo testimonio *“El papel de la mujer en la tecnología y la ciberseguridad”*.



FCC. AQUALIA, S.A.

Llevó a cabo un vídeo en reconocimiento a la participación en su campaña solidaria.



CECABANK, S.A.

Lanzó un vídeo con la participación de mujeres de la entidad.



INETUM ESPAÑA, S.A.

Publicó un vídeo en el que hijas de profesionales de la compañía reflexionaban sobre la igualdad.



AENA S.M.E., S.A.

Desarrolló un vídeo sobre la jornada celebrada con motivo del Día Internacional de las Mujeres.



BEEPLANET FACTORY S.L.

Elaboró el vídeo *“Nuestras pioneras”*, centrado en visibilizar el talento femenino dentro de la organización.

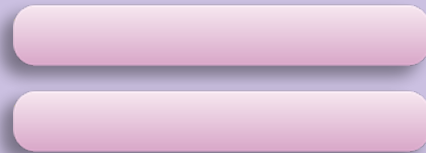


PLENA INCLUSIÓN ARAGÓN

Creó un vídeo para visibilizar la sobrecarga que viven las mujeres que cuidan a familiares con discapacidad intelectual.

3.2. Lo visual como lenguaje

Los recursos visuales –cartelería, identidad gráfica, elementos simbólicos o intervenciones en espacios físicos– constituyen una de las formas más habituales de visibilizar el 8M.



FCC CONSTRUCCIÓN, S.A. + INDUSTRIAL E INFRAESTRUCTURAS ENERGÉTICAS, S.A.U.



HIJOS DE LUIS RODRÍGUEZ S.A.



Asociación Canaria de Centros de Formación Profesional (ACEPRO) + ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES DE LANZAROTE (AEEL)



ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO EDUCATIVO Y SOCIAL INTEGRA2



GRUPO MASTER



FUNDACIÓN DIAGRAMA INTERVENCIÓN PSICOSOCIAL



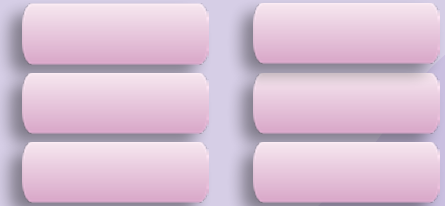
CONCILIA2 SOLUCIONES S.L.



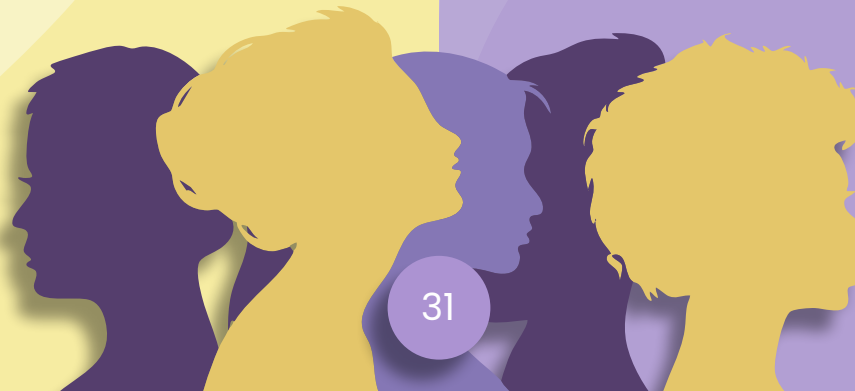
HERMANDAD FARMACÉUTICA DEL MEDITERRÁNEO, S.C.L.



DISA HOLDING ENERGÉTICO, S.L.U.



INSTITUT DE SERVEIS DE FORMACIÓ
 ASPASIA, S.L. + FORMACIÓ Y MAN-
 TENIMIENTO TÉCNICO, S.A. + GRUPO
 INSEM DESARROLLO DEL CONOCI-
 MIENTO, S.L. + IBECON 2003, S.L. +
 INSTITUTO EUROPA + ADALID SERVI-
 CIOS CORPORATIVOS S.L.



UNIÓN DE MUTUAS MCSS Nº 267



SOCIEDAD MIXTA DEL AGUA DE JAEN, S.A. SOMAJASA

METRO BILBAO, S.A.

S2 GRUPO SOLUCIONES DE SEGURIDAD, S.L.U.

MAGTEL OPERACIONES S.L.U.

PLENA INCLUSIÓN ARAGÓN

MANTEQUERÍAS ARIAS, S.A.



PAVAPARK MOVILIDAD, S.L. + PAVASAL EMPRESA CONSTRUCTORA, S.A.U.



MULTIANAU, S.L.

VERDIMED, S.A.

FEMXA FORMACIÓN S.L.U.



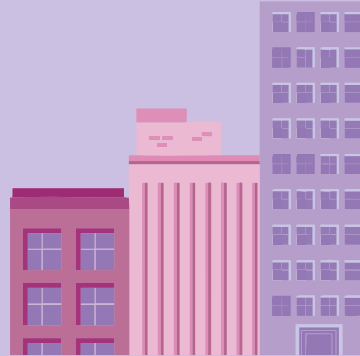
CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A. S.M.E (RTVE)



3.3. El espacio como lenguaje visual

Además de lo gráfico o audiovisual, el espacio también puede ser un soporte comunicativo para transmitir valores.

A través de la iluminación, la decoración o la intervención de entornos, el mensaje de igualdad se materializa de forma visual y experiencial.



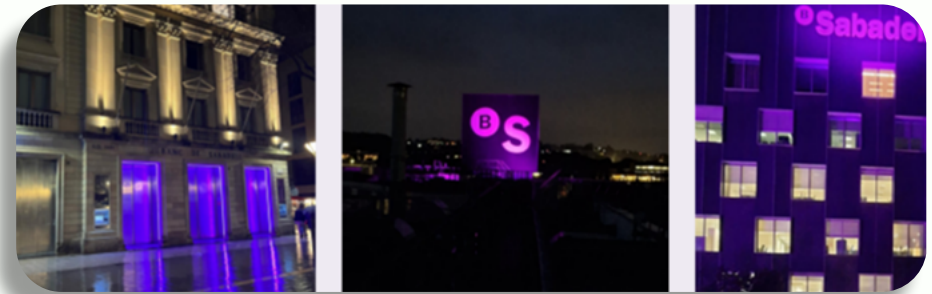
FORMACIÓN OCUPACIONAL CANARIA FOCAN, S.L.



COMISIONES OBRERAS REGIÓN DE MURCIA



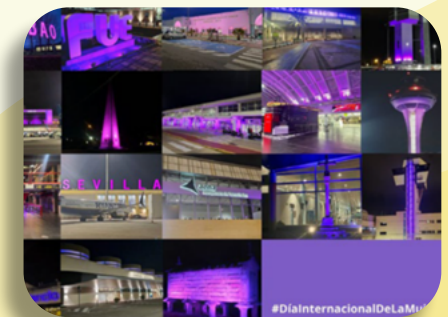
BANCO DE SABADELL, S.A.



TELFÓNICA MÓVILES ESPAÑA S.A.U. + TELFÓNICA SOLUCIONES DE INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES S.A.U.



AENA S.M.E., S.A.

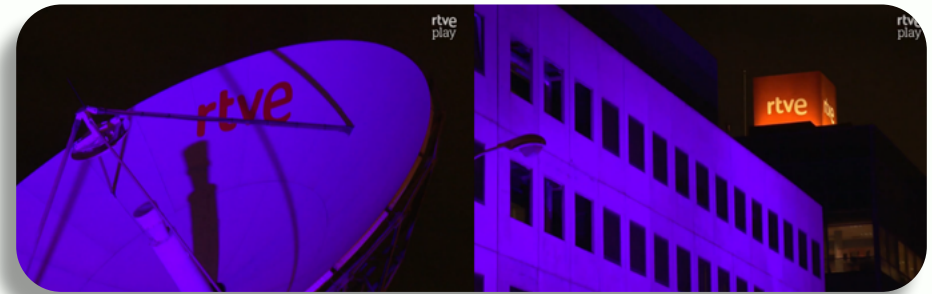


KAIRÓS SOCIEDAD COOPERATIVA
DE INICIATIVA SOCIAL

METRO BILBAO, S.A.



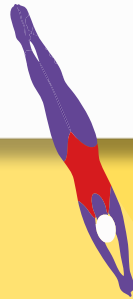
CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A., S.M.E.

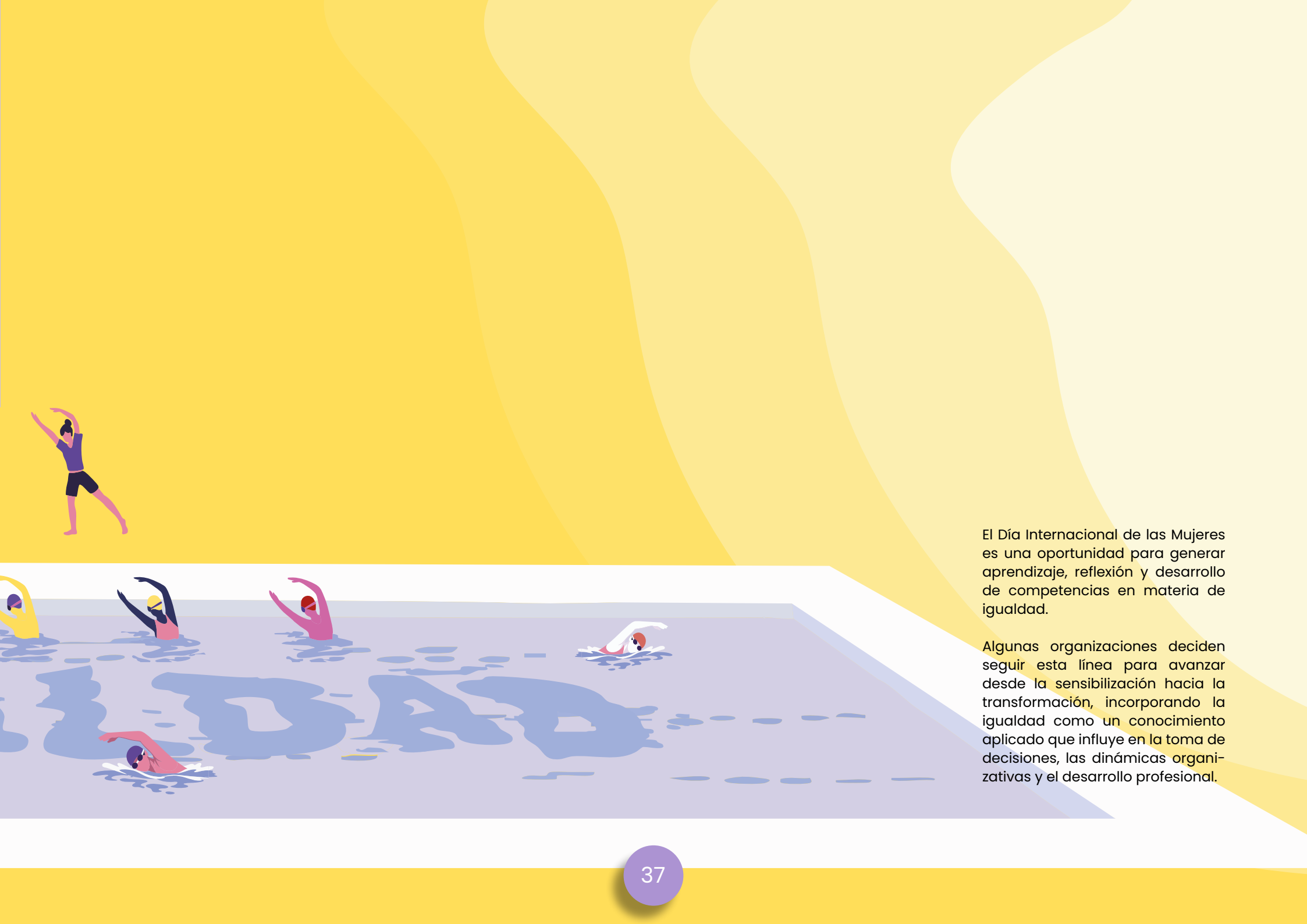


DELL COMPUTER, S.A.



CAPÍTULO 4: CUANDO LA IGUALDAD SE APRENDE



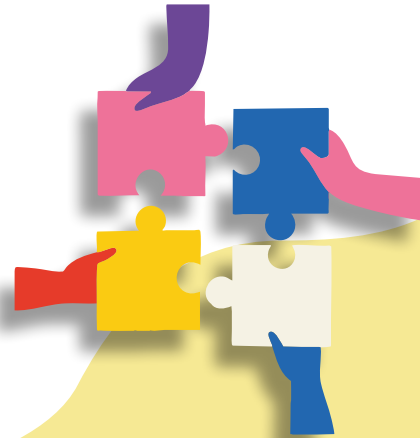


El Día Internacional de las Mujeres es una oportunidad para generar aprendizaje, reflexión y desarrollo de competencias en materia de igualdad.

Algunas organizaciones deciden seguir esta línea para avanzar desde la sensibilización hacia la transformación, incorporando la igualdad como un conocimiento aplicado que influye en la toma de decisiones, las dinámicas organizativas y el desarrollo profesional.

4.1. Formación interna

La formación interna se configura como uno de los principales mecanismos para trabajar la igualdad desde un enfoque estructural, integrándola en el desarrollo profesional y en la capacitación de las personas.



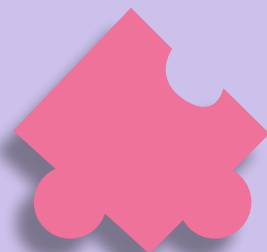
ENDESA S,A

Desarrolló talleres de bienestar emocional dirigidos a la comunidad de mujeres de la organización, utilizando metodologías participativas como el psicodrama para favorecer la reflexión, el autoconocimiento y el apoyo mutuo.



ENEQUIP SERVEIS INTEGRALS, S.L.

Llevó a cabo una sesión formativa en sus oficinas acompañada del juego "Carta por Carta – Revolución Feminista", una dinámica que permitió a las personas asistentes conocer y reflexionar sobre el papel de las mujeres.



ALLIANZ SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.

Impulsó distintas formaciones internas bajo el marco #WomenCircle, entre ellas el programa Woman Cycle, orientado a potenciar el desarrollo profesional de mujeres y fortalecer el *pipeline* de talento femenino hacia puestos de mayor responsabilidad. Además, se integraron sesiones como la charla "¿Cómo me hablo y por qué? Creencias limitantes" y la iniciativa Women Mentoring.

TELFÓNICA MÓVILES ESPAÑA S.A.U. + TELFÓNICA SOLUCIONES DE INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES S.A.U.

Promovieron el aprendizaje interno mediante la publicación de contenidos en Workivo, compartiendo recomendaciones de cursos y charlas disponibles en la plataforma "Mi aprendizaje".

FERROVIAL CORPORACIÓN, S.A.

Celebró la Jornada Impulsa, dirigida a la Red de Mujeres de la compañía, con formación práctica en comunicación, marca personal y movilidad. Asimismo, desarrolló una nueva edición del Club de Lectura, centrada en la obra Amiga mía de Raquel Congosto, dinamizada por una integrante de la red.



FEMXA: FEMXA FORMACIÓN S.L.U

Desarrolló cápsulas de sensibilización dirigidas a la plantilla, complementadas con una jornada presencial en sus oficinas centrales y una sesión online abierta a toda la organización.



EL CORTE INGLÉS, S.A

Celebró una jornada bajo el lema “*Mujeres que inspiran*”, con la participación de Margarita Álvarez, experta en bienestar laboral. El encuentro combinó intervención institucional, reflexión sobre avances en igualdad y participación presencial y en streaming para toda la plantilla.

AULA INTEGRAL DE FORMACIÓN S.L.

Organizó un desayuno-coloquio en el que el equipo reflexionó sobre los avances en igualdad y derechos de las mujeres a lo largo de sus propias experiencias vitales.

ORANGE ESPAGNE, S.A.U.

Impulsó talleres de desarrollo dentro del programa Impúlsate, como “*Activa Relaciones*”, junto con el programa Bienestar Nosotras, centrado en salud y bienestar femenino.

Asociación Canaria de Centros de Formación Profesional (ACEPRO) + ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES DE LANZAROTE (AEEL)

Realizó una sesión formativa titulada “*La revolución de la IA y la igualdad de oportunidades*”, dirigida a su personal.



4.2. Igualdad como contenido estructural

Más allá de acciones puntuales, algunas organizaciones incorporan la igualdad como contenido estructural dentro de sus dinámicas formativas y educativas.



INSTITUTO CANARIO DE PSICOLOGÍA Y EDUCACIÓN S.A (ICSE SA)

Incorporó la igualdad como contenido dentro de la formación del alumnado de Formación Profesional.

TRBL SW & IP SERVICES, S.L.

Desarrolló el proceso participativo "Reflexionemos juntas y juntos para crecer", basado en encuestas internas, análisis de resultados y definición conjunta de compromisos organizativos.



INDRA BUSINESS CONSULTING, S.L.U. (IBC) + INDRA SISTEMAS, S.A.(IS) + INDRA SOLUCIONES TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, S.L.U. (ISTI)

Vinculó la igualdad con el desarrollo de talento en sectores tecnológicos a través de iniciativas como EmpowHER Tech, integrándola en su estrategia formativa.

BEEPLANET FACTORY S.L.

Creó un espacio digital permanente en su intranet denominado "Maleta #beEqual", un repositorio de recursos para incorporar la perspectiva de género en el día a día de la organización.

FERROVIAL S.A.

Difundió una noticia interna, en la que presentó el nuevo Buzón de Igualdad (igualdad@ferrovial.com) y la figura de la Agente de Igualdad, como recursos de apoyo y acompañamiento vinculados al IV Plan de Igualdad.



ACCIONA (ENERGÍA, AGUA, FACILITY SERVICE, CONSTRUCCIÓN, INGENIERÍA Y CULTURA)

Integró la igualdad como un eje estructural mediante programas como Sostenibles 50:50, promoviendo la igualdad de oportunidades en sectores con menor presencia femenina.



FUNDACIÓN CANARIA YRICHEN

Reafirmó su compromiso incorporando la perspectiva de género como eje transversal en la prevención e intervención en conductas adictivas.

GRUPO ILUNION

Integró la igualdad como un eje central de su discurso corporativo a través de iniciativas como "Mismo trabajo, mismo valor", visibilizando a mujeres en sectores masculinizados y reforzando su enfoque inclusivo.



GRUPO INNOVA (INGENIERÍA DE LA NORMALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN VALENCIANA, S.L.)

Consolidó la igualdad como eje estratégico mediante la implementación de su III Plan de Igualdad.



ENAGÁS, S.A.

Difundió un informe sobre la brecha de género en la transición energética, promoviendo reflexión y reforzando la perspectiva de género en su actividad.



4.3. Espacios de aprendizaje y participación

Además de la formación estructurada, muchas organizaciones generan espacios participativos que combinan aprendizaje, reflexión e implicación activa.



FERROVIAL, S.A.

Participó en una jornada formativa celebrada en la obra de Meco junto a Microsoft, en la que una representante de la Comisión de Igualdad intervino sobre los contenidos del IV Plan de Igualdad.

ENAGÁS, S.A.

Impulsó encuentros como [Data Women Date](#), centrados en liderazgo femenino, y participó en iniciativas como Technovation Girls, orientadas a fomentar vocaciones STEAM entre niñas y jóvenes.

METRO BILBAO, S.A.

Difundió [cursos gratuitos de formación en igualdad impartidos por Emakunde](#).

ACCIONA (ENERGÍA, AGUA, FACILITY SERVICE, CONSTRUCCIÓN, INGENIERÍA Y CULTURA)

Celebró una jornada en colaboración con la Fundación Quiero Trabajo, dirigida a mejorar la empleabilidad de mujeres en situación de vulnerabilidad mediante formación, mentoring y talleres prácticos.

ENDESA S,A

Realizó sesiones formativas dentro del programa Endesa_Care, centradas en salud femenina, incluyendo webinars sobre trastornos de la conducta alimentaria y prevención del cáncer de mama.



GRUPO MASTER (Centro de Estudios Master Anuscheh de Canarias, S.L.U. + Anuscheh Missaghian Shirazi, S.L.)

Desarrolló una cápsula de sensibilización con alumnado, en la que se presentó el Centro de Asistencia Integral 24h para víctimas de violencia sexual.

KAIRÓS SOCIEDAD COOPERATIVA DE INICIATIVA SOCIAL

Ejecutó actividades de sensibilización en sus centros ocupacionales, dirigidas a personas con discapacidad.



**FCC CONSTRUCCIÓN, S.A. + FCC
INDRUSTIAL E INFRAESTRUCTURAS**

Organizaron la jornada *"Hablando de igualdad"* en su sede corporativa.

**COMISIONES OBRERAS REGIÓN DE
MURCIA**

Desarrolló la jornada *"Mujeres, trabajos y cuidados: perspectiva feminista sindical"*.

**FEDERACIÓN PROVINCIAL DE
EMPRESAS DEL METAL Y NUEVAS
TECNOLOGÍAS DE LAS PALMAS
(FEMEPA)**

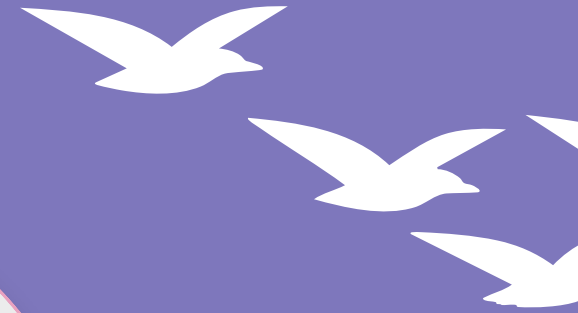
Organizó un evento con mujeres referentes de sectores tradicionalmente masculinizados, generando espacios de diálogo sobre igualdad de oportunidades.

**FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGA-
CIÓN BIOMÉDICA DE CÓRDOBA**

Impulsó acciones de divulgación en centros educativos y una conferencia científica con investigadoras.



CAPÍTULO 5: LA IGUALDAD COMO ESTRATEGIA Y MOTOR DE IMPACTO





La igualdad se consolida como un eje estratégico dentro de las organizaciones, integrándose en su cultura, estructura y toma de decisiones. Este compromiso se traduce en acciones concretas que impulsan la inclusión, la igualdad de oportunidades y la sensibilización social, generando un impacto que trasciende el entorno empresarial.

De este modo, la igualdad deja de ser solo un valor para convertirse en una herramienta de transformación con capacidad de influir tanto en el desarrollo organizativo como en el progreso social.

5.1. Igualdad en acción: Inclusión y oportunidades

Las organizaciones desarrollaron iniciativas orientadas a favorecer la inclusión y mejorar el acceso a oportunidades para mujeres en distintos contextos, especialmente aquellas en situación de vulnerabilidad.

FUNDACIÓN ADECCO + ADECCO FORMACIÓN + ADECCO TT S.A.U.

Desarrolló el programa #Empleo-ParaTodas, centrado en facilitar el acceso al empleo de mujeres en situación de vulnerabilidad mediante formación, acompañamiento y generación de oportunidades laborales.

ENAGÁS, S.A.

Llevó a cabo programas de voluntariado formativo orientados a mejorar la empleabilidad de mujeres en situación de vulnerabilidad, a través de talleres prácticos enfocados en el desarrollo de competencias.





MANTEQUERÍAS ARIAS, S.A.

Impulsó una iniciativa con motivo del Día Internacional de las Mujeres asumiendo los costes de inscripción de las colaboradoras que desearan participar en la Carrera de la Mujer, facilitando su acceso a este evento y promoviendo la participación en espacios de visibilidad y empoderamiento.

FUNDACIÓN ADECCO + EL CORTE INGLÉS, S.A

Organizó una feria de empleo orientada a mejorar el acceso al mercado laboral de mujeres con mayores dificultades. En esta iniciativa también participó El Corte Inglés, colaborando en el Programa Mujer y entrevistando a más de cien mujeres participantes en este programa.



5.2. Espacios de visibilidad: Actos con impacto social

Además de las acciones internas, muchas organizaciones promovieron espacios de encuentro, visibilidad y diálogo que reforzaron el impacto social del 8M.



ASOCIACIÓN AFES SALUD MENTAL

Promovió la participación en la manifestación del 8M mediante una convocatoria dirigida a su comunidad, visibilizando la relación entre desigualdad y salud mental.



ORGANIZACIÓN NACIONAL DE CIEGOS ESPAÑOLES (ONCE)

Celebró una mesa redonda bajo el título "Liderazgos que transforman, mujeres que inspiran", con la participación de expertas de distintos ámbitos.

REDEIA CORPORACIÓN S.A.

Desarrolló la jornada de la VIII Semana de la Mujer, bajo el enfoque "Miradas que unen pasado y futuro".

FUNDACIÓN ADECCO + ADECCO FORMACIÓN + ADECCO TT S.A.U.

Impulsó, a través de DirActivas, espacios de encuentro entre mujeres profesionales del ámbito del management y los recursos humanos, fomentando el intercambio de experiencias y la creación de comunidad.



DELL COMPUTER, S.A.

Organizó la mesa redonda "Give to Gain" en sus oficinas de Madrid, reuniendo a directivas del sector tecnológico para compartir experiencias sobre liderazgo inclusivo, mentoring e innovación.

SOCIEDAD MIXTA DEL AGUA DE JAÉN, S.A. (SOMAJASA)

Celebró el VII Foro de Empresas Comprometidas con la Igualdad, reafirmando su compromiso con la igualdad real y efectiva dentro de la organización.



CECABANK S.A.

Reunió a mujeres referentes del ámbito financiero para analizar los retos del sector y visibilizar el liderazgo femenino como motor de innovación.

rtve

Llevó a cabo una jornada especial el 3 de marzo con motivo del 8M, en honor al centenario del Lyceum Club Femenino.

CAPÍTULO 6: INNOVACIÓN EN IGUALDAD





En el análisis de las distintas actuaciones, se identifican iniciativas que trascienden los formatos tradicionales del 8M, incorporando enfoques innovadores tanto en el ámbito educativo como en la comunicación y en la experiencia de las personas participantes.

La innovación en igualdad no se limita a la creatividad formal, sino que implica nuevas formas de generar aprendizaje, activar la participación y transformar la cultura organizativa. En este sentido, las acciones analizadas evidencian una evolución desde modelos informativos hacia propuestas más interactivas, experienciales y estratégicas.

6.1. Nuevas formas de aprender

Algunas organizaciones incorporan metodologías innovadoras para abordar la igualdad desde el aprendizaje activo, especialmente mediante dinámicas participativas o formatos no convencionales.



AGUAS DE SOLÁN DE CABRAS S.A. + MAHOU S.A.

Organizaron un concurso de microrrelatos con motivo del Día Internacional de las Mujeres, dirigido a profesionales de la compañía, con el objetivo de reconocer a mujeres referentes y poner en valor su impacto.

BAXTER, S.L.

Utilizó herramientas como quizzes para trabajar conceptos clave de igualdad de forma accesible y dinámica.



Asociación Canaria de Centros de Formación Profesional (ACEPRO) + ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES DE LANZAROTE (AEEL)

Desarrolló una exposición interactiva que incorporaba códigos QR y mecanismos de participación, combinando contenido informativo con interacción directa y favoreciendo un aprendizaje activo.

ASECAL

Impulsó actividades educativas dirigidas a menores, utilizando el juego como herramienta pedagógica para abordar la igualdad desde edades tempranas.

FUNDACIÓN DIAGRAMA INTERVENCIÓN PSICOSOCIAL

Presentó la campaña "Jugamos en Igualdad", una iniciativa que, a través del juego, permitió a infancia y adolescencia reflexionar sobre el papel de la mujer en la historia y en la sociedad.



REDEIA CORPORACIÓN S.A.

Organizó una jornada dirigida a las hijas de su plantilla para acercarlas al ámbito STEM, permitiendo conocer el entorno laboral, interactuar con referentes femeninos y despertar vocaciones científicas y tecnológicas.



GRUPO ILUNION S.L.

Desarrolló el Escape Room “Rompiendo Barreras” como una metodología innovadora basada en el aprendizaje experiencial, estructurada en cuatro pruebas temáticas centradas en pioneras, estereotipos, brechas de género y microrelatos reales. A través de esta dinámica, las personas participantes reflexionaron de forma activa, fomentando el pensamiento crítico y el trabajo en equipo.



6.2. Creatividad al servicio del mensaje

Algunas organizaciones incorporan metodologías innovadoras para abordar la igualdad desde el aprendizaje activo, especialmente mediante dinámicas participativas o formatos no convencionales.



ESCUELA ANDALUZA DE SALUD PÚBLICA, S.A.

Organizó el *"Café Violeta"*, un video fórum en el que, tras la proyección del corto *"La loca y el feminista"*, se generó un espacio de debate sobre desigualdad de género, carga mental y corresponsabilidad en un entorno cercano.



Desarrolló un mural participativo que combinaba reflexión y expresión visual, implicando a las personas participantes en la construcción del mensaje.





TIEBEL, SOCIEDAD COOPERATIVA

Impulsó una acción simbólica mediante la creación de una red construida con hilo morado, que unía los diferentes barrios en los que residen las trabajadoras, representando la sororidad y la conexión entre ellas.

FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN BIOMÉDICA DE CÓRDOBA

Creó el concurso de dibujo "La mujer y la niña en la ciencia 2026", dirigido a menores vinculados al entorno profesional del centro.



6.3. Nuevos formatos y experiencias de comunicación

Algunas organizaciones exploraron nuevos formatos que combinaban comunicación, participación y experiencia, ampliando el alcance de sus acciones.



HERMANDAD FARMACÉUTICA DEL MEDITERRÁNEO, S.C.L. (HEFAME)

Patrocinó por primera vez la Carrera de la Mujer del Ayuntamiento de Santomera, reforzando su implicación en iniciativas sociales vinculadas al 8M.

JOSÉ MARÍA LÁZARO S.A. (TAISI)

Desarrolló la acción participativa “Da la cara por la igualdad”, un mural colaborativo en el que las personas del equipo se representaron mediante siluetas personalizadas con mensajes y símbolos vinculados a su compromiso. La actividad incluyó ilustraciones en directo, realizadas por Diego Usón López, reforzando su dimensión creativa.

CORPORACIÓN DE RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A. S.M.E (RTVE)

Organizó, en el marco del Festival de Málaga, la mesa-conversación “Gracias, pioneras”, un formato híbrido vinculado al preestreno de la película “Pioneras: solo querían jugar”, que reunió a referentes del fútbol femenino en un diálogo intergeneracional.

FCC. AQUALIA, S.A.

Llevó a cabo la campaña participativa #AqualiaIgualdad, bajo el lema “Hazlo por ellas, únete a la corriente del cambio”, invitando a la ciudadanía a enviar fotografías simbólicas. Cada participación se traducía en “litros de compromiso”, vinculando la acción con un impacto real a través del apoyo al Programa Mujer de Fundación Adecco.

EMPRESAS Y ENTIDADES PARTICIPANTES





Este informe es el reflejo de un compromiso compartido: el de todas las organizaciones que, desde su ámbito de actuación, trabajan para construir entornos más justos, diversos e igualitarios. Cada iniciativa recogida demuestra que la igualdad no es una meta lejana, sino una realidad que se impulsa día a día a través de decisiones, acciones y personas que creen en el cambio.

Las empresas que forman parte de esta red no solo suman esfuerzos, sino que generan impacto colectivo, contribuyendo a transformar la sociedad desde lo cotidiano. Este camino continúa, y lo hace con la convicción de que avanzar en igualdad es avanzar como sociedad, de forma conjunta, sostenible y con propósito.

7.1. Empresas y entidades participantes

ANOVA IT CONSULTING, S.L.

MÉTODOS Y TECNOLOGÍA DE SISTEMAS Y PROCESOS S.L.

BROSETA ABOGADOS, S.L.P.

MAGTEL OPERACIONES, S.L.U.

FRESCOS Y ELABORADOS DELISANO, S.A.U.

GUADALTEL, S.A.

MARODRI S.L.

JUSTESA IMAGEN, S.A.U.

CENTRO DE FORMACIÓN EMPRESARIAL AURA, S.L.

ASECAL

3M ESPAÑA S.L.

AB AZUCARERA IBERIA, S.L.U.

ACCIONA (ENERGÍA)

ACCIONA (FACILITY SERVICES)

ACCIONA (AGUA)

ACCIONA (CULTURA)

ACCIONA (CONSTRUCCIÓN)

ACCIONA (INGENIERÍA)

ASOCIACIÓN CANARIA DE CENTROS DE FORMACIÓN PROFESIONAL (ACEPRO)

AENA S.M.E., S.A.

AGUAS DE SOLÁN DE CABRAS S.A.

**ALLIANZ SEGUROS Y REASEGUROS,
S.A.**

**GRUPO MASTER (ANUSCHEH MIS-
SAGHIAN SHIRAZI, S.L. + CENTRO
DE ESTUDIOS MASTER ANUSCHEH
DE CANARIAS, S.L.U.)**

FCC. AQUALIA, S.A.

ASOCIACIÓN AFES SALUD MENTAL

**ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS Y
EMPRENDEDORES DE LANZAROTE
(AEEL)**

**ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO
EDUCATIVO Y SOCIAL INTEGRA2**

AULA INTEGRAL DE FORMACIÓN

**AXA SEGUROS GENERALES, S.A. DE
SEGUROS Y REASEGUROS**

BANCO DE SABADELL, S.A.

BAXTER S.L.

BEEPLANET FACTORY S.L.

**GRUPO BORGES (BORGES AGRI-
CULTURAL & INDUSTRIAL NUTS,
S.A.U + BORGES AGRICULTURAL
INDUSTRIAL EDIBLE OILS, S.A.U.)**

**COMITÉ ESPAÑOL DE REPRESENTAN-
TES DE PERSONAS CON DISCA-
PACIDAD (CERMI)**

**COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE FINAN-
CIACIÓN DEL DESARROLLO, COFI-
DES, S.A., S.M.E.**

**COMISIONES OBRERAS REGIÓN DE
MURCIA**

CONCILIA2 SOLUCIONES S.L.

DELL COMPUTER S.A.

**DIREXIS TGO (TRANSPORTES GE-
NERALES DE OLESA, S.A.U.)**

DISA HOLDING ENERGÉTICO, S.L.U.

EL CORTE INGLÉS, S.A.

ENAGÁS, S.A.

ENDESA, S.A.

ENEQUIP SERVEIS INTEGRALS

**ESCUELA ANDALUZA DE SALUD
PÚBLICA**

FCC CONSTRUCCION, S.A

**FCC INDUSTRIAL E INFRAESTRUC-
TURAS ENERGETICAS, S.A.U**

**FEDERACIÓN PROVINCIAL DE
EMPRESAS DEL METAL Y NUEVAS
TECNOLOGÍAS DE LAS PALMAS
(FEMEPA)**

FEMXA FORMACIÓN S.L.U.

FERROVIAL CORPORACIÓN, S.A.

**FORMACIÓN OCUPACIONAL CA-
NARIA FOCAN S.L.**

**FORMACIÓN Y MANTENIMIENTO
TÉCNICO S.A.**

**FRATERNIDAD-MUPRESPA
MUACSS Nº275**

FUNDACION ADECCO

**FUNDACIÓN ALMERIENSE DE PER-
SONAS CON DISCAPACIDAD**

FUNDACIÓN CANARIA YRICHEN

**FUNDACIÓN DEL MUSEO GUGGEN-
HEIM BILBAO**

**FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGA-
CIÓN BIOMÉDICA DE CÓRDOBA**

**FUNDACIÓN DIAGRAMA INTER-
VENCIÓN PSICOSOCIAL**

J & A GARRIGUES, S.L.P.

GRUPO INNOVA (INGENIERÍA DE LA NORMALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN VALENCIANA, S.L.)

IBECON 2003 S.L.

GRUPO ILUNION S.L.

INETUM ESPAÑA, S.A.

ISASTUR INGENIERÍA, S.A.

GRUPO INSEM DESARROLLO DEL CONOCIMIENTO S.L.

ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES, E.P.E.

INDRA BUSINESS CONSULTING, S.L.U. (IBC)

INGENIERIA Y SUMINISTROS ASTURIAS, S.A

JOSE MARIA LAZARO S.A.-TAISI

HERMANDAD FARMACÉUTICA DEL MEDITERRÁNEO

IKEA IBÉRICA

INDRA SISTEMAS, S.A.(IS)

INSTITUT DE SERVEIS DE FORMACIÓ ASPASIA S.L.

KAIRÓS SOCIEDAD COOPERATIVA DE INICIATIVA SOCIAL

HIJOS DE LUIS RODRÍGUEZ S.A.

INSTITUTO CANARIO DE PSICOLOGÍA Y EDUCACIÓN S.A. (ICSE S.A.)

INDRA SOLUCIONES TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, S.L.U. (ISTI)

INSTITUTO EUROPA S.L.U.

MAHOU S.A.

MANTEQUERÍAS ARIAS, S.A.

METRO BILBAO, S.A.

MULTIANAU S.L.

**MUTUA BALEAR, MUTUA COLA-
BORADORA CON LA SEGURIDAD
SOCIAL Nº 183**

ORANGE ESPAGNE, S.A.U.

**ORGANIZACIÓN NACIONAL DE
CIEGOS ESPAÑOLES (ONCE)**

PAVAPARK MOVILIDAD, S.L.

**PAVASAL EMPRESA CONSTRUCTO-
RA, S.A.U.**

PLENA INCLUSIÓN ARAGÓN

**CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVI-
SIÓN ESPAÑOLA, S.A. S.M.E (RTVE)**

REALE SEGUROS GENERALES, S.A.

REDEIA CORPORACIÓN S.A.

REPSOL, S.A.

**S2 GRUPO SOLUCIONES DE SEGURI-
DAD, S.L.U**

SINTER IBÉRICA PACKAGING S.A.

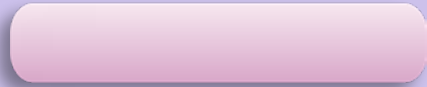
**SISTEMAS INFORMÁTICOS ABIER-
TOS, S.A.U.(SIA)**

**SOCIEDAD MIXTA DEL AGUA DE
JAEN, S.A. SOMAJASA**

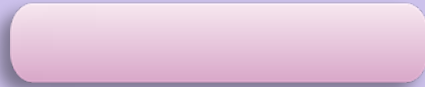
**TELFÓNICA MOVILES ESPAÑA SAU
+ TELFÓNICA SOLUCIONES DE IN-
FORMÁTICA Y COMUNICACIONES
S.A.U.**

**ASOCIACIÓN DE PERSONAS CON
DISCAPACIDAD-CENTRO ESPECIAL
DE EMPLEO VERDIBLANCA**

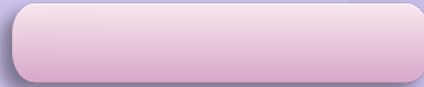
TIEBEL SOCIEDAD COOPERATIVA



TRBL SW & IP SERVICES, S.L



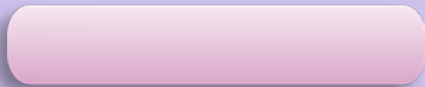
UNIÓN DE MUTUAS MCSS N.º 267



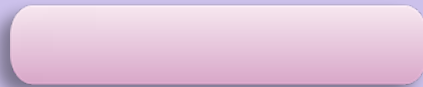
URBASER S.A.



VERDIMED, S.A.



**ADALID SERVICIOS CORPORATI-
VOS S.L.**



ADECCO FORMACIÓN, S.A.U.



**ADECCO TT SOCIEDAD ANÓNIMA
EMPRESA DE TRABAJO TEMPORAL**



CARAC SIGLO XXI, S.L.



CECABANK, S.A.

La igualdad no ocurre sola.
Ocurre cuando alguien decide impulsarla.