

CONTENIDOS:

OBJETIVOS

- Conocer diferentes herramientas a aplicar en el ámbito de las empresas para alcanzar el principio de igualdad en la organización: medidas, procedimientos, métodos y buenas prácticas.
- Describir las medidas de igualdad y no discriminación que cada empresa puede aplicar a su organización, a nivel general y mediante casos prácticos.
- Conocer los métodos analíticos, método de los pasos hacia la equidad e ISOS para evaluar en igualdad los sistemas de retribución y de valoración de puestos de trabajo.
- Elaborar un procedimiento para la prevención del acoso sexual y por razón de género.
- Aprender a comunicar en la organización evitando estereotipos y observando la igualdad de género, y elaborar un código deontológico no sexista.
- Identificar algunas de las iniciativas para la promoción de la imagen de la empresa en igualdad como son: el distintivo igualdad en la empresa, la certificación de igualdad de género y retributiva por AENOR, la iniciativa empresas por una sociedad libre de violencia de género o el programa Óptima.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

1.2. Nivel estratégico

1.2.1. Compromiso de la organización

1.3. Nivel estructural o procedimental

1.4. Procedimiento para la prevención del acoso sexual o acoso por razón de sexo

1.4.1. Formato del procedimiento para la prevención del acoso sexual o acoso por razón de sexo

1.4.2. Cómo se aborda un problema de acoso sexual

1.5. Reuniones con perspectiva de igualdad

1.6. Medidas de igualdad

1.7. Buenas prácticas

1.8. Indicadores

2. MEDIDAS DE IGUALDAD

2.1. Introducción

2.2. Procesos de reclutamiento y selección

2.2.1. Medidas de igualdad

2.2.2. Indicadores para medir el éxito de las medidas de igualdad en selección

2.3. Contratación e incorporación al puesto de trabajo

2.4. Retribución

2.4.1. Cálculo de la brecha salarial

2.4.2. Análisis de la retribución para corregir desigualdades en base al género

2.4.3. Auditorías

2.5. Promoción y desarrollo profesional

2.5.1. Medidas de visibilización del talento femenino y networking

2.5.2. Medidas de formación interna y atracción del talento femenino en puestos y áreas masculinizadas

2.6. Corresponsabilidad

2.6.1. Medidas de flexibilidad del espacio

2.6.2. Medidas de flexibilidad del tiempo

2.6.3. Medidas relativas a beneficios sociales

2.6.4. Medidas relativas a permisos legales

2.7. Seguridad laboral

2.8. Para prevenir el acoso sexual

2

2.8.1. Compromiso de la dirección de la empresa

2.8.2. Elaboración de campañas de sensibilización e información

2.8.3. Realización de acciones formativas

2.9. Para evitar la violencia de género

2.9.1. Objetivos

2.9.2. Indicadores

3. MÉTODOS DE EVALUACIÓN

3.1. Introducción

3.2. Método analítico para evaluar en igualdad el sistema de valoración de puestos de trabajo

3.2.1. Descripción de puestos de trabajo

3.2.2. Definición de los puestos de referencia

3.2.3. Establecimiento de los factores de valoración o ponderación de los puestos de trabajo

3.2.4. Definición de niveles en el sistema de valoración de puestos de trabajo

3.2.5. Elaboración del sistema de valoración de puestos de trabajo

3.2.6. Análisis de género del sistema de valoración de puestos de trabajo

3.3. Método analítico aplicado al sistema de retribución y determinación de salarios

3.4. Evaluación del desempeño aplicando el principio de igualdad

3.5. Otros métodos para evaluar en igualdad el sistema de retribución y de valoración de puestos de trabajo

3.5.1. Método de los pasos hacia la equidad salarial

3.5.2. ISOS: un método de evaluación de empleos no sexista

3.5.3. NJC JES - Sistema de Evaluación de Empleos del Consejo Conjunto Nacional del Reino Unido

4. BUENAS PRÁCTICAS EN IGUALDAD

4.1. Introducción

4.2. Selección y contratación: currículum ciego IKEA

4.3. Retribución: análisis de brecha salarial en Soemca Empleo, S.L.

4.4. Promoción y desarrollo profesional

4.4.1. BBVA: eliminar la segregación vertical y horizontal mediante el currículum ciego en la promoción interna

4.4.2. AXEL SPRINGER: conciliación y promoción profesional

4.5. Aumentar la participación de la mujer en áreas en que existe infrarrepresentación: eliminar segregación horizontal

4.5.1. Kleemann Hellas SA. Eliminación de estereotipos mediante la declaración de diversidad por parte de la dirección de la empresa

4.6. Buenas prácticas en comunicación y publicidad

4.6.1. REPSOL: eliminación de estereotipos

4.6.2. Leroy Merlin: cambio en el rol de género

4.6.3. CEFA: cambio en el rol de género

5. COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

5.1. Introducción

5.2. Plan de comunicación de la igualdad

5.3. Publicidad y código deontológico no sexista

5.3.1. Publicidad sexista

5.3.2. Ejemplos de publicidad sexista

5.3.3. Código deontológico no sexista

6. PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DE LA EMPRESA EN IGUALDAD

6.1. Introducción

6.2. Distintivo igualdad en la empresa (DIE)

6.3. Certificación de igualdad de género y retributiva por AENOR

6.4. Empresas por una sociedad libre de violencia de género

6.5. Programa Optima.

OBJETIVOS:

Conocer la evolución histórica de los roles de género y los grandes hitos en materia de igualdad.

Conocer la situación actual de participación de las mujeres a nivel económico y social.

Aprender cuáles son los objetivos que se plantean las diferentes iniciativas y foros a nivel internacional, para progresar en materia de igualdad.