



Ayuntamiento de Lebrija

**GUÍA INFORMATIVA PARA INCORPORAR LA PERSPECTIVA DE
GÉNERO EN EMPRESAS. COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
INCLUSIVOS.**

AYUNTAMIENTO DE LEBRIJA

INVÉNTATE TU **FUTURO**

Estructura de la guía

1.- Presentación de la Guía.

2.- Transversalización de la perspectiva de género en el proyecto empresarial.

3.- Lenguaje inclusivo.

4.- Algunos conceptos.

1.- Presentación

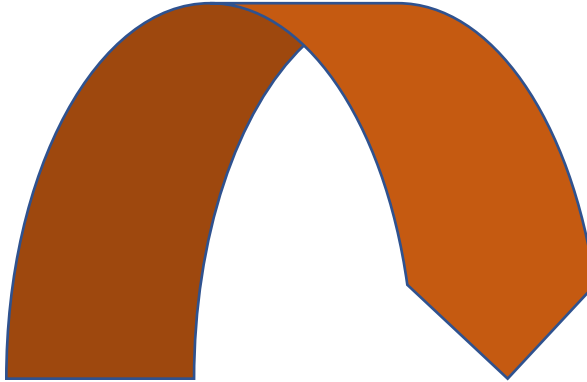
Esta Guía para incorporar la perspectiva de género se desarrolla con el objetivo de sensibilizar sobre la importancia de fomentar el emprendimiento con perspectiva de género y ayudar a su implantación. Y, buscando que sea un instrumento práctico, identificando medidas concretas y alcanzables que faciliten a que las personas jóvenes generen cambios en la percepción sobre el emprendimiento y la presencia equilibrada en el mundo empresarial y laboral. “Dentro de la 9ª edición Invéntate tu futuro”.

La presente guía tiene como objetivo servir de material de apoyo y sensibilización para la incorporación de la perspectiva de género y medidas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en las empresas desde el momento de definición del plan de empresa o proyecto empresarial, y como tal está destinada a emprendedoras y emprendedores.

2.- Fases del proyecto empresarial



PAUTAS Y ESTRATEGICAS



Incorporación de la perspectiva de género



Visibilizar de forma positiva las ventajas de integrar el respeto por la igualdad.



Proyecto empresarial

Idea de negocio



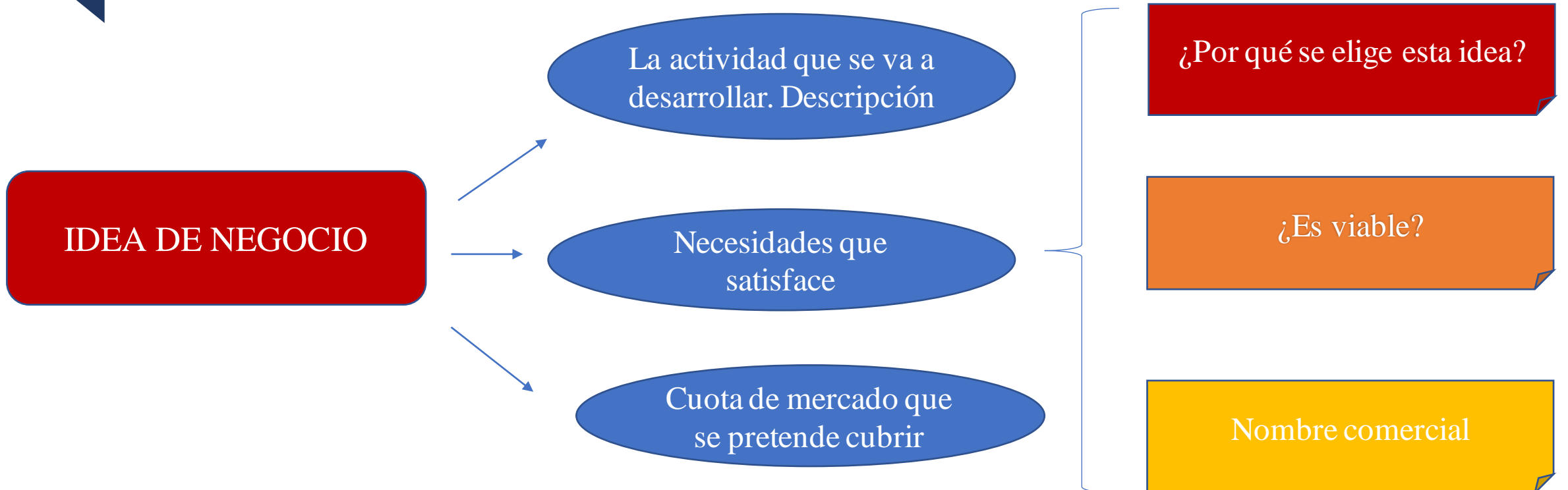
Plan de empresa



Definición de estrategias de gestión de recursos humanos



Fase 1.- Identificación del proyecto



Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de Identificación del proyecto

1. Se debe evitar que el nombre comercial del negocio contribuya al refuerzo de los roles de género tradicionales o resulte sexista.
“Peluquería Pepita- Fontanería Antonio”

2.- Si las necesidades que cubre se presentan de forma diferente en mujeres y hombre.

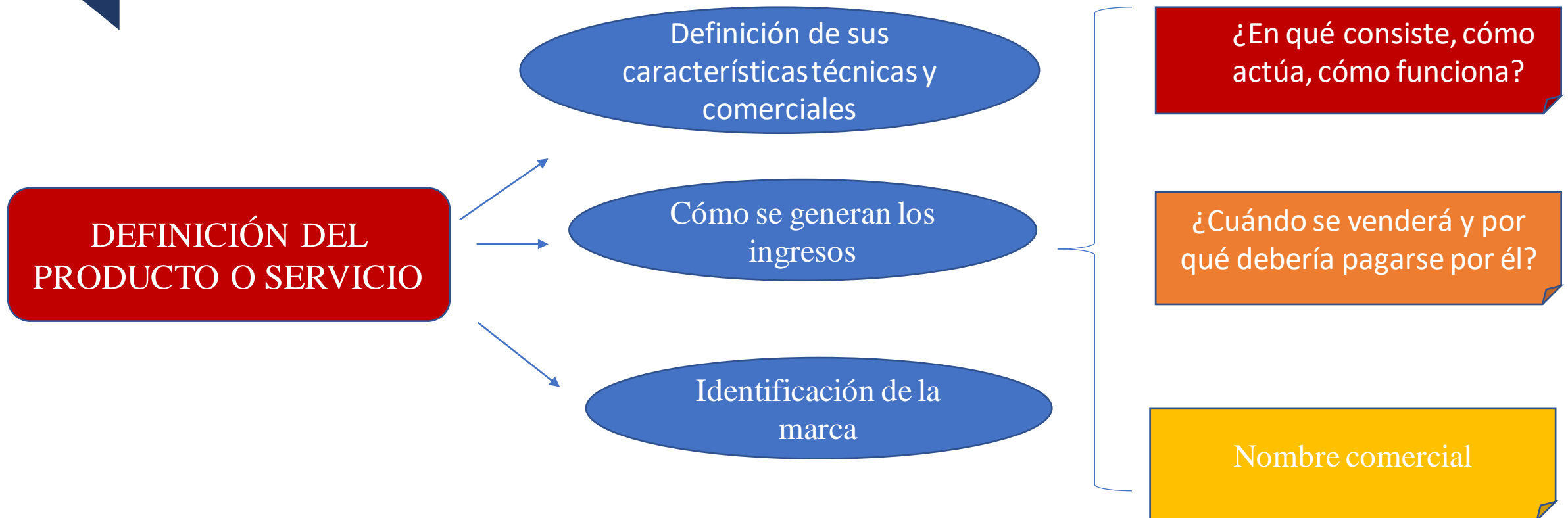
Ejemplo: En nuestro gimnasio pretendemos guiar hacia un estilo de vida más saludable a través de un seguimiento personalizado dado que tenemos distintos hábitos de vida. Se ofrecen distintas actividades complementarias; servicio de guardería, lavandería y posibilidad de comprar los menús diarios de toda la familia.

3. Si la actividad pertenece a un sector masculinizado se trabajará los posibles estereotipos a los que deberán de enfrentarse, eliminando la barreras internas que pudieran surgir fruto de la 'socialización diferenciada', y trabajando las barreras exteriores que se van a encontrar.

Ejemplo: Evitar descripciones con estereotipos sexistas. Ejemplo: “Todas las niñas pueden realizar sus sueños de ser bailarinas en este centro de danza”.

Fase 2.- Definición del producto o servicio

El siguiente paso en la elaboración del plan de empresa es la descripción del producto o servicio que la empresa pretende vender, especificando las necesidades que satisface, lo que aporta de novedoso, sus funciones.



Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de **Definición del producto o servicio**

1. La definición del producto o servicio condiciona el éxito de venta del mismo, conocer el producto y visualizar las necesidades que cubre con un análisis diferenciado por sexos.

Ejemplo: Cristina ha decidido montar una clínica veterinaria y ha detectado que su clientela son mujeres, trabajadoras. Por lo que va a ofrecer el servicio de recogida y transporte. “Te recogemos a domicilio tu mascota”!

2. Cuidar el lenguaje, intentando no caer en expresiones y usos sexistas, tanto en la redacción, como en los nombres de los productos o servicios y/o en el análisis de necesidad poblacional. También se debe poner el mismo cuidado a la hora de diseñar la marca, para que consigamos acabar con la perpetuación de los roles sexistas.

Ejemplo: Un emprendedor decide abrir un negocio de productos ecológicos dirigidos a mujeres en etapas de lactancia. Su eslogan lo dirigió a hombres y mujeres. “**Para vosotros y vosotras que os preocupáis por el bienestar**”.

Fase 3: El mercado: la clientela y la competencia

EL MERCADO: CLIENTELA Y LA COMPETENCIA

Clientela

Competencia

Tendencias

Estilos de vida de
hombres y de mujeres

Análisis de la clientela y
formas de consumo de
hombres y de mujeres

Analizar los roles
asignados a hombres y
a mujeres

Valoraciones diferenciadas de las
necesidades, demandas, hábitos de
compra y consumo de ambos
sexos.

Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de **El mercado: la clientela y la competencia**

1. Estudiamos el mercado con **datos desagregados por sexo** en todos los análisis prospectivos que se realicen (datos estadísticos de mujeres y hombres: nivel económico, cultural, estilo de vida).

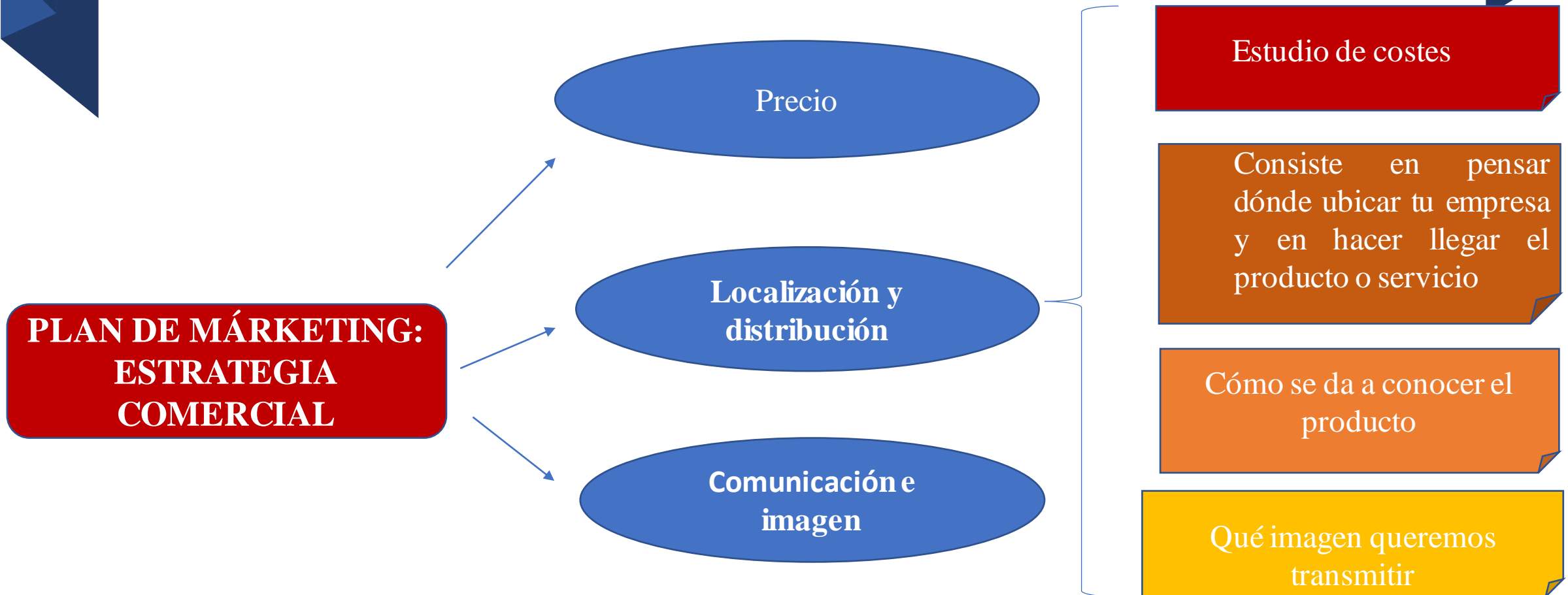
2. Se **analizan las demandas y necesidades** de mujeres y hombres, teniendo en cuenta los roles asumidos.

3. Tener en cuenta los distintos hábitos de consumo según sexos y otras variables demográficas, analizar las posibles necesidades no cubiertas según sexo.

4. Eliminar los estereotipos que asocian a las mujeres como consumidoras y compradoras de determinados productos y a los hombres con otros.

Ejemplo: Un GIMNASIO PARA PERSONAS MAYORES. La población de mayores de 65 años ha crecido en el último años, el número de mujeres es mayor que el de hombres. Son más las mujeres que viven solas que hombres, a partir de esa edad. El ocio está más arraigado en hombres que en las mujeres y ellas mantienen con más frecuencia el cuidado con otros familiares. Para ellos el placer y el bienestar son motores válidos para invertir dinero, ellas suelen hacerlo por salud y/o recomendación médica.

Etapa 4: Plan de marketing: estrategia comercial



Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de **Plan de marketing: estrategia comercial**

1. El uso del dinero también está sexuado y a muchas mujeres aunque hayan alcanzado la autonomía, su modelo está ligado la incondicionalidad que repercute en que sean más sensibles al factor precio.

2.- Al trabajar la ubicación de la empresa hay que tener en cuenta que en bastantes ocasiones las mujeres disponen menos del coche. Y recurren en mayor medida al transporte público.

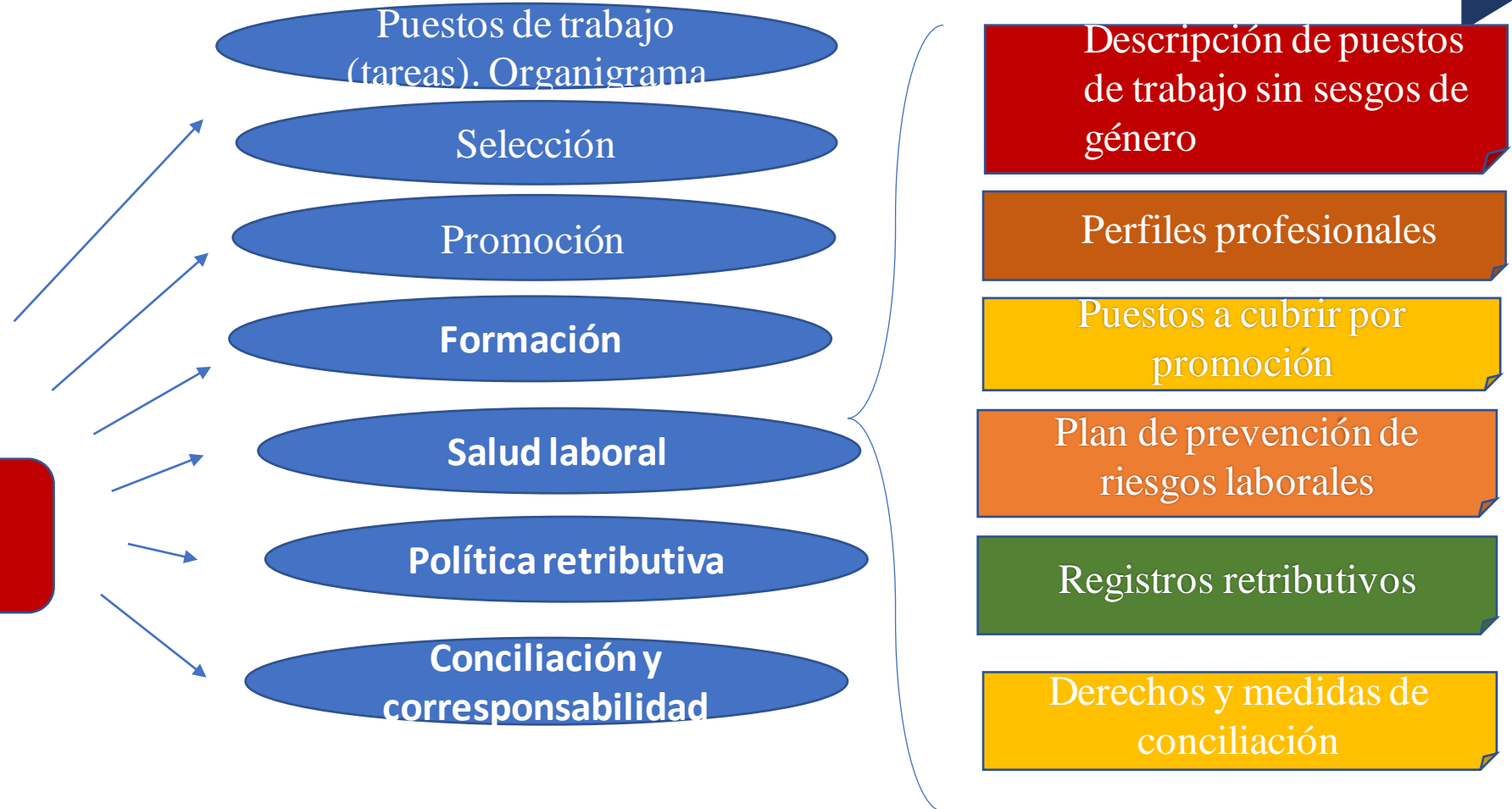
3. Es recomendable conocer el uso diferente de los canales de comunicación hacen mujeres y hombres.

4. En publicidad es especialmente importante no usar un lenguaje o imágenes sexistas ni que reproduzcan estereotipos de género

Ejemplo: **María** es formadora en un pueblo, imparte cursos de formación dirigidos fundamentalmente a mayores, utiliza diferentes vías de comunicación para lo que ha observado los usos del tiempo, espacio, medios de comunicación, y hábitos diferenciados por sexo de las personas que habitan este territorio. Así, utilizará la radio local centrando sus anuncios en el horario de mañana y mediodía que son los horarios en los que las mujeres mayores más utilizan la radio. También paga una cuña antes de las noticias de la semana para asegurarse animar a los hombres

Fase 5: Plan de organización de los recursos humanos

Plan de organización de los recursos humanos



Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de **Plan de organización de los recursos humanos**

Perfiles profesionales y Selección de personal

- Elaboración objetiva de perfiles profesionales de los puestos de trabajo, que no incluyan criterios como el sexo, la situación familiar o la edad.
- Definición de estrategias de difusión de ofertas de empleo que lleguen a mujeres y hombres por igual:
 - o Uso de canales de comunicación de igual acceso para mujeres y hombres.
- Utilización de un lenguaje no sexista, que visibilice que la oferta de empleo se dirige tanto a hombres como a mujeres.
- Establecimiento de pruebas de selección objetivas que evalúen las capacidades, la cualificación, la aptitud necesarias para el puesto eliminando factores subjetivos.
- En el caso de que se realicen entrevistas, se deben realizar las mismas preguntas a todas las personas candidatas, tratando de garantizar la objetividad en la evaluación de las respuestas y de ceñirse a cuestiones relacionadas únicamente con la formación, experiencia y habilidades para el desarrollo del puesto.
- Establecer acciones positivas para contratar al sexo menos representado.



Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de **Plan de organización de los recursos humanos**

Organigrama

Garantizar la distribución proporcional de mujeres y hombres según categorías profesionales, evitando la segregación horizontal (concentración de mujeres en ocupaciones femeninas y hombres en las masculinas)

Garantizar la distribución proporcional de mujeres y hombres según categorías profesionales, evitando la segregación vertical (concentración de hombres en puestos de responsabilidad y mujeres en puestos de menor responsabilidad)



Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de Plan de organización de los recursos humanos

Establecer criterios y pruebas de promoción que garanticen la igualdad de oportunidades de las personas aspirantes independientemente de su sexo (difusión de la vacante a todo el personal, pruebas centradas en la evaluación de las capacidades para el puesto).



Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de **Plan de organización de los recursos humanos**

Formación



- **Partir de un análisis desagregado de las necesidades e intereses, teniendo en cuenta las demandas de toda la plantilla.**
- **Plantear la formación como una estrategia de intervención en igualdad, de cara a reducir los posibles desequilibrios en la presencia de mujeres y hombres en los distintos puestos y niveles de responsabilidad de la organización.**
- **Valorar positivamente la formación en género de las personas o entidades que van a impartir la formación a la hora de la selección del profesorado, así como la utilización de un lenguaje no sexista en manuales u otros materiales formativos y en el plan de formación.**
- **Facilitar la participación en las acciones formativas a través de la formación en horario laboral y la formación a distancia.**

Ejemplo: La empresa...X incorpora en el Plan de Formación dirigido al nuevo personal empleado, un módulo para la formación y sensibilización sobre la igualdad, y en la capacitación en dirección de equipos.

Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de Plan de organización de los recursos humanos

Los puestos masculinizados suelen poseer un mayor porcentaje de accidentes laborales, pero se invisibiliza que en los puestos feminizado suelen predominar riesgos posturales, de movimientos repetitivos, monotonía...).

Diseñar los puestos de trabajo de forma ergonómica para que se adapten a las características de trabajadoras y trabajadores.

- Vigilar la salud reproductiva, teniendo en cuenta los posibles riesgos en situación de embarazo o lactancia, y adoptando en su caso las medidas necesarias (adaptación de las condiciones de trabajo, cambio de puesto, suspensión de contrato por riesgo).
- Prevenir y actuar ante de situaciones de acoso sexual o por razón de sexo, estableciendo protocolos de actuación en los que se plasme el rechazo a estos comportamientos, se definan los cauces de denuncia y medidas cautelares, los procedimientos informales y formales de intervención y el régimen disciplinario y sancionador.

La Empresa Municipal de la vivienda tiene una adecuación ergonómica del mobiliario, utensilios, que usa la plantilla en sus tareas cotidianas a las características corporales específicas de mujeres y hombres, y ha puesto en marcha un procedimiento de prevención e intervención ante situaciones de acoso sexual o por razón de sexo.

Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de Plan de organización de los recursos humanos

Política retributiva

Establecer sistema transparente de retribuciones: salarios, pluses y complementos que garantice la igualdad retributiva para trabajos de igual valor.

Ejemplo: En Industrias de la madera, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de los salarios desde la perspectiva de género durante el año pasado. Tiene 200 personas en plantilla, divididas en 10 departamentos. Cada departamento recibió formación en igualdad salarial y en los métodos a utilizar para evaluar los requerimientos y tareas de cada puesto de trabajo. De esta manera se intentaba definir qué personas hacían trabajos idénticos o de igual valor. Los trabajos se dividieron en categorías preestablecidas, así, por ejemplo, se agruparon aquellos que podían ser muy distintos a primera vista pero que implicaban idénticos niveles de exigencia y la misma dificultad en su realización.

Una vez clasificados los puestos de trabajo se procedió a examinar los salarios. La revisión salarial realizada tuvo una buena aceptación entre el personal de la empresa y, a partir de aquí, se diseñaron y llevaron a cabo acciones para corregir las desviaciones detectadas.

Recomendaciones para la aplicación de la perspectiva de género en la fase de **Plan de organización de los recursos humanos**

Conciliación y corresponsabilidad

Plantear la conciliación como una estrategia que contribuye a mejorar la productividad, diseñando medidas de ajustadas a la realidad de cada empresa, teniendo en cuenta las características organizativas específicas y las necesidades concretas del personal.

Ejemplo de medidas de conciliación: compromiso de reducción al mínimo de horas extraordinarias, mejora de los permisos reconocidos legalmente, flexibilidad horaria, teletrabajo, facilidad para realizar cambios de turno, jornada laboral comprimida, aumentando el tiempo de la jornada diaria para disfrutar de medio día o un día entero libre extra a la semana.



3.- LENGUAJE INCLUSIVO

- 1. Genéricos.

Lenguaje no inclusivo: Los trabajadores de mi empresa son comprometidos.

Lenguaje inclusivo: La Plantilla de mi empresa es comprometida.

- 2. Colectivos. emplear siempre que sea posible sustantivos colectivos, pues evitan la ambigüedad del masculino genérico y no lentifican el discurso.

Lenguaje no inclusivo: Se necesitan profesores para jefes de estudio.

Lenguaje inclusivo: Se necesita personal docente para jefatura de estudio.

- 3. Abstractos. En ocasiones se puede aludir al cargo, profesión o titulación en vez de a la persona que lo desempeña.

Lenguaje no inclusivo: Se requiere experiencia como jefe de departamento.

Lenguaje inclusivo: Se requiere experiencia de jefatura de departamento.

- 4. Perífrasis.

Lenguaje no inclusivo: Se necesita un titulado superior y con máster.....

Lenguaje inclusivo: Se necesita una persona titulada superior y con máster...

LENGUAJE INCLUSIVO



5. Desdoblamientos: cuando no tengamos otro recurso (el niño y la niña, la profesora y el profesor...).



6. Barras (datos del/de la interesado/a, el/la funcionario/a ...). Se puede dar en formularios....

Otras construcciones no sexistas

LENGUAJE
INCLUSIVO

- Omitir el determinante ante sustantivos de forma única.
 - **Lenguaje no inclusivo: Se necesita un periodista.**
 - **Lenguaje inclusivo: Se necesita periodista.**
- Emplear determinantes sin marca de género.
 - **Lenguaje no inclusivo: Todos los trabajadores.....**
 - **Lenguaje inclusivo: Cada trabajador**
- Recurrir a pronombres sin marca de género.
 - **Lenguaje no inclusivo: Los interesados pueden enviar el CV.....**
 - **Lenguaje inclusivo: quienes estén interesados pueden enviar.**
- Optar por la simetría. Emplear el masculino y femenino en las profesiones.
Ingeniera/ingeniero.
 - **Lenguaje no inclusivo: Ana es ingeniero informático.**
 - **Lenguaje inclusivo: Ana es ingeniera informática.**

Para un uso no sexista del lenguaje visual, se recomienda:

1.- Evitar tomar como modelo único y universal la figura masculina en la representación del conjunto social:

Figuras femeninas y masculinas representativas de toda la población, por ejemplo, practicando deporte.

2.- Mostrar a la Mujer en imágenes que hacen referencia al conjunto social o a actividades y ámbitos alejados de sus roles tradicionales de género:

Figura femenina en, por ejemplo, una prueba de conducción de alta precisión.

3.- Equilibrar la aparición y tamaño de las figuras femeninas y masculinas:

Conjunto o sucesión de imágenes en las que mujeres y hombres aparecen en la misma actividad y alternativamente.

4.- Ordenar equilibradamente la posición de las figuras femeninas y masculinas en la imagen:

No situar a las mujeres en segundo plano, mostrarlas en un papel activo y en conjunto con las figuras masculinas.

5.- Representar la diversidad cultural, edad, físico ...

Utilizar imágenes de personas de diferente edad, sexo, físico ...

6.- Diseñar los iconos y logos institucionales evitando una interpretación androcéntrica: iconos neutros, inclusivos y equitativos.

No utilizar representaciones sesgadas que lleven a una identificación exclusivamente androcéntrica.

4.-Algunos conceptos

GENERO: Concepto que hace referencia a las diferencias sociales entre hombres y mujeres que han sido aprendidas, cambian con el tiempo y presentan grandes variaciones tanto entre diversas culturas como dentro de una misma cultura. “Es la construcción psicosocial del sexo”.

SEXO: Características biológicas que distinguen al macho de la hembra.

PERPECTIVA DE GÉNERO:

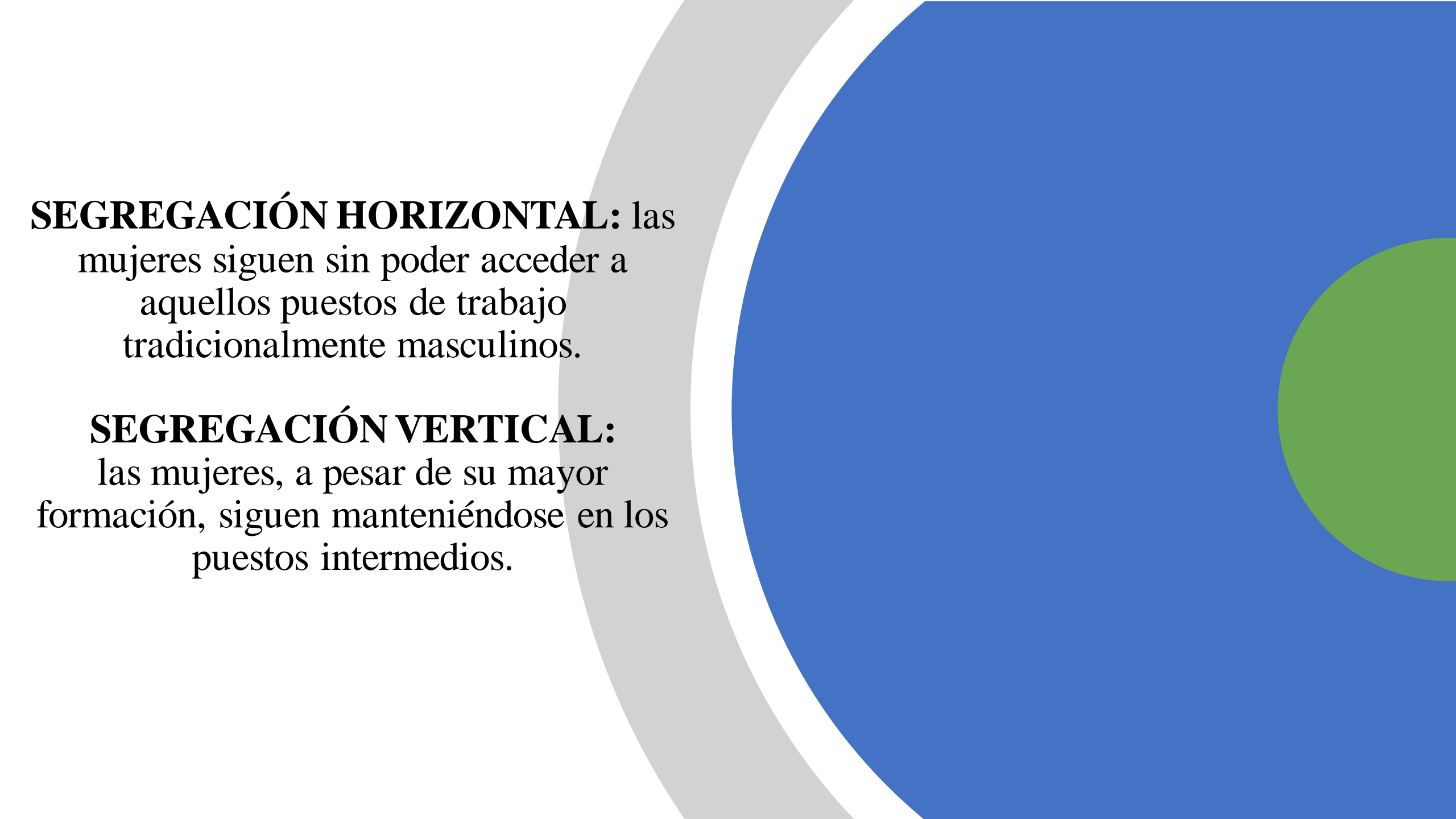
La expresión “perspectiva de género” fue utilizada por primera vez por la antropóloga norteamericana Gayle Rubin, para indicar el conjunto de operaciones mediante las cuales una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana. De este modo, el término género ha pasado a indicar la cualidad fundamentalmente social de las distinciones basadas en el sexo.

ANÁLISIS DE GÉNERO:

Estudio de las diferencias de condiciones, necesidades, índices de participación, acceso a los recursos y desarrollo, control de activos, poder de toma de decisiones, etc., entre hombres y mujeres debidas a los roles que tradicionalmente se les ha asignado.

ROLES ESTABLECIDOS EN FUNCIÓN DEL SEXO:

Pautas de acción y comportamiento asignadas a hombres y a mujeres, respectivamente, y que rigen las relaciones entre las personas, y según las cuales se atribuyen a unos y otras distintos trabajos y valor, responsabilidades y obligaciones.



SEGREGACIÓN HORIZONTAL: las mujeres siguen sin poder acceder a aquellos puestos de trabajo tradicionalmente masculinos.

SEGREGACIÓN VERTICAL: las mujeres, a pesar de su mayor formación, siguen manteniéndose en los puestos intermedios.

La confusión entre sexo y género es la principal causa de la discriminación que sufren las mujeres. La asociación que se hace entre esos dos conceptos perpetúa un sistema de valores anquilosado, estereotipado, que sólo conlleva a una pobre estructuración de todos los ámbitos de la sociedad.

Son la base del sexismo, las mujeres han de comportarse como el género femenino (“las niñas no dicen palabrotas”) y los hombres como el género masculino (“los niños no lloran”). Estas diferencias son totalmente impuestas, y por lo tanto, antinaturales.



Ayuntamiento de **Lebrija**

