

RS: Responsabilidad Social – Modelos de aplicación Parte 7. – Gestión de la diversidad

La diversidad es uno de los principios básicos de la Unión Europea y fue una de las fuerzas que impulsaron el proceso de la integración europea. Hace referencia a un grupo de prácticas voluntarias que reconocen y toleran las diferencias. Los principales objetivos de la Comisión Europea consisten en impedir que las personas sufran ningún tipo de discriminación por su origen racial o étnico, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual.

Todas las empresas europeas se enfrentan a un nuevo reto: la oferta de una mano de obra globalizada y unas demandas del cliente que están cambiando drásticamente (Fig. 1).

La Diversidad enseña a los negocios a explotar las diferencias tanto en el mercado laboral como en la clientela a fin de mejorar la competitividad y poder hacer frente a los cambios. Se trata que las empresas piensen de manera más inteligente sobre lo que hacen y adopten un enfoque de gestión empresarial más lógico, en lugar de guiarse por el instinto que hace que se expongan a riesgos innecesarios.



Fig. 1. Programa de la Unión Europea por la Diversidad

CHARTER DE LA DIVERSIDAD

Uno de los modelos de aplicación de la responsabilidad social en las organizaciones que aborda de pleno la gestión de la diversidad es el Charter de Diversidad, código de compromiso que firman con carácter voluntario las empresas e instituciones de un mismo país, independientemente de su tamaño, para fomentar su compromiso hacia:

- Los principios fundamentales de la igualdad.
- El comportamiento de respeto al derecho de la inclusión de todas las personas, independientemente de sus perfiles diversos, en el entorno laboral y en la sociedad.
- El reconocimiento de los beneficios que brinda la inclusión de la diversidad cultural, demográfica y social en su organización.
- La implementación de políticas concretas para favorecer un entorno laboral libre de prejuicios en materia de empleo, formación y promoción.
- El fomento de programas de no-discriminación hacia grupos desfavorecidos.

Más de **340** las entidades se han adherido al Charter de la Diversidad en España

Se trata de un proceso gratuito, ya que todas las empresas pueden manifestar su compromiso con los principios del Charter sin coste alguno, y comprometido, con la necesidad de extender este mensaje a todo el entorno de la empresa – empleados, clientes, proveedores – para fomentar una comunidad que comparta los mismos principios y por tanto potencia la calidad de vida y de trabajo de las personas y sus organizaciones. Como resultado de las Directivas que la Unión Europea adoptó en el 2000 sobre igualdad y anti-discriminación, la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Igualdad de Oportunidades de la Comisión Europea está liderando varias iniciativas para fomentar la gestión y la inclusión de la diversidad en todas las organizaciones -públicas y privadas- con el fin de mejorar la competitividad económica, cumplir con las normativas legales, así como mejorar la calidad de vida profesional y social de todas las personas que residen en la Unión Europea (Fig. 2).

Además de España, en Europa, existen charter de diversidad en Alemania, Bélgica, Italia y Francia.

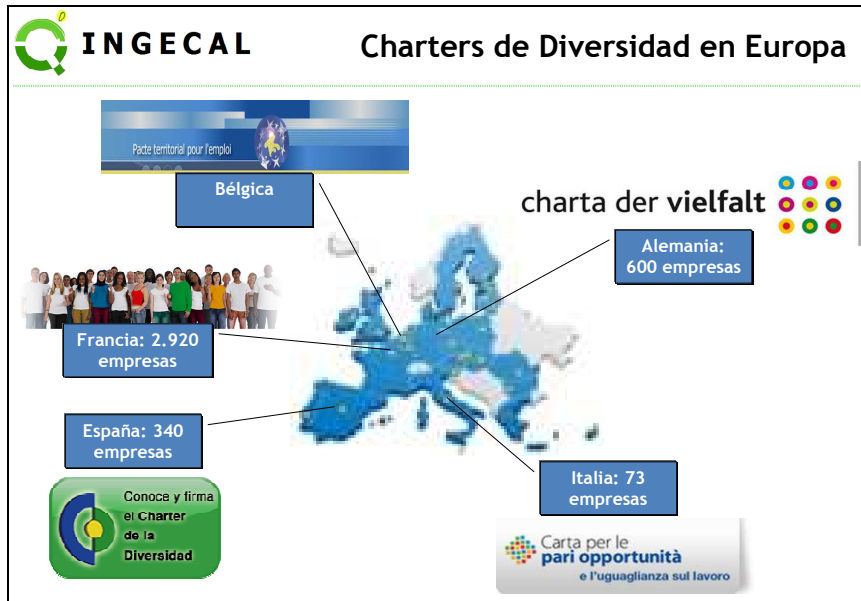


Fig. 2. Charters de la Diversidad en Europa.

La creación del “Charter de Diversidad - España” se enmarca dentro de las Directivas de anti-discriminación de la UE y tiene como objetivo:

- Fomentar prácticas de gestión e inclusión de la diversidad en las empresas e instituciones españolas (de todo tamaño y de todos los sectores),
- así como en entidades públicas (a nivel nacional, regional y local), como eje estratégico para su mayor eficacia y competitividad.
- promover el desarrollo de investigaciones y enseñanza de este conocimiento en el mundo académico,
- y propiciar el intercambio de buenas prácticas entre todos los agentes sociales.

El derecho que tienen todos los ciudadanos y residentes en la Unión Europea a tener igualdad de oportunidad en el acceso, promoción y salario en el mundo laboral, al margen de su diversidad e género, raza, nacionalidad de origen, edad, discapacidad, orientación sexual, estatus familiar, religión.

El derecho que tienen todas las personas, independientemente de sus perfiles diversos a la conciliación de su vida profesional, familiar y personal.

Como firmante del Charter uno de los compromisos que se adquiere es:

- Extender y comunicar el compromiso hacia el personal.
- Extender y comunicar el compromiso a terceros, entidades, empresas proveedoras y clientes.
- Extender y comunicar el compromiso a administraciones, organizaciones empresariales, sindicatos y demás agentes sociales.

Contenido del Charter para la diversidad

El incremento de la diversidad es el gran cambio social del siglo XXI. Hoy en día, ningún colectivo humano puede dar la espalda a evidencias como la consolidación de la mujer en el mercado de trabajo, el incremento de la población inmigrante, la ampliación del abanico de culturas, estilos de vida personal o las diferencias de orientación sexual. En este contexto, la dirección de personas en las organizaciones debe romper con la noción, subyacente en muchas prácticas tradicionales, de que la comunidad de personas que trabajan en la organización constituye una categoría homogénea, indiferenciada. Por el contrario, debemos asumir que las plantillas están compuestas por individuos muy diferentes en habilidades personales, así como en otros factores demográficos, culturales y sociales. Se hace más probable, por lo tanto, la interacción entre trabajadores con necesidades, actitudes, valores, motivaciones y potenciales de contribución muy diferentes.

Las empresas que voluntariamente son signatarias del Charter de la Diversidad respetan las normativas vigentes en materia de igualdad de oportunidad y anti-discriminación, y asumen los siguientes principios básicos (Fig. 3):

Sensibilizar: los principios de igualdad de oportunidades y de respeto a la diversidad deben estar incluidos en los valores de la empresa y ser difundidos entre los empleados.

Avanzar en la construcción de una plantilla diversa: la empresa debe fomentar la integración de personas con perfiles diversos (independientemente de su género, orientación sexual, raza, nacionalidad, procedencia étnica, religión, creencias, edad, discapacidad, etc.).

Promover la inclusión: la integración debe ser efectiva, evitándose cualquier tipo de discriminación (directa o indirecta) en el trabajo.

Considerar la diversidad en todas las políticas de dirección de las personas: la gestión de la diversidad no debe ser una práctica de recursos humanos más, sino un factor transversal, que se encuentre en la base de todas las decisiones que se tomen en éste ámbito.

Promover la conciliación a través de un equilibrio en los tiempos de trabajo, familia y ocio: las organizaciones deben establecer mecanismos que permitan la armonización de la vida laboral con la vida familiar y personal de todos los trabajadores.

Reconocer la diversidad de los clientes: las organizaciones deben conocer el perfil de los clientes, reconociendo que su diversidad también es una fuente de innovación y desarrollo.

Extender y comunicar el compromiso hacia los empleados: el compromiso que la organización adquiere al ser signataria del Charter de la Diversidad debe ser compartido transversalmente por toda la empresa.

Extender y comunicar el compromiso a las empresas proveedoras: invitándoles a unirse a la comunidad de empresas que en España se adhieren al compromiso voluntario que promueve el Charter.

Extender y comunicar este compromiso a administraciones, organizaciones empresariales, sindicatos, y demás agentes sociales.

Reflejar las actividades de apoyo a la no discriminación, así como los resultados que se van obteniendo de la puesta en práctica de las políticas de diversidad en la memoria anual de la empresa.

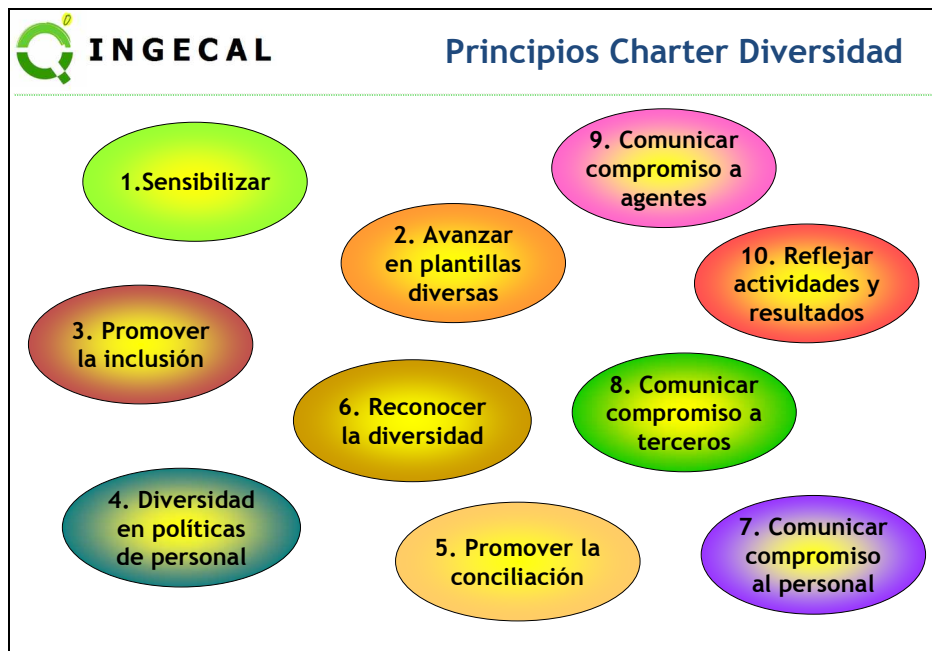


Fig. 3: Principios básicos del Charter de la Diversidad en España.



Charters en Europa

Ya hay operativos 5 Charter de la Diversidad en la Unión Europea (Fig. 2) y varios en constitución. El objetivo de la Comisión es que hayan Charters en cada uno de los 27 estados miembros de la Unión en el horizonte del 2010.

Cada Charter es local. Su texto, contenido, actividades y estructura responden a las realidades y necesidades de cada país. Si una empresa tiene operaciones en otros países puede pedirle a esas filiales que se pongan en contacto con la entidad que coordina las actividades del Charter en ese país para que pueda firmar el Charter local y participar en sus actividades.

Sugerencias principales de la Unión Europea para gestionar la diversidad en las pymes:

La Unión Europea se ha posicionado claramente a favor de promover la gestión de la diversidad. En la guía “Diversidad en el trabajo: una guía para las pymes” se definen los 8 principios básicos de actuación:

1. Examine su negocio

Tómese el tiempo necesario para analizar los puntos fuertes y débiles, las amenazas, y las oportunidades (DAFO) para su negocio en relación con:

Mano de obra: aptitudes, experiencia, conocimientos, cultura, edad, sexo y origen étnico; nuevas ideas (innovación) y talentos procedentes de un grupo más diverso.

Contratación: ¿cómo lo hace, si lo hace?, ¿se ha contratado a la persona adecuada a la persona equivocada?, ¿se basa en las recomendaciones verbales y en su instinto o adopta un enfoque más formal y lógico?

Formación: ¿ofrece formación, debería ofrecerla, obtiene el máximo rendimiento de los empleados y estimula su moral?, ¿existe algún programa externo que pueda ayudarle?

Comunicación: cómo saben los empleados lo que están haciendo o cómo deben comportarse con sus compañeros y clientes, ¿puede todo el mundo aportar ideas?

Tipo de gestión: ¿en quién recae la responsabilidad? ¿podría hacerse de manera diferente u organizarse mejor, ¿cómo puede utilizar mejor su tiempo y el de sus empleados?

Clientes: ¿desea contar con una clientela más amplia? ¿tienen sus clientes la oportunidad de aportar sus ideas? ¿qué tipo de relación mantiene con sus compradores o vendedores?

Normativas laborales y legislación: ¿desea evitar problemas, obtener asesoramiento gratuito y obtener nuevos contratos en el sector público mostrando el modo en que su actitud emprendedora le ha llevado a adoptar buenos enfoques en su negocio?

Empiece por poco, no le llevará mucho tiempo y cuando esté reflexionando sobre todos estos puntos, piense qué le gustaría cambiar. Fíjese objetivos (por ejemplo, mejorar la opinión de los clientes y hacer clientes entre las personas que normalmente no acuden a su negocio) y las sugerencias siguientes le ayudarán a conseguirlos.

2. Contrate personal de un grupo de talentos más diverso

La principal preocupación es no poder encontrar a la persona adecuada o contratar a la persona equivocada. Esto se debe a que los propietarios en su gran mayoría siguen las recomendaciones verbales y toman las decisiones de contratación en función de si esa persona les gusta o no (intuición).

Las decisiones basadas en los valores, actitudes y creencias personales pueden causarle problemas y llevarle a contratar a la persona equivocada, por tanto a ejercer discriminación. Por el contrario, si ejecuta el proceso correcto tiene más probabilidades de contratar a una persona digna de confianza, que pueda desempeñar el trabajo y que realice una contribución

valiosa a la empresa. Y de todas formas, si desea obtener contratos de organizaciones más grandes y administraciones públicas, estas le obligarán a que adopte el enfoque de la Diversidad.

Cómo hacerlo

Decida qué aptitudes, conocimientos y experiencia requiere la empresa para cubrir el puesto de trabajo específico.

A partir de esta información produzca: una descripción del puesto (qué se espera que haga y consiga esta persona, las tareas y las responsabilidades diarias) y unos requisitos personales que resuman las aptitudes y la experiencia necesarias.

Asegúrese de que la descripción del puesto no impida a nadie solicitar el trabajo porque haya especificado un determinado origen, lugar o edad, etc. Existen ciertos requisitos que sí puede especificar en función del puesto de trabajo y que están permitidos por la ley si son esenciales para el trabajo.

Evite los procesos de contratación basados en recomendaciones verbales. Asegúrese de que su enfoque acoja (y anime) a tantas personas como sea posible, (es decir, utilice distintos idiomas, webs accesibles para personas invidentes o parcialmente invidentes, periódicos locales, tiendas a las que acuden distintos sectores de la población, organizaciones y revistas comerciales o profesionales, instituciones gubernamentales, etc.).

Cuando seleccione a los candidatos, asegúrese de que juzga sus solicitudes en función de la descripción del puesto y los requisitos personales, las puntuas, y evita emitir juicios personales (por ejemplo, acerca de su procedencia, edad, tiempo sin trabajar, etc.) y en su lugar se centra en la experiencia, competencias y aptitudes.

La entrevista es la forma más común de tomar una decisión, piense en cómo debe hacerse (por ejemplo, la hora, el lugar, el acceso).

3. Hágase con nuevos clientes y acceda a nuevos mercados

Para acceder a una clientela diversa es necesario disponer de empleados diversos, o al menos comprender la diversidad de los clientes con los que puede encontrarse, en cuanto a edad, sexo, religión, origen étnico, orientación sexual o discapacidad, y entender sus necesidades diversas.

Las empresas grandes llevan actuando de este modo desde hace tiempo, se dirigen a mercados diferentes utilizando empleados que tienen afinidades con una clientela concreta y adaptan los servicios y productos a sus necesidades.

De este modo consiguen acceder a nuevos mercados, reforzar la lealtad de los clientes e incrementar el volumen de negocios con los clientes existentes. No se limite a tratar con un mercado conocido y limitado (a menudo basado en una buena relación personal con los clientes), ya que podría encontrarse en una situación comprometida si este mercado cambia o se debilita.

Cómo hacerlo

Reconozca la diversidad y la magnitud del mercado potencial al que intenta acceder (es decir, grupo de edad, orientación sexual, origen étnico, problemas de discapacidad, costumbres culturales de distintas comunidades).

¿Podría adaptar su producto o servicio para captar diferentes segmentos del mercado o eliminar de su negocio cualquier factor que pueda disuadir a los clientes potenciales sin por ello perder a sus clientes existentes?

¿Está haciendo algo que pueda desalentar a sus clientes potenciales y hacerles sentir incómodos?

Investigue las necesidades de los nuevos clientes potenciales; podrá obtener esta información con facilidad, visite las web dirigidas a estas comunidades. Asegúrese de que los anuncios sean accesibles y resulten aceptables para todos.

Las empresas más pequeñas y microempresas tienden a mantener una relación más estrecha con sus clientes que las grandes empresas. Explote esta relación y anime a sus clientes a que le den su opinión.

Reconozca los beneficios que puede obtener al hacer coincidir la personalidad, edad, origen y estilo de empleados y clientes. O al menos intente adquirir algunos conocimientos personales de las personas con las que está tratando (si es su responsabilidad) para saber cómo relacionarse con ellas. Necesita un gancho que las atraiga y las retenga.

Localice y utilice nuevas oportunidades de información (por ejemplo, revistas locales, radio, grupos sociales, sitios Web, redes sociales) o distribuya información sobre su negocio en las zonas en las que se suelen congregarse grupos de personas (por ejemplo a la salida de los colegios) en lugar de dejar folletos publicitarios en los buzones.

Obtenga formación básica que le ayude tanto a usted como a sus empleados a tratar con una clientela diversa. Esta formación puede incluir desde simplemente informarse sobre las costumbres y actividades de grupos concretos a obtener títulos y cualificaciones para tratar con grupos específicos (por ejemplo, lenguaje de signos o tecnología que haga posible la comunicación).

4. Planifique su negocio en función de la demanda

Puede utilizar información facilitada por el cliente para operar su negocio y vincular las necesidades del cliente a una estrategia comercial: sitúe las necesidades del cliente en el centro de la planificación comercial.

De este modo se asegurará de que las necesidades diversas del cliente queden reflejadas en cualquier estrategia de planificación que lleve a cabo para mejorar el negocio; para ello su negocio deberá considerar el modo de responder (en cuanto al perfil del empleado, creatividad, actitudes, formación y necesidades de desarrollo).

Este proceso puede ser tan sofisticado como se desee, desde utilizar la opinión del cliente (obtenida a través de conversaciones informales) para mejorar el acceso a un producto o servicio, llevar a cabo una investigación de mercado estructurada a través de una base de

datos de clientes para informar sobre una futura diversificación de un producto o un servicio, o poner en marcha una estrategia de formación para los empleados.

Cómo hacerlo

Averigüe los requisitos de un abanico de clientes diverso (y posibles clientes), a través de conversaciones informales o enfoques más formales, como por ejemplo encuestas (se puede utilizar una empresa externa o crear la suya propia, existen web gratuitas para realizar encuestas si tiene acceso a sus clientes por correo electrónico).

Utilice esta información en la planificación y desarrollo del negocio: intente dar a sus clientes lo que pidan (dentro de un margen razonable desde un punto de vista comercial) de todo un amplio abanico de perspectivas, de manera que los cambios que efectúe en su negocio se correspondan con la amplia diversidad de demandas del mercado y no excluyan (siempre que sea posible) a ningún potencia cliente.

Intente mantener este tipo de información en su planificación de manera regular, algunas empresas disponen de un sistema de comunicaciones externo formal y accesible que se basa en los comentarios del cliente a través de Internet, pero algunas sólo utilizan las conversaciones que mantienen habitualmente y posiblemente un cuestionario anual para obtener comentarios y nuevas ideas de los clientes (tanto nuevos como existentes).

Si revisa su negocio regularmente incluya esta información en el proceso o téngala en cuenta cuando lleve a cabo otras tareas habituales (por ejemplo, después de revisar las cuentas anuales o durante las evaluaciones trimestrales de la corriente de efectivo) a fin de que pase a formar parte de su rutina.

5. Mejore la comunicación con los empleados

Si bien en la mayoría de las PYME, y principalmente en las microempresas, la gestión de los empleados se realiza de manera flexible e informal, este estilo informal también puede resultar problemático para el personal que no consiga involucrarse. Este hecho puede pasar desapercibido si no lo enfoca de un modo más formal; sin embargo, no tiene por qué ser complicado, simplemente estructurado y lógico.

Independientemente de que en las empresas pequeñas y en las microempresas los directores generales tengan a menudo la oportunidad de comunicarse con sus empleados de manera habitual, es conveniente disponer de un enfoque estructural que facilite la comunicación, dado que la comunicación interna transparente favorece el intercambio de ideas, conocimientos e información, y evita que surjan problemas.

Cómo hacerlo

Reuniones habituales de empleados. Estas pueden ser sociales o de empresa, pero asegúrese de que no se excluye a nadie, ya sea por la hora o por la ubicación. Siempre que sea posible mantenga reuniones estructuradas que sigan un orden del día acordado (que se haya hecho circular previamente) y que permitan aportaciones justas y equitativas. Si estos procedimientos no son posibles, intente al menos fijar una hora para que el personal pueda reunirse (aunque sólo sean unos minutos) y manifestar su opinión sobre un tema en concreto.

Donde no sea factible realizar reuniones de empleados formales, anime al personal a que sugiera ideas, anónimamente si es necesario y de forma verbal o por escrito (por ejemplo, tablón de anuncios o buzones de sugerencias).

Si los empleados ya participan en encuentros formales o informales con regularidad, por ejemplo en evaluaciones o en reuniones sociales, utilice estas oportunidades para recibir sus comentarios.

Asegúrese en todo momento de proteger la confidencialidad cuando se trate de cuestiones delicadas o cuando así lo soliciten los empleados.

6. Mejore su imagen y su reputación

Utilice su compromiso con estos enfoques de Diversidad (por ejemplo, más orientados al cliente) como herramienta comercial para mejorar su reputación y hacer negocios, principalmente con empresas más grandes y organizaciones del sector público. En el caso de las microempresas, esta parte de la Diversidad significa que debe mostrar que es un buen empresario (aunque ya lo sea) y disponer a este efecto de una pequeña cantidad de documentación como prueba de su buen hacer, que le permitirá mejorar su perfil y su reputación.

Cada vez con mayor frecuencia las empresas grandes del sector privado y las organizaciones públicas exigen a las microempresas y a las PYME que faciliten información sobre sus políticas de Diversidad cuando se presentan a una licitación. Está demostrado que disponer de esas políticas es muy útil para conseguir contratos (concursos públicos).

Cómo hacerlo

Elabore políticas formales de Diversidad, aunque sean básicas. Esto quiere decir que aunque ya haga muchas de las cosas de las que aquí se sugieren, es importante que mantenga un registro de todo lo que hace, pero sin complicarlo. Puede tratarse simplemente de un pequeño letrero en el que muestre su compromiso con la dignidad en el trabajo o una lista de una página en la que se incluya lo que ya hace durante los procesos de contratación o formación. Si tiene pruebas muéstrelas.

Puede hacer aún más y fijar metas sobre lo que quiere conseguir. Quizá una breve lista que incluya todo lo que quiere hacer el próximo año (objetivos) producida con la ayuda de los empleados (por ejemplo, como abordar la cuestión del trabajo flexible durante las fiestas religiosas).

Si ha planificado algún tipo de formación muestre que ha incluido aspectos relacionados con la Diversidad (puede tratarse simplemente de aprender acerca de las diferentes costumbres culturales de nuevos clientes potenciales) y tome nota de esto en sus registros.

Si ha contratado o está pensando en contratar personal, anote lo que ha hecho para aplicar algunos de los enfoques a favor de la Diversidad; esta información se utilizará a modo de prueba, pero también le servirá para saber qué es lo que ha funcionado y, de este modo, no tendrá más que repetirlo o mejorarlo.

Si dispone de un manual o de directrices generales, puede incluir declaraciones sobre la Diversidad. Las microempresas pueden redactar una breve declaración indicando que existe un compromiso con la Diversidad y el fomento de la dignidad en el lugar de trabajo.

Esta puede redactarse de modo que se adecue al lugar de trabajar e incluirse en la base de pruebas.

Las PYME pueden supervisar y registrar información sobre empleados y clientes a fin de efectuar un seguimiento del abanico de personas que forman parte de su personal y de su clientela. Estos datos pueden utilizarse como punto de partida para una estrategia, junto con una revisión anual que permita evaluar el progreso. No obstante, en el caso de las microempresas puede ser igualmente útil indicar que se es consciente del abanico de personas con las que se trata (por ejemplo, joven, mayor, origen, hombre, mujer, etc.) y lo que aportan a la empresa. No siempre es posible o legal guardar registros detallados de todo el mundo.

7. Evalúe lo que ha hecho

Al igual que ocurre con todo lo que hace en la empresa y afecta al negocio, es importante pensar en las repercusiones y en el coste (tiempo, esfuerzo, recursos). Lo mismo ocurre con estas sugerencias; de lo contrario es posible que no vea los beneficios de lo que ha hecho o que ni siquiera se dé cuenta que ha intentado hacer demasiadas cosas demasiado pronto.

La evaluación debería ser un proceso conjunto (donde sea posible) para ayudar a propietarios, directores generales y empleados a entender por qué se adoptan estos enfoques. La valoración de lo que se ha hecho también ayuda a involucrar al personal y fomentar enfoques y cambios de actitudes futuros.

Cómo hacerlo

Antes y después de adoptar cualquiera de los enfoques aquí enumerados, piense en lo que quiere conseguir para usted y para el negocio (por ejemplo, mejorar la relación con el personal, aumentar la productividad, hacer del lugar de trabajo un sitio más alegre, conseguir más clientes, etc.). Seguidamente puede sopesar las repercusiones en relación con sus expectativas. Esto puede hacerse de un modo muy específico y fijando un conjunto claro de objetivos en relación con el volumen de negocios y el perfil demográfico de sus mercados, o simplemente a través de los comentarios del personal en momentos diferentes para hacerse una idea de su moral.

Piense en cuánto ha invertido en el proceso en términos de tiempo y recursos. Puede ser tan simple como dedicar unos minutos a leer estos consejos y tomar la decisión de celebrar una reunión con los empleados o adoptar un paquete completo con valores de referencia y evaluaciones de Diversidad para su negocio.

Puede a continuación analizar los beneficios obtenidos de cara a los recursos utilizados.

Entre los beneficios se incluyen: soluciones para cubrir un puesto de trabajo, abordar el absentismo, el acceso a nuevos mercados, mejorar el rendimiento en mercados existentes, acceder a personas de talento, obtener el mayor rendimiento posible del personal existente, aumentar la innovación y la creatividad o mejorar la reputación.

8. Solicite ayuda y asesoramiento

Hemos explicado una amplia variedad de sugerencias sobre lo que puede hacerse para conseguir adoptar algún tipo de enfoque a favor de la Diversidad, pero inevitablemente no se ofrecen todas las respuestas. Por tanto, cuando haya puntos en los que resulte difícil entender qué es lo que se puede hacer o cuando se desee profundizar en determinadas cuestiones deberá buscarse ayuda (existen abundantes fuentes de asesoramiento a su disposición).

Cuando se trata de consejos de confianza, la mayoría de los propietarios tiende a consultar a sus contables, asesores financieros, abogados o familiares cercanos. No obstante, existen muchas otras instituciones públicas y privadas que ofrecen ayuda profesional, la mayor parte de las veces de forma gratuita o por unos honorarios mínimos.

Los municipios, organizaciones sindicales, cámaras de comercio, redes de propietarios de negocios, gremios y asociaciones profesionales son fuentes útiles de información, en especial si ya paga sus servicios y mantiene contactos regulares.

Empiece con un contacto de confianza y averigüe cuál es el mejor lugar para obtener ayuda o busque en recursos al final de este folleto donde encontrará un contacto para su asociación sindical o la cámara de comercio de su zona.

En las reuniones de negocios locales o en las ferias comerciales tendrá la oportunidad de discutir sus puntos de vista con otros propietarios, directores generales o posibles contratistas. Busque redes B2B (de empresa a empresa) en su zona u obtenga información sobre otras empresas a través de sus proveedores.

Puede resultarle útil discutir las necesidades de su negocio con alguien que no pertenezca a la empresa (por ejemplo, una red de apoyo comercial local) quien verá su negocio de manera objetiva e independiente.

En el caso de microempresas y empresas que no tengan Recursos humanos, es necesario buscar ayuda que no se limite a exponer los enfoques de la Diversidad, sino que vincule los enfoques con los beneficios que se pueden obtener a través de asesoramiento específico práctico.

Si la persona que le brinda apoyo no pertenece a la empresa, asegúrese de que esta persona siga el proceso en lo que se refiere a la aplicación de los cambios (por ejemplo, participar en una entrevista) y que ofrezca una evaluación sobre el éxito del enfoque.

Lista de comprobación de la Diversidad

Se trata de una plantilla básica que puede utilizar si desea revisar su negocio en relación con cuestiones sobre Diversidad específicas y que le ayudará a ver lo que ya está haciendo y lo que necesita hacerse.

Introducción

1. Explique su objetivo para conseguir una mano de obra más diversa.
2. Cree una estrategia o planes para conseguir la diversidad.
3. Implice a sus empleados para que pueda apreciarlos y ofrezcan sus ideas.
4. Recopile y supervise información sobre lo que pretende hacer.

Marketing

5. Promocione sus objetivos de diversidad frente a clientes nuevos y existentes.
6. Forme a sus empleados para que pueda tratar con un grupo más amplio de clientes.
7. Adopte las tácticas necesarias para llegar a una clientela más extensa.
8. Obtenga los comentarios de los clientes y evalúe las opiniones y la información.
9. Averigüe de qué modo afecta la ley a sus responsabilidades para con sus clientes.

Contratación

10. Explique su objetivo y los planes para contratar un grupo de trabajadores más amplio.
11. Estudie las ayudas que puede recibir para apoyar su plan de contratación (por ejemplo, organizaciones estatales o públicas).
12. Cree, evalúe y cambie: descripción del puesto/requisitos personales, anuncios de trabajo, documentos para la solicitud, métodos de selección y entrevista, contratos y términos de referencia.
13. Ofrezca formación a todos aquellos que participen en el proceso.
14. Efectúe los cambios necesarios en el lugar de trabajo para acoger a los nuevos empleados.
15. Recopile y evalúe la información sobre los candidatos.
16. Averigüe de qué modo afecta la ley a sus responsabilidades para con sus empleados.

Retención

17. Asegúrese de que sus empleados estén representados en la empresa.
18. Asegúrese de que las oportunidades (por ejemplo, formación, promoción) estén al alcance de todos.
19. Fomente el respeto y la dignidad entre los empleados.
20. Reúna y evalúe la información que tiene sobre los empleados en relación con los puestos de trabajo.
21. Actúe en contra del acoso y la discriminación.
22. Cuando sea posible trabaje con los empleados para permitir unas condiciones flexibles.

+ Info:

www.iegd.org

www.fundaciondiversidad.org

<http://ec.europa.eu/social>

Diversidad en el trabajo: una guía para las pymes

AUTOR:

Evaristo Gutiérrez

Dirección INGEAL, S.L.

egj@e-ingecal.com