

RECOMENDAÇÃO Nº 95/CITE/2021

Nome da entidade: Grupo Média Capital SGPS, SA.

Assunto: Análise Técnica do Plano para a Igualdade do Grupo Média Capital SGPS, SA.

Enquadramento jurídico:

Ao abrigo do artigo 7.º da Lei n.º 62/2017, de 1 de agosto, e do Despacho Normativo n.º 18/2019, de 21 de junho, procedeu-se à análise técnica do Plano para a Igualdade do Grupo Média Capital SGPS, SA.

I. Caracterização do Plano para a Igualdade

1. Diagnóstico

O Grupo Média Capital SGPS, SA (Média Capital), não realizou o Diagnóstico de Igualdade de Género, nem apresenta resultados decorrentes de (um possível) diagnóstico para a elaboração do Plano de Igualdade de 2021. Na verdade, não é possível perceber o que teve na origem das novas medidas que se comprometem a implementar durante o ano de 2021.

De acordo com a Média Capital, o seu Plano de Igualdade apresenta algumas das medidas já implementadas nas sociedades que integram o Grupo Média Capital, bem como a identificação de eventuais novas medidas a implementar durante o ano de 2021.

Não são apresentados dados estatísticos ou informação que caracterizem as sociedades/ organizações que integram o Grupo Média Capital.

O Plano para a Igualdade encontra-se estruturado em 9 dimensões da igualdade de género e que compreendem várias medidas de intervenção:

1. Missão e valores da organização
2. Recrutamento e seleção de pessoal
3. Aprendizagem ao longo da vida
4. Remuneração e gestão da carreira
5. Diálogo social e participação de trabalhadores e trabalhadoras e/ou suas organizações representativas
6. Dever de respeito pela dignidade de mulheres e de homens no local de trabalho
7. Informação, comunicação e imagem
8. Conciliação entre a vida profissional, familiar e pessoal:
9. Proteção parentalidade e assistência à família

1.1. Objetivos

O Plano para a Igualdade da Média Capital não assume objetivos gerais ou específicos.

1.2. Componentes de intervenção

O Plano abrange quatro dimensões da igualdade de género na empresa:

1. Missão e valores da organização
2. Recrutamento e seleção de pessoal
3. Aprendizagem ao longo da vida
4. Remuneração e gestão da carreira
5. Diálogo social e participação de trabalhadores e trabalhadoras e/ou suas organizações representativas
6. Dever de respeito pela dignidade de mulheres e de homens no local de trabalho
7. Informação, comunicação e imagem
8. Conciliação entre a vida profissional, familiar e pessoal:
9. Proteção parentalidade e assistência à família

Para cada uma destas dimensões são definidos objetivos, medidas de ação, período da sua realização, universo abrangido, área funcional envolvida. Foram definidas 5 medidas de ação.

1.3. Calendário de execução

O período de vigência deste plano é o ano de 2021.

1.4. Acompanhamento e avaliação

No Plano não há referência à monitorização e avaliação do impacto e progresso do Plano, nem referência à calendarização da avaliação e da monitorização a efetuar às medidas a implementar ou já implementadas.

O Plano também não indica a metodologia de monitorização das medidas previstas.

II – Análise Técnica

Da análise do Plano para a Igualdade, cujos pontos fundamentais foram acima sintetizados, há a realçar o seguinte:

- A Média Capital não assumiu a realização de um diagnóstico prévio, seguindo o Guião para a Elaboração dos Planos para a Igualdade disponibilizado pela CITE - Comissão Para a Igualdade no Trabalho e no Emprego, e que serviria de base para a elaboração das medidas concretas do presente Plano, caso tivesse sido levado a cabo.
- Antes da implementação de um plano para a igualdade é fundamental fazer um correto diagnóstico da situação e das práticas da organização a nível da igualdade entre mulheres e homens, com vista à identificação dos pontos fortes e dos pontos fracos a este respeito, permitindo a definição objetiva e mensurável das prioridades nestes domínios, bem como a identificação dos aspetos sobre os quais é necessário intervir e introduzir mudanças.
- No caso do Plano para a Igualdade da Média Capital não há informação sobre a situação da igualdade de género da empresa nas diversas dimensões da igualdade de género, que fundamente a necessidade de intervir nas áreas identificadas no Plano e com o tipo de ações definidas, desconhecendo-se a situação da empresa relativamente a cada uma destas áreas.
- O Plano está construído apenas em termos de: objetivos e medidas. Não sendo assumido para cada medida: os indicadores de resultado, as metas a atingir, o impacto esperado para cada medida e a identificação dos recursos humanos e dos financeiros envolvidos em cada uma delas. Todos estes requisitos são fundamentais para que se possa avaliar a execução das ações e a mudança que se quer realizar com a implementação do Plano.
- Não há indicação da metodologia e instrumentos a utilizar para a monitorização do Plano, a qual se reveste de grande importância para permitir os ajustamentos necessários ou reforçar medidas que o exijam.
- Pela informação disponibilizada não é possível saber quais os pontos fracos da situação e das práticas da Média Capital ao nível da igualdade entre mulheres e homens e nos quais seja necessário intervir, para alcançar o equilíbrio entre mulheres e dos homens neste grupo de organizações/ sociedades.
- Enumera-se um conjunto de medidas a implementar (5), contudo não há elementos que permitam fundamentar a necessidade de intervir nestas áreas funcionais da organização, de forma a contrariar padrões discriminatórios de género de um dos sexos.
- Não há indicação da calendarização de execução das medidas, pelo que não se consegue perceber se existe uma precedência ou prioridades na execução.

III – Recomendações:

Face ao que antecede, formulam-se as seguintes recomendações ao Plano para a Igualdade da Média Capital:

- Dando cumprimento ao Despacho Normativo n.º 18/2019, de 21 de junho, que determina a produção de um Guião para efeito da elaboração dos planos para a igualdade anuais, nos termos do disposto nos n.ºs 1 e 2 do art.º 7.º da Lei n.º 62/2017, de 1 de agosto, informa-se que se encontra disponível no site da CITE o Guião em: http://cite.gov.pt/pt/acite/guiao_planos_para_a_igualdade.html, no qual

deverá ser aplicada a Matriz de apoio à monitorização da execução do plano para a igualdade.

- Deve ser indicado quando foi realizado o diagnóstico em matéria de igualdade de género, que instrumentos foram utilizados para a realização do mesmo e apresentados os resultados obtidos.
- O Plano para a Igualdade deve integrar informação estruturada sobre o diagnóstico à organização em matéria de igualdade de género e seus resultados. Um plano para a igualdade deve incidir sobre as áreas funcionais da organização, nas quais seja necessário contrariar padrões discriminatórios de género de um dos sexos, pelo que se deve basear na análise dos resultados do diagnóstico e, por conseguinte, centrado nas áreas estratégicas da organização, bem como nas dimensões da igualdade onde foi identificada a necessidade de intervir e introduzir mudanças para que o equilíbrio entre a situação das mulheres e dos homens na organização seja alcançado.
- As medidas contempladas no Plano devem ser operacionais e mensuráveis. Assim, para cada medida devem também ser definidos a metodologia de monitorização da medida e o impacto esperado da medida.
- A monitorização e avaliação do Plano é uma etapa fundamental do seu processo de desenvolvimento, permitindo aferir dos progressos realizados e, se necessário, introduzir correções. Assim, para que seja possível avaliar periodicamente o impacto da mudança conseguida com a implementação do Plano, sugere-se que se defina um sistema de monitorização e avaliação do Plano, com indicação da metodologia e instrumentos a utilizar.
- Os objetivos gerais e específicos do Plano devem constar do documento e serem explícitos, claros e conducentes com as medidas que se vierem a definir e a implementar, e sempre em linha com os resultados do diagnóstico previamente realizado.

Lisboa, 25 de fevereiro de 2021

Aprovada por unanimidade dos membros da CITE em 25 de fevereiro de 2021, com declaração de voto da CAP – Confederação dos Agricultores de Portugal, da CCP – Confederação do Comércio e Serviços de Portugal, da CIP – Confederação Empresarial de Portugal e da CTP – Confederação do Turismo de Portugal, conforme consta da respetiva ata, na qual se verifica a existência de quórum conforme lista de presenças anexa à referida ata, tendo as referidas confederações apresentado conjuntamente a declaração de voto que se anexa.