CMI Higher Education
CONSCIOUS MANAGEMENT INSTITUTE
JOURNAL

ISSN 2792-5404 · Vol. 2, Núm. 1 (2022)
https://journal.cmi.es
Acceso abierto diamante · CC BY 4.0

ARTÍCULO

La perspectiva de género en la Responsabilidad Social Corporativa

The Gender Perspective in Corporate Social Responsibility

José Joaquín Nieto Durán

PUBLICADO
24 de mayo de 2022

CÓMO CITAR
Nieto Durán, J. J. (2022). La perspectiva de género en la Responsabilidad Social Corporativa. *Conscious Management Journal*, *2*(1), Artículo 1. https://doi.org/10.52066/cmi.v2i1.14

LICENCIA
© 2022 los autores. Artículo de acceso abierto bajo licencia Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

NOTA
El artículo se reproduce tal como se publicó originalmente; esta portada y la página «Frases clave para citar» se añadieron por la revista en 2026.

Conscious Management Institute Journal
Vol.1, Nº. 3, 148-180, published online June 18th 2021
(www.cmi-journal.com)

LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

José Joaquín Nieto Durán

El reconocimiento de la igualdad entre mujeres y hombres y la dificultad de implantar la igualdad real, ha sido una forma de adoptar políticas de igualdad, por ello en la responsabilidad social corporativa es relevante mencionar el género como un aspecto prioritario en nuestra sociedad relacionado con el derecho del trabajo.

La igualdad de género debe seguir siendo un objetivo prioritario en todo sistema democrático, por ello una de las medidas es la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (LOIMH), dedicando en su capítulo VII «La igualdad en la responsabilidad social de las empresas». Por ello se analiza la igualdad entre mujeres y hombres desde el punto de vista internacional, comunitario y español.

Dentro del objetivo de este trabajo es ver los antecedentes de la responsabilidad social así como los avances e innovación de la misma. Seguido a ello desde la perspectiva de género considerar como ha venido evolucionando el empoderamiento de la mujer, los planes de igualdad y la relación que se tiene con la agenda de los objetivos de desarrollo sostenible desde el punto de vista de género.

En el camino hacia la igualdad de género como elemento integrador de la responsabilidad social se debe revisar el marco de obligaciones que tiene el recurso humano, para ello los planes de igualdad deben contener las herramientas para eliminar los desequilibrios y desigualdades de presencia y participación de mujeres y hombres en todos los ámbitos y niveles de la organización. Como último este trabajo busca sensibilizar que la igualdad de género debe de reflejarse dentro de la responsabilidad social de las empresas garantizando mejores condiciones laborales, así como un equilibrio en todos los aspectos de responsabilidad, retribución, de vida laboral, familiar y social.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, Género

Frases clave para citar / Key Quotes for Citation

Clasificación temática / Classification codes:

- **JEL Classification:** M14, J16, J78, M12
- **OECD FOS Code:** 5.02 (Economics and Business) / 5.04 (Sociology)

¿Cómo citar este artículo? / How to cite this article:

Nieto Durán, J. J. (2022). La perspectiva de género en la Responsabilidad Social Corporativa. *Conscious Management Journal*, *2*(1), Artículo 1. https://doi.org/10.52066/cmi.v2i1.14

Frases clave / Key Quotes:

- **Responsabilidad social de género / Gender social responsibility:**
  «Según el artículo 73 de la Ley Orgánica 3/2007 (LOIMH), la responsabilidad social de género es el conjunto de medidas que la empresa adopta voluntariamente para eliminar la discriminación de la mujer y promover la igualdad en su seno y entorno social.» — Nieto Durán (2022), *Conscious Management Journal*, 2(1).
  "Drawing on Article 73 of Spain's Organic Law 3/2007 on effective gender equality (LOIMH), gender social responsibility can be defined as the set of measures a company voluntarily adopts to eliminate discrimination against women and promote equality within the firm and its social environment."

- **Igualdad en la gestión de personas / Equality in HR management:**
  «Incorporar la responsabilidad social de género exige voluntariedad, diálogo y transparencia con los grupos de interés y tratar la igualdad como valor económico y social, lo que implica gestionar con enfoque de género la selección, formación, promoción, retribución y desvinculación del personal.» — Nieto Durán (2022), *Conscious Management Journal*, 2(1).
  "Embedding gender social responsibility requires voluntariness, dialogue and transparency with stakeholders, and treating equality as an economic and social value, which entails a gender-sensitive management of recruitment, training, promotion, pay and termination processes."

- **Planes de igualdad como inversión / Equality plans as investment:**
  «Los planes de igualdad deben incluir herramientas para eliminar los desequilibrios de presencia y participación de mujeres y hombres en todos los niveles de la organización; su implantación es una inversión que mejora el clima laboral, la imagen y la innovación, no un gasto.» — Nieto Durán (2022), *Conscious Management Journal*, 2(1).
  "Equality plans should include tools to remove imbalances in the presence and participation of women and men at every organisational level; implementing them is an investment that improves workplace climate, corporate image and innovation, not a cost."

- **Implicación de la alta dirección / Top management commitment:**
  «Para que la gestión de la responsabilidad social de género resulte creíble, debe depender del más alto nivel de la organización, lo que hace necesaria la formación de los directivos en perspectiva de género.» — Nieto Durán (2022), *Conscious Management Journal*, 2(1).
  "For the management of gender social responsibility to be credible, it must report to the highest level of the organisation, which makes gender-perspective training for executives necessary."

Sobre el autor:

Profesional en Ingeniería Industrial en Universidad Yacambu - UNY de Venezuela. Master en Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad. (2019) en Conscious Management Institute Business School en Madrid, España. Profesional Ingeniería en Organización Industrial (2012) Homologado en el Ministerio Educación, Madrid España.

Sólida experiencia en Gerencia Empresarial, en industrias de operación continua. Actualmente, trabajando como Jefe Oficina de Planificación de Mantenimiento en CEMEX ESPAÑA. Ha sido Gerente de Producción y Materias Primas en CEMEX NICARAGUA (Febrero 2013 – Enero 2019). También, Gerente de Producción en CEMEX VENEZUELA (Febrero 2006 – Febrero 2013). Coordinador General Equipos de Trabajo en CEMEX VENEZUELA (Mayo 2005 – Enero 2006). Y Coordinador de Operaciones en CEMEX VENEZUELA (Febrero 2004 – Abril 2005).

Datos de contacto: joaquinnieto72@hotmail.com / https://www.linkedin.com/in/jose-joaquin-nieto-duran-26952ab1|

1. Introducción

Los métodos y los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la igualdad entre hombres y mujeres ha sido un impulso fundamental para adoptar políticas de igualdad. Estas políticas de igualdad entre ambos sexos nacen con el propósito de erradicar los diferentes obstáculos que impiden que los hombres y mujeres ejerzan sus derechos y libertadas de condiciones de igualdad. Basándonos en que existe una discriminación cuyo origen es el sexo en la medida que en todas las sociedades patriarcales los hombres han ostentado el poder y las mujeres han tenido una situación de inferioridad.

Luego de la revolución industrial y el acontecimiento del capitalismo, florece la teoría de la domesticidad que genera una división social de los roles en función del sexo, este efecto se puede apreciar en que al colectivo masculino le pertenecen las actividades productivas y al femenino las reproductivas

Por lo tanto, el género se puede ver como un deber ser social, es decir una categoría basada en las definiciones socioculturales relativas a las formas en que deben ser diferentes mujeres y hombres y a las distintas esferas sociales que deben ocupar. No obstante, hay que

reconocer que, para la causa de la igualdad del colectivo femenino hay que renegociar las diferencias, que aceptar una identidad inexistente pera reclamar una igualdad.

A partir del reconocimiento formal entre la igualdad y la no discriminación por razón de sexo señalado en el artículo 14 de la Constitución Española (CE), se han promovido varios tipos de medidas para lograr la igualdad de oportunidad entre hombres y mujeres. La discriminación actual es menos visible, es más sutil, ya no hay leyes que hagan diferencia al colectivo femenino, ni poderes que nieguen la igualdad.

Una de las medidas es la Ley Orgánica 3/2007, 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres (LOIMH), que tiene por objeto hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, a través de la eliminación de la discriminación de la mujer, sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualquiera de los ámbitos de la vida (político, civil, laboral, económico, social y cultural).

A tal efecto, la LOIMH dedica en su Título VII «La igualdad en la responsabilidad social de las empresas», bajo tres disposiciones enfocadas de diferentes ópticas:

a. Carácter laboral: «Acciones de responsabilidad social de las empresas en materia de igualdad» (artículo 73).
b. Carácter publicitario: «Publicidad de las acciones de responsabilidad social en materia de igualdad» (artículo 74).
c. Carácter mercantil: «Participación de las mujeres en los consejos de administración de las sociedades mercantiles» (artículo 75).

En este sentido, se exponen los motivos de ver la perspectiva de género contemplando de forma voluntaria de acciones de responsabilidad social por las empresas en materia de igualdad. Para que la gestión trasversal de la responsabilidad social de género y el apoyo de la alta dirección sean creíbles, deben depender del nivel más alto, por ejemplo inclusión de expertos en materia en el consejo evitaría la discriminación en los órganos directivos.

Por todo lo anterior presento un contenido teórico aplicables en la mejora de la gestión ética y socialmente responsable que sirva como guía para la búsqueda del éxito de las organizaciones públicas y privadas al bienestar social.

1.1 Estructura del Trabajo

La metodología de investigación que se ha llevado a cabo para materializar este trabajo, se ha basado fundamentalmente, en la revisión normativa sobre la igualdad de hombres y mujeres, vista desde diferentes ópticas. Asimismo, se ha realizado la revisión y análisis bibliográfico de los artículos de revistas, libros, internet y bases de datos relacionadas con el tema.

2. Principio de Igualdad entre mujeres y hombres

La igualdad entre mujeres y hombres es un principio jurídico universal reconocido en diferentes textos internacionales sobre derecho humanos, así como en el ordenamiento jurídico Español. La igualdad no puede valorarse en abstracto, pues ha de entenderse y enjuiciarse en función de las circunstancias que ocurran en cada caso en concreto. Bajo lo antes expuesto pasaremos analizar algunos instrumentos jurídicos más relevantes de ámbito internacional, comunitario y español.

2.1 Ambito internacional

El primer instrumento en que se reconoce por primera vez la libertad y la igualdad entre los sexos se remonta a la primera asamblea general de la Organización de Naciones Unidad, de 26 de junio de 1945, en el preámbulo de la carta de Naciones Unidas, al establecer:

> «La fe en los derechos fundamentales del hombre, en la dignidad y el valor de la persona humana, en la igualdad de derechos de hombres y mujeres y de las naciones grandes y pequeñas». Posteriormente el 10 de diciembre de 1948, se proclama la Declaración Universal de los Derechos Humanos que señala en el artículo 2 que «toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición».

Desde entonces los organismos internacionales se han comprometido a celebrar periódicamente conferencias mundiales sobre la mujer, con el fin de debatir la evolución y consolidar las líneas de acción para los gobiernos. Podemos resaltar la IV Conferencia Mundial sobre la mujer, que se aprueba en la declaración de Beijing, generando una plataforma de acción para garantizar los derechos de la mujer.

2.2 Ambito comunitario

La igualdad es un principio fundamental de la Unión Europea. Al entrar en vigor el tratado de Ámsterdam de 1999 el cual avanza hacia la constitución de la Unión Europea, donde se expone como objetivo el principio de la igualdad entre ambos sexos y le dota de fuerza jurídica en el artículo 2.

2.3 Ambito español

El artículo 1.1 de la Constitución Española establece la igualdad como valor superior del ordenamiento jurídico en un estado social y democrático de derecho que actúa como garantía constitucional de legalidad y como imperativo de justicia en las acciones de derecho. En el artículo 9.2 de la CE es clave dentro de la conformación constitucional, dado que señala un mandato a los poderes públicos para que fomenten la igualdad y se consiga ser real y efectiva, es decir a aquellos les corresponde «promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social».

Por otra parte, el mandato alude al principio de legalidad «cuando el margen de apreciación es escaso, la aplicación desigualdad de la ley se confunde con una inaplicación de la propia ley, y en consecuencia, no resulta necesario utilizar la vía de la violación de la igualdad, sino que jugará el principio de legalidad. Es en los casos que existe un margen de apreciación o incluso discrecionalidad, donde junto a las técnicas tradicionales del derecho administrativo de la igualdad en la aplicación de la ley puede ofrecer una apoyatura importante para forzar a una actuación justa y no arbitraria en esa fase de aplicación de la ley». También podríamos mencionar sobre el derecho a la igualdad en el artículo 14 de la CE al establecer que «los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social»

En la investigación hago referencia a un real decreto y algunas leyes que hacen mención al tema de análisis, como se exponen a continuación:

2.3.1 Real decreto legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la ley del estatuto de los trabajadores.

El Real decreto legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la ley del estatuto de los trabajadores (ET) en el artículo 16 establece que las

agencias de colocación sin fines de lucro «deberán garantizar, en su ámbito de actuación, el principio de igualdad en el acceso al empleo, no pudiendo establecer discriminación alguna basada en motivos, de raza, sexo, edad, estado civil, religión, opinión política, afiliación sindical, origen, condición social y lengua dentro del Estado».

Asimismo, el artículo 17 establece que se entenderán nulos y sin efecto los preceptos reglamentarios, las cláusulas de los convenios colectivos, los pactos individuales y las decisiones unilaterales del empresario que contengan discriminaciones desfavorables por circunstancias de sexo. En el artículo 28 dispone que el empresario está obligado a pagar por la prestación de un trabajo de igual valor el mismo salario, tanto por salario base como por los complementos salariales, sin discriminación alguna por razón de sexo.

2.3.2 Ley 30/2003 de 13 de octubre, sobre medidas para incorporar la valoración del impacto de género en las disposiciones normativas que elabore el gobierno.

La Ley 30/2003 DE 13 de octubre, sobre medidas para incorporar la valoración del impacto de género en las disposiciones normativas que elabore el gobierno, entre otras cuestiones tiene por objeto el de evitar consecuencias negativas, intencionales o no, que favorezcan situaciones de discriminación, con el propósito de lograr la integración efectiva de la perspectiva de género en todas las políticas y los programas y de esta manera forma poder analizar sus consecuencias para las mujeres y hombres antes de tomar decisiones.

2.3.3 Ley 33/2006 de 30 de octubre, de igualdad del hombre y la mujer en el orden de sucesión de los títulos nobiliarios.

La Ley 33/2006 de 30 de octubre, de igualdad del hombre y la mujer en el orden de sucesión de los títulos nobiliarios señala en el artículo 1, que tanto el hombre y la mujer tienen igual derecho a suceder en las Grandezas de España y títulos nobiliarios, sin que pueda preferirse a las personas por razón de su sexo en el orden regular de llamamientos.

2.3.4 Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

La Ley orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, tiene como objeto expresado en el artículo 1, donde las mujeres y los hombres son iguales en dignidad humana, e iguales en derechos y deberes. Esta Ley tiene por objeto hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer, sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualesquiera de los ámbitos de la vida

Para la investigación solo se hace mención de las leyes previamente mencionadas, pero existen muchas otras leyes o real decretos relacionados al género.

3. Responsabilidad Social de las Empresas

3.1 Antecedentes

Antes de abandonar el contenido de la LOIMH debe conocerse el significado de Responsabilidad Social de las Empresas (RSE), así como su origen, dado que la propia norma en igualdad no la define. En este sentido, se han dado voces al manifestar que es un término exageradamente rimbombante, ambiguo y complejo, dado que es interpelado de diversas maneras por los sujetos a los que les atañe.

La propuesta por la Comisión Europea de una alianza europea para la responsabilidad de las empresas, bajo la comunicación de la comisión al parlamento europeo, al consejo y al comité económico y social europeo en poner en practica la asociación para el crecimiento y el empleo. Ha llegado el tiempo de hacer de Europa un polo de excelencia de la responsabilidad social empresarial[16]. Señala a su vez que la RSE forma parte del debate en torno a la globalización, la competitividad y la sostenibilidad. Esta alianza estará abierta a las empresas europeas y pide el apoyo de las empresas de todos los tamaños (PYMES) y sus interlocutores.

En la Unión Europea el primer concepto de la RSE nace en el Libro Verde para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas de la Comisión de las Comunidades Europeas, de 18 de julio de 2001, al establecer que es «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores»

Se adiciona al Libro Verde que la responsabilidad social consiste también en gestionar los cambios dentro de una empresa de una manera socialmente responsable, una gestión socialmente responsable de los cambios generara efectos positivos para la empresa a nivel macroeconómico.

La Responsabilidad Social Corporativa no constituye una opción adicional ni un acto de filantropía, una empresa socialmente responsable es aquella que lleva adelante un negocio rentable, teniendo en cuenta todos los efectos ambientales, sociales y económicos bien sean

positivos o negativos en la sociedad. Por lo tanto, «ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento “más” en el capital humano , el entorno y las relaciones con los interlocutores»

3.2 Innovación y Competitividad

En este ámbito de innovación y competitividad la Fundación Luis Vives ha impulsado el primer foro de investigación y debate sobre la Responsabilidad Social de las empresas con el apoyo del Ministerio del Trabajo e Inmigración, el cual nace con la vocación de ser un espacio que fomente la reflexión y el intercambio de conocimientos para concentrar esfuerzos y perspectivas diversas que faciliten el cambio social mediante la innovación en las estrategias de la Responsabilidad Social de las Empresas.

En este sentido, el foro señala siete ideas para que la Responsabilidad Social de las Empresas pueda ser un eje de innovación y competitividad.

1. «Estrategia: La RSE debe anclarse en el negocio tanto a corto como a mediano y largo plazo»

La RSE no se percibe, aún en la mayoría de las empresas, como parte del negocio; por lo tanto, sigue siendo en muchos casos un área parada. Incluso en aquellas empresas que entienden la RSE de forma más estratégica, la mayoría de las personas trabajadoras no acaban de entenderlo así. La consecuencia es que muchas de ellas, incluso dentro de la propia empresa, no entienden porque es necesario invertir en la RSE.

2. «Gobernanza: La RSE debe ser trasversal, y por tanto apoyada al más alto nivel»

Para que la gestión trasversal de la RSE y el apoyo de la alta dirección sean creíbles la RSE debe depender del más alto nivel. La presencia de aquella en el ámbito operativo no es suficiente por lo que debe depender directamente del consejo de administración, o por lo menos mantener un vínculo estrecho con éste, por ejemplo a través de la inclusión de expertos en RSE en el consejo y de la creación de comités de RSE.

Esta representación en el consejo de administración es clave para incluir la RSE en las decisiones estratégicas de la empresa, pero también para legitimarlas ante todas las áreas de negocio como una prioridad trasversal al negocio.

3. «Cultura corporativa: La RSE se debe incorporar en la cultura corporativa»

Esta idea tiene importantes repercusiones sobre el rol de las áreas o departamentos de RSE. Los responsables de RSE deben aportar un rol de facilidades para influir en la cultura de los demás departamentos del negocio. Por consecuencia, deben sensibilizar, localizar a los interlocutores correctos en cada caso y sensibilizarlos para servir de consultores útiles para las distintas áreas del negocio.

4. «Iniciativa e innovación: Identifica y apoya a los emprendedores internos ayuda a fomentar la RSE»

Resulta productiva la idea de que las iniciativas y propuestas de RSE puedan surgir de cualquier lugar de la compañía. Por lo tanto, si la RSE es estratégica, trasversal y a su vez integrada en la cultura, cualquier empleado de cualquier departamento tiene capacidad y legitimidad para ello. La ventaja adicional es que las personas aportan un conocimiento específico del negocio desde sus áreas, sin contar con la enorme motivación y positividad de la que suelen estar cegadas. Ello permite que un departamento de RSE adopte un rol de facilitación y seguimiento, de apoyo a las demás áreas de negocio, a diferencia de un departamento de RSE que imponga proyectos para los que las demás áreas deban trabajar.

5. «Comunicación: La RSE debe comunicar su impacto real desde la autenticidad y la transparencia»

Los responsables de RSE deben hacer un gran esfuerzo de comunicación, primeramente a nivel interno. Deben explicar lo que hacen, no simplemente sus intenciones, y aportar credibilidad a sus palabras implementando proyectos escalables que generen gran impacto. La mejor forma de convencer interna y externamente será partir de programas ligados al negocio. La dirección y los empleados deben entender el beneficio para el negocio y no entender sus esfuerzos como trabajo que hacen para el área de RSE, sino para su propio negocio.

6. «Objetivos y roles de la RSE: La función de las áreas de RSE es eterna, pero sus múltiples roles deben evolucionar».

Los departamentos de RSE deben identificar y formar a los anfitriones y responsables de RSE en cada área, crear estructuras, definir objetivos y hacer el seguimiento de los indicadores, coordinar riesgos, equilibrar el reparto de recursos, entre otros. Por consiguiente, si con el tiempo algunos de los roles actuales de los departamentos de RSE podrían ser

redundantes, por ejemplo si se consigue cambiar las culturas corporativas, la función de la RSE es y será eterna. El gran reto será el de reinventar la actividad de RSE y evolucionar sus prácticas y habilidades según se requiera.

7. «Coyuntura: En tiempos de crisis, la RSE más que nunca»

Se suele pensar que con la crisis, las empresas tienen menos recursos para invertir y prescinden de las cosas aparentemente más superfluas como la acción social. No obstante, la RSE plantea como una forma claramente vinculada al negocio, puede tratarse de un eje clave de innovación en tiempos de crisis. Partiendo de las barreras y dificultades competitivas de los negocios, los departamentos de RSE puede detectar necesidades sociales no cubiertas o agravadas por la coyuntura del momento, y buscar la manera de aportar una solución social que también beneficie al negocio.

4. Responsabilidad Social y la perspectiva de género

La LOIMH no define taxativamente el termino de Responsabilidad Social de las empresas, sin embargo, si la de Responsabilidad Social de Genero, de la lectura del primer párrafo del artículo 73 puede extraerse su significado al disponer que «Las empresas podrán asumir la realización voluntaria de acciones de responsabilidad social, consistentes en medidas económicas, comerciales, laborales, asistenciales o de otra naturaleza, destinadas a promover condiciones de igualdad entre las mujeres y los hombres en el seno de la empresa o en su entorno social».

Mediante el análisis del artículo se puede entender por Responsabilidad Social de Género el conjunto de medidas tendentes a eliminar la discriminación de la mujer, que la empresa de manera voluntaria adopta en su seno, con el propósito de promover condiciones de igualdad entre mujeres y hombres.

La materialización de la responsabilidad social de género concibe ámbitos en igualdad, conciliación de vida, familiar, personal y laboral, prevención de riesgos laborales, procesos de gestión de recursos humanos, diversidad entre otros. Los tres elementos indispensables para incorporar la responsabilidad social de género en la empresa se fundamentan en a) Voluntariedad, b) Dialogo y trasparencia con los satakeholders, c) Incluir la igualdad como valor económico y social en las operaciones comerciales de la empresa. Para ello se requiere que la empresa cuente con una gestión clave de género de los procesos de recursos humanos, tales

como formación, promoción, selección, retribución y desvinculación; dado que dichos procesos forman parte esencial en las políticas empresariales (Real igualdad entre mujeres y hombres).

En la empresa en el ámbito interno, la responsabilidad social significa una mayor motivación de sus recursos humanos, con una mayor comunicación y cohesión interna, en tanto que se introducen valores y principios éticos. En el ámbito externo, por el contrario con el resto de la sociedad de la que forma parte. «La igualdad de oportunidades es un principio aplicable tanto en las relaciones internas como externas de la empresa. De esta manera, hay que integrarla de manera transversal en la cultura de la organización y ser el principio rector de la política de la empresa».

4.1 Empoderamiento de las mujeres

La LOIMH asigna a las empresas determinados requisitos para contribuir a la consecución de la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres. Asimismo, establecer claramente la Responsabilidad Social y su papel en la gestión de la diversidad, al hacer visible la labor que pueden realizar las empresas para favorecer la igualdad de oportunidades. En concreto, el Titulo VII «La igualdad en la responsabilidad social de las empresas» de la LOIMH, dispone la realización voluntaria de acciones de responsabilidad social de las empresas en materia de igualdad, que pueden ser a su vez objeto de concierto con la representación de los trabajadores y trabajadoras, las organizaciones de consumidores, las asociaciones de defensa de la igualdad o los organismos de igualdad. Concretamente, se regula el uso de estas acciones con fines publicitarios. De igual manera, influye el fenómeno de la presencia equilibrada de mujeres y hombres en los consejos de administración de las sociedad mercantiles.

El Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM) y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas han elaborado los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, para que aquellas participen plenamente en todos los sectores y a todos los niveles de la actividad económica para construir economías fuertes, establecer sociedades más justas y estables, alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible pactados en el ámbito internacional, mejorar la calidad de vida de la sociedad en general y promover las prácticas y objetivos empresariales.

Aquellos principios ofrecen una óptica de género que permite a la actividad empresarial medir y analizar las iniciativas en curso. Entendiéndose como empoderamiento al proceso en virtud del cual tanto mujeres como hombres asumen el control sobre sus vidas. Por consiguiente, ayudan a las empresas a modificar sus políticas y prácticas para lograr el

empoderamiento de las mujeres. Asimismo, muestran los intereses de los gobiernos y de la sociedad civil que servirán a su vez para apoyar las interacciones creadas entre las partes implicadas, dado que la igualdad de género necesita la participación de toda sociedad (Tablas 1,2 y 3).

TABLA 1

Principios para el Empoderamiento de las Mujeres

1. Una dirección que promueva la igualdad de género
   - Reivindicar un apoyo de alto nivel y políticas directas de primer nivel a favor de la igualdad de género y de los derechos humanos.
   - Fijar objetivos y resultados a nivel empresarial para la igualdad de género e incluir la noción de progreso entre los factores de evaluación de rendimiento de los gerentes empresariales.
   - Comprometer las partes implicadas internas y externas en el desarrollo de políticas, programas y planes de implementación empresariales a favor de la igualdad.
   - Garantizar que todas las políticas incluyan la dimensión de género -mediante la identificación de factores cuyos impactos varían según el género - y que la cultura empresarial fomente la igualdad y la integración.

2. Igualdad de oportunidades, integración y no discriminación
   - Ofrecer la misma remuneración y los mismos beneficios por trabajo de igual valor y procurar pagar un salario mínimo vital a todos los hombres y mujeres.
   - Asegurarse de que las políticas y las prácticas de trabajo estén exentas de cualquier discriminación de género.
   - Implementar la contratación y la protección del empleo que integre la dimensión de género, contratar y nombrar proactivamente a mujeres a puestos directivos y de responsabilidades, así como en el seno del consejo de administración.
   - Garantizar una participación suficiente de mujeres — 30% o más — en los procesos de toma de decisión y de dirección a todos los niveles y en todos los sectores económicos.
   - Ofrecer condiciones laborales flexibles, así como la posibilidad de renunciar y de volver a ocupar puestos de igual remuneración y estatus.
   - Favorecer, tanto a las mujeres como a los hombres, el acceso a guarderías y la atención a personas dependientes a través de los servicios, la información y los recursos necesarios

3. Salud, seguridad y una vida libre de violencia

- Tener en cuenta los impactos diferenciales sobre mujeres y hombres, ofrecer condiciones de trabajo seguras y protección frente a la exposición a los materiales peligrosos, así como informar de todos los riesgos potenciales en cuanto a salud reproductiva.
- Instaurar una política de tolerancia cero hacia cualquier forma de violencia en el entorno laboral que contemple los abusos verbales y físicos y prevenir el acoso sexual.
- Procurar el ofrecimiento de un seguro médico y cualquier otro servicio pertinente — incluido para las supervivientes de la violencia de género — y garantizar un acceso equitativo a todos los empleados.
- Respetar el derecho de las mujeres y de los hombres a disfrutar de un tiempo libre para que ellos o las personas a su cargo puedan recibir asistencia médica o asesoramiento.
- Mediante un acuerdo con los empleados, identificar y tratar las cuestiones de seguridad, incluidas la de las mujeres en sus traslados desde y hasta su lugar de trabajo y todas las relativas al ámbito de actuación de la empresa.
- Formar al personal de seguridad y a los directivos para que puedan identificar los signos de violencia contra las mujeres y entender las leyes y las políticas empresariales relativas a la trata de seres humanos y la explotación sexual y laboral.

4. Educación y formación

- Invertir en políticas y programas de actuación en el lugar de trabajo que favorezcan al avance de las mujeres a todos los niveles y en todos los sectores económicos y que promuevan el acceso de las mujeres a todas las profesiones no tradicionales.
- Garantizar el acceso equitativo a todos los programas de formación y de educación patrocinados por la empresa, incluidas las clases de alfabetización y las formaciones vocacionales y en tecnología de la información.
- Garantizar la igualdad de oportunidades en la creación de redes y de actividades de tutoría formales e informales.
- Ofrecer oportunidades necesarias para la promoción del estudio de viabilidad del empoderamiento de las mujeres y del impacto positivo de la integración sobre los hombres y las mujeres.

5. Desarrollo empresarial, cadena de suministros y prácticas de marketing

- Extender las relaciones empresariales a las empresas dirigidas por mujeres, incluidas a las pequeñas empresas y a las mujeres empresarias.
- Promover soluciones que integren la dimensión de género a los obstáculos que suponen los créditos y los préstamos.
- Pedir a los socios y a las entidades pares que respeten el compromiso de la empresa de favorecer la igualdad y la integración.
- Respetar la dignidad de las mujeres en todos los productos de la empresa, ya sean de marketing u otros.
- Garantizar que los productos, servicios e instalaciones de la empresa no se utilicen para fines de trata de seres humanos y/o de explotación sexual o laboral.

6. Liderazgo comunitario y compromiso

- Dar ejemplo — compromiso de empresas de prestigio, para la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.
- Ejercer presión, de forma individual o conjunta, para defender la igualdad de género y colaborar con socios, proveedores y líderes comunitarios en la promoción de la integración
- Trabajar con los representantes de la comunidad y los cuerpos oficiales entre otros, con el fin de erradicar la discriminación y la explotación y de generar nuevas oportunidades para las mujeres y las niñas.
- Promover y reconocer el liderazgo femenino y su contribución en sus comunidades, así como garantizar la suficiente representación de las mujeres en cualquier mecanismo de consulta comunitaria.
- Utilizar programas filantrópicos y becas para apoyar el compromiso empresarial con la integración, la igualdad y la defensa de los derechos humanos.

7. Transparencia, evaluación e información

- Difundir las políticas empresariales y los planes de implementación a favor de la igualdad de género.
- Establecer puntos de referencia que permitan evaluar la integración de las mujeres en todos los niveles.
- Evaluar y difundir los progresos alcanzados, interna y externamente, mediante el uso de datos desglosados por sexo.
- Integrar los indicadores de género en las obligaciones de rendición de cuentas en curso.

Fuente: UNIFEM y PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS: Principios para el empoderamiento de las mujeres. La igualdad es un buen negocio, 2004.

TABLA 2

Los principios en la práctica: ejemplos empresariales

1. Una dirección que promueva la igualdad de género

- Un grupo minero internacional con sede en el Reino Unido encargó una guía de recursos para poder atender e implicar a las mujeres y a los grupos comunitarios y aplicarla como una de sus principales directivas normativas en sus operaciones empresariales.
- Un estudio empresarial llevado a cabo al más alto nivel por una empresa de contabilidad y de asesoramiento determinó que estaba perdiendo cierto volumen de negocio al no ser capaz de atraer y de retener a mujeres profesionales altamente cualificadas y decidió, a la luz de estos datos, centrarse en cambiar la cultura y las políticas empresariales mediante el liderazgo y la implicación del consejo de administración.
- El liderazgo de un fabricante textil del Este Asiático permitió la implementación de un enfoque integrado e integral del empoderamiento de las mujeres mediante la puesta en marcha de programas destinados a reconocer los logros de las empleadas y a promover los avances de las mujeres en la empresa por medio de iniciativas de amplio espectro en torno a la formación, la educación y la seguridad.

2. Igualdad de oportunidades, integración y no discriminación

- Un grupo de micro finanzas de Europa Oriental inició una recogida de datos y un ejercicio de análisis a gran escala antes de emitir sus recomendaciones sobre la manera de tratar a sus empleadas a fin de atraer y de retener a un mayor número de mujeres cualificadas.
- En su afán de poner fin a las diferencias salariales basadas en el género, un grupo multinacional de seguros invirtió 1,25 millones de euros en tres años.
- Una importante empresa de servicios en Australia aplica una política de permiso parental que ofrece un total de dos años de permiso parental para el cuidador principal, el cual puede disfrutarse de forma flexible y no necesariamente en continuo.
- Con el objetivo de promover la diversidad y la integración, una multinacional del acero estableció un comité especial formado por mujeres trabajadoras y de la dirección para

que pudieran identificar y poner fin a las inquietudes de las empleadas mediante la organización de formaciones y de programas.

3. Salud, seguridad y una vida libre de violencia

- Como continuación de un estudio realizado a petición de una empresa para determinar los beneficios económicos que representa el incremento de la conciencia de la salud para las empresas, un importante fabricante textil estableció una colaboración con profesionales de la salud para poder ofrecer formaciones a sus empleados sobre la salud maternal y reproductiva, la prevención de enfermedades y el acceso a los servicios de salud.
- Consciente de la necesidad de apoyar a los padres y madres trabajadores, una empresa de comunicaciones keniana ofrece un servicio gratuito de guardería in situ y un médico interno, además de una cobertura médica integral que incluye la atención pre y postnatal.
- Dos empresas españolas ofrecen servicios de colocación de empleo a las víctimas de la violencia de género específicamente adaptados a sus necesidades a fin de facilitar su transición a su puesto de trabajo.
- Un fabricante textil de Sri Lanka demostró su compromiso de crear y de mantener un entorno de trabajo seguro y saludable — así como de reconocer las necesidades diferenciadas que existen entre sus empleados y sus empleadas — mediante la aplicación de una serie de políticas y de programas entre las cuales figuran la atención específica para las empleadas embarazadas, la evaluación continua de los riesgos y el seguimiento de sus fábricas, de los procesos y del equipamiento.

4. Educación y formación

- Con el objetivo de generar nuevas oportunidades de promoción profesional para las mujeres en su ámbito de actuación, una multinacional tecnológica con sede en los Estados Unidos ha establecido asociaciones estratégicas con las organizaciones de mujeres en la mayor parte de los países en los cuales opera para promover la educación y la formación y para reconocer los logros de las mujeres.
- Una importante compañía aérea europea se dirige a los jóvenes mediante proyectos educativos destinados a romper las barreras tradicionales que han limitado el acceso de las mujeres a ciertas categorías profesionales en el sector de la industria y de los hombres a otras.
- Una gran empresa de servicios financieros instalada en Australia ofrece numerosas iniciativas destinadas a apoyar la presencia de las mujeres en el sector empresarial, entre

las cuales se encuentra una plataforma que permite a las mujeres australianas establecer vínculos con otras mujeres del mundo de los negocios internacionales para compartir informaciones, investigaciones y consejos profesionales.

- Una empresa de transporte china instauró comités de empleadas para poder identificar y concebir programas e informaciones adaptadas a las necesidades y a los centros de interés específicos de sus homólogas.

5. Desarrollo empresarial, cadena de suministros y prácticas de marketing

- Consciente del creciente papel que tienen las mujeres empresarias, un importante banco con sede en el Reino Unido lanzó una línea de servicios financieros específicos, de oportunidades para la microfinanza y de préstamos para empresas y además, ofrece un centro de recursos en línea para las empresarias que dirigen pequeñas y medianas empresas.
- Un fabricante sueco ayuda a las mujeres productoras de materia prima en los países en vía de desarrollo a tratar directamente con el fabricante, lo que les permite mejorar sus ingresos al reducir el número de intermediarios de la cadena de suministros.
- Para poder concienciar al público internacional sobre el alcance de la violencia contra las mujeres, una multinacional de publicidad colaboró con una organización de las Naciones Unidas para desarrollar una campaña de sensibilización basada en el uso de la televisión y de Internet.

6. Liderazgo comunitario y compromiso

- Una importante empresa cosmética lanzó y vendió productos para poder reunir fondos a favor de las organizaciones que operan a nivel de la comunidad para erradicar la violencia de género en el mundo.
- Una multinacional minera con operaciones en Ghana implementó un programa de incorporación de la perspectiva de género a fin de animar a las empleadas a asumir mayores responsabilidades en la mina y a conectar con la comunidad local.
- Una multinacional textil con sede en los Estados Unidos concede becas a las organizaciones que operan a nivel de la comunidad para empoderar a las mujeres en las localidades donde realiza sus actividades.

7. Transparencia, evaluación e información

- Una mediana empresa israelí del sector de la moda llegó a ser la primera de su tamaño en Israel en difundir voluntariamente un Informe de Responsabilidad Social y Medio Ambiental que reflejara su compromiso con la igualdad de género.

- Una institución financiera española pública su compromiso hacia la igualdad de oportunidades y la integración en su página Web y realiza a menudo diagnósticos sobre la igualdad, los cuales están sometidos a la aprobación de un cuerpo gubernamental independiente.
- Una empresa minera sudafricana incluye un desglose detallado de su personal por género y raza y nivel de ocupación en su informe de sostenibilidad.

Fuente: UNIFEM y PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS: Principios para el empoderamiento de las mujeres. La igualdad es un buen negocio, 2004.

TABLA 3

¿Cómo conseguir y medir el progreso?

1. Una dirección que promueva la igualdad de género

Definir claramente la estrategia empresarial adoptada para promover la igualdad de género en la organización y en su ámbito de actuación. Establecer un grupo de acción de alto nivel para identificar las líneas prioritarias, definir los puntos de referencia y realizar el seguimiento de los progresos de la empresa. Incluir objetivos a escala empresarial para la promoción de los avances en la igualdad de género en la descripción de los puestos y en los informes de resultados.

Elementos que se deben considerar…

- ¿El compromiso anunciado para promover la igualdad, la no discriminación y la equidad está claramente identificado en la página Web, así como en los soportes de contratación y en los informes corporativos de sostenibilidad?
- ¿Se ha nombrado a una persona a nivel del consejo de administración para defender las políticas y los planes de igualdad de género de la organización?
- ¿Se crearon formaciones, incluso para los líderes masculinos, sobre la importancia que tienen la participación y la integración de las mujeres?
- ¿El informe anual o de sostenibilidad de la empresa incluye comunicados de la dirección que confirmen su voluntad de alcanzar los objetivos de la igualdad de género?

2. Igualdad de oportunidades, integración y no discriminación

Divulgar exhaustivamente un comunicado en el cual la empresa prohíbe explícitamente la discriminación basada en el género en la contratación, las políticas de retenciones, las promociones profesionales, los salarios y beneficios. Concebir iniciativas de contratación que incluyan a más mujeres. Revisar y analizar la remuneración de todos los empleados por

género, categoría profesional y denominación de la función. Garantizar la igualdad de oportunidades de las mujeres para dirigir importantes misiones y grupos de acción.

Entrevistar a los empleados para contemplar los puntos de vista de las mujeres y de los hombres sobre las políticas de la empresa relativas a la igualdad de oportunidad, la integración, la no discriminación y la retención. Establecer e implementar una política y un proceso de resolución de conflictos para tratar los incidentes derivados de la discriminación, el acoso sexual y la violencia de género.

Elementos que se deben considerar…

- ¿Las designaciones en el consejo de administración y en la dirección general tienen en cuenta la perspectiva de género?
- ¿Le empresa realiza el seguimiento y el análisis de las promociones profesionales por género, categoría profesional y denominación del puesto de trabajo?
- ¿Las revisiones equitativas de los salarios se realizan con frecuencia?
- ¿Se entrevista y se contrata a un número suficiente de mujeres (mínimo 30%)? ¿Las mujeres están adecuadamente representadas entre las personas encargadas de proceder a las entrevistas?
- ¿Cuál es la tasa de retención de las empleadas por categoría profesional y denominación de puestos de trabajo en comparación con sus homólogos masculinos?
- ¿La empresa ha diseñado opciones de trabajo flexibles que tengan en cuenta la diversidad y la especificidad de las necesidades de las mujeres y de los hombres?
- ¿Los canales de comunicación de los conflictos basados en la discriminación, el acoso y la violencia de género son accesibles?

3. Salud, seguridad y una vida libre de violencia

Divulgar exhaustivamente la política de tolerancia cero de la empresa y ofrecer una formación continua. Elaborar un inventario de las condiciones de salud y de seguridad que tenga en cuenta las cuestiones de género. Entrevistar a los empleados para conseguir los puntos de vista de las mujeres y de los hombres en cuanto a las cuestiones relativas a la salud y a la seguridad. Elaborar políticas empresariales a medida sobre la salud y la seguridad que aborden las diferentes inquietudes y necesidades de las mujeres y de los hombres y que tengan en cuenta a las mujeres embarazadas, a las personas enfermas de VIH /SIDA y con discapacidad física, así como a los otros grupos vulnerables y ofrezca los recursos necesarios para su implementación.

Elementos que se deben considerar…

- ¿La seguridad y el tamaño del equipo se adaptan tanto a los hombres como a las mujeres?
- ¿La empresa dispone de baños separados y, llegado el caso, de vestuarios para las mujeres y los hombres?
- ¿Las zonas comunes se encuentran bastante iluminadas?
- ¿Los servicios médicos de la empresa disponen de profesionales sanitarios mujeres?

Educación y formación

Formar y educar a los empleados, y sobre todo al personal masculino, sobre la voluntad de la empresa de defender el empoderamiento de las mujeres. Ofrecer asesoramiento profesional y programas de tutoría para el desarrollo profesional de las mujeres a todos los niveles. Promover los programas de formación diseñados para las mujeres.

Elementos que se deben considerar…

- ¿Cómo se reparten las oportunidades de formación y de desarrollo profesional entre los hombres y las mujeres?
- ¿Cuántas horas de formación se destinan a las mujeres y a los hombres anualmente, por categoría profesional y denominación del puesto de trabajo?
- ¿Se tienen en cuenta las exigencias familiares de los empleados a la hora de diseñar el calendario de las formaciones y de los programas de educación?

5. Desarrollo empresarial, cadena de suministros y prácticas de marketing

Divulgar exhaustivamente una declaración de política elaborada por los órganos directivos sobre el apoyo que brinda la organización a las prácticas por igualdad de género en su cadena de suministros. Nombrar a un “defensor de las mujeres” en el seno de la empresa para tratar con empresas dirigidas por mujeres y ayudarlas a desarrollar su capacidad de operar como proveedoras de calidad. Exigir que los proveedores actuales y potenciales informen de sus políticas de género y de diversidad e integrarlas en los criterios de selección.

Elementos que se deben considerar…

- ¿La empresa analiza su cadena de suministros actual para establecer el número básico de empresa de suministros dirigidas por mujeres?

- ¿Cuántos proveedores de la empresa disponen de políticas y de programas de género?
- ¿Cuál es la proporción de empresas de suministro dirigidas por mujeres con respecto al conjunto de proveedores?
- ¿Cuál es el procedimiento adoptado por la empresa frente a las denuncias hacia el uso que podría hacer de las mujeres y de las niñas en su material de marketing y publicitario? ¿Qué medidas se toman para remediar a esta situación?

6. Liderazgo comunitario y compromiso

Definir iniciativas empresariales de compromiso comunitario a favor del empoderamiento de las mujeres y de las niñas. Animar a los ejecutivos de la empresa a que realicen consultas comunitarias con los líderes locales — mujeres y hombres — para crear fuertes vínculos y elaborar programas que beneficien al conjunto de los miembros de la comunidad. Diseñar un análisis del impacto generado por la implementación o por la expansión de la actividad sobre la comunidad que pueda determinar las consecuencias específicas sobre las mujeres y las niñas.

Elementos que se deben considerar…

- ¿Qué iniciativas apoya la empresa para la promoción de la igualdad en la comunidad y a cuántas mujeres, niñas, hombres y niños consiguen alcanzar?
- ¿La empresa entrevista a los participantes mediante la creación de grupos de reflexión o la entrega de comentarios escritos?
- ¿La empresa revisa los criterios y las políticas que determinan sus actividades de compromiso comunitario en función de los resultados y de los comentarios de la comunidad?
- ¿Las contribuciones de las mujeres a favor de sus comunidades están reconocidas y difundidas?

7. Transparencia, evaluación e información

Mediante referencias reconocidas, informar anualmente y por departamento de los planes y las políticas de la empresa a favor de la igualdad de género. Publicar las conclusiones de los esfuerzos empresariales para lograr la integración y la promoción de las mujeres mediante el conjunto de los canales oportunos y las obligaciones de información preestablecidas. Incluir el seguimiento y la evaluación de los objetivos empresariales en cuanto a igualdad de género entre los indicadores de rendimiento actuales.

Elementos que se deben considerar…

- ¿El respeto de las referencias relativas al avance de las mujeres demuestra que la empresa progresa positivamente?
- ¿Qué oportunidades ofrece la empresa para revisar, analizar y debatir los resultados alcanzados?

Fuente: UNIFEM y PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS: Principios para el empoderamiento de las mujeres. La igualdad es un buen negocio, 2004.

4.2 Acciones de RSE en materia de igualdad

En el primer párrafo del artículo 73 de la LOIMH se desprende que las empresas fomenten la responsabilidad social de género dado que es una forma de otorgar a las trabajadoras beneficios sociales cuando no se encuentran previstos en la legislación. Como ya hemos mencionado la responsabilidad social es de carácter voluntario y se bifurca en dos direcciones. Por una parte, las concernientes a las especificas medidas de responsabilidad social, y por otra, como obligan aquellas medidas a la empresa después de adoptarlas.

En la actualidad, la implantación de la responsabilidad social que incluya el género ha sido muy efectiva por la actuación de diferentes agentes de la sociedad civil: a) Trabajadores y trabajadoras, b) Consumidores y grupos ciudadanos de interés, c) Sindicatos, d) Organizaciones de consumidores, e) Instituciones de inversión responsable, f) Asociaciones, g) Fundaciones, h) Organizaciones no gubernamentales.

Al considerar que la responsabilidad social de género persigue la integración de las dimensiones económicas, social y medioambiental en las actividades estratégicas empresariales por ello es necesario:

a. Identificar y promover espacios de interlocución entre organizaciones empresariales y sindicales.
b. Compartir experiencias y divulgar buenas prácticas.
c. Promover compromisos de responsabilidad social.

En estos mismos términos, la Resolución de 9 febrero 2007, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acuerdo Interconfederal para la negociación colectiva 2007, hace alusión en el Capítulo VIII «Responsabilidad social de las empresas», con la novedad de añadir una cuarta actuación, de «Orientar contenidos esenciales susceptibles de

integrarse en las prácticas de responsabilidad social de las empresas en el ámbito de las relaciones laborales».

4.3 Los ODS y la igualdad de género

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015-2030), también conocidos por sus siglas ODS, son una iniciativa impulsada por Naciones Unidas para dar continuidad a la agenda de desarrollo tras los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

Desde el punto de vista de género se ha considerado los siguientes ODS:

1. **ODS 5: Igualdad de género.**

La igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible. En este objetivo está la meta 5.5 de «asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública».

2. **ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.**

Para conseguir el desarrollo económico sostenible, las sociedades deberán crear las condiciones necesarias para que las personas accedan a empleos de calidad. Así mismo, promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. En este objetivo está la meta 8.8 que indica «Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios», sin olvidar que la meta 8.5 hace referencia que se debe lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres.

3. **ODS 10: Reducción de las desigualdades.**

Las desigualdades basadas en los ingresos, el género, la edad, la discapacidad, la orientación sexual, la raza, la clase, el origen étnico, la religión y la oportunidad siguen persistiendo en todo el mundo, dentro de los países y entre ellos. Las desigualdades amenazan el desarrollo social y económico a largo plazo, afectan a la reducción de la pobreza y destruyen el sentimiento de plenitud y valía de las personas.

La igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible, por ello se establecen metas muy relacionadas como son:

Meta 10.2: Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición
Meta 10.3: Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto
Meta 10.4: Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad

En este ODS un aspecto importante es que no podemos lograr el desarrollo sostenible y hacer del planeta un mundo mejor para todos si hay personas a las que se priva de oportunidades, de servicios y de la posibilidad de una vida mejor.

5. La integración de la igualdad en la RS y la gestión del Recurso Humano

5.1 Gestión de recurso humano

La promulgación de la LOIMH supone un nuevo marco de obligaciones para las empresas que exige la garantía de cumplimiento del principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el acceso al empleo, formación y promoción profesional. La obligación de cumplimiento de aquel ha supuesto la reducción del espacio para realizar ciertas actuaciones en manera de igualdad de género en el ámbito interno de la responsabilidad social, dado que se ha trasformado en un imperativo de ley respetar la igualdad de trato y de oportunidades en el mundo laboral, al igual que la adopción de medidas encaminadas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral ente mujeres y hombres.

5.2 Planes de igualdad

«Las empresas están obligadas a respetar la igualdades de trato y de oportunidades en al ámbito laboral y a tal efecto, deberán adoptar un conjunto de medidas dirigidas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre mujeres y hombres, que deberán negociar y en su caso acordar con los representantes legales de los trabajadores en la forma que se determine en la legislación laboral».

Además del deber general de las empresas de respetar el principio de igualdad en todos los ámbitos laborales, la LOIMH contempla un conjunto de obligaciones de carácter más específico entre otras, la elaboración de planes de igualdad y otras medidas de promoción de igualdad, en el que entra la responsabilidad social de género.

La LOIHM define los planes de igualdad como el conjunto ordenado de medidas, adoptadas después de realizar un diagnóstico de situación, tendentes a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, y a eliminar la discriminación por razón de sexo (Tabla 4).

En otros términos debe de existir una estrategia o planes con una serie de acciones que integren la igualdad entre mujeres y hombres en la gestión de la organización. La adopción de planes de igualdad en principio es voluntaria, sin embargo, es obligatoria para las siguientes organizaciones laborales (Tabla 5).

TABLA 4

PLANES DE IGUALDAD: LOIMH		
Ley	LOIMH	
Preceptos	Art 45 y 46	
Definición	Conjunto ordenado de medidas, adoptadas después de realizar un diagnóstico de la situación, tendentes a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y a eliminar la discriminación por razón de sexo.	
Ámbito subjetivo	Obligatorios	a) Empresas de más de 250 trabajadores
		b) Cuando se establezca en el sentido colectivo sectorial
		c) Procedimiento sancionador alternativo una sanción
	Voluntarios	Aquellas empresas que de manera potestativa quieran elaborar e implantar planes de igualdad
Materias que deben contener	Para la consecución de objetivos fijados los planes de igualdad podrán contemplar entre otras las materias de acceso al empleo, clasificación profesional, promoción y formación, retribuciones, ordenación del tiempo de trabajo para favorecer en términos de igualdad entre mujeres y hombres, la conciliación laboral, personal y familiar y prevención del acoso sexual y del acoso por razón de sexo.	
Objetivos	Los planes de igualdad fijará los concretos objetivos de igualdad a alcanzar, las estrategias y prácticas a adoptar para su consecución, así como el establecimiento de sistemas eficaces de seguimiento y evaluación de los objetivos fijados.	

Fuente: Elaboración propia

TABLA 5
Ámbito subjetivo de las medidas de igualdad

Obligatorios	Voluntarios
• Empresas de más de 250 trabajadores	• Aquellas empresas que de manera potestativa quieran elaborar e implantar planes de igualdad. A tal efecto, el Gobierno para fomentar su adopción establecerá medidas de fomento.
• Cuando se establezca en el convenio colectivo sectorial	
• Procedimiento sancionador alternativo a una sanción	
• Administración pública, sus empresas públicas y entidades instrumentales	

Fuente: Elaboración propia

Bajo este contexto, los planes de igualdad deben contener las herramientas para eliminar los desequilibrios y desigualdades de presencia y participación de mujeres y hombres en todos los ámbitos y niveles de la organización, e integrar la igualdad en su funcionamiento. Dicho en otras palabras deben de contener medidas que aseguren que la selección, contratación, formación, promoción, política salarial, clasificación profesional, entre otros, se dé el mismo trato y ofrezcan las mismas oportunidades tanto en mujeres como a hombres.

En la adopción por parte de la empresa dentro de la responsabilidad social en materia de planes de igualdad efectiva entre mujeres y hombres conlleva una serie de beneficios entre los cuales se pueden destacar los siguientes:

a. Informar a la sociedad y a todos los participantes de la cadena de producción acerca de las empresas que han adoptados acciones de responsabilidad social.
b. Se anticipa, en algunos casos a situaciones problemáticas antes de que estén reguladas por la legislación
c. Mejora la calidad de servicio.
d. Mejora la imagen corporativa sustancialmente.
e. Ofrece una mejor respuesta a los consumidores.
f. Coloca en evidencia la cultura empresarial con sensibilidad de género.
g. Ofrece un elemento de distinción positivo frente a las empresas rivales.
h. Mejora el entorno de trabajo.

i. Aumenta la bolsa de trabajo.
j. Resalta en positivo en su mercado competitivo.

En otras palabras la empresa en sus objetivos en el ámbito de igualdad tiene ventajas al adoptar un sistema de gestión de calidad en la igualdad de género (Tabla 6), el cumplimiento de estos objetivos no debe verse como un gasto, al contrario se debe considerar como una inversión. Por ello invertir para este fin mejoraría el clima laboral y las relaciones humanas, así como los procesos de producción y la innovación en los procesos de trabajo.

TABLA 6

Ventajas de adoptar un sistema de gestión de calidad con equidad de género

Transformación Cultural Positiva	Mejora del Negocio	Mayor ejercicio de derechos de las trabajadoras y los trabajadores
• Más motivación, satisfacción laboral, compromiso e identificación del personal con la empresa. • Mejores relaciones interpersonales y comunicaciones internas más fluidas. • Mayor probabilidad de retener personal con talento y capacitación. • Mejora de las condiciones generales del trabajo de empleados y empleadas.	• Aprovechamiento de los saberes y las competencias del conjunto del personal. • Incremento en la calidad de la producción y de los servicios ofrecidos por la empresa. • Mejora de la imagen externa de la empresa y atracción a consumidores y consumidoras responsables. • Aumento del prestigio de la empresa y de su liderazgo en el mercado.	• Mejora de la situación de las mujeres y los hombres. • Mejora de la situación de las familias de trabajadores y trabajadoras. • Acceso a las jerarquías de las organizaciones. • Desarrollo de condiciones para garantizar el ejercicio de derechos y respeto efectivo de los derechos de trabajadores y trabajadoras. • Posicionamiento de la empresa como pionera y vanguardia en la equidad de género.

Fuente: PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS: Negocios que promueven la igualdad, 2009, pág. 18.

5.3 Condiciones de trabajo y retribución

Los instrumentos de igualdad deben contener cláusulas que evalúen los riesgos laborales y los planes de prevención, así como otras que promuevan un concepto de salud o que integre las enfermedades relacionadas con las funciones y actividades desarrolladas que hasta ahora la legislación no las ha incluido como enfermedades profesionales. Los planes de igualdad deben concretar los términos en los que debe llevarse a cabo la vigilancia de la salud de la plantilla, precisando los riesgos específicos existentes en el puesto de trabajo que se trate, sin limitarse a reiterar lo previsto en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales (LPRL).

Asimismo, los planes de igualdad deben incluir la definición y las condiciones de todos los conceptos retributivos devengados, incorporando el principio de igualdad remuneración por trabajos de igual labor. Por lo tanto deben establecer programas de revisión en el que los complementos salariales no primen las tareas realizadas por las personas trabajadoras, en lugar de otras características de puestos de trabajo ocupados por trabajadoras.

A tal efecto debe aplicarse lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley del Estatuto de los Trabajadores al señalar que «el empresario está obligado a pagar por la prestación de un trabajo de igual valor la misma retribución, satisfecha directa o indirectamente, y cualquiera que sea la naturaleza de la misma, salarial o extrasalarial, sin que pueda producirse discriminación alguna por razón de sexo en ninguno de los elementos o condiciones de aquélla». La implantación de todas estas medidas ayudaría a reducir la brecha salarial de género que proviene de los que se pacta al margen de la negociación colectiva.

5.4 Vida laboral, familiar y social

En este apartado se deben incluir cláusulas que fomenten el uso de medidas de conciliación de la vida familiar, personal y laboral por parte del colectivo masculino, así como las medidas de corresponsabilidad de mujeres y hombres en el ámbito familiar. Por lo tanto, los planes de igualdad deben incorporar las novedades de la LOIMH. De igual manera, deben contener cláusulas de flexibilidad en las instituciones laborales más destacables, como reducción de jornadas, excesos de horarios, selección del periodo vacacional, entre otras. Asimismo deben estipular los servicios de apoyo que la organización empresarial esté dispuesta a prestar como por ejemplo guarderías.

En este sentido, resulta interesante implantar la figura del teletrabajo. La Real Academia Española define teletrabajo como la utilización de las redes de telecomunicación para trabajar desde un lugar fuera de la empresa usando sus sistemas informaticos.

Hay que resaltar que la Ley 3/2012 e 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral, promueve nuevas formas de desarrollar actividad la laboral. En este sentido da cabida al teletrabajo como modelo productivo y económico que se persigue con esta reforma. Por otra parte al favorecer la flexibilidad de las empresas en la organización del trabajo incrementa oportunidades de empleo y optimiza la relación entre tiempo de trabajo y vida personal y familiar.

6. Empresas con el distintivo Igualdad en la Empresa

El distintivo “Igualdad en la Empresa” o DIE, como se le denomina coloquialmente, es una marca de excelencia que se obtiene en convocatorias anuales y que reconoce a las empresas y otras entidades que destaquen en el desarrollo de políticas de Igualdad entre mujeres y hombres en el ámbito laboral, mediante la implementación de planes y medidas de igualdad.

En art. 4 del Real Decreto 1615/2009, de 26 de octubre, se pueden ver cuáles son los requisitos o como pueden conseguir el distintivo de «Igualdad en la Empresa».

Cualquier empresa, de capital público o privado, que ejerza su actividad en territorio español, podrá solicitar del Ministerio de Igualdad la concesión del distintivo empresarial, siempre que cumpla los siguientes requisitos:

a) Estar inscrita en la Seguridad Social y, cuando proceda, encontrarse formalmente constituida e inscrita en el registro público que corresponda.
b) Encontrarse al corriente en el cumplimiento de las obligaciones en materia tributaria y de Seguridad Social.
c) No haber sido sancionada, en los tres años anteriores a la solicitud, con carácter firme, por infracción grave o muy grave en materia de igualdad de oportunidades y no discriminación o por infracción muy grave en materia social, de acuerdo con lo dispuesto en el texto refundido de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social, aprobado por Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto.
d) Haber iniciado la implantación de un Plan de Igualdad, en aquellos supuestos en que la empresa esté obligada a su implantación por imperativo legal o convencional. En los demás supuestos, haber iniciado la implantación de un Plan de Igualdad o de Políticas de Igualdad.
e) Contar con un compromiso explícito en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en las condiciones de trabajo, la organización y funcionamiento interno de la empresa, y la responsabilidad social. Este compromiso deberá acreditarse por escrito y haberse hecho público.

El art. 10 del Real Decreto 1615/2009, de 26 de octubre, por el que se regula la concesión y utilización del distintivo «Igualdad en la Empresa», establece los criterios de valoración, tenidos en cuenta por la Comisión constituida al efecto por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para la concesión del distintivo «Igualdad en la Empresa». En

la red de empresas con distintivo «Igualdad en la empresa» se mencionan algunas de ellas a continuación:

Academia de Desarrollo Formativo S.L.
Acciona Ingeniería S.A.
Allianz Compañía de Seguros y Reaseguros S.A.
Aqualia, S.A.
BBVA – Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.
Banco Santander S.A.
BT España, S.A.
Caja Mar Cajarural
Carac Siglo XXI, S.L.
Deutsche Bank, SAE.
Fundación Bancaria “La Caixa”
IKEA Ibérica S.A.
IBM – International Business Machine, S.A.
Indra Sistemas, S.A.
Mahou, S.A.
Mantequerias Arias, S.A.
Mercedes Benz España, S.A.
Metro Bilbao, S.A.
Mutua Madrileña Automovilística de Seguros a Prima Fija
Philips Ibérica, S.A.U.
Reale Seguros Generales, S.A.
Renault España, S.A.
Repsol, S.A.
Sabadell, S.A.
Sodexo Iberia, S.A.
Sorea Sociedad Regional de Abastecimiento de Aguas, S.A.
Tiebel Sociedad Cooperativa
Unilever España, S.A.
Xerox España, S.A.

7. Conclusiones

Analizando la perspectiva de género desde la Responsabilidad Social, sin ser este un fenómeno de nueva creación ha adquirido en las últimas décadas un auge en una dimensión insospechada. En este sentido sabemos que existe una dimensión laboral, en la que las personas trabajadoras juegan un papel de relevancia. A tal efecto sus organizaciones reclaman una intervención cada vez más activa, dado que el derecho del trabajo posee herramientas necesarias para su adopción voluntaria por las empresas.

La LOIMH no señala como debe integrarse la responsabilidad social de género, solo dispone que «Las empresas podrán asumir la realización voluntaria de acciones de responsabilidad social, consistentes en medidas económicas, comerciales, laborales, asistenciales o de otra naturaleza, destinadas a promover condiciones de igualdad entre las mujeres y los hombres en el seno de la empresa o en su entorno social».

Al analizar los elementos de la Responsabilidad Social considera un conjunto de medidas tendentes a eliminar la discriminación de género y que la empresa adopte de manera voluntaria en su seno el propósito de promover condiciones de igualdad entre mujeres y hombres. Un comportamiento socialmente responsable de las organizaciones queda reflejado en el ámbito económico, medioambiental y social, en este último ámbito es en el que se centra la igualdad de género por lo tanto las empresas tienen que respetar el espíritu y el contenido de las leyes, costumbres sociales y la cultura a través de los dispuesto en la LOIMH.

Incluir planes de igualdad en las organizaciones donde la implementación de la responsabilidad social de género además de ser voluntaria, el empresario debe hacer la idea de favorecer la igualdad laboral que podrá ser concertada con las representación de los trabajadores, las organizaciones de consumidores y usuarios, las asociaciones cuyo fin primordial sea la defensa de trato entre mujeres y hombres y los organismos de igualdad.

Por último, para que la gestión de la responsabilidad social de género y el apoyo de la alta dirección sean creíbles deben depender del más alto nivel de la organización. Por lo anterior es necesario la formación de directivos para que se impliquen con la óptica de género, en la gestión empresarial, aplicables en la mejora de gestión ética y socialmente responsable para que sirva de guía para compatibilizar el éxito de las organizaciones públicas y privadas con el bienestar de la vida laboral, familiar y social.

8. Bibliografía

Art. 1.1 de la Constitución Española

Art. 9.2 de la Constitución Española

Art 14 de la Constitución Española

Art. 45 de la LOIMH

Art. 73 de la LOIMH

Art. 28, Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

BOE núm. 311, 29 de diciembre de 1978.

BOE núm. 71, 23 de marzo de 2007.

BOE núm. 109, 7 de mayo de 1999.

BOE núm. 75, 29 de marzo de 1995.

BOE núm. 246, 13 de octubre de 2003.

BOE núm. 260, 31 de marzo de 2006.

BOE núm. 71, 23 de marzo de 2007.

BOE núm. 48, 24 de febrero 2007.

BOE, núm. 162, 7 de julio 2012.

BOE, núm. 265, 3 de noviembre 2009.

Bruselas, 22.3.2006. COM (2006) 136 final.

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: Libro Verde. Fomentar un narco europeo para la responsabilidad social de las empresas, Bruselas, 2001.

FUNDACIÓN LUIS VIVES: Cuadernos de conclusiones. Primer Foro de Investigación y Debate sobre la Responsabilidad Social de las Empresas, Madrid, 2011, pgs. 45-58.

FORÉTICA Y SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD: Igualdad y RSE. Guía para PYMES, Madrid, 2011.

INSTITUTO DE LA MUJER: Orientaciones para negociar medidas y planes de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en las empresas, Instituto de la Mujer, Madrid, 2009, pg. 18.

JIMENEZ FERNANDEZ, J: La responsabilidad social de las empresas. Como entenderla, como afrontarla una perspectiva sindical, Altabán Ediciones, Albacete, 2007, pg. 17.

La Carta de las Naciones Unidas se firmó el 26 de junio de 1945 en San Francisco, entro en vigor el 24 de octubre del mismo año.

Libro Verde. Fomentar un narco europeo para la responsabilidad social de las empresas, Bruselas, 18 de julio de 2001. COM (2001) 366 final.

REGUANT, D.: La mujer no existe, Maite Canal, Bilbao, 1996, pg.20.

RODRIGUEZ-PIÑERO, M y FERNÁNDEZ LOPEZ M: Igualdad y discriminación, Tecnos, Madrid, 1986, pg.22.

Vid. Sáez Lara, C. «igualdad de trato y de oportunidades en el derecho social comunitario», en AA VV, La igualdad entre la ley y la no discriminación en las relaciones laborales, MTAS 2005, pgs. 325-390.

www.rae.es