



empresas
ASESORAMIENTO PARA LA
igualdad

HERRAMIENTA DE APOYO N° 11: "LA IGUALDAD COMO ELEMENTO DE CALIDAD Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA (RSE)"

INTRODUCCIÓN

Los documentos denominados como herramientas de apoyo a la realización de Planes de Igualdad en la empresa, forman parte del Servicio de Asesoramiento para Planes y Medidas de Igualdad en las Empresas, que se ofrece a través de la web www.igualdadenlaempresa.es, y como su nombre indica, su fin es facilitar pautas, para que las empresas evalúen sus propios recursos de gestión, desde la óptica de la igualdad entre mujeres y hombres.

Estas herramientas, 12 temas en total, servirán de sustento a todas las fases que conforman un Plan de Igualdad: compromiso, comisión de igualdad, diagnóstico, elaboración del propio plan, y el seguimiento y evaluación del mismo.

PRESENTACIÓN

Este mundo globalizado, socialmente cada vez más sensible con los valores relacionados con un desarrollo económico, social y medioambiental más sostenible de los países en los que vivimos, unido a la enorme desconfianza producida por la presente crisis económica en relación a prácticas no deseadas en el ámbito económico, han provocado en la ciudadanía una mayor exigencia de comportamientos más éticos y responsables por parte de las empresas, considerando, más aún si cabe, su responsabilidad en lo que acontece y/o las mejores o peores prácticas que impulsen para el logro de sus intereses en relación a intereses más colectivos.

UN POCO DE HISTORIA

El desarrollo de la RSE va a constituir una estrategia clave que va a acompañar a las empresas en esa exigencia de nuevas capacidades y cambios en los valores y los comportamientos. Integrar la responsabilidad social en las empresas, el desarrollo sostenible y la ciudadanía responsable son los retos actuales. Todo ello necesariamente con perspectiva de género y siendo los planes de igualdad de nuevo un instrumento imprescindible para el cambio.

En este momento ya no resulta suficiente no transgredir valores socialmente apreciados, sino que se espera de las empresas que participen de manera activa en el cambio social que ha de producirse, adoptando comportamientos comprometidos que sirvan de referencia para sus proveedores, clientela y equipo.

Según sea la respuesta, eso va a influir en la reputación de la empresa, marca y productos, con consecuencias económicas positivas o negativas según lo actuado.



Con esta herramienta queremos viajar por ese cambio de la cultura empresarial en clave de RSE, avanzando hacia los nuevos enfoques, las nuevas propuestas y los nuevos retos que se plantean dentro y fuera de nuestras fronteras. Cuales son las claves de la RSE del SXXI, las más conocidas y las menos, como es la incorporación de la Igualdad de Género como estrategia imprescindible en las políticas de RRHH y el impacto que ello tiene dentro y fuera de la organización.

Nos gustaría que el tiempo de lectura de esta herramienta sirviera para reflexionar un poco más sobre cómo hacemos las cosas, qué impacto tiene y si las podemos hacer de otra manera, o mejor si queremos hacerlas de otra manera. También descubriremos que la incorporación de distintas acciones y políticas de RSE en la gestión de las organizaciones, permiten aumentar la competitividad de las empresas de una manera sostenible.

Responsabilidad social empresarial o corporativa.

Entre las muchas definiciones podemos decir que es la contribución activa y voluntaria de una empresa en la gestión ética y responsable de un proyecto para conseguir mejoras en el ámbito social, económico y ambiental, con lo cual la empresa gana prestigio.

Ejemplo: La elaboración de planes de igualdad en las empresas (responsabilidad social en el ámbito interno), la reducción del trabajo infantil forzado en el ámbito internacional, la protección del medio ambiente, la protección del consumidor/ra, la transparencia, la mejora de las relaciones sociales en la empresa (responsabilidad social externa), etc.

Premisas básicas:

- *Integración de preocupaciones sociales y medioambientales en la gestión estratégica de negocio de la empresa.*
- *Voluntariedad. Adopción de medidas más allá de los mínimos exigidos por ley.*

ESTRATEGIA RENOVADA DE LA UE PARA 2011-2014 SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

Abordar la responsabilidad social de las empresas redundará en interés de las empresas...

Para la competitividad de las empresas es cada vez más importante un enfoque estratégico sobre RSE. Este puede reportar beneficios en cuanto a gestión de riesgos, ahorro de costes, acceso al capital, relaciones con los clientes, gestión de los recursos humanos y capacidad de innovación.

Dado que la RSE requiere un compromiso con las partes interesadas internas y externas, permite a las empresas anticipar y aprovechar mejor expectativas sociales y condiciones de funcionamiento que cambian rápidamente. Por tanto, puede impulsar el desarrollo de nuevos mercados y generar oportunidades de crecimiento.

Al asumir su responsabilidad social, las empresas pueden granjearse una confianza duradera de los y las trabajadores/as, los/as consumidores/as y la ciudadanía que sirva de base para modelos empresariales sostenibles. Una mayor confianza contribuye, a su vez, a crear un entorno en el que las empresas pueden innovar y crecer.

... y en interés de la sociedad en su conjunto

La RSE puede contribuir de manera significativa a la consecución de los objetivos del Tratado de la Unión Europea de alcanzar un desarrollo sostenible y una economía social de mercado altamente competitiva. Asimismo, contribuye a lograr los objetivos de la **Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador**. Ayudar a reducir los efectos sociales de la actual crisis económica, como la pérdida de puestos de trabajo, forma parte de la RSE. Esta conlleva un conjunto de valores sobre el que debe construirse una sociedad más cohesionada y en el que se basará la transición a un sistema económico sostenible.



1. UNA INTERPRETACIÓN MODERNA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

La Comisión Europea definió, en su momento, el concepto de la responsabilidad social de las empresas (RSE) como **«la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores»**.

La RSE se refiere a las acciones de las empresas que van más allá de sus obligaciones jurídicas hacia la sociedad y el medio ambiente.

La crisis económica y sus consecuencias sociales han dañado en cierta medida la confianza de los/as consumidores/as en las empresas que han focalizado la opinión pública en el comportamiento social y ético de estas últimas. Al renovar ahora el esfuerzo por promover la RSE, la Comisión desea *crear condiciones favorables para un crecimiento sostenible, un comportamiento responsable de las empresas y la creación de empleo duradero a medio y largo plazo*.

La Comisión presenta una nueva definición de la RSE, a saber, **«la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad»**. El respeto de la legislación aplicable y de los convenios colectivos entre los interlocutores sociales es un requisito previo al cumplimiento de dicha responsabilidad. Para asumir plenamente su responsabilidad social, las empresas deben aplicar, en estrecha colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado **a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los y las consumidores/as en sus operaciones empresariales y su estrategia básica**.

La complejidad de este proceso dependerá de factores como el tamaño de la empresa y la naturaleza de sus operaciones. Para la mayoría de las pequeñas y medianas empresas, especialmente las microempresas, es probable que el proceso de RSE siga siendo informal e intuitivo.

Con el fin de maximizar la creación de valor compartido, se anima a las empresas a adoptar un planteamiento estratégico a largo plazo sobre la RSE, y a estudiar las oportunidades de desarrollar productos, servicios y modelos empresariales innovadores, que contribuyan al bienestar social y la creación de empleos de mayor calidad y más productivos.

Algunos tipos de empresas, como las cooperativas, las mutuas y las empresas familiares, tienen estructuras de propiedad y de gobernanza que pueden ser especialmente propicias para una gestión empresarial responsable.

2. PRINCIPIOS Y DIRECTRICES RECONOCIDOS INTERNACIONALMENTE

Las empresas que buscan un planteamiento formal sobre la RSE, especialmente las grandes empresas, pueden encontrar orientación autorizada en los principios y directrices reconocidos internacionalmente, en particular las *Líneas Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales*, los diez principios de la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la norma de orientación ISO 26000 sobre responsabilidad social, la Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT y los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos.

Este conjunto básico de principios y directrices reconocidos internacionalmente representa un marco global evolutivo para la RSE que ha sido reforzado recientemente. La política europea para promover la RSE debe ser totalmente coherente con este marco.

3. LA NATURALEZA PLURIDIMENSIONAL DE LA RSE

Según estos principios y directrices, **la RSE abarca**, como mínimo, **los derechos humanos, las prácticas de trabajo y de empleo** (como la formación, la diversidad, la *igualdad de género* y la salud y el bienestar de los trabajadores), **las cuestiones medioambientales** (como la biodiversidad, el cambio climático, el uso eficiente de los recursos, la evaluación del ciclo de vida y la prevención de la contaminación) **y la lucha contra el fraude y la corrupción**. La participación de las comunidades locales y el desarrollo, la integración de las personas con discapacidad y los intereses de los/as consumidores/as, forman parte también de la agenda sobre la RSE. Se admite que la promoción de la responsabilidad social y medioambiental son aspectos transversales importantes. La Comisión reconoce el voluntariado, entre los/as trabajadores/as como una expresión de la RSE.

4. MEJORA DE LA VISIBILIDAD DE LA RSE Y DIFUSIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

La Comisión ha puesto en marcha una amplia serie de programas para colaborar con las empresas y otras partes interesadas sobre cuestiones sociales y medioambientales esenciales.

Será importante reforzar el compromiso con las empresas para aplicar con éxito la Estrategia Europa 2020. A este respecto, la Comisión promoverá el diálogo con las



empresas y otras partes interesadas sobre cuestiones como la empleabilidad, el cambio demográfico y el envejecimiento activo, y sobre los **retos en el lugar de trabajo** (por ejemplo, la gestión de la diversidad, *la igualdad de género*, la educación y la formación y la salud y el bienestar de los y las trabajadores/as).

5. MEJORA Y SEGUIMIENTO DE LA CONFIANZA EN LAS EMPRESAS

Como todas las organizaciones, incluidos los gobiernos y la propia UE, las empresas necesitan tener la confianza de la ciudadanía. La comunidad empresarial europea debe aspirar a ser uno de los grupos de organizaciones de más confianza para la sociedad. Existe a menudo un desfase entre las expectativas de los y las ciudadanos/as y la percepción que estos tienen de la realidad del comportamiento de las empresas. Este desfase se debe en parte a ejemplos de comportamientos irresponsables por parte de algunas empresas y casos de empresas que exageran sus logros en los ámbitos medioambiental o social. Esta situación se debe a veces a que algunas empresas no comprenden suficientemente unas expectativas sociales que evolucionan rápidamente y los/as ciudadanos/as no son plenamente conscientes de los logros de las empresas y de las limitaciones con las que estas trabajan.

6. MEJORA DE LA RECOMPENSA QUE SUPONE LA RSE EN EL MERCADO

Está cada vez más admitido que la RSE tiene consecuencias positivas en la competitividad, pero las empresas siguen enfrentándose a un dilema cuando la vía de actuación socialmente más responsable puede no ser la más beneficiosa desde el punto de vista económico, al menos a corto plazo. La UE debe impulsar políticas en el ámbito del consumo, la contratación pública y la inversión para incentivar más la RSE en el mercado.

7. APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS RECTORES DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE EMPRESAS Y DERECHOS HUMANOS

La mejora de la coherencia de las políticas de la UE pertinentes para las empresas y los derechos humanos es un reto fundamental. Una mejor implementación de los Principios Rectores de las Naciones Unidas contribuirá a alcanzar los objetivos de la UE sobre cuestiones específicas en materia de derechos humanos y normas laborales básicas, como el trabajo infantil, el trabajo forzoso en las cárceles, la trata de seres humanos, *la igualdad de género, la no discriminación, la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.*

Un proceso en el que participen las empresas, las delegaciones de la UE en los países socios y los agentes locales de la sociedad civil mejorará la comprensión de los retos que afrontan las empresas cuando operan en países en los que el Estado no cumple su deber de protección de los derechos humanos.



IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y RSE

La igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres es un paso necesario e importante en el camino hacia la responsabilidad social. Si queremos considerarnos como organización o empresa socialmente responsable no podemos olvidarnos de adoptar las medidas pertinentes para eliminar o reducir los obstáculos para una igualdad efectiva entre mujeres y hombres.

La Responsabilidad Social en las Empresas pasa también por conseguir la igualdad, lo que significa ofrecer condiciones de trabajo en las que se de la igualdad efectiva, incidiendo en la medida de las necesidades en el sistema de selección, la promoción, las retribuciones, la formación y la conciliación de la vida profesional y privada.

Estas cuestiones laborales y empresariales son parte fundamental del contenido de la Ley de Igualdad; entre cuyos objetivos está el integrar la igualdad en la vida interna de las empresas, en la cultura empresarial y en el mundo laboral.

¿Por qué la igualdad de oportunidades y la RSE van unidas?

Cada vez son más las empresas que se esfuerzan por realizar su trabajo de forma ética y responsable. Son conscientes de que sus actuaciones tienen consecuencias importantes en aspectos fundamentales para el desarrollo social y el medio ambiente. Por esta razón incorporan la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, como clave estratégica de su organización y se preocupan de que forme parte de su identidad corporativa.

El respeto de la igualdad y la diversidad favorecen la apertura de la empresa a su entorno, consiguiendo legitimidad ante sus grupos de interés, lo que le proporciona más información y conocimientos, así como mayor flexibilidad y capacidad de adaptación a los cambios.

La igualdad de oportunidades se sitúa en el contexto de la Responsabilidad Social de las empresas y del paradigma social, cultural y científico actual como una fuente de oportunidades y elemento esencial para las empresas. Y representa, entre otras cosas, la necesidad de garantizar la participación activa y equilibrada de las personas, independientemente de su sexo, en todas las áreas y ámbitos de actuación empresarial, lo que conlleva trabajar para conseguir eliminar todo tipo de discriminación.

En 2001 la Comisión Europea publica el Libro Verde de RSE que hace referencia a dos dimensiones en el ámbito de la responsabilidad social empresarial, que afectan a distintos grupos de interés:

1. La dimensión interna: accionistas, personal, gestión de recursos naturales en la producción que afectan al medio ambiente, etc.
2. La dimensión externa: trata de la relación con sus socios comerciales y proveedores, así como consumidores, autoridades públicas y ONG.

La **DIMENSIÓN INTERNA** respecto de los **recursos humanos**.

Es a través de la política de Recursos Humanos de una empresa desde donde hay que incidir en la igualdad de género: sistemas de retribución, no discriminación, la igualdad de oportunidades en la promoción, aprendizaje continuo, mejora y comunicación no sexista, condiciones de trabajo que garanticen la igualdad de oportunidades, conciliación de la vida laboral con las necesidades de la vida familiar y personal, etc. **Implica:**

- La *incorporación de la diversidad* en la empresa como valor. Esto significa que las empresas deberían velar en primer término, por conseguir plantillas de personal equilibradas en razón de sexo, además de incorporar otros factores de diversidad: edad, origen étnico, opción u orientación sexual, etc.
- La *lucha contra la discriminación* que pueda existir en la empresa avanzando hacia la igualdad salarial, es decir, pagar igual salario a hombres y a mujeres por trabajos de igual valor.
 - Eliminando el techo de cristal, estableciendo garantías de iguales condiciones para que mujeres y hombres puedan participar de manera efectiva en la promoción y formación interna.
 - Facilitando medidas de conciliación que permitan a las personas empleadas conseguir un mayor equilibrio en la satisfacción de las necesidades derivadas de las responsabilidades laborales, de las familiares y de las personales.
- La *salud y seguridad en el lugar de trabajo*, también debe garantizarse en la propia empresa. En particular, es importante adoptar una actitud proactiva que posibilite atajar las causas de los riesgos teniendo en cuenta su posible efecto diferenciado entre hombres y mujeres y prevenir el acoso sexual.



¿Qué tienen que ver la igualdad y la RSE con la calidad de su empresa?

El proceso de integrar la igualdad como garantía de calidad y de excelencia empresarial responde por una parte a la tendencia de modernización empresarial y por otra a la necesidad de generar nuevos modelos de cultura organizacional.

La igualdad como factor de calidad

La Ley de Igualdad establece el marco para la creación de valor en el entorno empresarial, a través de la gestión de la 'diversidad de género'. El Plan de Igualdad es el instrumento que, integrado en la estrategia de RSE, potencia el valor de la empresa a través de la gestión del talento y del aprovechamiento de las ventajas que aporta la propia diversidad.

Las actuaciones impulsadas por la empresa a través de su Plan de Igualdad se deben incorporar tanto a los procedimientos y actividades habituales de los departamentos y las personas responsables en cada área, como a los procesos de gestión de calidad de la empresa que buscan la satisfacción de las necesidades y expectativas de todos los grupos de interés para la empresa.

Esta gestión de calidad, integral, conlleva también el desarrollo y establecimiento de una cultura organizacional centrada en el respeto del ser humano.

Así pues, una empresa puede llevar a cabo los cambios encaminados a conseguir los objetivos de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres de modo que le permitan obtener el mejor resultado posible, generando riqueza para la organización y mejorando la calidad del trabajo, la imagen y el prestigio de la empresa.

El modelo EFQM, que evalúa tanto el proceso de gestión como los resultados, incluye la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres dentro de los criterios de gestión y exige específicamente fomentarla y garantizarla, teniéndola en cuenta en los planes y estrategias y valorando, en los resultados cualitativos y cuantitativos, las repercusiones y consecuencias de estas políticas.

LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES FORMA PARTE DE LOS VALORES DE LAS EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES.

Estas empresas conocen las tendencias de mercado, que muestran que los consumidores y las consumidoras no sólo quieren productos y servicios de calidad, sino que también desean tener la seguridad de que se producen de manera responsable, desde el punto de vista social. Un número potencial de posibles compradores y compradoras afirman que está dispuestos/as a pagar más por dicho servicio o producto. Las empresas se esfuerzan en reforzar su imagen de marca y apuestan por una conexión emocional con su clientela. Son empresas que crean compromisos con los grupos de consumidores, entre los que se encuentran las mujeres, manteniendo relaciones de confianza y de proximidad que se basan en códigos éticos compartidos.

El papel de las mujeres en el mercado global es cada vez más relevante, no sólo como trabajadoras, empresarias o inversoras sino también como consumidoras. Las mujeres toman la mayoría de las decisiones de consumo en los hogares y están en el centro de esta evolución del consumidor.

"El 80% de las compras las deciden mujeres y, sin embargo, el 61% de ellas no se sienten bien representadas por la publicidad" ... Hay ya numerosos estudios que analizan y comprueban que hay una conexión directa entre tener éxito con las consumidoras femeninas y tenerlo en todos los mercados".

Por otra parte, las empresas socialmente responsables han comprobado que cuando todo el personal de la empresa asume la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, y lo pone en práctica desde los diferentes ámbitos de decisión, se siente responsable del prestigio que adquiere la organización ante los demás y aumenta su adhesión a los objetivos y programa de la organización.

La Ley Orgánica 3/2007, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres señala respecto de las acciones de responsabilidad social de las empresas en materia de igualdad 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 "(Artículo 73), "pudiendo hacer uso publicitario de estas acciones" (Artículo 74).

Ley 2/2011 de Economía Sostenible, que define un nuevo modelo de crecimiento económico equilibrado, duradero y sostenible, se refiere también, en su artículo 39, a la promoción de la responsabilidad social de las empresas, comprometiéndose a las Administraciones Públicas a mantener una política de promoción de la responsabilidad social, difundiendo su conocimiento y las mejores prácticas existentes y estimulando el



estudio y análisis sobre los efectos en materia de competitividad empresarial de las políticas de responsabilidad social, atendiendo, entre otros, a los objetivos de respeto a los derechos humanos, mejora de las relaciones laborales, **promoción de la integración de la mujer y de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres**, todo ello de acuerdo con las recomendaciones que, en este sentido, haga el Consejo Estatal de la Responsabilidad Social Empresarial (CERSE).

La igualdad de oportunidades, es por tanto, junto con otros valores, como son el respeto al medio ambiente, la salud, los derechos humanos, el desarrollo sostenible, el respeto y la integración de la diversidad, una marca que identifica la imagen corporativa de las empresas socialmente responsables.

Recordemos que los valores éticos de igualdad de oportunidades se definen como:

- Principios que conocen y comparten todas las personas que forman parte de la empresa.
- Objetivos y procedimientos que se traducen en una forma de organización empresarial éticamente responsable.
- Estrategias de comunicación para inversores/ras, proveedores/ras, empresas y personas colaboradoras.
- Procedimiento que se traslada a todas las sedes y a todos los países con los que trabaja la empresa.
- Compromisos que adquirimos con la clientela, que nos eligen por los principios y valores que representamos.

La igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres es un derecho que está cada día mejor aceptado socialmente. Aquellas empresas que asuman conductas igualitarias y de compromiso contra la discriminación se benefician de una imagen pública más moderna y comprometida con el progreso de la sociedad.

Defender un modelo de empresa socialmente responsable significa comprometerse con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Responsabilidad Social Empresarial e Igualdad

La Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, convencida de la importancia de la RSE como instrumento para corregir desequilibrios y fomentar actuaciones en las empresas que, superando los mínimos legales, integren las preocupaciones sociales vigentes en materia de igualdad, participa desde su creación en el Consejo Estatal de la Responsabilidad Social Empresarial (CERSE), tratando de incorporar con carácter transversal, tal como señala la ley de Economía Sostenible, el principio de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, en cuantas recomendaciones y conclusiones se van adoptando.

Interesa potenciar la RSE como instrumento para corregir desequilibrios y fomentar actuaciones y objetivos que únicamente con la mera aplicación de las normas son difíciles de conseguir.

Las preocupaciones sociales que deberían ser atendidas por las empresas en este ámbito de la RSE y en las que se podría añadir un valor suplementario a los mínimos legales podrían ser agrupadas en 5 áreas concretas:

1. *Corresponsabilidad*, a través de medidas que permitan reequilibrar la presencia de mujeres y hombres en los espacios doméstico y productivo.
2. *Diversificación profesional*, fomentando la participación de las mujeres en actividades profesionales en las que están subrepresentadas.
3. *Inclusión social y violencia de género*, fomento del acceso al empleo, mejora de la cualificación de mujeres pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social y medidas que fomenten el acceso al empleo y que permitan adaptarlo a las necesidades específicas y al contexto y circunstancias de las mujeres víctimas de violencia.
4. *Mayor participación de las mujeres en los procesos de toma de decisión*, niveles directivos y en consejos de administración de las empresas, incrementando el número de mujeres en los procesos de toma de decisión de las empresas y su presencia equilibrada en todos los niveles de responsabilidad.
5. *Investigación, inversión y gestión de la prevención de riesgos laborales con una perspectiva de género*, prestando especial atención específica a los riesgos laborales a los que están sometidos mujeres y hombres, evitando infravalorar ninguno de ellos, teniendo en cuenta las diferentes formas de enfermar de unas y otros.



Distintivo “Igualdad en la Empresa”

También desde el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad se crea el **distintivo “Igualdad en la Empresa”** como marca de excelencia y calidad, **con el fin de reconocer y estimular la labor de las empresas comprometidas con la Igualdad** (art.50), para aquellas empresas que destaquen por la aplicación de políticas de igualdad de trato y de oportunidades en las condiciones de trabajo, en los modelos de organización y en otros ámbitos, como los servicios, productos y publicidad de la empresa.

El distintivo hace dos clasificaciones: **acceso al empleo y condiciones de trabajo y modelo organizativo y RSC.**

Aspectos relevantes para la concesión del distintivo:

- Participación equilibrada entre hombres y mujeres en los ámbitos de toma de decisión y el acceso a los puestos de mayor responsabilidad.
- La presencia equilibrada de mujeres y hombres en los grupos y categorías profesionales.
- La adopción de Planes de Igualdad u otras medidas innovadoras de fomento de la igualdad.
- La publicidad no sexista de los productos o servicios de la empresa.
- Criterios y sistemas de remuneración y clasificación de personal actualizados que permitan valorar equitativamente los trabajos desempeñados por hombres y mujeres.
- Actuaciones tendentes a facilitar la conciliación de vida personal familiar y profesional.

RECUERDE QUE...

Una breve definición de Responsabilidad Social Empresarial, también denominada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), podría ser: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores”.

El Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales añade que: “Una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés”.

Profundiza en el concepto una Comunicación de la Comisión del año 2002, en la que se dice que: “La responsabilidad social consiste también en gestionar los cambios dentro de la empresa de una manera socialmente responsable, lo que ocurre cuando una empresa procura reconciliar los intereses y las necesidades de las distintas partes de manera aceptable para todas ellas”.

De todas estas definiciones se deriva el concepto de responsabilidad social, que supera el estricto margen de las leyes, es decir, va más allá de la legislación, intentando llegar donde la legislación no llega. El hecho de ser una empresa socialmente responsable es una decisión que debe tomar la propia empresa y su dirección de forma voluntaria, para definirse como tal frente a la sociedad.

Estas empresas conocen las tendencias de mercado, que muestran que los consumidores y las consumidoras no sólo quieren productos y servicios de calidad, sino que también desean tener la seguridad de que se producen de manera responsable, desde el punto de vista social. Un número potencial de posibles compradores y compradoras afirman que están dispuestos/as a pagar más por dicho servicio o producto. Las empresas se esfuerzan en reforzar su imagen de marca y apuestan por una conexión emocional con su clientela. Son empresas que crean compromisos con los grupos de consumidores, entre los que se encuentran las mujeres, manteniendo relaciones de confianza y de proximidad que se basan en códigos éticos compartidos.

El objetivo es promover que estas empresas desarrollen la perspectiva de género en sus estrategias y avancen en un modelo de gestión no discriminatorio, abarcando desde la selección de personas a la retribución, pasando por la formación, la promoción, etc.



BUENAS PRÁCTICAS

El Libro verde de la Comisión Europea - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, recoge en su dimensión interna, lo que denomina ***“prácticas responsables en lo social”***.

En el apartado de gestión de recursos humanos, recoge propuestas de buenas prácticas dirigidas a uno de los desafíos más importantes a los que se enfrentan actualmente las empresas, y es atraer a personal trabajador cualificado, y lograr que permanezcan a su servicio. En este contexto, las medidas pertinentes podrían incluir:

- Un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio (conciliación).
- La igualdad de retribución y de perspectivas profesionales para las mujeres.
- Contratación de trabajadores y trabajadoras de mayor edad, mujeres, desempleados/as de larga duración y personas desfavorecidas.

Por otra parte las pymes y micropymes, que conforman en España más del 99% del tejido empresarial, cuentan con especiales dificultades para implementar una estrategia de RSE enfocada a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, fundamentalmente por falta de formación y de herramientas adecuadas para integrar la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres en una estrategia de RSC, que les resulta aún un concepto lejano.

Para facilitar la labor a las pymes y micropymes interesadas en incorporar la igualdad en su estrategia empresarial de RSE, así como para incentivar su confianza y puesta en valor de la inclusión de la igualdad en sus prácticas empresariales y estratégicas, la Secretaría de Estado de Igualdad, elaboró en 2011, junto con Forética, la publicación **“Igualdad y RSE. Guía para pymes”**.

Esta publicación ofrece una herramienta de autodiagnóstico y una recopilación de buenas prácticas llevadas a cabo en diversas empresas, que pueden ser transferidas o adaptadas a empresas de similares características. A través de 40 indicadores agrupados por áreas de impacto, se pretende proporcionar la evaluación de la situación de partida, la evolución temporal y el análisis de progreso y avance en igualdad.



FUENTES UTILIZADAS:

- 10 Porqués para la Igualdad.2009. Departamento de Trabajo de la Generalitat de Catalunya.
- Empresas asesoramiento para la igualdad. Pag Web Ministerio www.igualdadenlaempresa.es
- Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. 2011. Comisión Europea.
- Libro verde - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Comisión Europea.
- Glosario Mujeres y Trabajo. Departamento de Trabajo de la Generalitat de Catalunya.
- Igualdad y RSE. Guía para PYMES. 2011. Secretaría de Estado de Igualdad y Forética. Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.
- La Igualdad en la Responsabilidad Social de las Empresas. 2011. Ayuntamiento de Castelló.
- La Responsabilidad Social Corporativa. Pagina Web de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (www.carm.es).
- Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible (LES)
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (LOIEMH).
- Responsabilidad Social Empresarial e Igualdad. Pagina Web Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (www.msssi.gob.es)

www.igualdadenlaempresa.es

