



# **UNA MIRADA HACIA LA IGUALDAD DE GÉNERO**

## DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

**JUDITH MORALES LÓPEZ**  
TUTORA: OLGA DEL RÍO

---

TRABAJO FINAL DE GRADO  
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
12 DE JUNIO - CURSO 2014-2015  
FACULTAD DE TURISMO

*Llamar a la mujer el sexo débil es una calumnia, es la injusticia del hombre hacia la mujer. Si por fuerza se entiende la fuerza bruta, entonces, en verdad, la mujer es menos brutal que el hombre. Si por fuerza se entiende el poder moral, entonces la mujer es inmensamente superior.*

*Mahatma Gandhi*

*“En la escala del amor, la mujer está unos peldaños por encima del hombre. El día que el amor domine sobre la violencia, la mujer será la reina del mundo”*

Flora Tristán

## **Agradecimientos**

A la Doctora Olga del Río, por haber confiado en mí a la hora de llevar a cabo este proyecto y, además, por su esfuerzo, conocimiento y dedicación ante las dificultades que se han presentado. Se lo agradezco de corazón.

A Joao Ferreira, mi mejor amigo, por el apoyo moral e incondicional que me ha prestado estos últimos meses, animándome y creyendo en mí cada día. Gracias, por estar ahí siempre.

A Adelaida Martín Cano, gran amiga y mejor persona. Sin duda, este último año ha sido mi gran apoyo. Gracias por animarme en mis momentos de agobio, por hacerme reír hasta llorar y por tener siempre una bonita sonrisa en la cara.

A mi familia, por haberme inculcado el valor del esfuerzo y del sacrificio, sin ellos no sería la persona que soy.

# ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN.....	1
2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
3	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	9
3.1	Origen y evolución del concepto.....	9
3.1.1	La década de los cincuenta .....	10
3.1.2	La década de los sesenta .....	10
3.1.3	La década de los setenta.....	11
3.1.4	La década de los ochenta .....	12
3.1.5	La década de los noventa .....	13
3.1.6	Del 2000 a la actualidad.....	15
3.2	Hitos importantes en torno al concepto de RSC .....	17
3.3	Aproximaciones al concepto de RSC .....	18
3.3.1	Principales aportaciones sobre el concepto de RSC .....	18
3.3.2	Actores Involucrados: los <i>stakeholders</i> .....	20
3.3.3	Dimensiones de la RSC: Campos de actuación .....	21
3.3.4	Los principios que rigen la RSC .....	23
3.3.5	Ámbitos de la RSC .....	24
3.4	Iniciativas, mecanismos y herramientas para la RSC.....	26
3.4.1	Iniciativas de Organismos Nacionales .....	27
3.4.2	Iniciativas de Organismos Internacionales .....	29
3.4.3	Declaración Universal de los Derechos Humanos .....	30
3.4.4	Convenios y Tratados de la ONU .....	31
4	GÉNERO Y DESIGUALDAD .....	43
4.1	La desigualdad de Género .....	43
4.2	Iniciativas internacionales para la igualdad de género .....	47
4.3	El movimiento feminista.....	59
4.4	El Enfoque de Género .....	63
4.5	La Teoría de Género.....	65
5	METODOLOGÍA .....	69

5.1	Caracterización de la investigación.....	69
5.2	Técnicas de análisis .....	69
5.2.1	Análisis de los instrumentos de RSC: Pacto Mundial, ISO 26000 y <i>Global Reporting Initiative</i> .....	71
5.2.2	Estudio de caso: Informe Corporativo de Mediaset España .....	72
5.3	Fichas de análisis .....	73
6	RESPONSABILIDAD SOCIAL DE Género .....	76
6.1	Análisis de la incorporación del Género en la normativa internacional de RSC.....	86
6.2	Análisis del Pacto Mundial desde una perspectiva género.....	88
6.3	Análisis de la ISO 26000 desde una perspectiva de género .....	93
6.4	Análisis <i>Global Reporting Initiative</i> desde una perspectiva de género .....	100
6.5	La relación que guardan los tres instrumentos internacionales de RSC.....	106
7	ESTUDIO DE CASO: ANÁLISIS DEL INFORME CORPORATIVO DE MEDIASET ESPAÑA.....	108
7.1	Breve Historia de MediaSet .....	110
7.2	Estructura operativa de la organización.....	112
7.2.1	Composición de los órganos del gobierno .....	116
7.2.2	Estrategia y modelo de gestión de la organización .....	119
7.2.3	Desempeño económico y financiero de la organización .....	121
7.3	Análisis de MediaSet desde la perspectiva de género .....	123
7.3.1	Aspecto: Empleo .....	125
7.3.2	Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades .....	127
7.3.3	Aspecto: No discriminación .....	132
7.3.4	La política de Responsabilidad Social de MediaSet España .....	137
8	CONCLUSIONES .....	143
9	BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	149

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	Objetivos específicos y preguntas de investigación.....	7
Ilustración 2	La pirámide de RSC de Carroll .....	13
Ilustración 3	Triple cuenta de Resultados de Elkington .....	14
Ilustración 4	Historia y evolución de la RSC.....	17
Ilustración 5	Definiciones sobre el concepto de RSC.....	19
Ilustración 6	Tipología de stakeholders según R.E Freeman .....	21
Ilustración 7	Dimensiones de la RSC.....	22
Ilustración 8	Principios que rigen la RSC .....	23
Ilustración 9	Ámbitos de la RSC propuestos por el Observatorio de RSC .....	25
Ilustración 10	Iniciativas de Organismos Nacionales.....	27
Ilustración 11	Iniciativas de Organismos Internacionales.....	29
Ilustración 12	Derechos Humanos y Responsabilidad Social .....	31
Ilustración 13	Esquema general de las competencias de los organismos especializados que se ocupan de cuestiones relativas a la no discriminación .....	36
Ilustración 14	Iniciativas OCDE.....	39
Ilustración 15	Dimensiones e indicadores del Índice de Desigualdad de Género .....	44
Ilustración 16	Relación de años de educación promedio entre hombres y mujeres por región .....	45
Ilustración 17	Pérdidas debido a la desigualdad de género, por región .....	46
Ilustración 18	Objetivos de la Plataforma de Acción de Beijing +5 .....	51
Ilustración 19	Retos y objetivos estratégicos del PEIO.....	55
Ilustración 20	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres .....	58
Ilustración 21	Fases del movimiento feminista.....	61
Ilustración 22	Necesidades prácticas e intereses estratégicos.....	64
Ilustración 23	Estereotipos atribuidos a las mujeres y los hombres.....	66
Ilustración 24	Caracterización de la investigación .....	69
Ilustración 25	Técnicas de análisis instrumentos internacionales de RSC .....	71
Ilustración 26	Técnicas de análisis Estudio de caso.....	72
Ilustración 27	Red Pacto Mundial España.....	72
Ilustración 28	Ficha de análisis de contenido del Informe Corporativo de Mediaset España .....	74
Ilustración 29	Relación Bidireccional de la igualdad de oportunidades y la RSC.....	77
Ilustración 30	Áreas de actuación de la RSC en materia de igualdad de género .....	79
Ilustración 31	Medidas y políticas de conciliación y corresponsabilidad .....	79
Ilustración 32	Los tres elementos indispensables para incorporar la RSC en la empresa .....	83
Ilustración 33	Ventajas de adoptar un Sistema de Gestión de Calidad.....	84
Ilustración 34	Igualdad de género y responsabilidad social .....	95
Ilustración 35	Las relaciones entre una organización, la sociedad y las partes interesadas .....	97
Ilustración 36	Normas internacionales en el ámbito del empleo .....	103
Ilustración 37	Perfil de la Organización .....	109
Ilustración 38	Canales de televisión de la compañía .....	110

Ilustración 39 Sociedades Integradas.....	113
Ilustración 40 Sociedades independientes.....	114
Ilustración 41 Participación Directa en Sociedades asociadas.....	115
Ilustración 42 Participación Indirecta en Sociedades asociadas.....	115
Ilustración 43 Organigrama de Mediaset España.....	116
Ilustración 44 Organigrama Mediaset España.....	117
Ilustración 45 Composición del consejo de Administración de la Sociedad.....	118
Ilustración 46 Comisiones del Consejo de Administración.....	119
Ilustración 47 Modelo de gestión de la compañía.....	120
Ilustración 48 Estructura accionarial de la compañía.....	121
Ilustración 49 Desempeño económico y financiero.....	122
Ilustración 50 Comunicado de prensa Mediaset España.....	123
Ilustración 51 Indicadores que incluyen la perspectiva de género.....	124
Ilustración 52 Desglose colectivo de trabajadores/as.....	125
Ilustración 53 Distribución geográfica de la plantilla.....	126
Ilustración 54 Distribución de la plantilla por categoría laboral y por sexo.....	126
Ilustración 55 Tasa de retorno al trabajo y retención después de la baja parental.....	127
Ilustración 56 Distribución de la plantilla por categoría laboral y por sexo.....	128
Ilustración 57 Número de personas con reducción de jornada en el año 2013.....	130
Ilustración 58 Distribución de la plantilla por edades.....	131
Ilustración 59 Planes de igualdad de Mediaset España.....	132
Ilustración 60 Spot campaña 12 meses 12 causas #Doylacara.....	139
Ilustración 61 Spot campaña 12 meses 12 causas #Doylacara.....	139
Ilustración 62 Spot campaña 12 meses 12 causas #Doylacara.....	140
Ilustración 63 Spot campaña 12 meses 12 causas #Doylacara.....	140
Ilustración 64 Site campaña 12 meses 12 causas #Doylacara.....	141
Ilustración 65 #Doylacara a favor de la igualdad en redes sociales.....	141
Ilustración 66 Microsite Dmujeres.....	142

# 1 INTRODUCCIÓN

La presente investigación, nace de la motivación personal de la autora a la hora de considerar que, la igualdad de género, debe convertirse en un objetivo estratégico y formar parte de la estrategia general de cualquier organización. La incorporación de la mujer en el mercado laboral, ha propiciado una reestructuración de los roles que desempeñaban tradicionalmente las mujeres y los hombres. Resulta obvio que, las mujeres no pueden seguir desempeñando las tareas que desde años atrás vienen asumiendo, con el añadido de, trabajar también en el ámbito profesional. Además, hasta el momento, no se ha logrado que haya una presencia equitativa de mujeres y hombres en las organizaciones. Las mujeres, tienden a tener mayores dificultades a la hora de acceder a puestos de trabajo de mayor responsabilidad, ante las dificultades de conciliación que se les presentan, de igual modo que, la contratación a jornada parcial para este colectivo, está a la orden del día. Sin olvidar que, el salario femenino, frecuentemente tiende a ser más bajo que el salario masculino realizando el mismo tipo de trabajo.

Ante este contexto, se presentan nuevas exigencias para el desarrollo sostenible de la sociedad que deben asumir, de un lado, los poderes públicos, creando un marco legal que potencie el trato igualitario entre mujeres y hombres. Por otro lado, las organizaciones, mediante la adopción de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC, de ahora en adelante) que incluyan la perspectiva de género y, por último, la comunidad, asumiendo nuevos roles y valores que modifiquen las estructuras jerarquizadas y patriarcales que vienen dándose desde tiempos remotos.

Ante este escenario, la RSC se convierte en una herramienta de gestión empresarial que debe estar integrada en toda la cadena de valor de una compañía. Debe convertirse en un elemento estratégico, que permita vincular la rentabilidad económica a la social. Al fin y al cabo, se trata de un concepto cuyo trasfondo, es el de servir a la sociedad haciendo las cosas bien.

El carácter voluntario de la RSC no debería librar a que una organización vulnere los compromisos que, libremente, ha asumido a la hora de integrar la RSC en su estrategia, del mismo modo

que, la adopción de prácticas socialmente responsables en el ejercicio de su actividad, debe ir más allá de lo que establece la ley. Sobre estas premisas, incluir la perspectiva de género en las estrategias de RSC de las organizaciones, es fundamental para llevar a cabo una auténtica RSC.

Diversos organismos nacionales e internacionales, las Naciones Unidas o la Unión Europea, entre otros, han elaborado una serie de iniciativas y directrices que sirven de precedente para guiar a las organizaciones, con el propósito de aumentar la participación de las mujeres, en todas las esferas de la vida pública y privada. Sin ningún tipo de duda, la integración de la igualdad de género en las estrategias de RSC de las organizaciones, no es más que un reflejo de las profundas transformaciones que se han producido en la sociedad a lo largo de los últimos años. Si bien, se han conseguido avances muy significativos en esta materia, aún existen grandes desigualdades y están poco representadas en muchos órganos de decisión.

En este sentido, las organizaciones juegan un papel muy importante en el desarrollo sostenible de la sociedad, sobretodo en el ámbito de los derechos humanos. A pesar de que, conseguir la plena igualdad no es una tarea que únicamente recaiga en la responsabilidad de las compañías, si se introducen estrategias de RSC que reflejen un compromiso social, a la hora de contribuir en el empoderamiento de las mujeres, el logro de la igualdad de oportunidades será menos complejo.

El propósito del presente trabajo es realizar una investigación en profundidad sobre cómo incorporan la igualdad de género, los principales instrumentos internacionales de la RSC. Hasta el momento, no existen muchas investigaciones que analicen la RSC desde una perspectiva de género, por lo que la autora, considera que puede ser un punto de partida para investigaciones posteriores.

Este informe se ha estructurado en seis apartados. En el primero de ellos, titulado "Planteamiento del problema y objetivos de la investigación" se plantea el tema, la pregunta inicial y los objetivos específicos que darán respuesta al objetivo general de la investigación. Así, tal y como se ha especificado en el párrafo anterior, el objetivo general de este estudio es, identificar cómo se incorpora la igualdad de género en los instrumentos internacionales más importantes de RSC.

Para ello, en el primer objetivo específico se han identificado los principales aspectos, actores y dimensiones de la RSC, así como la evolución que ha tenido a nivel internacional e internacional a lo largo de los años. De este modo, se explicará cómo gracias a la integración de cuestiones sociales, económicas y ambientales en las estrategias de RSC de las compañías, es posible lograr un equilibrio entre, el desarrollo sostenible de la sociedad y la viabilidad económica de las empresas.

En el segundo objetivo específico, se ha identificado la igualdad de género en la normativa internacional existente sobre RSC. Así, se han destacado las iniciativas más importantes promovidas por los distintos organismos nacionales e internacionales, instituciones, organizaciones y sociedad civil en general en el ámbito de la RSC, sobre todo aquellas que tienen una relación más directa con los derechos humanos, y en concreto, con la igualdad de oportunidades y de trato y la no discriminación.

En el tercer objetivo específico, se hace una clasificación de los instrumentos internacionales más importantes de gestión de RSC desde la perspectiva de género, mediante un análisis exhaustivo de cómo incorporan dichos instrumentos, la igualdad de género en las pautas de recomendaciones que ofrecen, a todas aquellas organizaciones que deseen incluir estrategias de RSC que potencien el empoderamiento femenino.

Por último, en el cuarto objetivo específico, se ha dedicado a analizar cómo se incorpora la igualdad de género en el Informe Corporativo del grupo Mediaset España, a partir de los indicadores que establece uno de los instrumentos más importantes de gestión de la RSC, *Global Reporting Initiative* para elaborar Informes de Sostenibilidad. De esta manera, se conocerá si la igualdad de género forma parte de la estrategia general de la organización, y si se trata de una compañía que promueve prácticas a favor de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Por otro lado, en el segundo apartado titulado “La Responsabilidad Social Corporativa” se hace una revisión teórica en torno al origen y la evolución del concepto de RSC, así como las principales aportaciones conceptuales que se han llevado a cabo a la hora de definir el término. También se conocerán los actores involucrados, los campos de actuación en los que la RSC ope-

ra, los principios que la rigen y los ámbitos que engloba. Además, se hace un recorrido sobre los principales organismos nacionales e internacionales que han llevado a cabo iniciativas, declaraciones, convenciones y directrices para impulsar y regular políticas que fomentan el comportamiento responsable de las organizaciones, desde el ámbito de los derechos humanos. Así, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, la Guía ISO 26000, o las Directrices de *Global Reporting Initiative* para la elaboración de memorias de sostenibilidad, entre otros, han contribuido a la hora de guiar a las empresas en el ejercicio de sus actividades.

Seguidamente, en el tercer apartado titulado “Género y desigualdad” se ofrece una panorámica sobre la situación de desigualdad entre hombres y mujeres a partir de los indicadores que establece el Índice de Desigualdad de Género. Se trata de una metodología elaborada por el Programa de las Naciones Unidas (PNUD) que mide la posición de desventaja a la que se enfrentan las mujeres respecto los hombres, y que, de alguna manera, genera conciencia, a la hora de impulsar medidas que favorezcan la equidad de género. Fruto de ello, ha sido la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Conferencia de Beijing, Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, entre otras.

Además, se explican las distintas olas de uno de los mayores movimientos sociales de la historia, el feminismo, en la lucha por la igualdad. También se pone en relieve la subordinación que existe entre mujeres y hombres y las relaciones sociales, a partir de las necesidades prácticas y los intereses estratégicos de cada género. Por último, se hace una descripción terminológica de todos aquellos conceptos que engloban la teoría del género.

El cuarto apartado titulado “Metodología” se ha dedicado a explicar el desarrollo y la elaboración de la investigación. De manera que, en primer lugar, se describen las variables empleadas para delimitar la caracterización de la muestra, en base a su finalidad, su profundidad, las fuentes, el carácter del estudio y la naturaleza del mismo. Por otra parte, se detalla la población que se ha tenido en cuenta para proceder al análisis que se llevará a cabo y las unidades de muestra que se han seleccionado y que, forman parte de esta exploración para dar respuesta a los objetivos planteados desde un inicio.

Llegados a este punto, el siguiente apartado titulado “Responsabilidad Social de Género”, se centra en analizar, por un lado, la relación existente entre la RSC y el género, incluyendo un nuevo término; la Responsabilidad Social de Género y todos los elementos que conforman dicho concepto. De este modo, se ofrece una visión general de cómo, incorporando la igualdad de género en las organizaciones, mediante el diseño de estrategias de RSC, las compañías pueden influir positivamente, en el avance hacia la igualdad de género, además de obtener beneficios en el desarrollo sostenible en distintos ámbitos que influye el ejercicio de sus actividades.

Por otro lado, se hace un análisis profundo sobre cómo incorporan la perspectiva de género, los tres instrumentos internacionales más importantes en el ámbito de la RSC, siendo el Pacto Mundial, la ISO 26000 y la Guía Global Reporting Initiative. Dichos instrumentos de gestión, son reconocidos y utilizados a nivel mundial y sirven de precedente para que cualquier organización pueda llevar a cabo una auténtica RSC. Asimismo, se analiza cada uno de los instrumentos de RSC, mediante la elaboración de unas infografías y, posteriormente, se extraen unas subconclusiones individuales y unas subconclusiones generales que nos ayudarán a dar respuesta al objetivo general de esta investigación.

Por último, en el apartado “Estudio de caso: Análisis del Informe Corporativo de Mediaset España”, se ha llevado a cabo un análisis de contenido para averiguar cómo incorpora la igualdad de género el grupo Mediaset España en su Informe de Sostenibilidad del año 2013. Para ello, se ha tomado de referente el instrumento de RSC *Global Reporting Initiative*, dado que, la organización, toma como punto de partida dicho instrumento de gestión para la elaboración de su Informe Corporativo. De este modo, a partir de los indicadores que se establecen para incluir la perspectiva de género en las organizaciones, se evalúa en qué medida la compañía integra la igualdad de género en sus estrategias de RSC.

Una vez terminado el análisis, el siguiente apartado se ha dedicado a las conclusiones que se han extraído de la investigación, dando respuesta al objetivo general y a las motivaciones personales que tenía la autora en relación al tema objeto de estudio.

Para acabar, en el último capítulo se pueden encontrar toda la bibliografía y webgrafía que se ha utilizado para la elaboración de esta investigación.

## 2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Las desigualdades sociales vienen denunciándose desde hace años, sin embargo, a pesar de haber conseguido grandes avances, no se ha logrado la plena igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres. La globalización y la incorporación de la mujer en el mercado laboral ha propiciado que, el papel de las empresas se ha visto modificado, cada vez adquieren más protagonismo y tienen una mayor influencia en el ámbito económico, político, ambiental y social. Esta transformación hace que, la sociedad demande nuevas exigencias y un mayor compromiso a la hora de tener en cuenta los impactos que puedan provocar el desarrollo de sus operaciones.

Ante esta situación, la RSC emerge como un instrumento de gestión empresarial, que brinda grandes oportunidades a todas aquellas empresas que, de manera voluntaria, se comprometan con los asuntos sociales que incumben a la sociedad.

Es por ello que, esta investigación se plantea la posibilidad de analizar el tratamiento que se le da a la igualdad de género desde el ámbito de la RSC, mediante la incorporación de estrategias y prácticas que favorezcan la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en las organizaciones, y en consecuencia, haya un desarrollo sostenible en la sociedad.

El presente trabajo de investigación pretende dar respuesta a una serie de preguntas relacionadas con la RSC y las estrategias de RSC que se emplean en materia de igualdad de género. Para ello, se llevará a cabo un análisis de un caso determinado: la igualdad de género en las estrategias de RSC del Grupo Mediaset España. De este modo, la pregunta inicial que se plantea la siguiente investigación es:

- ¿Cómo se incorpora la igualdad de género en los instrumentos internacionales más importantes de gestión de la RSC?

A partir de la pregunta inicial, se ha definido el objetivo general que persigue la presente investigación:

- Identificar cómo se incorpora la igualdad de género en los principales instrumentos internacionales de gestión de la RSC.

Para dar respuesta a la pregunta inicial planteada, la investigación debe alcanzar cuatro objetivos específicos que se alcanzaran dando respuesta a las preguntas de investigación pertinentes, como queda reflejado en la tabla que aparece a continuación.

Ilustración 1 Objetivos específicos y preguntas de investigación

OBJETIVO ESPECÍFICO	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
OE 1 Identificar los principales aspectos, actores y dimensiones de la RSC, así como su evolución a nivel internacional y nacional	<p>¿Cuál es el origen y la evolución del concepto de RSC?</p> <p>¿Cuáles son las principales aportaciones entorno al concepto de RSC?</p> <p>¿Cuáles son los actores involucrados en la RSC de las empresas?</p> <p>¿Cuáles son las dimensiones y los campos de actuación de la RSC?</p> <p>¿Qué principios rigen la RSC?</p> <p>¿En qué ámbitos trabaja la RSC?</p> <p>¿Qué beneficios aporta la RSC en las empresas?</p>
OE 2 Identificar la igualdad de género en la normativa internacional existente sobre RSC	<p>¿Cuáles son los organismos e iniciativas internacionales que promueven la igualdad de género en el marco de la RSC?</p> <p>¿Cuáles son los organismos e iniciativas nacionales que promueven la igualdad de género en el marco de la RSC?</p> <p>¿Qué papel ejerce la sociedad civil a la hora de impulsar políticas de igualdad de género en el marco de la RSC de las empresas?</p> <p>¿Cuál es el desarrollo legislativo del principio de igualdad entre mujeres y hombres?</p> <p>¿Cuál es el fundamento constitucional de la ley de igualdad?</p>
OE 3 Clasificar las normas y/o estándares internacionales de la gestión de la RSC desde la perspectiva de la igualdad de género	<p>¿Qué objetivos persiguen las normas y/o estándares internacionales en materia de igualdad desde el ámbito de la RSC?</p> <p>¿Se contemplan medidas de equidad de género en las normas y/o estándares internacionales en las políticas de RSC?</p> <p>¿Existen instrumentos de medición para evaluar los avances conseguidos en materia de igualdad?</p>
OE 4 Analizar el tratamiento de la igualdad de género en el Informe Corporativo del grupo MediaSet España	<p>¿Se incluye la igualdad de oportunidades en los valores de la empresa?</p> <p>¿En qué grupo de valores se enmarca la igualdad de género?</p> <p>¿Cuáles son los indicadores que reflejan la igualdad de género en el informe corporativo?</p> <p>¿Cómo está definida la carrera profesional de las mujeres y los hombres?</p> <p>¿Existe equidad en los cargos directivos de la organización?</p>

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b>
	¿La organización dispone de medidas específicas para facilitar la carrera profesional de las mujeres?

## 3 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La RSC emerge como una herramienta de gestión indispensable para que las organizaciones diseñen estrategias de RSC que generen un impacto positivo en los distintos campos de actuación en los que confluye su actividad, ya sea en el ámbito social, económico o medioambiental. Así, el estado y las compañías desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de una sociedad sostenible. Es indudable que, no es tarea única de los poderes públicos asumir un compromiso a la hora de promover prácticas que fomenten la ética y la responsabilidad en los negocios. Las organizaciones son entes sociales, y por lo tanto, éstas se deben comportar como tal, asumiendo un comportamiento socialmente responsable, en el que se tengan en cuenta todos los impactos que puedan provocar mediante el desarrollo de sus actividades.

### 3.1 Origen y evolución del concepto

El presente apartado se ha estructurado en cuatro capítulos, en el primero de ellos, titulado “Origen y evolución del concepto” se define el término de RSC a partir de las diversas definiciones, teorías, enfoques y escuelas de pensamiento que fundamentan este concepto desde perspectivas totalmente diferentes. Si bien es difícil discernir en medio del gran cúmulo de literatura que existe sobre la RSC, se realizará un rastreo sobre las propuestas más relevantes que se han llevado a cabo para llegar a una aproximación precisa de este concepto.

Por otro lado, en el segundo capítulo, titulado “Hitos importantes entorno al concepto de RSC” mediante una tabla se muestra la evolución histórica de la RSC a grandes rasgos, en la que se destacan todas aquellas iniciativas y acontecimientos que, a lo largo de los años, han ido redefiniendo lo que a día de hoy entendemos por RSC.

En el tercer capítulo, titulado “Aproximaciones al concepto de RSC” se recogen diversas definiciones de varios organismos y autores para lograr un mayor entendimiento sobre el significado del término de RSC, a pesar de que no existe una definición consensuada sobre dicho concepto.

Por último, en el cuarto capítulo, titulado “Iniciativas, mecanismos y herramientas de RSC” se ofrece una visión general de las iniciativas más importantes llevadas a cabo a nivel nacional e

internacional desde la dimensión normativa de la RSC, que contribuyen al fomento de prácticas socialmente responsables en los diversos ámbitos en los que influyen las actividades de las organizaciones.

### 3.1.1 La década de los cincuenta

Son diversos los autores (Paladino, 2004, Raufflet, Lozano, Barrera, y García de la Torre, 2012) que entienden el concepto de RSC, como la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad mediante la filantropía y la caridad. No obstante, algunos investigadores (Crespo, 2010; Garriga y Melé, 2004; Paladino, 2004) proponen que en la década de los años 50 la noción de RSC tiene su origen en el libro de Howard Bowen, *Social responsibilities of the businessman* (1953) en el que el autor, reflexiona sobre cuáles son las responsabilidades que deben ejercer los empresarios con la sociedad. De esta manera, Brown (1953) define la responsabilidad social como "...las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad" (1953:6).

Paladino (2004) señala que Bowen, concebía la RSE como la obligación que tienen los órganos de decisión de una compañía, a la hora de adoptar estrategias que sean compatibles con los necesidades y los valores de la sociedad. Por lo tanto, puede considerarse que Bowen, defendía la idea del carácter voluntario que conlleva la RSC por parte de las empresas, a la hora de incorporar aspectos o intereses sociales que contribuyan a aportar una solución a los problemas y/o necesidades de la sociedad.

### 3.1.2 La década de los sesenta

En la década de los sesenta, las organizaciones, instituciones y gobiernos buscan dar respuesta a los intereses sociales que incumben a la sociedad. Consecuencia de ello es, la voluntariedad que asumen las organizaciones a la hora de tener en cuenta los impactos que pueden provocar en el desarrollo de su actividad. Por lo tanto, ya en esta época se intentaba ir más allá de los intereses económicos que pudieran tener las compañías.

Correa (2007) cita en su artículo al profesor Austin (2000) de Harvard Business School, el cual afirma:

“Hemos pasado de una filantropía tradicional, en la que se hacía un cheque para quien venía a «pedir», a una relación en la cual las empresas y las organizaciones no gubernamentales empiezan a pensar en cómo pueden interactuar para generar un valor agregado y un impacto social en el país o la comunidad. Las empresas tienen que evolucionar en el concepto de responsabilidad social empresarial y migrar hacia nuevos tipos de relaciones que van mucho más allá de la pura filantropía y que más bien se centran en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad” (Austin, 2000: 65)

De este modo, se pone de manifiesto que a medida que la sociedad evoluciona, se modifican los valores sociales y por lo tanto, aparecen nuevas exigencias. En efecto, se convierten en un reclamo hacia el compromiso que deben tener las organizaciones a la hora de desarrollar una buena conducta. Asimismo, en esta época parece apreciarse que el término de RSC tiene un especial vínculo con el impacto que pueden provocar las decisiones de las organizaciones en la sociedad.

### 3.1.3 La década de los setenta

En la década de los setenta, el concepto de RSC asienta sus bases con el aumento de una indiscutible conducta ética, social y ambiental parte de las compañías, a la hora de medir los impactos que provocan en el desarrollo de sus actividades. Consecuencia de ello, fueron las evidencias del elevado grado de conciencia que mostraban los individuos por las preocupaciones sociales. En esta época hubo un aumento del activismo social que se tradujo en grandes protestas en defensa de sus intereses. Un ejemplo de ello, fueron los movimientos feministas que llevaron a cabo en defensa de la igualdad de derechos entre mujeres y hombres.

En este periodo, el economista Milton Friedman – premio Nobel de Economía en el año 1976 – hace una fuerte crítica al significado del concepto de RSC que había hasta el momento. Según Friedman, “La única Responsabilidad Social de los negocios consiste en maximizar la rentabilidad para los accionistas y, mientras utilice sus recursos de la manera más eficiente posible, podrá ofrecer a la sociedad los mejores productos y servicios al precio más razonable, generar empleo, producción e inversión”. (Martínez, 2005)

Friedman (1970) afirma que existe una y sólo una responsabilidad social de la empresa: "Utilizar sus recursos y comprometerse en actividades diseñadas para incrementar sus beneficios en la medida en que permanezca dentro de las reglas del juego; es decir, comprometerse en una competencia abierta y libre sin engaño o fraude." (1970:6)

Es evidente que, el pensamiento de este autor dista mucho de la realidad y esta forma de pensar, se ha convertido en una crítica muy discutida a lo largo de las décadas. Es muy difícil que exista una competencia perfecta, pues hay factores incontrolables que rompen con este modelo ideal.

En oposición a Friedman, Anshen<sup>1</sup> (1970) afirma que, están surgiendo nuevas presiones y demandas desde la sociedad hacia las empresas y manifiesta que existe un contrato social entre las organizaciones y la sociedad. Por otra parte, Kenneth Arrow (Premio Nobel de economía en el año 1972) en un artículo sobre la Responsabilidad Social y la eficiencia económica (1973), defiende que en mercados imperfectos no existe justificación social para la maximización de beneficios<sup>2</sup>

Así pues, en esta época se evidencia la importancia que tiene escuchar y tener en cuenta la voz del pueblo. Hay demanda de cambios, se exige implicación y soluciones a los problemas que incumben a la sociedad que, en cierto modo, las empresas tienen el poder de resolver.

### 3.1.4 La década de los ochenta

En los años ochenta, surge un nuevo concepto el *stakeholder* (grupo de interés) desarrollado por Freedman (1984) en su famosa teoría *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Teoría que penetra en lo que hoy entendemos por RSC al concebir las compañías como un tejido de relaciones con diversos grupos de interés – inversores, clientes, accionistas, proveedores – con los cuales las organizaciones adquieren una responsabilidad.

---

<sup>1</sup> Citado por Fontaneda (2007)

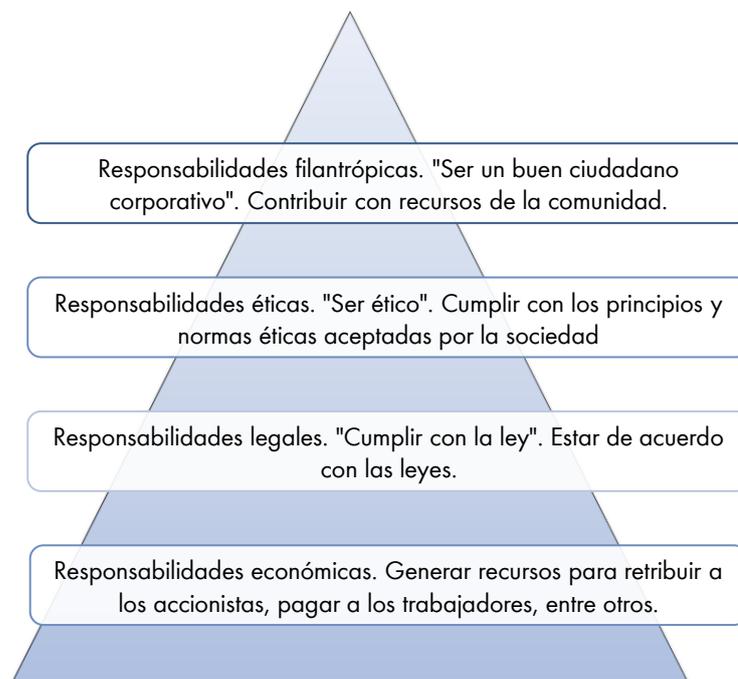
<sup>2</sup> Citado por Fontaneda (2007)

Esta visión a la hora de llevar a cabo la gestión de una organización, no es más que el reflejo de los beneficios que, a largo plazo, puede reportar el hecho de implicar y satisfacer a los grupos de interés con los que se relacionan las empresas.

### 3.1.5 La década de los noventa

En los años noventa, la teoría de los *stakeholders* de Freedman se afianza como una conjetura que dará pie a numerosos discursos que a día de hoy fundamentan el concepto de RSC. Por otro lado, Carroll (1991) desarrolla la teoría de la pirámide de la RSC en la que plantea que las empresas tienen cuatro clases de responsabilidades sociales.

Ilustración 2 La pirámide de RSC de Carroll



Fuente: Carroll (1991)<sup>3</sup>

Como se puede observar, la pirámide está formada por distintos niveles jerárquicos en los que los inferiores se nutren de las superiores. Los dos primeros niveles responden al deseo de cumplir con las normas éticas que existen en la sociedad. Mientras que los dos niveles inferiores van más

<sup>3</sup> Citado por Delgado (2011)

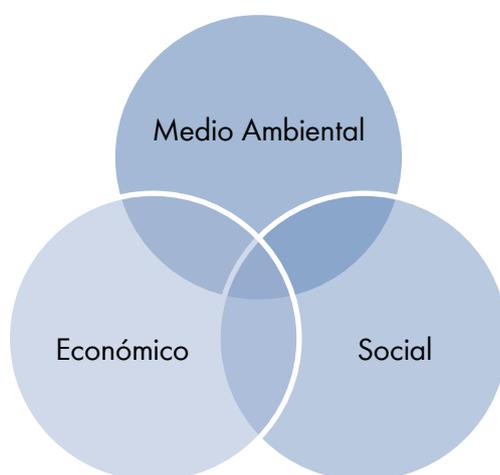
allá, representan el carácter voluntario que deben tener las organizaciones a la hora de hacer las cosas bien.

De esta forma, se puede concluir que, la RSC implica el cumplimiento simultáneo de las cuatro responsabilidades que se describen y que, su aplicación debe llevar a la empresa a obtener beneficios, obedeciendo la ley, actuando con ética y comportándose como un buen ciudadano.

Por lo tanto, en esta década se corona el alegato de ética empresarial. Es decir, el impacto que genera la actividad de una compañía debe ir más allá de su propio entorno. Dicho en otras palabras, el éxito de una organización únicamente puede darse si existe una viabilidad económica, si la compañía cuida el medio ambiente y si se lleva a cabo una buena conducta social.

Estas ideas parten de un planteamiento denominado *Triple Bottom Line*<sup>4</sup> (TBL), que formuló Elkington en su libro *Cannibals with Forks* (1997) a la hora de contemplar el impacto de los negocios a través de la creación de la Triple Cuenta de Resultados.

Ilustración 3 Triple cuenta de Resultados de Elkington



Fuente: Elaboración propia basada en Elkington (1997)

Como se ha explicado anteriormente, el concepto TBL es un término que hace referencia al desempeño que tienen las organizaciones a la hora de proporcionar información sobre sus ac-

---

<sup>4</sup> Citado por Berkovics (2010)

tuciones, en el ámbito ambiental, económico y social. De este modo, las compañías deben tener muy presente que, las necesidades de las partes implicadas tienen que ir en consonancia con los objetivos de la propia organización para fundamentar la teoría de la TBL.

Por lo tanto, la base de la RSC en los años noventa no dista mucho de los años ochenta a la hora de poner en manifiesto la importancia de llevar a cabo una buena conducta empresarial. Es decir, cuidar las relaciones con los *stakeholders*, con el medio ambiente y con la sociedad en general.

### 3.1.6 Del 2000 a la actualidad

A lo largo de los últimos años, ha aumentado significativamente el grado de conciencia sobre cuestiones ambientales y sociales, y en consecuencia, el interés por el término de RSC en las empresas. De este modo, la RSC ha ido adquiriendo el papel de ayudar a las empresas para hacer del mundo, un lugar mejor.

La globalización ha hecho que las organizaciones adquieran especial protagonismo. Factores como el comercio y la exportación, el uso de los recursos naturales o la influencia que ejercen en el ámbito público, manifiestan la trascendencia que han adquirido en la sociedad. No obstante, las nuevas exigencias y la riqueza que generan las compañías se han trasladado en un incremento de la polarización y, en consecuencia, un aumento de la pobreza y las desigualdades sociales. Asimismo, estos hechos, unidos a la corrupción, el deterioro del medio ambiente y la violación a los derechos humanos y laborales, ha generado controversias que ponen en duda la conducta ética de las organizaciones.

Ante este contexto, han sido diversos los organismos internacionales que han llevado a cabo la promulgación de una serie de iniciativas, normas y directrices para regular el comportamiento de las organizaciones. Así, distintos actores sociales – instituciones, organizaciones de la sociedad civil, sindicatos, entre otros -, han erguido una serie de instrumentos, herramientas y tácticas para influir en el ámbito de las compañías.

Un ejemplo de ello, ha sido la promulgación del Pacto Mundial de la ONU en el año 1999, que marcó un antes y un después en la historia de la responsabilidad de las empresas y las organizaciones frente a las sociedades de las que forman parte y que, se desarrollará con más profundidad más adelante. En líneas generales, esta iniciativa, promueve diez principios fundamentales en el ámbito de derechos laborales, derechos humanos, medio ambiente y anticorrupción.

Por otro lado, la Unión Europea publicó en el año 2001 el Libro Verde sobre la responsabilidad social de las empresas, en el que propone que la RSC “no significa solamente cumplir plenamente con las obligaciones jurídicas, sino ir más allá del cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, en el entorno y en las relaciones de los interlocutores” (2001:7).

Esta iniciativa europea, que fue ratificada en el Consejo de Europa de Lisboa en el año 2000, y que plasma el compromiso a favor de la RSC por parte de los jefes de estado y de gobiernos de la UE. Su principal objetivo es convertirse en un marco de referencia en temas de responsabilidad social y sostenibilidad empresarial, puesto que ofrece una serie de recomendaciones para fomentar prácticas innovadoras, que aumenten la transparencia de la conducta empresarial de las organizaciones y las haga más competitivas.

De este modo, en los últimos años, son diversos los acontecimientos que han manifestado la necesidad de que la RSC se convierta en un elemento estratégico en las organizaciones, para obtener un beneficio mutuo entre las empresas y sociedad. Y es justamente la transformación de este concepto lo que hace que, a día de hoy, se pueda tener una única visión de lo que significa el término de RSC.

A modo resumen se puede subrayar que, se está viviendo una transformación que está modificando el papel de las empresas y las expectativas que tiene la sociedad sobre ellas. Cada vez, tienen más relevancia los asuntos sociales y en consecuencia, influyen más a la hora de tomar decisiones e invertir en estrategias de RSC. Hay una mayor preocupación sobre el impacto que generan las actividades de las empresas, y los ciudadanos exigen transparencia en el ejercicio de sus operaciones. Por su parte, las organizaciones han tomado consciencia de los beneficios

que reporta en términos de reputación e imagen corporativa, la incorporación de estrategias de RSC.

## 3.2 Hitos importantes en torno al concepto de RSC

En la siguiente tabla, con el fin de sintetizar y ofrecer una mayor comprensión, se muestra una evolución histórica de los hitos más importantes – que se desarrollaran con más profundidad a lo largo del trabajo - que se han llevado a cabo a lo largo de los años y que han cobrado especial relevancia a la hora de definir y entender lo que a día de hoy conocemos como RSC.

Ilustración 4 Historia y evolución de la RSC

AÑO	INICIATIVAS
1919	▪ Nace la organización mundial del trabajo (OIT)
1945	▪ Creación de la ONU
1947	▪ Creación de la ISO, Internacional Organization for Standardization
1948	▪ Declaración Mundial de los Derechos Humanos
1960	▪ Se funda Consumers International
1961	▪ Se funda Amnistía Internacional y World Wildlife Fund (WWF)
1971	▪ Se funda Greenpeace
1972	▪ Creación Club Roma "Los límites del crecimiento" ▪ Conferencia de Estocolmo "Medio Ambiente Humano"
1976	▪ Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales (OCDE) ▪ Entra en vigor el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.
1977	▪ Ley de Balance Social en Francia
1986	▪ Nace la Mesa Redonda de Caux
1987	▪ Se publica el informe Brundtland ▪ Se funda ACT UP AIDS Coalition to Unleash Power ▪ Creación de la comisión mundial del Medio Ambiente y Desarrollo (ONU) ▪ Entra en vigor a convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer.
1988	▪ Se crea el grupo Intergubernamental de expertos sobre el cambio climático
1989	▪ Entra en vigor el Protocolo de Montreal sobre sustancias que agotan la capa de la ozono.
1990	▪ Entra en vigor a Convención sobre los Derechos Humanos del Niño
1991	▪ Nace Transparencia Internacional
1992	▪ Se crea WBCSD ▪ Club Roma "Más allá de los límites"
1993	▪ Certificación Ambiental Norma ISO 14000
1994	▪ Entra en vigor el Convenio Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. ▪ Lanzamiento "Principios de Negocios" de la Mesa Redonda de Caux
1997	▪ Nace GRI, Global Reporting Initiative ▪ Interface Inc. elabora la primera memoria de sostenibilidad ▪ Conferencia de la ONU "Protocolo de Kyoto" ▪ Se publica la norma SA8000 de Responsabilidad Social ▪ Surge Fórum Empresa
1998	▪ Nace el Instituto Ethos

AÑO	INICIATIVAS
1999	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se crean las Directrices de la OCDE "Principios de Gobernabilidad Corporativa"</li> <li>▪ Kofi Annan propone la creación de The Global Compact (ONU)</li> <li>▪ Nace la norma AA1000</li> <li>▪ Se crean los Índices de Sostenibilidad de Dow Jones</li> <li>▪ Empresas hacen públicas por primera vez Memorias de GRI "piloto"</li> </ul>
2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumbre del Milenio "Metas Milenio"</li> <li>▪ Se crea la iniciativa de The Global Compact de la ONU</li> <li>▪ UE Libro Blanco sobre la Responsabilidad Ambiental</li> <li>▪ Se publica la primera versión de la Guía GRI para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad.</li> <li>▪ Aprobación de la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas</li> </ul>
2001	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La UE publica el Libro Verde sobre RSC</li> <li>▪ Primer Foro Social Mundial celebrado en Brasil</li> <li>▪ Se crea el FTSE4GOOD Index Series</li> </ul>
2002	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumbre del Milenio "Metas Milenio"</li> <li>▪ Surge Red América</li> <li>▪ Conferencia Regional de RSC "Alianzas para el Desarrollo" Miami, Florida</li> </ul>
2003	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se crea el Índice de Inversiones Socialmente Responsables (JSE) en Sudáfrica</li> </ul>
2004	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inicio Grupos de Trabajo para la Guía de Recomendaciones ISO 26000 de RSC</li> </ul>
2005	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entra en vigor el Protocolo de Kioto al Convenio Marco de las Naciones Unidas sobre el cambio climático</li> </ul>
2007	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ The Ceo Water Mandate</li> <li>▪ The International Finance Corporation's (IFC) publica las guías de salud, seguridad y medio ambiente</li> </ul>
2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se publica The Ceres Road Map to Sustainability</li> <li>▪ Publicación de la Guía ISO 2600</li> </ul>
2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se lanza la Guía G4 de GRI</li> </ul>

Fuente: elaboración propia adaptado de Evia (2014)

### 3.3 Aproximaciones al concepto de RSC

El presente capítulo se compone de varios subcapítulos en los que se ofrece una aproximación del significado de RSC. De este modo, a partir de varias definiciones propuestas por diversos organismos y autores se explica qué es RSC. Además, se describe un elemento esencial de la RSC, los *stakeholders* (o grupos de interés) con los que una organización se relaciona y que debe tener en cuenta. Por último, se explican las dimensiones en las que opera la RSC, dentro del ámbito económico, social y medioambiental, y los principios que rigen y definen este concepto.

#### 3.3.1 Principales aportaciones sobre el concepto de RSC

A pesar de ser un campo de estudio con largas décadas de desarrollo conceptual y práctico, aún no existe una definición consensuada de RSC. De modo que, de manera genérica, la pre-

tensión de este capítulo es proporcionar una visión general de las principales aportaciones terminológicas que se han llevado a cabo sobre este concepto. Es por eso que, a continuación, se recogen las definiciones de varios autores y organismos para conseguir un mayor entendimiento del concepto y por consiguiente, tener una idea más clara de esta disciplina.

Ilustración 5 Definiciones sobre el concepto de RSC

AUTORES - ORGANISMOS	DEFINICIÓN
<b>El Libro Verde (2001) de la Comisión Europea</b>	"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" (2001:3)
<b>Foro de Expertos RSC del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales</b>	"La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto de los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones" (2007:7)
<b>Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa</b>	"La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de dirigir las empresas basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general". (2004:5)
<b>Guía ISO 26000 sobre RSC</b>	"La responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y al medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuye al desarrollo sostenible, incluida la salud y el bienestar social, tiene en cuenta las expectativas de los grupos de interés, actúa conforme las leyes aplicables y las normas internacionales de comportamiento, se encuentra integrada en toda la organización, y se pone en práctica en sus relaciones." (2010:4)

Fuente: Libro Verde (2001), Foro de Expertos RSC (2007), Observatorio de RSC (2014), ISO 2600 (2010)

De acuerdo con las definiciones planteadas, con el fin de obtener una interpretación general de lo que significa este concepto, se puede decir que, el Foro de Expertos de RSC, constituido en marzo de 2005 por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales para asesorar a los poderes públicos a la hora de abordar la RSC, además de recoger las ideas principales que propone el Libro Verde de la UE, integra otros elementos como lo son los derechos humanos y laborales, la transparencia informativa y los impactos que derivan las acciones de cualquier organización.

Por otro lado, el Observatorio de RSC, una organización sin ánimo de lucro creada en el 2004 con el objetivo de impulsar la RSC, añade que la gestión de los impactos, no solo incumbe a los

accionistas sino también a los grupos de interés y la sociedad. Del mismo modo que la ISO 26000, que tal y como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, es una guía que establece líneas en materia de RSC, enfatiza en que, dicho concepto, se encuentra integrado en toda la organización, hecho que permite el crecimiento y la competitividad de las empresas.

Partiendo de este resumen de contenidos alrededor del concepto de RSC, veamos la definición con la que trabajará esta investigación:

La RSC es la adhesión voluntaria de unos valores éticos que integran las preocupaciones sociales, laborales y medioambientales cuyo fin es, obtener un beneficio económico para la organización y que a su vez, satisfaga a sus interlocutores de forma que, se configuren relaciones basadas en el diálogo y la transparencia con estos.

Fuente: elaboración propia

### 3.3.2 Actores Involucrados: los *stakeholders*

Aunque este concepto ha sido mencionado anteriormente, en este apartado se analizará con más profundidad. Asimismo, el término de *stakeholders*, es un elemento esencial de la RSC dado que, todas las organizaciones interactúan con diferentes públicos que deben tenerse en cuenta. Por lo tanto, dicho concepto, redefine los públicos que son de interés para una organización.

Considerando la teoría que propone Freeman (1984) en su libro *Strategic Management: A stakeholder approach* podemos distinguir la siguiente tipología de *stakeholders*:

Ilustración 6 Tipología de stakeholders según R.E Freeman



Fuente: elaboración propia adaptado de Freedman (1984)

De las evidencias anteriores, se puede afirmar que, el concepto de *stakeholders* engloba a todos los públicos susceptibles a recibir, mantener o interesarse por la comunicación y las actividades de una empresa. Asimismo, es importante destacar que, el conocimiento y el análisis de los públicos con los que una organización se relaciona, es sumamente importante para el futuro de las empresas. En otras palabras, hay que tener muy claro que esperan los distintos públicos de una compañía para poder actuar en consecuencia.

### 3.3.3 Dimensiones de la RSC: Campos de actuación

De acuerdo con el modelo de RSC que propone Carrillo (2013) la responsabilidad social tiene dos dimensiones: la interna y la externa. Veamos qué elementos las integran y cuáles son las principales áreas de actuación en el quehacer de las actividades de las organizaciones y las relaciones que mantienen con cada público.

### Ilustración 7 Dimensiones de la RSC

	<b>DIMENSIÓN INTERNA</b>	<b>DIMENSIÓN EXTERNA</b>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beneficio social.</li> <li>▪ Equilibrio entre vida personal, laboral y familiar.</li> <li>▪ Gestión de la diversidad.</li> <li>▪ Igualdad de género.</li> <li>▪ Salud y seguridad en el trabajo.</li> <li>▪ Salario y prestaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acción social</li> <li>▪ Voluntariado</li> <li>▪ Patrocinio. Mecenazgo</li> <li>▪ Creación de empleo.</li> <li>▪ Educación a la comunidad.</li> <li>▪ Apoyo a proyectos y actividades de la comunidad.</li> </ul>
<b>Económica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Buen gobierno.</li> <li>▪ Productos socialmente responsables.</li> <li>▪ Alianzas de cooperación duraderas en el tiempo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestión del riesgo.</li> <li>▪ Inversión socialmente responsable.</li> <li>▪ Distribución de la riqueza.</li> <li>▪ Precio justo.</li> <li>▪ Información transparente y veraz.</li> <li>▪ Cadena de suministro.</li> </ul>
<b>Medioambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ecoeficiencia.</li> <li>▪ Productos medioambientalmente responsables.</li> <li>▪ Certificaciones ambientales</li> <li>▪ Productos no nocivos para la salud y el medio ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificación y minimización de impactos.</li> <li>▪ Conservación del entorno.</li> <li>▪ Ahorro de agua y eficiencia energética.</li> <li>▪ Gestión correcta de residuos</li> <li>▪ Control y reducción de emisiones y vertidos.</li> </ul>

Fuente: Carrillo (2013:175)

De lo anterior se desprende que, la dimensión interna atañe al ámbito de las relaciones laborales, es decir, está muy ligado al cumplimiento de las obligaciones legales de las organizaciones con los trabajadores, la inversión que se hace en ellos y el impacto que provocan en el entorno. En este sentido, el papel que tiene la RSC es impulsar y favorecer el desarrollo personal y profesional de sus empleados. No se trata de cumplir únicamente con los derechos laborales que estipulan los Convenios de la OIT, una empresa socialmente responsable se esfuerza en ir más allá de lo que exige la normativa vigente en este ámbito.

Por otro lado, en referencia a la dimensión externa de las organizaciones, se evidencia que, corresponde a los códigos éticos que tienen las empresas, es decir, al compromiso que asumen a la hora de desarrollar prácticas responsables que, respeten el medio ambiente y promuevan el desarrollo económico y social. Dicho en otras palabras, se trata de identificar los impactos que

pueda provocar una organización en el quehacer de su actividad para poder minimizar los efectos negativos y potenciar los positivos.

### 3.3.4 Los principios que rigen la RSC

En la siguiente tabla se establece una relación de los principios que rigen la RSC según los instrumentos internacionales más importantes en éste ámbito.

Ilustración 8 Principios que rigen la RSC

INSTRUMENTOS	PRINCIPIOS	
<b>Pacto Mundial</b>	Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los DDHH fundamentales reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.</li> <li>▪ Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los DDHH.</li> </ul>
	Derechos Laborales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</li> <li>▪ Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.</li> <li>▪ Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.</li> <li>▪ Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.</li> </ul>
	Derechos Medio Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.</li> <li>▪ Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</li> <li>▪ Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente</li> </ul>
	Derechos socioeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.</li> </ul>
<b>ISO 26000</b>	Rendición de cuentas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las organizaciones deben rendir cuentas a las autoridades competentes por los impactos que generan en la sociedad con el fin de prevenir consecuencias negativas.</li> </ul>
	Transparencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las compañías deben ser transparentes en las decisiones y actividades que impactan a la sociedad y el medio ambiente.</li> </ul>
	Comportamiento ético	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las empresas deben sustentarse en valores que promuevan la honestidad, la equidad y la integridad como compromiso</li> </ul>

INSTRUMENTOS	PRINCIPIOS	
		al respeto hacia las personas y el medio ambiente.
	Respeto a los intereses de las Partes interesadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las organizaciones deben respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas</li> </ul>
	Respeto al Principio de Legalidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se refiere a la supremacía del derecho y, en particular a la idea de que ningún individuo u organización está por encima de la ley y de que los Gobiernos están también sujetos a la ley.</li> </ul>
	Respeto a la norma internacional de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las compañías deben esforzarse por respetar las normas internacionales aún y cuando la ley o su implementación no salvaguarden los aspectos ambientales y sociales.</li> </ul>
	Respeto a los Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las empresas tienen que promover el respeto de los derechos humanos y evitar beneficiarse de esta situación.</li> </ul>
<b>Global Reporting Initiative (GRI)</b>	Ámbito económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las organizaciones tienen que tener en cuenta los impactos económicos directos que generan en las relaciones con los distintos grupos de interés – clientes, proveedores, empleados, accionistas, sector público, etc. -</li> </ul>
	Ámbito ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Respeto sobre el impacto que pueda generar el desarrollo de las actividades empresariales en relación a con las materias primas, energía, agua, emisiones de vertidos y residuos, etc.</li> </ul>
	Ámbito Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las empresas deben respetar las prácticas laborales, los DDHH, la responsabilidad hacia el producto y la sociedad en general.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia adaptado de los principales estándares

Como se puede observar, para que una organización sea responsable y actúe en consecuencia, es necesario que introduzca un código ético basado en los principios o valores que estipulan los anteriores instrumentos internacionales, a la hora de implementar su estrategia. De este modo, los valores deben comunicar el compromiso que asume una compañía y reflejarlo en todos los ámbitos en los que confluye su actividad.

### 3.3.5 Ámbitos de la RSC

Para llevar a cabo una conducta socialmente responsable, las compañías deben tener muy presente que, todas las actuaciones que efectúen en el desarrollo de cualquier actividad empresarial, influirán en los distintos ámbitos que engloba la RSC. De este modo, de acuerdo con el Observatorio de RSC (2004), todas las actividades desarrolladas en el marco de la RSC han de: i)

estar vinculadas a la actividad básica de la organización/empresa, ii) tener una vocación de permanencia e iii) implicar un compromiso de la alta dirección. (2004:7)

Ilustración 9 Ámbitos de la RSC propuestos por el Observatorio de RSC



Fuente: Elaboración propia

Atendiendo a estas consideraciones, en lo que respecta el ámbito de los DDHH, las empresas que asumen el compromiso de implantar políticas de RSC, deben promover y respetar los DDHH. Asimismo, el ámbito de los Derechos Laborales va muy ligado al respeto de los DDHH, pero en este caso, en temas relacionados con el empleo. De este modo, es importante que las empresas tengan presente las distintas convenciones y directrices que incluyen aspectos sobre las políticas de empleo que se deben llevar a cabo. Por otro lado, en el ámbito del Medio Ambiente, son diversas las iniciativas que especifican la responsabilidad que deben asumir las organizaciones a la hora de preservar el entorno en el desarrollo de sus actividades.

En el ámbito de la salud y la protección al consumidor, las compañías tienen la obligación de garantizar, proteger e implementar, un ambiente de trabajo seguro y respetar los intereses de los consumidores, de acuerdo con lo que establecen los instrumentos nacionales e internacionales. Por último, y no menos importante, en lo que respecta el ámbito de la lucha contra la corrupción, se recoge la responsabilidad que deben asumir las empresas para evitar prácticas deshonestas en el desarrollo de sus actividades empresariales. Es por ello que, deben acogerse al marco de leyes y reglamentos vigentes y, tomar las medidas necesarias para contribuir a la lucha contra la corrupción.

### 3.4 Iniciativas, mecanismos y herramientas para la RSC

El Estado juega un papel fundamental a la hora de impulsar y regular todas aquellas políticas en las que las empresas se acogen de manera voluntaria y que, en cierto modo, afectan a la sociedad debido al impacto que generan sus actuaciones. Bajo este contexto, la Administración Pública tiene el deber de involucrarse y participar activamente en el fomento de la RSC regulando las prácticas y actividades que puedan repercutir en la sociedad, a través de normas que regulen más allá de la voluntariedad de las empresas.

El objetivo de este apartado es aportar una visión general de los principales ámbitos de actuación que tiene la RSC desde su dimensión normativa. Dado que son muchas las iniciativas que se han llevado a cabo para fomentar las buenas prácticas de RSC, se ha dividido esta sección en los siguientes puntos:

- i) Iniciativas en Organismos Nacionales
- ii) Iniciativas en Organismos Internacionales.

En el primer apartado se hará un breve resumen de las iniciativas más relevantes llevadas a cabo a nivel nacional, como lo son la Proposición no de Ley sobre Responsabilidad Social Corporativa y de Derechos Humanos, la creación de un Consejo Estatal de RSC, entre otras.

En segundo lugar, se relatarán las principales iniciativas internacionales que hacen referencia a la RSC de las empresas, como lo son la Declaración Universal de los DDHH, los Convenios y tratados de la ONU, en los que se describen las líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, entre otras.

Por último, se hace un breve recorrido por los instrumentos internacionales más relevantes en el ámbito de la RSC siendo; *Global Compact* o Pacto Mundial de la ONU (2000), *Global Reporting Initiative G4* (2013), la auditoría SA 8000 y la norma ISO 26000.

### 3.4.1 Iniciativas de Organismos Nacionales

Con el fin de ofrecer una visión general de las Iniciativas que han llevado a cabo distintos Organismos Nacionales, en la siguiente tabla se hace una clasificación compuesta por los actores, las iniciativas y las políticas entorno a la RSC. Posteriormente, se explican de manera detallada las iniciativas más relevantes que regulan y promueven las buenas prácticas de las empresas.

Ilustración 10 Iniciativas de Organismos Nacionales

ACTORES, INICIATIVAS Y POLÍTICAS DE LA RSC EN ESPAÑA		
<b>Actores</b>	Públicos	Gobierno Parlamento <ul style="list-style-type: none"> <li>Subcomisión Parlamentaria RSC (2005 - 2007)</li> </ul>
	Mixtos (gobierno, empresa, sindicatos, sociedad civil)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consejo Estatal de la RSC de la empresa - CERSE - (2009)</li> <li>Mesa de Diálogo Social (2007)</li> <li>Foro de Expertos (2005 - 2007)</li> </ul>
	Privados	Sindicatos (CCOO, UGT, etc) CEOE - PYMES Organizaciones Sociedad Civil (Observatorio RSC, Forética, Fundación Entorno, etc)
<b>Iniciativas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Red Española del Pacto Global (NNUU)</li> <li>Agencias de certificación</li> <li>SGE 21, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable</li> <li>RS10, Sistema de gestión de RSC Español, inspirado en la norma ISO 26000</li> </ul>	
<b>Políticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Libro Blanco de la RSE (2006)</li> <li>Ley de Economía Sostenible</li> </ul>	

Fuente: elaboración propia adaptado de Del Río, Olga (2012)

Una de las misiones del Estado Español ha sido diseñar una política para fomentar la RSC, que responda a los planteamientos que se han llevado a cabo a nivel internacional. Para ello, en el año 2013 el Diputado Ramón Jaúregui presentó una Proposición de no ley (PNL) sobre la RSC y los DDHH. El objetivo de la PNL es concienciar a las empresas sobre la responsabilidad social que deben asumir en el desarrollo de sus operaciones. Esta proposición, trata de convertirse en un instrumento jurídico basado en los principios del Informe de Ruggie.

Asimismo, la Subcomisión Parlamentaria creó el Consejo Estatal de RSC en el año 2005 con el objetivo de convertirse en un marco de referencia a la hora de promover la RSC en las compa-

ñas. Los miembros de la subcomisión redactaron un informe conocido como el “Libro Blanco de la RSC” el cual fue presentado en el Congreso en el año 2006.

Con el mismo objetivo que el del Consejo Estatal de la RSC fue creado el Foro de Expertos de RSC, el cual fue convocado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales en el año 2005. En efecto, redactaron el “Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas” con el fin de fomentar prácticas de RSC.

Por otro lado, la Comisión de Seguimiento y Evaluación del Diálogo Social creó la Mesa de Diálogo Social, en la que acordaron que la responsabilidad social debía considerarse dentro del marco de la Declaración para el Diálogo Social. De este modo, se constituyó un grupo de trabajo específico para elaborar propuestas y acuerdos que impulsaran y difundieran prácticas de RSC en España. Tanto el Gobierno, como las Organizaciones Empresariales y Sindicales decidieron incorporar la materia de RSC al temario de la agenda del Diálogo Social.

En el año 2007 la Comisión aprobó el documento “La Responsabilidad Social de las Empresas, Diálogo Social” en el cual se define el concepto de RSC y se incluyen objetivos y principios generales de la RSC de las empresas.

De este modo, las recomendaciones realizadas en estos diferentes ámbitos dieron lugar a que el tribunal ejecutivo elaborara el Real Decreto 221/2008, de 15 de febrero, por el que se crea y regula el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE).

En efecto, se aprobó la Ley 2/2011, de 4 de marzo de Economía Sostenible, la cual en el Título Preliminar del Artículo 2 define la economía sostenible como:

“Patrón de crecimiento que concilie el desarrollo económico, social y ambiental en una economía productiva y competitiva que favorezca el empleo de calidad, la igualdad de oportunidades y la cohesión social, y que garantice el respeto ambiental y el uso racional de los recursos naturales, de forma que permita satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades”. (2011:11)

En el artículo 36 se hace referencia a la promoción de la RSC, tanto por parte de la Administración Pública, como de las multinacionales y las PYMES, y se pone especial énfasis en impulsar y

promover un comportamiento responsable en el ejercicio diario de las organizaciones. Para ello, el Gobierno pone a disposición de las organizaciones una herramienta para que puedan evaluar el impacto que provocan, de acuerdo con los estándares internacionales en materia de RSC.

Como hemos podido observar, son diversas las iniciativas llevadas a cabo para el desarrollo de políticas de RSC en España que, tienen como misión, generar un conjunto de estrategias que mejoren el impacto de las organizaciones en el país.

### 3.4.2 Iniciativas de Organismos Internacionales

A nivel internacional existen distintas iniciativas que hacen referencia a la responsabilidad social, económica y ambiental que deben asumir las organizaciones. Asimismo, en este apartado se destacaran las más relevantes, tal y como se muestra en la siguiente ilustración.

Ilustración 11 Iniciativas de Organismos Internacionales

<b>ACTORES, INICIATIVAS Y POLÍTICAS DE LA RSC A NIVEL INTERNACIONAL</b>		
<b>Actores</b>	Agencias de certificación: ISO, GRI	
	Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE)	
	Sistema de las Naciones Unidas (NNUU): OIT, ECOSOC	
	Organizaciones de la sociedad civil (OSC) Social Accountability International (SAI)	
	OCDE Watch: Red de representantes de ONG	
	World Business Council for Sustainable Development (WBCSD): Representantes de las Empresas	
<b>Políticas</b>	Declaración Universal de DDHH (1948)	
	Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos (1966)	
	Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966)	
	Declaración de Viena y programa de acción (1993)	
	Declaración de la Organización Internacional de Trabajo (OIT): sobre los Principios y derechos Fundamentales del Trabajo (1998)	
	Objetivos de Desarrollo del Milenio	
	Normativa RSC Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Protocolo de Kyoto (1997)</li> <li>▪ Convenio de Estocolmo sobre Contaminantes Orgánicos Persistentes (2001)</li> <li>▪ Convenio de vertidos de Londres (1972)</li> </ul>
	Normativa RSC - Prácticas laborales y trabajo digno	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Convenio nº87 de la OIT sobre libertad sindical y protección del derecho de sindicación (1948)</li> <li>▪ Declaración de la OIT sobre principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998)</li> <li>▪ Agenda de Trabajo Decente de la OIT (1977 y 2000)</li> <li>▪ Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (revisadas en el 2000)</li> </ul>

ACTORES, INICIATIVAS Y POLÍTICAS DE LA RSC A NIVEL INTERNACIONAL		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Declaración del Milenio de las Naciones Unidas (2000)</li> <li>▪ Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los DDHH. Comisión DDHH de las NNUU (2003)</li> <li>▪ Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE (2004)</li> </ul>
	Normativa RSC - Responsabilidad sobre productos y corrupción	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales (2000)</li> <li>▪ Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción (2003)</li> <li>▪ Principios del Gobierno Corporativo de la OCDE (2004)</li> </ul>
<b>Directrices</b>	Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ OCDE guidelines for MNEs (2000)</li> </ul>
	Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact, 2000)	
	Normas Accountability1000 (AA100) 1999 y 2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Norma de Aseguramiento y Sostenibilidad AA1000AS (2008)</li> <li>▪ Norma de Principios de Accountability AA1000APS (2008)</li> <li>▪ Norma de Compromiso con los grupos de interés AA1000SES (2011)</li> </ul>
	SA 8000 Social Accountability 8000 (1997)	
	Global Reporting Initiative (GRI) guía 4: 2014	
	ISO	<ul style="list-style-type: none"> <li>ISO 14001 (2004)</li> <li>ISO 26000 (2010)</li> </ul>
	DJSI Dow Jones Sustainability Index (1999)	
	Sarbanes - Oxley Act (2002)	

Fuente: elaboración propia adaptada de Del Río, Olga (2012)

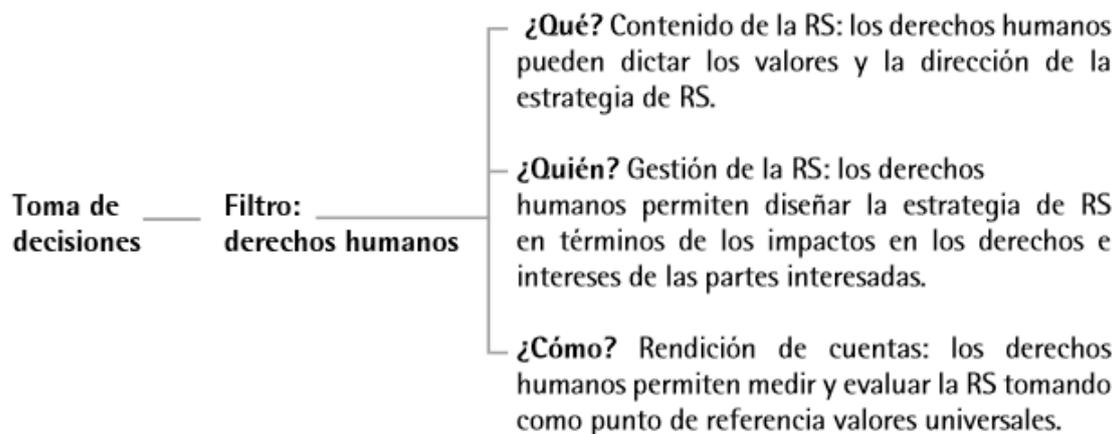
### 3.4.3 Declaración Universal de los Derechos Humanos

La Declaración Universal de los Derechos Humanos fue redactada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 1948. Se trata del documento más universal que existe en el ámbito de los derechos humanos y en él, se describen los treinta derechos fundamentales que constituyen la base para que exista una sociedad democrática.

Asimismo, se ha convertido en el fundamento de las normas internacionales sobre DDHH, siendo un valioso documento que ha servido de precedente para idear los tratados internacionales en el ámbito de los DDHH y su promoción a lo largo de las últimas décadas. Su objetivo es proclamar la igualdad y garantizar los derechos de todas las personas para evitar las atrocidades que se han cometido a lo largo de la historia.

Actualmente, son muchas las organizaciones que consideran esencial el respeto por los DDHH. Y no únicamente por la dimensión ética que pueda tener, sino porque proteger los derechos humanos revierte positivamente en los negocios y en la sociedad. De este modo, Isea (2011) afirma que "(...) utilizar los DDHH como marco para integrar la RSC brinda una gran oportunidad para las empresas". (2011:13)

Ilustración 12 Derechos Humanos y Responsabilidad Social



Fuente: Isea, R. (2011)

Como se puede observar en la anterior ilustración, vincular los derechos humanos a la RSC permite redefinir los valores y la estrategia de una organización, tomando como referencia los valores universales a la hora de medir y evaluar los impactos que pueda generar en el desarrollo de sus operaciones.

Cada vez son más las compañías que toman conciencia de la importancia que tienen los DDHH en la gestión de sus políticas empresariales. Está en manos de las organizaciones, conocer toda la normativa internacional que protege y promueve el respeto por los DDHH, para que, a partir de los valores universales que existen en este ámbito, puedan ser introducidos en sus estrategias.

#### 3.4.4 Convenios y Tratados de la ONU

La Organización de las Naciones Unidas es una organización internacional fundada en 1945 y cuenta con un gran número de países – 193 estados miembros – que participan en las iniciati-

vas que llevan a cabo. Entre sus principales cometidos se haya, promover la colaboración entre todos los países en temas relacionados con los derechos humanos, derechos laborales, la paz, la seguridad, el desarrollo económico y social, entre muchos otros asuntos humanitarios de diversa índole.

Resulta oportuno mencionar que, las iniciativas que se han llevado a cabo vinculadas a la protección de los DDHH, años atrás parecían ser asuntos de los Estados y no de las empresas. Sin embargo, las cosas han cambiado y cada vez son más las empresas que adquieren una mayor responsabilidad a la hora de respetar los DDHH. En efecto, las estrategias de RSC adquieren un papel fundamental a la hora de impulsar las buenas prácticas en las organizaciones.

#### **3.4.4.1 La Organización Internacional del Trabajo (OIT)**

La Organización Internacional del Trabajo es un organismo especializado de la ONU que se fundó en 1919. Es heredera de la Declaración de Filadelfia de 1944, y de la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento, de 1998. Su objetivo es promover la justicia social en el ámbito de las normas fundamentales del trabajo, es decir, impulsar el respeto de los principios laborales básicos. Opera a través de la Conferencia Internacional del Trabajo y del Consejo de Administración, dispone de un Centro Internacional de Formación y Perfeccionamiento Técnico en Italia y un Instituto Internacional de Estudios y Labores en Ginebra. Todo ello es posible gracias a la labor de distintos representantes de gobiernos y trabajadores definen e implementan las políticas generales que la definen.

Para la OIT la igualdad de género es un elemento transversal que afecta a todos los objetivos estratégicos de una organización. Defienden que, se deben integrar todas aquellas cuestiones relativas al género en las políticas de RSC de las compañías y llevar a cabo las actuaciones necesarias para cumplir con los objetivos.

En las Resoluciones adoptadas por la Conferencia Internacional del trabajo en su 98º reunión en Ginebra del año 2009 titulada "Para recuperarse de la crisis: Un Pacto Mundial para el Em-

pleo” establece la necesidad de aprovechar la crisis para formular nuevas estrategias que favorezcan la igualdad de género.

En el capítulo IV titulado “El camino a seguir: dar forma a una globalización justa y sostenible” apartado 24 establece que “Las mujeres deben poder expresar su opinión en igualdad de condiciones que los hombres en el marco de la discusión sobre los planes de recuperación, tanto en lo relativo a su diseño como a la evaluación de sus resultados”. (2009:7)

Por otro lado, en la Resolución relativa a la igualdad de género como eje del trabajo decente Adoptada el 17 de junio de 2009 adopta las conclusiones siguientes:

“Se reconoce universalmente que la igualdad entre mujeres y hombres en el mundo del trabajo es un valor fundamental de la Organización Internacional del Trabajo. Desde 1919, pasando por, la Constitución, las normas internacionales del trabajo y la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo de 1998, y las distintas resoluciones de la Conferencia Internacional del Trabajo y decisiones del Consejo de Administración relativas a la igualdad de género, hasta la Declaración de la OIT sobre la justicia social para un globalización equitativa de 2008, un objetivo común es eliminar la discriminación por razón de sexo en el trabajo y promover la igualdad de género” (2009: 9)

Asimismo, reflexionan sobre los avances que se han producido en las últimas décadas a la hora de promover la igualdad de género en el ámbito laboral en todo el mundo. Gracias a los distintos actores de la sociedad civil y a las políticas activas llevadas por los gobiernos, hay un mayor conocimiento de los derechos de los trabajadores y la igualdad de oportunidades. De este modo, la igualdad de género se convierte en un elemento necesario para reducir la pobreza de mujeres y hombres, e impulsa que haya un desarrollo sostenible de la sociedad, mejorando la calidad de vida de las personas.

Por otro lado, se reconoce que aún quedan grandes desafíos para conseguir eliminar las desigualdades que, por razones de sexo siguen existiendo en el ámbito laboral. En la mayoría de los casos, se presentan disparidades salariales entre mujeres y hombres por desarrollar la misma actividad, la contratación a tiempo parcial sigue estando a la orden del día para el colectivo

femenino, se sigue discriminando por razones de maternidad y embarazo y continúa la segregación horizontal y vertical.

Se habla de segregación laboral cuando se masculinizan y feminizan según que puestos de trabajo. Es decir, cuando existe una clara diferencia entre los sectores de actividad y los puestos de trabajo desempeñados por mujeres y hombres.

Dentro de la segregación laboral, se distingue la segregación horizontal y la segregación vertical. Mientras que la primera de ellas, supone la concentración de las mujeres en ciertos puestos de trabajo, en función del sector o actividad de una organización, la segregación vertical dificulta el acceso de las mujeres a puestos de mayor responsabilidad y mejor remunerado debido al reparto desigual que existe entre mujeres y hombres jerárquicamente en las compañías.

Para la OIT la igualdad de género "... es una cuestión de justicia social y se funda en un enfoque basado en los derechos y la eficiencia económica". (2009:10). De este modo, para lograr la igualdad, es fundamental que todos los actores de la sociedad se involucren.

#### **3.4.4.2 Declaración Tripartita de la OIT**

La Declaración Tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social fue adoptada por el Consejo de Administración de la OIT en su 204ª reunión en Ginebra en el año 1977 y reformulada en los años 2000 y 2006. Se trata de una iniciativa cuya intención ha sido la de convertirse en una herramienta muy útil a la hora de establecer unas pautas de conducta para empresas multinacionales. Consta de una serie de principios que refuerzan otros convenios y recomendaciones en materia de trabajo.

La declaración habla de forma expresa de "La igualdad de oportunidades y de trato." En el principio 21 establece que:

"Todos los gobiernos deberían aplicar políticas destinadas a promover la igualdad de oportunidades y de trato en el empleo, con miras a eliminar toda discriminación basada

en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social<sup>5</sup>”

Por su parte, en el principio 22 expresa que:

“Las empresas multinacionales deberían guiarse por este principio general en todas sus operaciones, sin perjuicio de las medidas previstas en el párrafo 18 ni de la política seguida por los gobiernos para corregir las pautas históricas de discriminación, y, sobre esta base, dichas empresas deberían extender la igualdad de oportunidades y de trato en el empleo. De acuerdo con esto, las empresas multinacionales deberían hacer lo necesario para que las calificaciones profesionales y la experiencia sean la base para la contratación, la colocación, la formación profesional y la promoción de su personal a todos los niveles<sup>6</sup>”.

Y por último, en el principio 23 manifiesta que:

“Los gobiernos no deberían nunca requerir ni alentar a las empresas multinacionales para ejercer discriminación por algunos de los motivos mencionados en el párrafo 21; sería muy conveniente la orientación permanente de los gobiernos, en los casos apropiados, para evitar la discriminación en el empleo”.

Por otro lado, en la reunión que llevaron a cabo en la Conferencia Internacional del Trabajo 100<sup>a</sup>. en el año 2011 titulada “La igualdad en el trabajo: un objetivo que sigue pendiente de cumplirse” recoge aspectos positivos y negativos de las últimas tendencias mundiales, en materia de discriminación en el empleo y la ocupación.

Asimismo, establece que “Es preciso que el derecho fundamental de no discriminación en el empleo y la ocupación para toda mujer y todo hombre se sitúe en el centro de las políticas de recuperación y las iniciativas de reducción de la pobreza a fin de lograr un crecimiento más sostenible y unas sociedades más equitativas”. (2011:10)

De este modo, defiende que, la discriminación debe abordarse a nivel nacional, con la actuación de los gobiernos mediante el diálogo social o a través de las intervenciones políticas, legis-

---

<sup>5</sup> Convenio (núm. 111) y Recomendación (núm. 111) sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958; Convenio (núm. 100) y Recomendación (núm. 90) sobre igualdad de remuneración, 1951

<sup>6</sup> Recomendación sobre la terminación de la relación de trabajo, 1963 (núm. 119).

lativas y administrativas necesarias, que garanticen la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral.

Ilustración 13 Esquema general de las competencias de los organismos especializados que se ocupan de cuestiones relativas a la no discriminación

LABORES JURÍDICAS	LABORES PROMOCIONALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recomendaciones sobre legislación y políticas relativas a la igualdad</li> <li>▪ Facultades de investigación</li> <li>▪ Asistencia jurídica a las víctimas de discriminación</li> <li>▪ Decisión de reclamaciones y servicios de solución de conflictos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Concienciación y comunicación</li> <li>▪ Colaboración con las partes interesadas</li> <li>▪ Fortalecimiento de la capacidad institucional</li> <li>▪ Intercambio de conocimientos</li> </ul>

Fuente: OIT (2011)

Como se puede observar, la OIT establece una relación de las competencias que abarcan los organismos especializados en el ámbito de la no discriminación. Las competencias de los organismos se dividen en dos ámbitos: el promocional y el jurídico, dónde las áreas de trabajo varían en función del país en el que se instaura, pero todos abarcan las competencias específicas que se citan en la anterior ilustración.

### 3.4.4.3 Normas de la ONU sobre empresas multinacionales

Sobre la base de la Declaración Universal de los DDHH, La Subcomisión de la ONU para la Promoción y la Protección de los Derechos Humanos aprobó en el año 2003 las normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los DDHH. De este modo, su función es garantizar el respeto en la esfera de los derechos humanos y medio ambiente. Este tipo de normas, acompañadas de una serie de prácticas, son un compromiso que deben asumir las multinacionales que operan en cualquier parte del planeta.

Las disposiciones más destacadas de las Normas de Responsabilidad de las Empresas son: la no discriminación, la protección de civiles y las leyes de la guerra, la utilización de fuerzas de seguridad, los derechos de los trabajadores, la corrupción, la protección del consumidor y derechos humanos, los derechos económicos, sociales y culturales, los derechos humanos y el medio ambiente y los derechos de los pueblos indígenas.

#### **3.4.4.4 Objetivos de Desarrollo del Milenio**

Se acordaron en Nueva York en una reunión que tuvo lugar en la sede de las Naciones Unidas. Es por ello que, 189 jefes de Estado y de Gobierno firmaron la Declaración del Milenio asumiendo el compromiso de trabajar juntos para erradicar la pobreza extrema en todo el mundo. Sobre esta base, se desarrollaron los denominados Objetivos de Desarrollo de Milenio (ODM), ocho metas que, sin lugar a dudas, representan un gran compromiso en la lucha contra las desigualdades. En efecto, todos ellos fueron ideados con una fecha máxima para su cumplimiento, en el año 2015. Es por eso que, cuentan con una serie de indicadores para controlar su progreso.

En este contexto, es importante destacar el ODM 3 “promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer” el cual, no sólo se centra en el derecho propio de las mujeres a la hora de estimular prácticas que favorezcan la eliminación de la brecha de género, sino que desempeña un rol fundamental a la hora de alcanzar los demás objetivos.

Los Objetivos del Desarrollo del Milenio se han configurado cómo un referente a la hora de inspirar el desarrollo de la RSC. No se puede hablar de un único compromiso o deber por parte de las organizaciones, pues también lo es de los estados, y es esta responsabilidad compartida, la que hace posible que se superen los retos que impulsan que haya desarrollo equitativo en la sociedad.

#### **3.4.4.5 Pacto Mundial (*Global Compact*)**

El Pacto Mundial nace de una idea propuesta por el ex secretario general de Naciones Unidas Kofi Annan durante la Cumbre Económica Mundial de Davos (1999). Se trata de una iniciativa internacional que se basa en la responsabilidad pública, es decir, las organizaciones que se adhieren asumen el compromiso voluntario de ir implantando los diez principios que propone el Pacto Mundial en su labor empresarial. Asimismo, se ha convertido en un instrumento interna-

cional, que se ha afianzado como un marco de referencia básica para la promoción de los derechos humanos es el Pacto Mundial (*Global Compact*, en inglés).

De acuerdo con Navarro (2012) "El Pacto no es ni un instrumento regulador que plantea normas legales de conducta para todas las entidades, ni un instrumento que concede una certificación a aquellas que cumplen con determinados requisitos" (2012: 170) sino que son las empresas las que adquieren el compromiso voluntario, de ir dando cuentas a la sociedad de los progresos en el quehacer de su actividad empresarial, mediante la elaboración de informes de seguimiento.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, se puede decir que, su objetivo es promover la implantación de diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas: i) Derechos Humanos, ii) Normas Laborales, iii) Medio Ambiente y iv) Lucha contra la Corrupción en la estrategia de negocio de las empresas.

En el ámbito de los DDHH, el Pacto enfatiza la necesidad de promover prácticas que promuevan el apoyo a eliminar todo tipo de prácticas discriminatorias por razones de sexo. Estas políticas deben apoyar y respetar las normas fundamentales del trabajo, como por ejemplo, la igualdad de remuneración por llevar a cabo el mismo trabajo igualitario y la eliminación de la discriminación en el empleo para reducir las desigualdades entre de mujeres y hombres.

En España, existe la Red Española del Pacto Mundial, una plataforma creada en el año 2002 bajo el mandato de la Fundación Rafael del Pino, compuesta inicialmente por 200 entidades. No obstante, es en el año 2005 es cuando se crea la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM) cuyo objetivo es dar solidez y apoyo a las herramientas creadas por Global Compact para fomentar la implantación de los 10 Principios establecidos.

#### **3.4.4.6 Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico- OCDE**

La OCDE fue fundada en el año 1961 y agrupa a 34 países miembros que discuten y debaten temas relacionados con el bienestar económico y la sociedad en general. Asimismo, su principal

enmienda es, promover las buenas prácticas y coordinar políticas locales e internacionales. Entre las iniciativas llevadas a cabo por la OCDE en relación con el comportamiento de las empresas multinacionales cabe destacar:

Ilustración 14 Iniciativas OCDE

INICIATIVAS	DESCRIPCIÓN
<b>Los principios de la OCDE para el gobierno corporativo</b>	Proporcionan guías de recomendación específicas enfocadas a las empresas, para que todos aquellos organismos - gubernamentales y no gubernamentales y empresas privadas, mejoren el marco legal, institucional y normativo que sostiene el Gobierno Corporativo.
<b>Líneas Directrices de la OCDE</b>	Ofrecen una lista de recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales con el fin de promover una conducta empresarial responsable de manera voluntaria. No obstante, todos aquellos países que se adhieren a estas directrices, asumen un compromiso (vinculante) a la hora de implementarlas, puesto que algunas de ellas, pueden estar sujetas a leyes nacionales y compromisos internacionales.

Fuente: elaboración propia

La OCDE promueve el diálogo sobre la igualdad de género con sus miembros y países socios, la sociedad civil y las principales organizaciones internacionales a través de varias plataformas, entre ellas, la Red del CAD sobre Igualdad de Género (GENDERNET), el Centro de Desarrollo, la Alianza Global para la Cooperación Eficaz al Desarrollo, el Foro Empresarial de Mujeres OCDE-MENA y la Red Internacional de la OCDE para la Educación Financiera (INFE).

Existe una iniciativa de Género de la OCDE llamada *Closing the Gender Gap*, que ofrece un análisis de la brecha de género en las áreas de educación, empleo e iniciativa empresarial. Asimismo, la gran cantidad de datos estadísticos se convierten en un punto de partida, para ofrecer recomendaciones que ayuden a impulsar estrategias de RSC que impulsen la promoción de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

A modo de conclusión, se puede decir que, son muchos los organismos internacionales que llevan a cabo iniciativas, con el fin de impulsar la RSC en la estrategia de las empresas para promover el comportamiento responsable. Existen numerosas iniciativas, a parte de las que hemos ido explicando a lo largo de esta investigación, como lo son los Principios Globales

de Sullivan, los Principios de Caux, los Principios de Ecuador, los Principios de Valéz o el Protocolo de Kyoto que han ejercido un papel relevante a la hora de impulsar la RSC e introducir la perspectiva de género en las políticas de las organizaciones.

No cabe duda que, las empresas cada vez son más conscientes de la importancia que tiene la transparencia y la difusión de toda la información relativa a su actividad empresarial – tanto a nivel interno como externo - y la necesidad de adoptar un código de buenas prácticas que les permita establecer una buena relación con los grupos de interés y la sociedad en general, brindando información clara y confiable. Es por eso que, la transparencia se ha convertido en uno de los valores más difundidos y necesarios a nivel internacional, para dar respuesta a una nueva sensibilidad social. Y bajo este contexto, la RSC se convierte en una herramienta clave a la hora de crear una estrategia de comunicación basada en la transparencia y la rendición de cuentas.

#### **3.4.4.7 Global Reporting Initiative (GRI)**

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización sin ánimo de lucro que fue fundada en Estados Unidos el año 1997 por CERES y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Se trata de una organización internacional, que engloba múltiples grupos de interés y profesionales en las diferentes materias de la RSC. Su principal enmienda es ofrecer una guía para que, la elaboración de informes de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones se convierta en una práctica habitual. Actualmente, Global Reporting Initiative se ha convertido en un referente en el ámbito de la elaboración de informes de sostenibilidad.

Los informes de sostenibilidad se convierten en una herramienta fundamental para aquellas organizaciones que quieran ser socialmente responsables. Rendir cuentas a los grupos de interés o a las partes interesadas sobre el desarrollo de sus actividades aporta un valor agregado a las compañías que, a largo plazo, puede reportar grandes beneficios, tanto en el ámbito económico, como a la hora de distinguir a una organización de sus competidores.

#### 3.4.4.8 ISO 26000

La ISO 26000 es una guía estandarizada que ofrece pautas en el ámbito de la RSC, establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (*ISO* en inglés) en el año 2010. De este modo, se convierte en una norma con carácter internacional que establece una serie de recomendaciones para todo tipo de organizaciones, sean públicas o privadas. Su objetivo es convertirse en un documento orientativo para ayudar a que las compañías, operen de manera responsable en el desarrollo de sus actividades. Sin embargo, es importante destacar que, es un tipo de norma de carácter voluntario y por lo tanto, contiene normas, y no requisitos, a diferencia de las normas de certificación ISO.

La ISO 26000 está compuesta por siete principios que se definen en cada uno de los capítulos que la componen: (i) gobernanza de la organización, (ii) derechos humanos, (iii) prácticas laborales, (iv) medio ambiente, (v) prácticas operativas justas, (vi) asuntos de los consumidores, y la (vii) participación comunitaria y su desarrollo.

En el ámbito de los DDHH se describe lo importante que es lograr la igualdad de género y la relación que tiene con la RSC. Asimismo, aborda la igualdad de género basándose en los objetivos del desarrollo del milenio “promover la igualdad entre sexos y el empoderamiento” y establece que “la promoción y la defensa de la igualdad de género en las actividades de una organización es un componente importante de responsabilidad social.

Gracias a este tipo de directrices, y a todas las iniciativas que se han ido explicando a lo largo de este apartado, se puede ver cómo, la RSC en pocos años, empieza a formar parte del ADN de las organizaciones. De este modo, factores como la globalización, el interés por cuidar el medioambiente y la preocupación por los intereses sociales han hecho que las compañías se replanteen sus objetivos. Ya no se trata de trabajar para generar únicamente riqueza económica, sino que gran parte de su responsabilidad es construir nuevos significados culturales, que velen por el beneficio mutuo; organización y grupos de interés.

#### **3.4.4.9 Auditoria Social (SA 8000)**

*Social Accountability* 8000 (SA 8000) es una norma universal reconocida internacionalmente e impulsada por *Council on Economic Priorities* (CEP) que se desarrolló sobre la base de las recomendaciones de la Declaración Universal de DDHH, las Convenciones de la OIT, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer. Se trata de una norma voluntaria que puede aplicarse a cualquier organización y su finalidad es asegurar unas condiciones de trabajo digno. Es decir, vela por el cumplimiento de principios éticos y sociales en la labor empresarial.

Como se puede observar, se trata de una norma que se centra en todos aquellos aspectos relacionados con las condiciones de trabajo que ofrecen las organizaciones. Y por lo tanto, la aplicación de la misma es una demostración del compromiso que asumen algunas compañías, a la hora de ofrecer unas condiciones de trabajo humanitarias.

## 4 GÉNERO Y DESIGUALDAD

Este apartado persigue resaltar la trascendencia que tiene la RSC, a la hora de enmarcar y desarrollar acciones dirigidas a la búsqueda y gestión de la igualdad de género entre mujeres y hombres. Para ello, se llevará a cabo un breve recorrido sobre la situación de la desigualdad que existente entre las mujeres y los hombres, así como las iniciativas más relevantes que han llevado a cabo los distintos organismos a la hora de introducir la perspectiva de género en las organizaciones. También se conceptualizará el origen y la evolución del término de género y de todos aquellos elementos que lo configuran. Por último, se llevará a cabo una relación de las principales motivaciones que hacen que organizaciones incluyan la gestión de la igualdad de género dentro del marco de su política empresarial y los beneficios que conlleva la adopción de medidas que propicien dicha incorporación.

### 4.1 La desigualdad de Género

Las desigualdades sociales vienen denunciándose desde finales del siglo XVIII, sin más intención que, la de reivindicar los derechos de las mujeres y la no discriminación por razones de género. Gracias a estas denuncias, y con el paso del tiempo, las mujeres han ido adquiriendo derechos que, en cierta medida, se han trasladado en la reconstrucción de nuevos modelos culturales de la sociedad.

El Índice de Desigualdad de Género (IDG) elaborado por el Programa de las Naciones Unidas (PNUD), es una medida compuesta que refleja la desigualdad que existe entre las mujeres y los hombres bajo tres dimensiones: i) salud reproductiva, ii) empoderamiento de la mujer, iii) mercado laboral. De esta manera, su principal cometido es revelar la medida en la que los logros de desarrollo humano se ven afectados por desigualdad de género.

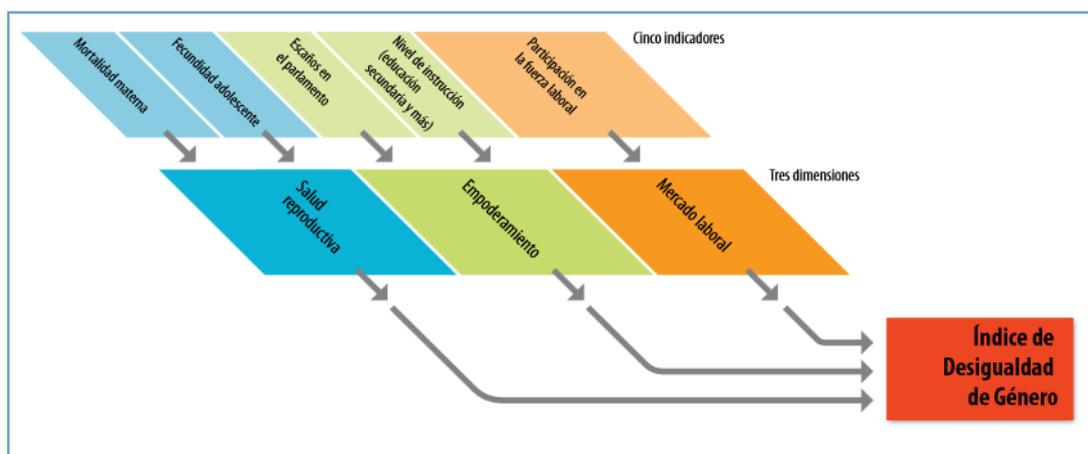
Los últimos Informes que se han elaborado sobre el Desarrollo Humano muestran que, en la mayoría de países, se han producido grandes avances. Además, como se ha comentado a lo largo de la investigación, la globalización ha impulsado el desarrollo humano, a pesar de sus conse-

cuencias negativas por los cambios que se están produciendo a una velocidad vertiginosa en el mundo.

Los Informes de Desarrollo Humano se convierten en una herramienta muy importante, ya que medir las desventajas a las que se enfrentan las mujeres respecto a los hombres, genera conciencia sobre las desigualdades sociales que existen y, en consecuencia, impulsan a los gobiernos, organizaciones y sociedad civil a ser responsables a la hora de abordar esta problemática.

Según PNUD, desde el año 1990 la cantidad de datos publicados que incorporan una perspectiva de género ha aumentado positivamente. Los primeros índices globales de género - el Índice de Desarrollo relativo al Género (IDG) y el Índice de Potenciación de Género (IPG) - fueron presentados en el Informe sobre Desarrollo Humano 1995 justo antes de que se realizara la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijing.

Ilustración 15 Dimensiones e indicadores del Índice de Desigualdad de Género

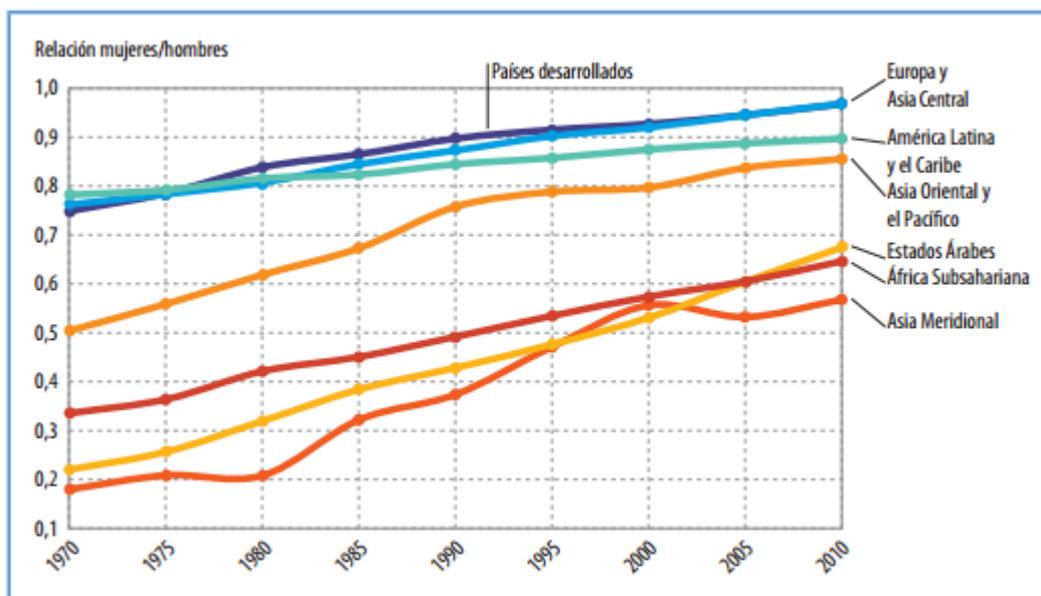


Fuente: PNUD (2010:101)

Si analiza brevemente una por una, en primer lugar, se encuentra la salud reproductiva, la cual se mide a través de dos indicadores: el coeficiente de mortalidad materna y las tasas de fecundidad que existen entre los adolescentes. Gracias a este tipo de indicadores, se puede sensibilizar y concienciar a la sociedad, sobre los riesgos que conlleva tener un embarazo prematuro, y las restricciones de oportunidades que puede comportar para las mujeres en un futuro, sobre todo en los países más desarrollados, dado el rápido acceso a la información que tienen, a diferencia de los países en desarrollo.

En segundo lugar, la dimensión del empoderamiento, mide la desigualdad existente entre mujeres y hombres mediante dos variables; la educación y la relación que hay de representantes entre hombres y mujeres en el parlamento. Así, a pesar de la posición de desventaja que han sufrido las mujeres a lo largo de los años en la esfera pública, y de la poca participación de este colectivo en la política, la educación se ha convertido en una materia que ha cobrado especial relevancia a la hora de cambiar la condición de las mujeres. Una mujer con educación está más preparada, más informada y, en consecuencia, aumenta su capacidad crítica para cambiar su condición.

Ilustración 16 Relación de años de educación promedio entre hombres y mujeres por región, 1970-2010



Fuente: Barro y Lee (2010)<sup>7</sup>

Como se puede observar en la anterior ilustración, en los últimos años se han producido avances en materia de igualdad en la educación entre mujeres y hombres. Tal y como muestra en el gráfico, entre los años 1991 y 2007 se aprecia un incremento en la mayoría de las regiones a la hora de matricular a las niñas y los niños en la escuela. Sin embargo, a pesar de que, en los países más desarrollados la brecha de género entre niñas y niños es reducida, en los países poco desarrollados todavía existen grandes brechas entre géneros. El Informe de desarrollo Hu-

<sup>7</sup> Citado en el Informe de desarrollo Humano (2010)

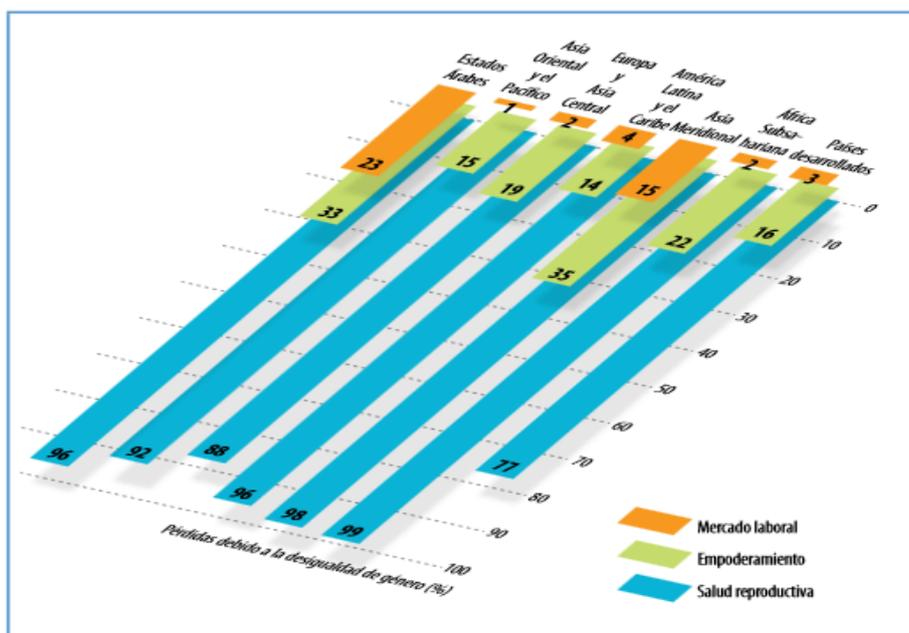
mano del 2010 establece que, en Bolivia, 35% de las niñas y 71% de los niños rurales van a la escuela. En Guinea, estas tasas son de 37% de las niñas y 84% de los niños.

Por último, se encuentra la dimensión del mercado laboral, en el que se mide la participación de la mujer en el mercado profesional, tanto empleadas como desempleadas (que buscan activamente empleo). Sin embargo, cabe destacar que, este indicador no muestra ni la segregación ocupacional ni la brecha salarial por motivos de género.

La segregación ocupacional, como se ha explicado anteriormente, es la tendencia a que mujeres y hombres ocupen determinados puestos de trabajo, en función de su condición; ser mujer u hombre. Por lo tanto, no se determina biológicamente, sino que es una construcción social que desfavorece y margina a las mujeres, al excluirlas de ocupaciones con un mayor estatus u ofrecerles unas condiciones económicas desfavorables.

La siguiente ilustración muestra cómo, la salud reproductiva, es la que más contribuye a la desigualdad de género en el mundo.

Ilustración 17 Pérdidas debido a la desigualdad de género, por región



Fuente: PNUD (2010:104)

Según PNUD, el empoderamiento de la mujer es relativamente bajo en los Estados Árabes y en Asia, además, su participación en el mercado laboral es nula. Por otro lado, en el ámbito políti-

co, hay una mayor participación de la mujer en África que en Europa, Asia o Arabia, a pesar de que, en Europa y Asia Central, tienen una mayor educación, y por lo tanto, mayores oportunidades en el empleo y menores riesgos en la salud reproductiva.

## 4.2 Iniciativas internacionales para la igualdad de género

A lo largo de los años, han surgido una serie de iniciativas e instrumentos que han permitido reconocer los derechos humanos de las mujeres. Sin embargo, si bien han servido para identificar la desigualdad y la discriminación que sufren las mujeres, no han sido suficientemente desarrollados.

La Carta de las Naciones Unidas firmada en el año 1945 y la Declaración Universal de los DDHH, aprobada en el año 1948, se han convertido en las primeras herramientas de carácter jurídico e internacional que reconocen la igualdad de los derechos humanos de las mujeres y los hombres. De esta manera, la Declaración Universal de los DDHH en el artículo 2 señala 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 índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición”.

Desde entonces, organismos internacionales se han comprometido a la hora de asistir y celebrar periódicamente Conferencias Mundiales sobre la Mujer, con el fin de valorar el progreso de la situación de las mujeres y afianzar líneas de actuación para los gobiernos. No obstante, a pesar de que la Declaración Universal de los DDHH incorpora el principio de igualdad, no se ha reconocido en todas las convenciones internacionales del ámbito de los DDHH. Consecuencia de ello, son las dificultades con las que se encuentran los gobiernos para promover iniciativas que garanticen este principio y por lo tanto, desaparezcan las desigualdades.

Por otro lado, en el año 1979 se proclamó la “Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer”, aprobada por la Asamblea General de las NNUU, la cual establece que la discriminación contra la mujer persiste y es “un obstáculo para la partici-

pación de la mujer, en las mismas condiciones que el hombre, en la vida política, social, económica y cultural de sus países, que constituye una dificultad para el aumento del bienestar de la sociedad y la familia y que entorpece el pleno desarrollo de posibilidades de la mujer para prestar servicio a su país y a la humanidad”, además reconoce que “para lograr la plena igualdad entre el hombre y la mujer es necesario modificar el papel tradicional tanto del hombre como de la mujer en la sociedad y la familia.” (Benninger-Budel y Lacroix, 1999).

En el año 1993, la Asamblea General de las NNUU adoptó la “Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer”, la cual se sustenta en los mismos principios que establece la Declaración Universal de los DDHH y distingue la violencia “común” y la violencia en contra de las mujeres. De este modo, ese mismo año se celebró la “Conferencia Mundial sobre DDHH de Viena”, la cual supuso un avance importante en esta materia. Gracias a esta conferencia internacional, se puso en relieve la insuficiencia de las iniciativas llevadas a cabo para eliminar la discriminación a la que se enfrentan las mujeres

Como se ha ido mencionando a lo largo de esta investigación, han sido muchos los organismos internacionales que a lo largo de los años, han ido creando distintas líneas de actuación con el objetivo de diseñar estrategias y planes de acción para lograr el progreso del papel de las mujeres en la sociedad. Consecuencia de este compromiso han sido las cuatro conferencias que se han celebrado sobre la mujer hasta día de hoy.

En el año 1975 se celebró la “Conferencia de México”, la primera conferencia mundial sobre la condición social y jurídica de la mujer. Fue convocada por la Asamblea General de las NNUU con el objetivo de diseñar planes de acción para el progreso de las mujeres.

Con ese fin, la Asamblea de las NNUU estableció tres objetivos: i) La igualdad plena de género y la eliminación de la discriminación por motivos de género, ii) La integración y plena participación de la mujer en el desarrollo y iii) Una contribución cada vez mayor de la mujer al fortalecimiento de la paz mundial. (Mujer. 2000).

---

<sup>8</sup> Citado por PNUD

Cinco años más tarde, en 1980 tuvo lugar la Conferencia de Copenhague para examinar y evaluar el plan de acción que se llevó a cabo en la Conferencia de México (1975). Los resultados fueron positivos pero incoherentes. Se contemplaban discrepancias entre los derechos garantizados y la capacidad de las mujeres para ejercerlos. De este modo, establecieron tres esferas vitales para alcanzar más eficazmente las metas y los objetivos que se establecieron en la primera Conferencia. Las tres esferas fueron i) La igualdad de acceso a la educación, ii) La igualdad en las oportunidades del empleo y iii) La igualdad en el acceso a la salud.

Ese mismo año, se produjo un acontecimiento muy importante, la Asamblea General aprobó la “Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer”, una de las herramientas más poderosas en la lucha por la igualdad de la mujer. De este modo, NNUU afirma que:

“La Convención, que ha sido denominada "la carta de los derechos humanos de la mujer", actualmente vincula jurídicamente a 165 Estados, que han pasado a ser Estados partes en la Convención, lo que los obliga a presentar un informe en el plazo de un año de la ratificación, y posteriormente cada cuatro años, sobre las medidas que han adoptado para eliminar los obstáculos que encaran para aplicar la Convención” (2000)

Gracias a la Convención, todas aquellas mujeres víctimas de discriminación por motivos de sexo, han podido denunciar su causa a un órgano que se creó en virtud de dicha Convención.

La tercera Conferencia tuvo lugar en Nairobi en el año 1985, la cual nombraron como “El nacimiento del feminismo a escala mundial”. La reunión tuvo como objeto analizar y evaluar los Logros del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer: Igualdad, Desarrollo y Paz. La Conferencia se llevó a cabo cuando el movimiento del feminismo en la lucha por la igualdad de géneros había conseguido un gran reconocimiento a escala mundial. De este modo, los Gobiernos participantes se dieron cuenta de que no se habían conseguido los objetivos que se establecieron en la Conferencia de México, y adoptaron las Estrategias de Nairobi. Así, se reconocía que la igualdad de la mujer abarcaba toda la esfera de los derechos humanos, a la hora de conseguir una igualdad en la participación social, en política y en la toma de decisiones.

Por último, después de 10 años se llevó a cabo la “Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing” en 1995, la más importante y la que supuso un nuevo inicio en la lucha por la igualdad entre mujeres y hombres. Fue en ese momento, en el que se reconoció que los derechos de la mujer eran derechos humanos y que, conseguir la igualdad, no era únicamente una cuestión que incumbía a las mujeres, sino que era una cuestión de interés universal que reportaba grandes beneficios para la sociedad en general.

De este modo, la Conferencia de Beijing supuso una renovación de un compromiso a escala mundial a la hora de potenciar el empoderamiento de las mujeres. La Conferencia aprobó la Declaración e ideó la Plataforma de Acción de Beijing, una agenda con visión de futuro basada en dos estrategias: el *mainstreaming* de género y el empoderamiento de la mujer. En la Plataforma se contemplaban doce esferas en las que se exigían la adopción de medidas por parte de los gobiernos y la sociedad civil para eliminar los obstáculos que impidieran el progreso de las mujeres.

El Consejo Económico y Social (ECOSOC) de la organización de las Naciones Unidas, responsable de todos los problemas económicos, sociales y ambientales del mundo, define el *mainstreaming* de género como:

“... un proceso para evaluar las implicaciones de las mujeres y de los hombres desde cualquier plan de acción, incluso la legislación, políticas o programas, en cualquier área y en todos los niveles. Es una estrategia en construcción, que debe recoger las preocupaciones y experiencias de mujeres así como las de los hombres (...) para que las mujeres y hombres se beneficien igualmente, y la desigualdad no se perpetúe. La última meta de *mainstreaming* es lograr la igualdad de género.” (1997)

De acuerdo con la Dra. Phumzile Mlambo-Ngcuka, Secretaria General Adjunta de ONU Mujeres (2014) “La igualdad de género es una visión compartida de justicia social y derechos humanos. Toda la humanidad tiene la responsabilidad de actuar, y en especial los gobiernos como principales garantes de derechos.” (2014:11)

---

° Citado por Instituto de la Mujer

Por su parte, la Asamblea General ha ido convocando reuniones para evaluar el progreso alcanzado en los cinco años transcurridos desde la aprobación de la Plataforma de Acción de Beijing. Asimismo, en el 2000 se llevó a cabo la primera reunión que tuvo lugar en Nueva York, bajo el lema “La mujer en el año 2000: igualdad entre géneros, desarrollo y paz en el siglo XXI”, para lograr potenciar el papel de la mujer y la igualdad de géneros, gracias a la participación de los gobiernos y la sociedad civil a la hora de examinar los retos y obstáculos que dificultan, a día de hoy, la aplicación de los objetivos estratégicos establecidos en la Plataforma de Beijing.

Ilustración 18 Objetivos de la Plataforma de Acción de Beijing +5

ESFERA	OE	DESCRIPCIÓN
<b>La mujer y la pobreza</b>	<b>OA1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar, adoptar y mantener políticas macroeconómicas y estrategias de desarrollo que tengan en cuenta las necesidades de las mujeres y apoyen sus esfuerzos por superar la pobreza</li> </ul>
	<b>OA2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar las leyes y las prácticas administrativas para asegurar a la mujer igualdad de derechos y de acceso a los recursos económicos</li> </ul>
	<b>OA3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dar a la mujer acceso a mecanismos e instituciones de ahorro y crédito</li> </ul>
	<b>OA4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formular metodologías basadas en el género y realizar investigaciones para abordar el problema de la terminación de la pobreza</li> </ul>
<b>Educación y capacitación de la mujer</b>	<b>OB1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asegurar la igualdad de acceso a la educación</li> </ul>
	<b>OB2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminar el analfabetismo entre las mujeres</li> </ul>
	<b>OB3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar el acceso de las mujeres a la formación profesional, la ciencia y la tecnología y la educación permanente.</li> </ul>
	<b>OB4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer sistemas de educación y capacitación no discriminatorios</li> </ul>
	<b>OB5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asignar recursos suficientes para las reformas de la educación y vigilar la aplicación de esas reformas.</li> </ul>
	<b>OB6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la educación y la capacitación permanentes de las niñas y las mujeres</li> </ul>
<b>La mujer y la salud</b>	<b>OC1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar el acceso de la mujer durante toda su vida a servicios de atención de la salud y a información y servicios conexos adecuados, de bajo costo y de buena calidad</li> </ul>
	<b>OC2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer los programas de prevención que promueven la salud de la mujer</li> </ul>
	<b>OC3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tomar iniciativas en que se tenga en cuenta el género para hacer frente a las enfermedades de transmisión sexual, el VIH/SIDA y otras cuestiones de salud sexual y reproductiva</li> </ul>
	<b>OC4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la investigación y difundir información sobre la salud de la mujer</li> </ul>
	<b>OC5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar los recursos y supervisar el seguimiento de la salud de las mujeres</li> </ul>
<b>Violencia contra la mujer</b>	<b>OD1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adoptar medidas integradas para prevenir y eliminar la violencia contra la mujer</li> </ul>
	<b>OD2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudiar las causas y las consecuencias de la violencia contra la mujer y la eficacia de las medidas de prevención</li> </ul>
	<b>OD3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminar la trata de mujeres y prestar asistencia a las víctimas de la</li> </ul>

ESFERA	OE	DESCRIPCIÓN
		violencia derivada de la prostitución y la trata de mujeres
<b>La mujer y los conflictos armados</b>	<b>OE1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar la participación de la mujer en la solución de los conflictos</li> <li>niveles de adopción de decisiones y proteger a las mujeres que viven en situaciones de conflictos armados o de otra índole o bajo ocupación extranjera</li> </ul>
	<b>OE2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir los gastos militares excesivos y limitar la disponibilidad de armamentos.</li> </ul>
	<b>OE3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover formas no violentas de solución de conflictos y reducir la incidencia de las violaciones de los derechos humanos en las situaciones de conflicto</li> </ul>
	<b>OE4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la contribución de la mujer al logro de una cultura de paz</li> </ul>
	<b>OE5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proporcionar protección, asistencia y capacitación a las mujeres refugiadas, a otras mujeres desplazadas que necesitan protección internacional y a las desplazadas internamente</li> </ul>
	<b>OE6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proporcionar asistencia a las mujeres de las colonias</li> </ul>
<b>La mujer y la economía</b>	<b>OF1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la independencia y los derechos económicos de la mujer, incluidos el acceso al empleo, a condiciones de trabajo apropiadas y al control de los recursos económicos</li> </ul>
	<b>OF2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar el acceso de la mujer, en condiciones de igualdad, a los recursos, el empleo, los mercados y el comercio</li> </ul>
	<b>OF3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proporcionar servicios comerciales, capacitación y acceso a los mercados, información y tecnología, particularmente a las mujeres de bajos ingresos</li> </ul>
	<b>OF4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reforzar la capacidad económica y las redes comerciales de la mujer</li> </ul>
	<b>OF5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminar la segregación en el trabajo y todas las formas de discriminación en el empleo</li> </ul>
	<b>OF6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar la armonización de las responsabilidades de las mujeres y los hombres en lo que respecta al trabajo y la familia</li> </ul>
<b>La mujer en el ejercicio del poder y la adopción de decisiones</b>	<b>OG1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adoptar medidas para garantizar a la mujer igualdad de acceso y la plena participación en las estructuras de poder y en la adopción de decisiones</li> </ul>
	<b>OG2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar la capacidad de la mujer de participar en la adopción de decisiones y en los niveles directivos</li> </ul>
<b>Mecanismos institucionales para el adelanto de la mujer</b>	<b>OH1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear o fortalecer mecanismos nacionales y otros órganos gubernamentales</li> </ul>
	<b>OH2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integrar perspectivas de género en las legislaciones, políticas, programas y proyectos estatales</li> </ul>
	<b>OH3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Preparar y difundir datos e información destinados a la planificación y la evaluación desglosados por sexo</li> </ul>
<b>Los derechos humanos de la mujer</b>	<b>OI1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover y proteger los derechos humanos de la mujer, mediante la plena aplicación de todos los instrumentos de derechos humanos, especialmente la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer</li> </ul>
	<b>OI2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Garantizar la igualdad y la no discriminación ante la ley y en la práctica</li> </ul>
	<b>OI3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar la adquisición de conocimientos jurídicos elementales</li> </ul>
<b>La mujer y los medios de difusión</b>	<b>OJ1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación</li> </ul>
	<b>OJ2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los</li> </ul>

ESFERA	OE	DESCRIPCIÓN
		medios de difusión
La mujer y el medio ambiente	OK1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr la participación activa de la mujer en la adopción de decisiones relativas al medio ambiente en todos los niveles</li> </ul>
	OK2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integrar las preocupaciones y perspectivas de género en las políticas y programas en favor del desarrollo sostenible</li> </ul>
	OK3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer o establecer mecanismos a nivel regional, nacional e internacional para evaluar los efectos de las políticas de desarrollo y medio ambiente en la mujer</li> </ul>
La niña	OL1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminación de todas las formas de discriminación contra la niña</li> </ul>
	OL2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminar las actitudes y las prácticas culturales que perjudican a la niña</li> </ul>
	OL3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover y proteger los derechos de la niña e intensificar la conciencia de sus necesidades y su potencial</li> </ul>
	OL4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminar la discriminación contra las niñas en la educación y en la formación profesional</li> </ul>
	OL5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminar la discriminación contra las niñas en el ámbito de la salud y la nutrición</li> </ul>
	OL6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminar la explotación económica del trabajo infantil y proteger a las niñas que trabajan</li> </ul>
	OL7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erradicar la violencia contra las niñas</li> </ul>
	OL8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar la conciencia de las niñas y su participación en la vida social, económica y política</li> </ul>
	OL9	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer la función de la familia encunanto a mejorar la condición de las niñas</li> </ul>

Fuente: elaboración propia adaptado de ONU Mujeres (2014)

Los objetivos establecidos por la Plataforma de Beijing +5 que se muestran en la anterior ilustración, han sido reeditados por ONU Mujeres en el año 2014 y pertenecen a la primera sesión extraordinaria que convocó la Asamblea General de las NNUU en Nueva York en el año 2000, como hemos mencionado anteriormente.

Es importante destacar que, gran parte de los objetivos establecidos por la Plataforma de Acción no se han cumplido. Aún siguen existiendo obstáculos que impiden el empoderamiento de las mujeres, a pesar de los esfuerzos de los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales, de las mujeres y de la sociedad civil.

Por otro lado, existen numerosas iniciativas que persiguen dar impulso al papel de la mujer en la sociedad, como lo son i) IV Programa de Acción Comunitario para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres (1996-2000) y promovido por la Unión Europea, ii) la Carta Magna creada por la Administración Española que respalda la igualdad de oportunidades, iii) la creación del Instituto de la Mujer en el año 1983, organismo autónomo que depende del Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales, el cual se encarga de promover la equidad de ambos sexos, y iv)

la creación de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (LOIMH, de ahora en adelante), que se configura como un verdadero motor hacia la eliminación de cualquier tipo de discriminación basada en el sexo.

Es importante ahondar en el contenido de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Carrillo (2013) sostiene que, según los artículos 53 y 81 de la Constitución Española (CE de ahora en adelante), la ley considera la igualdad desde una dimensión transversal que opere en todas las áreas de desarrollo: es decir, que incorpore la dimensión de la igualdad de oportunidades en todas las políticas y acciones que regule, lo que se reconoce como *mainstreaming*. Para ello, defiende que:

“Resulta necesaria, en efecto, una acción normativa dirigida a combatir todas las manifestaciones aún subsistentes de discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo, y a promover la igualdad real entre mujeres y hombres, con remoción de los obstáculos y estereotipos sociales que impiden alcanzarla”. (2013:36)

A tal efecto, la igualdad entre mujeres y hombres es un principio jurídico universal reconocido en diversos textos internacionales sobre derechos humanos, así como en el ordenamiento jurídico español. Tal y como se ha mencionado anteriormente, en el ámbito internacional, el primer instrumento en que se reconoce por primera vez la libertad y la igualdad entre mujeres y hombres es la Carta de las Naciones Unidas. Del mismo modo que, en el ámbito comunitario, la Unión Europea también reconoce la igualdad como un principio fundamental. Resultado de ello fue, el Tratado de Roma en el año 1957 o la entrada en vigor del Tratado de Ámsterdam en el año 1997.

En el ordenamiento español, el artículo 1.1 de la CE establece que “España se constituye en un Estado social y democrático de Derecho, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político”. Asimismo, el artículo 9.2 de la CE estipula que “Corresponde a los poderes públicos 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”.

La LOIMH establece unos instrumentos básicos para medir las actuaciones de la Administración pública relativos a la igualdad de género entre mujeres y hombres. De este modo, en el artículo 14 establece un Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades (PEIO de ahora en adelante), el cual responde al compromiso por parte del Gobierno de España con la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Asimismo, El PEIO establece que:

“El derecho a la igualdad de trato y a la no discriminación y el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se consagran en nuestra Constitución en los artículos 14 y 9.2, esenciales para construir una sociedad justa, social y económicamente desarrollada, cohesionada y libre, que vienen a concretar la consideración de la igualdad como valor superior de nuestro ordenamiento jurídico.”

En este contexto, el PEIO se convierte en una herramienta a través de la cual el Gobierno define, una serie de objetivos y medidas para eliminar cualquier tipo de discriminación por razones de sexo y conseguir la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. De este modo los objetivos estratégicos del PEIO son los siguientes:

Ilustración 19 Retos y objetivos estratégicos del PEIO

<b>OBJETIVOS</b>
1. Mejorar de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el acceso, permanencia y condiciones de trabajo en el mercado laboral, y en el emprendimiento.
2. Apoyar la conciliación y corresponsabilidad de la vida personal, familiar y laboral.
3. Erradicar la violencia que sufren las mujeres por el hecho de serlo.
<b>RETOS</b>
4. Mejorar la participación de las mujeres en los ámbitos político, económico y social.
5. Impulsar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres a través del sistema educativo.
6. Integrar plenamente el principio de igualdad de trato y de oportunidades en todas las políticas y acciones del Gobierno

Fuente: elaboración propia adaptado del PEIO (2014)

Como se puede observar, el primer objetivo responde a la necesidad de eliminar las desigualdades entre mujeres y hombres en el ámbito del empleo, especialmente, la brecha salarial que existe a día de hoy, pues es esencial abordar este problema para crear una sociedad más justa y una economía más fuerte y competitiva.

El segundo objetivo pretende mejorar la conciliación laboral, familiar y personal de las mujeres, dado que todavía siguen persistiendo roles y estereotipos que hacen que, las mujeres asuman la mayor parte de las responsabilidades domésticas y, en consecuencia, limiten su desarrollo económico y profesional.

El tercer objetivo, responde a la necesidad de erradicar los malos tratos y abusos que sufren algunas mujeres en nuestro país, y se convierte en uno de los objetivos prioritarios del gobierno para conseguir que se respeten los derechos fundamentales que debe tener cualquier persona.

El Plan Estratégico también pretende dar respuesta a otros tres retos, que complementan los objetivos para conseguir alcanzar la igualdad de género.

Asimismo, el cuarto objetivo va muy ligado al logro de romper con las barreras de acceso que tienen las mujeres en la participación económica, política y social, condicionada siempre, por los roles y estereotipos que existen en la sociedad.

El quinto objetivo, responde a la necesidad de adoptar medidas para conseguir la igualdad de mujeres y hombres en la educación, eliminar la segregación horizontal y vertical que existe en el ámbito educativo y fomentar una cultura de igualdad de oportunidades en niñas y niños para protegerlos de cualquier vulnerabilidad.

Por último, el sexto objetivo pretende integrar el principio de igualdad de oportunidades en las diversas políticas y acciones del Gobierno. Para ello, es necesario mejorar todos aquellos mecanismos e instrumentos que han sido diseñados para incorporar la igualdad de oportunidades de una manera transversal, tanto en las políticas públicas del Gobierno, como en la sociedad en general.

El término de transversalidad, hace referencia a la responsabilidad que deben asumir los poderes públicos, a la hora de introducir mecanismos y políticas que promuevan e integren el principio de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

El PEIO se diseñó a partir de un borrador inicial creado por el Instituto de la Mujer, tomando como punto de partida un diagnóstico de la situación existente entre mujeres y hombres. Además, se han tenido en cuenta los principales instrumentos adaptados por la Unión Europea en el ámbito de la igualdad, como lo es la Estrategia para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2010-2015 de la UE y la Estrategia Europa 2020, así como distintas Proposiciones no de Ley aprobadas por la Comisión de Igualdad y el Pleno del Congreso de los Diputados, impulsado por la Comisión Delegada del Gobierno para la Política de Igualdad y remitido al Consejo de Participación de la Mujer, con el objetivo de impulsar el empoderamiento de las mujeres, la igualdad de oportunidades y la luchar en contra la discriminación por razones de sexo.

Asimismo, en la Estrategia de la UE se establecen una serie de iniciativas que se deben llevar a cabo en cinco áreas importantes, para poder incorporar la perspectiva de género de una manera eficaz. Las áreas claves que establece la Comunicación Europea son i) Igualdad en términos de independencia económica, ii) Igualdad de remuneración por un trabajo de igual valor, iii) Igualdad de género en la toma de decisiones, iv) Dignidad, integridad y fin de la violencia sexista, v) Igualdad en la acción exterior y vi) Cuestiones horizontales.

Por otro lado, el artículo 18 de la LOIMH establece que, el gobierno debe elaborar un informe periódico sobre la efectividad de las acciones llevadas a cabo para eliminar las desigualdades de género. De este modo, en el artículo 19 se contempla la elaboración de informes sobre el impacto por razones de género, en aquellos proyectos que incluyan planes de especial relevancia en el ámbito cultural, económico y social y que se sometan a la aprobación del Consejo de Ministros.

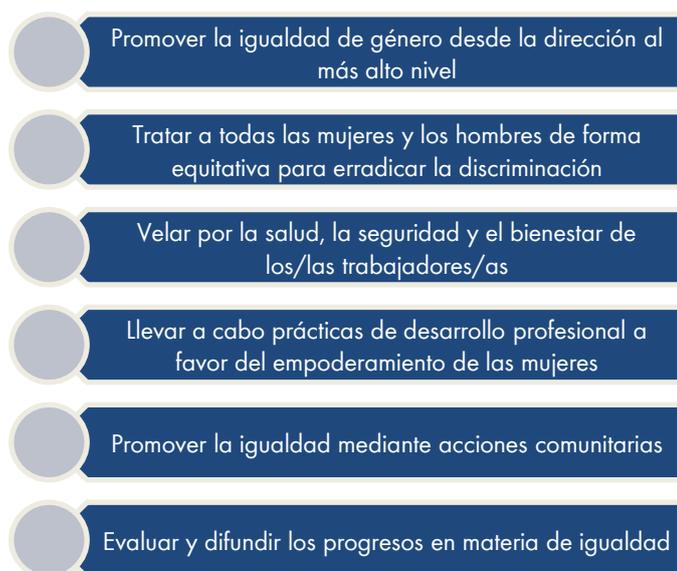
La LOIMH no define específicamente el concepto de RSC, sin embargo, en el Título VII "La igualdad en la responsabilidad social de las empresas" de la LOIMH y en concreto, en el artículo 73 se contempla que:

"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".

Bajo esta óptica, la LOIMH establece que las empresas incorporen la perspectiva de género a la hora de abordar todas aquellas acciones de responsabilidad social en materia de igualdad. De este modo, en el artículo 74 se regula el uso de las acciones que lleven a cabo las organizaciones con fines publicitarios. Asimismo, las organizaciones tienen que respetar las condiciones establecidas en la Ley 34/1988 de 11 de noviembre, General de Publicidad.

En este contexto, el Fondo de Desarrollo de las NNUU para la Mujer (UNIFEM) y el Pacto Mundial de las NNUU, elaboraron los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres en 2010, una guía para aquellas empresas que quieran incorporar la igualdad en sus estrategias de RSC.

Ilustración 20: Principios para el Empoderamiento de las Mujeres



Fuente: elaboración propia adaptado de UNIFEM (2004)

Como se puede observar, la efectividad de los Principios de Empoderamiento de las Mujeres radica en que haya una activa participación femenina en el desarrollo de las actividades de las empresas, que ayude a construir organizaciones más fuertes y en consecuencia, se cree una sociedad más justa en la que, tanto las mujeres como los hombres asuman el control de sus vidas.

Siguiendo en la misma línea, y tal y como se ha mencionado en el marco normativo de RSC, la OIT se encarga de promover y proteger los derechos laborales de las personas. Asimismo, dentro de los temas que aborda, está el de promover la igualdad de remuneración en el trabajo entre mujeres y hombres. De esta manera, ha ideado un Plan de Acción como estrategia con un enfoque de gestión que se basa en los resultados obtenidos a la hora de medir la incorporación de la perspectiva de género en las organizaciones.

El Plan de Acción se basa en la estrategia de la OIT en materia de recursos humanos, en la estrategia de evaluación de la OIT para 2011-2015, en la política de investigación y las publicaciones de la OIT y en la Estrategia de la OIT en materia de conocimientos. Asimismo, las pautas establecidas para su desempeño son: i) rendición de cuentas, ii) gestión basada en los resultados en materia de igualdad de género iii) seguimiento a través de la supervisión, la evaluación, la auditoría y la presentación de informes, iv) recursos humanos y financieros, v) fomento de la capacidad y vi) coherencia, coordinación y gestión de los conocimientos y la información.

La persistente desigualdad de género en el ámbito laboral está condicionada por las creencias arraigadas que tiene la sociedad, respecto al papel que deben asumir las mujeres en las diversas esferas de la vida. A pesar de los avances conseguidos, y de todas las iniciativas e instrumentos llevadas a cabo por distintos organismos en el ámbito de la igualdad, para conseguir modificar este tipo percepciones, es necesario educar a las organizaciones, a los gobiernos y a la sociedad civil en general para acabar con la brecha de género.

### **4.3 El movimiento feminista**

El feminismo es un movimiento que exige la igualdad de derechos entre mujeres y hombres. Exigir la igualdad, no significa defender y/o asumir que no existan diferencias entre géneros, sino que los derechos, las oportunidades y las responsabilidades no tienen que diferir por el simple hecho de haber nacido mujer u hombre.

Se debe concienciar a la sociedad sobre la necesidad de que se tengan en cuenta tanto los intereses y/o necesidades de las mujeres, como la de los hombres. Asimismo, luchar por la

igualdad no es únicamente una responsabilidad de las mujeres, es una cuestión de derechos humanos que supone un compromiso que debe asumir la sociedad para obtener un desarrollo sostenible basado en las personas.

Montero (2010) sostiene que se suele distinguir entre un feminismo de la igualdad y un feminismo de la diferencia. Sin embargo, ninguno de ellos denota que la mujer sea superior al hombre. El feminismo de la igualdad, defiende la lucha para conseguir la igualdad de oportunidades y derechos entre sexos. No obstante, no por ello comparte la idea de que las mujeres y hombres son iguales, sino que defienden las diferencias que existen entre ambos sexos.

Este tipo feminismo comprendería, por ejemplo, a Simone de Beauvoir, filósofa que en los años sesenta con tu obra "El Segundo Sexo" (1949) contribuyó al desarrollo de los derechos de las mujeres y que, supuso un antes y un después en la historia del feminismo. Se puede decir que, es considerada una de las máximas exponentes del feminismo moderno.

Beauvoir (1949) en su ensayo, se sustenta en el significado de mujer, con todas los atributos que caracterizan este concepto - cariñosa, frívola, caprichosa, obediente, etc - y argumenta que, dichos atributos, son el resultado de una construcción cultural que ha ideado la sociedad. De este modo, pone en relieve que, a lo largo de la historia, se han erguido una serie de relaciones de las funciones que tiene o ha de tener una mujer - ama de casa, esposa, madre, etc - y Beauvoir redundando en la idea de que, no se puede definir qué es ser mujer o qué es ser hombre en base a las asociaciones que se han creado por la genética, sino que se debe educar a la sociedad para poder reconquistar la identidad que le pertenece a cada género. Hay una frase emblemática que define y resume muy bien su teoría: "No se nace mujer, se llega a serlo".

Por otro lado, el feminismo de la diferencia, respalda y defiende las características propias que tiene una mujer. Es decir, aboga en la idea de que las mujeres y los hombres, son diferentes por naturaleza. Esto implica que, las mujeres tienen una serie de cualidades innatas únicamente "femeninas" que no tienen los hombres.

Annie Leclerc es una de las principales exponentes de la corriente feminista de la diferencia. En su obra "Palabra de mujer" (1974) reivindica el derecho como mujer de hablar de su propio cuerpo y a disfrutar de él, algo que parece estar únicamente en manos de los hombres.

Como se ha podido observar, el feminismo de la igualdad y el feminismo de la diferencia tienen enfoques distintos pero ambos tienen algo en común: la denuncia por la opresión de las mujeres. Sin duda, los grandes cambios y avances producidos en la esfera social de los últimos años, han sido gracias a la lucha de los movimientos feministas.

En la siguiente ilustración se puede contemplar un breve resumen de la época que caracterizó el movimiento feminista, compuesto por tres grandes olas en las que, con el paso de los años, se ha ido exigido un mayor compromiso, por el respeto de los derechos que todos los individuos deben tener, sin que existan desigualdades por simples razones biológicas o asociaciones arraigadas a la cultura de la sociedad.

Ilustración 21: Fases del movimiento feminista

SIGLO	REIVINDICACIONES
Primera ola del feminismo (XVIII - XIX)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acceso a la educación</li> <li>▪ Derecho al voto</li> <li>▪ Derecho a la propiedad</li> <li>▪ Derecho a una independencia económica</li> </ul>
Segunda ola del feminismo (XIX - XX)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eliminación del sistema patriarcal</li> <li>▪ Igualdad de hombres y mujeres en el campo educativo y profesional</li> <li>▪ Derecho a decidir la interrupción voluntaria del embarazo</li> </ul>
Tercera ola del feminismo (XX - XXI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Afianzan el pensamiento feminista</li> <li>▪ Siguen reivindicando las injusticias impuestas por la cultura y no por la naturaleza</li> <li>▪ Se enriquecen propuestas y crecen las feministas influyentes</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

De lo anterior se desprende que, el movimiento feminista se caracterizó por lucha para conseguir una igualdad de derechos en todos los ámbitos de la vida de las mujeres, promoviendo a su vez, un cambio de mentalidad en el ámbito público mediante su voto y participación, y en las relaciones que se dan entre sexos en la vida privada. Sin embargo, a pesar de todos los logros obtenidos, aún queda un largo camino por recorrer para eliminar la vulnerabilidad que tienen las mujeres respecto a los hombres.

En este contexto, el éxito del feminismo radica en la incorporación de la perspectiva de género, enfoque que se sustenta en el análisis de las diferencias entre las mujeres y los hombres. Su objetivo es visibilizar las desigualdades que existen entre ambos sexos, para poder ofrecer un diagnóstico que permita implementar una serie de acciones que ayuden a combatirlas.

La incorporación de la perspectiva de género, es una de las principales estrategias que incorporó la Plataforma de Acción de Beijing y que, también ha sido incorporada en los Objetivos de Desarrollo de Milenio, en el marco de las NNUU para lograr la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y el empoderamiento de la mujer,

La incorporación de una perspectiva de género fue definida por el Consejo Económico y Social (ECOSOC) en las conclusiones convenidas 1997/2 del 18 de julio de 1997 como:

“El proceso de evaluación de las consecuencias para las mujeres y los hombres de cualquier actividad planificada, inclusive las leyes, políticas o programas, en todos los sectores y a todos los niveles. Es una estrategia destinada a hacer que las preocupaciones y experiencias de las mujeres, así como de los hombres, sean un elemento integrante de la elaboración, la aplicación, la supervisión y la evaluación de las políticas y los programas en todas las esferas políticas, económicas y sociales, a fin de que las mujeres y los hombres se beneficien por igual y se impida que se perpetúe la desigualdad. El objetivo final es lograr la igualdad entre los géneros<sup>10</sup>”. (2004: 204)

Bajo esta óptica, la perspectiva de género permite hacer un análisis y entender cuáles son las particularidades que definen a cada género, así como las similitudes y diferencias existentes.

Lagarde (1996) afirma que:

“El análisis de género feminista es detractor del orden patriarcal, contiene de manera explícita una crítica a los aspectos nocivos, destructivos, opresivos y enajenantes que se producen por la organización social basada en la desigualdad, la injusticia y la jerarquización política de las personas basada en el género.” (1996:3)

En este contexto, es importante entender que incorporar la perspectiva de género beneficia tanto a mujeres como a hombres, a la hora de eliminar cualquier tipo de discriminación y fomentar la igualdad de oportunidades. Se trata de educar a la sociedad y aceptar que sólo las diferencias

---

<sup>10</sup> Citado por PNUD

biológicas nos hacen diferentes, pero esas diferencias no deben conducir a crear desigualdades, por el simple hecho de haber nacido mujer u hombre.

#### 4.4 El Enfoque de Género

El Enfoque de Género pone en relieve la subordinación que existe entre mujeres y hombres en sus relaciones sociales que, en la mayoría de los casos, se origina en la familia. Se asume que las mujeres y los hombres, independientemente del rol asignado que desempeñan en la sociedad, tienen unas necesidades y/o problemas distintos y, por lo tanto, no deben ser tratados de manera igualitaria.

Bajo este contexto, si se incorpora la perspectiva de género en las relaciones entre mujeres y hombres, se reconoce la necesidad de que las mujeres aumenten su poder, no para obtener una mayor dominación sobre el hombre, sino para incrementar la confianza, la valoración y la autoestima del colectivo femenino. De este modo, es posible lograr que la equidad de género contribuya a: i) igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, ii) calidad y crecimiento personal, iii) empoderamiento femenino, iv) satisfacción las necesidades prácticas y estrategias de género.

Dentro de este marco, existen unas categorías muy útiles como herramientas analíticas en el marco de la perspectiva de género. Por un lado, se encuentran las necesidades básicas, muy ligadas a la condición y a la posición del nivel socioeconómico que tienen respecto a los hombres. Dicho en otras palabras, hace referencia a lo que necesitan las mujeres y lo que necesitan los hombres.

Por otro lado, se encuentran los intereses estratégicos, que surgen de la posición de desventaja que tienen las mujeres en la sociedad y que, en base a esa desigualdad se potencian medidas para que las mujeres tengan mayores oportunidades en la esfera política, económica, social y cultural. Es decir, están sumamente ligados con el logro de la equidad y por lo tanto, es más difícil satisfacerlas dado que, exige un cambio de comportamiento en las relaciones sociales entre mujeres y hombres. Gasteiz (1998) establece que:

“Adoptar un enfoque de género no significa abandonar las necesidades prácticas. Su satisfacción es un pre-requisito para el “empoderamiento” de las mujeres. Se deben identificar, negociar y abordar las necesidades prácticas de mujeres y hombres, de tal manera que se aborden, al mismo tiempo los intereses estratégicos de las mujeres” (1998:48)

Ilustración 22 Necesidades prácticas e intereses estratégicos

	NECESIDADES PRÁCTICAS	INTERESES ESTRATÉGICOS
<b>¿A qué se refieren?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tienen que ver con las <b>condiciones</b> de la vida de las personas.</li> <li>Tienden a tener una respuesta inmediata a corto plazo y se identifican fácilmente.</li> <li>Son diferentes según las personas.</li> <li>Se plantean en términos de acceso a los recursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tienen que ver con la <b>posición</b> que ocupan mujeres y hombres en la jerarquía social.</li> <li>Tienden hacia un resultado a largo plazo y su identificación es más compleja.</li> <li>Son comunes a un grupo</li> <li>Se plantean en términos de acceso y control de los recursos y beneficios.</li> </ul>
<b>¿Cuáles son?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Están ligadas a <b>necesidades básicas cotidianas</b> (acceso a la alimentación, vivienda, salud, ingresos, etc).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Están ligadas a una <b>posición de subordinación</b>, su objetivo es el cambio social (distribución equitativa de las responsabilidades familiares, autonomía e independencia económica, incremento de las oportunidades de educación y formación, acceso equitativo a puestos de representación, de toma de decisiones y de gobierno, etc</li> </ul>
<b>¿A dónde nos dirige su satisfacción?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actuar sobre ellas <b>mejora la situación de las mujeres</b> (disminuye la carga de trabajo) pero no contribuye necesariamente a reducir las desigualdades. No cambian los roles de género.</li> <li>Tiende a tratar a hombres y a mujeres como <b>beneficiarios/as</b>.</li> <li>Es una condición necesaria para satisfacer los intereses estratégicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actuar sobre ellas significa <b>transformar las relaciones</b> de desigualdad y las estructuras de subordinación de las mujeres.</li> <li>Permite el <b>empoderamiento</b> de las mujeres promoviendo la participación en la toma de decisiones y convirtiéndolas en agentes activos de su proyecto de vida.</li> <li>Facilita a los hombres construir relaciones más equilibradas e implicarse en ámbitos o aspectos tradicionalmente femeninos como los cuidados o la expresión de los sentimientos.</li> <li>Es una condición imprescindible para garantizar la igualdad y un desarrollo equitativo y sostenible.</li> </ul>
<b>Acciones a desarrollar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acciones concretas: aumento de la cualificación profesional, creación de centros de salud, atención a la infancia, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acciones e largo alcance: concienciación, talleres de autoestima, redes de apoyo, cambios legislativos, incidencia política, acciones positivas, etc.</li> </ul>

Fuente: Murguialday y Vázquez (1998)<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Citado por García (2009)

Como se puede observar, las necesidades e intereses estratégicos se complementan. Es decir, para poder conseguir los intereses estratégicos, primero se tienen que satisfacer las necesidades prácticas. De este modo, la satisfacción de dichas necesidades es un requisito para el empoderamiento de las mujeres y, por lo tanto, se deben identificar las necesidades básicas (tanto de mujeres como de hombres) para que, al mismo tiempo, se aborden los intereses estratégicos de cada colectivo.

## 4.5 La Teoría de Género

A lo largo de la historia ha habido grandes dificultades a la hora de abordar una definición clara sobre los términos sexo/género. Frecuentemente, dichos términos se han convertido en sinónimos en el discurso popular. A menudo, el género se ha interpretado con exclusiva alusión a las mujeres, como si los hombres no fueran seres conformados por el género. Si el género es una interpretación cultural del sexo entendido como biológico o natural, se puede decir que, únicamente se basa en las diferencias relacionadas con el cuerpo, al margen de la historia o la cultura de una sociedad.

Para que se pueda comprender cómo influye el género en las relaciones sociales, es necesario que se conceptualice este término. Rose (2010) cita a Scott (1999) al definir género como “el conjunto de significados atribuidos a las diferencias percibidas entre los sexos” (2010:37). De este modo, a través de los significados subjetivos y colectivos que se les atribuyen a las mujeres y a los hombres, se construye su identidad.

Lagarde (1996) afirma que “El género es la categoría correspondiente al orden sociocultural configurado sobre la base de la sexualidad: la sexualidad a su vez definida y significada históricamente por el orden genérico” (1996:11). Por su parte, cita a Seyla Benhabib (1992) que define el género como:

“... la construcción diferencial de los seres humanos en tipos femeninos y masculinos. El género es una categoría relacional que busca explicar una construcción de un tipo de diferencia entre los seres humanos. Las teorías feministas, ya sean psicoanalíticas, posmodernas, liberales o críticas coinciden en el supuesto de que la constitución de diferencias

de género es un proceso histórico y social y en que el género no es un hecho natural. Aún más... es necesario cuestionar la oposición misma entre sexo y género. La diferencia sexual no es meramente un hecho anatómico, pues la construcción e interpretación de la diferencia anatómica es ella misma un proceso histórico y social. Que el varón y la hembra de la especie difieren es un hecho, pero es un hecho también siempre construido socialmente. La identidad sexual es un aspecto de la identidad de género. El sexo y el género no se relacionan entre sí como lo hacen la naturaleza y la cultura pues la sexualidad misma es una diferencia construida culturalmente". (1996:11)

De lo anterior se desprende que, el género es una construcción simbólica que cada sociedad se forma a partir de las diferencias sexuales entre mujeres y hombres. Dicho en otras palabras, se trata de una categoría social, construida social y culturalmente que se puede modificar. A diferencia del término sexo que es una categoría física y biológica que no se construye con la cultura ni se modifica con el tiempo.

El género siempre se ha utilizado para hacer una clasificación de los roles que le corresponden a las mujeres y a los hombres. Por ejemplo, ser madre implica que se dé por hecho que es tarea de las mujeres cuidar a los niños, y por lo tanto, lo femenino es lo maternal. De este modo, los roles de género están tan profundamente arraigados a la sociedad que, en ocasiones, las personas reprimen los comportamientos con tal de actuar con el ideal femenino o masculino establecido por la ciudadanía. Por lo tanto, los roles de género se convierten en estereotipos, es decir, en modelos de conducta social que se definen por el sexo biológico de las personas.

En la siguiente ilustración se puede ver un ejemplo de los diferentes estereotipos atribuidos a las mujeres, entendido cómo femeninos y aquellos que caracterizan a los hombres, entendidos cómo masculinos.

Ilustración 23 Estereotipos atribuidos a las mujeres y los hombres

MUJERES	HOMBRES
---------	---------

MUJERES	HOMBRES
Espontaneidad	Razón
Ternura	Violencia
Debilidad física	Fuerza física
Intuición	Inteligencia
Aceptación	Autoridad
Superficialidad	Profundidad
Sensibilidad	Espíritu emprendedor
Sumisión	Dominio
Pasividad	Actividad
Abnegación	Inconformismo
Volubilidad	Tenacidad
Dependencia	Independencia
Escasa necesidad sexual	Fuerte impulso sexual

Fuente: Mujeres en red (2005:5)

Como se puede observar, los distintos estereotipos que se asignan a las mujeres y los hombres generan desigualdades. Esto significa que, se convierten en unos modelos fijos y cerrados, difíciles de transformar que dificultan el desarrollo de las personas y en consecuencia, provocan situaciones de discriminación.

Estas situaciones de discriminación se originan al asignar distintos roles y estereotipos en función del sexo de cada individuo. Mientras que las mujeres asumen un rol reproductivo, condicionado por la asignación de una serie de tareas relacionadas con el ámbito doméstico. Los hombres asumen un rol productivo, que viene dado por la posición de poder que tienen en la sociedad, a la hora de tomar decisiones y tener un trabajo remunerado que les da prestigio.

La Convención sobre la Eliminación de todas Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) define la discriminación contra la mujer como:

“Toda distinción o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera”. (2010:10)

Siguiendo la misma línea, Pérez del Río (1999) aporta una definición en torno al concepto de discriminación, entendiéndolo cómo:

“Situación de marginación sistemática, histórica y profundamente arraigada en un momento dado y en una determinada sociedad, que incide negativamente sobre la situa-

ción social de determinados colectivos de sujetos (...); la discriminación por razón de sexo, como de raza u origen social, se encontrarían incluidas...<sup>12</sup>" (2010:39)

A través del proceso de socialización los individuos adquieren unos roles establecidos por la sociedad, que vienen condicionados por el sexo de cada individuo. Los principales agentes de socialización son i) la familia, ya que se convierten en los primeros transmisores de ideas y valores, ii) la escuela, ya que reproduce pautas de comportamiento condicionadas por los roles que se les atribuyen a las niñas y a los niños, y en consecuencia, se generan los estereotipos contruidos en la sociedad, y iii) los medios de comunicación, el mayor instrumento de influencia y manipulación a la hora de reproducir la conducta social de la realidad.

---

<sup>12</sup> Citado por Román (2010)

## 5 METODOLOGÍA

### 5.1 Caracterización de la investigación

En la siguiente ilustración se explica la metodología utilizada para la realización de la presente investigación. Asimismo, se refleja la caracterización de la investigación en lo que se refiere a las variables empleadas. Las variables son características observables o aspectos discernibles en un objeto de estudio, que puede adoptar diferentes valores o expresarse en varias categorías<sup>13</sup> (Ander-Egg, 1982).

Ilustración 24 Caracterización de la investigación

<b>Según su finalidad</b>	Aplicada	Es aplicada porque a partir del análisis de un hecho se pretende mejorar la situación de desigualdad que existe entre mujeres y hombres en la sociedad
<b>Según su profundidad</b>	Exploratoria y analítica	Por un lado, es exploratoria porque se centra en mostrar una perspectiva general de cómo se incorpora la igualdad de género en las pautas de recomendación que ofrecen los instrumentos internacionales más importantes en el ámbito de la RSC. Y por otro lado, es analítica porque se verifica si se incorpora la igualdad de género en las estrategias de RSC a partir del análisis de un estudio de caso
<b>Según las fuentes</b>	Mixtas	Las fuentes de información son primarias (análisis de los principales instrumentos internacionales en el ámbito de la RSC, Informe Corporativo de MediaSet y recolección de diversas noticias de este campo) y secundarias (consulta de otros estudios y/o documentos específicos de otros autores para obtener una mayor comprensión del tema objeto de estudio.)
<b>Según su carácter</b>	Cualitativas	El carácter de la presente investigación es cualitativo porque se investiga cómo se incorpora la igualdad de género en los principales instrumentos internacionales y cómo se aplica a partir de un estudio de caso.
<b>Según su naturaleza</b>	Documental	La naturaleza de esta investigación es documental porque se llevará a cabo un análisis de contenido a partir de las fuentes documentales.

Fuente: elaboración propia

### 5.2 Técnicas de análisis

Como se ha podido comprobar en los antecedentes, se ha llevado a cabo una revisión de la literatura escrita sobre la RSC y todos aquellos elementos que la engloban. Del mismo modo que, se ha ofrecido una visión panorámica de las causas y consecuencias que, a lo largo de los

<sup>13</sup> Citado por Del Río (2011)

años, han conducido a que existan las desigualdades sociales en el mundo. Bajo este contexto, se considera que, la RSC emerge como una gran herramienta de gestión, para que la igualdad de género, forme parte del ADN de las organizaciones, y se introduzcan estrategias de RSC que la integren en todos los niveles de cualquier organización.

Es por ello que, esta investigación se ha basado en dos análisis cualitativos de contenido. En primer lugar, se analiza cómo incorporan la igualdad de género los tres instrumentos internacionales más importantes de RSC. Y en segundo lugar, a partir de un estudio de caso, se analiza el Informe Corporativo de Mediaset España, para averiguar cómo incorpora la igualdad de género en sus estrategias de RSC.

Para obtener una mayor aproximación acerca del significado del análisis de contenido, Mayring (2000) plantea la siguiente definición:

“El análisis cualitativo de contenido se define a sí mismo dentro de este marco de trabajo como una aproximación empírica, de análisis metodológicamente controlado de textos al interior de sus contextos de comunicación, siguiendo reglas analíticas de contenido y modelos paso a paso, sin cuantificación de por medio<sup>14</sup>” (Mayring, 2000, párrafo 4)

Para llevar a cabo el análisis cualitativo de contenido, en este apartado se definirán las unidades de análisis que caracterizan esta investigación, es decir, se especificará la población y se seleccionará la muestra que formará parte de esta observación, a partir de un análisis que nos conducirá a unos resultados que darán respuesta al objetivo general de la investigación.

De acuerdo con Sierra (1992) “Una muestra es una parte de un conjunto, población o universo debidamente elegida que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados validos también para el universo de la investigación<sup>15</sup>” (1992:174)

---

<sup>14</sup> Citado por Cáceres (2003)

<sup>15</sup> Citado por Del Río (2011)

## 5.2.1 Análisis de los instrumentos de RSC: Pacto Mundial, ISO 26000 y *Global*

### *Reporting Initiative*

Ilustración 25 Técnicas de análisis instrumentos internacionales de RSC

<b>Población</b>	Instrumentos Internacionales de RSC
<b>Muestra</b>	Pacto Mundial ISO 26000 <i>Global Reporting Initiative</i>
<b>Criterio</b>	Son los más reconocidos a nivel internacional Son los más utilizados en el ámbito de la RSC Son el marco de referencia internacional a la hora de orientar el comportamiento de las organizaciones
<b>Técnica</b>	Análisis de contenido

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar, la población la forman los Instrumentos internacionales que existen en el ámbito de la RSC, que las organizaciones pueden utilizar como herramientas de gestión para abordar la RSC. A pesar de que existe un gran número de declaraciones de principios, códigos de conducta, directrices e instrumentos de certificación, se ha seleccionado una muestra estratégica de los instrumentos internacionales de RSC más reconocidos a nivel internacional.

De este modo, la muestra estratégica seleccionada está compuesta por i) los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para abordar la RSC de las empresas, ii) las recomendaciones de la norma ISO 26000 para gestionar la responsabilidad de las organizaciones y iii) las directrices del Global Reporting Initiative para la elaboración de las memorias de sostenibilidad

Es importante destacar que, ambas iniciativas responden a los siguientes objetivos: i) Tienen como punto de partida los 10 principios del Pacto de las Naciones Unidas. ii) Toman los principios de la ISO 26000 para gestionar e implementar buenas prácticas en el ámbito de la RSC que se pueden complementar con las líneas temáticas del Pacto Mundial. iii) Usan la metodología de GRI4 para medir el avance y comunicar el desempeño de las organizaciones.

Esta selección permitirá llevar a cabo un análisis de contenido cualitativo de cada instrumento para averiguar, cómo incorporan la igualdad de género en las pautas y recomendaciones que ofrecen para las empresas.

## 5.2.2 Estudio de caso: Informe Corporativo de Mediaset España

Ilustración 26 Técnicas de análisis Estudio de caso

<b>Población</b>	Medios de comunicación televisivos
<b>Muestra</b>	Grupo Mediaset España
<b>Criterio</b>	Se trata de una organización adherida a los Principios del Pacto Mundial Se trata de una organización que utiliza la metodología de <i>Global Reporting Initiative</i> para la elaboración de su Informe Corporativo Se trata de un medio de comunicación que ejerce un alto poder de influencia como transmisor de ideas y valores dado los niveles de audiencia de algunos de sus canales de televisión
<b>Técnica</b>	Análisis de contenido documental
<b>Estudio de caso</b>	Informe Corporativo de Mediaset España

Fuente: elaboración propia

Tal y como muestra la ilustración, la población seleccionada son los Medios de Comunicación adheridos a la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. La autora de esta investigación considera que, dado el alto poder que ejercen como transmisores de ideas y valores, pueden influir positivamente si se hace un buen uso de ellos.

Actualmente, la Red Española del Pacto Mundial cuenta con un total de 415 organizaciones adscritas de diversos sectores y tamaños, de las cuales el 74% de ellas son entidades del Ibex35.

Se ha elegido como muestra estratégica el Informe Corporativo de MediaSet España del año 2013 porque se trata de una compañía adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde el año 2007, en el campo del comportamiento ético y responsable, tal y como se muestra en la siguiente ilustración.

Ilustración 27 Red Pacto Mundial España



Mediaset España Comunicación S.A.

LOGO	TIPO DE FIRMANTE	ENTIDAD	FICHA DE SOCIO
		Mediaset España Comunicación S.A.	<a href="#">VER</a>

Fuente: Pacto Mundial (2015)

Además, a la hora de elaborar su Informe Corporativo anual, sigue las directrices que establece la *Global Reporting Initiative* para la elaboración de memorias de sostenibilidad, el ámbito de la transparencia y la rendición de cuentas. Según fuentes de información secundarias, en el año 2009 se convirtió en la primera empresa en España, que se somete a una auditoría en su Memoria Corporativa anual, verificado por la compañía *PriceWaterhouseCooper* y fue anfitriona de la primera reunión para elaborar una guía sectorial de medios con los principios de sostenibilidad de GRI.

De este modo, a partir de la extracción y el análisis de los indicadores que hacen referencia a cómo, las organizaciones, deben incorporar la igualdad de género en sus políticas de RSC, según la metodología que ofrece Global Reporting Initiative para la elaboración de los Informes de Sostenibilidad, se llevará a cabo un análisis documental de la muestra estratégica seleccionada.

### 5.3 Fichas de análisis

Para llevar a cabo el análisis del Informe Corporativo de MediaSet España se han confeccionado unas fichas, para estructurar de una manera clara y sintética, toda la información que nos servirá para analizar y extraer los resultados que darán respuesta a la pregunta planteada en esta investigación. Por un lado, se presenta una ficha en la que se analiza el perfil de la organización; nombre, principales marcas y productos que ofrece, lugar en el que desarrolla su actividad, organigrama, entre otros aspectos. Además, se señalan las páginas en las que se encuentra la información y se hace una breve descripción del contenido analizado. Por otro lado, a partir de los indicadores específicos sobre cómo incorporar la perspectiva de género en las organizaciones que establece GRI G4 para la elaboración de Informes de Sostenibilidad, se comprobará

si MediaSet España es una compañía que incluye en sus políticas de RSC la igualdad de género.

Ilustración 28 Ficha de análisis de contenido del Informe Corporativo de Mediaset España

Perfil de la organización		Pág.	Descripción
<b>1</b>	Nombre de la organización		
<b>1.1</b>	Principales marcas, productos y/o servicios		
<b>1.2</b>	Estructura operativa de la organización incluida así como las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos		
<b>1.3</b>	Localización de la sede principal de la organización		
<b>1.4</b>	Países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean más relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria		
<b>1.5</b>	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica		
<b>1.6</b>	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios)		
<b>1.7</b>	Dimensión de la organización informante, incluido: número de empleados, número de operaciones, ventas netas o ingresos netos, capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto y cantidad de productos o servicios prestados.		

INDICADORES DE DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO		
Enfoque de gestión	Pág.	Descripción
<b>Aspecto: Empleo</b>		
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo. Comentario adicional media.		
LA 3 Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.		
<b>Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
L12 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.		
<b>Aspecto: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>		
L 14 Relación entre el salario de los hombres con respecto a las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad		
<b>Aspecto: No discriminación</b>		
Número de casos de discriminación y medidas		

## INDICADORES DE DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO

correctivas adoptadas.		
------------------------	--	--

Fuente: elaboración propia en base a los indicadores de GRI G4

Este análisis nos conducirá a un diagnóstico sobre la amplitud, la pertinencia y la coherencia de los indicadores de género que se incluyen en el Informe Corporativo de MediaSet España, en relación con la diversidad de género. Asimismo, aceptando que los Informes de RSC pretenden reflejar la realidad de las empresas, este análisis nos permitirá verificar esta conexión y detectar sus puntos débiles, con el fin de obtener unas conclusiones sobre el tratamiento del género

## 6 RESPONSABILIDAD SOCIAL DE GÉNERO

Como se ha ido explicando a lo largo de esta investigación, la RSC constituye una oportunidad para construir una sociedad más justa y eficiente. Se trata de un concepto que gira en torno al desarrollo de las actividades de las empresas siendo la sostenibilidad, su valor fundamental.

La globalización y las transformaciones sociales que se han producido a lo largo de los años, han hecho que las organizaciones se vean sometidas a alcanzar altos niveles de competitividad que, en el marco de desarrollo sostenible, deben ser acompañados de un fuerte compromiso ético para abordar temas emergentes, y que, en materia de derechos humanos, la igualdad de género es uno de ellos. Consecuencia de ello es, el grado de conciencia que están adquiriendo las empresas ante la necesidad de incorporar las preocupaciones sociales como parte de su estrategia empresarial.

El Consejo de Europa, en su Recomendación CM/REC (2007) adoptada por el Comité de Ministros sobre las normas y los mecanismos de igualdad entre mujeres y hombres, establece que:

La igualdad entre mujeres y hombres no es una cuestión que únicamente afecte a las mujeres, sino que también atañe a los hombres y a la sociedad en su conjunto. Además de ser un requisito de la democracia y la justicia social, la igualdad entre mujeres y hombres también es un bien común, una fuente de ventajas sociales, políticas y económicas, para cada individuo de la sociedad y para la sociedad en su conjunto" (2007:4)

Por su parte, la Comisión Europea de las Comunidades Europeas en la Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible (2000) afirma que:

"(...) las políticas de responsabilidad social pueden también multiplicar las ventajas que aportan las empresas a la sociedad en términos de innovación. Entre los ejemplos de esta contribución cabe destacar las prácticas innovadoras dirigidas a mejorar la calidad del empleo, ofrecer lugares de trabajo más seguros y mejor adaptados a los trabajadores, integrar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y facilitar la transferencia de innovación o tecnología hacia las comunidades locales y los países en desarrollo, factores que favorecen un desarrollo económico y social más equitativo" (2002:10).

Siguiendo en la misma línea, diversos autores (Larrieta. I, Velasco. E, Aldamiz-Echevarría. C, Fernández. E, Gurutze. M) en el artículo “La responsabilidad social como instrumento para el fomento de la igualdad de género en la empresa: la responsabilidad social de género”, establecen “(...) la RS como eje central para focalizar una determinada concepción empresarial atenta a la diversidad y a favor de la igualdad” (2014)

Ilustración 29 Relación Bidireccional de la igualdad de oportunidades y la RSC

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	RESPONSABILIDAD SOCIAL
La promoción de espíritu emprendedor de la mujer puede...	reforzar el sentido de las empresas de responsabilidad social y ambiental.
La diversidad de género es un activo para cualquier empresa. El reforzamiento de su participación en el diálogo, la evaluación y los procesos de toma de decisiones puede...	asegurar una puesta en marcha acertada de RS y una coexistencia equilibrada entre el mundo empresarial y la sociedad en general.
Designar a mujeres en posiciones principales de la empresa e impulsar medidas consultivas, incentivos y otras posibilidades para un acercamiento de la mujer a la empresa sostenible...	incorpora las dimensiones económica, social y ambiental de manera equilibrada.
Poner especial énfasis en la igualdad de oportunidades para la mujer en aspectos como las condiciones de trabajo, formación y conciliación de la vida profesional y privada...	resalta el contexto de la RS
Solicitar a los agentes sociales que generen estadísticas detalladas referidas a la proporción de las mujeres-hombres en sus estructuras internas y en todos los cuerpos consultivos en los cuales están representados...	acentúa la importancia de la participación de la mujer en la RS y está basada en la promoción de transparencia, verificabilidad y representatividad.

Fuente: Asociación Egiera, Diputación Foral de Bizkaia y Parekatuz (2007)

De acuerdo con este planteamiento, la Comisión Europea anima a las organizaciones a que introduzcan políticas de RSC que promuevan la igualdad en el desarrollo de sus operaciones, creando iniciativas dirigidas a mujeres que, de alguna manera, fomenten el espíritu empresarial a favor de la igualdad de género.

En este contexto, existe una variante de la RSC llamada Responsabilidad Social de Género (RSG de ahora en adelante). Carrillo (2013) define este concepto como “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". (2013:70).

Teniendo en cuenta lo anterior, se pone en evidencia, la importancia de crear un modelo que sirva de precedente para las organizaciones, a la hora de implantar acciones de RSC que incluyan una perspectiva de género.

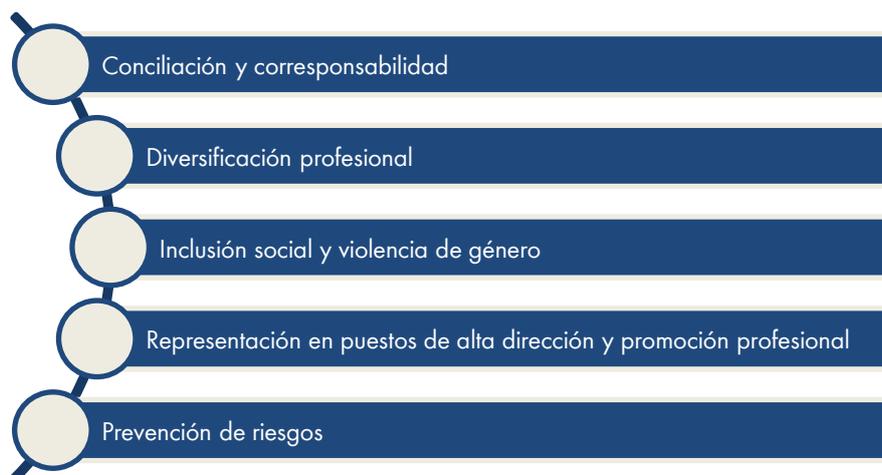
En este sentido, y como se ha ido explicando a lo largo de esta investigación, gracias a la guía que ofrecen los instrumentos internacionales a la hora de incorporar la perspectiva de género en las organizaciones, en los últimos años se han experimentado avances muy positivos en esta materia. Fruto de ello han sido los "Principios para el Empoderamiento de las Mujeres", los Principios del Pacto Mundial y la guía que ofrece GRI para la elaboración de los informes de sostenibilidad en la que se incluye la perspectiva de género, entre otros.

Este tipo de instrumentos internacionales, se convierten en una herramienta para todas aquellas organizaciones que deseen comprometerse con la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, modificando sus estrategias de RSG o, si es necesario, creando estrategias nuevas que promuevan el empoderamiento de las mujeres.

Por otro lado, al margen de las normativas y de otras iniciativas públicas que promueven la igualdad de género en las organizaciones, y en la sociedad en general, la RSG se convierte en un elemento indispensable para fomentar prácticas en el ámbito de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

La Secretaría del Estado de Igualdad del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad junto Forética, publicaron "Igualdad y RSE. Guía para PYMES" con el objetivo de convertirse en una herramienta para las pequeñas empresas a la hora de abordar las distintas áreas de actuación de la RSC desde una perspectiva de género.

Ilustración 30 Áreas de actuación de la RSC en materia de igualdad de género



Fuente: elaboración propia basado en "Igualdad y RSE. Guía para PYMES" (2014)

Como se puede observar, en el ámbito de la RSC la Guía establece distintas áreas de actuación para promover a igualdad de género. En primer lugar, se encuentra el ámbito de la conciliación y corresponsabilidad, en el cual se cuestiona el reto que deben asumir las organizaciones, a la hora de conseguir que haya un reparto equilibrado en las tareas (esfera privada) y poderes (esfera pública) entre mujeres y hombres. Para lograrlo, es necesario que las compañías promuevan nuevos roles que promuevan la igualdad real ante la conciliación laboral, personal y familiar.

Ilustración 31 Medidas y políticas de conciliación y corresponsabilidad

MEDIDAS	POLÍTICAS
Flexibilización de la relación laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Permisos: maternidad, paternidad, sustituciones, permiso de lactancia, etc</li> <li>▪ Excedencias por cuidado de familiares</li> <li>▪ Flexibilidad contractual: trabajo a tiempo parcial, reducción de jornada, etc.</li> </ul>
Flexibilización de los tiempos de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Flexibilidad horaria</li> <li>▪ Elección turno de trabajo</li> <li>▪ Flexibilidad en las vacaciones</li> </ul>
Flexibilización del lugar de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teletrabajo</li> <li>▪ Ergonomía</li> <li>▪ Flexibilidad organizativa</li> </ul>
Prestaciones sociales de las empresas relacionadas con la conciliación de la vida laboral, personal y familiar	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Seguridad Social: Pensiones, jubilación, subsidios</li> <li>▪ Obras sociales (ayudas, créditos)</li> <li>▪ Clubs o asociaciones para actividades culturales, deportivas</li> </ul>

MEDIDAS	POLÍTICAS
Cultura y políticas de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comunicación interna</li> <li>▪ Cultura organizacional y social</li> </ul>

Fuente: elaboración propia a partir de Igualdad y RSE. Guía para PYMES (2014)

La ilustración anterior, ejemplifica algunas de las medidas de conciliación que pueden introducir las organizaciones, que permitan a los/as empleados/as conseguir un equilibrio equitativo a la hora de poder compaginar las responsabilidades laborales, personales y familiares. Asimismo, para que la implantación de este tipo de medidas sea efectiva, se deben establecer unos indicadores que permitan realizar un seguimiento y evaluación con el fin de detectar cualquier tipo de desviación.

Por otro lado, la globalización ha supuesto una profunda transformación en la economía mundial y en las relaciones sociales de las personas. Se trata de un proceso que pretende hacer del mundo un espacio único en el que no existan fronteras entre la economía, los productos y los servicios, también implica el mercantilismo, el deterioro del medio ambiente y la marginación de los grupos más desfavorecidos.

En el ámbito del género y los derechos humanos, a pesar de que la globalización ha contribuido a fomentar la promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, a la hora de tener las mismas posibilidades de acceder a puestos de trabajo, también ha propiciado el deterioro de la condición de la mujer.

Para potenciar el empoderamiento de las mujeres en la actual economía de la sociedad, las organizaciones tienen un papel muy importante, si se adopta una actitud estratégica que propicie al cambio de las tradicionales estructuras organizativas, ocupados por hombres, en la mayoría de los casos.

En este contexto, el término “diversidad profesional” adquiere especial relevancia, a la hora de introducir nuevos modelos organizativos que ayuden a sacar el máximo partido al potencial que puedan ofrecer las mujeres y los hombres en el ámbito laboral. Si bien, el concepto de diversidad hace referencia a que todos os seres humanos somos diferentes por naturaleza, también es

muy importante valorar a cada persona por lo que es, independientemente de su sexo, procedencia o características personales.

El grado de diversidad en una organización depende de la proporción de mujeres que están representadas en el mercado laboral. Sin embargo, para que sea efectiva, no sólo depende de la proporción que representen en la plantilla de una compañía, sino que debe ir acompañada de una estrategia de RSG que integre unos valores a favor de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Siguiendo en la misma línea, la inclusión social es un término relativamente nuevo, promovido especialmente, por la Unión Europea. La UE define dicho término como un "proceso que asegura que aquellos en riesgo de pobreza y exclusión social, tengan las oportunidades y recursos necesarios para participar completamente en la vida económica, social y cultural disfrutando un nivel de vida y bienestar que se considere normal en la sociedad en la que ellos viven<sup>16</sup>".

En este contexto, los programas de inclusión social ayudan a transformar la posición de desigualdad y subordinación que tienen las mujeres, respecto a los hombres en el ámbito político, económico y social. El objetivo de dichos programas es promover el trabajo digno y estable, así como la integración social y laboral de las mujeres en riesgo de exclusión, y que puedan participar y decidir en todos los ámbitos de su vida.

En relación a la representación en puestos de la alta dirección y promoción profesional, la presencia de las mujeres aún es relativamente baja. La estructura organizativa de las compañías muestra una clara segregación vertical. Las mujeres tienden a ocupar cargos de menor responsabilidad y por lo tanto, se provocan situaciones de discriminación en los procesos de selección, formación y promoción interna respecto a los hombres.

En este contexto, existe un concepto llamado "techo de cristal" que simboliza el impedimento que tienen las mujeres a la hora de ocupar puestos directivos. Ante esta situación, es necesario identificar los posibles desequilibrios que pueda haber en las organizaciones, y establecer medi-

---

<sup>16</sup> Citado por Milcher y Ivanov (2008)

das e indicadores que fomenten la igualdad de oportunidades en los procesos de formación, promoción y retribución con perspectiva de género.

Por último, en materia de prevención de riesgos laborales, para incluir un enfoque de género en los programas de gestión de las organizaciones, es muy importante establecer medidas que mejoren las condiciones de salud de las mujeres (embarazo, maternidad, etc) y prevengan el acoso sexual el ámbito laboral.

Bajo esta óptica, a pesar de que la Ley de Prevención de Riesgos Laborales contempla como medida prioritaria la adaptación del puesto de trabajo en la regulación de los trabajadores/as sensibles, y que la LOIEMH ha elevado la protección de los riesgos laborales de la mujer trabajadora en varios aspectos, aún persisten grandes diferencias respecto a las condiciones de trabajo que tienen las mujeres y los hombres.

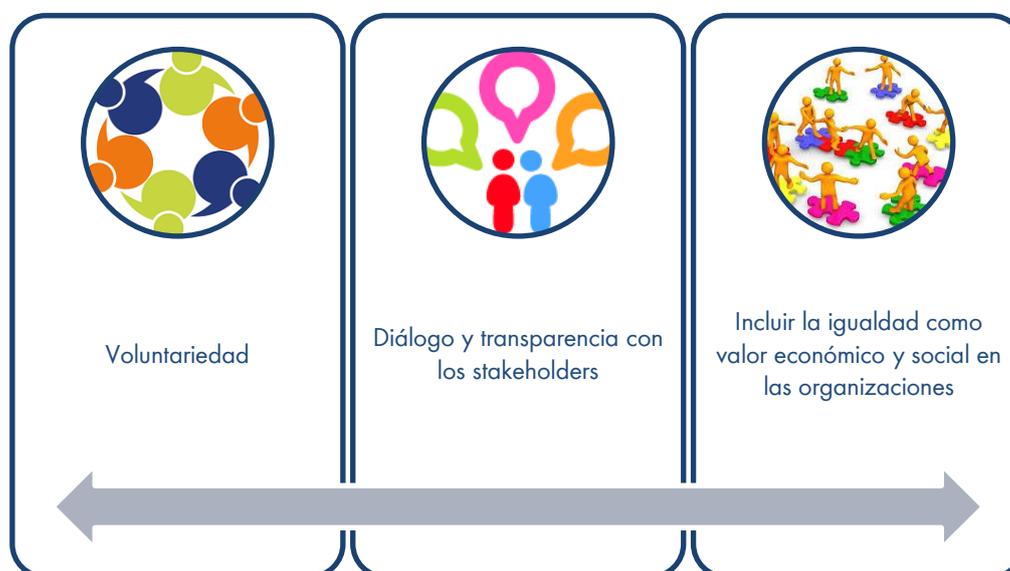
En síntesis, después de haber analizado las distintas áreas de actuación de la RSC a la hora de introducir la perspectiva de género, para su correcta implementación, las organizaciones deben invertir en recursos humanos, políticas y planes de igualdad y diversidad profesional, medidas de conciliación, seguridad en el trabajo y desarrollo personal y profesional.

El Libro Verde de la UE dedica un apartado específico a la gestión de los recursos humanos y señala, la importancia de adoptar prácticas no discriminatorias, dirigidas a facilitar la contratación de personas que puedan ser objeto de convertirse en un grupo vulnerable, por razones de sexo, raza, etnia o color. Asimismo, adoptar unas medidas específicas que promuevan la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral, es necesario para conseguir reducir las desigualdades de acceso, condiciones y participación entre mujeres y hombres en el empleo.

La implicación de la alta dirección en el desarrollo de estrategias de igualdad, es imprescindible para que se introduzca la perspectiva de género en las organizaciones. Sin el compromiso de la alta dirección para potenciar la igualdad de género, es difícil conseguir cambios significativos que palien las situaciones de desigualdad, que existen entre mujeres y hombres en el ámbito personal y profesional.

Carrillo (2013) establece tres elementos claves para incorporar la perspectiva de género dentro de las organizaciones con éxito.

Ilustración 32 Los tres elementos indispensables para incorporar la RSC en la empresa



Fuente: elaboración propia adaptado de Carrillo (2013)

De acuerdo con la propuesta que hace Carrillo (2013) a la hora de incorporar la RSC en las organizaciones desde una perspectiva de género, en primer lugar, es importante tener en cuenta su carácter voluntario. Es decir, supone un compromiso voluntario, que adquieren las organizaciones a la hora de llevar a cabo acciones que generen un valor añadido y diferencial, ya que, es precisamente la voluntariedad, la que proporciona una ventaja competitiva en términos de imagen y reputación corporativa.

La RSG está íntimamente ligada a los valores de una organización, independientemente de la normativa legal vigente. Los valores no se imponen, sino que se promueven mediante los códigos de conducta y las buenas prácticas que establecen las organizaciones y, en este contexto, la voluntariedad es un elemento esencial de la RSC.

Por otro lado, se deben tener en cuenta las expectativas de los distintos *stakeholders*, a la hora de cubrir las distintas necesidades que puedan tener cada uno de ellos. Si bien, los grupos de interés son muy heterogéneos, se hace necesario diseñar mecanismos de diálogo y transparencia, que identifiquen y protejan los derechos de cada uno de ellos, dado que, i) influyen directa-

mente en los resultados de las organizaciones, ii) sin ellos las organizaciones no existirían iii) se convierten en un colectivo indispensable de la RSG

Por último, es importante tener en cuenta que, el éxito de incluir la perspectiva de género en las estrategias de RSG de las organizaciones, dependerá de la implementación de una estrategia en la que se incluya la igualdad como valor económico y social los valores de las compañías.

Las empresas tienen el poder de transformar las relaciones entre mujeres y hombres en el ámbito laboral, ya que son los que determinan los recursos a los ambos sexos tienen acceso, así como la forma en la que pueden participar en el desarrollo de la economía, mediante acciones que promuevan la igualdad de oportunidades en las distintas áreas que engloba la RSG (conciliación, diversificación, riesgos laborales, etc)

Actualmente, gracias a los distintos actores de la sociedad civil se ha ido implementando la RSG en algunas organizaciones. La igualdad de oportunidades debe convertirse en un principio transversal, a la hora de diseñar una estrategia orientada a integrar prácticas en las que se potencie la no discriminación, la igualdad de oportunidades y las relaciones justas entre mujeres y hombres, tanto en la esfera pública como en la esfera privada.

Tal y como muestra en la siguiente ilustración, la igualdad de género puede reportar grandes beneficios para las empresas y convertirse en un “buen negocio”.

Ilustración 33 Ventajas de adoptar un Sistema de Gestión de Calidad

<b>TRANSFORMACIÓN CULTURAL POSITIVA</b>	<b>MEJORA DEL NEGOCIO</b>	<b>MAYOR EJERCICIO DE DERECHOS DE LAS TRABAJADORAS Y LOS TRABAJADORES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Más motivación, satisfacción laboral, compromiso e identificación del personal con la empresa.</li> <li>▪ Mejores relaciones interpersonales y comunicaciones internas más fluidas.</li> <li>▪ Mayor probabilidad de retener personal con talento y capacitación.</li> <li>▪ Mejora de las condiciones generales del trabajo de empleados y empleadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aprovechamiento de los saberes y las competencias del conjunto del personal.</li> <li>▪ Incremento en la calidad de la producción y de los servicios ofrecidos por la empresa.</li> <li>▪ Mejora de la imagen externa de la empresa y atracción a consumidores y consumidoras responsables.</li> <li>▪ Aumento del prestigio de la empresa de su liderazgo en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mejora de la situación de las mujeres y los hombres.</li> <li>▪ Mejora de la situación de las familias de trabajadores y trabajadoras.</li> <li>▪ Acceso a jerarquías de las organizaciones.</li> <li>▪ Desarrollo de condiciones para garantizar el ejercicio de derechos y respeto efectivo de los derechos de trabajadores y trabajadoras.</li> <li>▪ Posicionamiento de la empresa como pionera y vanguardia en la equidad de género.</li> </ul>

Fuente: NNUU (2009:18)

Como se puede observar, implementar un Sistema de Gestión de Calidad con perspectiva de género en el entorno actual en el que vivimos, ofrece unas ganancias que están muy relacionadas con la mejora del clima en el ámbito laboral y las relaciones humanas en general. Del mismo modo que, influye positivamente en el posicionamiento de las empresas adquieren en el mercado en términos de prestigio y reputación.

El principal objetivo de implementar un Sistema de Gestión con enfoque de género, es eliminar las brechas de género que siguen persistiendo en el ámbito laboral, transformando las tradicionales estructuras discriminatorias que existen en el empleo entre mujeres y hombres.

Asimismo, el buen trato y el reconocimiento de las necesidades de los/as trabajadores/as es muy importante, a la hora de atraer y retener profesionales cualificados y comprometidos con la razón de ser de la empresa. De este modo, es importante que se incluyan acciones para paliar las diferencias que existen entre mujeres y hombres, en cargos de mayor responsabilidad con medidas de conciliación y corresponsabilidad.

Si los empleados perciben que hay igualdad de oportunidades en el ámbito laboral, aumenta el compromiso de los mismos, la cual cosa se traduce en un incremento de la motivación y la productividad, que en términos económicos, reporta grandes beneficios para las organizaciones.

Introducir un Sistema de Gestión con enfoque de género promueve la igualdad de género en la economía, reportando beneficios a las empresas, trabajadores/as y a la sociedad en general. Si se introducen medidas para igualar la brecha salarial o se potencia el acceso de las mujeres a cargos de mayor responsabilidad, se reduce la segregación vertical y horizontal, y en consecuencia, se rompe con el tradicional modelo que divide cargos y profesiones en función del sexo de cada género.

El éxito de implementar un buen Sistema de Gestión de Calidad con enfoque de género, radica en que exista un claro compromiso por parte de la alta dirección, a la hora de introducir medidas que reduzcan las brechas de género que puedan existir en la economía. Asimismo, se convierte en una gran herramienta a la hora de introducir estrategias sociales y laborales en aras de conseguir la igualdad entre mujeres y hombres en el ámbito empresarial.

En síntesis, la igualdad de oportunidades se sitúa como un elemento esencial que deben abordar las organizaciones desde el contexto de la RSC. Entre otras cosas, garantiza la participación equitativa de las personas en todas las áreas y ámbitos de actuación de las compañías, eliminando cualquier tipo de discriminación por razones de sexo.

## **6.1 Análisis de la incorporación del Género en la normativa internacional de RSC**

En este apartado se llevará a cabo un análisis de los tres instrumentos internacionales más importantes en el ámbito de la RSC (Pacto Mundial, GRI G4, ISO 26000) como se ha mencionado en apartados anteriores. Para ello, se han realizado unas infografías, que ofrecen una visión general sobre qué dicen y como se incluye la perspectiva de género en las estrategias de RSC a la hora de ofrecer una guía para las organizaciones.

Antes de que se lleve a cabo un análisis más profundo, se hará un breve resumen de los objetivos que persiguen los tres instrumentos internacionales que se analizarán y, a grandes rasgos, de los criterios de igualdad de incorporan en las recomendaciones que ofrecen para las compañías.

En primer lugar, el Pacto Mundial tiene como objetivo promover e implementar 10 principios universalmente aceptados en las áreas de los Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción. De los 10 principios que establece, el Principio 1 y el Principio 6, defienden el respeto y la protección de los derechos humanos fundamentales y la abolición de cualquier práctica discriminatoria en el ámbito del empleo.

Por otro lado, la Guía ISO 26000 ofrece una serie de pautas y recomendaciones, que orientan a las empresas sobre cómo implementar prácticas de RSC. Así, establece que, las políticas y actividades de una organización, deberían guardar el debido respeto por los derechos de las mujeres y, promover el tratamiento igualitario de hombres y mujeres en la esfera económica, social y política. Además, anima a las organizaciones a usar indicadores para que se haga un seguimiento sistemático de los progresos en el logro de la igualdad de género. Y además, des-

cribe la importancia de la igualdad de género y la relación de ésta con la Responsabilidad Social Corporativa.

Por último, la Global Reporting Initiative ofrece una guía para la elaboración de Informes de Sostenibilidad de las empresas en lo que respecta al desempeño económico, social y medio ambiental. Asimismo, incluye indicadores explícitos en el ámbito de los derechos humanos, sobre cómo deben ser incorporados en los Informes de Sostenibilidad de las empresas. Concretamente, cuestiones relativas a la no discriminación y a la igualdad de género, en las que se solicita, la descripción de las estrategias y programas que llevan a cabo las empresas para abordar el problema.

## 6.2 Análisis del Pacto Mundial desde una perspectiva género

**PACTO MUNDIAL**  
ANÁLISIS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

**1999**  
Surge por iniciativa del Secretario General de la ONU Kofi Annan

**2000**  
Se establece el Pacto Global de Naciones Unidas a través de una declaración de 9 Principios

**2004**  
Se suma el Principio 10 sobre la Anticorrupción

### 1. PILARES Y PRINCIPIOS

Los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anti-corrupción gozan de consenso universal y se derivan de

- La Declaración Universal de los Derechos Humanos
- La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo.
- La Declaración del Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.
- La Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

**El Pacto Mundial de la ONU pide a las empresas adoptar, apoyar y promulgar, dentro de su esfera de influencia, un conjunto de valores fundamentales en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anti-corrupción**

### 2. ¿CÓMO SE CONTEMPLA LA IGUALDAD DE GÉNERO?

DERECHOS HUMANOS

NORMAS LABORALES

MEDIO AMBIENTE

ANTICORRUPCIÓN

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia ♀

2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos ♀

3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil

6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación ♀

7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente

8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente

10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno

En el mundo solo uno de cada cuatro gerentes son mujeres.

**OBJETIVO:**  
Ayudar a las empresas a modificar sus actuales políticas y prácticas - o a crear unas nuevas, llegado el caso - para dar autonomía a las mujeres

### 2. INICIATIVAS

La iniciativa voluntaria del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además de incorporar los diez principios universalmente aceptados en las actividades que las empresas realizan, lleva a cabo acciones que apoyan los **Objetivos del desarrollo de Milenio**, tales como la **promoción de la equidad de género** y el **empoderamiento de la mujer**.

#### 2.1 LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DE MILENIO

1 ERRADICAR LA POBREZA EXTREMA Y EL HAMBRE	2 LOGRAR UNA ENSEÑANZA PRIMARIA UNIVERSAL	3 PROMOVER LA IGUALDAD ENTRE GÉNEROS Y AUTONOMÍA DE LA MUJER ♀	4 REDUCIR LA MORTALIDAD INFANTIL
5 MEJORAR LA SALUD MATERNA	6 COMBATIR EL HIV/SIDA, EL PALUDISMO Y OTRAS ENFERMEDADES	7 GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD DEL MEDIO AMBIENTE	8 FOMENTAR UNA ALIANZA MUNDIAL PARA EL DESARROLLO

#### 2.2 PRINCIPIOS DEL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

- Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel.
- Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa en el trabajo, respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación.
- Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y trabajadoras.
- Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres.
- Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadena de suministro y marketing a favor del fortalecimiento de las mujeres.
- Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cívicas.
- Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género ♀

Los principios 10 del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en materia de derechos humanos, empleo, medio ambiente y anticorrupción, han sido diseñados teniendo en cuenta i) la Declaración Universal de los Derechos Humanos, ii) La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, iii) La Declaración del Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y iv) La Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

En la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Asamblea General de las Naciones Unidas establece que:

Artículo 1 “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros”.

Artículo 7 “Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación”.

En la Declaración de la OIT relativa a los Principios y Derechos Fundamentales del trabajo, la Declaración abarca cuatro áreas, entre las cuales, una de ellas es, la eliminación en materia de empleo y ocupación.

Además, para la OIT la igualdad de género constituye un elemento decisivo de las actividades encaminadas a la consecución de sus cuatro objetivos estratégicos: i) promover y cumplir las normas y los principios y derechos fundamentales en el trabajo, ii) generar mayores oportunidades para que las mujeres y los hombres puedan tener un empleo e ingresos dignos, iii) mejorar la cobertura y la eficacia de una seguridad social para todos y iv) fortalecer el tripartismo y el diálogo social.

Como se puede observar, tanto en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, como en la Declaración de la OIT relativa a los Principios y Derechos Fundamentales del trabajo, se habla de forma expresa de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y la no discriminación.

Asimismo, los principios del Pacto Global han sido formulados a partir de cuatro áreas clave ; derechos humanos, derechos laborales, protección del medio ambiente y lucha contra la corrupción.

En el ámbito de los Derechos Humanos, el Principio 1, a pesar de tener una estrecha relación con la igualdad de género, establece que “los derechos humanos son derechos inherentes a todos los seres humanos sin distinción alguna”. Del mismo modo que, el Principio 2 aboga en la idea de que, respetar los derechos humanos, también hace referencia a asegurar su cumplimiento por parte de las empresas, más allá del negocio directo.

En el ámbito de los Derechos Laborales, el Principio 6 “Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”, anima a las empresas a ser responsables, a la hora de ofrecer las mismas oportunidades de trabajo, independientemente de la condición de cada persona.

Discriminar por razones de sexo en el empleo, supone la vulneración de los derechos humanos fundamentales de las personas. Las personas que sufren discriminación en el ámbito laboral, tienen menos oportunidades a la hora de acceder a los puestos de trabajo, la cual cosa se traduce en un impacto negativo en la vida de las personas y en la sociedad.

Las empresas deben contratar a las personas en función de las capacidades y habilidades que requiera el puesto, eliminando cualquier prejuicio que pudiera provocar cualquier forma de discriminación.

La iniciativa voluntaria del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además de incorporar los diez principios universalmente aceptados en las actividades que las empresas realizan, lleva a cabo acciones que apoyan los Objetivos del desarrollo de Milenio.

Bajo esta óptica, el Objetivo 3 “Promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer”, refleja un compromiso que deben asumir las organizaciones, a la hora de promover la igualdad de género y el fortalecimiento de las mujeres para que su desarrollo sea sostenible y se combata la pobreza, el hambre, la enfermedad y todas formas de violencia contra las mujeres.

Respetar los derechos humanos fundamentales de las personas, es una cuestión de derechos humanos y de justicia social, que atañe a todos los actores de la sociedad, gobiernos, organismos, administraciones, sindicatos, organizaciones sin ánimo de lucro, empresas privadas y sociedad civil en general. Dado el reconocimiento internacional que tienen, es tarea de todos, lograr la igualdad entre géneros.

Por otro lado, los Principios para el empoderamiento de la mujer:

“Ofrecen una serie de consideraciones para ayudar al sector privado a centrarse en los elementos esenciales para promover la igualdad de género en el trabajo, el mercado y la comunidad”. Y tienen como objetivo “ayudar a las empresas a modificar sus actuales políticas y prácticas - o a crear unas nuevas, llegado el caso - para dar autonomía a las mujeres. (...) además, los Principios también reflejan los intereses de los gobiernos y de la sociedad civil, y servirán para apoyar las interacciones generadas entre las partes implicadas, ya que la igualdad de género requiere la participación de todos los agentes” (UNIFEM y Pacto Mundial: 2004)

En este contexto, reivindican el compromiso que deben asumir las organizaciones, a la hora de integrar estrategias, programas o planes a favor de la igualdad de género. Del mismo modo que, se resalta la necesidad de que las compañías, ofrezcan las mismas oportunidades de acceso a un puesto de trabajo, y no se discrimine a nivel retributivo en empleos que sean de igual valor, independientemente del sexo de cada persona. Además, se destaca la importancia de ofrecer unas condiciones de trabajo seguras, y disponer de políticas que no toleren cualquier forma de violencia en el empleo..

En síntesis, refleja el compromiso que deben asumir las empresas, en todas las áreas de actuación de la RSC en materia de igualdad d género, a la hora de promover estrategias para conseguir el empoderamiento femenino.

Por otro lado, El Pacto Mundial de Naciones Unidas además de perseguir el objetivo de incorporar los 10 Principios en las actividades empresariales de todo el mundo, y canalizar acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), pone a disposición de sus firmantes otras iniciativas y plataformas de acción internacionales.

Entre las iniciativas que promueven, se destacan, los Principios Rectores Empresas y Derechos Humanos, diseñados en el Marco de las Naciones Unidas “proteger, respetar y remediar” se basan en el reconocimiento de: i) el deber del Estado de proteger los derechos humanos, ii) la responsabilidad de las empresas a la hora de proteger los derechos humanos y iii) la necesidad de disponer de recursos efectivos para paliar situaciones en las que se vulneren los derechos humanos. Asimismo, establecen que:

“Estos Principios Rectores deben aplicarse de manera no discriminatoria, prestando atención especial a los derechos, necesidades y problemas de las personas pertenecientes a grupos o poblaciones con mayores riesgos de vulnerabilidad o marginación, y teniendo debidamente en cuenta los diversos riesgos que pueden enfrentar mujeres y hombres” (Naciones Unidas. 2011)

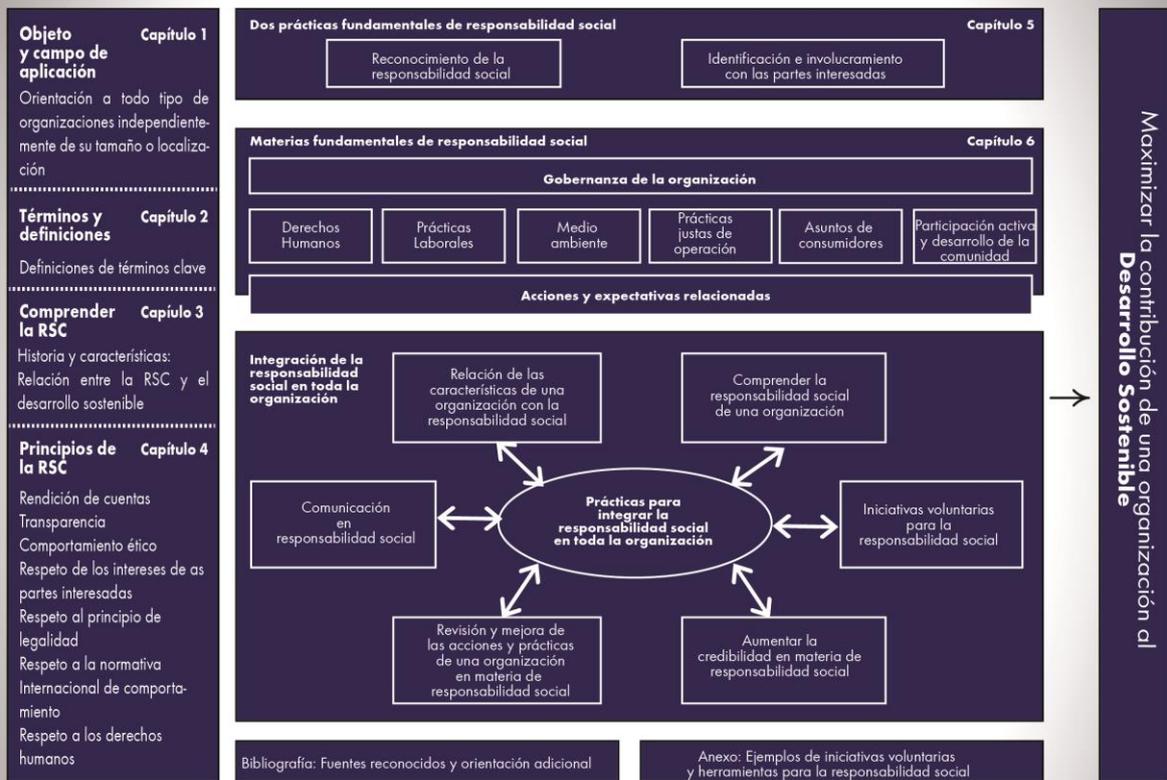
En el apartado II del informe, destacan como principio fundamental, el deber que tienen las empresas a la hora de respetar los derechos humanos, especificando que, es una responsabilidad que va más allá de la normativa legal vigente. En este caso, al ser una norma de conducta, los Estados no pueden obligar a que las empresas privadas no vulneren los derechos humanos.

En este contexto, se deben respetar como mínimo, los derechos de la Carta Internacional de Derechos Humanos y los Convenios de la OIT relativos a los principios y derechos fundamentales en el trabajo. El compromiso de las empresas en materia de derechos humanos, implica diseñar mecanismos que permitieran identificar y evaluar, cualquier situación negativa que vulnere los derechos humanos de un determinado colectivo (mujeres incluidas.). De este modo, se pueden establecer unos indicadores que permitan hacer un seguimiento de las acciones que lleven a cabo para paliar el problema que pudiera existir.

## 6.3 Análisis de la ISO 26000 desde una perspectiva de género



### 1. ESQUEMA GENERAL DE LA ISO 26000



Fuente: ISO 26000

#### VENTAJAS A LA HORA DE INCORPORAR LA RS EN LAS ORGANIZACIONES

- su ventaja competitiva;
- su reputación;
- su capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios;
- mantener la motivación, compromiso y productividad de los empleados; la percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y la comunidad financiera,
- y sus relaciones con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera.

**OBJETIVO**  
CONTRIBUIR  
AL DESARROLLO  
SOSTENIBLE

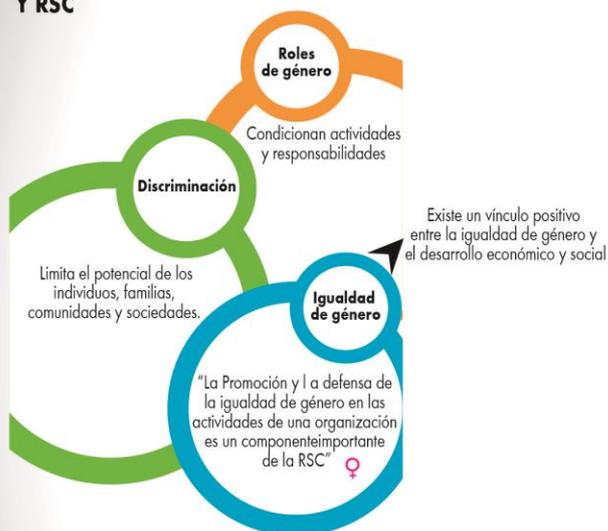
Esta Norma Internacional proporciona **orientación** sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el **reconocimiento** de la responsabilidad social y el **involucramiento** con las partes interesadas, las materias fundamentales y los **asuntos** que constituyen la responsabilidad social

# 2. ¿CÓMO SE CONTEMPLA LA IGUALDAD DE GÉNERO?

## CAPÍTULO 2 - CONCEPTO IGUALDAD DE GÉNERO



## CAPÍTULO 3 - RELACIÓN IGUALDAD DE GÉNERO Y RSC



## CAPÍTULO 4 - PRINCIPIOS QUE RIGEN LA RSC



Fuente: adaptado ISO 2600

Carta Universal de los Derechos Humanos

## CAPÍTULO 6 - MATERIAS FUNDAMENTALES DE LA RSC



### Apartado 6.3 Derechos humanos y organizaciones

#### Derechos civiles y políticos

- Derecho a la vida
- Derecho a la libertad
- Derecho a la igualdad ante la ley
- Derecho a la libertad de expresión

#### Derechos económicos, sociales y culturales

- Derecho al trabajo
- Derecho a la alimentación
- Derecho al máximo nivel alcanzable de salud
- Derecho a la educación
- Derecho a la seguridad social

“Los derechos humanos son los derechos básicos que le corresponden a cualquier ser humano por el hecho de serlo”.

### APARTADO 6.3.1 Derechos Humanos y RSC

**Inherentes;** pertenecen a cada persona

**Inalienables;** las personas no pueden renunciar a ellos

**Universales;** aplicables a todas las personas

**Indivisibles;** no pueden ignorarse selectivamente

**Interdependientes;** el cumplimiento de un derecho corresponde al cumplimiento de otros

Los Derechos Humanos son:

“Respetar los derechos humanos, significa, en primer lugar, no infringir los derechos humanos de los demás.”

### APARTADO 6.3.7 Discriminación y grupos vulnerables

“Una organización tiene mucho que ganar si opta por un enfoque activo que asegure la **igualdad de oportunidades** y el respeto para todos los individuos.”

“Los grupos que han sufrido una discriminación permanente que les ha generado desventajas arraigadas, son vulnerables a sufrir nuevas discriminaciones, por lo que **las organizaciones deberían poner mayor atención en sus derechos humanos, en términos de protegerlos y respetarlos**”.

“La prohibición de discriminar constituye uno de los principios fundamentales del derecho internacional en materia de derechos humanos”.

La ISO es una norma Internacional que proporciona una orientación sobre los Principios y Materias fundamentales que abarca la RSC, ofreciendo una guía, para que las organizaciones se involucren e integren un comportamiento socialmente responsable en el desarrollo de sus actividades, teniendo en cuenta el impacto que pueda provocar en el ámbito económico, social y medioambiental.

A la hora de abordar la igualdad de género, en el capítulo II de la guía, concretamente, en el punto 2.8 se define el concepto de igualdad de género, entendiéndose como: “el trato equitativo para hombres y mujeres”. Además, se especifica que incluye el mismo trato de derecho y oportunidades entre mujeres y hombres.

En este contexto, el capítulo III se describe la importancia de la igualdad de género y la relación de ésta con la responsabilidad social.

#### Ilustración 34 Igualdad de género y responsabilidad social

Todas las sociedades asignan roles de género a hombres y mujeres. Los roles de género son comportamientos aprendidos que condicionan las actividades y responsabilidades que son percibidas como masculinas o femeninas. Estos roles de género pueden constituir una discriminación contra la mujer, pero también contra el hombre. En todos los casos, la discriminación de género limita el potencial de los individuos, familias, comunidades y sociedades. Se ha demostrado la existencia de un vínculo positivo entre la igualdad de género y el desarrollo económico y social, razón por la cual la igualdad de género es uno de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La promoción y la defensa de la igualdad de género en las actividades de una organización es un componente importante de la responsabilidad social.

Fuente: ISO 2600 (2010:20)

Como se puede observar, las empresas juegan un papel clave, a la hora de concienciar a la sociedad sobre la igualdad de género. Es tarea de las compañías integrar en su cultura empresarial, principios y derechos básicos que promuevan la igualdad de oportunidades y la no discriminación para respetar la diversidad profesional.

En este contexto, aún persisten grandes brechas salariales por un trabajo igual o equivalente, entre las mujeres y los hombres. Los organismos oficiales señalan que en todo el mundo, las mu-

jeress ganan un 23% menos de salario que los hombres (OIT 2013), las Europeas un 17% menos (Euroestat 2013) y las españolas un 31% menos (INE EES 2012).

Estas cifras reflejan un impacto negativo en el ámbito económico, social y laboral de las mujeres, condicionando el futuro y la vida personal y/o profesional. Asimismo, la brecha salarial es una consecuencia de la discriminación que existe, a la hora de ofrecer peores puestos y condiciones de trabajo al colectivo femenino, a pesar de la normativa legal vigente que existe en este ámbito.

Las empresas deberían incluir Planes de igualdad para combatir la brecha salarial de género, en el que se incluyan medidas para modificar todas aquellas prácticas causantes de esta situación. Y es precisamente esta responsabilidad social, la que deben asumir las empresas para eliminar los estereotipos y los roles que hay tan asumidos en la sociedad, que limitan que las mujeres tengan las mismas oportunidades y el mismo trato que los hombres en la esfera laboral.

Bajo esta óptica, se debe tener en cuenta que, no discriminar por razones de sexo no significa que hombres y mujeres son iguales y deban recibir el mismo trato. Sino que supone, además, reconocer las semejanzas que existen entre ambos sexos y diseñar mecanismos que introduzcan estrategias, que ayuden a combatir las desigualdades que existen entre hombres y mujeres en las distintas esferas de la vida pública y privada.

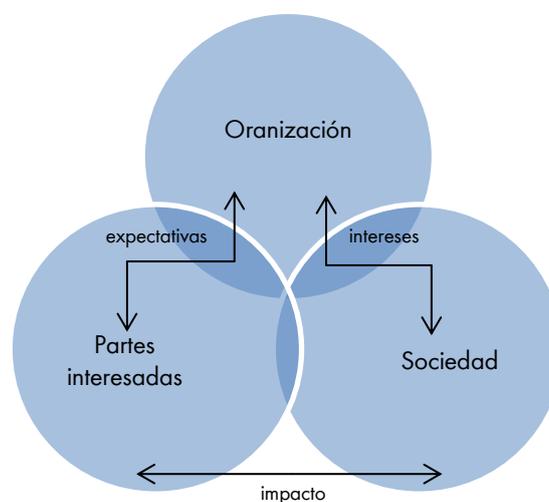
Siguiendo en la misma línea, en el capítulo cuatro de la guía, tal y como se muestra en la infografía, se establecen los siete principios que rigen la RSC y que toda compañía debe cumplir si quiere adoptar un comportamiento socialmente responsable. Asimismo, el principio "Respetar los Derechos Humanos", es el que tiene una relación más directa con la investigación del presente trabajo.

Dicho principio indica que, las organizaciones deberían respetar y promover los derechos que se establecen en la Carta Universal de los Derechos Humanos, ya que se tratan de unos derechos universales y aplicables a cualquier persona, independientemente de su condición o cultura. Además, se enfatiza en la necesidad de que las mismas organizaciones, en lugar de lucrarse en

situaciones donde los derechos humanos no se protejan, diseñen mecanismos para detectar y modificar cualquier situación que pueda ser objeto de discriminación y que vulneren los derechos fundamentales de las personas.

Es muy importante que las organizaciones tengan en cuenta los intereses y las expectativas de las partes interesadas, a la hora de abordar su responsabilidad social.

Ilustración 35 Las relaciones entre una organización, la sociedad y las partes interesadas



Fuente: elaboración propia adaptado ISO 26000

Como se puede observar, cualquier organización debe tener presente el impacto que provoca en la sociedad y en sus partes interesadas, a la hora de desarrollar su actividad diaria. Es muy importante que se tengan en cuenta las expectativas que tiene la sociedad y los intereses de las partes interesadas a la hora de asumir un comportamiento socialmente responsable.

Se debe tener en cuenta que, los intereses de la sociedad y las partes interesadas pueden tener visiones completamente distintas, pero en algunos casos, tienen una estrecha relación. A pesar de que, los intereses de las partes interesadas siempre serán más específicos que los que pueda tener la sociedad. Por ejemplo, para la sociedad es importante que las empresas ofrezcan un contrato de trabajo digno, y para las partes interesadas, como lo puede ser un proveedor, es importante cobrar por el servicio prestado. Son diferentes perspectivas pero no dejan de tener el mismo asunto.

A la hora de introducir políticas de RSC en el ámbito de la igualdad de género, es muy importante que la sociedad y las partes interesadas, tengan constancia de las acciones de responsabilidad social de género que lleva a cabo una organización. De este modo, una organización puede tener la capacidad de influir en el comportamiento de las partes con las que se relaciona.

Por otro lado, la ISO 26000 define siete materias fundamentales, que podríamos decir que, se convierten en los campos de actuación en los cuales las compañías desarrollan sus políticas de RSC. Así, en la materia de Derechos Humanos, en el apartado 6.1.1 se hace referencia explícita en el asunto número cinco a la Discriminación y Grupos Vulnerables, concretamente, en las mujeres y las niñas.

“La discriminación implica cualquier tipo de distinción, exclusión o preferencia que tiene el efecto de anular la igualdad de trato o de oportunidades, cuando esa consideración se basa en prejuicios, más que en motivos legítimos. (...) La prohibición de discriminar constituye uno de los principios fundamentales del derecho internacional en materia de derechos humanos”

Asimismo, señala los beneficios que reporta que las organizaciones incluyan estrategias con enfoque de género, que aseguren un compromiso con la igualdad de oportunidades y el respeto por los derechos fundamentales de todos los individuos.

En este contexto, la ISO 2600 se reitera en los principios en materia de derechos humanos y normas laborales que establece el Pacto Mundial. Todas las organizaciones deben disponer de mecanismos que les permitan hacer un diagnóstico del impacto que provocan las actividades que desarrolla, en el marco de los derechos humanos de sus empleados, para determinar, si están llevando prácticas discriminatorias. Por ejemplo, es interesante analizar si existe la segregación vertical u horizontal en la estructura de la organización y considerar, si se están reflejando roles y estereotipos que propician a que la contratación sea discriminatoria para el sexo femenino. Tal y como se señala en la guía:

“Las mujeres tienen derecho a disfrutar de todos los derechos humanos, sin sufrir discriminación, en educación, empleo y actividades económicas y sociales, así como el derecho a decidir respecto del matrimonio y temas familiares y el derecho a tomar decisiones sobre su propia salud reproductiva. Las políticas y actividades de una organización deberían guardar el debido respeto por los derechos de las mujeres y promover el trata-

miento igualitario de hombres y mujeres en las esferas económica, social y política” (ISO 26000: 32)

Como se puede observar, todas las políticas y prácticas que desempeña una compañía deben respetar los derechos fundamentales de las mujeres (y cualquier persona) y promover la igualdad de género entre mujeres y hombres en el ámbito económico, social y medioambiental.

Siguiendo en el apartado de los derechos humanos de la ISO 26000, se contempla un específico que hace referencia a los “Principios y Derechos fundamentales en el trabajo”, los cuales se basan en la Declaración de la OIT relativa al empleo. Entre las áreas que abarca dicha declaración, se incluye la eliminación de la discriminación con el empleo y la ocupación. Asimismo, para abordar las acciones que las empresas deben llevar a cabo, señala que:

“Una organización debería confirmar que sus políticas de empleo están libres de discriminación por razón de raza, color, género, religión, nacionalidad, origen social, opinión política, edad o discapacidad. (...) Éstos están alineados con el principio general según el cual las políticas y prácticas de contratación, la remuneración, las condiciones laborales, el acceso a la formación y a la promoción, y la finalización del empleo deberían estar basadas únicamente en las exigencias del trabajo.” (ISO 26.000:35)

En este contexto, la implementación de prácticas voluntarias por parte de las organizaciones, enmarcadas en el ámbito de la igualdad de género, emergen como alternativas a la hora de corregir las desigualdades que existen entre mujeres y hombres.

## 6.4 Análisis *Global Reporting Initiative* desde una perspectiva de género



### PARTE 1: PRINCIPIOS Y CONTENIDOS BÁSICOS DE LA GUÍA



## 2. ¿CÓMO SE CONTEMPLA LA IGUALDAD DE GÉNERO?

### 2.2 INDICADORES DE DESEMPEÑO REFERENTES AL GÉNERO.

#### Aspecto: Empleo

**G4 LA1** Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.

**G4 LA3** Índices de reincorporación al trabajo y retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo

#### Aspecto: Diversidad e Igualdad de Oportunidades

**G4 LA12** Composición de los órganos de gobierno y clasificación de empleados por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad

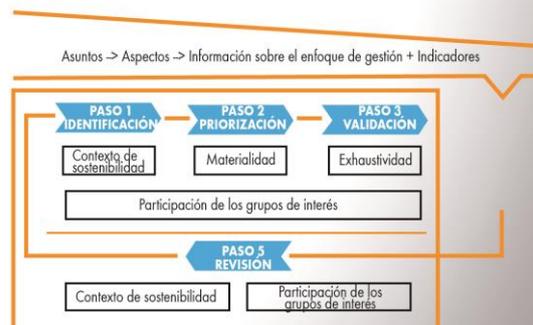
#### Aspecto: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres

**G4 LA13** Relación entre el salario de los hombres con respecto a las mujeres, desglosada por categoría profesional y por hubiccaciones significativas de actividad

#### Aspecto: No discriminación

**G4 HR3** Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.

### 3. EL PROCESO DE DEFINICIÓN DE LOS ASPECTOS MATERIALES Y SU COBERTURA



Fuente: GRI (2013)

- Identificar los aspectos más relevantes en función de su repercusión económica, ambiental y social en las actividades, los productos, los servicios y las relaciones de la organización.
- Evaluar los aspectos en función del impacto (económico, ambiental y social) y las influencias (grupos de interés).

# GLOBAL REPORTING

ANÁLISIS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

## PARTE 2: MANUAL DE APLICACIÓN

### PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS

- Principios para determinar el contenido de la memoria
  - Participación de los grupos de interés
  - Contexto de sostenibilidad
  - Materialidad
  - Exhaustividad
- Principios para determinar la calidad de la memoria
  - Equilibrio
  - Comparabilidad
  - Precisión
  - Puntualidad
  - Claridad
  - Fiabilidad

### CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

- Estrategia y análisis
- Perfil de la organización
- Aspectos materiales y Cobertura
- Participación de los grupos de interés
- Perfil de la memoria
- Gobierno
- Ética e integridad

### CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

- Directrices para la Información sobre el enfoque de gestión
- Directrices para los indicadores y la información específica sobre el enfoque de gestión

Los Contenidos básicos específicos se organizan en tres Categorías: **Económica, Medio ambiente y Desempeño social**. La Categoría relativa al Desempeño social se divide asu vez en cuatro Subcategorías: **Prácticas laborales y trabajo digno, Derechos humanos, Sociedad y Responsabilidad sobre productos**.

## 2. CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL

Los Contenidos básicos de esta Subcategoría ayudan a describir la aplicación del sexto principio de los «Diez Principios» del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, del año 2000.

“Las empresas deben apoyar la **abolición** de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”

### 2.1.1 INDICADORES DE DESEMPEÑO REFERENTES AL GÉNERO.

#### Aspecto: Empleo

**G4 LA1** Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.

**G4 LA3** Índices de reincorporación al trabajo y retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo

#### Aspecto: Diversidad e Igualdad de Oportunidades

**G4 LA12** Composición de los órganos de gobierno y clasificación de empleados por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad

#### Aspecto: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres

**G4 LA13** Relación entre el salario de los hombres con respecto a las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad

#### Aspecto: No discriminación

**G4 HR3** Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.

### Referencias G4 LA12 / G4 LA12 / G4 HR3

- Convenio n.º 111 de la OIT sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958.
- Naciones Unidas, Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), 1979.
- Naciones Unidas, Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, 1995
- Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer (ONU Mujeres) y Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, 2011.
- Organización Internacional del Trabajo, Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social, 1977.
- Naciones Unidas, Declaración del Milenio, 2000.
- Naciones Unidas, Declaración y Programa de Acción de Viena, 1993.
- Naciones Unidas, Principios Rectores sobre las empresas y los derechos humanos: puesta en práctica del marco de las
- Naciones Unidas para «proteger, respetar y remediar»,

## 3. SUPLEMENTO ADICIONAL PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN



La imagen que suelen transmitir los medios de comunicación de la mujer, sigue siendo una imagen muy estereotipada

*Global Reporting Initiative* es una iniciativa voluntaria que establece una serie de directrices para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Se trata de una herramienta que se basa en los Principios del Pacto Mundial y que, permite que las empresas puedan medir el avance y el desempeño de sus operaciones a la hora de implementar estrategias de RSC.

Las Guía G4 se convierte en un documento que sirve de guía para que cualquier organización, independientemente de su tamaño, sector o ubicación elabore memorias de sostenibilidad. Asimismo, contiene unos principios y contenidos básicos que permiten medir el desempeño de las organizaciones mediante una serie de indicadores, así como los criterios que deben aplicar las compañías a la hora de elaborar las memorias de sostenibilidad.

“La elaboración de memorias de sostenibilidad ayuda a las organizaciones a marcarse objetivos, medir el desempeño y gestionar el cambio con el propósito de que sus operaciones sean más sostenibles, (...) contienen información sobre la incidencia de las organizaciones, ya sea esta positiva o negativa, en el medio ambiente, la sociedad y la economía. De ese modo, (...) ayudan a comprender y gestionar las consecuencias que las novedades en materia de sostenibilidad tienen sobre las actividades y la estrategia de cada organización.” (GRI G4:3)

En referencia a los Principios y Contenidos Básicos, en el apartado de “Prácticas laborales y trabajo digno”, se hace referencia explícita a la diversidad de oportunidades y a la igualdad de retribución entre mujeres y hombres. Del mismo modo que, en el apartado de “Derechos Humanos” se señala la no discriminación.

A la hora de abordar cómo se contempla la igualdad de género en las recomendaciones que ofrece la guía, se han analizado los contenidos básicos específicos; la categoría de desempeño social y en concreto, en los aspectos que se han señalado en el párrafo anterior; diversidad de oportunidades, igualdad de retribución y no discriminación.

En primer lugar, la Categoría de Desempeño Social consta de varias subcategorías, entre ellas: i) Prácticas laborales y trabajo digno, ii) Derechos Humanos, iii) Sociedad y iv) Responsabilidad sobre productos.

Los aspectos que componen la subcategoría de Prácticas Laborales y trabajo digno se fundamentan en unas normas internacionales reconocidas internacionalmente, de las cuales se destacan:

#### Ilustración 36 Normas internacionales en el ámbito del empleo

1. Naciones Unidas, Declaración Universal de Derechos humanos, 1948.
2. Naciones Unidas, Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1966.
3. Naciones Unidas, Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, 1966.
4. Naciones Unidas, Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), 1979.
5. Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, de 1998, basada en los ocho convenios principales de la OIT

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar, tanto los Principios del Pacto Mundial, como la Guía ISO 26000 y las Directrices de GRI se fundamentan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y por lo tanto, las organizaciones tienen la obligación de respetar los Derechos Humanos de las personas.

Asimismo, los tres grandes instrumentos internacionales, también se basan en la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer y en los Convenios de la OIT con perspectiva de género, concretamente en el Convenio n.º 100 de la OIT sobre la igualdad de remuneración de 1951 y en el Convenio n.º 111 de la OIT sobre la discriminación (empleo y ocupación) de 1958.

Como se ha mencionado anteriormente, la Guía establece una serie de indicadores para medir el desempeño de las actividades de las organizaciones. Dentro del aspecto del empleo, se incluyen dos indicadores relativos a la contratación y rotación de los puestos de trabajo que ofrecen las empresas. No obstante, aunque no hablan expresamente de la igualdad de oportunidades y no discriminación, tienen una estrecha relación, al tratarse del ámbito del empleo.

Asimismo, en el aspecto del empleo encontramos un indicador que hace referencia al “Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región”, en el que las organizaciones deben indicar en sus memorias de sostenibilidad el número, el índice de contrataciones y la tasa de rotación desglosados por edad, sexo y región. Además, se señala que también se debe indicar el número y la tasa de rotación de los empleados.

Las organizaciones que se rigen por las indicaciones que ofrece la guía a la hora de elaborar las memorias de sostenibilidad, asumen el compromiso de proporcionar unos datos que pueden servir para analizar, corregir y evaluar alguna práctica que pueda afectar negativamente a los distintos actores con los que se relacionan, y a la actividad de las mismas.

Por ejemplo, conocer el número de contrataciones desglosado por sexo, puede servir para evaluar si una organización ofrece las mismas condiciones de contratación a mujeres y a hombres. Si se da el caso de que, el 30% del personal de una compañía está compuesto por mujeres, se pone en evidencia que, hay una clara desigualdad en la contratación a la hora de ofrecer las mismas oportunidades de acceso.

En la misma línea, la guía establece otro indicador que hace referencia a los “Índices de reincorporación al trabajo y retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo”, el que las compañías, deben indicar el número de empleados, desglosados por sexo, que tuvieron derecho a la baja por maternidad y si fueron reincorporados tras la baja.

En este caso, las medidas de conciliación adquieren un papel muy importante a la hora de respetar los derechos y las las responsabilidades familiares que puedan tener los empleados.

La Ley 39/1999 de 5 de noviembre para promover la conciliación de la vida laboral y familiar de las personas trabajadoras, supone un paso más para la eliminación de las desigualdades que existen entre mujeres y hombres en el ámbito laboral.

Asimismo, en la exposición de los motivos, la ley señala que el artículo 14 de la CE reconoce el derecho a la igualdad de trato y no discriminación entre mujeres y hombres. De modo que, el artículo 9.2 atribuye que “es tarea de los poderes públicos promover medidas de conciliación y

corresponsabilidad que protejan la igualdad de mujeres y hombres, facilitando su participación en la esfera política, económica, social y cultural”.

Factores como la incorporación de la mujer en el mundo laboral ha supuesto que se configuren nuevos escenarios, para abordar los cambios sociales que se han producido en el ámbito de las relaciones entre mujeres y hombres. De este modo, se hace necesaria la creación de medidas de conciliación, que permitan el reparto equitativo de las responsabilidades de mujeres y hombres en su vida personal y profesional.

Por otro lado, en el aspecto Diversidad e Igualdad de Oportunidades la guía establece un indicador que hace referencia a la “Composición de los órganos de gobierno y clasificación de empleados por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad”, en el cual señala que, las compañías deben indicar el porcentaje de las personas que forman parte de la organización, desglosadas por categoría profesional, sexo, edad y otros indicadores de diversidad.

En este contexto, este tipo de indicador muestra a las compañías la relación que existe entre la posición y la participación de las mujeres, en la estructura de su organización respecto la de los hombres. De este modo, en el caso de que se estén reflejando modelos de segregación jerárquica, en el que las mujeres, generalmente tienden a ocupar puestos de menor responsabilidad, se deben introducir medidas que disminuyan las desigualdades para que, tanto mujeres como hombres, tengan las mismas oportunidades a la hora de acceder a los mismos puestos de trabajo.

Por otro lado, en el aspecto de No Discriminación, se establece un indicador que hace referencia a la “relación entre el salario de los hombres respecto a las mujeres, desglosado por categoría profesional”, en el cual las compañías se debe indicar el salario base y la remuneración de las mujeres en comparación con los hombres.

Bajo esta óptica, la OIT reconoce el derecho a la igualdad de remuneración para hombres y mujeres por un trabajo igual desde el año 1919, tal y como se establece en el Convenio sobre la igualdad de remuneración, 1951 (núm.100). De igual modo, en el Convenio sobre la discrimi-

minación (empleo y ocupación), 1958 (núm. 111), en el preámbulo se contempla que, tal y como se establece en la Declaración de Filadelfia de 1944: “Todos los seres humanos, sin distinción de raza, credo o sexo, tienen derecho a perseguir su bienestar material y su desarrollo espiritual en condiciones de libertad y dignidad, de seguridad económica y en igualdad de oportunidades”.

Como se ha ido mencionado a lo largo de esta investigación, los roles y estereotipos que se han ido tejiendo a lo largo de la historia, han condicionado la posición de la mujer respecto al hombre, en numerosos aspectos de la vida. Asimismo, es tarea de las organizaciones promover la igualdad de remuneración para paliar la brecha salarial, y de algún modo, contribuir a la hora de promover la igualdad de oportunidades y de trato en el ámbito laboral.

Por último, es importante destacar que, el primer paso que toda compañía debe efectuar a la hora de elaborar las memorias de sostenibilidad e introducir la perspectiva de género es, identificar aquellos aspectos que tengan una mayor repercusión a la hora de fomentar la igualdad de oportunidades y de trato, la no discriminación y el acceso igualitario y retributivo a los distintos puestos de trabajo. Posteriormente, deben evaluar el impacto, en este caso, en el ámbito social de las mujeres y los hombres, y en base a los indicadores establecidos por la guía GRI, introducir las medidas y mecanismos necesarios para modificar cualquier práctica o estructura organizativa que pudiera repercutir negativamente en la promoción de la igualdad de oportunidades y de trato, en materia de empleo y ocupación.

## **6.5 La relación que guardan los tres instrumentos internacionales de RSC**

Como se ha podido observar, el Pacto Mundial, la ISO 26000 y GRI G4 son los tres instrumentos internacionales más importantes en materia de RSC en el mundo. Las tres iniciativas responden al mismo objetivo, incentivar a las organizaciones a la hora de llevar a cabo un comportamiento responsable. Asimismo, ofrecen unas orientaciones de cómo implementar la RSC en la estrategia de las compañías mediante unos Principios Universales.

Los diez Principios que establece el Pacto Mundial, guardan una relación con las materias fundamentales de RSC que aborda la ISO 26000 (derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa de la sociedad) y la Guía GRI G4 establece la metodología para aplicar los principios y a las materias fundamentales de ambas iniciativas.

Por ejemplo, mientras que, el Pacto Mundial incluye todos aquellos aspectos relacionados con el respeto de los derechos humanos, la ISO 26000 proporciona una orientación sobre cómo respetarlos y la guía GRI los pasos a seguir para que las organizaciones los incluyan y los presenten sus informes de RSC.

Bajo esta perspectiva, en el ámbito de los Derechos Humanos, se ha podido comprobar como, los tres instrumentos internacionales se sustentan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, a la hora de promover el trato igualitario entre mujeres y hombres, en la Declaración de la OIT relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, que a su vez, en nuestro ámbito de estudio, se basan en el Convenio n° 100 de la OIT sobre la igualdad de género de 1951 y en el Convenio n° 111 de la OIT sobre la no discriminación (empleo y ocupación de 1958). De igual modo, también se fundamentan en la Convención sobre la Eliminación de Todas las formas de Discriminación contra la Mujer de 1979.

Los tres instrumentos internacionales son de carácter voluntario, y por lo tanto, las organizaciones no tienen la obligación "legal" de incluir los principios y las materias fundamentales de RSC en su estrategia, en cierta manera, contribuyen al desarrollo sostenible de la sociedad, tomando como punto de partida las expectativas e intereses de los grupos con los que se relaciona, a la hora de medir los impactos que puedan provocar el desarrollo de sus actividades.

A pesar de que, dichos instrumentos promueven que las organizaciones cumplan con la legislación aplicable en los distintos ámbitos, lo que hace que una compañía sea socialmente responsable no es el cumplimiento de la normativa legal vigente, sino que se debe ir más allá. Y es justamente el dar un paso más, lo que define la RSC de compañía.

## **7 ESTUDIO DE CASO: ANÁLISIS DEL INFORME CORPORATIVO DE MEDIASET ESPAÑA**

Cada vez hay un número mayor de organizaciones que apuestan por la sostenibilidad en el desarrollo de sus actividades. Ha aumentado el grado de sensibilidad y conciencia por parte de las compañías, a la hora de tener en cuenta los impactos que generan sus operaciones y, en consecuencia, se introducen nuevos modelos económicos verdaderamente sostenibles.

Los Informes de Sostenibilidad muestran toda la información relativa a las incidencias que tienen el desarrollo de las actividades de las organizaciones, ya sean positivas o negativas, tanto en el ámbito económico, social y medio ambiental. De este modo, se convierten en un documento que facilita la comprensión y la gestión de las consecuencias que tienen las operaciones y las estrategias de cada compañía desde el ámbito de la sostenibilidad.

El punto de partida para llevar a cabo el presente estudio de caso es la Guía 4 que ofrece GRI, para que las organizaciones recojan toda aquella información relacionada con la sostenibilidad de una manera clara y actualizada. Asimismo, tal y como se ha explicado en el apartado de la metodología, se ha confeccionado una ficha para llevar a cabo el análisis de contenido del Informe Corporativo de Mediaset España.

De este modo, el análisis se ha estructurado en dos partes. Por un lado, se analiza el perfil de la empresa con toda aquella información relativa a la actividad de la empresa (nombre, ubicación, naturaleza jurídica, composición, entre otras) y por otro lado, se han seleccionado todos aquellos indicadores de desempeño que establece GRI G4, a la hora de incluir la perspectiva de género en las organizaciones, con el fin de averiguar y valorar si dicha organización apuesta por prácticas que fomenten prácticas que favorezcan la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Cabe decir que, el Informe Corporativo de Mediaset España se ha elaborado siguiendo las directrices para la elaboración de Informes de sostenibilidad de GRI versión 3.1 y el suplemento sectorial para medios. También, dicha compañía ha tenido en cuenta las recomendaciones del Marco Internacional de Reporting Integrado (Marco IR).

Ilustración 37 Perfil de la Organización

Perfil de la organización		Pág.	Descripción
<b>1</b>	Nombre de la organización	11	En el Informe Corporativo se contempla el nombre de la organización, el lugar dónde fue constituida y la razón de ser de la misma. Asimismo, se incluyen datos, tales como dónde cotiza y el objetivo general de la compañía
<b>1.1</b>	Principales marcas, productos y/o servicios	11-17:61	En referencia a las principales servicios que ofrece la compañía, en las primeras páginas se explica a grandes rasgos, su actividad principal, y en páginas posteriores una explicación exhaustiva de los productos y/o servicios que ofrece.
<b>1.2</b>	Estructura operativa de la organización incluida así como las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos	12-17	En el informe consta la estructura de la organización en lo que respecta a las participaciones de las diferentes empresas que conforman su actividad. (Sociedades integradas, independientes y asociadas) así como el organigrama de la composición de los órganos del gobierno.
<b>1.3</b>	Localización de la sede principal de la organización	11	Tal y como se ha mencionado en el primer apartado, en el informe se destaca la localización de la sede principal de la organización.
<b>1.4</b>	Países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean más relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria	11	En el Informe de la compañía se relatan los principales países en los que opera. Asimismo, España se convierte en el país dónde se desarrolla la principal actividad, a pesar de que se trata de una compañía Italiana.
<b>1.5</b>	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	11	La naturaleza de la propiedad jurídica de la compañía también se contempla en el Informe Corporativo, se trata de una sociedad anónima que cuenta con distintas participaciones en función del capital social que se aporta mediante acciones.
<b>1.6</b>	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios)	11-17	En el Informe Corporativo la organización detalla el ámbito geográfico en el que lleva a cabo sus operaciones. En Madrid efectúan la mayoría de operaciones y en Barcelona, Bilbao y Valencia a menor escala.
<b>1.7</b>	Dimensión de la organización informante, incluido: número de empleados, número de operaciones, ventas netas o ingresos netos, capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto y cantidad de productos o servicios prestados.	60:152-153	La dimensión de la organización y la composición de la misma en lo que respecta al número de empleados, desglosados por sexo, edad y categoría profesional también se contempla en el Informe Corporativo. Del mismo modo que, las ventas netas que han obtenido a lo largo del ejercicio del 2013

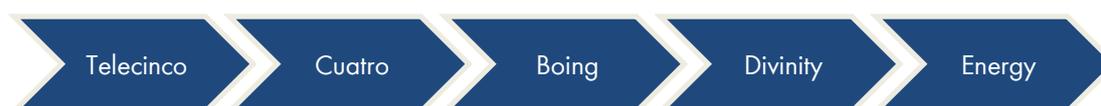
Fuente: elaboración propia

## 7.1 Breve Historia de MediaSet

MediaSet es una empresa italiana fundada por Silvio Berlusconi en 1978 que tiene la sede central en Italia, concretamente, en Milán. Fue el primero en poner fin al monopolio de televisión pública que existía en Italia, con la fundación del canal de televisión local Telemilano (1974) y el canal de televisión nacional Canal 5 (1978). Asimismo, durante los siguientes años adquirió Italia 1 y Rete 4, y fundó en Francia la primera cadena privada gratuita La Cinq en Francia. Sin embargo, no funcionó por falta de audiencia y acabó desapareciendo. A pesar de eso, adquirió acciones de varios canales franceses y en el año 2002 el grupo Mediaset compró Telecinco.

En este contexto, Mediaset España Comunicación SA es una sociedad que fue constituida en Madrid en el año 1989. Se trata de una compañía compuesta de diversas empresas que se dedican a comercializar productos audiovisuales, y que inició su cotización en Bolsa en junio de 2004. Actualmente cotiza en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia y desde el 2005 forma parte del índice IBEX35. Su principal actividad es la explotación del espacio publicitario de las cadenas de televisión que opera, siendo estas:

Ilustración 38 Canales de televisión de la compañía



Fuente: elaboración propia

→ **Telecinco** es un canal generalista dirigido a un gran público dedicada al ocio y al entretenimiento, con una oferta de contenidos basada en el directo mediante concursos, debates, magazines, programas de crónica social, reportajes de investigación, *realities* y eventos deportivos e informativos. Asimismo, por comunidades autónomas, ha sido la televisión más vista en Euskadi (16,3%), Galicia (14,3%), Canarias (15,9%), Aragón (13,7%), Asturias (17,5%) y Baleares (13,2%).

→ **Cuatro** es una cadena focalizada en un público joven y urbano muy comercial, centra su oferta en el humor mediante programas en busca del amor, la aventura, los retos y la superación personal. Además, ha apostado por las series extranjeras de mucho éxito internacional que han triunfado en España. Con un 6% de cuota de pantalla en total espectadores, Cuatro ha registrado datos por encima de su media de audiencia en destacadas regiones como Madrid (6,7%), Murcia (6,4%), Castilla La Mancha (6,2%), Valencia (6,1%) y Castilla y León (6,1%), alcanzando un elevado impacto en redes sociales con más de 10 millones de comentarios, según Global In Media.

→ **La Siete** es un canal que se nutre y complementa con Telecinco y Cuatro destinado a un público femenino. Se trata de un canal temático de telenovelas, tras una alianza estratégica de contenidos con Televisa, uno de sus principales productores a nivel mundial. De este modo, ha segmentado su oferta por edades; mujeres jóvenes de 18 a 35 años a las que ofrece telenovelas contemporáneas y atrevidas, mujeres a partir de 25 a 45 años, para quienes dirige romances y telenovelas de mayor acción y mujeres a partir de 45 años, con contenidos clásicos y tradicionales repletos de drama.

→ **Boing** es una cadena creada especialmente para los niños y jóvenes entre 4 y 12 años que ofrece una amplia variedad de contenidos basados en series de animación de éxito musical, ficciones extranjeras de imagen real, y programas de producción propia dedicados al entretenimiento familiar. En el 2013 se ha situado como el canal infantil líder de la televisión comercial con un 13,5% de share en su público objetivo.

→ **Divinity** es un canal destinado a mujeres jóvenes, cosmopolitas y urbanas y por lo tanto, con una personalidad muy definida. Su oferta se basa en la emisión de los últimos estrenos de series internacionales, *factuals* y *realities* temáticos que triunfan en el mundo, con una atractiva oferta de películas y las últimas tendencias musicales. En el 2013 logró alcanzar un 3,6% de share, con un 1,7% de cuota en total individuos, 3 décimas por encima del año anterior.

→ **Energy** ofrece contenedores temáticos con *docu-realities* y *factuals* destinados a un público masculino, joven y urbano. Un entretenimiento basado en la aventura y la naturaleza, los retos y

riesgos, la gastronomía, los viajes y los reportajes y documentales con temas actuales. De este modo, la cadena ha presentado una evolución positiva en audiencia cerrando 2013 con un 2,5% en su core target hombres, superior a la de 2012 (1,8%). En total individuos, Energy también ha crecido 3 décimas respecto al año pasado hasta situarse en un 1,2% de share.

La oferta de contenidos multipantalla (televisión, móviles e Internet) que ofrece mediante sus canales y el grupo de webs audiovisuales (Telecinco.es, Cuatro.com y Divinity.es) y la plataforma de contenidos de televisión (Mitele.es) la han convertido en líder de ocio e información audiovisual. No obstante, Telecinco Cinema y el Grupo Publispaña han contribuido al éxito de la compañía.

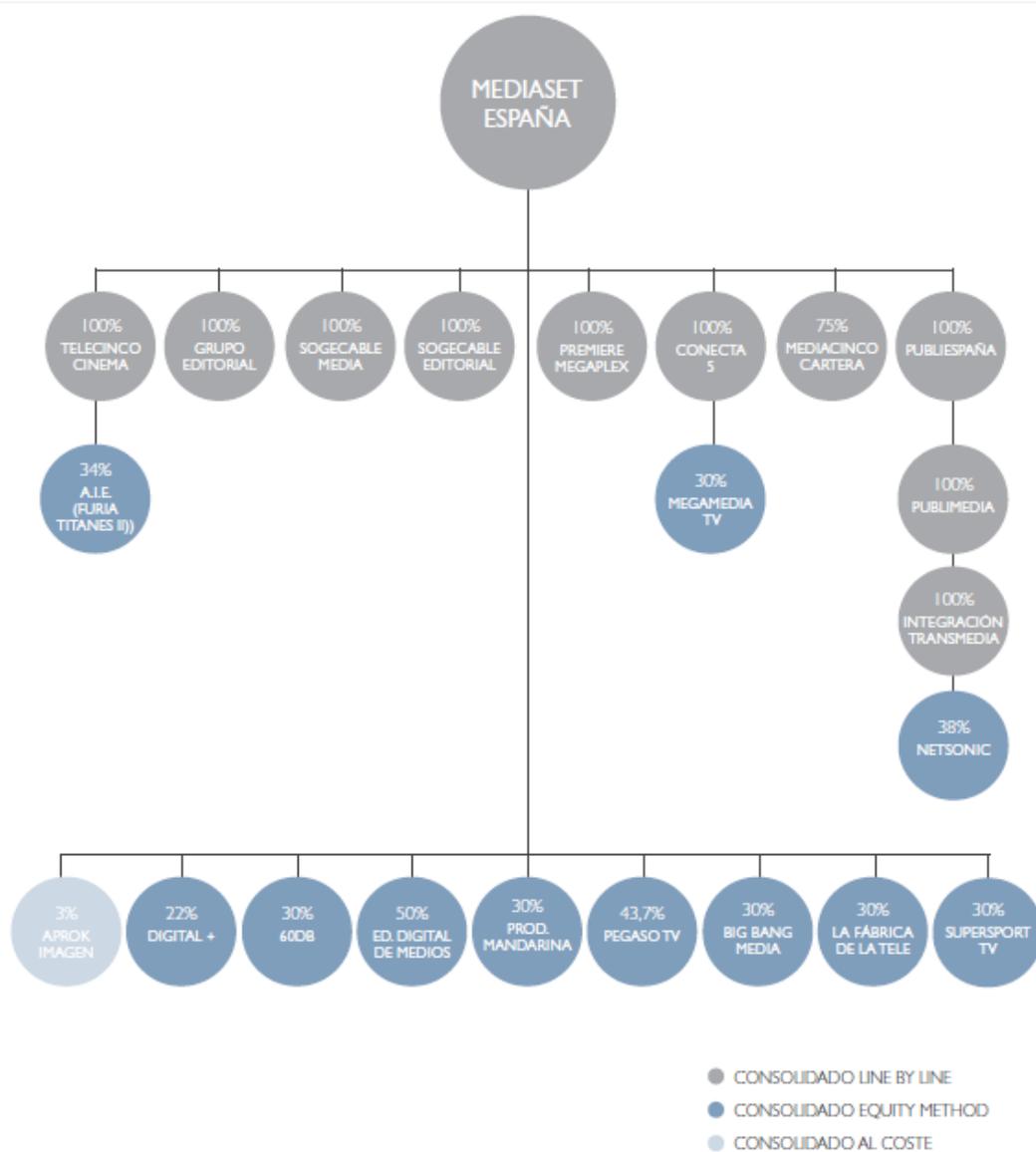
La compañía cerró el 2013 con unos datos de audiencia que la convirtieron en líder de forma absoluta. Con una media del 29% de *share* en su conjunto. Además, se ha convertido en el grupo de medios más participado en las redes sociales. Según *Global In Media*, sus contenidos han generado el 55% de los comentarios relacionados con más de 53 millones de menciones.

## 7.2 Estructura operativa de la organización

Por otro lado, la organización cuenta con participaciones de diferentes empresas del sector audiovisual de distintos países, aunque principalmente se nutre de España. En total, dispone de participaciones de 23 sociedades distintas que no sólo operan en la televisión.

Como sociedad dominante del Grupo, Mediaset España está obligada a elaborar, además de sus propias Cuentas Anuales, las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo. También, forma parte de Sociedades independientes, en las que la compañía tiene el poder de ejercer control efectivo de manera directa o indirecta de más del 50% de los derechos políticos de las entidades con las que participa.

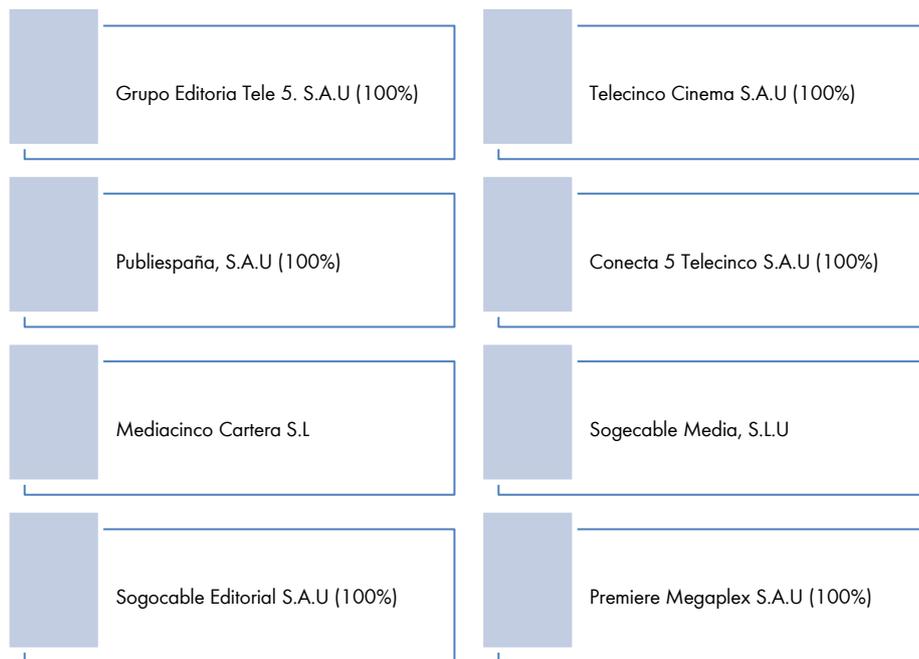
### Ilustración 39 Sociedades Integradas



Fuente: MediaSet España (2013)

Por otro lado, cuenta con acciones del Grupo Publiespaña, concesionaria publicitaria de los canales y las webs de la compañía, y la filial Publimedia Gestión para la comercialización de canales de pago entre los que destacan los producidos por Prisa TV para Canal + en la plataforma Digital +, de cuyo accionariado Mediaset España posee el 22%.

#### Ilustración 40 Sociedades independientes

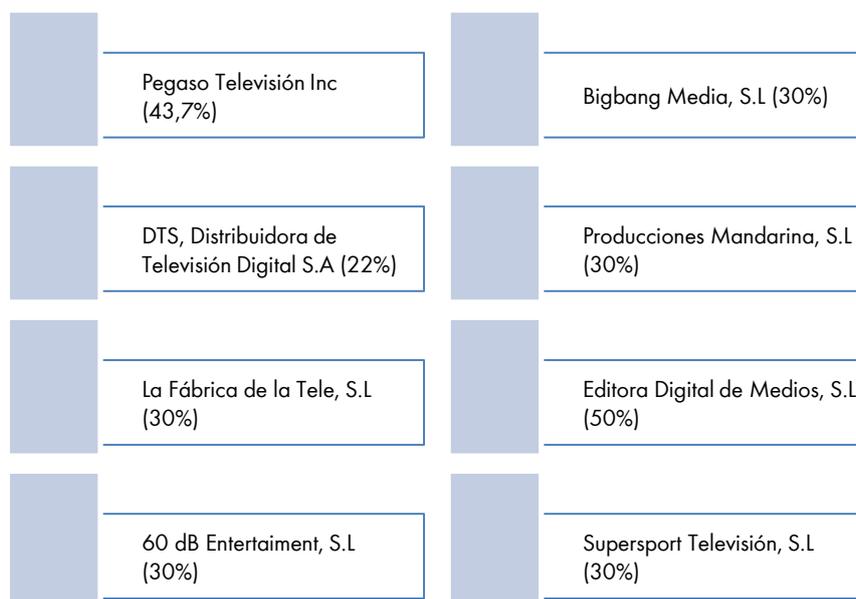


Fuente: adaptado Mediaset España (2013)

En octubre de 2013 Publiespaña creó IT (Integración Transmedia), se trata de una nueva compañía diseñada especialmente para integrar los distintos soportes, a la hora de planificar e implementar campañas de comunicación 360° bajo una visión global única e integrada.

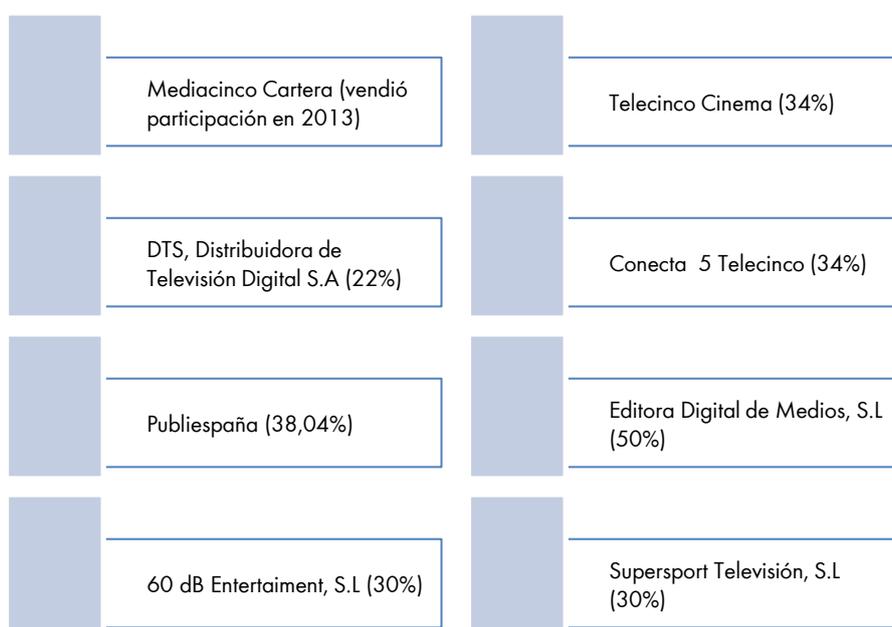
Por último, Mediaset tiene participación para ejercer influencia (20%) sobre Sociedades asociadas pero sin control directo, es decir, no posee ni todas las acciones ni el control sobre las mismas.

### Ilustración 41 Participación Directa en Sociedades asociadas



Fuente: adaptado de Mediaset España (2013)

### Ilustración 42 Participación Indirecta en Sociedades asociadas

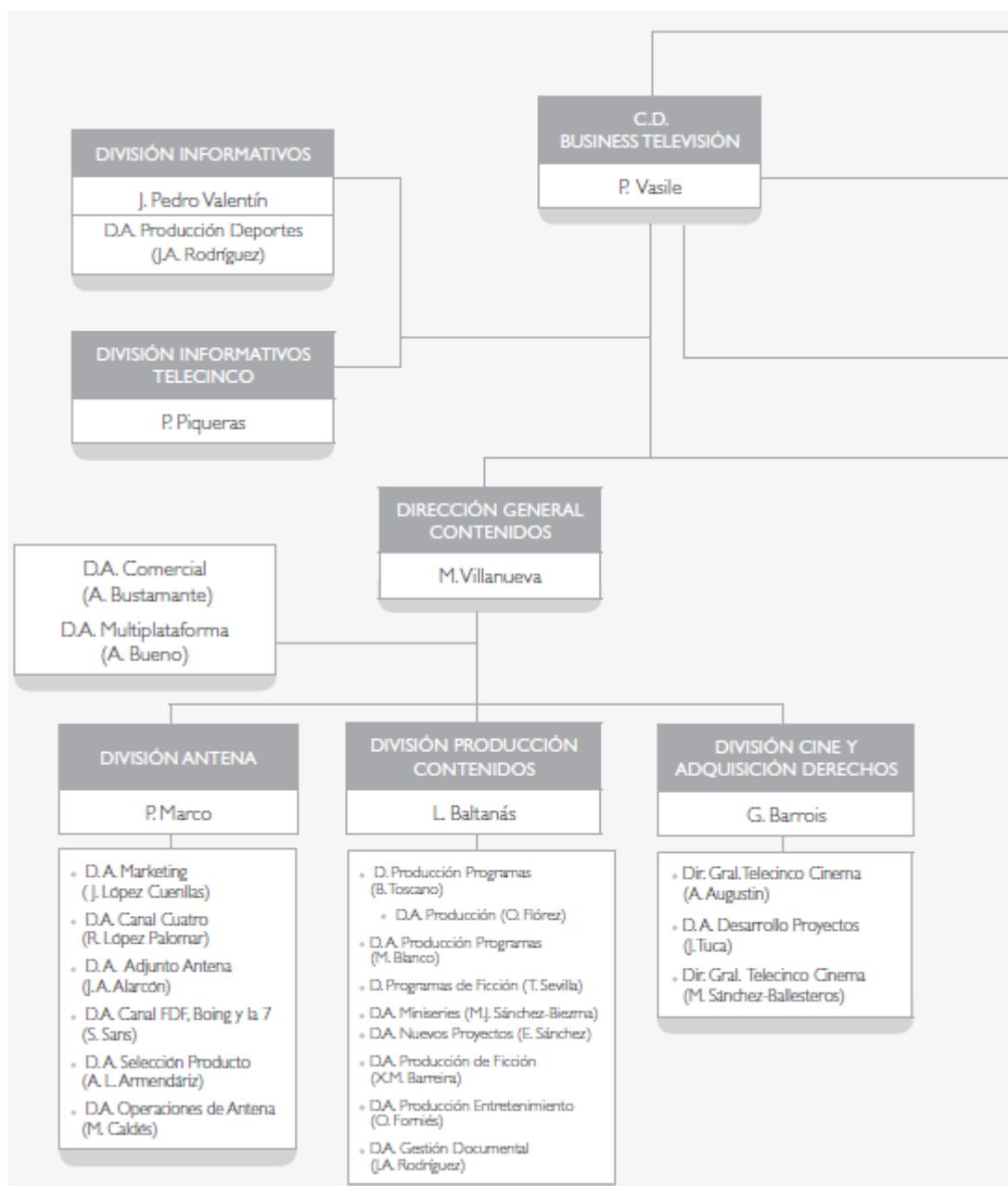


Fuente: adaptado Mediaset España (2013)

## 7.2.1 Composición de los órganos del gobierno

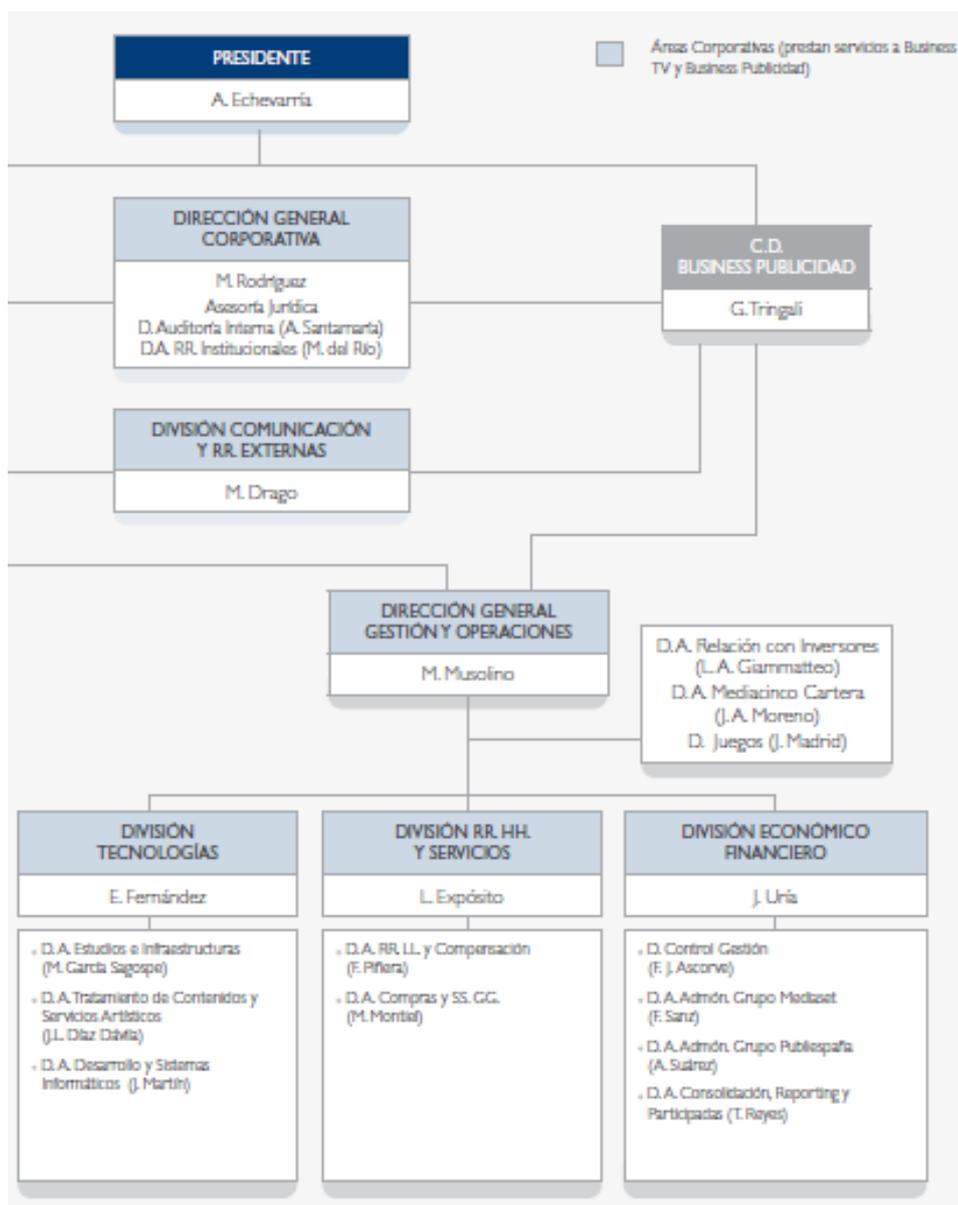
Por otro lado, la estructura general organizativa de la compañía se contempla en el siguiente organigrama:

Ilustración 43 Organigrama de Mediaset España



Fuente: Mediaset España (2013)

Ilustración 44 Organigrama Mediaset España

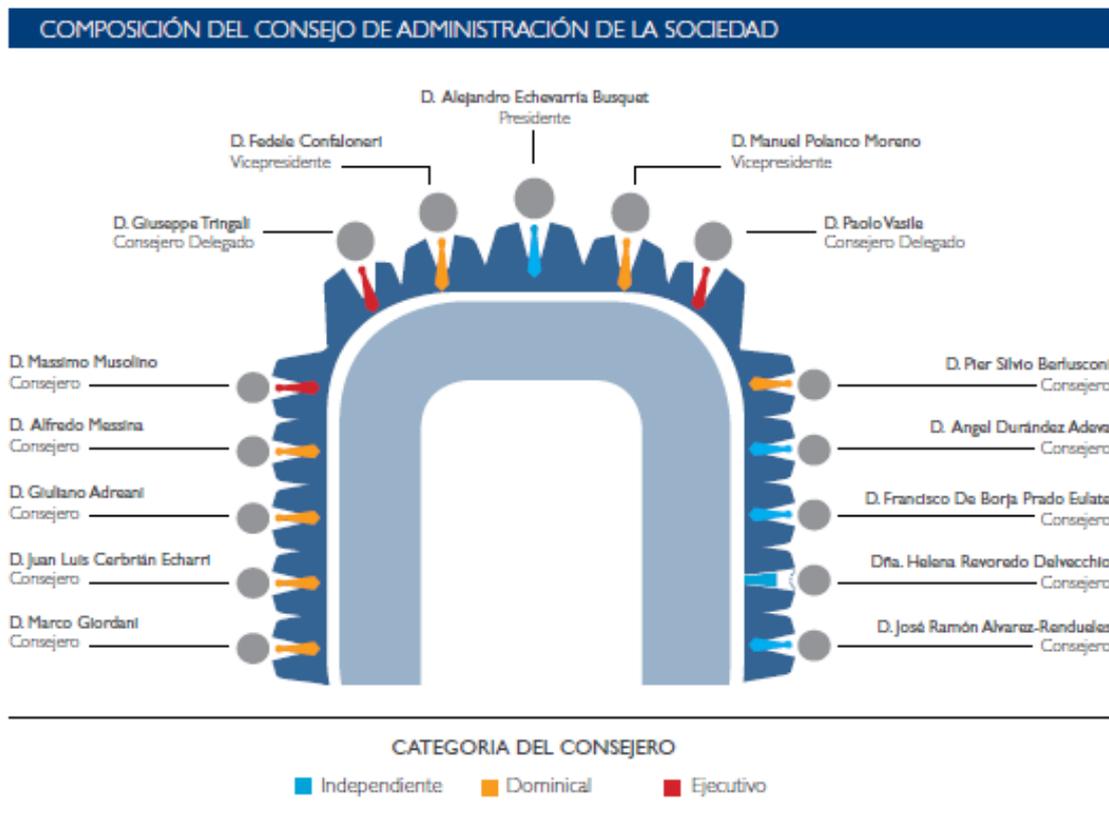


Fuente: Mediaset España (2013)

Como se puede observar, los órganos de gobierno de la Sociedad es la Junta General de accionistas, que representa a la totalidad de los accionistas y toma la mayoría de decisiones. Asimismo, se rige por lo dispuesto en la Ley, en los Estatutos Sociales y en el Reglamento de la Junta General de Accionistas de la compañía.

Por otro lado, el Consejo de Administración es el máximo órgano de decisión de la compañía, salvo en aquellas materias que le pertenecen a la Junta General de Accionistas.

Ilustración 45 Composición del consejo de Administración de la Sociedad

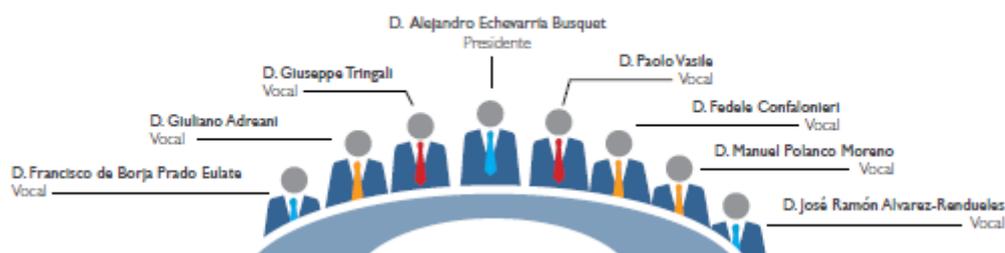


Fuente: Mediaset España (2013)

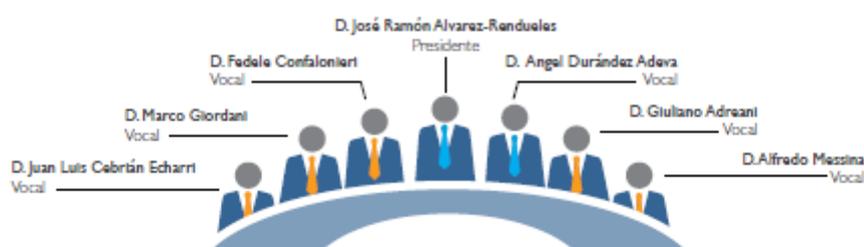
Y por último, las Comisiones que se crean en su seno; la Comisión Ejecutiva, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, todas ellas son presididas por Consejeros independientes y se regulan por lo establecido en el Reglamento del Consejo de Administración (que se inspira en las recomendaciones contenidas en el "Código Unificado del Buen Gobierno" y sus respectivos reglamentos).

## Ilustración 46 Comisiones del Consejo de Administración

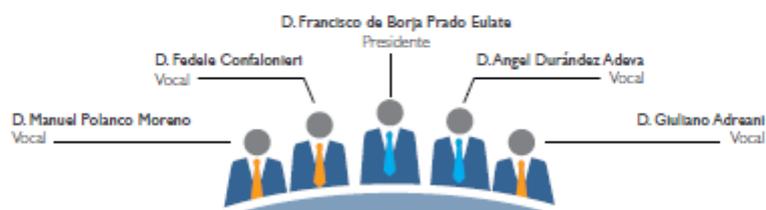
### Comisión Ejecutiva



### Comisión de Auditoría y Cumplimiento



### Comisión de Nombramientos y Retribuciones



#### CATEGORIA DEL CONSEJERO

■ Independiente ■ Dominical ■ Ejecutivo

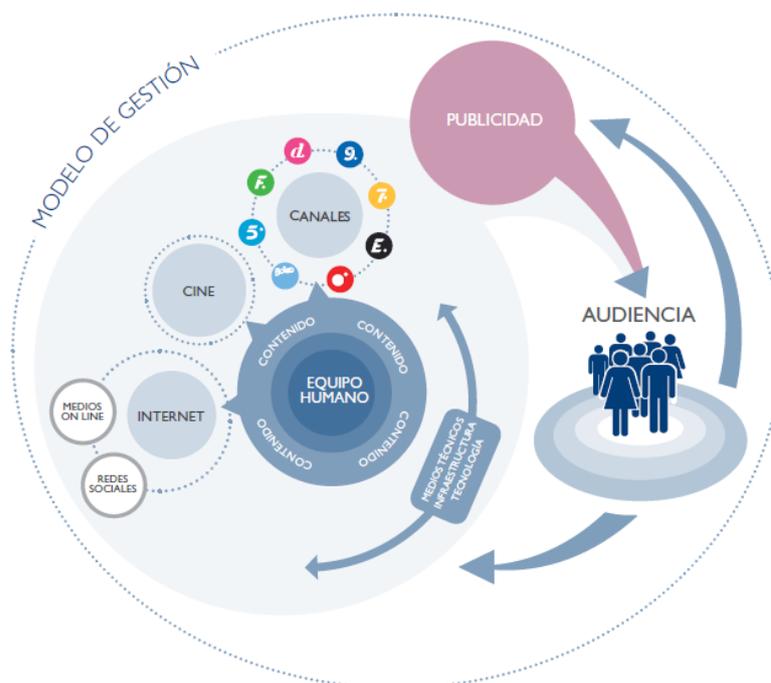
Fuente: Mediaset España (2013)

### 7.2.2 Estrategia y modelo de gestión de la organización

En lo que respecta a la estrategia y el modelo de gestión de la compañía, principalmente se sustenta en tres objetivos específicos: **i)** continuar siendo un negocio rentable ya que, en los últimos años ha acumulado un ahorro de costes operativos de 220,8 millones de euros y el objetivo del Grupo en el 2014 es mejorar dichos márgenes, **ii)** mantener el liderazgo en audiencia dado

que, el 2013 lo cerró con un 29% de cuota de audiencia en “total día/total individuos” y quiere seguir manteniéndolo, y por último **iii)** mantener el liderazgo en el mercado publicitario manteniendo las cuotas de mercado en la publicidad.

Ilustración 47 Modelo de gestión de la compañía



Fuente: Mediaset España (2013)

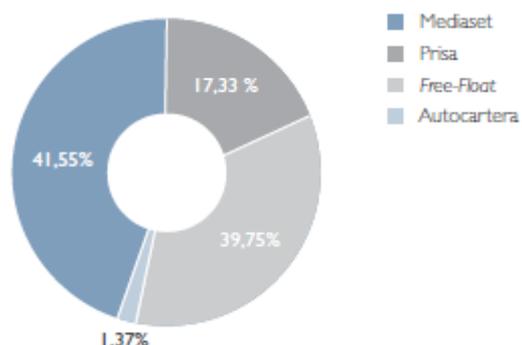
El modelo de gestión y los objetivos específicos que persigue la compañía en su estrategia de negocio se sustenta en las siguientes premisas: i) alinear el talento con la estrategia de negocio, ii) identificar las necesidades futuras de talento, iii) fomentar el compromiso de la plantilla y iv) retener el talento crítico. (Mediaset España, 2013)

La estructura de la plantilla que compone el Grupo de Mediaset España, se explicará más adelante, a la hora de llevar a cabo el análisis de los principales indicadores de desempeño desde una perspectiva de género. De todos modos, a grandes rasgos, cuenta con una plantilla media de 1308 personas, de las cuales, el 98% opera en la sede central de la compañía (Madrid).

Por otro lado, en lo que respecta la estructura accionista de la compañía, Mediaset España sigue poseyendo el 41,6% de las acciones y el Grupo Prisa, se convierte en el segundo principal

accionista con un 17,3% de participaciones. De este modo, el capital queda repartido de la siguiente manera:

Ilustración 48 Estructura accionarial de la compañía



Fuente: Mediaset España (2013)

La compañía sigue los criterios establecidos para las sociedades cotizadas ciñéndose a la regulación que establece la Comisión Nacional del Mercado de Valores e informando trimestralmente de los resultados a sus inversores.

### 7.2.3 Desempeño económico y financiero de la organización

En el último año, la compañía ha tenido un desempeño económico y financiero con cifras muy positivas, a pesar de la crisis que tiene el mercado publicitario actual dado el contexto económico que está sufriendo España. Asimismo, el activo no corriente del año 2013 ha sido de 1.384.686 millones de euros, frente a un activo corriente de 349.920 millones de euros, a dispuesto de un activo total de 1.734.606 millones de euros.

De este modo, el patrimonio neto de dicha compañía ha sido de 1.431.376 millones de euros frente a un pasivo no corriente de 20.447 millones de euros y un pasivo corriente de 282.784 millones de euros. Cifras que cierran el año con un pasivo total de 1.734.607 millones de euros, un resultado totalmente equitativo al total del activo corriente de la organización.

El Grupo Mediaset España ha obtenido unos ingresos netos de explotación de 826,8 millones de euros de los cuales, 756,6 millones de euros han sido costes operativos y el resultado neto del grupo (únicamente atribuible a los accionistas de la sociedad dominante) ha sido de 4,2 millones de euros netos.

Ilustración 49 Desempeño económico y financiero

	2.011	2.012	2.013
ACTIVO NO CORRIENTE	1.542,170	1.454,909	1.384,686
ACTIVO CORRIENTE	417,252	312,260	349,920
TOTAL ACTIVO	1.959,422	1.767,169	1.734,606
	2.011	2.012	2.013
PATRIMONIO NETO	1.425,836	1.420,899	1.431,376
PASIVO NO CORRIENTE	34,894	31,164	20,447
PASIVO CORRIENTE	498,692	315,106	282,784
TOTAL PASIVO	1.959,422	1.767,169	1.734,607

Fuente: Mediaset España (2013)

Bajo este contexto, MediaSet España se convierte en uno de los grupos de comunicación a nivel nacional más destacados y rentables de Europa. El grupo audiovisual cerró el año 2014 con unos datos en audiencia que lo convirtieron en líderes en televisión (30,7%), un tráfico en Internet de 10 millones de usuarios mensuales, y una participación muy activa por parte de los usuarios en las distintas plataformas sociales que tiene 56% de comentarios sobre la cadena televisiva.

La compañía, emitió un comunicado de prensa en febrero del 2015 en el que informaba que se sitúa entre las empresas más rentables del sector a nivel nacional, obteniendo un beneficio neto de 59,5M€ en el año 2014.

## Ilustración 50 Comunicado de prensa Mediaset España

Mediaset España, líder en cuota de mercado y facturación, registra el mayor crecimiento porcentual de su historia en los márgenes operativos

La compañía ha concluido 2014 con un **crecimiento en el EBITDA ajustado de un 87,9% hasta los 163,9M€ con un margen sobre ingresos netos del 17,6%**. Por su parte, el **EBIT se ha incrementado un 106,3%, duplicando ampliamente la cifra obtenida en 2013 (70,2M€) hasta alcanzar los 144,8M€**, lo que se traduce en un **margen sobre ingresos netos del 15,5%**. En ambos casos los márgenes operativos experimentan un crecimiento superior a los 7 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Los **ingresos netos totales han ascendido hasta los 932,1M€**, cifra que representa un **incremento del 12,7%** respecto a los ingresos del último periodo anual. De esta cifra, **889,2M€ corresponden a ingresos brutos por publicidad**, que han experimentado un **crecimiento del 10,8%**. Con un incremento del 11,6%, los **ingresos netos por publicidad se han situado en 855,7M€**.

Con un **44,2%** Mediaset España **ha confirmado un año más su liderazgo en la cuota de mercado publicitario en televisión**, segmento en el que también ha crecido (+12,2%) por encima de la media de la televisión (11%), según Infoadex.

Gabinete de Prensa Mediaset España (2015)

Como se ha podido comprobar, los resultados de la compañía han sido muy positivos, a pesar de la caída que ha sufrido el mercado publicitario, en el contexto social y económico en el que se encuentra España.

### 7.3 Análisis de MediaSet desde la perspectiva de género

Tras el análisis general del perfil de la organización, a partir de los indicadores que incluyen la igualdad de género en las organizaciones, se examinará si el grupo Mediaset España los incorpora en su Informe Corporativo.

Los indicadores que establece GRI, sirven de precedente a la hora de identificar la situación que tienen las mujeres respecto a los hombres en el ámbito del empleo, y más concretamente, en aspectos como la diversidad e igualdad de oportunidades, la igualdad en la retribución y la no discriminación. No obstante, a pesar de que sirven para mostrar algunas situaciones de desigualdad entre mujeres y hombres, en muchos casos, no garantiza que se muestre la realidad que sitúa a ambos colectivos en posiciones desfavorables, dónde se siguen perpetuando situaciones de desigualdad entre sexos.

Ilustración 51 Indicadores que incluyen la perspectiva de género

<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO</b>		
<b>Enfoque de gestión</b>	<b>Pág.</b>	<b>Descripción</b>
<b>Aspecto: Empleo</b>		
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo. Comentario adicional media.	109-114	En el Informe Corporativo de la compañía se contemplan todos los datos que estipula la Guía G4 en cuanto a tipo de empleo, contrato, región y sexo y se aprecia una contratación equitativa en cuanto al número de mujeres y hombres contratados por la compañía.
LA 3 Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	126	Se aprecia una tabla con la tasa de retorno al trabajo después del permiso parental desglosados por sexo en el que se, según los datos, la compañía respeta y facilita la conciliación de la vida laboral y personal de sus empleados, indistintamente del sexo.
<b>Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
L12 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	111-114	Se contemplan todos los ítems que establece la Guía en referencia a la composición de la plantilla desglosada por categoría, sexo, edad y pertinencia y se aprecia una equidad en la contratación de mujeres y hombres. No obstante, hay ciertas desigualdades en los puestos de mayor responsabilidad, los cuales son mayoritariamente ocupados por hombres.
<b>Aspecto: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>		
L 14 Relación entre el salario de los hombres con respecto a las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	121-122	No se contemplan cifras específicas en relación al salario de los hombres respecto las mujeres pero se explica el compromiso que asume la organización para que haya un trato igualitario en la retribución, indistintamente del sexo.
<b>Aspecto: No discriminación</b>		
Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	119-126	La compañía incluye en su Informe Corporativo un apartado específico sobre la Igualdad de oportunidades y no discriminación, cuentan con diversos Planes de Igualdad y sus correspondientes canales de comunicación para difundirlos, así como responsables de medir y evaluar el cumplimiento de los mismos. Además, cuentan con un Comité de la igualdad y un Código Ético que recoge la garantía y el respeto del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación en cualquier índole

Fuente: elaboración propia

### 7.3.1 Aspecto: Empleo

En primer lugar, en el aspecto del empleo, la compañía cuenta con una plantilla media de 1308 trabajadores/as con un promedio de edad que comprende los 42 años y una antigüedad de 14 años. El 98% de trabajadores cuentan con un contrato indefinido, hay un índice de incorporación de 16 personas/año y el 49,6% de la plantilla está compuesta por mujeres.

Ilustración 52 Desglose colectivo de trabajadores/as

	2011	2012	2013
Plantilla media (nº de personas) <sup>(1)</sup>	1.390	1.360	1.308
Plantilla al final del periodo (nº de personas) <sup>(1)</sup>	1.378	1.335	1.292
Promedio de edad (años) <sup>(2)</sup>	40,63	41,52	42,48
Antigüedad media (años) <sup>(3)</sup>	11,93	12,78	13,87
Proporción de empleo femenino (%) <sup>(2)</sup>	49,35	49,41	49,62
Proporción de trabajadores con contrato indefinido (%) <sup>(1) y (2)</sup>	98,50	97,60	98,5
Incorporaciones <sup>(1)</sup>	26	10	16
Índice de rotación <sup>(1) y (4)</sup>	0,79	0,44	0,15

Fuente: Mediaset España (2013)

A grandes rasgos, estos datos afirman que, el grupo Mediaset España apuesta por la contratación equitativa de mujeres y hombres a la hora de crear un buen equipo humano. También se contempla un índice de rotación muy bajo, y por lo tanto, el personal que trabaja en dicha organización tiende a tener una antigüedad elevada, la cual cosa, puede significar que los empleados tienen buenas condiciones de trabajo y apuestan por construir y mantener su carrera profesional durante años en el grupo.

En lo que respecta la distribución geográfica, se trata de una compañía que opera a nivel nacional, con una contratación muy centralizada en Madrid, donde se encuentra la sede central de la organización, con un total de 1258 trabajadores/as. Le sigue Barcelona, con un 1,8% del total de la plantilla y un total de 24 trabajadores, Bilbao con un 0,3% y otras sedes (no explicitadas) con un 0,46%.

Ilustración 53 Distribución geográfica de la plantilla



Distribución Geográfica	% sobre Total	Personal
BARCELONA	1,86%	24
BILBAO	0,31%	4
MADRID	97,37%	1.258
OTRAS SEDES	0,46%	6
TOTAL		1.292

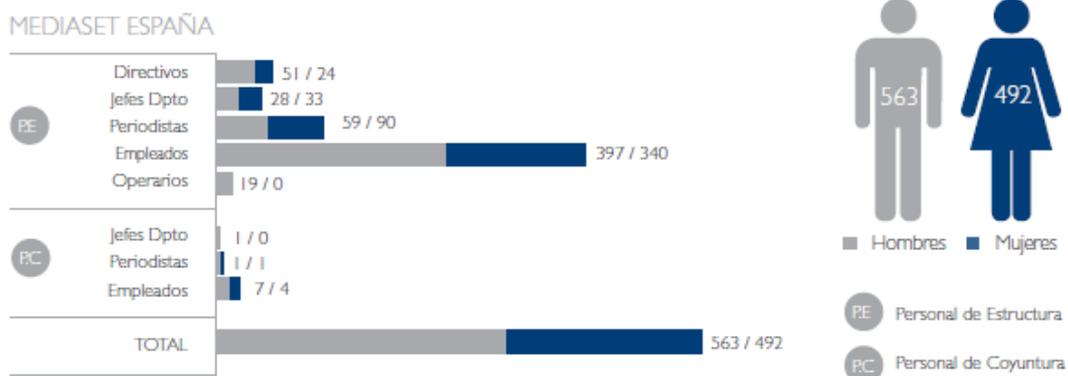
Alcance: Grupo Mediaset. Datos a 31 de diciembre de 2013.

Fuente: Mediaset España (2013)

En referencia a la categoría laboral y el sexo del equipo humano de la compañía, hay un total de 563 hombres respecto a un total de 492 mujeres, cifras que evidencian se trata de una organización cuyo tejido empresarial es más productivo y competitivo, a la hora de contratar a sus empleados por las habilidades y competencias que puedan tener. Además, están contribuyendo en la creación de una sociedad más igualitaria y justa eliminando la discriminación por motivos de sexo.

Sin duda, la diversidad profesional, reporta grandes beneficios a las compañías que apuestan por la contratación equitativa de mujeres y hombres. La creación de equipos de trabajo mixtos, fomenta la creatividad y potencia el ambiente en trabajo. En general, las mujeres tienden a crear entornos de trabajo más participativos, ya que, la lucha por el poder y la posición (estereotipo masculino) pasa a un segundo plano para ellas.

Ilustración 54 Distribución de la plantilla por categoría laboral y por sexo



Fuente: Mediaset España (2013)

En referencia a los niveles de incorporación del personal tras la baja por maternidad o paternidad, la compañía establece en su Informe Corporativo que en todos los casos en los que se ha disfrutado de un permiso parental se ha producido la reincorporación y retención del puesto de trabajo de una manera equitativa.

Ilustración 55 Tasa de retorno al trabajo y retención después de la baja parental

	2011	2012	2013
Nº de mujeres que han tenido permiso parental en 2013	52	59	39
Nº de hombres que han tenido permiso parental en 2013	30	42	30

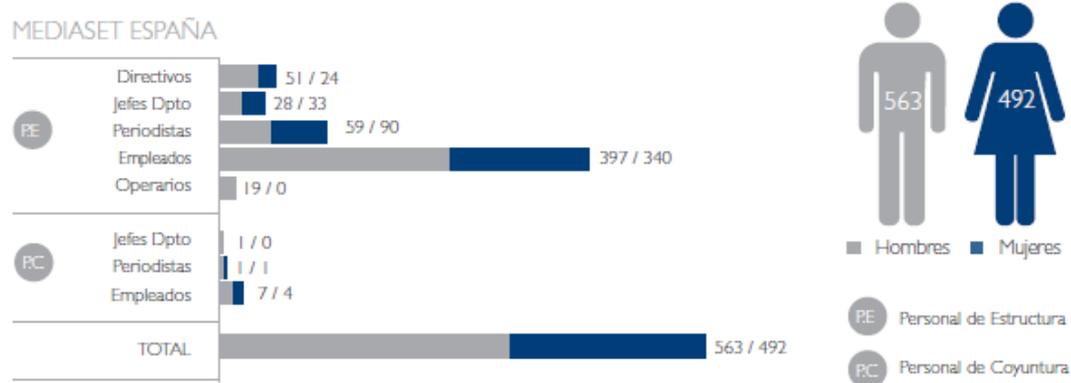
Fuente: Mediaset España (2013)

Como se puede observar, aparentemente parece ser que las mujeres contratadas por esta compañía, no deben temer a la posible pérdida de su empleo por el hecho de quedarse embarazadas o tener intenciones de ser madres en un futuro, y cada vez son más los hombres que disfrutan de un permiso parental en los primeros meses de vida de sus hijos, hecho que, años atrás, parecía ser únicamente un sacrificio de las mujeres, a la hora de conciliar la vida profesional con la laboral.

### 7.3.2 Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades

En cuanto al aspecto de diversidad e igualdad de oportunidades, hay ciertas discrepancias en los cargos de mayor responsabilidad. Los cargos directivos son ocupados mayoritariamente por hombres (51) respecto a las mujeres que ocupan la mitad (24). Por otro lado, hay un mayor número de mujeres periodistas (90) respecto a hombres (59) y una equidad en puestos de jefes/as de departamento con (33) mujeres y (28).

Ilustración 56 Distribución de la plantilla por categoría laboral y por sexo



Fuente: MediaSet España (2013)

Como se puede observar, los puestos ocupados por mujeres pueden verse, de manera directa o indirecta, condicionados por la maternidad de las mismas. Uno de los factores que afecta en las mujeres en el acceso a puestos de mayor responsabilidad es la flexibilidad horaria, principalmente cuando demandan jornada reducida o intensiva para poder conciliar responsabilidades familiares y laborales. Normalmente, la mayoría de las mujeres tienen que hacer frente a la ardua tarea de conciliar la vida laboral con las labores familiares, hecho que hace que, tiendan a ser colocadas en cargos laborales de categoría inferior (como se puede apreciar en los cargos directivos, que en el mayor de los casos, son ocupados por hombres) y por lo tanto, se les ofrezcan menores oportunidades de ascenso.

Las oportunidades que pierden las mujeres en el ámbito profesional no sólo representan una pérdida económica a largo plazo para ellas y sus familias. La discriminación resulta cara la sociedad en general, ya que, en términos acumulativos, hay una pérdida de las contribuciones económicas que reportan las mujeres.

En este contexto, a pesar de que existan barreras a la hora de conseguir la igualdad de mujeres y hombres en puestos directivos, ante la dificultad de conciliar la vida laboral y familiar, la cultura organizativa totalmente jerarquizada y tradicional que tienen las empresas y otros factores que garantiza la igualdad de oportunidades y de trato, entre otros, las empresas deberían integrar en los objetivos de la empresa la presencia de las mujeres en puestos directivos.

Por otro lado, se contempla un reparto equitativo en puestos de Jefes de departamento, con (33) mujeres frente a (28) hombres y puestos de empleados con (340) mujeres respecto a (397) hombres. En este sentido, se puede plantear la hipótesis de que, existe una mayor flexibilidad horaria, al tratarse de puestos que no requieren de una disponibilidad horaria las 24 horas del día, y por lo tanto, hay más igualdad de oportunidades a la hora de contratar a ambos sexos.

Siguiendo en la misma línea, en el ámbito periodístico, hay (90) mujeres frente a (59) hombres, datos que confirman que cada vez hay un número mayor de mujeres en los medios de comunicación. La periodista María Elvira García, afirma que “Ellas quieren hacer periodismo para denunciar, lo hacen por congruencia, porque creen que es lo que deben hacer”.

Al parecer, la experta aboga en la idea de que, las mujeres, en general, tienden a tratar más temas de interés social, como por ejemplo, la violencia de género, el maltrato infantil, el abuso sexual, entre otros.

Los medios de comunicación son el espejo de la sociedad y, que se produzca una contratación igualitaria en este sector, construye una sociedad más justa, sin prejuicios. Por ejemplo, si sólo los hombres ocupan las redacciones, se masculiniza la sociedad, creándose un mundo dominado por ellos. De este modo, los medios de comunicación ejercen un rol muy importante a la hora de promover la igualdad, abordando temas de género que manifiesten la necesidad de lograr la igualdad de oportunidades entre géneros.

Por último, se destaca la categoría de operarios, compuesta únicamente por (19) hombres, un dato que vuelve a mostrar, la masculinización de las profesiones, al tratarse de un oficio que tradicionalmente ha sido ocupado por el sexo masculino.

No obstante, a pesar de encontrar algunas discrepancias en según qué categoría profesional de la compañía, se puede decir que, Mediaset España, en general, promueve la igualdad de oportunidades y de trato a la hora de contratar al personal que forma parte de su plantilla.

Por otro lado, en lo que respecta el número de personas que han tenido una reducción de jornada en la compañía en el año 2013, se contemplan unas cifras bastante desiguales entre

hombres (11) cuya reducción es prácticamente nula en comparación la que han tenido mujeres (117).

Ilustración 57 Número de personas con reducción de jornada en el año 2013

EMPRESA	Nº DE PERSONAS CON REDUCCIÓN	HOMBRES	MUJERES
MEDIASET ESPAÑA	100	10	90
TELECINCO CINEMA	0	0	0
MEDIACINCO CARTERA	1	0	1
CONECTA 5	0	0	0
PREMIERE MEGAPLEX	0	0	0
PUBLIESPAÑA	25	1	24
PUBLIMEDIA GESTIÓN	2	0	2
INTEGRACIÓN TRANSMEDIA	0	0	0
TOTALES	128	11	117

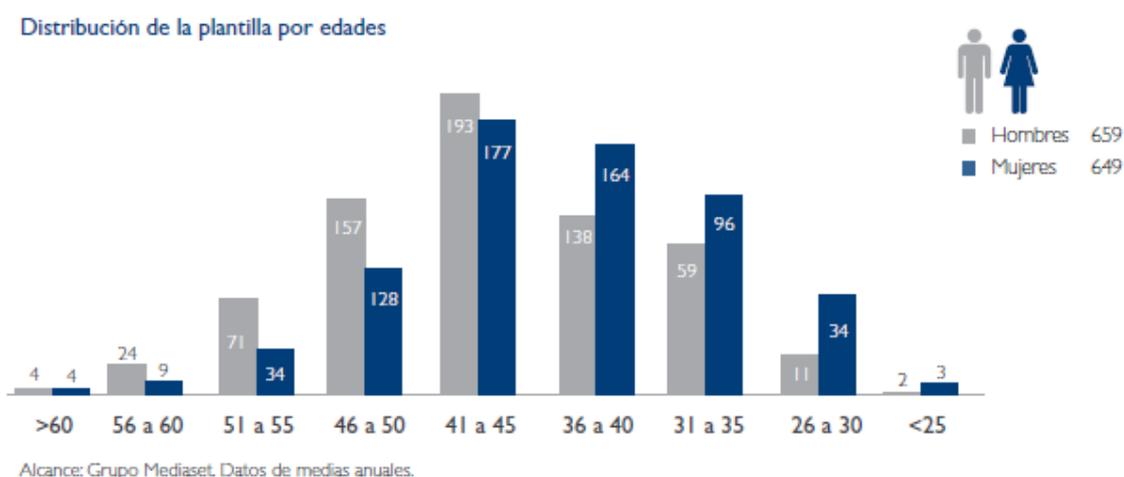
Alcance: Grupo Mediaset. Datos a 31 de diciembre de 2013

Fuente: Mediaset España (2013)

Como se puede observar, estos datos afirman que, el número de mujeres que desarrolla su actividad a tiempo parcial es superior al de los hombres, y por lo tanto, el trabajo a jornada parcial sigue siendo un trabajo fuertemente feminizado. Así lo demuestran las cifras de esta compañía y las estadísticas. Si bien, el acceso a este tipo de contratos debería desligarse de la discriminación por razones de sexo, no se puede obviar que, el trasfondo viene dado por la desigualdad de oportunidades entre mujeres y hombres que siempre ha existido (y sigue existiendo) en la esfera doméstica y profesional.

En referencia a la edad de la plantilla, como se ha mencionado anteriormente, la media se encuentra en los 42 años. Aún y así, hay una cierta equidad en edades que van de los 31 a los 35 y de los 46 a los 50 años, a diferencia de edades más tempranas o superiores a los 50 años, en la que la contratación es prácticamente nula, si se compara con el resto.

## Ilustración 58 Distribución de la plantilla por edades



Fuen-

te: Mediaset España (2013)

Como indica la ilustración, al tratarse de una plantilla compuesta por trabajadoras y trabajadores con una edad media de 41 años, se puede decir que, que se encuentran en la fase de madurez, en la que saben cuál es su función en la compañía y se focalizan en mantener los logros conseguidos a lo largo de su trayectoria profesional.

Normalmente, en edades más tempranas, de menos de 30 años el perfil de un empleado/a es de aprendiz, a la hora de averiguar cuáles son sus intereses y habilidades para encajar en un empleo. A diferencia de edades comprendidas entre los 30 y los 40 años, en el que el objetivo puede ser el crecimiento personal, obteniendo ascensos o seguridad laboral.

Asimismo, Mediaset España cuenta con una plantilla con varios años de experiencia laboral, y por lo tanto, se puede decir que, tienen un amplio conocimiento del puesto de trabajo que desempeñan. También, se deberían conocer la esencia de la organización y tener profundamente integrados los valores y las estrategias que persigue la compañía. Desde esta óptica, es muy importante que la organización desarrolle prácticas que sigan fomentando las habilidades de sus empleados, para que no se queden obsoletas

Por último, en el aspecto de Diversidad e igualdad de oportunidades, se encuentra un indicador que hace referencia a la relación de salario entre mujeres y hombres. En el Informe Corporativo

de la compañía no aparece ningún dato que especifique un sueldo equitativo entre sexos. No obstante, afirman que, existe un trato igualitario a todos sus trabajadores atendiendo a la categoría laboral a la que pertenecen. Las distintas empresas que forman el Grupo disponen de unos Convenios Colectivos que recogen oficialmente las tablas salariales aplicables para cada una de las categorías profesionales y desarrollan el régimen retributivo aplicable, en el que se indican los complementos salariales y las condiciones de los mismos.

### 7.3.3 Aspecto: No discriminación

El Informe Corporativo de MediaSet incluye un apartado en el que, en materia de igualdad de oportunidades, asumen el compromiso –la Dirección y Representación Social de la compañía – de no discriminar por razones de sexo u otro motivo susceptible a generar algún tipo de discriminación. En esta óptica, a lo largo del 2013 han incluido planes de igualdad para poder prevenir cualquier situación discriminatoria en el ámbito laboral, para las distintas empresas que forman el grupo.

Ilustración 59 Planes de igualdad de Mediaset España

EMPRESA	POLÍTICA	VIGENCIA
MEDIASET ESPAÑA	III PLAN DE IGUALDAD	Ejercicio 2013
	PROC. GESTIÓN RIESGO PSICOS.Y ACOSO	Desde noviembre 2009
PUBLIESPAÑA Y PUBLIMEDIA	IV PLAN DE IGUALDAD	Ejercicio 2013
	PROC. GESTIÓN RIESGO PSICOS.Y ACOSO	Desde mayo 2010
CONNECTA 5	IV PLAN DE IGUALDAD	Ejercicio 2013
	PROC. GESTIÓN RIESGO PSICOS.Y ACOSO	Desde noviembre 2009
MEDIACINCO CARTERA Y TELE CINCO CINEMA	PROC. GESTIÓN RIESGO PSICOS.Y ACOSO	Desde noviembre 2009
PREMIERE MEGAPLEX	I PLAN DE IGUALDAD	01/06/2013 a 31/12/2013
	PROC. GESTIÓN RIESGO PSICOS.Y ACOSO	Desde junio 2013

Fuente: Mediaset España (2013)

La compañía establece que, con la creación y aplicación de planes de igualdad, garantizan el respeto de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en todos los ámbitos laborales. De este modo, están respetando el derecho de conciliación de la vida laboral y familiar y, a la misma vez, contribuyen y fomentan la cultura de la igualdad de oportunidades en todos los niveles de la organización. Asimismo, cuentan con mecanismos de prevención y actuación ante situaciones de riesgo psicosocial y situaciones de acoso en el ámbito laboral.

En los Planes de Igualdad que tienen, han establecido unos objetivos específicos que cubren las siguientes áreas de actuación: **i)** acceso al empleo y desarrollo profesional **ii)** conciliación de la vida personal/familiar con la laboral **iii)** clasificación profesional y comunicación. A la hora de definir dichos objetivos, se han basado en los resultados de un previo análisis que llevan a cabo en las distintas empresas del Grupo.

Los Planes de Igualdad de la organización, contienen medidas de evaluación y seguimiento para contribuir a su correcta aplicación y cumplimiento, así como para analizar el logro de los objetivos planeados. De este modo, es tarea de la Comisión de la Igualdad velar por su correcta aplicación, realizar un seguimiento y evaluar el cumplimiento de los objetivos dicho plan. Asimismo, la Comisión está compuesta por ocho miembros: cuatro representantes de la empresa, y cuatro representantes sociales, de los cuales cuatro son mujeres y cuatro hombres.

Mediaset España firmó un acuerdo en marzo de 2013 con la Comisión de Igualdad en la que se adoptó el texto del Plan de Igualdad a las mejoras que fueron acordadas en el X Convenio Colectivo de la compañía. Entre esas mejoras, se incluía: **i)** flexibilidad en la pausa de comida, **ii)** horario especial intensivo en Navidad y Semana Santa, **iii)** fraccionamiento de los tres días de asuntos propios, **iv)** aplicación del sistema de retribución flexible y **v)** orden de prioridad más equitativo en el turno de vacaciones.

Por otro lado, todas aquellas materias relativas a la igualdad de oportunidades y no discriminación, así como aspectos relacionados con la conciliación de la vida familiar y profesional, son gestionadas por la Dirección de Área de Relaciones Laborales y Compensación. La figura del

Agente de Igualdad se contempla en todos los Planes de Igualdad que tiene la compañía para garantizar la igualdad de oportunidades de sus empleados.

En los Planes de Igualdad, se recogen medidas de conciliación entre la vida profesional y personal, para aportar una mayor flexibilidad a sus empleados. Algunas de las medidas que se incluyen en dichos planes, son las siguientes: i) maternidad, ii) lactancia, iii) protección al embarazo, iv) fraccionamiento de permiso retribuido, v) flexibilidad horaria, vi) adelanto de días de vacaciones del año siguiente, vii) bolsa de horas retribuida, viii) permiso retribuido, ix) permiso para asuntos particulares, entre otros.

En referencia a la prevención de situaciones de acoso en el ámbito laboral, la compañía cuenta con un Procedimiento para prevenir y eliminar el acoso sexual y la discriminación por razones de sexo. Dicho Procedimiento aborda principalmente las siguientes materias: i) Declaración empresarial de principios de igualdad de trato y no discriminación, ii) Medidas preventivas orientadas a actuar en el origen de los riesgos, iii) Desarrollo de procedimientos de intervención específicos y iv) Seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo.

Por otro lado, la compañía cuenta con un Código Ético, que es aplicable y de obligado cumplimiento en todos los empleados, directivos y Consejo de Administración. Dicho Código, recoge la garantía y el respeto del principio de oportunidades y no discriminación de cualquier índole, especialmente en materia de empleo, formación y promoción del personal.

Mediaset España, en su Informe Corporativo declara y asume el compromiso de aplicar:

“Una política de “tolerancia cero” respecto de cualquier comportamiento abusivo, humillante, ofensivo o que pueda ser calificado como acoso, tanto físico como psicológico, especialmente aquellos basados en motivos de raza, color, sexo, religión, origen étnico, nacionalidad, edad, situación personal y familiar, orientación sexual, discapacidad, estado físico o cualquier otro comportamiento prohibido por la Ley” (Mediaset España: 2013)

Disponen de una Auditoría Interna y un Departamento de Recursos Humanos que se encarga de controlar el cumplimiento del Código Ético, mediante la aplicación de diversos procedimientos

de control, que permiten detectar posibles incumplimientos o identificar áreas que se puedan mejorar y, en consecuencia, tomar las medidas correctivas necesarias.

Para ello, la compañía cuenta con distintos canales de comunicación para difundir todos aquellos temas relacionados con la igualdad y la no discriminación, principalmente a través de circulares informativas, la intranet corporativa y el Portal del Empleado, en el que existe un apartado específico de "Igualdad" y en el que se encuentran publicados todos los Planes de Igualdad y los Procedimientos para la Gestión de Riesgos Psicosociales y situaciones de Acoso en el trabajo, lo que garantiza que haya una comunicación efectiva por parte de toda la plantilla.

Como se puede comprobar, por los datos que se muestran en el Informe Corporativo de Media-set España, se trata de una compañía que aparentemente incluye la perspectiva de género en sus estrategias de RSC y por lo tanto, la igualdad forma parte tanto de los objetivos estratégicos como de la estrategia genérica de la organización. Así, del mismo modo que se crean planes estratégicos para diseñar la estrategia de la organización, la igualdad también se debe trasladar en acciones concretas. Es por ello que, se ha podido observar como la compañía, ha creado distintos mecanismos, tanto para promover los Planes de Igualdad, como para medirlos y velar por el cumplimiento de los mismos.

Como se ha mencionado anteriormente, no se puede obviar que, los medios de comunicación tienen un gran poder a la hora de influir en las personas ya que, crean y reproducen modelos estereotipados que inciden en el conjunto de la sociedad. La imagen que suelen transmitir los medios de comunicación de la mujer, sigue siendo una imagen muy estereotipada. En la mayoría de los casos las mujeres son representadas como seres inferiores, con una actitud victimizada y dramática, o como objeto sexual y consumista.

En este contexto, Global Reporting Initiative ha elaborado un suplemento adicional para los medios de comunicación, en su guía para la elaboración de informes de sostenibilidad, que responde a las necesidades específicas a la hora de abordar la responsabilidad social de las empresas.

Asimismo, uno de los objetivos de la guía es, abordar qué papel tienen los medios de comunicación en la sociedad desde el ámbito de la RSC, mediante la transparencia y la rendición de cuentas, teniendo en cuenta el poder que tienen las organizaciones de medios en la sociedad, por el impacto que provocan y la influencia de los contenidos que emiten.

Bajo esta óptica, señalan que, la libertad de expresión, que tal y como establece el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

La guía señala que, las organizaciones que se dedican al sector de los medios de comunicación ejercen la libertad de expresión y que, de alguna manera, se convierten en herramientas para que la sociedad ejerza de este derecho. Por eso, tienen un papel muy importante a la hora de promover y contribuir a la libertad de expresión, siempre y cuando exista una ética en la responsabilidad de difundirla.

Señala otro aspecto muy importante, como lo es la representación de los derechos humanos de la sociedad, a la hora de abordar la representación de los grupos más vulnerables, en el que se incluye a las mujeres. Para ello, establece que, se deben proteger todos los individuos para que no se produzcan situaciones de discriminación mediante el contenido que puedan difundir los medios de comunicación.

También se destaca el poder informativo y educativo que tienen los medios de comunicación, a la hora de garantizar una sociedad democrática informada, sobre todos aquellos asuntos que puedan afectar a sus vidas. Además, enfatizan en la necesidad de reflejar y promover el pluralismo y la diversidad en la sociedad, para que no se produzcan desigualdades y haya una cohesión social.

La guía hace referencia explícita al artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos humanos, en el que se establece que: “Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y de participar en el progreso científico que de él resulten” Asimismo, el artículo 2 de la Convención de la UNESCO sobre la Protección y la Promoción de Expresiones Culturales señala que: ‘Sólo se podrá proteger y promover la diversidad cultural si se garantizan los derechos humanos y las libertades fundamentales como la libertad de expresión, información y comunicación, así como la posibilidad de que las personas escojan sus expresiones culturales”.

Además, señala que el Artículo 4 de la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural establece que:

“La defensa de la diversidad cultural es un imperativo ético, inseparable del respeto de la dignidad de la persona humana. Ella supone un compromiso a respetar los derechos humanos y las libertades fundamentales (...) Nadie puede invocar la diversidad cultural para vulnerar los derechos humanos garantizados por el derecho internacional, ni para limitar su alcance”

Bajo este contexto, se pone en relieve el papel de los medios de comunicación a la hora de respetar y difundir los derechos humanos y las libertades fundamentales de la sociedad. De hecho, “La Convención Mundial de Derechos Humanos de Viena, en 1993 o la Declaración de Bejín en 1995, son instrumentos jurídicos que se han elaborado teniendo en cuenta la relación entre los medios de comunicación y los derechos humanos.

#### **7.3.4 La política de Responsabilidad Social de MediaSet España**

En este apartado, se abordará en líneas generales, la política de responsabilidad social de la compañía bajo el nombre de “12 meses 12 causas”, dedicada desde hace quince años, a llevar a cabo campañas de sensibilización y concienciación causas afectan a la sociedad.

“12 meses 12 causas” es una iniciativa solidaria de Telecinco que nació en el año 1999, en la que la compañía asumió el compromiso voluntario de incluir en sus contenidos, diferentes causas sociales a lo largo de un año, a través de la emisión de programas y galas en las que se sensibi-

liza a la población y se recaudan fondos para una buena causa. Asimismo, se han difundido distintas causas sociales, como por ejemplo, la lucha contra el cáncer, la drogadicción, la conducción responsable, la buena alimentación, entre muchos otros temas de interés social.

En este contexto, la organización ha dado una gran continuidad a lo largo de los años a este tipo de acciones sociales, creando un valor añadido y diferenciador. “12 meses 12 causas”. Se trata de una iniciativa innovadora y creativa que pone de manifiesto la preocupación y la vinculación de la cadena con los problemas sociales que existen en la sociedad. De este modo, se convierte en un producto audiovisual que, al elaborarse y difundirse en un medio de comunicación, tiene una gran capacidad de influir en la audiencia, a la hora de promover cambios de comportamiento o concienciar y sensibilizar sobre un problema. Y, a su vez, genera valores positivos en los espectadores asociados a organización, al ver cómo trata problemas y preocupaciones sociales, la cual cosa, se traduce en una mejora del posicionamiento y reputación respecto a otras cadenas de televisión.

Bajo esta óptica, “Doy la cara” es la última campaña de concienciación social que está emitiendo la compañía a favor de la igualdad de género. Se trata de una iniciativa que tiene como objetivo promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

La difusión de la campaña se ha llevado a cabo mediante tres fases. En la primera fase, se emitieron dos spots institucionales en el que se unen mujeres y hombres a favor de la igualdad. Asimismo, en uno de ellos, aparece una mujer anónima y joven con un argumento, que alude a la capacidad que tiene como mujer, de afrontar retos y superar cualquier tipo de barrera, con una voz en off que relata:

“Puedo ir muy maquillada con máscara y corrector. Sin nada, a cara lavada. O con esta cara de recién levantada salgo a correr... Haga lo que haga soy una mujer que siempre da la cara para superar mis miedos y enseñarle al mundo quién soy. Defender a los míos, conseguir mis objetivos y aprender de mis errores. Para recibir los besos de mis hijos, para conciliar ambición e ilusión. Doy la cara por las mujeres valientes, luchadoras, las que avanzan. Por las mujeres coraje, las audaces. Doy la cara por la igualdad. ¡Por nosotras!”

Ilustración 60 Spot campaña 12 meses 12 causas #Doylacara



Fuente: Mediaset España (2015)

Además, esta pieza audiovisual se complementó con otro spot en el que los hombres son los protagonistas y apoyando y defienden la causa:

“Doy la cara por las mujeres de mi vida. Por mi madre, por mi hija, por Ana, por mi hermana, por María. Doy la cara por las mujeres que me han ayudado a ser quien soy. Por las mujeres valientes, luchadoras. Las que avanzan. Por las mujeres coraje. Las audaces. Doy la cara por ti. Por la igualdad.”

Ilustración 61 Spot campaña 12 meses 12 causas #Doylacara

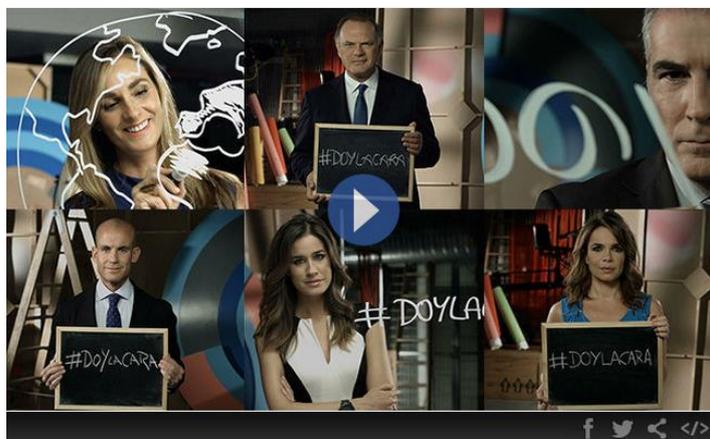


Fuente: Mediaset España (2015)

En la segunda fase, y con la coincidencia de la celebración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, se puso en marcha una nueva cortinilla en la que los protagonistas eran los distintos presentadores de la compañía. En este caso, se trató de concienciar y

sensibilizar a los espectadores sobre la igualdad en el ámbito doméstico a la hora de eliminar la violencia de género a la que se someten algunas mujeres.

Ilustración 62 Spot campaña 12 meses 12 causas #Doylacara



Fuente: Mediaset España (2015)

Por último, la tercera fase la han protagonizado diferentes presentadores de la organización, cuyo argumento ha sido la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres, y distintos actores famosos mediante la difusión de testimonios personales a favor de la igualdad de género.

Ilustración 63 Spot campaña 12 meses 12 causas #Doylacara



Fuente: Mediaset España (2015)

Todos los spots de 'Doy la cara' han sido desarrollados por la Subdirección de Imagen Corporativa, perteneciente a la División de Comunicación y RR.EE. de Mediaset España. Asimismo, dado

el gran potencial que tiene la compañía, la difusión de la campaña se ha realizado mediante diferentes soportes.

Por un lado, a través de los diferentes canales de la compañía con el estreno de los spots que se han explicado, y por otro lado, mediante el lanzamiento de un site [www.doylacara.com](http://www.doylacara.com) en la que se han ido recopilando las imágenes de todas aquellas personas que quieran participar a favor de la causa, en la que, mediante el hastag #doylacara han subido sus fotografías dando la cara por la igualdad y un del microsite 'Dmujeres' en [www.divinity.es](http://www.divinity.es), especializado en cuestiones relacionadas con la mujer e igualdad.

Ilustración 64 Site campaña 12 meses 12 causas #Doylacara



Fuente: Mediaset España (2015)

Ilustración 65 #Doylacara a favor de la igualdad en redes sociales





Fuente: Mediaset España (2015)

A la hora de diseñar el objetivo general de cualquier campaña de sensibilización a favor de la igualdad de género, se debe tener en cuenta que, se trata de “concienciar” para provocar un “cambio de actitudes” que favorezca un “cambio de comportamiento. Asimismo, es muy importante que las organizaciones sensibilicen sobre la importancia de lograr la igualdad de género mediante el contenido que difunden.

Una compañía que incluye la perspectiva de género en sus estrategias de RSC, contribuye a la transformación de ideas y prácticas discriminatorias que, desde tiempos remotos, han condicionado los valores y la cultura de la sociedad.

## 8 CONCLUSIONES

Con el fin de poder mostrar con la mayor exactitud y amplitud posible, los resultados de la presente investigación, las conclusiones se han estructurado en distintos apartados que derivan de los objetivos específicos, para dar respuesta al objetivo general planteado inicialmente: identificar cómo se refleja la igualdad de género en las políticas de RSC del Grupo Mediaset España. Todo ello, gracias al repaso de la literatura existente en este ámbito y al trabajo de campo realizado.

**La RSC es una herramienta de gestión empresarial cuyo trasfondo es, servir a la sociedad haciendo las cosas bien.**

A pesar de la confusión y ambigüedad que existe en torno al concepto de RSC, a lo largo de las últimas décadas, ha incrementado el interés de las organizaciones a la hora de asumir un comportamiento socialmente responsable. Bajo esta óptica, la RSC se ha consolidado como una estrategia fundamental, que tiene como objetivo el desarrollo sostenible de las compañías, teniendo en cuenta los intereses y expectativas de los diferentes grupos de interés con los que se relaciona, sobre el impacto que puedan provocar en el desarrollo de sus actividades diarias.

Por lo tanto, la RSC es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes en este ámbito, el compromiso voluntario que asumen las organizaciones a la hora de incorporar en su estrategia empresarial, todos aquellos aspectos que contribuyan a aportar soluciones a los problemas y/o necesidades de sus grupos de interés, para lograr que haya un beneficio mutuo, responsabilizándose de las consecuencias e impactos que derivan sus acciones y conseguir, un equilibrio en el ámbito económico, social y ambiental.

Lo cierto es que, independientemente de las motivaciones que puedan tener las organizaciones a la hora de integrar políticas de RSC en su estrategia empresarial, y teniendo en cuenta el carácter voluntario de dicho concepto, ya que nadie obliga a ninguna organización a asumir los principios que conforman la RSC, ni mucho menos a ponerlos en práctica, la RSC responde la intención de hacer las cosas bien.

De este modo, la transparencia y la rendición de cuentas se convierten en elementos indispensables de la RSC. Si bien, la transparencia es necesaria para establecer relaciones de diálogo con los grupos de interés de una compañía, la rendición de cuentas contribuye a generar valor en todos los individuos que se ven afectados por las actividades de la compañía.

Actualmente, las exigencias de la sociedad demandan que las empresas asuman compromisos, que van más allá de la riqueza económica que pueda generar su actividad. Los cambios económicos, sociales y culturales que se han producido en los últimos años, han modificado las exigencias de la sociedad y, cada vez, adquiere más relevancia el ámbito social, entre los que destacan los relacionados con la igualdad de género.

La dimensión interna de la RSC – que atañe al ámbito de las relaciones laborales y al cumplimiento de las obligaciones legales con los empleados – se convierte en un elemento clave para la gestión del género. Una empresa socialmente responsable es aquella que, asume un compromiso con los derechos humanos que reconocen la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres y la no discriminación, llevando a cabo prácticas responsables para el desarrollo y bienestar social.

**La igualdad de género es un elemento indispensable en la normativa de RSC para llevar a cabo una auténtica RSG.**

La incorporación de las mujeres en el mundo laboral ha propiciado que, gobiernos, organismos e instituciones, aúnen esfuerzos a la hora de promover iniciativas que fomenten la igualdad de género en las compañías, para eliminar diversos fenómenos (segregación laboral, remuneración, conciliación, barreras de acceso al empleo, etc) que perpetúan la desigualdad entre mujeres y hombres.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos se ha convertido en el fundamento del ordenamiento jurídico internacional sobre los DDHH, a la hora de proteger los derechos humanos de las mujeres. Todas las normas e instrumentos internacionales, elaborados por la ONU y la Comisión de la Unión Europea, que guían la conducta de las organizaciones, incluyen, en materia de derechos humanos, la igualdad de oportunidades y no discriminación, siendo, uno de los princi-

pios básicos y derechos fundamentales, que reconoce la Declaración. Por lo tanto, la igualdad entre mujeres y hombres es una parte integral de la RSC.

Sin embargo, estos instrumentos (La Declaración Tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social, los Objetivos del Desarrollo del Milenio, el Pacto Mundial, la ISO 2600, entre otros) a pesar de reconocer de forma expresa la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en las organizaciones, para contribuir en el desarrollo sostenible de la sociedad, carecen de valor normativo, debido a su carácter voluntario.

La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, a pesar de imponer el principio de igualdad efectiva, animando a que se incluya en las estrategias de RSC de las organizaciones, se trata de una norma jurídica que depende de la voluntad y el compromiso que tengan los poderes públicos, a la hora de impulsar mecanismos y medidas que eliminen la discriminación que sufren las mujeres. Si bien, el ámbito de aplicación de la ley, se extiende a todas las personas, sean de naturaleza pública o privada, para que se haga efectiva, y tal y como establece el artículo 9.2 de la CE, corresponde a los poderes públicos promoverla y eliminar cualquier obstáculo que impida alcanzarla.

En este contexto, los Planes de igualdad se convierten en un elemento estratégico para todas aquellas organizaciones que quieran incorporar la perspectiva de género en sus políticas de RSC. En ellos, se recogen una serie de medidas dirigidas a evitar cualquier situación de discriminación en el ámbito laboral entre mujeres y hombres. Asimismo, introducir la igualdad en el eje de la cultura empresarial de una organización, potencia la igualdad de oportunidades en el empleo y modifica los hábitos y comportamientos patriarcales que la sociedad tiene tan arraigados.

El género es una construcción social que viene condicionado por los valores, culturas, convicciones y creencias que tiene una sociedad y que, se transmiten de generación en generación. Dicha construcción social, se ha convertido en una especie de “modelo fijo” que alimenta la permanencia de los roles y estereotipos de género, provocando comportamientos sexistas y situaciones de discriminación para el colectivo femenino. Gracias a la lucha del movimiento feminista por conseguir la igualdad de género y conquistar los derechos de las mujeres, se ha reconocido

que el principio de igualdad, es inherente a los DDHH, poniéndose en relevancia la estructura patriarcal y la subordinación del género femenino, mediante la denuncia de la opresión a la que se han sometido las mujeres a lo largo de muchos años.

**Existen instrumentos internacionales de gestión en el ámbito de la RSC que incorporan la igualdad de género, como un elemento esencial en la estrategia de una empresa.**

La gestión del género se ha convertido en un elemento clave de la RSC de las organizaciones. Los instrumentos más importantes a la hora de abordar la RSC de las empresas son el Pacto Mundial, la ISO 26000 y Global Reporting Initiative. Dichos instrumentos, responden al mismo objetivo, motivar a que las compañías adopten una conducta socialmente responsable, integrando en sus políticas de RSC medidas de discriminación positiva para corregir las desigualdades sociales que siguen existiendo entre mujeres y hombres. Además, guardan una relación con las materias fundamentales que aborda la RSC, sustentándose en la Declaración Universal de los DDHH, la Declaración de la OIT y varios Convenios relativos a la igualdad de género y la no discriminación.

La efectividad de estas políticas sociales recae, por un lado, en la voluntariedad de su adhesión, ya que carecen de una normativa legal vigente, y por lo tanto, incluir la perspectiva de género es un objetivo ético y moral que deben y pueden asumir las compañías, y por otro lado, en el compromiso de todos los grupos de interés con los que se relaciona una organización. Así, las empresas se convierten en los actores principales a la hora de modificar su cultura, sus valores y su estrategia, destinando todos los recursos necesarios para incorporar, al mismo nivel, la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en las compañías.

Para ello, los informes de sostenibilidad se convierten en una herramienta clave para aquellas organizaciones que quieran incluir en sus estrategias de RSC la igualdad de género. Mediante una serie de indicadores, que miden el número de personas contratadas desglosadas por sexo, la categoría profesional de mujeres y hombres o la relación de sueldos de ambos colectivos, las organizaciones obtienen un diagnóstico que les permite identificar y corregir, cualquier situación de discriminación que pueda influir negativamente en el desarrollo sostenible de las mujeres.

En este contexto, cada vez son más las organizaciones que consideran como parte esencial de la RSC, el respeto por los DDHH. De hecho, implementar prácticas voluntarias enmarcadas en el ámbito de la igualdad de género, reporta grandes beneficios tanto para las organizaciones (mayor reputación, mejores relaciones con los grupos de interés, más productividad y motivación el los empleados, etc) como para la sociedad en general, ya que, aumenta el grado de conciencia y sensibilización al respecto y se corrigen las desigualdades sociales que existen entre mujeres y hombres.

### **Mediaset España es una compañía que, aparentemente, incorpora la igualdad de género en algunas de sus estrategias de RSC**

Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, Mediaset España es una compañía adherida a los 10 Principios del Pacto Mundial de las NNUU y, además, incluye los indicadores explícitos que ofrece la Guía Global Reporting Initiative, a la hora de elaborar su Informe de Sostenibilidad y rendir cuentas a la sociedad, sobre los impactos que genera el desarrollo de su actividad. Atendiendo a estas consideraciones, y después de haber analizado su Informe Corporativo desde una perspectiva de género, extraemos las siguientes conclusiones:

Mediaset España es una compañía que apuesta por la igualdad de oportunidades a la hora de llevar una contratación equitativa de mujeres y hombres. La distribución de la plantilla desglosada por sexos no muestra grandes desigualdades. Sin embargo, al analizar la distribución de la plantilla por categoría profesional, la reducida presencia de las mujeres en puestos directivos y de mayor responsabilidad, pone en duda que exista un compromiso real por parte de la organización en materia de igualdad. ¿Puede una organización comprometerse con la igualdad de oportunidades cuando parece ser que, el hecho de ser mujer constituye un obstáculo para acceder a puestos de mayor responsabilidad?

La organización refleja su compromiso con la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres dentro de su estrategia de RSC mediante la creación de una Comisión de Igualdad, que elabora diversos Planes de Igualdad para prevenir cualquier situación de discriminación y acoso. Asimismo, se convierten en un valioso instrumento a la hora de integrar la perspectiva de género en todas las actuaciones de la compañía. Sin embargo, para que su implementación sea efectiva,

las políticas de igualdad y conciliación deben conducir a la creación de un nuevo modelo que elimine las estructuras jerarquizadas, diluyendo los roles establecidos por la sociedad y, facilitando medidas de conciliación que permitan el acceso igualitario de mujeres y hombres en el ámbito laboral. ¿Pueden ser eficaces los Planes de Igualdad del Grupo Mediaset España cuando los principales órganos de decisión están compuestos mayoritariamente por hombres?

Al margen de los beneficios en términos de reputación que pueda ofrecer adoptar un comportamiento socialmente responsable, contribuyendo a un mayor posicionamiento de la organización en el mercado, es importante ahondar en el trasfondo de dichas actuaciones. No cabe la menor duda de que, nos encontramos ante una organización que, aparentemente, incluye la igualdad de género en sus estrategias de RSC. Sin embargo, se trata de una compañía que tiene una fuerte influencia a la hora de socializar y transmitir valores a la sociedad, dado el liderazgo de audiencia que tienen algunas de sus cadenas. Habría que analizar si, el contenido de sus programas, son el reflejo de una compañía socialmente comprometida.

## 9 BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

- ACSUR - Las Segovias. (2004a). Cuestiones esenciales sobre género 01. Madrid: ACSUR - Las Segovias. Consultado en: <http://goo.gl/CXJJcu>
- ACSUR - Las Segovias. (2004b). Cuestiones esenciales sobre género 02. Madrid: ACSUR- Las Segovias. Consultado en: <http://goo.gl/nIKcVD>
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (2006). *Los principales tratados internacionales de los derechos humanos*. Ginebra: Naciones Unidas. Consultado en: <http://goo.gl/2HKazB>
- Argandoña, A., & Isea, R. (2011). ISO 26000, Una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. *Cuadernos de La Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de La Empresa y Gobierno Corporativo* 7-33. Consultado en: <http://goo.gl/utW4Fi>
- Asamblea General de las Naciones Unidas. (1989). *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*. Consultado en: <http://goo.gl/AF0jhd>
- Bodemer, K. (1998). La globalización. Un concepto y sus problemas. *Nueva Sociedad*, 54-71. Consultado en: <http://goo.gl/baeiXX>
- Constitución Española, BOE-A-1978-31229 Consultado en: <https://goo.gl/X4Stfx>
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. - BOE-A-2007-6115-consolidado.pdf (2013). Consultado en: <https://goo.gl/NlhPFm>
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman* (1a ed.). Iowa: Harper.
- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: Una alternativa metodológica alcanzable. *vol.II*, 53-82. Consultado en: <http://goo.gl/E89Zb7>
- Carrillo, D. (2013). *La Responsabilidad Social de Género* (1a ed.). Madrid: Aranzadi.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2002). *Comunicación de la comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. Consultado en: <http://goo.gl/dZgDEP>
- Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: Responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*. Consultado en: <http://goo.gl/JzZYAB>
- Dabija, D.-C., & Băbuț, R. (2014). Empirical Study on the Impact of Service, Communication and Corporate Social Responsibility on the Image of Romanian Retail Brands. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 906-912. Consultado en: <http://goo.gl/biETSD>

- De la Cruz, C. (1998). *Guía Metodológica para integrar la perspectiva de género en proyectos y programas de desarrollo*. (1a ed.). Vitoria-Gasteiz: EMAKUNDE. Consultado en: <http://goo.gl/SI8gwQ>
- De la Cruz, C. (2007). *Género, Derechos y Desarrollo Humano*. (1a Ed.). San Salvador: PNUD. Consultado en: <http://goo.gl/GRxd11>
- De la Cuesta, M., & Rodríguez, L. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa*. Salamanca: Universidad Pontificia.
- Del, E. V., Social, C., & Matilde, M. (2003). *Evolución del compromiso social de las empresas: historia y enfoques*. Perú: Universidad del Pacífico.
- Del Río, O. (2011). El proceso de investigación : etapas y planificación de la investigación, 67-93. Consultado en: <https://goo.gl/dlrT7U>
- Del Río, O. (2012). Mapa conceptual: Actores, políticas y mecanismos de responsabilidad social empresarial. (Apuntes académicos). UdGMoodle.
- Delgado, V. (2011). *Estudio del grado de desarrollo de la responsabilidad social corporativa a través de las memorias de sostenibilidad y de las audiencias de televisión*. Consultado en: <http://goo.gl/fMu9FO>
- Europa. (2015). La brecha salarial de género es consecuencia del peor acceso al empleo y las peores condiciones laborales de las mujeres. Consultado en: <http://goo.gl/ot2nM0>
- Foro Expertos. (2007). *Informe de Foro Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas*. Consultado en: <http://goo.gl/ws5Knw>
- Freeman, E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach* (1a ed.). Boston: Pitman.
- Friedman, M. (2008). La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios. *The New York Times Magazine*, 1-8. Consultado en: <http://goo.gl/h4Me6L>
- García, A. (2009). Género y desarrollo humano: una relación imprescindible. Consultado en: <http://goo.gl/iaypVj>
- Girón, A., Vargas, V., Valdivieso, M., Berger, S., Farah, I., & Salazar, C. (2009). *Género y globalización* (1a ed.). Buenos Aires: CLACSO. Consultado en: <http://goo.gl/MpT7aK>
- Global Reporting Initiative. (2011). *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Medios*. Amsterdam: Global Reporting Initiative . Consultado en: <http://goo.gl/b5nVew>
- Global Reporting Initiative. (2013a). *G4 - Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad - Parte 1*. Consultado en: <https://goo.gl/cS3pBW>

- Global Reporting Initiative. (2013b). G4 - Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad - Parte 2. Consultado en: <https://goo.gl/ZAeJrh>
- Global Reporting Initiative (2009). Incluyendo la cuestión de género en los informes de sostenibilidad. Una Guía para PYMES. Consultado en: <https://goo.gl/ka9eWV>
- González, E. (2007a). La teoría de los "stakeholders": un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas: Revista de Filosofía Y Teología*, 2, 205-224. Consultado en: <http://goo.gl/8Peyh6>
- González, I. (2007). Aproximación al concepto de Responsabilidad Social : *Canales de Mecánica Y Electricidad*, (1997), 20-24. Consultado en: <http://goo.gl/0yUQoQ>
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2014). Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades del PEIO 2014-2016. Madrid: Administración General del Estado. Consultado en: <http://goo.gl/4CBwzB>
- Instituto Ethos. (2005). Conceptos básicos e indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. Manual de apoyo para periodistas. Consultado en: <https://goo.gl/JpjKgl>
- International Standard Organization. (2010). ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social. Geneva.
- Isea, R. (2011). Las empresas y los derechos humanos. *Cuadernos de La Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de La Empresa Y Gobierno Corporativo*. Consultado en: <http://goo.gl/v8vUER>
- Kaku, R. (2005). La senda Kyosei. *Harvard Business School Publishing Corporation*, 3-10. Consultado en: <http://goo.gl/Ofi2CD>
- Lagarde, M. (1996). La perspectiva de género. *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia* (pp.13-38). España: Horas y HORAS. Consultado en: <http://goo.gl/e5MH9h>
- Larrieta, I., Velasco, E., Aldamiz-Echevarria, C., Fernández, S., & Gurutze, M. (2014). La responsabilidad social como instrumento para el fomento de la igualdad de género en la empresa: la responsabilidad social de género. Consultado en: <https://goo.gl/Jpf0aC>
- Martínez, P., Leaniz, G. De, & Rodríguez, I. (2012). La Responsabilidad Social En El Sector Turístico : Un Estudio De Casos. *Cuadernos de Turismo*, 30 (1139-7861), 145-164. Consultado en: <http://goo.gl/bD7lhF>
- Martínez, P., Pérez, A., Rodríguez, I., & Bosque, D. (2012). Análisis de la práctica corporativa de la responsabilidad social en el sector turístico: un estudio de casos. *Cuadernos de Turismo*, 145-164. Consultado en: <http://goo.gl/Z04X2h>

- Mediaset España. (2013). *Informe Corporativo Mediaset España 2013*. Madrid. Consultado en: <http://goo.gl/JQexj7>
- Mediaset España. (2015). Mediaset España duplica su EBIT (144,8M€), mejora un 88% su EBITDA ajustado (163,9M€) y con un beneficio neto de 59,5M€ se erige como la compañía de medios más rentable a nivel nacional en 2014. Consultado en: <http://goo.gl/LvBkK8>
- Melé, D. (2007). Responsabilidad social de las empresas: una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz*, 65, 30-67. Consultado en: <http://goo.gl/7no5EG>
- Mujer 2000. (2000). Período extraordinario de sesiones de la Asamblea General de las Naciones Unidas para examinar la Plataforma de Acción de Beijing. Consultado en: <http://goo.gl/mxq9aO>
- Naciones Unidas. (2011). *Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos*. Consultado en: <http://goo.gl/kRGsS5>
- Navarro, F. (2007). *Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica* (1a ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Observatorio de RSC. Las políticas públicas en torno a la Responsabilidad Social Corporativa. Consultado en: <http://goo.gl/na3mO2>
- Observatorio de RSC. Qué es RSC. Consultado en: <http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>
- Organización Internacional del Trabajo (2001). *Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social*. Ginebra. Consultado en: <http://goo.gl/hJh348>
- Olez, M., Olney, S., & Tomei, M. (2013). *Guía introductoria: Igualdad salarial* (1a ed.). Ginebra: Oficina Internacional del trabajo. Consultado en: <http://goo.gl/jKHxwT>
- Organización Internacional del trabajo. (2009). *Resoluciones adoptadas por la Conferencia Internacional del trabajo en su 98ª*. Ginebra. Consultado en: <http://goo.gl/QX5oGV>
- Organización Internacional del Trabajo. (2011a). *Directrices para incluir la perspectiva de género en las políticas de empleo*. Ginebra. Consultado en: <http://goo.gl/YClvjD>
- Organización Internacional del Trabajo. (2011b). *La igualdad en el trabajo: un objetivo que sigue pendiente de cumplirse*. Ginebra. Consultado en: <http://goo.gl/1BacuO>
- Organización Internacional del trabajo. (2013). *Plan de acción de la OIT sobre la igualdad de género 2010-2015*. Ginebra. Consultado en: <http://goo.gl/iSGOrA>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2013). *Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales*. México. Consultado en: <http://goo.gl/EbFnUS>

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2015). *Igualdad de género y derechos de la mujer en la agenda post-2015: una base para el desarrollo sostenible*. México. Consultado en: <http://goo.gl/ZpDkYj>
- ORI-Consejo de Europa. (2007). *Recomendación CM/Rec(2007)17 del Comité de Ministros a los Estados miembros sobre las normas y los mecanismos de igualdad entre mujeres y hombres*. Consultado en: <http://goo.gl/t6M2PS>
- Pacto Mundial. Los 10 Principios del Pacto Mundial. Consultado en: <http://goo.gl/F4coeO>
- Paladino, M. (2004). *La responsabilidad de la empresa en la sociedad: Construyendo la sociedad desde la tarea directiva* (1a ed.). Buenos Aires: Ariel.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2010). *Informe sobre desarrollo humano 2010*. Madrid. Consultado en: <http://goo.gl/oMvGMA>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2014). *Informe sobre Desarrollo Humano 2014*. Estados Unidos Consultado en: <http://goo.gl/OsSnBB>
- Román, M., Quesada, M., Paz, M., Muñoz, C., Sánchez-Apellániz M<sup>o</sup> José, Jiménez, M. L., Sánchez-Apellániz, M. (2009). *Manual De Agentes De Igualdad*. Sevilla: Diputación de Sevilla.
- Romel Diego Castro Herrera. (2013). *Indignación sobre el origen del concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Consultado en: <http://goo.gl/tXlkWH>
- Sabogal-Aguilar, J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial. *Rev.Fac.Cienc.Econ.*, XVI (1), 179-195. Consultado en: <http://goo.gl/ePHKei>
- Sistema de Naciones Unidas. (2010). *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW)*. Panamá. Consultado en: [http://www.unicef.org/panama/spanish/MujeresCo\\_web.pdf](http://www.unicef.org/panama/spanish/MujeresCo_web.pdf)
- Social Accountability International. (2008). *Responsabilidad Social SA 8000*. Consultado en: <http://goo.gl/KWcl9g>
- Valor, C., & Hurtado, I. (2009). *Las empresas españolas y la RSC: la contribución a los objetivos del desarrollo del milenio* (1a ed. ). Madrid: Catarra.
- Viviana, Y., Orozco, D., Fernanda, D., & Bernal, V. (2013). Responsabilidad social y equidad de género: análisis de diez organizaciones adheridas, *18* (1), 111-126. Consultado en: <http://goo.gl/1A1fZv>

Viviana, Y., Orozco, D., Ortiz Riaga, M. C., Fernanda, D., & Bernal, V. (2013). Social Responsibility and Gender Equality: Analysis of Ten Organizations in Colombia Members of the Global Compact, *78*(1), 111-126.