

**En España, el 87% de los altos cargos son hombres, uno de los porcentajes más altos de Europa**

Texto **Alba Huerga**

La desigualdad de género en el ámbito laboral sigue siendo una realidad silenciada. Datos sobre el trabajo en España lo certifican: sólo el 13,4% de las mujeres ocupan cargos de decisión mientras que la brecha salarial ronda el 30% -según el estudio "Mujeres en la Alta Dirección de España", de 2015-. Cada vez más, el panorama empresarial es consciente de esta situación y algunas empresas deciden construir su Responsabilidad Social Corporativa apoyándose en una perspectiva de género.

#### EN CLAVE DE GÉNERO

Asegurar que las grandes empresas no subcontraten compañías que pertenezcan a un tejido industrial que explota mujeres o bien garantizar que exista igualdad de oportunidades a la hora de ascender laboralmente, son acciones voluntarias de RSC que toman las empresas con la intención de contribuir a la igualdad de género.

La RSC siempre se consolida como aquellas acciones que las empresas realizan voluntariamente y al margen de la ley, para generar efectos positivos dentro de la comunidad. Esta iniciativa corporativa nacida en los años 80 ha cambiado la forma de generar impacto y la implicación de las empresas para con las causas sociales. Según la directora de Barcelona Activa, la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Barcelona, Sara Berbel, "nos encontramos ante una nueva gene-

“

Las acciones de responsabilidad de género no pueden ser actos filantrópicos o colaterales, deben convertirse en políticas centrales

ración de compañías que establecen la responsabilidad social como un objetivo interno para la empresa, de adaptación al territorio o sector en el que se mueve". Por lo tanto, "la perspectiva de género y los temas de igualdad deben partir de la propia organización de las empresas y deben formar parte de las propias políticas de actuación", asegura Berbel. Las acciones de responsabilidad ya no pueden ser actos colaterales o acciones puntuales y filantrópicas, "las diferencias salariales y el techo de cristal son ejemplos de que la igualdad aún no está implantada como política central". La que fue presidenta del Institut Català de les Dones reitera que el género debería ser una cuestión primordial en la toma de decisiones y la creación de planes de actuación.

#### LA REALIDAD ESPAÑOLA

Las empresas españolas están obligadas a cimentar un Plan Estratégico de Igualdad de oportunidades desde 2007. Así lo constituye la Ley orgánica de igualdad 3/2007, que establece esta obligación para las empresas que tengan más



**CUOTAS.** La Comisión Europea recomienda a las empresas llegar al 40% de mujeres en los consejos administrativos

## MAYOR COMPROMISO CON LAS MUJERES

**MÓNICA GELAMBÍ**, experta en políticas de género y RSC

*"Para elaborar una RSC en clave de género, debemos plantear si tenemos a las mujeres en cuenta como colectivo, como clientela o como trabajadoras. Tras una diagnosis, es importante introducir en la ideación un experto en el tema, pues esta visión de género no es innata. La RSC de género debe de ir más allá de contar mujeres y hombres en plantilla o de hacer las propuestas que ya indica la ley, debe significar un cambio estructural"*



**SARA BERBEL**, directora de Barcelona Activa

*"La RSC tiene un efecto innegable en la mejora del prestigio de las empresas. Como consumidores debemos premiar a las empresas que incorporan el género en todas las acciones internas. Es el caso de muchas pymes que parece que no tengan RSC. La pequeña y mediana empresa no está obligada por ley a elaborar planes de igualdad aunque al final sus actuaciones de RSC son mayores"*



de 250 trabajadores. Mónica Gelambí, experta en RSC y género, asegura que el único problema de la normativa "reside en que el plan de igualdad español contempla nuestra plantilla, pero no el impacto de la empresa puertas a fuera, respecto a clientes, inversores y la comunidad". Aún así, estos cambios en la normativa han obligado a que el tema género se ponga sobre la mesa. Ahora las grandes empresas están obligadas a elaborar diagnósticos que evalúen la dificultad de conciliar, que pongan en entredicho los patrones masculinos o valoren la dinámica de los sistemas de promoción de los trabajadores. Sin embargo, muchas compañías justifican que en un contexto de crisis no pueden desarrollar medidas e iniciativas de género y las paralizan. Gelambí, cuestiona que implantar y elaborar políticas de género suponga un gasto muy elevado. Según la experta, es más bien una pequeña inversión: "Las empresas que hacen políticas y tratan el tema de género respecto a su plantilla adquieren un nivel de compromiso muy elevado por parte de sus trabajadoras". La productividad asciende mientras que el número de bajas disminuye.

En el resto de Europa el panorama no parece estar tan descuadrado y algunos países más avanzados ya han hecho efectivos sistemas de cuotas. En Noruega, las empresas escandinavas han alcanzado un 40% de mujeres en consejos de administración de grandes empresas mientras que en Francia o Irlanda, el porcentaje ya roza el 30%. El mismo dato en España es de menos del 20%, cuando tal y como indica la Unión Europea, para que un colectivo tenga influencia en la sociedad o en la organización de una empresa, su presencia debe ser de un 30%.