

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO INSTRUMENTO PARA EL
FOMENTO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LA EMPRESA: LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL DE GÉNERO**

**THE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A TOOL TO PROMOTE GENDER
EQUALITY IN COMPANIES: THE GENDERED SOCIAL RESPONSIBILITY**

IZASKUN LARRIETA RUBÍN DE CELIS

Departamento de Evaluación de la Gestión e Innovación Empresarial
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea UPV/EHU
izaskun.larrieta@ehu.es

EVA VELASCO BALMASEDA

Departamento de Organización de Empresas
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea UPV/EHU
eva.velasco@ehu.es

COVADONGA ALDAMIZ-ECHEVARRÍA GONZÁLEZ DE DURANA

Departamento de Economía Financiera II
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea UPV/EHU
covadonga.aldamiz@ehu.es

SARA FERNÁNDEZ DE BOBADILLA GÜEMEZ

Departamento de Economía Financiera II
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea UPV/EHU
sara.fernandezbobadilla@ehu.es

M. GURUTZE INTXAURBURU CLEMENTE

Departamento de Organización de Empresas
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea UPV/EHU
guru.intxaurburu@ehu.es

Recibido: 09/04/2014
Aceptado: 11/06/2014

RESUMEN

La igualdad de género es un objetivo social que las empresas pueden integrar de forma voluntaria en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores en el marco de sus iniciativas de Responsabilidad Social (RS). El presente artículo tiene como objetivo ofrecer un modelo para el desarrollo de actividades de RS que incorporen el objetivo de igualdad de género, es decir, para el despliegue de una Responsabilidad Social de Género (RSG). Así, se ofrecen pautas para que las

actividades de RS incluyan la perspectiva de género, tanto si son internas a la empresa (gestión de recursos humanos, salud y seguridad en el trabajo, adaptación al cambio y gestión del impacto ambiental y recursos naturales), como externas (comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos mundiales). Asimismo, se incluye el Gobierno Corporativo como elemento adicional, por considerarlo esencial para el despliegue de la RSG.

Palabras Clave: Responsabilidad Social (RS); Igualdad de Género; Responsabilidad Social de Género (RSG).

ABSTRACT

Gender equality is a social objective that companies can voluntarily integrate in their commercial operations and in their relations with their stakeholders within the framework of their Social Responsibility (SR) initiatives. The objective of this paper is to offer a model in the field of SR which incorporates the gender perspective, that is to say, a model to develop a Gendered Social Responsibility (GSR). In this sense, guidelines are offered in order to include the gender perspective in the internal dimension (human resources management; health and safety at work; adaptation to change; management of environmental impacts and natural resources), as well as in the external dimension of SR (local communities; business partners, suppliers and consumers; human rights and global environmental concerns). At the same time, Corporate Governance is included, as it is considered a key element in the deployment of GSR.

Key Words: Social Responsibility (SR); Gender Equality; Gendered Social Responsibility (GSR).

Código JEL: M1 Business Administration.

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este artículo es presentar un modelo para el desarrollo de actividades de Responsabilidad Social (RS) que incorporen el objetivo de igualdad de género. El trabajo parte de la premisa de que la igualdad de género, al igual que el respeto medioambiental o la defensa de los derechos humanos, es un objetivo social que las empresas pueden decidir asumir y fomentar de forma voluntaria. Es decir, asumimos que el logro de la igualdad de la mujer en las organizaciones y su empoderamiento son incorporados en los códigos de conducta globales de las empresas.

De este modo, el trabajo se divide en tres apartados. En el primero, se introduce el vínculo entre la RS y el objetivo de igualdad de género, así como el concepto de Responsabilidad Social de Género (RSG). A continuación se expone una propuesta de un modelo para el despliegue de la RSG en las organizaciones, que justifica la inclusión del objetivo de búsqueda de igualdad de género en las distintas actuaciones de RS que se llevan a cabo en las organizaciones. Finaliza el artículo con unas breves conclusiones en torno al modelo de RSG y su aplicación en la empresa.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA IGUALDAD DE GÉNERO

El mundo está dando tumbos de crisis en crisis en los últimos años. La crisis financiera ha derivado en una crisis económica en el mundo real, ocasionando graves desequilibrios en las organizaciones y en las personas. La crisis económica y las noticias sobre corrupción y malas prácticas de muchos dirigentes económicos y políticos, ponen de relieve la necesidad del respeto a los valores y principios que fundamentan una vida personal y social digna, y que esto se traslade al mundo empresarial.

Las soluciones institucionales a esta crisis vendrán del lado de políticas monetarias, fiscales, reformas, etc. Sin embargo, lo que parece incuestionable es que las organizaciones deberán realizar los negocios de distinta forma. Es ahí donde aparece la ética como algo más que un complemento o una pieza de la estrategia. Nos estamos dirigiendo hacia un nuevo paradigma en el que los aspectos no financieros, sociales y medioambientales se están tornando en nuevas fuentes de creación de valor, así como hacia un nuevo modelo de liderazgo (Escudero, 2010).

La Responsabilidad Social (RS) surge como consecuencia del conflicto entre el objetivo de maximizar el valor económico de los recursos de la propiedad de la empresa y las acciones puestas en marcha a tal fin, y el objetivo general de hacer máximo el bienestar de la sociedad, actuando con respeto a los principios éticos y morales de la dignidad humana. No se trata sólo de ganar dinero, sino que también debe cuidarse cómo se hace, siendo necesario devolver parte de esa ganancia a la sociedad (Reyes, 2008).

Dejando aparte aspectos religiosos y éticos (Fukuyama, 2005; Mayordomo, 2003) que pueden justificar las raíces filosóficas e históricas de este concepto, la RSE se comporta como un fenómeno dinámico que va incorporando nuevos elementos en función de las demandas de la sociedad. Si bien en sus inicios la característica más dominante de la RSE residía en su vinculación con la filantropía y el paternalismo, en los últimos tiempos su carácter estratégico hace que sea un tema abarcado por numerosos organismos nacionales e internacionales (gobiernos nacionales, Comisión Europea, etc.), e incluido, al menos como tema de discusión e información, por la mayoría de las empresas.

Un aspecto que se está debatiendo recientemente es la incorporación de la clave de género a la RS (European Commission, 2011a; CSR Europe, 2010; Grosser y Moon, 2005; Grosser y Moon, 2008; Pearson, 2007; Grosser, 2009; Bear et al., 2010; Maxfield, 2007; Thompson, 2008). El Género ya había sido tratado en la RS, pero de manera parcial, y centrado en el tema laboral y en aspectos de conciliación (Grosser y Moon, 2005). Sin embargo, el objetivo actual es que la perspectiva de género impregne todas las áreas de la RS en mayor o menor medida y no solo por motivos de justicia, equidad o de oportunidad, sino porque la gestión de la diversidad y la integración plena y equilibrada de los géneros en las empresas conlleva un aprovechamiento óptimo del capital humano en las empresas y un impacto positivo en los resultados de la empresa (Catalyst, 2007; Carter et al., 2003; Erhardt, et. al., 2003; European Union, 2010; Stephenson, 2004). Es decir, esta perspectiva, además de replicar el entorno social y competitivo de las empresas, trasciende aspectos meramente internos y contempla a la clientela, personas consumidoras, comunidades locales, empresas proveedoras, etc.

Así, cuando el Consejo Europeo de Lisboa (marzo de 2000) invita a las empresas a tomar en consideración un nuevo paradigma empresarial, en la conclusión 39 establece “El Consejo Europeo hace un llamamiento especial al sentido de responsabilidad social de las empresas con respecto a las prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible” (Alonso, 2006, p. 80).

Del mismo modo, el Libro Blanco de la RSE aprobado en Cortes Generales (Cortes Generales, 2006) establece entre sus recomendaciones de medidas promotoras de la RSE, “el fomento de la igualdad entre hombres y mujeres en todos los planos de la actividad de la empresa” (recomendación nº 11), debido a que la empresa es uno de los espacios sociales en los que más difícil está resultando la igualdad entre mujeres y hombres.

Por su parte, el Comité de Derechos de la Mujer e Igualdad de Oportunidades afirmaba 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” (Comisión Europea, 2002, p.10).

Dicho Comité hacía especial énfasis en establecer la RS como eje central para focalizar una determinada concepción empresarial atenta a la diversidad y a favor de la igualdad, estableciendo una relación entre ambos reflejada en la Tabla 1.

TABLA 1. Relación bidireccional de la Igualdad de Oportunidades y la RS

Igualdad Oportunidades	Responsabilidad Social
<i>La promoción de espíritu emprendedor de mujer puede...</i>	<i>reforzar el sentido de las empresas de responsabilidad social y ambiental</i>
<i>La diversidad de género es un activo para cualquier empresa. El reforzamiento de su participación en el dialogo, la evaluación y los procesos de toma de decisiones puede...</i>	<i>asegurar una puesta en marcha acertada de RS y una coexistencia equilibrada entre el mundo empresarial y la sociedad en general.</i>
<i>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...</i>	<i>incorpora las dimensiones económica social y ambiental de una manera equilibrada.</i>
<i>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...</i>	<i>resalta el contexto de la RS.</i>
<i>Solicitar a los agentes sociales que generen estadísticas detalladas referidas a la proporción de mujeres-hombres en sus estructuras internas y en todos los cuerpos consultivos en los cuales están representados...</i>	<i>acentúa la importancia de la participación de la mujer en la RS y está basada en la promoción de transparencia, verificabilidad y representatividad.</i>

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

De acuerdo con este planteamiento, la Comisión Europea establece como medida fundamental animar las iniciativas de RSE a favor de la igualdad de género, de la siguiente manera: “(...) fomentará el espíritu empresarial entre las mujeres y promoverá un entorno empresarial que facilite la creación y el desarrollo de empresas dirigidas por mujeres; animará las iniciativas de responsabilidad social de las empresas en favor de la igualdad de género” (Comisión Europea, 2006, p. 5).

Teniendo en cuenta todo lo anterior, es evidente que las organizaciones requieren de un esquema para poder implantar acciones de RS que contengan una perspectiva de género. En el próximo apartado se presenta un modelo que aspira a integrar dicha perspectiva, hasta el punto de redefinirla bajo la denominación de Responsabilidad Social de Género (RSG).

3. PROPUESTA DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE GÉNERO (RSG)

La RSG se puede entender como *la inclusión del objetivo de búsqueda de igualdad de género en las diversas iniciativas de RS desarrolladas por la organización* (Velasco, et al., 2013). Para ello la empresa debe aspirar a garantizar la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres mediante políticas y acciones tanto interna, como externamente, lo que supone interpretar las relaciones existentes entre la organización y sus grupos de interés en clave de género (Torre y Maruri, 2009). Entendemos por grupos de interés o stakeholders, las personas, comunidades u organizaciones afectadas por las operaciones de una empresa o que influyen en dichas operaciones (Comisión Europea, 2001). Estos grupos de interés pueden ser internos (como por ejemplo las personas trabajadoras) o externos (personas consumidoras, empresas proveedoras, comunidad local, etc.). De este modo, al igual que la RS conlleva conocer las expectativas de los grupos de interés, la RSG requiere establecer un diálogo con personas empleadas, clientes, proveedoras, inversoras, accionistas y sociedad en general para recoger sus necesidades en relación a las políticas de género desplegadas por la organización.

A la hora de incorporar la perspectiva de género en la RS hemos recurrido al Libro Verde de la Comisión Europea (2001) “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, considerándolo el marco de referencia de la RS en nuestro entorno más cercano. El Libro Verde entiende este concepto como *la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores*.

La Comisión Europea entiende este concepto como *la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad* (European Commission, 2011a, p. 6). Para cumplir con su responsabilidad social las empresas deben instaurar un proceso para integrar las preocupaciones sociales, medioambientales, éticas, de derechos humanos y de las personas consumidoras en sus operaciones comerciales y en su estrategia clave en estrecha colaboración con sus stakeholders, con el doble objetivo de, por un lado, maximizar la creación de valor compartido para sus personas propietarias /accionistas y para sus otros stakeholders y sociedad en su conjunto, y por otro, de identificar, prevenir y mitigar sus posibles impactos adversos (ibid, 2011a).

De acuerdo con el Libro Verde, en el ámbito de la RS se puede diferenciar una dimensión *interna* y *externa*. Concretamente, las áreas de la RS desde la dimensión interna de la empresa son: Gestión de recursos humanos; Salud y seguridad en el lugar de trabajo; Adaptación al cambio y Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales. Por su parte, la dimensión externa de la RS contempla: Comunidades locales; Socios comerciales, empresas proveedoras y personas consumidoras; Derechos humanos y Problemas ecológicos mundiales.

Un profundo análisis de la literatura en áreas tan dispares como el desarrollo sostenible, las políticas empresariales de recursos humanos, la gestión medioambiental o el derecho internacional, ha permitido ir vinculando cada uno de los ámbitos de la RS con el género. Así, siguiendo el enfoque de “Mainstreaming” o transversalidad de género propuesto por la Comisión Europea para todas las políticas comunitarias, la perspectiva de género debería impregnar las diversas iniciativas, procesos y acciones de RS (ver figura 1). A diferencia de la propuesta del Libro Verde, el modelo de RSG que se propone incluye un elemento adicional que consideramos imprescindible para el despliegue de iniciativas en el ámbito de la igualdad de género: el *Gobierno Corporativo y los Valores*.

FIGURA 1. Modelo para una Responsabilidad Social con Perspectiva de Género



Fuente: Elaboración propia.

3.1. Gobierno corporativo y valores

Pese a que en el aspecto normativo la igualdad de género está reconocida y amparada por declaraciones, reglamentaciones y acuerdos internacionales, la igualdad de género efectiva no es aún real en las organizaciones (European Commission, 2011b; McKinsey, 2007, 2010).

Para garantizar el éxito de las medidas o iniciativas que se toman para impulsar o promover la igualdad, se requiere del compromiso y apoyo de la dirección (UNIFEM

y UNGC, 2010a; Kahale Carrillo, 2013). Así, el compromiso por la igualdad de género debe ser asumido por la dirección, ejerciendo el liderazgo y convirtiéndose en las personas tractoras que transmitan la igualdad en la organización (Brody, 2009). Dicho compromiso se manifiesta en la definición de la igualdad de género como uno de sus objetivos, y el apoyo conlleva la voluntad de la organización y dotación de recursos necesarios para llevarlo a cabo (GRI e IFC, 2009).

La gobernanza, en sentido estricto, implica el proceso de toma de decisiones y el proceso por el que las decisiones son implementadas. Por lo tanto, la gobernanza bien pudiera ser el paraguas que cobije e impulse las iniciativas de género dentro de la organización.

La utilización de la RS como vehículo de integración de la igualdad es una oportunidad para que las organizaciones puedan poner en práctica su compromiso (Grosser, 2011). De esta forma, aplicar una lente de género a las iniciativas de RS conlleva la incorporación de la perspectiva de género en todos los ámbitos de actuación de la organización (Torre y Maruri, 2009). Por ello, siendo conveniente que la RS esté definida en los valores de la organización, cuando la igualdad de género se incorpora en la misión, visión y valores de la organización, se despliega en la política y en la estrategia de las organizaciones (GRI e IFC, 2009). Se convierte por tanto, en un objetivo que determina reglas de funcionamiento en la organización. De esta forma, la incorporación de la igualdad como valor estratégico a través de la RS, supone una ventaja para la organización, no solo por el reconocimiento externo que puede recibir de las iniciativas que realice, sino porque implica un análisis interno que facilita la detección de áreas de mejora en la gestión que redundan en una mayor competitividad (Fundación Mujeres, 2007).

Por otro lado, la igualdad de género implica que las mujeres y los hombres gocen de igualdad de oportunidades, incluyendo el acceso a la adopción de decisiones. Es necesario que las mujeres se incorporen a los órganos de decisión y sean visibles. No basta con agregar mujeres en los consejos de administración; las mujeres deben estar presentes en aquellas áreas con poder ejecutivo real. De esta forma, la presencia equilibrada de ambos géneros queda al arbitrio de las empresas en función de los valores éticos recogidos en su declaración de RS (de Luis, et al., 2011).

3.2. RSG interna a la organización

3.2.1. Gestión de recursos humanos

La realidad de los datos globales muestra que aún hay una gran diferencia entre hombres y mujeres en el mercado laboral. Así, en 2008, según datos de la Comisión Europea (European Commission, 2010, p. 14), el 59,1% de las mujeres en edad de trabajar lo estaban haciendo frente al 72,8% de los varones. Las mujeres ganaban un 17% menos que los hombres por término medio y generalmente, sus empleos eran de menor calidad y/o, involuntariamente trabajaban a media jornada o jornada reducida.

Actualmente se siguen produciendo las siguientes situaciones (Torre y Maruri, 2009, pp. 101-102):

- ✓ Segregación horizontal: las mujeres siguen sin poder acceder a aquellos puestos de trabajo tradicionalmente masculinos.
- ✓ Segregación vertical: las mujeres, a pesar de su mayor formación, siguen manteniéndose en los puestos intermedios.
- ✓ No existe una valoración objetiva de los puestos de trabajo, y en la mayoría de los casos aquellos puestos tradicionalmente ocupados por mujeres están menos valorados y, por tanto, tienen un menor salario que los ocupados por hombres.
- ✓ No se tiene en cuenta que las responsabilidades familiares siguen siendo asumidas por las mujeres, y por tanto si la empresa no facilita la conciliación, las mujeres siguen encontrándose con barreras a la hora de la promoción y de la permanencia en el mercado laboral.

Una empresa que desee tratar de paliar estas situaciones, debe integrar la igualdad de género en todos los aspectos de su gestión, incluida la gestión de personas y, por supuesto, en todas sus fases.

Para ello, la organización debe comenzar por tener presente el valor de la igualdad y diversidad y aplicarlo en todas las actividades que desarrolla el departamento de personal, empezando por el reclutamiento, donde la eliminación de la discriminación es una prioridad (GRI e IFC, 2009). En el proceso de reclutamiento, las fuentes de discriminación son diversas y pueden producirse por error u omisión (Fernández Garrido, 2004, p. 976):

- ✓ Se introduce un requisito accidental de preferencia por uno u otro sexo o por un determinado estado civil (soltero/a, casado/a, etc.).
- ✓ Se utiliza un lenguaje masculinizado que puede llevar a "leer entre líneas" a quienes reclutan o a quienes se podrían presentar a la convocatoria.
- ✓ Se contacta con una institución que cuenta únicamente con uno de los géneros (como puede ser un centro de formación exclusivo de varones).

Por ello, para garantizar la igualdad en el reclutamiento, es conveniente reflejar explícitamente en el anuncio de selección que la empresa fomenta la igualdad de oportunidades (Marshall, 2008; CSR Europe, 2006), evitar los estereotipos (que inducen a definir quién tiene capacidad para desarrollar un trabajo y quién no por razones de género, por ejemplo) e, idealmente, promover que en la terna final haya al menos un representante de cada género (Tienari et al., 2013).

De la misma forma, en la fase de promoción, habrá que poner los medios para favorecer que las mujeres puedan ascender en la organización. Las empresas podrían entre otras cosas, identificar las dificultades de las mujeres a la hora de ascender (Parke, 2010), diseñar cursos específicos dirigidos a mujeres con posibilidades de promoción (Marshall, 2008) o utilizar la figura del mentor o coach (European Union, 2012).

Asimismo, habrá que facilitar formación a todas las personas, identificando los obstáculos que las mujeres puedan encontrar a la hora de participar en procesos formativos (CEPES, 2011) o estableciendo horarios de formación compatibles con la conciliación (Fundación Mujeres, 2007). La misma idea se aplicará a las políticas generales de conciliación (no vinculándola exclusivamente a las mujeres, ya que la conciliación es importante para ambos géneros) y de retribución. En este último área es importante que siempre que se observen diferencias retributivas entre mujeres y hombres se implanten medidas para eliminarlas (Kingsmill, 2001; Torre y Maruri, 2009).

3.2.2. Salud y seguridad en el lugar de trabajo

Uno de los aspectos más tratados por la RS, y más en concreto por la RS interna, ha sido la cuestión de la igualdad en diversas facetas en el marco de la salud y seguridad en el trabajo (SST) de las empresas. En este sentido, la igualdad puede lograrse abordando este tema y las personas desde una perspectiva de neutralidad, o en todo caso reconociendo alguna de sus diferencias (como son las diferencias biológicas), y considerando la SST en función del género (European Commission, 2004) (Ver Tabla 1 que recoge ejemplos de las diferencias de género en impactos en la salud).

En este sentido, la Agencia Europea para la Seguridad y la Salud del Trabajo (European Agency for Safety and Health at Work, 2003) propone que haya una aproximación holística a la SST desde la perspectiva de género, lo que implica abarcar las relaciones trabajo y hogar, status, doble jornada, etc.

TABLA 2. Algunos ejemplos de las diferencias de género en cuanto a riesgos y resultados sobre la salud

Riesgo / Consecuencias para la salud	“Mayor exposición / Mayor incidencia”	Comentarios
Accidentes	Hombres	Los hombres sufren mayor accidentalidad, incluso una vez ajustada esta tasa, dado el menor número de horas trabajado por las mujeres.
Trastornos de las extremidades superiores	Mujeres	Elevada incidencia en algunas tareas muy repetitivas realizadas por mujeres, como cadenas de montaje “ligero” o la introducción de datos, donde tienen escaso control sobre su trabajo.
Levantamiento de pesos	Hombres	No obstante, las mujeres que trabajan en limpieza o servicios de comidas y las trabajadoras sanitarias sufren daños debidos al levantamiento y transporte de cargas pesadas
Estrés	Mujeres	Ambos sexos registran tasas elevadas; sin embargo, entre los factores de estrés particulares a las mujeres se incluyen el acoso sexual, la discriminación, los trabajos mal considerados con poco control de la situación, el trabajo con gran exigencia emocional, y la doble carga de un trabajo remunerado y otro no remunerado en el hogar.
Violencia ejercida por el público	Mujeres	Las mujeres trabajadoras tienen un mayor contacto con el público.
Ruido/Pérdida de audición	Hombres	Las trabajadoras de los sectores textil y alimentario pueden estar muy expuestas a riesgos, por ejemplo
Cáncer ocupacional	Hombres	Las mujeres están más representadas en ciertas industrias manufactureras, por ejemplo.
Asma y alergias	Mujeres	Por ejemplo, causados por productos de limpieza, agentes y polvo esterilizantes presentes en guantes protectores de látex utilizados en el sector sanitario, y polvos en la industria textil y de la confección.
Enfermedades cutáneas	Mujeres	Por ejemplo, debidos al trabajo con las manos húmedas, en sectores como servicios de comidas, o por el contacto de la piel con productos de limpieza o químicos en peluquería.
Enfermedades infecciosas	Mujeres	Por ejemplo, en el sector sanitario o en la puericultura.

Trabajo y equipo de protección	Mujeres	Mucha de la ropa y equipos de trabajo han sido diseñados para el “hombre medio”, lo inadecuados que origina problemas a numerosas mujeres y a hombres que no corresponden a dicho estándar.
Salud reproductiva	Ambos	Entre los ámbitos que se han descuidado se incluyen la fertilidad, los trastornos menstruales, la menopausia y la salud de la reproducción masculina.
Horas de trabajo inapropiadas	Ambos	Los hombres tienen más propensión a trabajar muchas horas remuneradas, mientras que las mujeres trabajan más horas de forma no remunerada en el hogar. Ambos aspiran a un mayor equilibrio entre la vida laboral y la privada.

Fuente: Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo (2003)

Los estudios confirman que hay diferentes resultados por género según sean enfermedades o patologías físicas o síquicas, accidentes o enfermedades comunes, si están caracterizadas como enfermedades profesionales o no, etc. Así, los accidentes en el año 2012 afectaron a un 70,7 % de hombres y un 29,3, % de mujeres y la mortalidad a un 95,4% de hombres frente a un 4,6% mujeres (Ministerio de Empleo y Seguridad Social, 2013). Por su parte, las enfermedades profesionales (partes comunicados¹) afectaron a 55,92% hombres y a 44,08% mujeres. (CEPROSS-PANOTRATSS, 2013).

Como se observa en las cifras anteriores, hay una mayor prevalencia masculina tanto en accidentes, como en enfermedades profesionales, si bien conforme pasan los años se van acortando distancias muy lentamente entre los géneros. Por otro lado, si se analizan los informes mencionados al detalle, se observa una clara segregación por género en las actividades y las duraciones de la contingencia.

Esto último es de extraordinaria importancia, porque existe una masculinización de las “enfermedades profesionales” y “accidentes” debido a la segregación laboral existente, a la prevalencia masculina en algunos sectores y a la relación de enfermedad profesional con accidente de trabajo, lo que deja desamparadas y sin protección a muchas mujeres cuando sufren diversas patologías de origen laboral (Vogel, 2003).

Hay dos aspectos específicos en materia de SST relacionadas con el género sobre los que se ha puesto el foco de análisis y de acciones: la maternidad y el acoso sexual. Por lo tanto, ha habido una “concentración” de esfuerzos en aspectos concretos de la biología femenina como el rol reproductivo, enfermedades específicas femeninas (prevención cáncer de mama etc.). Así, si bien en algunos temas, como la maternidad, los avances han sido plausibles y en algunos casos contundentes, hay otros aspectos en los que queda mucho por avanzar como aspectos ergonómicos, doble jornada, psicosociales (Eurofound, 2007, p. 34) y riesgos específicos derivados de la concentración femenina en determinadas áreas como la salud, cuidados a tercera edad, manufactura, agricultura (recolección y procesamiento), etc. (Ibañez Pascual, 2008).

3.2.3. Adaptación al cambio

El libro Verde de la CE define la adaptación al cambio como un proceso de reestructuración, downsizing, fusiones y adquisiciones (Comisión Europea, 2001).

¹ Un parte comunicado es un expediente de enfermedad profesional que ha sido tramitado por la entidad gestora o colaboradora que asume la cobertura de contingencias profesionales, con arreglo a la normativa vigente, y ha supuesto la existencia de una visita del trabajador a un facultativo que diagnostica una enfermedad profesional catalogada en el cuadro de enfermedades profesionales recogido en el RD 1299/2006.

Las crisis y transformaciones que se han producido en las últimas décadas, y especialmente la crisis de los últimos años, han obligado a las empresas a adaptarse a las nuevas situaciones, con consecuencias frecuentemente negativas para su personal. Dado que la situación de partida de la mujer tiende a ser más desfavorecida en general, ésta es todavía más vulnerable en este tipo de coyuntura. Entre los factores de desigualdad, y por tanto de vulnerabilidad, se encuentran la menor participación femenina en el mercado laboral, frecuentemente marcada por el subempleo, la inestabilidad, el empleo a tiempo parcial y temporal, la falta de cobertura de la seguridad social y los menores ingresos.

Efectivamente, tal y como afirman Gálvez y Torres (2010), el desarrollo de la crisis actual conlleva efectos muy distintos sobre las mujeres y los hombres, afectando a los grupos más vulnerables, como el de la mujer (Chen y Ravallion, 2009; European Parliament, 2010; King y Sweetman, 2010; Montaña y Milosavljevic, 2012; Raaber, 2010). Por tanto, para poder adoptar soluciones y políticas efectiva es necesario tener en cuenta este efecto desigual. De hecho, tanto las políticas que contribuyeron a generar la crisis, como las que se diseñan para su recuperación, tienen impactos diferentes sobre mujeres y hombres y sobre distintos grupos sociales. Es fundamental no solamente advertir sobre los posibles impactos de género, sino proyectar políticas que, tanto en su diseño como en su evaluación, incorporen la perspectiva de género para evitar profundizar en las desigualdades y contribuir a la igualdad (Gálvez y Torres, 2010). Ésta no ha de ser labor sólo de los gobiernos, sino también de las empresas, agentes protagonistas en la búsqueda de respuestas ante la crisis y principales ejecutoras de los procesos de reestructuración. En cualquier proceso de fusión y adquisición, reestructuración y/o desvinculación voluntaria o forzada, debería evitarse la discriminación y segregación por género (Tienari, 2000).

3.2.4. Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales

La innovación desempeña un papel fundamental en el comportamiento medioambiental de las empresas. Tanto las innovaciones en el proceso de producción, como en producto, en métodos organizacionales o comerciales inciden directamente en los resultados ambientales de la empresa (Sánchez, Domínguez y Hernández, 2010).

Para generar innovación en la empresa y llevar a cabo una investigación es necesario equipos con múltiples habilidades, altamente creativos e interdisciplinarios (European Commission, 2003). En el corazón de la estrategia de innovación se encuentran las personas preparadas y capaces colaborar en equipos e intercambiar y sintetizar el conocimiento de diversas fuentes (London Business School, 2007). Por lo tanto, la diversidad es buena para la empresa y para la generación de nuevas ideas.

Las empresas reconocen que la diversidad dentro de la investigación es una cuestión que ya no se puede ignorar y que hay que abordarla a fondo. En el contexto de habilidades escasas, la contratación, retención y promoción de investigadoras es vital. Se necesita promover mejores prácticas para desarrollar una cultura de trabajo democrática, inclusiva e innovadora en la investigación industrial para liberar la chispa de la creatividad (European Commission, 2003). Sin embargo, en los países de la OCDE las mujeres están infrarrepresentadas en la fuerza de trabajo en la ciencia y la tecnología. Las ocupaciones en ciencias naturales, ingenierías y matemáticas tienen la participación de mujeres más baja de todas las profesiones (OECD, 2008). De este

modo, muchas empresas líderes en I+D están modificando sus políticas de recursos humanos para poder reclutar y retener de forma más eficaz a las mujeres en la ciencia e ingeniería (European Commission, 2003).

En definitiva, las empresas socialmente responsables se pueden enriquecer incorporando la perspectiva de la mujer, su sensibilidad medioambiental y conocimientos en los departamentos de I+D, diseño y medio ambiente, por lo que debería promover su acceso a dichos departamentos. La empresa no se puede permitir el lujo de desaprovechar el talento, venga de donde venga.

3.3. RSG externa a la organización

3.3.1. Comunidades locales

Los esfuerzos de las empresas en la promoción de la igualdad de género se pueden reforzar a través de su involucración con uno de sus grupos de interés: sus comunidades locales (GRI e IFC, 2009, p. 47). De hecho, a la hora de establecer un diálogo y generar una complicidad con la comunidad, las empresas deberían considerar particularmente a los grupos con menos poder y más desfavorecidos, entre los que se encuentran las mujeres (IFC, 1998, p. 12).

El margen de actuación de las empresas en las comunidades locales a favor de la igualdad de género y el desarrollo local es muy amplio. A pesar de los avances producidos en materia de igualdad de género en las últimas décadas, todavía existen numerosos países y regiones donde la discriminación por razón de género es común. En los países en vías desarrollo las mujeres no poseen los mismos derechos jurídicos, sociales y económicos que los hombres. Son mayoritariamente las mujeres y las niñas las que sufren los perjuicios derivados de las diferencias entre sexos en el acceso y control de los recursos, las oportunidades económicas, el poder y la participación política (Banco Mundial, 2001).

Así, las empresas pueden desempeñar una labor fundamental como agentes transformadores de las relaciones entre mujeres y hombres. Las empresas, entre otras, determinan los recursos a los que tienen acceso ambos géneros y la forma en la que pueden participar en la economía. Al proporcionar empleo en una economía, pueden establecer cómo se remuneran las habilidades, capacidades y esfuerzos de mujeres y hombres, a qué tipo y perfiles de puestos de trabajo pueden acceder unos y otros, y cómo se recompensa y promociona el esfuerzo de ambos, y por lo tanto, sus posibilidades de participar en igualdad de condiciones en la economía y en la riqueza generada. Asimismo, pueden lanzar numerosos proyectos de desarrollo local dirigidos específicamente a las mujeres, tanto en solitario (a través del voluntariado corporativo, por ejemplo), como a través de terceros agentes u ONGs.

3.3.2. Socios comerciales, proveedores y empresas clientes o personas consumidoras

Socios comerciales, empresas proveedoras

Las empresas son cada vez más controladas por diferentes grupos de interés, y no sólo por sus prácticas, sino por las prácticas de sus proveedores (Maignan et al., 2002).

La desmembración actual de la CV y la paralela deslocalización de las actividades a nivel global en países con muy diferentes estándares de calidad y derechos humanos, ha aumentado la complejidad y el interés por la gestión de la RS en la CV. Sin embargo, aunque la RS comienza a extenderse en la CV, convirtiéndose en un área clave de la RS (Ageron et al., 2012), el análisis de la igualdad de género en socios y proveedores locales o globales está todavía en un estado incipiente (Barrientos et al., 2003).

Si bien es cierto que la globalización de la CV ha permitido generar empleo femenino en países en vías de desarrollo, éste ha sido de muy baja calidad (Oxfam, 2004; GRI e IFC, 2009). Los sectores textil, ropa, alimentación, horticultura, producción de juguetes y menaje para el hogar, intensivos en mano de obra femenina de baja cualificación (AWID, 2010), son típicos ejemplos de una CV gestionada por el comprador. Las empresas productoras, localizadas en países que no son de la OCDE, están gobernadas por grandes corporaciones distribuidoras pertenecientes a países occidentales, que deciden, no sólo qué será producido, sino cómo será producido.

En este sentido, si las grandes corporaciones con origen en occidente actuaran de forma socialmente responsable, seleccionando además a sus proveedores según las políticas que aplican en su seno, cambiarían muchos aspectos en relación a la RS a nivel global. En la mayoría de los casos los códigos establecidos por las grandes corporaciones pueden tener una mayor repercusión en las empresas proveedoras que las propias leyes locales (Baden et al., 2009)

Por lo tanto, las empresas que deseen gestionar su CV de forma responsable desde el punto de vista del género deberían extender su compromiso con la igualdad de género a sus empresas proveedoras, actuando como elemento tractor para potenciar que éstas incorporen la igualdad en sus agendas. Así por ejemplo, podrían seleccionar a proveedores y socios en función de la aplicación de un plan de igualdad (Prieto-Carrón, 2008), teniendo en cuenta si respetan los derechos de la mujer o impulsando a través de sus contratos el emprendimiento entre las mujeres y/o el empresariado femenino (GRI e IFC, 2009).

Empresas clientes o personas consumidoras

La clientela es quien, en última instancia, determina la supervivencia de la empresa en un entorno competitivo en el que pueden elegir entre las ofertas de diversas empresas. Las empresas cliente y personas consumidoras no sólo tienen en cuenta las características funcionales del producto, el dinero que pagan, la posibilidad de acceder al mismo o la forma en que la empresa se comunica, sino también si la empresa provee valor manteniendo o mejorando el bienestar de su clientela así como el del resto de la sociedad (Kotler y Armstrong, 2008, p. 13). Esta búsqueda del bienestar de la sociedad hace referencia a la RS en general y la RSG en particular.

Al abordar a las personas consumidoras como grupo de interés dentro de la RSG, la empresa ha de pensar en acciones que puede realizar en este ámbito de cara a su clientela, sea ésta otras empresas o clientes finales. Así, con respecto a sus empresas clientes puede realizar acciones encaminadas a favorecer acciones de RSG en las mismas. Sería el caso, por ejemplo, de empresas de consultoría que plantea a las empresas clientes a las que asesoran formas de selección de personal no discriminatorias e integradoras (Velasco et al., 2013).

Con respecto a la clientela final, las empresas pueden investigar y, eventualmente, fabricar productos que faciliten la conciliación entre vida laboral, personal y social, no sólo como vía de generación de ingresos, sino también como apoyo a quienes más frecuentemente tienen una doble jornada. Otras acciones que puede desarrollar son, mediante la venta de sus productos, apoyar a asociaciones de mujeres o causas fundamentalmente asociadas a mujeres, como podría ser la incorporación de información en los productos sobre cáncer de mama o similar, de manera que la clientela asocie la marca con la causa (Hoeffler y Keller, 2002). En el área de distribución, pueden facilitar el acceso a los productos directamente en el hogar, contribuyendo a la conciliación, y en el área de comunicación, podrían mostrar patrones de comportamiento igualitarios, implantado asimismo, un protocolo para evitar la utilización sexista de la comunicación y publicidad (GRI e IFC, 2009).

3.3.3. Derechos humanos

En general se puede concluir que en los últimos años se ha producido un avance importante a escala mundial en el ámbito de los derechos de las mujeres (Folguera, 2010, p. 116). No obstante, este progreso no ha tenido lugar al mismo ritmo en todas las regiones del mundo. A pesar de la proliferación de instrumentos internacionales que ratifican diferentes tipos de derechos y de los avances en la legislación y en los derechos formales de las mujeres, en muchos casos éstos no se han traducido en una mayor protección de esos grupos sociales a los que se dirigen, ni en una reducción de sus desventajas en materia de desarrollo y derechos, ni siquiera en políticas sociales y económicas que permitan el ejercicio real de estos derechos (Tomei, 2003, p. 29; Zabala, 2005, p. 141).

En este sentido, a pesar de que el cumplimiento de los derechos humanos sigue siendo la máxima responsabilidad de los Gobiernos, las empresas pueden hacer grandes aportaciones en el ámbito de sus negocios para apoyar y llevar a cabo un estricto respeto de los mismos (BLIHR, et. al., 2006). Así, un número creciente de empresas se están concienciando sobre la importante contribución que pueden hacer en el avance de los derechos humanos en sus respectivas áreas de influencia y los beneficios que esto reporta en sus negocios.

En esta dirección, en los últimos años se han producido progresos muy interesantes en la incorporación de la perspectiva de género en las iniciativas internacionales que sirven de guía para las empresas, como el lanzamiento de la guía para la inclusión de género en los informes de sostenibilidad por parte de Global Reporting Initiative y la Corporación Financiera Internacional, que permite a las empresas crear mejores y mayores oportunidades para las mujeres (GRI e IFC, 2009). Pero, sin lugar a dudas, entre los avances más destacados en materia de códigos de conducta se encuentran los “*Principios para el Empoderamiento de las Mujeres*” del Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM) y del Pacto Mundial (UNGC). Los Principios recogen 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 (UNIFEM y UNGC, 2010b, p. 1). Por lo tanto, las empresas que deseen mostrar su compromiso con el derecho humano fundamental de la igualdad entre mujeres y hombres, disponen de una nueva herramienta o guía que les ayuda a modificar sus actuales políticas y prácticas o, si fuera necesario, a crear nuevas prácticas que favorezcan el empoderamiento de las mujeres y beneficien a su empresa y a la sociedad en su conjunto (ibid, 2010a, p. 2).

3.3.4. Problemas ecológicos mundiales

Se reconoce que el cambio climático y sus efectos son una seria amenaza para el desarrollo humano sostenible, ya que tiene un impacto en la agricultura, energía, salud, seguridad alimentaria, economía e infraestructura física de los países. Sin embargo, el cambio climático tiene consecuencias diferenciadas en función de categorías sociales como género, edad, nivel económico y etnia, por lo que se puede convertir en una fuente generadora de una mayor desigualdad en el mundo si no se atiende a sus causas y efectos (PNUD, 2008). De hecho, el cambio climático puede incrementar los patrones de desventaja de género existentes (PNUD, 2007, p. 83).

Como puede verse en la Tabla 3, los riesgos directos e indirectos asociados al cambio climático pueden afectar de forma específica a las mujeres y a sus oportunidades de acceder a medios de vida, al tiempo de que disponen diariamente y a su esperanza de vida general (UICN et al., 2009).

TABLA 3. Riesgos directos e indirectos del cambio climático y su efecto potencial en la mujer

	Riesgos potenciales	Ejemplos	Efecto potencial en las mujeres
Efectos del Cambio Climático Directos	Temperaturas más elevadas en océanos.	Creciente incidencia del blanqueamiento del coral por estrés térmico.	La pérdida de arrecifes de coral puede perjudicar la industria turística, sector en el que las mujeres llegan a representar el 46% de la fuerza laboral.
	Más sequías y escasez de agua.	Marruecos sufrió 10 años de sequía desde 1984 hasta el 2000; Kenia septentrional ha experimentado cuatro sequías graves entre 1983 y el 2001.	Las mujeres y las niñas en los países en vías de desarrollo son a menudo las principales recolectoras, usuarias y administradoras del agua. La disminución en disponibilidad de agua pondrá en peligro los medios de subsistencia de sus familias y aumentará su carga de trabajo. Esto puede tener efectos secundarios como: menor cantidad de niñas matriculándose en las escuelas o menos oportunidades para que las mujeres se dediquen a actividades lucrativas.
	Más frecuencia de fenómenos climáticos extremos.	Mayor intensidad y cantidad de ciclones, huracanes, inundaciones y olas de calor.	En una muestra de 141 países en el período 1981-2002, se encontró que los desastres (y sus impactos subsecuentes) en promedio matan a más mujeres que hombres o matan a mujeres a una edad más temprana.
Efectos del Cambio Climático Indirectos	Más epidemias.	La variabilidad del clima jugó un papel decisivo en las epidemias de malaria en las zonas altas de África Oriental y fue responsable de alrededor del 70% de la variación en recientes epidemias de cólera en Bangladesh.	Las mujeres tienen menos acceso a servicios médicos que los hombres y su carga de trabajo aumenta cuando tienen que dedicar más tiempo a cuidar a los enfermos. Los hogares más pobres afectados por el VIH/SIDA tienen menos recursos para adaptarse a los impactos del cambio climático. Adoptar nuevas estrategias para la producción de cosechas o movilizar ganado resulta más difícil para los hogares infectados y para los que tienen a una mujer como jefa de hogar.
	Pérdida de especies.	Para el 2050, el cambio climático podría causar la extinción de especies entre un 18 y 25 por ciento.	Las mujeres a menudo dependen de la diversidad de cultivos para contrarrestar la variabilidad del clima, pero los cambios permanentes de temperatura reducirán la biodiversidad del agro y las opciones de medicina tradicional, creando impactos potenciales en la seguridad alimentaria y la salud.

	Menor producción de cosechas.	En África, se espera que la producción de cosechas disminuya entre un 20 y un 50% en respuesta a condiciones extremas parecidas a las de El Niño.	Las mujeres de zonas rurales son responsables de la mitad de la producción de alimentos del mundo y producen entre el 60 y el 80 por ciento de los alimentos en la mayor parte de los países en vías de desarrollo. En África, la proporción de mujeres afectadas por los cambios en las cosechas debido al clima podría oscilar entre un 48 por ciento en Burkina Faso y hasta un 73 por ciento en el Congo.
--	-------------------------------	---	---

Fuente: UICN, PNUD y GGCA (2009, pp. 90-91)

Por lo tanto, las empresas deberían hacer participes a las mujeres de la comunidad en sus decisiones sobre inversiones que tengan un impacto medioambiental (GRI e IFC, 2009), podrían ofrecer capacitación y formación en materia medioambiental a las mujeres en países en vías de desarrollo (UICN, et al., 2009), apoyar las cuestiones medioambientales que más afectan a las mujeres o las campañas llevadas a cabo por mujeres destinadas a proteger el medio ambiente (UNEP, 2004).

4. CONCLUSIONES

La igualdad de género es un objetivo ético y moral que las empresas socialmente responsables pueden y deben asumir. Por otro lado, si se tiene en cuenta la feminización de la pobreza a nivel mundial, el trabajo de las mujeres en los últimos eslabones de las cadenas de valor, el impacto desigual del cambio climático en las mujeres, su participación en la vida laboral, su labor de cuidadoras o su papel como consumidoras, los temas clave de la RS no se pueden abordar sin una adecuada atención a los aspectos de género (Velasco, et al., 2013).

Sin embargo, para que las empresas asuman un rol más proactivo en el progreso de la mujer, es necesario fortalecer los instrumentos de RS que promuevan la igualdad de género (Bendell y Lin, 2008). El objetivo de este artículo es hacer una aportación en este ámbito, mediante el diseño de un modelo de RSG.

Como se ha visto, la implicación de la dirección en las políticas de igualdad es totalmente necesaria para que se produzcan cambios significativos en la empresa. Aunque las acciones y propuestas puntuales de determinadas personas también pueden contribuir a paliar algunas deficiencias en este ámbito, si la dirección no se compromete y apuesta firmemente por la igualdad de género, los cambios y el impacto no será tan significativo. Por lo tanto, el *gobierno corporativo* es un elemento crítico para el despliegue de la RSG en la organización.

Por su parte, en lo que respecta a la RSG interna, las acciones en el área de *recursos humanos* conllevan garantizar la igualdad en todos los procesos de selección y reclutamiento, promoción y retribución así como en facilitar la conciliación de la vida laboral, personal, social y familiar tanto para mujeres como para hombres de la empresa. En el ámbito de la *salud*, supone contemplar las diferencias de género, yendo más allá de los riesgos específicos femeninos vinculados con la maternidad y el acoso sexual y favoreciendo la participación de la mujer en la evaluación de riesgos de puestos de trabajo. En lo concerniente a la *adaptación al cambio*, o procesos de reestructuración y desvinculación forzosa o voluntaria, éstos deberían asegurar que no producen discriminación por razón de género. En el ámbito de la *gestión medioambiental*, las empresas no pueden permitirse el lujo de desaprovechar el talento de las mujeres en la

I+D+i y las ciencias ambientales. Las políticas de contratación, retención y promoción de investigadoras en los departamentos de medio ambiente, I+D o diseño deberían añadir medidas a favor de la igualdad de género.

En el apartado de la RSG externa, las iniciativas en las *comunidades locales* conllevan que las empresas se impliquen en programas de empoderamiento, apoyo y desarrollo en los entornos donde actúan y que incidan específicamente en las mujeres, bien a título individual, bien a través de terceros. En lo que respecta a los *socios comerciales y empresas proveedoras*, las empresas socialmente responsables desde el punto de vista del género deberían hacer extensible su compromiso con la RSG, favoreciendo la contratación de aquellas empresas que asumen acciones a favor de la igualdad de género. La acción de la RS de género en el ámbito de la *clientela* varía en función de si ésta es clientela final o clientela industrial. En este último caso, las empresas proveedoras tratarán, en la medida de sus posibilidades de facilitar el desarrollo de acciones de igualdad entre su clientela. En el caso de la clientela final, las acciones estarán más relacionadas con el desarrollo de su mix de marketing, especialmente en lo relacionado a desarrollo de producto, distribución, publicidad y comunicación no sexista. En el apartado de *derechos humanos*, la iniciativa de responsabilidad de género más avanzada supondría adherirse a los “Principios para el Empoderamiento de las Mujeres”. La empresa implicada en la RSG en la lucha contra el cambio climático debería contemplar en sus acciones su impacto desigual en las mujeres, de forma que despliegue acciones que traten de mitigarlo, involucrando activamente a las mujeres en la búsqueda de soluciones posibles.

Entendemos que el modelo de RSG propuesto reúne la virtud de que puede ser fácilmente incorporado en la empresa, al adoptar un esquema ampliamente conocido como es el de la Comisión Europea. La propuesta para la gestión de la RSG permite incluir el objetivo de igualdad de género en un amplio conjunto de iniciativas de RS y en relación a un amplio abanico de stakeholders. Asimismo, este modelo permite explorar los temas de la RS a través de la lente del género, no sólo contemplando los aspectos internos a la empresa, sino también los externos.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGENCIA EUROPEA PARA LA SEGURIDAD Y LA SALUD EN EL TRABAJO (2003): Facts 42: Las cuestiones de género en relación con la seguridad y salud en el trabajo. Belgium, <https://osha.europa.eu/es/publications/factsheets/42>
- AGERON B., GUNASEKARAN A. and SPALANZANI A. (2012): “Sustainable supply management: An empirical study”. *International Journal of Production Economics* 140 (1), pp. 168–182.
- ALONSO, F. (2006): “Estrategia europea de la responsabilidad social de las empresas”. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, 62, pp. 79-108.
- ASOCIACIÓN EGIERA, DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA y PAREKATUZ (2007): Guía para el Autodiagnóstico de Responsabilidad Social e Igualdad de Género: Parekatuz. Diputación Foral de Bizkaia, <http://gaurkoemakumeak.files.wordpress.com/2012/02/guc3ada-para-el-autodiagnc3b3stico-rs-ig1.pdf>

- AWID (2010): BRIEFT 11. The impact of the crisis on women: Main trends across regions, AWID.
- BADEN, D. A., HARWOOD, I. A. and WOODWARD, D. G. (2009): “The effect of buyer pressure on suppliers in SMEs to demonstrate CSR practices: An added incentive or counterproductive?”, *European Management Journal*, Vol. 27, No.6, pp. 429-441.
- BANCO MUNDIAL (2001): *Hacia la integración de sexos en el desarrollo económico—mediante la igualdad de derechos, recursos y participación*. Banco Mundial & Ediciones Mundi-Prensa.
- BARRIENTOS, S., DOLAN, C. y TALLONTIRE, A. (2003): “A gendered Value Chain Approach to Codes of Conduct in African Horticulture”, *World Development*, Vol. 31, pp. 1.511-1.526.
- BEAR, S., RAHMAN, S. and POST, C. (2010): “The impact of board diversity and gender composition on CSR and firm reputation”, *Journal of Business Ethics*, 97, 207-221.
- BENDELL, J. and LIN, S. (2008): “Glasses: women and CSR”, *World Review*, april-june, pp. 5-17.
- BLIHR, Global Compact Office and Office of the UN High Commissioner for Human Rights (2006): *A Guide for Integrating Human Rights into Business Management*. Business Leaders Initiative On Human Rights, United Nations Global Compact and the Office of the High Commissioner for Human Rights
- BRODY, A. (2009): *Gender and governance: Overview Report*. BRDIGE, Development Gender.
- CARTER, D. A., SIMKINS, B. J. and SIMPSON, W. G. (2003): “Corporate Governance, Board Diversity, and Firm Value”, *The Financial Review* Vol. 38, No. 1, pp. 33-53.
- Catalyst (2007): *Alliance for Board Diversity*, <http://www.catalyst.org/publication/433/women-on-boards>
- CEPES (2011): *Economía Social con Perspectiva de Género. Análisis del techo de cristal y establecimiento de un modelo equitativo de gestión empresarial*. Junta de Andalucía.
- CEPROSS-PANOTRATSS (2013): *Observatorio de enfermedades profesionales (cepross) y de enfermedades causadas o agravadas por el trabajo (panotratss)*. Informe anual 2012.
- CHEN, M. and RAVALLION, S. (2009): *Weakly Relative Poverty*. World Bank Policy Research Working Paper 4844.
- COMISIÓN EUROPEA (2001): *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. COM (2001) 366 final.
- COMISIÓN EUROPEA (2002): *Comunicación de la Comisión relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas: una Contribución Empresarial al Desarrollo Sostenible*. COM (2002) 347 final.02.07.2002.
- COMISIÓN EUROPEA, (2004): *Guía Equal sobre integración de la perspectiva de género*, nov. 2004.

http://ec.europa.eu/employment_social/equal_consolidated/data/document/gendermain_es.pdf

- COMISIÓN EUROPEA (2006): Comunicación de la Comisión. Plan de trabajo para la Igualdad entre las Mujeres y los Hombres 2006-2010, COM (2006) 92 final 01.03.2006.
- CORTES GENERALES (2006): Libro Blanco de la RSE. Boletín de 31 de julio de 2006.
- CSR Europe (2006): Women in Leadership Positions. Practitioners Report.
- CSR Europe (2010): A guide to CSR in Europe. Country Insights. By CSR Europe's National Partner Organisations.
- DE LUIS, P., BERNAL, E., VELA, M. J. y PÉREZ, M. (2011): "Presencia equilibrada entre mujeres y hombres en consejos de administración: identificación de los Stakeholders", Cuadernos de Gestión, Vol. 11., pp. 49-72.
- ERHARDT, N. L., WERBEL, J. D. and SHRADER, C. B. (2003): "Board of Director Diversity and Firm Financial Performance", Corporate Governance Vol. 11, No. 2, pp. 102-111.
- ESCUADERO, M. (2010): "Harvard lanza un mensaje a los ejecutivos" www.elconfidencial.com
- EUROFOUND (2007): Working conditions in the European Union: The gender perspective. Dublin
- EUROPEAN AGENCY FOR SAFETY and HEALTH AT WORK (2003): Gender issues in safety and health at work: A review. Belgium ISBN 92-9191-045-7
- EUROPEAN COMMISSION (2003): Women in Industrial Research: A wake up call for European Industry (WIR), European Commission, Directorate-General for Research. http://ec.europa.eu/research/science-society/women/wir/pdf/wir_final.pdf
- EUROPEAN COMMISSION (2010): More women in senior positions. Key to economic stability and growth, European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Equal Opportunities, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- EUROPEAN COMMISSION (2011a): A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM (2011) 681 final.
- EUROPEAN COMMISSION (2011b): Green Paper. The EU corporate governance framework, COM(2011) 164 final.
- EUROPEAN PARLIAMENT (2010): Resolution of 15 June 2010 on transparency in regional policy and gender aspects of the economic downturn and financial crisis (2009/2204 INI).
- EUROPEAN UNION. (2012): Women in economic decision-making in the EU. Progress report.

- FERNÁNDEZ GARRIDO, J. (2004): “El inicio de la selección: análisis del puesto, elección del medio y canal de reclutamiento”, en EMAKUNDE y CE (2004) Jornadas de formación y acreditación en consultoría para la igualdad de mujeres y hombres, EMAKUNDE y CE, FSE, Vitoria-Gasteiz 2002-2004, pp. 969-984.
- FOLGUERA, P. (2010): “La equidad de género en el marco internacional y europeo”, en Mujeres, Globalización y Derechos Humanos, Ed. Maquieira, V., Ediciones Cátedra, Valencia, 2010; pp. 97-146.
- FUKUYAMA, F. (2005): “Comentarios a la Ética protestante y el espíritu del capitalismo de Max Weber”. Lecturas en el Tiempo.com, 28/04/2005.
- FUNDACIÓN MUJERES (2007): Igualdad es Calidad Empresarial, Manual de Buenas Prácticas para la integración de la igualdad de género en la Gestión con el Modelo EFQM, Principado de Asturias.
- GÁLVEZ MUÑOZ, L. y TORRES LÓPEZ J. (2010): Desiguales: Mujeres y hombres frente a la crisis financiera. Editorial Icaria. Barcelona.
- GRI e IFC (2009): Embedding Gender in Sustainability Reporting – A Practitioner’s Guide. Global Reporting Initiative and International Finance Corporation.
- GROSSER, K. (2009): “Corporate social responsibility and gender equality: women as stakeholders and the European Union sustainability strategy”. Business Ethics: a European Review, 18, 3, pp. 290-307.
- GROSSER, K. (2011): Corporate social responsibility, gender equality and organizational change: a feminist perspective. Doctoral dissertation, University of Nottingham.
- GROSSER, K. and MOON, J. (2005): “Gender Mainstreaming and Corporate Social Responsibility: Reporting Workplace Issues”. Journal of Business Ethics, 62, pp. 327-340.
- GROSSER, K. and MOON, J. (2008): “Developments in company reporting on workplace gender equality? A Corporate Social Responsibility Perspective”. Accounting Forum, 32, 3, pp. 179-198.
- HOEFFLER, S., & KELLER, K. L. (2002): “Building brand equity through corporate societal marketing”, Journal of Public Policy & Marketing, pp. 78-89.
- IBAÑEZ PASCUAL, M. (2008): “La segregación ocupacional por sexo a examen. Características personales, de los puestos y de las empresas asociadas a las ocupaciones masculinas y femeninas”. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis), Nº 123, 2008, pp. 87-122.
- IFC (1998): Doing Better Business through Effective Public Consultation and Disclosure. A Good Practice Manual. IFC, International Finance Corporation.
- KAHALE CARRILLO, D. T. (2013): La Responsabilidad Social de Género. Editorial Aranzadi, Cizur Menor, Spain.
- KING, R. and SWEETMAN, C. (2010): Gender Perspectives on the Global Economic Crisis. Oxfam International Discussion Paper, Gender and Development.
- KINGSMILL, D. (2001): Review of women’s employment and pay. Women and Equality Unit, UK.

- KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2008): Principios de Marketing, Pearson Educación S.A., Madrid, 12ª edición.
- LONDON BUSINESS SCHOOL (2007): Innovative Potential: Men and Women in Teams. London Business School and The Lehman Brothers Centre for Women in Business.
- MAIGNAN, I., HILLEBRAND, B. AND McALISTER, D. (2002): “Managing socially responsible buying: how to integrate non-economic criteria into the purchasing process”. *European Management Journal*, 20, pp. 641–648.
- MARSHALL, D. (2008): “How HR measure the success of diversity initiatives?”. *Strategic HR Review* 7(5), pp. 30-33
- MAXFIELD, S. (2007): “Linking business’s gender and diversity practices with corporate citizenship: implications for Latin America”, *Academia. Revista latinoamericana de Administración*, 38, pp. 65-80.
- MAYORDOMO, J. L. (2003): “La ética como motor de crecimiento de la organización”, *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, no. 8.
- McKINSEY (2007): *Women Matter: Gender Diversity, A Corporate Performance Driver*, McKinsey & Company.
- McKINSEY (2010): *Women Matter: women at the top of the corporation’s*, McKinsey & Company.
- MINISTERIO DE EMPLEO y SEGURIDAD SOCIAL (2013): Estadística de accidentes de trabajo. Año 2012. Informe de resultados pag.7.
- MONTAÑO, S. and MILOSAVLJEVIC, V. (2012): “The economic and financial crisis. Its impact on poverty, work and women’s time”. *CEPAL: Asuntos de género*, nº 98.
- OECD (2008): *Gender and Sustainable Development. Maximising the Economic, Social and Environmental Role of Women*. OECD.
- OXFAM (2004): *Trading away our rights, Women working in global chains*, Oxfam International.
- PARKE, C. (2010): “Practical advice for HR professionals”. *Strategic HR Review* 9(5).
- Pearson, R. (2007): “Beyond women workers: gendering CSR”. *Third World Quarterly*, 28, 4, pp. 731-749.
- PNUD (2007): *Enfoque de Equidad de Género Para Iniciativas de Energía Sostenible. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*, PNUD.
- PNUD (2008): *Guía recursos de género para el cambio climático. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*, México.
- PRIETO-CARRÓN, M. (2008): “Women Workers, Industrialization, Global Supply Chains and Corporate Codes of Conduct”. *Journal of Business Ethics* 83, pp. 5-17.
- RAABER, N. (2010): *The Impact of the Crisis on Women: Main Trends Across Regions*. Association for Women’s Rights in Development (AWID).

- REYES, L. E. (2008): “La investigación en responsabilidad social en los diez últimos años: un análisis de las publicaciones en business and management”, *Estableciendo puentes en una economía global*, Vol.1 2008, pag. 96.
- SÁNCHEZ, P.S., DOMÍNGUEZ, M.L. y HERNÁNDEZ, J. (2010): “Género y comportamiento ambiental de los negocios de artesanías de barro”, *Gestión y Política Pública*, Vol. XIX, nº 1, semestre de 2010, pp. 79-110.
- STEPHENSON, C. (2004): “Leveraging Diversity to Maximum Advantage: The Business Case for Appointing More Women to Boards”, *Ivey Business Journal* Vol. 69, No. 1, pp. 1-5.
- THOMPSON, J. L. (2008): “Gender equity and corporate social responsibility in a post-feminist era”, *Business Ethics: A European Review*, Volume 17 Number 1.
- TIENARI, J. (2000): “Gender segregation in the making of a merger”, *Scandinavian Journal of Management*, 16(2), pp. 111-144.
- TIENARI, J., MERILÄINEN, S., HOLGERSSON, C., and BENDL, R. (2013): “And the there are none: on the exclusion of women in processes of executive search”, *Gender in Management: An International Journal* 28 (1), pp. 43-62.
- TOMEI, M. (2003): “La Protección Internacional de los Derechos Humanos y la Igualdad: El Papel y el Enfoque de la OIT”, *Temas Laborales: Revista Andaluza de Trabajo y Bienestar Social*, Nº 68. pp. 27-57.
- TORRE GARCÍA, C. y MARURI PALACÍN, I. (2009): *La Responsabilidad Social de Género en la Empresa. Un valor emergente del management empresarial*. Fundación Sagardoy. Madrid 2009.
- UICN, PNUD y GGCA (2009): *Manual de capacitación en género y cambio climático*. Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Alianza Mundial de Género y Cambio Climático (GGCA), Costa Rica. Junio 2009.
- UNEP (2004): *Women and the Environment*. United Nations Environment Programme, Nairobi.
- UNIFEM y UNGC (2010a): *Resumen Ejecutivo. Principios para el empoderamiento de la mujer. La igualdad es buen negocio*. UNIFEM y United Nations Global Compact.
- UNIFEM y UNGC (2010b): *Principios para el empoderamiento de la mujer. La igualdad es buen negocio*. UNIFEM y United Nations Global Compact.
- VELASCO, E.; ALDAMIZ-ECHEVARRÍA, C.; FERNÁNDEZ DE BOBADILLA, S.; INTXAURBURU, G. y LARRIETA, I. (2013): *Guía de Buenas Prácticas en Responsabilidad Social de Género*. Ediciones Pirámide, Madrid.
- VOGUEL, L. (2003): *La salud de la mujer trabajadora en Europa. Desigualdades no reconocidas*. Instituto Sindical Europeo para la Investigación, formación, Salud y seguridad. (BTS).
- ZABALA, I. (2005): “Claroscuros de Género en la Globalización Neoliberal”, *Lan-Harremanak*, 12 (2005-I), pp. 139-166.