

## IGUALDAD

### La ley de igualdad: carga social o estrategia de negocio

**La LOI contiene un buen número de medidas que afectan a los agentes sociales, entre las que cabe destacar el deber de las empresas de respetar la igualdad de trato y de oportunidades en el seno de la organización productiva.**

Con esta finalidad, se impone la obligación de adoptar medidas dirigidas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre las personas trabajadoras de uno y otro sexo. Tal obligación se intensifica en el caso de las empresas que cuenten con más de 250 trabajadores, en las que las medidas de igualdad deben plasmarse en la elaboración y aplicación de un plan de igualdad, concebido éste como un conjunto de medidas –adoptadas después de realizado el oportuno diagnóstico de situación– tendentes a garantizar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.

Partiendo de la LOI y de la obligatoriedad de su cumplimiento, se hace necesario gestionar la igualdad de oportunidades desde una estrategia dirigida a mejorar la calidad de la prestación laboral, mediante la conexión entre los objetivos personales con los profesionales. Por ello, las empresas deben utilizar el marco de la LOI para rentabilizar su capital humano y, a la vez, hacer uso de los recursos y beneficios que la norma concede como estímulo para su cumplimiento.

En este sentido, las medidas de igualdad deben concebirse desde una idea de eficacia en sentido amplio, tanto para lograr la igualdad efectiva como para aprovechar al máximo los incentivos legales, como son el contrato de interinidad bonificado, las bonificaciones en la cuota empresarial de seguridad social o el reconocimiento de la excelencia empresarial mediante el distintivo en materia de igualdad.

Este último tiene gran valor, no sólo de cara a realzar la imagen corporativa de la empresa –tanto interna como externa– sino, también, por sus repercusiones en el tráfico comercial, en beneficio de la competitividad de la empresa así destacada, a la que se reconocen determinadas facultades, como es la de disfrutar de determinadas subvenciones públicas o gozar de prioridad para contratar con la Administración Pública. El desarrollo reglamentario previsto para el procedimiento de obtención del distintivo determinará los criterios para su concesión y, es posible que también, nuevas ventajas añadidas para las empresas distinguidas.

#### Efectos rentables

Tampoco deben desdeñarse los rentables efectos –económicamente hablando– que una estrategia empresarial apoyada en la igualdad de oportunidades genera: el “valor añadido” derivado de la mejora del clima laboral y, como consecuencia de ello, la prevención y, en su caso, disminución– de la conflictividad y el aumento de la satisfacción de empleados y empleadas redundan, y así se ha comprobado empíricamente, en una gestión más flexible de los recursos humanos, en un mayor rendimiento, en una mayor calidad del producto o del servicio, en una mejor respuesta empresarial a las exigencias del mercado y, en definitiva, en un aumento del beneficio empresarial.

En este sentido, resulta conveniente traer a colación aquí la experiencia y el ejemplo de algunas de las empresas más rentables en los diferentes sectores (La Caixa, Deloitte, entre otras) que, ya con anterioridad a la aprobación de la LOI, venían apostando por la igualdad (con especial hincapié en lo relativo a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral).

La LOI es, todavía, una norma muy desconocida –aunque algunos digan ahora que, previa su aprobación, no sólo asumían sus contenidos sino que, también, aplicaban sus principios–. Los hechos revelan una realidad bien distinta: basta señalar el escaso número de empresas –aunque señeras– (Caja Madrid, La Caixa, Sanitas, etcétera) que habían participado en el Programa Óptima, del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, que podría considerarse como precedente –relativo– de los nuevos planes de igualdad. Quizá al desconocimiento de las posibilidades que la LOI ofrece a las empresas ha contribuido el excesivo énfasis que, desde la opinión pública, se ha hecho en torno a los aspectos cuantitativos de la LOI (prueba de ello, la tan traída y llevada –y mal entendida– paridad en los consejos de administración de las empresas).

En cambio, se ha dado muy poca importancia a los aspectos cualitativos del tratamiento de las desigualdades en la LOI. Desigualdades que, a menudo, son ajenas a la voluntad e incluso al conocimiento de la empresa, derivadas de la persistencia y resistencia de los estereotipos sociales sobre el reparto de las responsabilidades familiares entre hombres y mujeres. Para la corrección de todo esto han de concebirse, fundamentalmente, los planes de igualdad.

En este orden de cosas, la conocida feminización del sector sanitario crea a priori una apariencia (sólo cuantitativa) de cumplimiento de la ley que precisa ser contrastada empíricamente en relación a las condiciones de trabajo del colectivo femenino que asume mayoritariamente las responsabilidades familiares.

#### Traje a la medida

La naturaleza y características del Plan de Igualdad, así como la especificidad de la metodología a emplear en su concepción e implementación, hacen preceptiva la intervención de técnicos especializados en el análisis diagnóstico, diseño, seguimiento y evaluación del mismo.

El Plan de Igualdad es un traje a medida de cada empresa, en el que, a la vez que se cumplan las obligaciones impuestas por la ley, se maximice el aprovechamiento de las oportunidades que también la norma brinda. Para ello se requiere el desarrollo de una metodología específica en la materia, que garantice la fiabilidad de los resultados en un escenario legislativo afortunadamente bastante inconcreto (apenas tres preceptos de la LOI) que, según se nos anticipa, no van a ser objeto de desarrollo reglamentario. Esto propicia, sin duda, un clima favorable al cumplimiento de la ley: las exigencias, en principio, no son altas.

Hay que adoptar medidas pero, en principio, cada empresa puede determinar cuáles, sin que exista ningún catálogo exhaustivo de requerimientos al respecto.

La tarea de concepción, diseño, seguimiento y evaluación de un Plan de Igualdad exige una cualificación técnica y un bagaje profesional especializado en estudios de género, ambos de largo recorrido. Solamente profesionales de las diversas disciplinas implicadas (Derecho del Trabajo, Dirección de Recursos Humanos, Sociología y Comunicación, básicamente), con una experiencia acreditada en esta materia pueden estar en disposición de ofrecer el apoyo necesario para satisfacer a la vez todos los objetivos enunciados.

Para cumplir con esta finalidad, expertos en materia de igualdad de diversa procedencia, incluso geográfica, confluyen en el Colegio de Médicos de Madrid (Facultad de Ciencias Empresariales de Córdoba –con sede en Sevilla, también–), de la Fundación Isonomía de la Universidad Jaime I de Castellón; cuya competencia al respecto ha sido reconocida por numerosas instituciones públicas y privadas, de ámbito nacional y autonómico y del Despacho Pradas y Cebrián, Abogados, de Madrid), se encuentran en disposición de ofrecer un apoyo integral a las empresas en el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la LOI. Su estratégica distribución por todo el territorio nacional racionaliza, además, las tareas de análisis, seguimiento y asistencia técnica.

No debe ignorarse, para concluir, que las comunidades autónomas están poniendo en marcha ayudas para el asesoramiento técnico a las empresas para implantar medidas en materia de igualdad, principalmente destinadas a las empresas de menos de 250 trabajadores.

Dra. Pilar Núñez-Cortés Contreras/ Dras. M.ª José Mateu Carruana y Amparo Garrigues Giménez /Antonio Cebrián Carrillo

[Expansion](#)