



09

LA IGUALDAD DE GÉNERO
EN LA EMPRESA GALLEGA



09. LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LA EMPRESA GALLEGA

"... la máxima participación de la mujer, en igualdad de condiciones con el hombre, en todos los campos, es indispensable para el desarrollo pleno y completo de un país, el bienestar del mundo y la causa de la paz."
(CEDAW, 1981)

9.1. Igualdad de género: un valor al alza

Desde que, en diciembre de 1979, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW), una gran mayoría de países en el mundo han considerado ineludibles sus normas en pro de la igualdad de género. España ratificó la Convención en diciembre de 1983 y, desde entonces, quedó jurídicamente obligada a adoptar todo tipo de medidas orientadas a lograr la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, en derechos humanos y libertades fundamentales.

A lo largo de sus 30 artículos, este tratado internacional establece una base firme para incorporar la mitad femenina de la humanidad al ámbito de los derechos humanos en sus múltiples facetas. Sin ambages, la Convención reconoce la significativa contribución de la mujer al desarrollo de la sociedad y defiende su derecho fundamental a acceder, sin discriminación alguna, a ámbitos tan importantes para su progreso como la educación, la salud, las prestaciones económico-sociales y el trabajo.

La IV Conferencia Mundial sobre la Mujer de Beijing, celebrada en septiembre de 1995, supuso otro gran avance en igualdad de género. Permitió visibilizar esta causa a nivel mundial, captar la voluntad política e implicar a toda la sociedad civil en su transferencia a la realidad. La Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing gestaron uno de los planes más progresistas en la materia. Todavía hoy sigue inspirando muchas propuestas de actuación. Sus compromisos de acción en igualdad de género, asumidos a nivel nacional e internacional, son tan prometedores como ambiciosos, y se formularon con la intención de traducirlos a cambios concretos impulsados por los gobiernos de cada país y por los propios ciudadanos.

Más recientemente, en septiembre de 2015, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Con carácter integrado e indivisible, alcance mundial y aplicación universal, se enunciaron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuya importancia transformativa se considera crítica para la humanidad y para el planeta. El quinto ODS aspira a lograr la igualdad de género y el empoderamiento femenino. Desde la perspectiva europea, también la igualdad entre hombres y mujeres es una directriz fundamental de la política de la Unión Europea. De la visión estratégica con que inicialmente se abordó la igualdad se ha evolucionado hacia acciones transversales que pretenden integrar la perspectiva de género en todos los órdenes de la vida europea. Particularmente en España, esta transversalidad se ha traducido en normativa nacional en materia de Violencia de Género a través de un Pacto de Estado, en Valoración del Impacto de género en las disposiciones normativas, en Igualdad efectiva entre Mujeres y Hombres o en la promoción de la Conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras.

Situándonos ya específicamente en este ámbito laboral y retomando la Convención en su artículo 11, se establece la obligación de "adoptar las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en la esfera del empleo, a fin de asegurar, en condiciones de igualdad entre hombres y mujeres, los mismos derechos".

En España más de la mitad de la sociedad son mujeres. Pese a ello, la mujer ha estado tradicionalmente menos representada en el ámbito empresarial, especialmente en los puestos de mayor nivel de responsabilidad. En un contexto global de profunda renovación de género, las empresas (también la empresa gallega) tienen ante sí el importante desafío de lograr la igualdad entre hombres y mujeres. Un reto que no solo afecta a su estructura organizativa, sino que debe calar en su propia cultura de empresa y en la de todo su equipo humano.

Incorporar la perspectiva de género a la personalidad empresarial, superando los prejuicios y estereotipos culturales que tradicionalmente han imperado en la vida de la mayoría de las empresas, es todavía una asignatura pendiente y puede ser un buen camino para promover empresas más justas en términos de igualdad real entre su personal. El respeto de los derechos humanos y laborales, los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y conciliación pueden ser poderosas herramientas para lograrlo.

9.1.1. ¿Qué es la igualdad de género en el trabajo?

La UNESCO define la igualdad de género como "la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres. No significa que las mujeres y los hombres sean lo mismo, sino que los derechos, las responsabilidades y las oportunidades no dependen del sexo con el que nacieron". Y la distingue del término equidad de género, que define como "la imparcialidad en el trato que reciben mujeres y hombres de acuerdo con sus necesidades respectivas, ya sea con un trato igualitario o con uno diferenciado pero que se considera equivalente en lo que se refiere a los derechos, los beneficios, las obligaciones y las posibilidades. En el ámbito del desarrollo, un objetivo de equidad de género a menudo requiere incorporar medidas encaminadas a compensar las desventajas históricas y sociales que arrastran las mujeres".

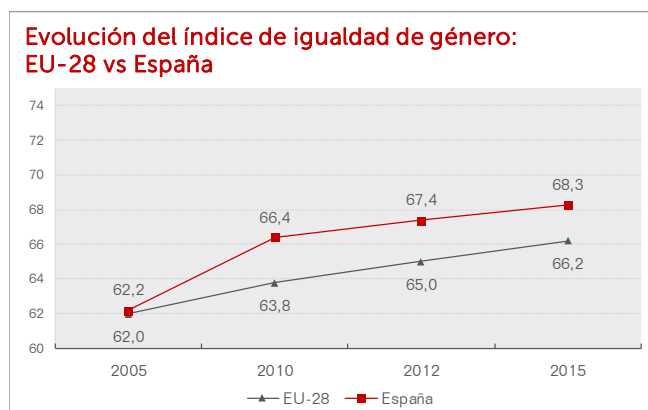
En España la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres tiene por objeto promover "el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer, sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualesquiera de los ámbitos de la vida y, singularmente, en las esferas política, civil, laboral, económica, social y cultural para, en el desarrollo de los artículos 9.2 y 14 de la Constitución, alcanzar una sociedad más democrática, más justa y más solidaria".

Partiendo de las definiciones anteriores y aplicándolas al ámbito laboral, a lo largo de este capítulo se considera que la igualdad de género en el trabajo es la igualdad de oportunidades, derechos y responsabilidades entre los hombres y las mujeres que forman parte del personal de una organización.

9.1.2. Situación actual y perspectivas

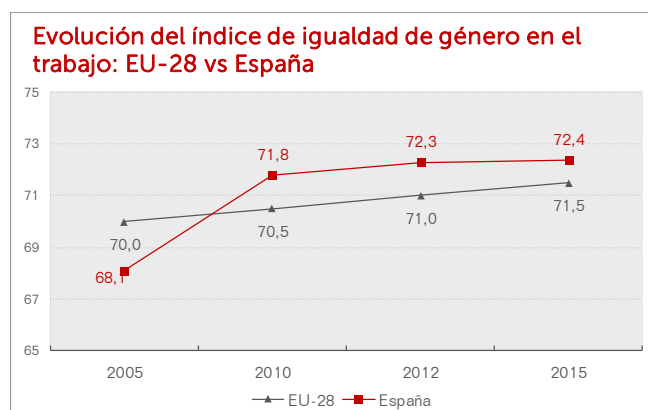
El Instituto Europeo de la Igualdad de Género (EIGE) elabora periódicamente un indicador sintético que integra en una sola medida distintas dimensiones de la Igualdad (trabajo, dinero, conocimiento, tiempo, poder, salud, intersección de desigualdades y violencia). Lo denomina Índice de Igualdad de Género. El último dato disponible (año 2015) valora con una nota de 66,2 sobre 100 la posición en igualdad de género de la media europea (EU-28). A la luz de este indicador, se puede afirmar que queda casi un tercio del recorrido para garantizar la igualdad entre hombres y mujeres en Europa. Además, se avanza a paso muy lento, apenas un 7% en 10 años. Con este ritmo pausado se necesitarían, tal y como indica EIGE, 70 años para alcanzar la igualdad de retribución laboral en ambos sexos, 40 años para conseguir un reparto equitativo de las labores domésticas y 30 años para lograr una tasa de empleo similar.

Si se compara la posición española con la media europea, el Índice de Igualdad de Género de España supera el promedio europeo, alcanzando una nota de 68,3 sobre 100 (año 2015). La gráfica 1 muestra conjuntamente la evolución europea y española de dicho índice en el periodo 2005-2015.



Gráfica 1. Fuente: EIGE. Elaboración propia

Sin embargo, puesto que este informe centra su interés en la igualdad de género en el ámbito laboral, resulta mucho más ajustado al propósito observar la evolución del Índice de Igualdad de Género construido exclusivamente con la dimensión trabajo. La gráfica 2 recoge la trayectoria del promedio europeo (EU-28) y de España durante el periodo 2005-2015. Como en el caso anterior, también el Índice de Igualdad de Género en el trabajo de España supera la media europea.



Gráfica 2. Fuente: EIGE. Elaboración propia

9.2. Igualdad de género en las empresas gallegas

Para conocer la realidad de las empresas gallegas en igualdad de género, se ha realizado una encuesta dirigida a una muestra de empresas que forman parte de la base de datos ARDÁN. Con ello, se pretende dar una visión global de aspectos relacionados con la igualdad de género en el ámbito laboral, tanto a nivel de realidad de empresa (datos cuantitativos) como a nivel de percepción subjetiva de la persona que contesta (opiniones). Asimismo, los datos recogidos en la encuesta han servido para diseñar dos herramientas de análisis que permitan a las empresas valorar su situación en igualdad (Índice IG y ratio Gamma).

9.2.1. Metodología

Para la recogida de datos se elaboró un cuestionario que se distribuyó entre las empresas ARDÁN. Este cuestionario consta de 16 preguntas, cerradas y abiertas, agrupadas en 5 bloques: percepción de la persona que contesta la encuesta sobre igualdad de género en el trabajo, igualdad por funciones, igualdad por retribuciones, igualdad por actuaciones e igualdad por políticas. Asimismo, el cuestionario va precedido por un bloque de identificación, en el que se recaban datos objetivos de las empresas.

En el bloque de percepción, a pesar de que las encuestadas son las empresas, se recoge la opinión de la persona que responde la encuesta, reflejando su opinión personal sobre el tema a tratar. El bloque denominado igualdad por funciones recopila datos sobre el número de personas empleadas, desagregado por género, en los diferentes departamentos/funciones de la empresa, en función del nivel jerárquico que ocupan y del tipo de contrato. El bloque referido a la igualdad por retribuciones demanda información sobre el número de personas empleadas en cada tramo retributivo, diferenciando por género y teniendo en cuenta si el contrato es a jornada completa o parcial. En el bloque denominado igualdad por políticas se pregunta si la empresa ha llevado a cabo políticas de igualdad y, en su caso, cómo se dan a conocer. En el último bloque, igualdad por actuaciones, se recaba información sobre el número de hombres y mujeres que han accedido a determinadas actuaciones en materia de igualdad laboral. Al final de cada uno de los cuatro últimos bloques se incluyeron varias preguntas, cerradas y abiertas, con el fin de ayudar a interpretar con más precisión las respuestas recibidas. En la tabla 1 se recoge una síntesis del contenido del cuestionario.

Contenido del cuestionario	
Encuesta ARDÁN de igualdad de género en el trabajo, 2018	
Datos generales	Volumen de facturación, 2017
	Resultado del ejercicio antes de impuestos, 2017
	Total de activos, 2017
	Número medio de personas empleadas, 2017
	Elabora y publica memoria de sostenibilidad
Percepción	Género y edad del encuestado
	Grado de igualdad en el trabajo percibido
	Considera la igualdad un factor de satisfacción laboral
	Considera la igualdad una responsabilidad social de la empresa ¿por qué?
Igualdad por funciones	Distribución de la plantilla por género, en los distintos departamentos, por nivel jerárquico y por tipo de contrato
	Motivos para la existencia de desequilibrios
	Tipo de sector en función de la proporción de hombres y mujeres
	Existencia de puestos de trabajo específicos para hombres o para mujeres
Igualdad por retribuciones	Distribución de la plantilla por género, para cada tramo salarial, diferenciando los contratos a tiempo completo o a tiempo parcial
	Análisis de la brecha salarial
Igualdad por políticas	Identificación de políticas de igualdad establecidas y la forma en que se dan a conocer
	Tipo de jornada por departamento
	Posibilidad de elección del tipo de jornada
Igualdad por actuaciones	Número de hombres y de mujeres que han accedido a actuaciones de igualdad en el último año
	Importancia otorgada por el personal de la empresa a las políticas y actuaciones de igualdad
	Importancia otorgada por la alta dirección de la empresa a las políticas y actuaciones de igualdad

Tabla 1. Fuente: Elaboración propia

La población objetivo es de 5.204 empresas registradas en la base de datos ARDÁN con más de 10 personas empleadas. La muestra, compuesta por 302 empresas, permite extraer conclusiones sobre la población objetivo con un nivel de confianza del 95%, asumiendo la probabilidad de error de $\pm 5,47\%$. La información de la ficha técnica se recoge en la tabla 2.

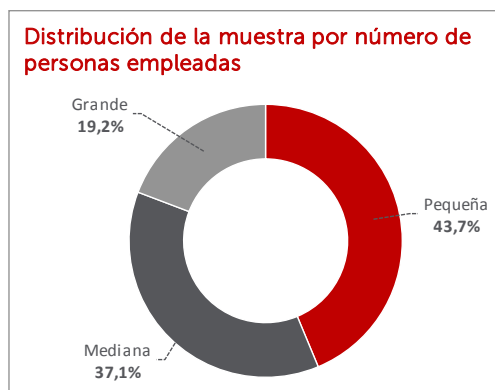
Ficha técnica	
Encuesta ARDÁN de igualdad de género en el trabajo, 2018	
Universo	Base de Datos ARDÁN: 5.204 empresas con más de 10 personas empleadas
Tamaño de la muestra	302 empresas
Fechas de realización	Abril-mayo 2018
Muestreo	Aleatorio
Nivel de confianza	Nivel de confianza del 95% y error $\pm 5,47\%$
Tipo de encuesta	Electrónica (vía correo electrónico)
Supervisión y procesamiento	Servicios Avanzados de la Zona Franca de Vigo
Resultados e informe	Universidad de Vigo

Tabla 2. Fuente: Elaboración propia

El análisis de los datos, tanto a nivel global como de manera individualizada para cada empresa, puede ayudar a entender mejor la situación actual de las empresas gallegas en materia de igualdad en el trabajo.

9.2.2. Características de la muestra

La mayoría de las empresas de la muestra son pequeñas y medianas, criterio definido en función del número de personas empleadas. En la gráfica 3 se puede observar que el 43,7% de la muestra está compuesto por pequeñas empresas (de 11 a 20 personas empleadas, ambos incluidos en el rango); el 37,1% son medianas empresas (con más de 20 pero no más de 50) y solo el 19,2% tiene más de 50 personas empleadas.



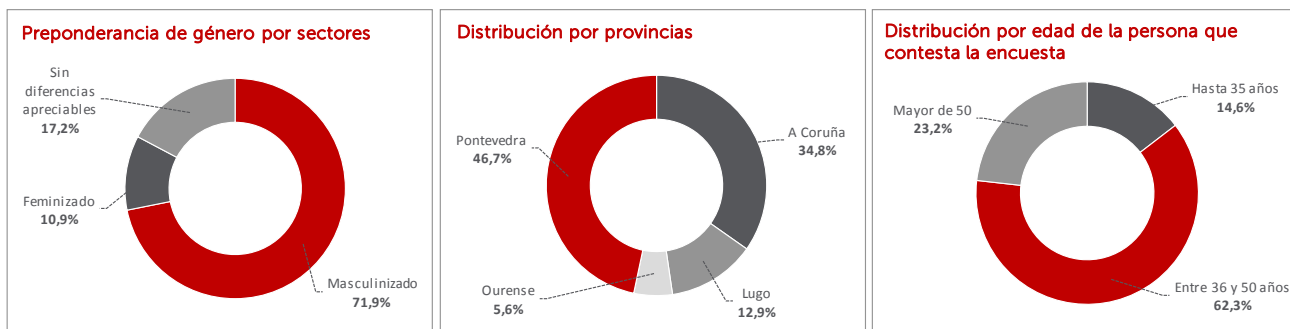
Gráfica 3. Fuente: Elaboración propia

En cuanto al sector, de acuerdo con la clasificación del sistema productivo sectorial, en adelante SPS, el más representado es el de la Construcción, seguido de Servicios profesionales y el sector Agroalimentario. Los SPS con menor representación son los de Rocas ornamentales; Productos químicos y derivados; Madera y muebles; y Textil, confección y moda (gráfica 4).



Gráfica 4. Fuente: Elaboración propia

El 71,9% de los encuestados clasifican el sector en el que opera su empresa como un sector masculinizado, frente al 10,9% de empresas que enmarcan su actividad en un sector feminizado (gráfica 5). El 17,2% no aprecia diferencias en su sector en lo que se refiere a la preponderancia de género. Los sectores que han sido clasificados unánimemente como masculinizados, es decir, en los que hay una alta proporción de hombres, son Automoción y equipos, Industria auxiliar, Madera y muebles, Naval y Rocas ornamentales. Otros sectores clasificados mayoritariamente como masculinizados son Construcción, Logística y transporte, así como Maquinaria y equipo. No hay ningún sector clasificado unánimemente como feminizado, solo de forma mayoritaria se considera que Salud y asistencia es un sector feminizado. Esta segregación, asumida por la sociedad, restringe de antemano el acceso de las mujeres al mercado laboral en determinados sectores o para determinados puestos de trabajo (Sparreboom, 2014).



Gráficas 5-6-7. Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta al ámbito geográfico, como se observa en la gráfica 6, el 46,7% de las empresas de la muestra pertenecen a la provincia de Pontevedra, el 34,8% son de A Coruña, el 12,9 pertenecen a Lugo y el 5,6% a Ourense.

En cuanto a las personas que han respondido a la encuesta, existe prácticamente la misma proporción de hombres (50,7%) que de mujeres (49,3%). La distribución, sin embargo, es diferente en cuanto a la edad de los encuestados. El tramo más representado es el comprendido entre 36 y 50 años, con el 62,3% de los casos, seguido del que corresponde a mayores de 50 años, con el 23,2%. Por último, el 14,6% de las personas que responden la encuesta no supera los 36 años de edad (gráfica 7).

9.2.3. ¿Cómo se percibe la igualdad en el trabajo?

En la tabla 3 puede observarse, para el conjunto de las personas que contestan la encuesta, que el grado de igualdad percibido en su empresa tiene un valor medio de 5,6 sobre un máximo de 7, valoración inferior a la otorgada en lo que respecta a la consideración de la igualdad como un factor de satisfacción laboral (valor medio 6,2). De hecho, el 55,3% de los encuestados considera que la igualdad es un factor de satisfacción laboral, otorgando la máxima puntuación, mientras que el máximo nivel de igualdad en su empresa es percibido en el 36,7% de las respuestas. Respecto a los valores mínimos, en el 3,3% de las respuestas se percibe un bajo nivel de igualdad en su empresa y únicamente el 0,7% descarta su importancia como factor de satisfacción laboral. La distribución de las valoraciones sugiere la existencia de una brecha en las expectativas sobre la igualdad en el trabajo, ya que la importancia otorgada a este factor supera a lo que se percibe en la realidad.

Percepción global sobre la igualdad				
Concepto	Escala	Media	% Max	% Min
Grado de igualdad que se percibe en la empresa	1 a 7	5,6	36,7	3,3
Igualdad como factor de satisfacción laboral	1 a 7	6,2	55,3	0,7
Igualdad como responsabilidad social de la empresa	0-1	0,8	82,8	17,2

Tabla 3. Fuente: Elaboración propia

De especial interés es conocer si estas percepciones se ven afectadas por las características de las empresas o de las personas que responden. Como se observa en la tabla 4, el grado de igualdad percibida y la consideración de la igualdad como factor de satisfacción en el trabajo difieren, marginalmente, en función del SPS. Cuando se responde desde una empresa perteneciente a un sector considerado masculinizado, se percibe un menor grado de igualdad en las empresas y, además, la igualdad es considerada en menor medida como factor de satisfacción laboral. El tamaño y la antigüedad de la empresa no tienen efecto sobre estas variables. En cuanto a las características personales de quien responde, cabe destacar que la percepción de la igualdad como factor de satisfacción en el trabajo toma valores más altos cuando responde una mujer.

Factores que afectan a la percepción de la igualdad							
Percepción de la igualdad	Características empresas				Carac. personales		
	Concepto	SPS	Masc.	Tamaño	Antig.	Género	Edad
Grado de igualdad que se percibe en la empresa	*	**					
Igualdad como factor de satisfacción laboral	*	**				**	
Igualdad como responsabilidad social de la empresa				**			

Nota: **Significativo al 95% - *Significativo al 90%

Tabla 4. Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las personas que responden a la encuesta considera que la igualdad laboral es una responsabilidad social de la empresa (82,8%). En este sentido, se argumenta con frecuencia que la empresa dispone de las herramientas adecuadas para favorecer la igualdad, por ello, es su responsabilidad llevarlas a cabo. Estas herramientas pueden hacer referencia a la capacidad de contratar, de organizar las tareas y funciones, la definición de la cultura y valores de la organización, entre otros. A pesar de que la igualdad de género supone una responsabilidad compartida entre todos los agentes que forman parte de la sociedad, el papel de las empresas resulta vital en este sentido. Como se recoge en una de las respuestas "El papel de la empresa privada es crucial en la incorporación real de las mujeres...". Por el contrario, en aquellos casos que consideran que la igualdad en el trabajo no es responsabilidad social de la empresa (17,33% de las respuestas) respaldan su opinión, principalmente, en la existencia de condiciones socioculturales ajenas a las empresas que establecen la existencia de sectores masculinizados o feminizados: "En nuestro caso hay pocas mujeres o ninguna en los últimos años que hayan presentado currículum (...) a pesar de que las tuvimos y muy buenas"; "... la mayoría de personal interesado en este campo son mujeres". Desde esta perspectiva, se considera que la igualdad de género en el trabajo no es responsabilidad única de las empresas, sino que debería estar interiorizada en los valores de la sociedad en general.

Como ya se ha comentado, en las respuestas se considera de forma mayoritaria que la igualdad en el trabajo es una responsabilidad social de la empresa siendo mayor esta percepción cuando se trabaja en una empresa de mayor tamaño (tabla 4). No resulta extraño si se considera que las grandes empresas tienen una mayor necesidad de legitimar sus actividades y proteger su reputación (Huang and Kun, 2010).

En la tabla 5 se muestra que, de media, las personas que responden a la encuesta consideran que la importancia otorgada por la alta dirección a las políticas y actuaciones de igualdad (5,1 sobre 7) es ligeramente superior a la otorgada por el personal (4,8). En ambos casos, el 7,3% de las respuestas indica que estas medidas se valoran poco (puntuación 1). El 16,6% considera que el personal de la empresa otorga la importancia máxima y el 25,5% considera la máxima importancia por parte de la alta dirección.

Percepción sobre la importancia de las políticas y actuaciones de igualdad					
Concepto	Media	Max	% Max	Min	% Min
Importancia otorgada por el personal	4,8	7	16,6	1	7,3
Importancia otorgada por la alta dirección	5,1	7	25,5	1	7,3

Tabla 5. Fuente: Elaboración propia

Al analizar el efecto del sector según el SPS (tabla 6), se observa que la importancia otorgada por el personal a las políticas y actuaciones está relacionada con el sector al que pertenece la empresa. Se podría pensar que existe un conjunto de usos y costumbres en cada sector que influye en esta opinión. Sin embargo, la importancia otorgada por la alta dirección no está condicionada sectorialmente. Cuando se clasifican las empresas distinguiendo las que pertenecen a un sector masculinizado de los que no lo son, se observa que, en el primero de los casos, la importancia otorgada por el personal y por la alta dirección a las políticas y actuaciones es menor que en sectores no masculinizados. No hay evidencias que nos hagan pensar que la pertenencia o no a un sector feminizado afecte a esta opinión, por el escaso número de respuestas de empresas de este tipo. En cuanto a las características de la persona encuestada, se observa que, si se trata de una mujer, el valor dado a la importancia otorgada por la alta dirección a las políticas y actuaciones de igualdad se considera más bajo que en el caso de que responda un hombre.

Factores que afectan a la percepción de la igualdad							
Percepción de la igualdad	Características empresas				Carac. personales		
	Concepto	SPS	Masc.	Tamaño	Antig.	Género	Edad
Importancia otorgada por el personal	**	**					
Importancia otorgada por la alta dirección			**			*	

Nota: **Significativo al 95% - *Significativo al 90%

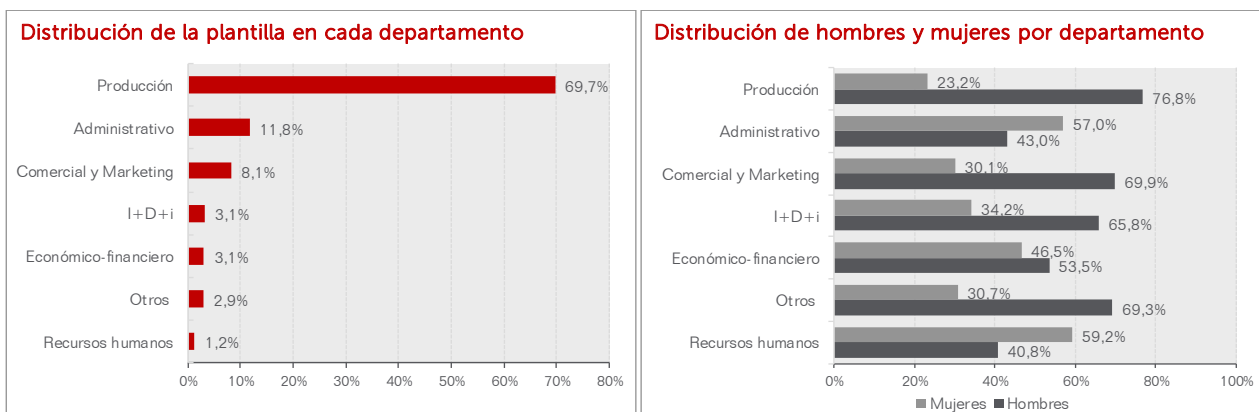
Tabla 6. Fuente: Elaboración propia

En consecuencia, la desigualdad no afecta ni preocupa de la misma manera a hombres y mujeres, siendo necesario tener en cuenta esta circunstancia en cualquier medida encaminada a reducir o eliminar los desequilibrios de género en el mundo laboral.

9.2.4. ¿Hay igualdad de género por departamentos y por nivel jerárquico?

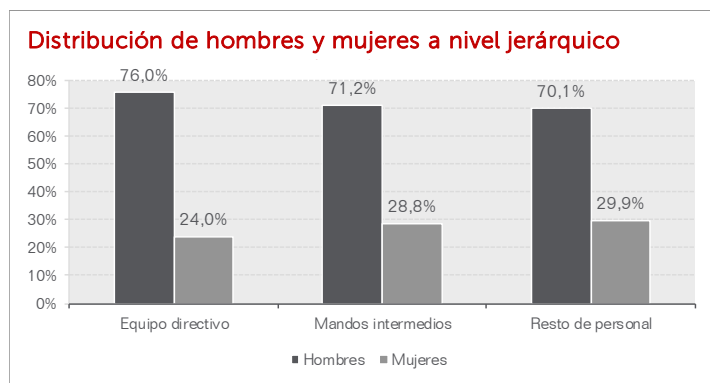
El conocimiento de la distribución de hombres y mujeres entre los distintos departamentos y niveles jerárquicos ofrece una primera visión del grado de incorporación de la mujer al mundo laboral. Tomando el total del empleo en el conjunto de las empresas de la muestra, el 70,5% son hombres y el 29,5% son mujeres. En relación con este desequilibrio, hay que tener en cuenta que la participación de la mujer en el mercado laboral español es menor que la media de la Unión Europea (EU-28), de acuerdo con el Informe 2017 de EIGE.

En la gráfica 9 se recoge el porcentaje de hombres y mujeres en cada departamento, para el conjunto de toda la muestra. En los departamentos de producción, I+D+i, comercial y marketing y otros (entre los que se incluyen departamentos técnicos, administración/gestión, mantenimiento y logística), el número de hombres supera al de mujeres en proporción similar al de la plantilla media global. En los departamentos económico-financiero, administrativo y de recursos humanos, las diferencias entre hombres y mujeres recortan distancias, siendo superior la presencia femenina en los dos últimos.



Hay que tener en cuenta que no todos los departamentos tienen el mismo peso en la empresa, siendo el de producción el que concentra una mayor proporción de empleo, concretamente el 69,7% (gráfica 8). Por ello, las desigualdades en el área de producción tienen más relevancia en el cómputo global.

Si analizamos la presencia de la mujer en los distintos niveles jerárquicos, podemos observar en la gráfica 10 que, de media, la representación de mujeres en el equipo directivo es inferior al del resto de niveles. No obstante, las diferencias se ajustan en cierta medida a la proporción media de hombres y mujeres para el total de la plantilla (70,5% de hombres y 29,5% de mujeres).



El desequilibrio entre hombres y mujeres puede tener su origen en decisiones internas y/o en las características del propio sector en el que opera la empresa. De acuerdo con las respuestas recibidas, solo hay un caso en el que se considera que los desequilibrios se deben a las decisiones de la gerencia; respaldando, mayoritariamente, la idea de que estos desequilibrios son principalmente debidos a las circunstancias del sector y del mercado laboral. Se observa la influencia de la tradición histórica en la masculinización (o feminización) de determinados sectores: "El transporte es un sector empresarial ligado históricamente al trabajo masculino" (Logística y transporte); "Empresa perteneciente a un sector que emplea en su mayoría a mujeres" (Salud y asistencia social). Dicha tradición podría venir determinada por las condiciones físicas requeridas para determinados tipos de trabajo: "El trabajo en producción requiere fuerza física y es una limitación a la hora de trabajar para una mujer, además también se manejan máquinas (prensas, tornos...), estos oficios son tradicionalmente masculinos" (Construcción); "Es un sector de trabajo físico y duro dónde históricamente los hombres han sido mayoría (a nivel mundial)" (Logística y transporte); "El trabajo de embotellado tiene un componente manual, que se adapta mejor al perfil femenino" (Agroalimentario).

Los valores socioculturales derivan en lo que en una de las respuestas se define como "la creencia de roles en el ámbito laboral y la sociedad en general" que condiciona en última instancia las características de la demanda en el mercado laboral: "Para taller se contratan hombres porque son los que estudian esa profesión" (Automoción y equipo); "Inexistencia de mano de obra femenina para componer tripulaciones de buques de pesca" (Pesca); "Falta de concurrencia a los puestos ofertadas por parte del sector femenino" (Construcción); "El volumen de demandantes de empleo en el sector de telecomunicaciones es mayoritariamente masculino" (Maquinaria y equipo); "En el sector de la construcción trabajan mayoritariamente hombres, generalmente los puestos para mujeres se limitan al trabajo administrativo o comercial" (Construcción).

Estas impresiones se confirman estadísticamente en el caso de las distribuciones por género en el total de la plantilla y en el departamento de producción, ya que los desequilibrios entre hombres y mujeres en una determinada empresa en relación al valor promedio, calculado para el conjunto de la muestra, son diferentes en función del SPS que se considere (tabla 7). Sin embargo, las diferencias en cargos directivos no se ven afectadas por el sector, no habiendo una justificación basada en el tipo de trabajo a realizar. En este caso, se podría considerar que las dificultades a las que se enfrentan las mujeres para acceder a puestos directivos son comunes a todos los sectores. Resulta interesante destacar que los desequilibrios en los puestos directivos son diferentes en función del año de constitución de la empresa. Cuanto más joven es la empresa, es más probable que el porcentaje de mujeres ocupando cargos directivos sea mayor que el valor promedio para el conjunto de empresas. Esto podría ser interpretado como una señal de cambio en la mentalidad empresarial en lo que respecta a la igualdad de género.

Concepto	Características empresas		
	SPS	Tamaño	Antig.
Diferencia en plantilla total	**		*
Diferencia en departamento de producción	**	*	
Diferencia en cargos directivos		*	**

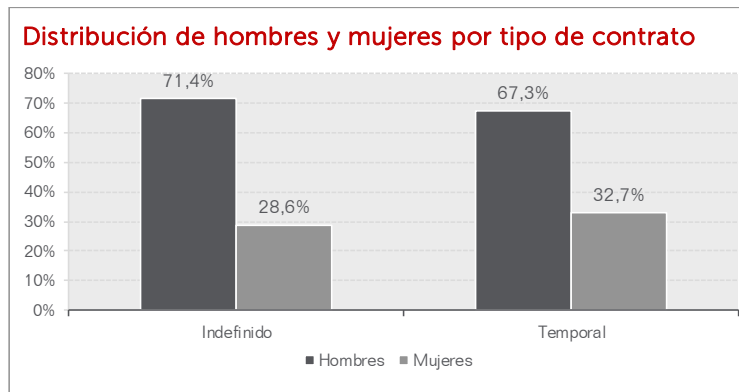
Nota: **Significativo al 95% - *Significativo al 90%

Tabla 7. Fuente: Elaboración propia

Exceptuando la problemática del acceso a los cargos directivos, en términos generales, se podría afirmar que son minoritarios los casos en los que el desequilibrio proceda de condiciones internas de la empresa, siendo generalizada la opinión de que existen valores socioculturales asociados con el sector de actividad y con el tipo de trabajo que se desarrolla en la empresa. Además, los desequilibrios entre hombres y mujeres son más acentuados en unos sectores que en otros, en línea con la valoración que EIGE (2017) hace para España. Por lo tanto, parece un problema que, aunque se produce en el ámbito privado de las empresas, está condicionado por valores sociales que son responsabilidad de la sociedad en su conjunto. Por ello, sería deseable orientar las medidas de fomento de la igualdad a aquellos sectores en los que los desequilibrios son más patentes.

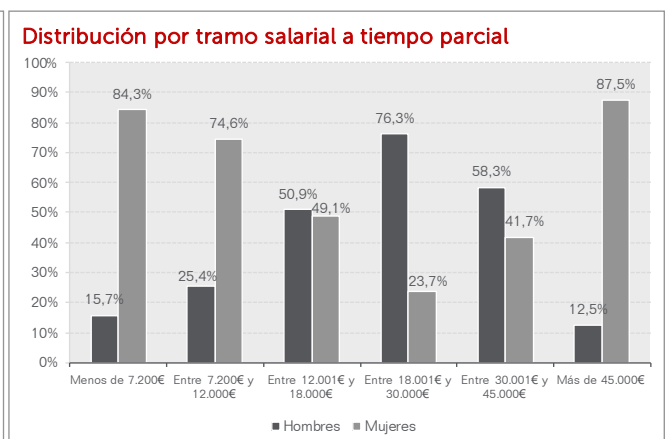
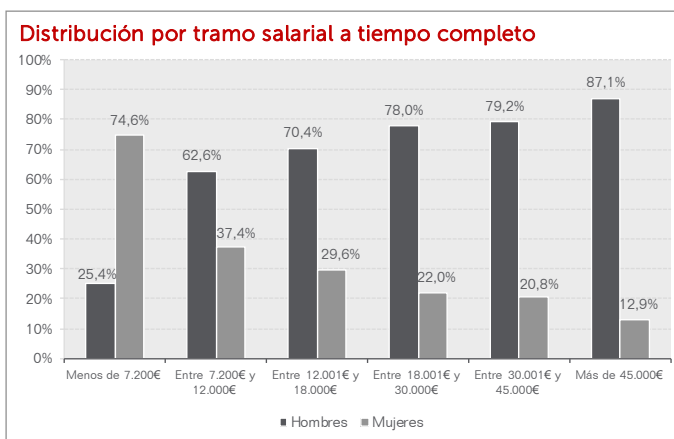
9.2.5. ¿Acceden hombres y mujeres al mismo tipo de contrato y/o remuneración?

El análisis de la distribución de la plantilla entre hombres y mujeres en función del tipo de contrato y de la remuneración salarial permite explorar la existencia de la denominada brecha salarial. Se observa en la gráfica 11 que las proporciones se aproximan a la distribución de género en la muestra (70,5% hombres y 29,5% mujeres). Aunque no son de gran relevancia, las mayores diferencias con respecto a la proporción global se observan en los contratos temporales, incrementándose el peso del género femenino frente al masculino.



Gráfica 11. Fuente: Elaboración propia

La distribución de género en los contratos a tiempo completo (74,8% hombres y 25,2% mujeres) difiere significativamente de la distribución en los de tiempo parcial (39,3% hombre y 60,7% mujeres). En cuanto al análisis de los tramos salariales, puede apreciarse que las mujeres acceden a puestos de trabajo peor remunerados. En la gráfica 12 se observa que la proporción de mujeres a tiempo completo va disminuyendo a medida que se avanza en los tramos salariales, mientras que la de hombres va aumentando. Resulta destacable que en el tramo salarial más bajo (menos de 7.200 € brutos anuales), la distribución de hombres y mujeres se invierte con respecto a la distribución del total de contratos a tiempo completo. En lo que respecta a la jornada a tiempo parcial (gráfica 13), el peso del género femenino también es elevado en los tramos inferiores y va disminuyendo a medida que se avanza en el nivel salarial, excepto en el tramo más alto (más de 45.000 € brutos anuales), en el que se recupera el predominio de las mujeres (87,5% frente a 12,5% de hombres). Esta circunstancia puede deberse a la existencia de algún caso excepcional en las condiciones salariales de alguna de las empresas de la muestra. De hecho, solamente el 1% de las personas empleadas a tiempo parcial se encuentran en el tramo salarial más alto.



Gráficas 12-13. Fuente: Elaboración propia

Un aspecto a destacar en esta dimensión por retribuciones de la igualdad de género en el trabajo se refiere a la brecha salarial. Solo el 28,8% de las empresas encuestadas ha valorado alguna vez su existencia y aquellas que lo hicieron responden, en el 94,3% de los casos, que no existía brecha salarial. En las que existía (5,7%), se tomaron medidas en el 60% de los casos. El hecho de que una organización analice si hay brecha salarial no está relacionado con el sector ni con el tamaño. Al margen del problema que representa este aspecto en sí mismo, es evidente que,

con carácter general, las empresas no han establecido procedimientos sistemáticos internos que permitan identificar la brecha salarial, ni tampoco activar medidas específicas para subsanarla.

9.2.6. ¿Acceden hombres y mujeres a las actuaciones de igualdad en la misma medida?

En este apartado se recoge información sobre la existencia de actuaciones específicas relacionadas con la igualdad laboral y las posibles diferencias en el acceso a las mismas por parte de hombres y mujeres.

Como se observa en la gráfica 14, la distribución por géneros en las distintas actuaciones se mantiene próxima a la proporción media de hombres y mujeres para el total de la muestra. Las actuaciones relacionadas con la conciliación (reducción de jornada, lactancia, flexibilidad horaria...) son las únicas en las que existe un claro predominio del género femenino. Del total de personas que han accedido a este tipo de actuaciones, el 62,1% son mujeres, mientras que la proporción media de mujeres en las empresas de la muestra es del 29,5%. Este resultado va en consonancia con el predominio femenino en los contratos a tiempo parcial.



Gráfica 14. Fuente: Elaboración propia

Considerando cada una de las actuaciones, se midió la proporción de hombres y mujeres que tuvieron acceso a ellas en cada empresa, en función del número total de hombres y mujeres, respectivamente, en dicha empresa. La diferencia entre estos dos porcentajes mide si el acceso de ambos géneros a las actuaciones, en cada empresa, es proporcional a la distribución global de género en la misma. La proporción de hombres y mujeres que acceden a las nuevas contrataciones difiere significativamente entre sectores, posiblemente debido al distinto ritmo de crecimiento económico a nivel sectorial (tabla 8). En los sectores masculinizados, el porcentaje mujeres que accede a actuaciones de formación es menor que el porcentaje de hombres. Sin embargo, es mayor el porcentaje de mujeres que accede a permisos retribuidos y seguros de vida. En los sectores feminizados, se observa un mayor porcentaje de mujeres que de hombres en el acceso a la actuación sugerencias implantadas, siendo menor en relación a la conciliación, permisos retribuidos y seguros de vida. Por otra parte, el acceso a las actuaciones de igualdad entre hombres y mujeres no está condicionado por el tamaño de la empresa. Por último, se aprecia que cuanto más joven es la empresa, la proporción de mujeres que acceden a promoción interna es mayor que la de hombres. Este aspecto incide en la idea de un cambio de mentalidad en las nuevas empresas en relación a cuestiones de igualdad en el trabajo.

Factores que afectan al acceso a las actuaciones de igualdad						
Acceso a situaciones		Características empresas				
Concepto	SPS	Masc.	Femi.	Tamaño	Antig.	
Formación		**				
Promoción interna					**	
Sugerencias implantadas		*	**			
Contrataciones	**					
Finalizaciones de contratos						
Conciliación	*		**			
Evaluación de desempeño						*
Permisos retribuidos		**	**			*
Seguro de vida		**	**			
Fondos de pensiones						
Otras			**			

Nota: **Significativo al 95% - *Significativo al 90%

Tabla 8. Fuente: Elaboración propia

9.2.7. ¿Se establecen políticas de igualdad en el trabajo en las empresas gallegas?

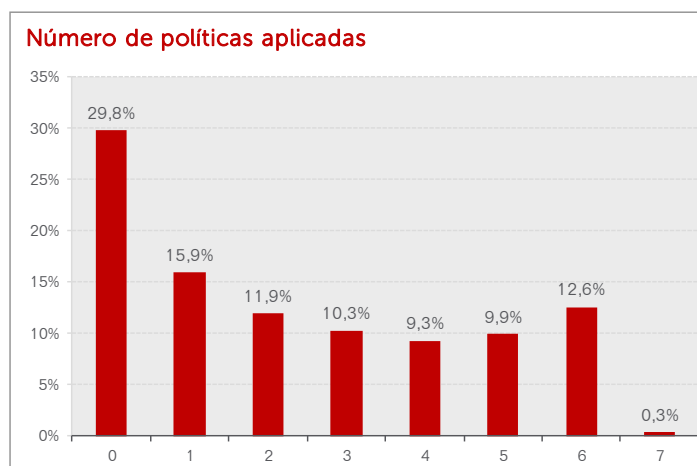
La perspectiva por políticas nos ofrece una imagen de la actitud de las empresas frente a la igualdad de género en el trabajo, identificando si se establecen o no determinadas políticas en esta materia y, en su caso, la manera en la que éstas se dan a conocer entre el personal.

En la tabla 9 se observa el grado de implantación de las políticas consideradas en materia de igualdad, las cuales alcanzan en su mayoría niveles de aplicación superiores al 25%. Las políticas con mayor aceptación son aquellas relacionadas con la conciliación de la vida familiar, ya que el 64,6% de la muestra tiene establecidas este tipo de política. Las políticas menos comunes son el establecimiento de planes de igualdad de género (24,5%) y la eliminación de la brecha salarial (28,8%). El escaso grado de implantación de "otras" políticas (0,7%), puede deberse a que se trataba de una pregunta abierta. Esto puede implicar la inexistencia de otras políticas no contempladas en la propuesta, pero también puede sugerir la existencia de políticas relacionadas con la igualdad sin ser las empresas plenamente conscientes de ello.

Políticas de igualdad establecidas por las empresas				
Políticas	Sí		No	
	nº	%	nº	%
Igualdad de oportunidades en la promoción interna	122	40,4	180	59,6
Conciliación de la vida familiar	195	64,6	107	35,4
Prevención y sanción del acoso	116	38,4	186	61,6
Eliminación de la brecha salarial	87	28,8	215	71,2
Plan de igualdad de género	74	24,5	228	75,5
Planes de contratación sin preferencia de género	114	37,7	188	62,3
Otras actuaciones	2	0,7	300	99,3

Tabla 9. Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 15 se observa que el 29,8% de las empresas de la muestra no establecen ninguna política de igualdad, mientras que el 12,6% de las empresas tienen establecidas las seis políticas consideradas en la encuesta. Cuando éstas son implantadas en las empresas, se dan a conocer, de manera genérica, mediante herramientas formales (códigos éticos y de conducta, políticas corporativas, convenios colectivos, planes de igualdad...); comunicación interna verbal (reuniones...) o escrita (comunicados en tablones, correo, intranet...); o sin comunicación explícita, por la propia práctica empresarial de cada organización.



Gráfica 15. Fuente: Elaboración propia

Como se recoge en la tabla 10, el establecimiento de algunas políticas de igualdad se presenta diferente entre sectores, concretamente en relación con la conciliación de la vida familiar y, en menor medida respecto a la existencia de planes de contratación sin preferencia de género. En sectores masculinizados, en relación con aquellos que no lo son, es menos frecuente el establecimiento de políticas de conciliación, de eliminación de la brecha salarial, la existencia de planes de igualdad, así como planes específicos. Por el contrario, en las empresas pertenecientes a sectores feminizados se adopta una actitud más proactiva en materia de igualdad, ya que se observa que es más frecuente el establecimiento de políticas de prevención y sanción del acoso, y también, aunque en menor medida, respecto a la eliminación de la brecha salarial y la existencia de planes de igualdad. Como ya se ha comentado previamente, existen valores socioculturales que pueden estar influyendo en la vida de las empresas, dificultando la verdadera integración de las mujeres en la vida laboral. Es por esto que se debería realizar un mayor esfuerzo en estos sectores para limar estas diferencias.

Otra circunstancia que afecta al establecimiento de las políticas de igualdad es el tamaño de la empresa. Se ha concluido que determinadas políticas son más frecuentes en empresas de mayor tamaño. Parece razonable que cuanto mayor es el número de empleados en la empresa mayor es la necesidad de atender y cuidar el ambiente laboral mediante políticas formalmente establecidas. Sería necesario un seguimiento detallado de las pequeñas empresas para determinar si en realidad no prestan atención a las políticas de igualdad o simplemente funcionan a nivel informal.

Por último, cabe señalar que no se ha encontrado evidencia que permita establecer una relación entre la existencia de políticas de igualdad y el año de creación de las empresas.

Factores que afectan al establecimiento de las políticas de igualdad						
Establecimiento de políticas	Características empresas					
	Concepto	SPS	Masc.	Femi.	Tamaño	Antig.
Igualdad de oportunidades					**	
Conciliación de la vida familiar	**	**			**	
Prevención y sanción del acoso				**	**	
Eliminación de la brecha salarial			*	*		
Plan de igualdad			*	*	**	
Planes de contratación sin preferencia de género	*	*			**	

Nota: **Significativo al 95% - *Significativo al 90%

Tabla 10. Fuente: Elaboración propia

Igual que en los anteriores apartados, el sector es un elemento a considerar en cualquier análisis de la igualdad en el trabajo, especialmente, al contemplar la clasificación que identifica a las empresas masculinizadas de las que no lo son. Aunque de forma marginal, merece la pena destacar que si es una mujer la que responde al cuestionario, la percepción de la importancia otorgada por la alta dirección a las políticas y actuaciones de igualdad es menor que en el caso de que responda un hombre.

9.3. Índice de igualdad de género en el trabajo (IG)

El Índice de Igualdad de Género en el Trabajo, Índice IG, tiene como objetivo medir la situación actual de las empresas gallegas en dicho ámbito. Tomando como referencia la definición de Igualdad laboral de la que parte este capítulo, se han identificado tres dimensiones para observar la igualdad de oportunidades, derechos y responsabilidades en el trabajo entre ambos géneros. Son las siguientes:

- Igualdad por funciones
- Igualdad por retribuciones
- Igualdad por actuaciones

La primera de las dimensiones considera dos aspectos principales: la presencia de hombres y de mujeres en los distintos departamentos de la empresa y su posición jerárquica en la misma. La segunda dimensión alude a cuestiones relacionadas con salarios, calidad de la contratación (indefinida y temporal) y tipo de jornada laboral (completa y parcial). Por último, la tercera dimensión hace referencia a un conjunto de actuaciones que la empresa podría desarrollar, en igualdad de condiciones, para mejorar el nivel de igualdad laboral de la misma.

Conviene resaltar que el diseño del Índice IG atribuye a ambos géneros la misma importancia, es decir, alcanza su máximo nivel (1000 puntos) cuando la empresa no hace ningún tipo de discriminación entre hombres y mujeres, de forma que las oportunidades, derechos y responsabilidades son accesibles por igual, independientemente del género que tengan las personas empleadas. De este modo, una organización alcanzará la máxima puntuación del índice cuando su plantilla, uniformemente distribuida en ambos géneros, se reparta con equidad todas las posibilidades laborales que ofrece.

A modo de ejemplo, si la empresa está formada exclusivamente por mujeres tendrá un Índice IG próximo a cero, reflejando la desigualdad de género extrema que caracteriza a su plantilla. Así mismo, si la empresa es íntegramente masculina su Índice IG también tenderá al valor nulo.

Metodológicamente, el Índice IG parte de la aproximación normativa de Seth (2009), utilizada por Naciones Unidas para el diseño del Índice de Desigualdad de Género. A partir de la visión macroeconómica con que se aplica dicho índice entre países, el Índice IG, desde una perspectiva positiva, mide la igualdad y se adapta al enfoque microeconómico que requieren las empresas objeto de análisis.

En términos generales, el diseño del Índice IG parte de una selección de dieciséis indicadores cuantitativos, correspondientes a las tres dimensiones elegidas para observar la igualdad laboral entre hombres y mujeres dentro de una organización. En la gráfica 16 se muestra la relación detallada de indicadores.

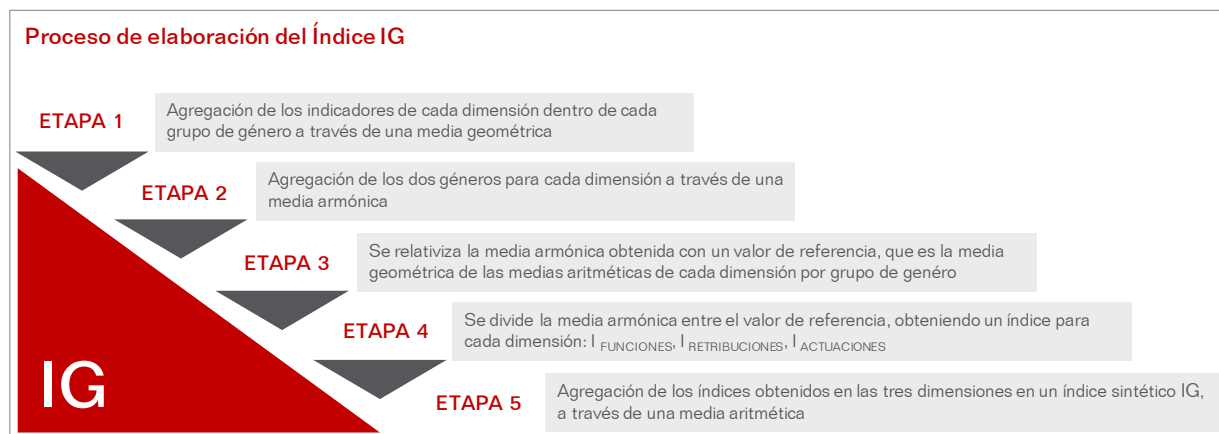
DIMENSIONES ▼	INDICADORES ▼
Funciones	Presencia departamental Jerarquía
Retribuciones	Calidad de contratación Tramo salarial Tipo de jornada
Actuaciones	Formación Promoción interna Sugerencias y propuestas Nuevas contrataciones Finalizaciones/rescisiones de contratos Conciliación Evaluación periódica desempeño Permisos retribuidos Seguros de vida/médico Fondo de pensiones Otras actuaciones

Gráfica 16. Fuente: Elaboración propia

Definidas las dimensiones e indicadores de la igualdad de género en el trabajo, con la finalidad de agregar todo su caudal informativo en un índice sintético, se han utilizado tres tipos de medias, cuyas propiedades se adaptan de forma idónea a la realidad de igualdad laboral que se pretende medir:

- Media geométrica, para agregar los indicadores de cada dimensión por género
- Media armónica, para agregar los dos géneros en cada dimensión
- Media aritmética, para agregar las tres dimensiones en un índice sintético

En concreto, la elaboración del Índice IG consta de cinco etapas sucesivas que se describen en la siguiente gráfica:



Gráfica 17. Fuente: Elaboración propia a partir de Seth (2009)

Por tanto, el Índice IG es el promedio que sintetiza los tres índices obtenidos previamente para cada una de las dimensiones identificadas (tabla 11). Se trata de una medida de igualdad laboral sencilla de interpretar y fácil de utilizar por la empresa, que captura la igualdad entre géneros a partir de la información laboral que la propia empresa suministra. El Índice IG pretende ser un instrumento de análisis empresarial, con el que identificar áreas potenciales de mejora en igualdad de género en el trabajo.

Índices por dimensiones de igualdad		
EMPRESA	$I_{\text{FUNCIONES}}$	IG
	$I_{\text{RETRIBUCIONES}}$	
	$I_{\text{ACTUACIONES}}$	

Tabla 11. Fuente: Elaboración propia

Además, el análisis del IG de una misma empresa en años consecutivos y su comparativa con la referencia del sector empresarial al que pertenece, puede ofrecer a las empresas gallegas información relevante para seguir avanzando en igualdad entre hombres y mujeres en el ámbito laboral, a partir de una métrica que pretende dinamizar la actitud empresarial de progresar en género.

Es importante destacar que el diseño del Índice IG respeta tres premisas de partida que condicionan todo su desarrollo y que atribuye idéntico peso a las siguientes variables:

- Hombres y mujeres
- Funciones, retribuciones y actuaciones
- Indicadores de cada dimensión

El rango de puntuaciones del Índice IG varía entre 0 puntos (nivel mínimo) y 1000 puntos (nivel máximo), que se corresponde con la excelencia en igualdad de género en el trabajo.

Conviene subrayar que el Índice IG, tal y como se ha concebido, no valora el nivel de desempeño que presenta cada empresa en las tres dimensiones analizadas; valora el nivel de igualdad que la organización evidencia en cada una de ellas. Es decir, no se trata de identificar los mejores niveles empresariales en funciones, retribuciones y actuaciones, sino de destacar a las empresas que presentan una distribución más equitativa entre géneros en el conjunto de indicadores que se han seleccionado para definir el índice sintético.

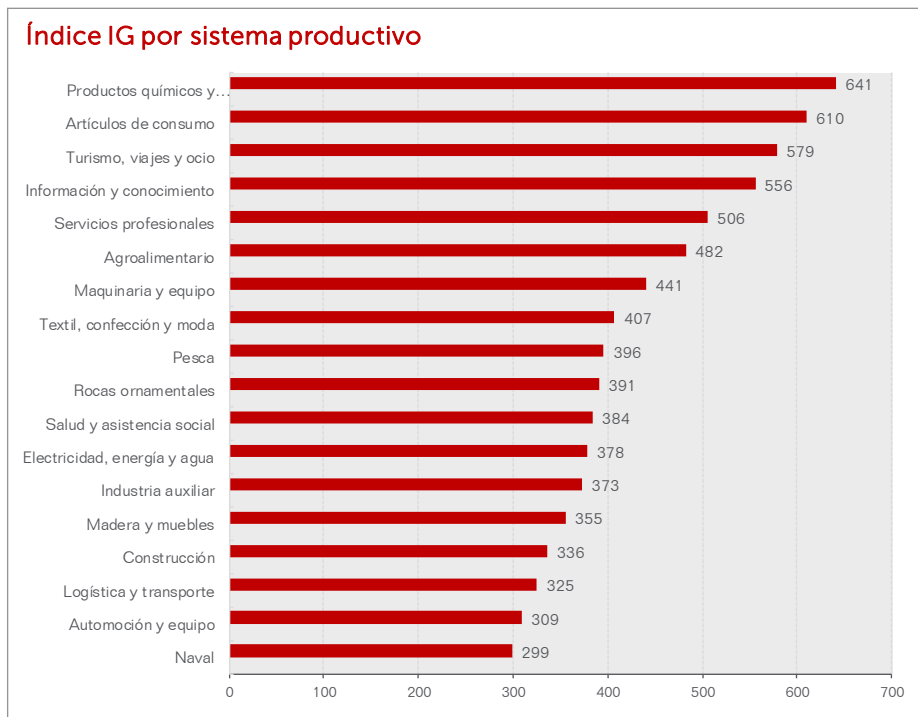
9.3.1. Resultados de la encuesta 2018

Tomando como referencia la muestra de empresas que han participado en este estudio, se puede afirmar que el Índice IG de la empresa gallega (421 puntos) revela que todavía queda por recorrer más de la mitad del camino hacia la excelencia en igualdad de género. También es destacable que no se perciben diferencias significativas entre las tres dimensiones analizadas, al registrar puntuaciones similares, aunque con una leve superioridad de la igualdad retributiva frente a la igualdad en funciones y en actuaciones (tabla 12).

Índices de la empresa gallega por dimensiones de igualdad		
Empresa gallega	FUNCIONES = 411 puntos	IG 421 puntos
	RETRIBUCIONES = 440 puntos	
	ACTUACIONES = 413 puntos	

Tabla 12. Fuente: Elaboración propia

Por sectores productivos, las empresas pertenecientes al sector de Productos químicos y derivados destacan con el Índice IG más elevado (641 puntos), seguidas por los sectores Artículos de consumo (610 puntos) y Turismo, viajes y ocio (579 puntos). En contrapartida, Naval (299 puntos), Automoción y equipo (309 puntos) y Logística y transporte (325 puntos) son los tres sectores con niveles más bajos, en coherencia con su perfil sectorial masculinizado. De igual modo, sectores feminizados como Salud y asistencia social también son penalizados con una baja puntuación (384 puntos) por el sesgo de género que suelen incorporar sus plantillas. La gráfica 18 recoge las puntuaciones obtenidas en cada uno de los dieciocho SPS de las empresas de la muestra.



Gráfica 18. Fuente: Elaboración propia

Por tamaño de plantilla (gráfica 19), las empresas con más de 50 personas empleadas son las que, por término medio, presentan el nivel más destacado en igualdad laboral (514 puntos). Le siguen las empresas con plantillas entre 21 y 50 personas, a las que corresponde un nivel intermedio en igualdad (429 puntos) y, en último término, las de menor tamaño, con plantillas entre 11 y 20 personas, que registran una puntuación promedio inferior a las anteriores (374 puntos). Estos resultados parecen sugerir una relación positiva entre el tamaño de la plantilla y el nivel de igualdad funcional, retributiva y en actuaciones entre hombres y mujeres que cada empresa ofrece a las personas que en ella trabajan.



Gráfica 19. Fuente: Elaboración propia

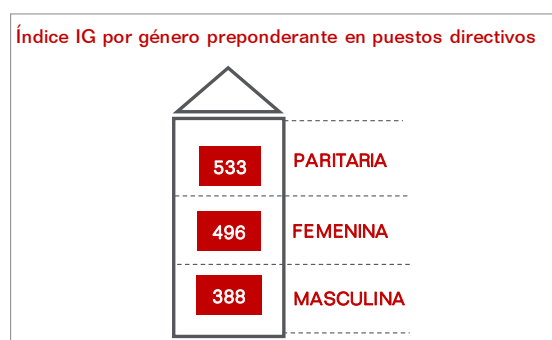
Además, el Índice IG de las empresas con menos de 11 personas empleadas parece confirmar la misma tendencia observada, ya que este segmento empresarial con plantillas más reducidas obtiene la menor puntuación promedio (256 puntos).

En perspectiva provincial (gráfica 20), el análisis del Índice IG revela que las empresas domiciliadas en la provincia de Ourense tienen, por término medio, la puntuación más destacada (494 puntos), seguidas de las empresas domiciliadas en Pontevedra (448 puntos), A Coruña (397 puntos) y Lugo (358 puntos). A partir de estos datos promedio desagregados para las cuatro provincias se ha elaborado el mapa gallego de igualdad de género en el trabajo.



Gráfica 20. Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto que interesa destacar en este análisis descriptivo del Índice IG es que las empresas con equipos directivos paritarios (que representan el 15% de la muestra), tienen mejor puntuación promedio (533 puntos) que aquellas con predominio femenino en puestos directivos (9% de la muestra) o con predominio masculino (70% de la muestra). En estos dos últimos casos, las puntuaciones promedio del Índice IG (496 puntos y 388 puntos, respectivamente) son inferiores a las que consiguen empresas con un equipo directivo uniformemente distribuido entre hombres y mujeres (gráfica 21). Estos resultados parecen respaldar la existencia de una sinergia directiva entre géneros que impulsa la igualdad laboral.



Gráfica 21. Fuente: Elaboración propia

Todos los comentarios realizados hasta el momento han aludido a datos promedio de la muestra objeto de estudio. Sin embargo, también es interesante abordar el análisis desde una perspectiva más individualizada, con el fin de identificar a las empresas con mejores puntuaciones en igualdad. Fijando como criterio de selección un valor del Índice IG superior a 800 puntos, se ha elaborado un ranking empresarial con las empresas que destacan, de forma notable, en igualdad de género en el trabajo (tabla 13) y las hace merecedoras del Indicador ARDÁN de Empresa Igual. Se trata de veintitrés empresas gallegas, que representan menos del 10% de la muestra, y que sobresalen en igualdad en el trabajo porque ofrecen oportunidades, derechos y responsabilidades en el ámbito laboral sin sesgo de género, situándose en niveles muy por encima de la media muestral (421 puntos).

Ranking de empresas gallegas que obtienen el Indicador ARDÁN de Empresa Igual sobre la muestra 2018 (IG>800 puntos)



Empresa	Sector	Localidad
1 O ASADOR DEL ALBA, S.L.	Turismo, viajes y ocio	BARREIROS
2 GRANJA CAMPOMAYOR, S.L.	Agroalimentario	PALAS DE REI
3 CZ VETERINARIA, S.A.	Productos químicos y derivados	O PORRIÑO
4 GARCÍ VENTA, S.L.	Construcción	VIGO
5 EGATEL, S.L.	Maquinaria y equipo	SAN CIBRAO DAS VIÑAS
6 SEVERIANO SERVICIO MOVIL, S.A.	Servicios profesionales	AS PONTES DE GARCÍA RODRÍGUEZ
7 ASYSGON, S.L.	Información y conocimiento	VIGO
8 AUGA DE PARADA, S.L.N.E.	Madera y muebles	OLEIROS
9 PLAINTEC OBRAS Y SERVICIOS, S.L.	Construcción	TUI
10 HEVA DETER HISPANICA, S.L.	Artículos de consumo	O PORRIÑO
11 AUTOS IGLESIAS, S.L.	Automoción y equipo	LUGO
12 DESTILERIAS COMPOSTELA, S.A.	Agroalimentario	ROIS
13 FRIGORIFICA BOTANA, S.L.	Logística y transporte	A CORUÑA
14 VIAJES FISTERRA, S.L.U.	Turismo, viajes y ocio	SANXENXO
15 GRAFICAS GALLEGAS, S.L.	Información y conocimiento	OURENSE
16 SERVINOR GALICIA, S.L.	Servicios profesionales	A CORUÑA
17 DISCEFA, S.L.U.	Pesca	CAMBRE
18 MANUFACTURAS IBERICAS, S.A.	Productos químicos y derivados	CARBALLO
19 OPTARE SOLUTIONS, S.L.	Información y conocimiento	VIGO
20 REDEGAL, S.L.	Información y conocimiento	OURENSE
21 VEGAMOLINOS, S.L.U.	Electricidad, energía y agua	O BARCO DE VALDEORRAS
22 PREFABRICADOS DENA, S.L.	Construcción	MEAÑO
23 RECLAM PUBLICIDAD, MARKETING Y ARTES GRAFICAS, S.A.	Servicios profesionales	A CORUÑA

Tabla 13. Fuente: Elaboración propia

Se aprecia gran diversidad sectorial en la relación anterior, sin poder atribuir a un determinado sector o sectores empresariales mayor protagonismo que a los restantes en cotas de igualdad.

Si se analiza el ranking con detalle provincial, Ourense destaca por su mayor presencia relativa (el 23,5% de las empresas de Ourense que forman parte de la muestra obtienen un Índice IG superior a 800 puntos), seguida de Lugo (el 7,7% de las empresas lucenses de la muestra alcanzan cotas superiores a 800 puntos en igualdad), de A Coruña (el 7,6% de las empresas coruñesas de la muestra están en el ranking) y, finalmente, de Pontevedra (el 5,7% de las empresas pontevedresas de la muestra tienen un Índice IG que superior a 800 puntos).

Si el análisis se realiza por tamaños de plantilla, se observa que el perfil más frecuente en el ranking corresponde, en términos absolutos y relativos, a empresas con más de 50 personas empleadas (el 15,5% de las empresas de la muestra con esta dimensión figuran en el ranking), frente a la menor representación de empresas con plantillas menos dimensionadas (solo superan los 800 puntos el 4,5% de las empresas entre 11 y 20 personas empleadas y el 7,1% de las empresas entre 21 y 50 personas empleadas que componen la muestra).

Respecto al género que predomina en los equipos directivos de las empresas que sobresalen en igualdad, conviene insistir en la mayor presencia relativa de equipos directivos paritarios (el 13% del total de empresas con este perfil en la muestra están representadas en el ranking), frente al menor peso relativo de empresas cuyas direcciones son predominantemente masculinas o femeninas (en ambos casos, tan solo el 7,1% de las empresas con predominio masculino o predominio femenino que componen la muestra alcanzan un Índice IG superior a 800 puntos).

9.4. Coste de no igualdad para las mujeres

9.4.1. Metodología

El objetivo del cálculo del coste de no igualdad es determinar la pérdida o ganancia salarial de las mujeres que trabajan en una empresa, establecida en relación al salario medio de dicha empresa. Su cálculo se realiza tanto en términos porcentuales como en magnitud salarial. Esta medida no valora la posible no paridad en la estructura de personal de la empresa. Lo que valora es, dada una determinada composición hombres-mujeres de la plantilla, el coste de la no distribución equitativa, por tramos salariales, de las mujeres en dicha plantilla.

El coste de no igualdad es una herramienta que puede ayudar a las empresas a valorar su actitud en cuanto a igualdad de género en el ámbito retributivo. Complementando al Índice IG, se pretende ofrecer información para identificar debilidades y fortalezas que ayuden a diseñar una estrategia de igualdad por tramos salariales que beneficie a todos. El diseño e implantación de estrategias de igualdad es un proceso de transformación y de crecimiento organizativo, que no es independiente de otras estrategias organizativas como, por ejemplo, la innovación.

Para el cálculo del coste de no igualdad se ha seguido la metodología propuesta por Alonso-Villar y del Rio (2017), que cuantifica la segregación en el ámbito laboral, la no igualdad en este trabajo, para un determinado grupo de población, las mujeres en este trabajo, y las consecuencias económicas de dicha segregación, el coste de no igualdad en este trabajo. El índice propuesto por estas autoras está diseñado para calcular desigualdades en grupos demográficos de una economía. Este índice se ha adaptado para medir la desigualdad salarial por género en empresa, tanto porcentualmente como en unidades monetarias.

Esta metodología se fundamenta en la corriente económica de la estratificación social (Darity et al., 2015), que determina que son los grupos, las mujeres en este trabajo, y no los individuos, los agentes económicos a considerar, debido a las ventajas e inconvenientes que la pertenencia a un determinado estrato otorga.

El coste de no igualdad, en términos porcentuales y para cada empresa, se formula de la siguiente manera:

$$\text{Gamma} = \sum_j \left(\frac{m_j}{M} - \frac{t_j}{T} \right) \times \frac{w_j}{\bar{w}}$$

Donde:

m_j número de mujeres que trabajan en el tramo j

M número total de mujeres

t_j número de hombres y mujeres que trabajan en el tramo j

T número total de hombres y mujeres

w salario medio del tramo j

\bar{w} salario medio de la empresa

Gamma representa el porcentaje de ganancia (si es positivo) o pérdida (si es negativo) que tiene cada mujer al no estar igualitariamente representada en los tramos salariales, en relación al salario medio de la empresa, y dada la composición de los tramos salariales en dicha empresa.

Si por ejemplo una empresa tiene una gamma igual a 0,056 significa que las mujeres de esa empresa tienen un ingreso adicional per cápita de un 5,6%, debido a su mejor posicionamiento en los tramos salariales de lo que cabría esperar según los porcentajes totales de hombres y mujeres de la mencionada empresa. Si se produce la situación contraria, por ejemplo, gamma igual a -0,056, las mujeres de esa empresa tienen un coste per cápita de un 5,6%. Es decir, la empresa está generando un coste a las mujeres de un 5,6% debido a su peor posicionamiento en los tramos salariales.

A partir de la gamma de una empresa se puede calcular el coste de no igualdad en unidades monetarias de la siguiente manera:

$$CNI = \text{Gamma} \times M \times \bar{w}$$

El coste de no igualdad recoge el importe del ingreso (si es positivo) o coste (si es negativo) para las mujeres de una empresa, debido a las diferencias de representación de género en los tramos salariales. Este valor refleja el importe monetario de las diferencias salariales en cada empresa, para el conjunto de mujeres de esa empresa, dada su composición por tramos salariales y para el sueldo medio en la misma. Si es positivo, representa una mejor retribución para las mujeres al existir una sobredimensión femenina en los tramos salariales más altos. Si es negativo, representa una peor retribución para las mujeres al estar estas "sobrerepresentadas" en los tramos salariales más bajos.

En una misma empresa, la gamma y el coste de no igualdad tienen el mismo signo. La primera es un cálculo per cápita mientras que el segundo es un cálculo global. Cuantas menos diferencias salariales haya en una empresa, más próximo a cero estará tanto la gamma como el coste de no igualdad en unidades monetarias.

9.4.2. Resultados de la encuesta 2018

De las 302 respuestas útiles, para este análisis se han eliminado 17 empresas de la muestra al no existir en ellas representación laboral de los dos géneros: 2 empresas solo tenían en su plantilla mujeres (con 20 y 24 empleadas, ambas del ámbito de servicios) y 15 solo hombres (mayoritariamente de Construcción y Logística y transporte). Es decir, el número de empresas que componen la muestra para esta parte del análisis es de 285.

Como media, las mujeres que trabajan en las empresas de la muestra sufren una pérdida per cápita de un 5,25% en su retribución, representado esta pérdida un coste salarial medio por empresa, para ellas, de -9.750,71 €. La importancia de esta situación de desigualdad, en términos monetarios, queda claramente puesta de manifiesto si consideramos la pérdida neta de todas las mujeres que trabajan en las empresas de la muestra, que suma un total de -2.778.953,43 €.

Los valores extremos de la gamma se obtienen en el rango de empresas entre 21 y 50 personas empleadas del sector de la Construcción (tabla 14). Las gammas extremas son 115,4% (ganancia de 45.000 €) y -86,0% (pérdida de 11.022,68 €). En cuanto a los valores extremos del coste para las mujeres de la no igualdad, tanto el positivo (ganancia de 230.556,41 €, con una gamma de 6,8%) como el negativo (pérdida de 298.960,36 €, con una gamma de -18,4%), se producen en empresas de más de 50 personas empleadas, resultado razonable si tenemos en cuenta que este cálculo se refiere a las ganancias o pérdidas para las mujeres de una empresa.

Valores máximos y mínimos de la gamma y el coste de no igualdad para las mujeres					
Gamma		Coste de no igualdad	Sistema productivo sectorial	Tamaño	Provincia
Máxima	115,40%	45.000,00	Construcción	Entre 21 y 50	Lugo
Mínima	-86%	- 11.022,68	Construcción	Entre 21 y 50	A Coruña
Coste de no igualdad		Gamma	Sistema productivo sectorial	Tamaño	Provincia
Máxima	230.556,40	6,80%	Servicios profesionales	Más de 50	A Coruña
Mínima	- 298.960,40	-18,40%	Logística y transportes	Más de 50	Pontevedra

Tabla 14. Fuente: Elaboración propia

Los valores de gamma, por tramos, se recogen en la tabla 15. La gráfica de frecuencias muestra una distribución asimétrica, en detrimento de las mujeres. De hecho, la tendencia exponencial refleja una pendiente negativa hacia los valores positivos de la gamma. Este peor posicionamiento de las mujeres también se observa en la mediana, que es de -3,8%.

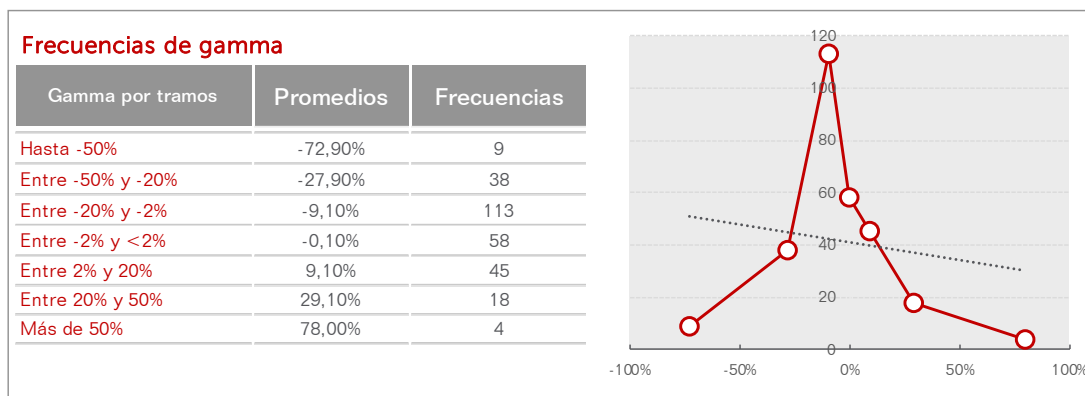


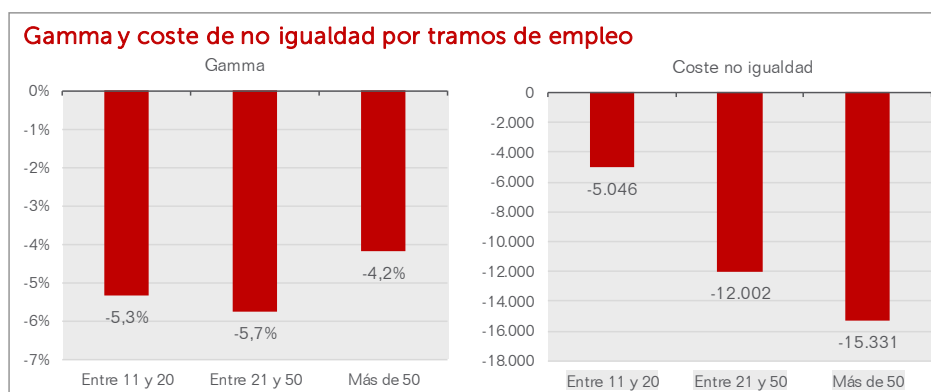
Tabla 15. Fuente: elaboración propia

Si se reproduce este análisis sobre el coste de no igualdad, se observan resultados paralelos: asimetría con mayor peso de valores negativos, pendiente descendente hacia los valores positivos, y una mediana de -3.857,1 € (tabla 16).



Tabla 16. Fuente: Elaboración propia

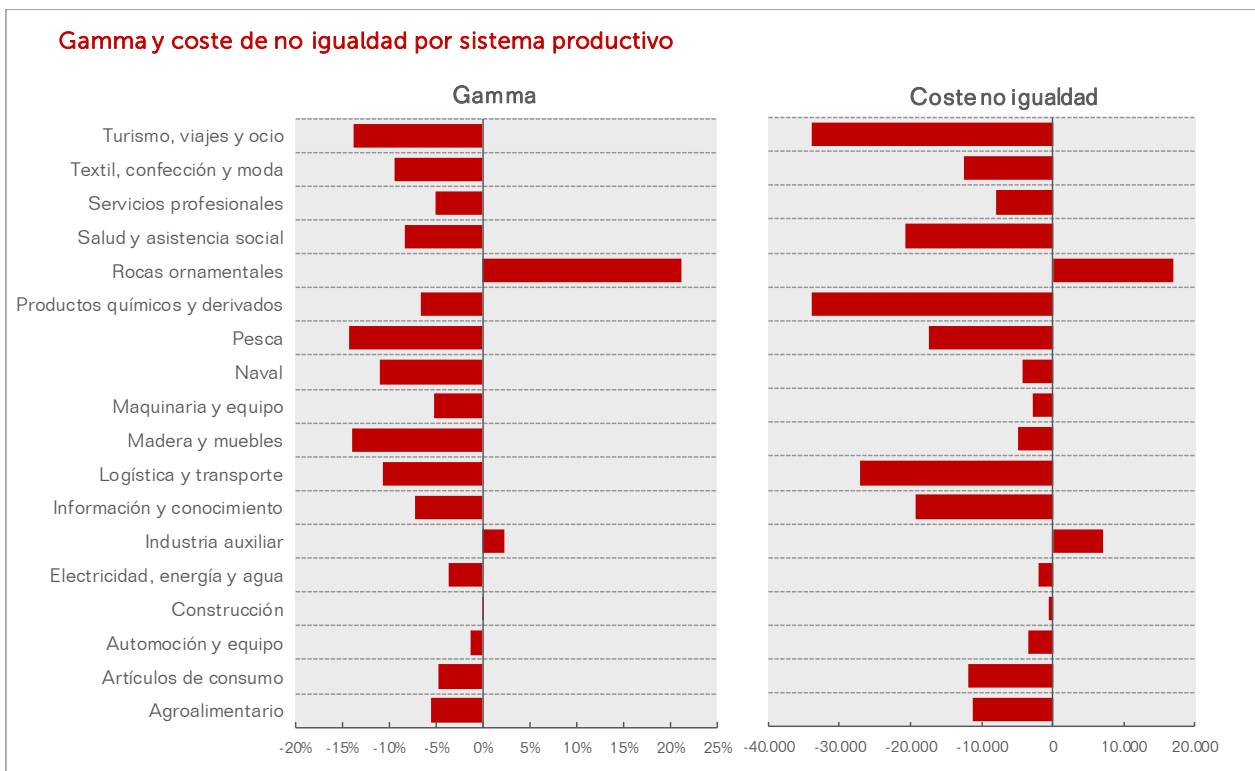
Agrupando las empresas por número medio de personas empleadas, se pueden obtener las gammas medias y el coste de no igualdad de cada grupo. Como se puede observar en la gráfica 22, en ambos casos es negativa, es decir, las mujeres soportan un coste de no igualdad. Por lo que se refiere a este último, va aumentando a medida que aumenta el tamaño de la empresa. Esta evolución es la esperada puesto que el cálculo se realiza a nivel de empresa, es decir, recoge la ganancia o pérdida conjunta, de todas las mujeres de la empresa. En este caso, como los valores medios son negativos para los tres grupos, al ir aumentando el tamaño de la empresa en cuanto a hombres y mujeres empleados, la negatividad del cálculo va aumentando. Sin embargo, el incremento en el último no es tan elevado como cabría suponer debido a que la gamma de las empresas de mayor tamaño por empleo es la más baja de los tres grupos. Es decir, la distribución entre hombres y mujeres por tramos salariales genera una diferencia salarial negativa para las mujeres, que es algo menos acentuada en las empresas de más de 50 personas empleadas.



Gráfica 22. Fuente: Elaboración propia

Es interesante destacar el resultado en cada una de las provincias gallegas. Las provincias con mayor número de empresas, Pontevedra (141 empresas) y A Coruña (105 empresas), son las que tienen una gamma más baja. Este resultado puede explicarse porque son también las provincias con empresas de mayor tamaño en cuanto a empleo (44,83 y 39,75 de empleo medio respectivamente). Como se ha visto antes, a mayor tamaño, menor gamma.

Los resultados por SPS, recogidos en la gráfica 23, reflejan solamente tres sectores con una gamma positiva: Construcción (0,1%), Industria auxiliar (2,3%) y Rocas ornamentales (21,6%). Los 15 sectores restantes muestran una gamma negativa, desde un -1,2% en Automoción y equipos a un -14,2% en Pesca. En cuanto al coste de no igualdad para las mujeres, por sectores, destacan Productos químicos y derivados (-33.931,15 €), Turismo, viajes y ocio (-33.876,7 €) y Logística y transporte (-27.068,3 €).



Gráfica 23. Fuente: Elaboración propia

9.5. Reflexiones finales

En los últimos años se percibe una mayor sensibilidad de la sociedad en aspectos relacionados con la igualdad entre hombres y mujeres, en todos los ámbitos de la vida. La actividad empresarial no ha quedado al margen y los ciudadanos reclaman abiertamente la incorporación de la perspectiva de género en las empresas, demandando igualdad laboral. En este sentido, el Índice de Igualdad de Género en el trabajo que calcula EIGE para España supera, desde 2010, la media europea, evidenciando que se avanza en la dirección adecuada.

También las empresas gallegas deben asumir el reto de la igualdad laboral. Desde el convencimiento de que es preciso fijar un punto de partida para avanzar en igualdad, este capítulo tiene un doble objetivo: por una parte, explorar la situación en igualdad de género en el trabajo del tejido empresarial gallego, a partir de la muestra de empresas de la base de datos ARDÁN que han participado en la encuesta. Por otra, desde un enfoque más pragmático, ofrecer dos herramientas de análisis que permitan a las empresas medirse para mejorar: el Índice IG, que evalúa y traduce a una puntuación comparable la igualdad de género en cada empresa, y la ratio gamma, que valora el efecto de la no proporcionalidad de género en los diferentes tramos salariales, reflejando la ganancia o pérdida monetaria que ello representa para las mujeres de la empresa.

Respecto a la situación observada en la muestra de empresas gallegas que han respondido a la encuesta, no se identifican tendencias claras debido a la disparidad encontrada en la gran mayoría de aspectos analizados. No obstante, se aprecia, en general, una brecha significativa entre la importancia que se da a la igualdad laboral y la realidad que se percibe en cada empresa, poniendo de manifiesto unas expectativas no cumplidas.

Cuando se analiza la percepción sobre igualdad laboral en cada empresa, el género de la persona que responde y el sesgo masculinizado frente al no masculinizado del sector empresarial son las dos variables explicativas dominantes. Así, el análisis de las respuestas refleja que las mujeres dan mayor importancia a la igualdad como factor de satisfacción en el trabajo. También son más críticas con el nivel que perciben en sus respectivas empresas, así como con la importancia que creen que la dirección otorga a la igualdad. Además, las empresas que se atribuyen un sesgo masculinizado perciben menos igualdad, le otorgan menos valor como factor de satisfacción laboral y consideran que ni el personal ni la dirección le concede demasiada importancia.

Cuando se comparan respuestas cuantitativas, la variable de mayor significación a la hora de explicar la situación de igualdad es el tamaño de la empresa. En este análisis, se estratificaron las empresas en tres grupos, en función del número de trabajadores (de 11 a 20, de 21 a 50 y más de 50). Se observa que, en general, las empresas de más de 50 personas empleadas muestran actitudes empresariales más igualitarias. Los resultados sugieren un efecto moderador del tamaño en las diferencias por género, tenuemente identificado en las cuatro perspectivas analizadas (funciones, retribuciones, actuaciones y políticas). También las dos herramientas que se han diseñado para la medición de la igualdad (Índice IG y ratio gamma) corroboran esta tendencia.

El efecto del tamaño puede ser debido a distintas razones, entre las que se puede destacar la cultura empresarial. Es habitual que las empresas de mayor tamaño tengan una cultura abierta y captadora de iniciativas externas. En este sentido, la mayor presión social demandando igualdad de género en todos los ámbitos puede hacerlas más receptivas para incorporar este reto en sus estructuras empresariales. Además, las empresas grandes son más visibles desde todos los puntos de vista (laboral, fiscal, de marketing, social, ...) y disponen de más recursos para implantar acciones que redunden en comportamientos más igualitarios. Otro aspecto a considerar es la existencia de mayor representación sindical en las empresas con más personas empleadas, lo cual puede favorecer la implantación de políticas de igualdad de género en la empresa.

Otra de las variables explicativas de la situación de igualdad de género es la edad de la empresa. Las más jóvenes visibilizan más indicadores de igualdad: el porcentaje de mujeres que ocupan cargos directivos es mayor que el promedio muestral y el acceso femenino a la promoción interna es superior a la de los hombres y a la media de la muestra. Estos resultados sugieren una predisposición innata en las empresas jóvenes hacia la igualdad.

Las respuestas a la encuesta destacan que, mayoritariamente, son factores socioculturales asociados con el sector de actividad, con el tipo de trabajo y con el entorno los que originan situaciones de desigualdad laboral entre hombres y mujeres. Se considera que la igualdad en el trabajo no es responsabilidad única de las empresas, sino que debería emanar de la sociedad, en general, y, en particular, del entorno en el que interactúa la empresa. Un ejemplo de esta situación surge al analizar la perspectiva de igualdad por actuaciones. La proporción media de hombres y mujeres que acceden a las distintas actuaciones propuestas por las empresas de la muestra es similar, salvo en aquellas que están relacionadas con la conciliación (reducción de jornada, flexibilidad horaria, ...) en las que existe una rotunda preponderancia femenina y que puede explicar el rol social de cuidadora que todavía se asigna a la mujer.

Otro de los resultados de la encuesta, no por esperado menos patente, es la existencia de diferencias salariales entre hombres y mujeres, tanto en tramos retributivos como en la modalidad de contratación. En el caso de los contratos a tiempo completo, se observa que las mujeres acceden a puestos de trabajo peor remunerados. Esta realidad refleja una situación de desigualdad laboral que se sigue perpetuando y en la que la remuneración parece depender menos del trabajo realizado que de quién lo realiza.

Precisamente, la gamma, una de las dos herramientas de análisis diseñada ad hoc para ayudar a las empresas gallegas en la medición de la igualdad laboral, valora en términos relativos y en unidades monetarias el efecto de la no proporcionalidad de género en los diferentes tramos salariales. Con esta ratio, se quiere medir el coste que para las mujeres tiene la no distribución de género por tramos salariales proporcional a la composición de la plantilla. Realmente habría que indicar el coste o la ganancia que para las mujeres tiene esa no proporcionalidad, pero la situación actual de no igualdad en el trabajo obliga todavía a hablar de coste. En concreto, en las empresas de la muestra, la pérdida media per cápita en la retribución de las mujeres es de un 5,25%, suponiendo esta pérdida un coste salarial medio por empresa, para ellas, de -9.750,71 €. El cálculo de la pérdida neta de todas las mujeres que trabajan en las empresas de la muestra es de -2.778.953,43 € anuales, magnitud que refleja claramente la grave situación de desigualdad existente. Como ya se ha indicado, la diferencia salarial negativa para las mujeres es algo menos acentuada en las empresas con más de 50 personas empleadas.

La segunda herramienta para medir la igualdad laboral en la empresa gallega es el Índice IG. Se trata de un instrumento de análisis empresarial, sencillo de interpretar y fácil de utilizar, que ha sido diseñado para capturar la igualdad entre géneros en el trabajo, a través de un índice sintético que se construye a partir de la información laboral que la propia empresa suministra.

En promedio, el Índice IG que resulta de la muestra de empresas que participó en la encuesta es de 421 puntos, sobre un máximo de 1000 puntos. Por tanto, queda por delante más de la mitad del camino hacia la excelencia en igualdad de género para la empresa gallega. No se perciben diferencias significativas entre las tres dimensiones de igualdad laboral que analiza el índice IG (funciones, retribuciones y actuaciones). En realidad, sus puntuaciones son similares, aunque con valores algo más elevados en la dimensión retributiva, que podrían atribuirse a la existencia de regulación laboral en la materia.

Los sectores productivos con mejores puntuaciones del índice IG son Productos químicos y derivados (641 puntos), Artículos de consumo (610 puntos) y Turismo, viajes y ocio (579 puntos). Como ya se ha indicado anteriormente, en promedio las empresas con más de 50 trabajadores despuntan en igualdad, alcanzando las valoraciones más elevadas (514 puntos). Este resultado reafirma la relación positiva ya comentada entre el número de personas empleadas y el nivel de igualdad laboral. Además, se constata que las empresas con equipos directivos paritarios alcanzan cotas superiores de igualdad (533 puntos). Con ello, se respalda la idea de una sinergia directiva entre géneros que mejora la igualdad laboral.

En perspectiva más individualizada, se han identificado a las empresas de la muestra con Índices IG más elevados. Partiendo de un valor superior a 800 puntos, se elabora un ranking empresarial gallego que distingue a aquellas empresas que, de forma notable, se aproximan a una situación igualitaria entre hombres y mujeres. Representan el 10% de la muestra, ofreciendo a sus trabajadores oportunidades, derechos y responsabilidades sin sesgo de género.

Para finalizar, es importante destacar que la igualdad entre hombres y mujeres en el ámbito laboral requiere más atención de la que se le otorga. El simple hecho de contestar a una encuesta de igualdad puede ayudar a las empresas a reflexionar sobre cuál es su estrategia para afrontar este reto: dónde están, qué cauces de mejora tienen y qué metas se plantean. Aún existen factores socioculturales que lastran el papel de la mujer en la sociedad actual y, en este sentido, las empresas tienen todavía mucho recorrido para favorecer la igualdad en, al menos, las cuatro perspectivas analizadas en este trabajo: funciones, para conseguir una distribución proporcionada de ambos géneros en la estructura empresarial; retribuciones, para remunerar al personal de manera equitativa por su trabajo; políticas, para promover el objetivo de igualdad entre hombres y mujeres; y actuaciones, para generar oportunidades sin discriminar por razón de género. El establecimiento sistemático de procedimientos internos para el análisis de la existencia de una posible brecha salarial; la aplicación de medidas correctoras cuando dicha brecha es identificada; el diseño y puesta en marcha de un plan de igualdad; la vigilancia para controlar y prevenir situaciones de acoso; y la implantación de estrategias de gestión de personal no discriminatorias por género, son políticas que, sin suponer una carga excesiva, podrían mejorar significativamente la igualdad entre hombres y mujeres en el ámbito laboral.

Belén Fernández-Feijóo Souto
Rocío Rodríguez Daponte
Sonia M. Rodríguez Parada
Silvia Ruiz Blanco
Natalia Vaz Ogando

Agrupación estratégica ECOBAS (Universidade de Vigo)