



LOS HOMBRES EN LAS POLÍTICAS DE IGUALDAD DE LAS EMPRESAS: PRESENCIA Y AUSENCIAS

REDACCIÓN DE CONTENIDOS:

Ana Fernández-Salguero Mejías.
Responsable Servicio Asesoría en igualdad, gestión de la diversidad
y no discriminación a organizaciones.

EQUIPO TÉCNICO DEL PROYECTO NEO Y COLABORADORAS EN LA REDACCIÓN DE LA GUÍA:

Vanesa Dorado Crespo.
Alba Pérez Corujo.
Carolina Pacheco García.

COORDINACIÓN Y REVISIÓN DE LA PUBLICACIÓN:

Ana Fernández-Salguero Mejías. *Twitter: @Anafsalguero*
Responsable Servicio Asesoría en igualdad, gestión de la diversidad y no discriminación a
organizaciones.
Bakea Alonso Fdez. de Avilés. *Twitter: @BakeaA*
Coordinadora Área de Igualdad de Oportunidades y No Discriminación.

EDITA:

Fundación Cepaim, Convivencia y Cohesión Social
www.cepaim.org *Twitter: @FundacionCepaim*

FINANCIADORES:

Fondo Social Europeo a través del Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social con
la cofinanciación del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, vía IRPF.

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:

Estudio gráfico Tete López. *Twitter: @heliostt*

IMPRESIÓN:

Nextcolor S.L

Depósito Legal: MU-1360-2019

1ª edición Fundación Cepaim 2019.

*Se permite la reproducción, distribución y la comunicación pública, siempre que se cite el título,
la autoría y la editorial, y que no se haga con fines lucrativos.*

Impreso en papel sostenible procedente de bosques de cultivo certificado



GUÍA PARA LA INCORPORACIÓN DE
LOS HOMBRES EN LAS POLÍTICAS DE
IGUALDAD DE LAS EMPRESAS

Prólogo

La Fundación CEPAIM es pionera en España en la promoción de la igualdad con los hombres como protagonistas y dentro de las empresas. Ana Fernández-Salguero Mejías y Bakea Alonso Fernández de Avilés nos muestran en esta guía cómo las direcciones y comités de empresa, los mandos intermedios y los empleados pueden incorporarse al movimiento a favor de la igualdad entre mujeres y hombres. Entrar en el variado mundo de las pequeñas, medianas y grandes empresas no es una tarea fácil. Ellas lo han conseguido, tanto analizando la situación actual como con campañas de sensibilización y diversas actuaciones en las empresas.

En esta guía una buena práctica de fomento de la igualdad en la empresa se define acertadamente como “una acción planificada que introduce mejoras en las relaciones y condiciones laborales, los procesos productivos y las actividades de las organizaciones; orientada a producir resultados positivos sobre la calidad de vida (satisfacción y bienestar personal y emocional) de las personas trabajadoras, clientela, y resto de grupos de interés”. Esta amplia definición nos muestra que **las acciones que pretenden incorporar a los hombres a la igualdad tienen que transformar las empresas en varios ámbitos a la vez**, que sus beneficios alcanzan a toda la plantilla y que por lo tanto repercuten en un mejor funcionamiento de la empresa.

En concreto se presentan estrategias y experiencias de **“actuaciones dirigidas a que los hombres se corresponsabilicen en el ámbito doméstico, transformando los roles de género y construyendo un nuevo modelo de convivencia”**.

Se enumeran, por otro lado, las principales vías de intervención en y con las empresas: los cambios legislativos (reforma del sistema de permiso de maternidad y paternidad), los planes de igualdad y las campañas de sensibilización y formación impulsados o acompañados por la dirección de las empresas. Se presenta el trabajo que realiza la **Red del Distintivo de Igualdad en la Empresa** que, a través de premiar a algunas empresas con planes de igualdad, lleva años



trabajando para concienciar sobre la importancia de la corresponsabilidad. Ahora bien, tener un plan de igualdad no es ni mucho menos garantía para que una empresa practique la igualdad. En esta guía se explican estos detalles esenciales.

A continuación, se presentan buenas experiencias de empresas con medidas dirigidas expresamente a los hombres. Nos sorprenderá leer que existen experiencias empresariales muy interesantes que apenas trascienden a los medios de comunicación, ya que estos más bien nos transmiten una idea de un desolado paisaje español en temas de conciliación y corresponsabilidad. Hay medidas de menor y mayor calado: desde campañas de sensibilización, información y formación hasta el cambio de horarios, las posibilidades de adaptación de jornada y la ampliación de días de permiso por necesidades de conciliación.

Finalmente, Fundación CEPAIM presentan el impacto de su propia campaña “Practica la Igualdad, Marca la Diferencia”, que cuenta con unos materiales magníficos para cualquier empresa que quiera participar en el movimiento hacia una mayor corresponsabilidad y mejor convivencia.

**¡Anímese a formar parte de este movimiento!
¡Es hora de actuar!**

Teresa Jurado Guerrero

*Directora del Departamento de Sociología II de la UNED
y Coordinadora del proyecto europeo “Men in Care”.*

Índice



1. Objeto y contexto en el que surge la guía. ¿Por qué y para qué? Pág. 8
2. ¿Qué entendemos por buenas prácticas en esta guía? Pág. 18
3. Los hombres y políticas de igualdad.
¿Dónde están los hombres en los planes de igualdad? Pág. 26
4. Experiencias en empresas que contemplan alguna medida específica para hombres. Pág. 32
 - 4.1. Empresas analizadas y experiencias encontradas en la Red DIE. Pág. 36
 - 4.2. Medidas detectadas a partir de la presentación de la exposición
“Practica la igualdad, marca la diferencia”. Pág. 45
 - 4.3. Prácticas detectadas en otras campañas de sensibilización: *EngageMen* y *HeForShe*. Pág. 49
5. Campaña “Practica la Igualdad, marca la diferencia” como impulsora de buenas prácticas en empresas. Pág. 52
 - 5.1. Evaluación de las personas participantes. Pág. 62
6. Conclusiones y propuestas. Pág. 70
7. Bibliografía. Pág. 78

1. OBJETO Y CONTEXTO EN EL QUE SURGE LA GUÍA. ¿POR QUÉ Y PARA QUÉ?





Existen numerosas guías que orientan a las empresas en materia de conciliación y corresponsabilidad y otras tantas que recogen buenas prácticas. La Guía que tienes entre tus manos, no es una más.

En esta ocasión hemos tratado de analizar el lugar que ocupan los hombres en las Políticas de Igualdad de las Empresas en España y el lugar que, desde nuestro punto de vista, podrían ocupar.

La presente guía es parte del trabajo realizado en el marco del **Proyecto NEO** (Programa de investigación-acción dirigida a profundizar en la realidad de la corresponsabilidad en el ámbito laboral) cofinanciado por el Fondo Social Europeo y el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social a través de la convocatoria pública de subvención con cargo al tramo estatal de IRPF.

NEO ofrece una visión ampliada de la aplicación de la perspectiva de género en los proyectos de inclusión, incorporando también una **mirada hacia los hombres** y el sistema de relaciones en los que estos participan, como línea estratégica para lograr escenarios sociales más igualitarios y facilitar la inclusión socio laboral de las mujeres.

En los diferentes proyectos de interés general que se desarrollan en el ámbito social, Fundación Cepaim promueve desde hace ya unos años, un elemento innovador sobre el que se considera oportuno reflexionar, así como evaluar su impacto, ya que supone una mejora notable en el éxito de las iniciativas de fomento de la participación de las mujeres en el mercado laboral. Se trata de incorporar el trabajo con hombres como estrategia para el logro de igualdad de género real y efectiva, ya que las intervenciones dirigidas sólo a las mujeres hace tiempo que se muestran insuficientes.

Si bien es cierto que en España a través de sus políticas sociales y de igualdad, se han dedicado y dedican enormes esfuerzos para promover la igualdad de género y en particular en lo que se refiere al mercado laboral, consideramos que los esfuerzos no dan todos los frutos deseados porque la desigualdad de género es relacional

y necesita también trabajar, además de con las propias mujeres, con las estructuras sociales y con el conjunto de normas, valores y símbolos que sustentan y refuerzan el hecho de que todavía hoy, las tasas de inactividad, de desempleo y de contratos parciales sean mayores entre las mujeres que entre los hombres.

En el marco de los Itinerarios de Inserción con mujeres se ha observado que, aunque tengamos una brillante metodología de orientación laboral y pongamos en marcha buenos cursos de capacitación, éstas van a seguir viendo limitadas sus oportunidades si sus compañeros masculinos continúan sin corresponsabilizarse de las tareas relacionadas con los cuidados. De igual manera, **si las empresas siguen obstaculizando a las mujeres que son madres, poco efectivas serán las intervenciones de empoderamiento que se desarrollen con ellas desde las entidades sociales o desde los servicios públicos de empleo**; la segregación vertical y horizontal por género en el mercado laboral continuará siendo una realidad.

Ya en el año 2006, la presidencia de la Comisión Europea por parte de Finlandia impulsó la elaboración del documento Varanka, A. Narhinen and R. Siukola (Eds.) *Men and Gender Equality. Toward Progressive Policies* en el que se invitaba a los estados miembros a que prestaran atención a tener en cuenta a ambos géneros a la hora de emprender medidas y proyectos destinados a fomentar la igualdad de género. Por otro lado, una de las conclusiones de la Comisión sobre el Estatuto de la Mujer (ONU) en su 48ª sesión (2004) se vertebró en el documento *Políticas para involucrar a los hombres y niños en la equidad de género*. Hace ya más de 15 años de ambos documentos y en España apenas hemos comenzado a reflexionar acerca de la inclusión de los hombres en las políticas de igualdad como agentes de cambio, más allá de las políticas y programas destinados de forma específica a los hombres que ejercen violencia contra sus parejas o ex parejas.

En la Unión Europea, **el Plan de trabajo para la igualdad entre las mujeres y los hombres 2006-2010**¹ (más conocido como la hoja de ruta para la igualdad) sí fue tomando nota, y estableció que *“debería animarse a los hombres para que asuman sus responsabilidades familiares, sobre todo estimulándoles a disfrutar de permisos parentales y de paternidad y a compartir con las mujeres el derecho a estos permisos”*.

La actual Estrategia de Igualdad de Género 2018-23 del Consejo de Europa señala que *“el papel del hombre, tanto en la esfera pública como en la privada, es fundamental para avanzar hacia dicha igualdad. La participación de los hombres y los niños y su responsabilidad como actores del cambio a este fin son de la máxima importancia. Deben superarse los estereotipos masculinos para liberar a hombres y niños de la presión que ejercen las expectativas a las que se enfrentan. Dado que los estereotipos de género están generalizados y perduran en el tiempo, es necesario adoptar un planteamiento relacionado con el ciclo vital para abordar la socialización de hombres y niños en contextos sociales muy*

¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:c10404&from=ES>



*distintos: en el hogar, en el sistema educativo, en el lugar de trabajo y en la economía en general (...). La inclusión del hombre es necesaria tanto como socio activo en la promoción de los derechos humanos de la mujer como beneficiario de este tipo de políticas de igualdad”.*²

La propia Estrategia señala además que, “(...) los estereotipos de género y el patriarcado también afectan negativamente a los hombres y a los niños. Los estereotipos sobre ellos son, asimismo, el resultado y la causa de actitudes, valores, normas y prejuicios muy arraigados. La masculinidad hegemónica es un factor que contribuye a mantener y reforzar los estereotipos de género, que, a su vez, terminan por contribuir a la incitación sexista, al odio y a los prejuicios contra los hombres y los niños que se apartan de los ideales predominantes de masculinidad. La percepción social y la representación en los medios pueden alimentar los estereotipos de género, entre ellos, las ideas acerca del aspecto de mujeres y hombres, de su comportamiento, de su trayectoria profesional y de las tareas domésticas que les corresponden”.

Sin embargo, las Políticas de Igualdad en España no han mencionado hasta ahora, de forma clara y directa, a los hombres como sujetos activos y receptores de medidas y que podrían ayudar a lograr avances hacia una igualdad real. Dado que, como sabemos, la maternidad, los roles y normas sociales que todavía hoy asocian a las mujeres con las tareas de cuidado de las personas dependientes (menores, personas mayores, personas con enfermedades graves, etc...) son todavía un obstáculo para la incorporación y permanencia de éstas en el mercado laboral, tanto las políticas públicas como las medidas encaminadas a la promoción de la corresponsabilidad en las tareas de cuidado (o corresponsabilidad compartida) resultan imprescindibles. De hecho, según datos del estudio *Gender Gaps in the Spanish Labor Market*³, la brecha salarial entre mujeres y hombres se debe, en parte, a la baja corresponsabilidad de los hombres.

No es algo nuevo si decimos que el ejercicio de la maternidad por parte de las mujeres es uno de los mayores obstáculos que todavía encuentran para su inserción laboral y para el aumento de sus tasas de actividad. Las mujeres dedican todavía el doble de tiempo -cada día- que los hombres a las tareas domésticas y de cuidado, según la Encuesta de Usos del tiempo (INE)⁴.

La Ley 3/2007 para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres⁵ elevó a la categoría de derechos los diferentes instrumentos de conciliación de la vida personal, familiar y laboral para fomentar la asunción equilibrada de las responsabilidades familiares, evitando toda discriminación basada en su ejercicio. Sin embargo, el término conci-

2 <https://rm.coe.int/estrategia-de-igualdad-de-genero-del-coe-es-msg/16808ac960Una>

3 <http://documentos.fedea.net/pubs/eee/eee2016-32.pdf>

4 https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176815&menu=resultados&idp=1254735976608

5 <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-6115>

liación y las políticas basadas en el mismo han sido reproductoras de desigualdades en la esfera pública y privada y, por lo tanto, se requiere una implicación igualitaria por parte de los hombres; entender que la realización de los trabajos domésticos y de cuidado son también responsabilidades masculinas.

Como decimos, las medidas y políticas de igualdad y conciliación no han contemplado, hasta fechas muy recientes, a los hombres como agentes de cambio en el camino hacia la igualdad. **Hasta la entrada en vigor de la Ley de Igualdad 3/2007 dónde se reconocían 15 días de permiso de paternidad, los permisos de maternidad se ampliaban pero sin tener en cuenta a las progenitoras y progenitores no gestantes**⁶. Esta cuestión realmente llevaba a replantear el sistema de cuidados, creando estructuras y políticas que permitan entre otras cosas, que los hombres cuiden y que, además, produzcan una verdadera transformación social y justicia de género.

En este sentido siempre ha sido prioritario **transformar el sistema de permisos por maternidad y paternidad** actuales y caminar a un sistema de permisos iguales, intransferibles y remunerados al 100% tal y como reivindican algunas organizaciones feministas como la PPIINA⁷ en España y PLENT⁸ a nivel internacional. Sin embargo, hasta que esta política pública esté activa, las empresas pueden incluir esta ampliación como estrategia de corresponsabilidad. Más adelante veremos cómo algunas empresas han implementado la ampliación de los permisos como medida, y es por este motivo que ha sido considerada experiencia innovadora y buena práctica, en la medida en la que estas organizaciones en ese momento, estaban ampliando el tiempo reconocido por ley para la parte progenitora no gestante.

Sabemos que esta ampliación no es económicamente posible para todas las empresas y organizaciones, pero igualmente éstas podrían potenciar e impulsar el uso de estos permisos entre su plantilla, por ejemplo, realizando acciones de sensibilización y formación, especialmente a los hombres para que hagan uso de ese permiso, y contribuyendo con otra serie de medidas que incentiven a los hombres a cuidar y a no ser penalizados a la hora de ejercer su derecho a cuidar. Esto es fundamental porque la celebrada ampliación del permiso por paternidad trae también consigo el riesgo de que algunos hombres no pidan el permiso por temor a represalias en sus empresas y a perder oportunidades de promoción. Sin embargo, también es cierto, que la brecha entre las solicitudes de los permisos de maternidad y paternidad se va acortando: de 2007 a 2016 hubo 158.000 bajas más de mujeres que de hombres; en 2016, la diferencia fue de 34.000. Y la tendencia se mantiene en 2017 (El País, 17/09/17)⁹.

Así también vemos que podría ser un problema si en la gestión de estos permisos se dificulta a los hombres a que se acojan a su parte después del concedido a la madre o a la otra parte cuidadora, ya que lo deseable es que **los hombres puedan cuidar solos**, es decir, cuando la madre haya terminado sus semanas voluntarias.

⁶ Nos referimos a los padres o madres que no han sido gestantes, con independencia del tipo de pareja afectivo-sexual.

⁷ <https://igualeseintransferibles.org/>

⁸ <https://equalandnontransferable.org/>

⁹ https://elpais.com/economia/2017/09/15/actualidad/1505492488_893712.html



Es por este motivo que la corresponsabilidad social va más allá de aumentar la implicación de las personas en el reparto de las responsabilidades domésticas y familiares, **especialmente los hombres**, para extenderse a otros agentes sociales e instancias públicas y privadas. Se hace necesario, por un lado, intervenir con las empresas y organizaciones con objeto de que incorporen el principio de igualdad y corresponsabilidad en la estructura organizativa e implementen medidas que favorezcan la conciliación de mujeres y hombres; por otro lado, en el caso de los hombres, con el objetivo de que se involucren y de que se hagan cómplices (y corresponsables) en la lucha por la igualdad entre mujeres y hombres.

Fomentar el capital cuidador de los hombres es fundamental para promover otros objetivos en materia de igualdad de género. Como ejemplo, el efecto que tiene en el aumento de la presencia de mujeres en puestos de toma de decisiones. La igualdad real no se alcanzará hasta que los hombres alcancen el 50% del cuidado y responsabilidad doméstica que son necesarios para sostener la vida, y **las políticas públicas, empresas y organizaciones deben ser agentes clave** para promover estos cambios transformadores.

En el trabajo de asesoría a empresas en materia de igualdad y no discriminación que realizamos desde la Fundación Cepaim, ya venimos detectando la necesidad de este cambio de políticas, y es por eso que en las campañas de sensibilización y publicaciones destinadas a las empresas que hemos elaborado, se hace hincapié en la necesidad de poner el foco en **cómo los hombres pueden ser agentes de cambio** a la hora de implementar acciones de promoción de igualdad entre mujeres y hombres en las organizaciones.

Es importante, recordar de donde surge el proyecto NEO como iniciativa de innovación social. Arranca a partir de un proyecto de inserción laboral con mujeres como es el **Programa Adelante**¹⁰, donde surge la necesidad de fomentar estrategias que permitan una redistribución corresponsable del tiempo entre mujeres y hombres. Es desde Adelante donde se lanza una campaña de sensibilización de cara a que las empresas puedan adherirse a la misma y a su vez solicitar la exposición que lleva el mismo nombre *“Practica la igualdad, marca la diferencia”*¹¹ y de la que hablaremos más adelante como una referencia en cuanto a posible práctica para las organizaciones. En dicha exposición, destinada, principalmente, a la plantilla de trabajadores hombres, se presentan diversas cuestiones:

¿Qué supone ser hombre? ¿Qué implicaciones tienen los hombres en los cuidados, en la prevención de la violencia de género...? Revisión de los privilegios masculinos. Referentes de hombres feministas, etc.

¹⁰ El Programa Adelante, financiado por el Fondo Social Europeo (POISES), busca aumentar la integración socio-laboral de las mujeres que se encuentran en colectivos más vulnerables, a través de actuaciones que fomenten la igualdad de género y la conciliación de la vida personal y laboral, y evitando la discriminación múltiple.

¹¹ <http://practicaslaiigualdad.cepaim.org/adhesionempresas/>

#2.1 PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA

¿cuidas o te cuidan?

¿Esperas a jubilarte para dedicarle más tiempo a tu familia? ¿Piensas que por dedicarte a algunas **tareas domésticas** eres un hombre que practica la **igualdad**?

Sabemos que no hay **justificaciones biológicas** que impidan que los hombres cuiden. Actualmente, los hombres cuidan más y mejor que antaño, aunque muchos siguen sin disfrutar de la paternidad.

¡Pero otros no se cuidan *ni a sí mismos!*

Los hombres no utilizamos el sistema de salud tan a menudo como las mujeres. Es muy común que pasemos incluso años sin hacernos una revisión médica en el centro de salud.



Cepaim **adelante**

#4.1 PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA

¿soy machista?

Pues según cómo te mires todo depende, porque no posicionarnos nos puede hacer **cómplices...**

Aunque no es mayoritario hay hombres que ejercen rigurosamente estos **patrones patriarcales** y de violencia, y aunque no lo hagan todos, sí que es cierto que la mayoría de los hombres ganan con el **machismo** porque se benefician de las ventajas que tienen en relación a las mujeres.

¿Cómo voy a ser yo machista si cocino, plancho y hago todas esas cosas de mujeres?

feminista ilustrada

Cepaim **adelante**

#5.3 PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA

¿Qué acciones como hombre puedes hacer para contribuir a una sociedad más justa e igualitaria?

- ✓ Si escuchas **comentarios, prejuicios o estereotipos** sexistas, racistas u homófobos en tus entornos cercanos, ¡confróntalos y cuestionálos!
- ✓ **No subestimes las capacidades de tus compañeras.** Pon en marcha la escucha tal y como lo harías con un compañero del sexo masculino.
- ✓ **Demuestra afecto** con tus amigos, por medio de palabras o gestos de cariño. ¡Los hombres se pueden demostrar afecto!
- ✓ **Plantéate que de algún modo también puedes ser machista** y es posible que tengas actitudes más o menos conscientes que discriminen a las mujeres.
- ✓ **Conversa**, ahora que lo sabes, con amigos, compañeros y otros hombres en general para transmitirles que es un problema muy grave.
- ✓ Si conoces que un hombre está siendo violento, con su pareja, expareja, amiga, etc. habla con él sobre ello y hazle saber que está ejerciendo violencia. **No finjas que esto no va contigo.***



Cepaim **adelante**

#6.3 PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA

LOS HOMBRES QUE QUIEREN SER FEMINISTAS NO NECESITAN TENER ESPACIO EN EL FEMINISMO, NECESITAN TOMAR EL ESPACIO QUE YA TIENEN EN LA SOCIEDAD Y HACERLO FEMINISTA.

-Kelley Temple, activista



practicasilaigualdad.cepaim.org

Cepaim **adelante**

Operación Adelante, impulsada por Fundación Cepaim para mejorar la inserción social y laboral de las mujeres en situación de vulnerabilidad, a través del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social, del Fondo Social Europeo, "el FSE invierte en tu futuro".

 **UNIÓN EUROPEA**
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

 **GOBIERNO DE ESPAÑA**
 **MINISTERIO DE SANIDAD, CONSUMO Y BIENESTAR SOCIAL**



El motivo de trabajar todos estos conceptos en las empresas se debe a que sabemos que **la corresponsabilidad no es el único eje que puede transformar las relaciones entre mujeres y hombres** para el logro efectivo de la igualdad. Es decir, hay otros ejes en los Planes de Igualdad de las Empresas (en adelante PIE), en los que desarrollar medidas donde los hombres puedan ser agentes transformadores y/ o receptores de las mismas.

El **Proyecto Neo** es ante todo una iniciativa de innovación social que se ha caracterizado por las siguientes acciones que han ido más allá de centrarnos en el aspecto de la corresponsabilidad:

1. **Una investigación basada en un diagnóstico participativo de la situación actual de los roles de género en el ámbito laboral**¹². El análisis se ha centrado en profundizar en las estrategias desarrolladas por los hombres trabajadores y en las iniciativas promovidas por las empresas dirigidas a facilitar un reparto más responsable de las tareas de cuidados en el ámbito familiar, así como en las resistencias al cambio que pudieran presentarse. Se han combinado técnicas cuantitativas (encuesta online con 80 preguntas respondida por casi 1.000 personas) y cualitativas (grupos de discusión y entrevistas en profundidad).
2. **“Vístete despacio que tenemos prisa” Claves para incorporar el trabajo con hombres y masculinidades como estrategia para el logro de la igualdad en organizaciones y administraciones públicas**¹³. Documento que tiene como objetivos: ofrecer a los profesionales de la intervención social claves básicas para la reflexión en torno a la construcción de las masculinidades y el trabajo con hombres; orientar a las organizaciones sociales para que incorporen una perspectiva integral de género tanto en lo que hacen con la población, como hacia el interior de las mismas y asesorar a administraciones públicas que quieren promover el cambio en la población masculina a través de sus políticas.
3. **Acciones de incidencia política y de sensibilización social, en el que se enmarca la Campaña de sensibilización #Soy365**¹⁴. A través de la iniciativa **#Soy365**, coordinada por Fundación Cepaim, hemos invitado a diversos hombres de la vida social, cultural, económica y política de España que ya se han posicionado públicamente en favor de la igualdad y en contra de la violencia hacia las mujeres, a que firmen una **Carta de Compromiso** y, con su testimonio, nos ayuden a llegar al mayor porcentaje de la población masculina que también quiera implicarse.



12 http://cepaim.org/th_gallery/investigacion-masculinidad-cuidados-empleo-y-corresponsabilidad/

13 http://cepaim.org/th_gallery/vistete-despacio-que-tenemos-prisa/

14 <http://365.cepaim.org/>



Desde Fundación Cepaim y Promundo Global, sabemos que para lograr una sociedad más justa y democrática hacen falta hombres que se posicionen activamente a favor de la igualdad de género y contra las violencias machistas.

Hombres que **CUIDAN** de las personas y el entorno que los rodea; que **RENUNCIAN** a privilegios para compartir con las mujeres los espacios de poder y toma de decisiones y, que **PRACTICAN** la igualdad en todos los ámbitos de su vida.

Hombres 365, que reconocen el rol clave que poseen en este proceso de cambio y se comprometen a realizar acciones concretas los 365 días del año.

CUIDA

Los hombres 365 se responsabilizan y ejercen el cuidado con las personas y el entorno que los rodea.



RENUNCIA

Los hombres 365 reconocen los privilegios que tienen por ser hombres y están dispuestos a renunciar, tanto a ellos como al ejercicio de cualquier tipo de violencia para mantenerlos.



PRACTICA

Los hombres 365 se comprometen a practicar la igualdad y a posicionarse en contra de las violencias machistas, abriendo espacios de reflexión, aprendiendo de las mujeres y el feminismo y difundiendo este compromiso en sus ámbitos de influencia.



4. **Puesta en marcha de procesos formativos y de sensibilización, en empresas y organizaciones**, dirigidos a los hombres y las formas estereotípicamente masculinas de organización empresarial y productiva. Estas acciones se han realizado en el marco del programa Adelante a través de la ya mencionada campaña “*Practica La Igualdad, Marca la Diferencia*”¹⁵.



Esta última acción es la que ha servido en parte para la elaboración de la presente guía, pues nos ha permitido acceder a empresas que, al adherirse y solicitar la exposición de dicha campaña, están comenzado a plantearse la incorporación de acciones de sensibilización con su plantilla de trabajadores hombres.

Con la presente guía queremos identificar experiencias realizadas por empresas que de alguna manera incorporan a los hombres en sus políticas de igualdad como agentes de cambio, pero también proponer acciones que las empresas pueden contemplar para innovar en sus Planes de Igualdad.

En los siguientes puntos, analizamos algunos planes y políticas de igualdad de diferentes empresas para ver si los hombres aparecen reflejados en alguna medida o actividad concreta. Así también, señalamos experiencias detectadas tras la difusión de la citada campaña “Practica la Igualdad, Marca la diferencia”.

El documento concluye con una serie de recomendaciones que las empresas pueden tener en cuenta a la hora de realizar un diagnóstico sobre el estado de igualdad y el posterior **diseño de medidas en las que incorporar a los hombres como receptores y responsables de las mismas**. Logrando así el impacto deseado en los entornos de trabajo y su repercusión en el ámbito privado.

¹⁵ <http://practicaslaiigualdad.cepaim.org/>

2.

¿QUÉ ENTENDEMOS POR BUENAS PRÁCTICAS EN ESTA GUÍA?





Una buena práctica en materia de igualdad en el ámbito empresarial es aquella medida desarrollada de forma voluntaria por las empresas y que está orientada a realizar una gestión eficaz de la igualdad de sus diferentes grupos de interés, pero también es sostenible, efectiva, innovadora y transferible. Es una acción planificada que introduce mejoras en las relaciones y condiciones laborales, los procesos productivos y las actividades de las organizaciones; orientada a producir resultados positivos sobre la calidad de vida (satisfacción y bienestar personal y emocional) de las personas trabajadoras, clientela, y resto de grupos de interés¹⁶. Estas además deben conducir a procesos eficaces que, desde un enfoque innovador, inciden en la consecución de los objetivos estratégicos de las organizaciones.

En este caso, cuando hablamos de buenas prácticas en materia de igualdad y específicamente de las que involucran a los hombres, sucede que desconocemos si ciertas prácticas tienen un carácter sostenible y mejoran las relaciones de género y laborales por el carácter novedoso de las mismas. Es decir, que no ha transcurrido un tiempo suficiente para medir su impacto en las organizaciones y en el ámbito privado. Lo que sí sabemos es que implementar medidas en el marco de los **Planes de Igualdad**, dando solo respuesta a los mínimos que exige la ley y sin realizar un adecuado diagnóstico para saber dónde se sitúan tanto los hombres como las mujeres en la empresa, no dan resultado.

En la literatura y Guías analizadas se reflejan diversas acciones y valoraciones con relación a buenas prácticas en empresas en materia de igualdad, conciliación y corresponsabilidad. Aunque haremos un análisis de las acciones destacadas más reseñables, en todas ellas se hace referencia a un concepto muy similar con relación a la conciliación que queremos destacar:

Ya en una publicación del 2008 del Instituto de la Mujer llamada *“De la conciliación a la corresponsabilidad: buenas prácticas y recomendaciones”*, se realizaba una crítica al concepto de corresponsabilidad con relación al

¹⁶ Adaptado de: <http://cepaim.org/wp-content/uploads/2015/02/Guia-Cepaim-Herramientas-Cohesi%C3%B3n-Social.pdf>

modo en el que se habían regulado los permisos laborales dirigidos –explícita o tácitamente- a mujeres asalariadas, enfoque que estaría contribuyendo a reproducir la estructura tradicional de roles de género.

Así también, se señala que la corresponsabilidad puede concebirse como una nueva forma de pacto social que apunta simultáneamente en tres direcciones (Casado Aparicio y Gómez Esteban, 2006):

- En primer lugar, *corresponsabilidad entre diferentes agentes sociales, esto es, Estado, empresas, sindicatos, instituciones, organizaciones no gubernamentales, etc.*
- En segundo lugar, **corresponsabilidad entre hombres y mujeres, rompiendo así con las relaciones de género tradicionales.**
- Y, en tercer lugar, *entre los diferentes miembros de la familia en lo que podríamos denominar un pacto intergeneracional que habitúe a responsabilizarse de forma colectiva en el sostenimiento económico-afectivo del hogar.*

La identificación de buenas prácticas en materia de conciliación en la publicación señalada, se centró **en el análisis de normativa, medidas, programas y actuaciones dirigidas a que los hombres se corresponsabilizaran en el ámbito doméstico, transformando los roles de género y construyendo un nuevo modelo de convivencia.** A partir de estas premisas se establecieron los siguientes criterios para la selección de las buenas prácticas:

- Que los objetivos de las actuaciones en materia de conciliación de la vida laboral, familiar y personal se dirigiesen a fomentar la corresponsabilidad de los hombres en el ámbito doméstico y familiar.
- Que capacitasen a los hombres para lograr su autonomía, entendiendo por ésta la capacidad de gestionar efectivamente la realidad personal, familiar, social y cultural en que está inmersa la persona.
- Que empleasen herramientas y actuaciones innovadoras y eficaces.
- Que sus actuaciones pudieran ser transferibles, es decir, incorporasen las mejores prácticas ensayadas a las políticas generales y previeran mecanismos que permitiesen la difusión de los resultados y la sensibilización de las personas responsables de las decisiones políticas.
- Que desarrollasen modelos de seguimiento y evaluación de los programas, proyectos y actuaciones que implementen.
- Que obtuviesen resultados satisfactorios y exitosos.



Con estos criterios, se querían identificar medidas ofrecidas desde las administraciones públicas y las entidades privadas en materia de igualdad que, bien estuviesen dirigidas específicamente a hombres o bien a todo el personal. Sin embargo, las prácticas encontradas en ese momento sólo hacen referencia al aumento de unos días de permiso de paternidad y otras relacionadas con el uso del lenguaje no sexista. En este último caso, si bien la medida es positiva, no incide en los hombres de manera específica, a menos que se hubiese realizado una formación o sensibilización específica dirigida a los hombres y no fue el caso.

Tras la citada publicación, surgen otras guías para empresas en materia de igualdad y corresponsabilidad que se enmarcan en el contexto de la **Red de Empresas Distintivo de Igualdad (en Adelante DIE)** que arranca en 2010 y está formada actualmente, tras las ocho convocatorias por 148 empresas.

Desde la Red de Empresas que han obtenido el distintivo, se realizan jornadas técnicas de cara a identificar, entre otras cuestiones, medidas que han resultado más eficaces para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en las empresas, y la valoración del impacto de las políticas de igualdad de género en los resultados económicos de la empresa. Fruto de esas jornadas pueden encontrarse las siguientes publicaciones:

- **Las mujeres en las empresas técnicas y/o tecnológicas de la Red DIE. Medidas de selección y promoción.**

 http://www.igualdadenlaempresa.es/recursos/monograficos/docs/Mujeres_en_empresas_tecnicas_y_tecnologicas_Seleccion_y_promocion.pdf

- **Guía de buenas prácticas: Medidas más eficaces para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.**

 http://www.igualdadenlaempresa.es/recursos/monograficos/docs/BBPP_Medidas_mas_eficaces.pdf

- **Guía de buenas prácticas: La igualdad de oportunidades en los planes de formación de las empresas.**

 http://www.igualdadenlaempresa.es/recursos/monograficos/docs/BBPP_Planes_de_formacion.pdf

- **Buenas prácticas de conciliación y corresponsabilidad en las empresas de la Red DIE**

 http://www.igualdadenlaempresa.es/recursos/monograficos/docs/BBPP_Conciliacion_Corresponsabilidad_Red_DIE.pdf

- **Medidas contra la brecha salarial de las empresas de la Red DIE.**

 http://www.igualdadenlaempresa.es/recursos/monograficos/docs/Medidas_contra_la_brecha_salarial_empresas_Red_DIE.pdf

- **Guía de buenas prácticas en el cambio de cultura organizacional.**

 http://www.igualdadenlaempresa.es/recursos/monograficos/docs/BBPP_cambio_cultura_organizacional.pdf

- **Guía de buenas prácticas en acciones positivas o promocionales de igualdad.**

 http://www.igualdadenaempresa.es/recursos/monograficos/docs/BBPP_cambio_cultura_organizacional.pdf

- **Guía de buenas prácticas para el acceso de mujeres a puestos tradicionalmente ocupados por hombres y vice-versa.**

 http://www.igualdadenaempresa.es/recursos/monograficos/docs/BBPP_acceso_mujeres_puestos_ocupados_hombres.pdf

Dado que más adelante vamos a reflejar algunas medidas concretas de estas mismas empresas pertenecientes a la Red, no nos vamos a detener en describir ahora acciones concretas, sin embargo, sí queremos señalar que en alguno de estos documentos ya se hace referencia a buenas prácticas por temáticas coincidentes con los ejes que debe tener un PIE. Veamos algunos ejemplos:

Conciliación y Corresponsabilidad. Se reflejan medidas relativas a las mejoras de los permisos legales. Existen medidas donde las empresas amplían y mejoran los permisos relativos a conciliación previstos en la legislación: permisos por nacimiento y adopción, por guarda legal de menores o cuidado de personas dependientes, siendo la ampliación del permiso de paternidad una de las medidas que un 32,8 % de las empresas ponen en marcha de las 116 empresas que formaban parte de la red en 2015.

Así también se hace referencia a que:

“La mayor o menor presencia de mujeres y hombres, determina algunas políticas relativas a las mejoras de los permisos. Así, por ejemplo, las empresas de los sectores con menos presencia femenina (como el tecnológico y energético) que tienen entre sus medidas más implementadas las mejoras en los permisos legales, coinciden en mejorar el permiso de paternidad antes que el de maternidad y lactancia o la reducción de jornada por guarda legal o cuidado de personas dependientes. Por el contrario, los sectores agroalimentarios y de banca/finanzas/seguros, que cuentan con mayor presencia femenina, adoptan en mayor medida la mejora en los permisos de maternidad y lactancia. En base a estos datos, parece que la apuesta por fomentar la corresponsabilidad no se encuentra entre las medidas más aplicadas por las empresas, sino que más bien los RRHH de cada entidad ofrecen medidas en función de la estructura de su propia plantilla”. (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, 2016a, p. 39).

Medidas para eliminar la brecha salarial. En líneas generales, las empresas de la red DIE realizan aquí un análisis de la brecha salarial en su organización. Si bien aportan algunas medidas concretas de acción positiva, así como la evaluación del desempeño y de los puestos de trabajo como una medida importante, todas ellas coinciden en la necesidad de reforzar las políticas y acciones de conciliación y corresponsabilidad. Es decir, las organizaciones reconocen que, en sus plantillas, son las mujeres las que mayoritariamente se acogen a reducciones de jornada



y excedencia. Sin embargo, no son todas las empresas que ponen en marcha medidas en este eje de conciliación. Solo algunas de ellas realizan medidas como la ampliación de permisos por nacimiento tal y como se señalaba en el párrafo anterior.

Medidas para fomentar el acceso de mujeres a puestos tradicionalmente ocupados por hombres y otras acciones positivas. En esta publicación, una vez más, tan sólo se señala a los hombres con relación a la conciliación y corresponsabilidad.

“La corresponsabilidad es uno de los hándicaps más importantes para conseguir una igualdad efectiva entre mujeres y hombres. La elaboración de un documento de fácil manejo, que permite el ahorro de tiempo en la consulta de derechos en esta materia, y que anima a los hombres a la corresponsabilidad, resulta un factor fundamental de Responsabilidad Social Empresarial, ya que se puede contribuir a este cambio de mentalidad a través de la difusión de derechos en materia laboral, que afectan a la vida personal y familiar de los trabajadores y trabajadoras”. (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, 2015c, p. 51).

En el resto de acciones de esta temática (relacionadas con la promoción, formación, desarrollo y mentoriación de mujeres) dos empresas realizan un acertado análisis de la desigualdad relacionándolo con la falta de corresponsabilidad y necesidad de implicación de los hombres:

“Y esto no sólo es así en el caso de las mujeres profesionales, que son quienes siguen asumiendo la principal responsabilidad de la familia; sino también en los hombres, quienes se implican o quieren implicarse cada vez más en las tareas familiares”. (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, 2015c, p.35).

“Implicar a los hombres en este tipo de iniciativas y convencerles de la necesidad de llevarlas a cabo. Los mentores, que son altos directivos y en su mayoría hombres, comprendieron las barreras visibles e invisibles a las que las mujeres se enfrentan en el plano personal y profesional” (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, 2015c, p.46).

Buenas prácticas en el cambio de cultura organizacional. En este documento se hace referencia a medidas de los diferentes ejes del PIE que han podido impactar en la cultura de la empresa. Aunque ninguna menciona de manera explícita a los hombres, algunas organizaciones hacen referencia a las diferencias de uso en los permisos y medidas de conciliación:

“Una realidad que nos hemos encontrado, y en la que tenemos que trabajar es la flexibilidad horaria de la mañana la utilizan más los hombres, y la flexibilidad horaria de la tarde las mujeres. Queremos equiparar la tendencia. Para no encontrarnos con ‘los padres llevan a los niños al cole’, y ‘las madres lo recogen’” (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, 2015b, p.9).

“A través del diagnóstico y del análisis de la utilización de las medidas de conciliación, se observó que eran utilizadas mayoritariamente por las mujeres de la plantilla, mientras que los hombres, pese a conocerlas, las solicitaban en mucha menor medida” (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, 2015b, p.44).

Buenas prácticas en los planes de formación de las empresas. Las actuaciones más destacables con relación a la formación de las empresas tienen como objetivo eliminar la infrarrepresentación femenina y masculina en puestos donde tradicionalmente hay más mujeres/hombres. Así también, se insta a los hombres a involucrarse en los programas de empoderamiento y mentorización de las mujeres para que accedan a puestos de toma de decisiones. Aunque lo deseable es que la implicación no sea en concepto de apoyo, tal y como parece señalar aquí, pues debería ser una implicación total:

“La implementación de esta práctica supone una ruptura con los estereotipos de género al actuar en una doble dirección: por un lado, ofreciendo formación técnica a mujeres para que puedan optar a distintos puestos de trabajo y, por otro lado, ofreciendo formación a hombres para desarrollar trabajos tradicionalmente asociados al género femenino” (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, 2016b, p. 31).

“El objetivo es que las mujeres, como parte activa y, los hombres, como facilitadores e incluso impulsores del desarrollo femenino dentro de las organizaciones, trabajen conjuntamente contra los estereotipos o barreras que siguen existiendo, fundamentalmente de cara a la promoción en los puestos de máxima responsabilidad o dirección” (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, 2016b, p. 37).

Este tipo de acciones también aparecen en otra publicación de la red DIE¹⁷, siendo calificadas como una de las más eficaces. Podemos decir entonces que este tipo de medidas en las que se menciona a los hombres producen un efecto positivo, pues han supuesto –en ciertas empresas- un aumento de las solicitudes de permisos retribuidos y no retribuidos por parte de los hombres.

“La medida ha tenido un impacto muy positivo entre los empleados, presentándose en 2014, 11 solicitudes y en 2015, 19 solicitudes. Con la implementación de esta medida se incrementa el compromiso y la involucración de las personas con los objetivos de la empresa y es una muestra de que es posible romper con el tabú de que la conciliación es cosa de mujeres” (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades 2017, p.29).

“Se fomenta que los hombres utilicen los permisos de paternidad o permiso de asistencia a consultorios médicos con hijos/as. Esto último, cuya petición hace cuatro o cinco años era impensable para una gran mayoría de nuestra plantilla masculina, pues era algo que solo recae en las mujeres, se está modificando y el permiso alcanza ya al 40% de los hombres” (Instituto de la mujer, 2017, p.45).

¹⁷ http://www.igualdadenaempresa.es/recursos/monograficos/docs/BBPP_mejores_medidas_para_igualdad.pdf



Teniendo en cuenta estas experiencias, parece que es una cuestión clave elaborar medidas concretas que involucren a los hombres en las políticas de igualdad de las empresas. En el diseño de las mismas es imprescindible que se tenga en cuenta la transferibilidad, optimización de los recursos y sostenibilidad futura, cuestiones básicas para considerar que una medida es una buena práctica. Así también, consideramos que **para que una práctica de estas características sea considerada efectiva debe repercutir positivamente en la vida de las mujeres**. Es decir, bajo ningún concepto podríamos considerar una acción buena práctica, si esa acción impacta negativamente sobre las mujeres.

En los siguientes apartados analizaremos algunas medidas concretas encontradas en las empresas y también algunas experiencias que pueden ser un primer paso para que las empresas comiencen a trabajar la implicación de los hombres en sus PIE.



3. LOS HOMBRES Y POLÍTICAS DE IGUALDAD. ¿DÓNDE ESTÁN LOS HOMBRES EN LOS PLANES DE IGUALDAD?





Una de las herramientas para la implementación de acciones de promoción de igualdad entre mujeres y hombres son los Planes de Igualdad de las Empresas. Fue la Ley de Igualdad 3/2007¹⁸ con su artículo 46 la que definió los Planes de Igualdad en las Empresas como un “conjunto ordenado de medidas, adoptadas después de realizar un diagnóstico de situación, tendentes a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y a eliminar la discriminación por razón de sexo (...)”.

Aunque sin lugar a duda la obligatoriedad de realizar un PIE para aquellas empresas con plantilla superior a 250 trabajadoras y trabajadores supuso un avance muy importante, cabe preguntarse acerca del impacto de los mismos en la igualdad real de mujeres y hombres. Tal y como concluye un estudio sobre el impacto de los Planes de Igualdad en las empresas (Boldeón e Igareda, 2013) realizado por la Universidad Autónoma de Barcelona, si bien existe una valoración positiva generalizada acerca del desarrollo de los mismos, estos presentan también una serie de límites, dificultades y obstáculos que debemos considerar como son: **la resistencia a la implementación de acciones positivas**; la falta de formación en igualdad de la dirección de la empresa y, en ocasiones, de quienes elaboran los Planes; diagnósticos “poco” rigurosos; dificultades para aceptar que existe la discriminación salarial o el acoso sexual; y un tema fundamental, que es la **perpetuación del rol de la mujer cuidadora**, al diseñar medidas de conciliación únicamente dirigidas a las mujeres.

Ahora bien, en este mismo estudio y como también señalan las personas entrevistadas en él, a pesar de que siguen siendo las mujeres las que se acogen a los permisos, a las reducciones de jornada y a todas las otras medidas que permiten la conciliación, la Ley de Igualdad supuso introducir el concepto de corresponsabilidad y por tanto, la importancia del fomento y la implementación de **medidas de conciliación destinadas específicamente para los hombres** con la finalidad de conseguir una corresponsabilidad real y efectiva destacando la importancia del ejercicio del permiso de paternidad.

¹⁸ http://www.mitramiss.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/ExtraIgualdad07/Docu01.pdf

La Ley de Igualdad (2007) también introdujo y puso en primer plano el concepto de **corresponsabilidad** y con el permiso de paternidad se definía un derecho dirigido de forma expresa a los hombres. Sin embargo, su ampliación a 4 semanas fue prorrogada con la excusa de la crisis económica y no se ha hecho realidad hasta fechas muy recientes. Tras una primera ampliación que por fin tuvo lugar en enero de 2017, en julio de 2018 se ampliaba una semana más hasta llegar a 5 semanas. Si bien es cierto que esta ampliación fue un avance, debemos ser conscientes de que seguía manteniendo una desigualdad de derechos: seguía siendo muy inferior al permiso de maternidad y, como consecuencia provocaba mayor ausencia del mercado de trabajo de las mujeres y menos tiempo de cuidado para los hombres (o de la otra parte progenitora).

Está por ver el impacto del reciente Real Decreto-Ley 6/2019 que entró en vigor el 1 de abril, con el que se equipara paliativamente el permiso de paternidad hasta igualarlo al de maternidad para el año 2021.

Con relación a los permisos, investigaciones importantes como la de Carmen Castro (2015) confirman la relación entre un permiso por nacimiento intransferible y remunerado para los hombres y la ausencia de estos en su puesto de trabajo para poder cuidar. Castro concluye que sólo cuando este permiso está bien remunerado, los hombres se ausentan del mercado de trabajo para cuidar.

Esta misma autora señala que cuando la política de permisos por nacimiento está diseñada con “potencialidad **género-transformativa**”, provoca un cambio de comportamiento en la norma social masculina, a través del mayor uso de tiempo asignado al cuidado infantil. Esto repercute también en el cambio del orden de género y en las expectativas respecto a los modelos de paternidad propiciando otras alternativas al estándar patriarcal (Ibid).

Las políticas con “potencialidad género-transformativa” son aquellas que promueven activamente un cambio en los roles de género, haciendo hincapié en los cambios individuales con especial atención en los hombres y su implicación y responsabilidad en la transformación social. Sin dejar de dirigirse a las mujeres, afectan, tanto en lo político como en lo personal, el sistema de roles tradicional (Ibid).

Cuando se plantean estos cambios profundos existen ciertas críticas que cuestionan el potencial cuidador de los hombres. Sin embargo, estudios e iniciativas desarrolladas desde diferentes ámbitos como las propuestas por Abril y Romero (2008); Bacete, Gartzia (2016); *Mencare* (2017) han contrastado cómo **las necesidades familiares son determinantes para adoptar nuevas formas de trabajo más igualitarias** de lo que se permite en la actualidad, y que confirman por lo tanto la necesidad de incluir a los hombres como agentes clave en el sistema de cuidados.



Tal es así, que existen experiencias como el **Proyecto Implica**¹⁹ que ha querido visibilizar mediante una investigación cuales son las **medidas que solicitan algunos hombres para poder conciliar** (previo al cambio legislativo de la equiparación de permisos por nacimiento y adopción recogido en el Real Decreto-Ley 6/2019).

Este proyecto de investigación interuniversitario denominado “Fomento del equilibrio laboral y familiar desde las empresas” ha estudiado durante los años 2015 a 2018 las condiciones familiares y empresariales que permiten a los hombres implicarse en los cuidados de sus hijas e hijos. En esta investigación, pendiente de publicación, se señala que los padres también tienen la responsabilidad de conciliar su empleo con los cuidados, que además ellos quieren hacerlo y muchas veces es necesario para el bienestar de la familia. El cambio hacia la conciliación corresponsable estaría en marcha por prescripción, deseo y necesidad. El proyecto Implica ha analizado empresas de Barcelona, Madrid, Pamplona y Sevilla que facilitan la conciliación no solo a las madres sino también a los padres.

En este enlace se presenta un resumen de los resultados del proyecto de investigación IMPLICA y dos medidas de conciliación que usan los hombres con menores: el permiso de paternidad y la jornada compacta. En el material audiovisual hablan tres padres y tres responsables de gestión de personas en PYMES sobre la implantación y el uso de estas dos medidas.



<http://implicaproject.org/audiovisual/>

Sumado a esto, cuando desde Fundación Cepaim comenzamos a trabajar en el asesoramiento a empresas en materia de igualdad y corresponsabilidad, surgieron ejemplos y buenas prácticas a nivel internacional²⁰ de algunas empresas tecnológicas como **Change.org**, **Google**, **Netflix** o **Microsoft**, que ya tenían claro que una manera eficaz de retener el talento es a través de facilitar permisos de paternidad. Sin embargo, este aumento de permiso retribuido es algo que no todas las empresas han podido permitirse, puesto que el aumento del permiso de paternidad no estaba cubierto por la seguridad social.

Sabemos que los cambios que realizan las organizaciones, también influyen de manera positiva en las relaciones de género. Esto implica que este tipo de medidas generarían cambios transformadores en el ejercicio de su responsabilidad social, ya que, introduciendo políticas de igualdad y ampliaciones del permiso por paternidad, fomentan una mayor corresponsabilidad en el ámbito del cuidado de las niñas y niños (Mangas, 2012).

¹⁹ <http://implicaproject.org/>

²⁰ https://elpais.com/economia/2015/08/06/actualidad/1438883650_060037.html

Sin embargo, estas medidas de ampliación de permisos, al igual que los Planes de Igualdad, derivan de las políticas públicas y por lo tanto esto implica dejar en manos de la responsabilidad social y voluntariedad de las empresas, acciones que quizás deberían quedar reguladas por ley, especialmente cuando se trata de garantizar la igualdad de trato e igualdad de oportunidades.

Hasta la entrada en vigor del **RD LEY 6/2019** sólo las empresas con más de 250 trabajadores y trabajadoras estaban obligadas a tener un PIE, cuestión que dejaba a las empresas de menor tamaño en una acción voluntaria. Esto se modifica con la entrada en vigor de dicho real decreto, al ser ahora las empresas con más de 50 personas en plantilla las que deberán tener un PIE, estableciéndose para ello un calendario de implementación de dicha obligatoriedad.

Los Planes de Igualdad se estructuran por Ejes que suelen incluir: Acceso al Empleo; Igualdad Salarial; Protocolos de Prevención de Acoso Sexual; Uso de lenguaje no sexista; Conciliación y formación. Esto viene fundamentado porque el propio artículo 46 de la Ley de Igualdad señala que los Planes de Igualdad podrán contemplar, entre otras, *“las materias de acceso al empleo, clasificación profesional, promoción y formación, retribuciones, ordenación del tiempo de trabajo para favorecer, en términos de igualdad entre mujeres y hombres, la conciliación laboral, personal y familiar, y prevención del acoso sexual y del acoso por razón de sexo”*. Sin embargo, en su desarrollo **pocos contienen medidas destinadas a que los hombres provoquen cambios en el seno de sus organizaciones.**

Lo que sin duda sorprende y es algo que se debería corregir, es la ausencia de medidas concretas dirigidas a hombres en los Ejes que tratan la **prevención del acoso por razón de sexo y acoso sexual** sobre todo si tenemos en cuenta que, según la OIT, en la Unión Europea, en torno al 45% de las mujeres han denunciado alguna forma de acoso sexual en el lugar de trabajo. Por tanto, uno de los **ejes de los Planes de Igualdad en los que claramente los hombres deberían jugar un papel importante es en el de Acoso Sexual** dado que son ellos lo que mayoritariamente acosan en los entornos laborales. La mayoría de las empresas establecen protocolos para organizar la respuesta una vez se producen los hechos, pero se dedica muy poco a la prevención.

En este sentido y para no basarnos en intuiciones, desde el Área de Igualdad y No Discriminación quisimos realizar en 2017 un primer análisis del estado de los Planes de Igualdad de empresas que habían obtenido el Distintivo de Igualdad en la Empresa entre los años 2010-2015. Estos distintivos son concedidos de forma anual por parte de Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades a aquellas entidades que destacan de forma relevante y especialmente significativa en la aplicación de políticas de igualdad de trato y de oportunidades. Para la obtención del distintivo, las empresas deben presentarse a una convocatoria²¹. En general lo que encontramos

²¹ <http://www.igualdadenaempresa.es/recursos/convocaDIE/home.htm>

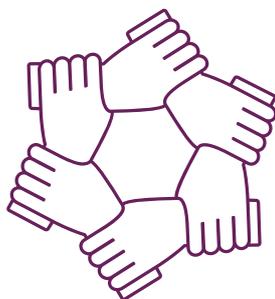


es que las que mencionan a los hombres como destinatarios de alguna medida lo hacen en el eje de Conciliación, salvo alguna que hace mención el uso de imágenes no estereotipadas de hombres con relación a los ejes de Comunicación y lenguaje no sexista.

Lo que detectamos a nivel general es que la mención de los hombres, en general, es indirecta y genérica (ej. igualdad entre mujeres y hombres) o en los casos en los que se hace referencia de forma expresa, a los permisos de paternidad que establece la ley, pero poco más.

Sin embargo, algunas empresas como **Ikea Ibérica S.A**²² señalaban en su primer (2011) y segundo Plan (2018) que dichos planes están destinados a toda la plantilla y no sólo específicamente a las mujeres. Incluso se hace mucho hincapié en la transversalidad de género como uno de sus principios rectores.

En el marco del trabajo de asesoría a organizaciones de la Fundación Cepaim, detectamos que algunas organizaciones con las que contactamos, manifiestan interés en comenzar a diseñar acciones más dirigidas a los hombres, pero refieren no saber cómo; y otras, que en su actualización del PIE de Igualdad ya están incluyendo esta cuestión, aunque sea de manera introductoria. Es por ese motivo que hemos realizado un segundo análisis de estas empresas con la obtención de este distintivo, y nos pusimos como objetivo, identificar también aquellas organizaciones con las que trabajamos en nuestro programa y han señalado alguna acción que va en esta dirección. Son organizaciones /empresas que, por lo tanto, podrían estar iniciando una buena práctica o experiencia innovadora en este sentido.



²² http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/IKEA_Plandeigualdad.pdf

4. EXPERIENCIAS EN EMPRESAS CON MEDIDAS ESPECÍFICAS PARA HOMBRES





Las empresas, públicas y privadas, pueden poner en práctica acciones que fomenten una actitud más abierta, una transformación de hábitos que puedan promover un cambio real y duradero en su personal en materia de igualdad y corresponsabilidad. Estas acciones pueden venir establecidas por diferentes vías además de la legal y estarán determinadas por las posibilidades de cada organización, ya que deberán estar adaptadas a las características de la empresa, plantilla, sector, etc.

Pero, ¿cómo incluir a los hombres en los diferentes ejes que contiene un PIE? ¿Cómo lograr una mayor corresponsabilidad entre su plantilla? ¿Qué están haciendo las empresas para implicar a los hombres y hacerles partícipes en el logro de la igualdad?

En esta guía hemos tratado de detectar espacios donde los hombres pueden aparecer de alguna manera como agentes de cambio y para ello, nos hemos centrado en varias iniciativas tanto públicas como privadas basándonos en las siguientes fuentes:

- **Red distintivo Igualdad en la Empresa**²³



La Red de empresas que han obtenido el Distintivo de Igualdad, fue creada en 2010, por la Secretaría de Estado de Igualdad, Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, pertenecientes al actual Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad. En el artículo 50 de la Ley Orgánica 3/2007 para la Igualdad efectiva de mujeres y hombres, se acuerda generar “un distintivo para reconocer a aquellas empresas que destaquen por la aplicación de políticas de igualdad de trato y de oportunidades con sus trabajadores y trabajadoras”. Este distintivo se otorga anualmente a empresas y organizaciones que presenten dichas políticas de igualdad a la convocatoria corres-

²³ <http://www.igualdadenaempresa.es/redEmpresas/distintivo/home.htm>

pondiente. De esta manera entran en una **red de empresas DIE**, que visibiliza a **“cualquier empresa o entidad, tanto privada como pública, que destaque, de forma integral en la aplicación y en los resultados de las medidas de igualdad de mujeres y hombres desarrolladas en su organización en cuanto a: condiciones de trabajo, modelos de organización en otros ámbitos como servicios, productos y publicidad de la empresa”**.

- **Otras iniciativas que promueven la implicación de los hombres con la igualdad de género:**

Iniciativa EngageMen e iniciativa HeForShe:

Además de las iniciativas por parte de la Administración Pública, han surgido en los últimos años otros proyectos que intentan fomentar la igualdad de género y de oportunidades en la empresa privada promoviendo prácticas que impliquen a la plantilla masculina.

La Iniciativa EngageMen²⁴



Un proyecto paralelo que surge del medio de comunicación online Mujeres&CIA que pone su foco en la actualidad con perspectiva de género. A través de EngageMen, se intenta visibilizar a los hombres que, en sus empresas y organizaciones, trabajan por incorporar a las mujeres en puestos relevantes, reclutando, reteniendo y promoviendo a trabajadoras. A través de los compromisos realizados por el personal directivo de cada empresa, se establecen retos que deberán ser acompañados por estrategias para su consecución en el plazo de un año, mostrándose el recorrido en la página Web de la iniciativa www.engagemen.es

Iniciativa HeForsHe²⁵



Campaña promovida por ONU Mujeres desde 2014, con el objetivo de involucrar a hombres y niños como agentes de cambio para lograr la igualdad de género. A través de una plataforma online, www.heforshe.org, en múltiples idiomas, buscan a hombres y organizaciones que se unan al movimiento *HeForShe*, dándole visibilidad a través de las redes sociales y poniendo en marcha acciones que signifiquen un cambio en su entorno más inmediato, ya sea a nivel personal, comunitario o en sus lugares de trabajo. Además de numerosas celebridades de diferentes países y varias ciudades como Málaga se han unido a esta iniciativa.

²⁴ <http://www.engagemen.es/>

²⁵ <https://www.heforshe.org/es>



- La campaña “*Practica, la Igualdad, Marca la Diferencia*”²⁶ y el proyecto NEO.



Tal y como hemos señalado, el proyecto NEO promueve la aplicación de una perspectiva integral de género en los proyectos de inclusión social incorporando el trabajo con hombres como elemento fundamental que favorezca la participación sostenible de las mujeres en el mercado laboral. En el marco de este proyecto, se conformaron dos equipos diferenciados:

- Uno implicado en una investigación, realizando un diagnóstico participativo de la situación actual de los roles de género en el ámbito laboral (resistencias al cambio, cultura organizativa y del trabajo, corresponsabilidad y conciliación, desequilibrios de género y oportunidades).
- Y otro encargado de desarrollar actividades de sensibilización con trabajadores hombres en el seno de empresas y/o entornos laborales. Este segundo equipo, formado por técnicas de empresas del Área de Igualdad y No Discriminación de la Fundación Cepaim, ha sido el encargado de prospectar y detectar empresas en los territorios donde se ha desarrollado el proyecto NEO: Mérida, Murcia y Sevilla. Algunas de estas empresas contactadas han participado en esta investigación facilitando el acceso a sus plantillas para realizar los grupos de discusión que se necesitaban llevar a cabo en el trabajo de campo.

Mediante el asesoramiento a estas empresas y la dinamización de la exposición entre su plantilla hemos identificado iniciativas que ponen el foco en los hombres de la plantilla de la organización, motivando un cambio de roles a nivel laboral donde se suma el aspecto personal y familiar. En líneas generales, lo que nos hemos encontrado son **iniciativas que fomentan la implicación de los hombres en la corresponsabilidad de las tareas de cuidado y del hogar**, lo que supone, un cambio en los estereotipos de género en el ámbito laboral. A continuación, se detallan las iniciativas detectadas más significativas:

- Campañas de sensibilización y de información acerca de medidas existentes que favorecen la corresponsabilidad, como informar a la plantilla masculina ya que en ocasiones se desconoce esta opción para ejercer una corresponsabilidad en el cuidado efectiva.
- Aumento de semanas de paternidad, permisos para asistir a exámenes y cursos prenatales.
- Iniciativa pública (Junta Extremadura): ayudas a la contratación en empresas para interinidad, cubriendo puestos de personas que hayan solicitado excedencia y/o reducción de

26 Financiado por el Fondo Social Europeo, FSE invierte en tu futuro, y cofinanciado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, vía aportaciones IRPF.

jornada (importe económico de ayuda más alto, si la persona que ha solicitado permiso es hombre), lo que puede ayudar a las empresas a fomentar esta opción de corresponsabilidad entre la plantilla masculina.

- Proceso de promoción interna que tiene en cuenta, a igualdad de condiciones, la persona que haya disfrutado de permisos/medidas de conciliación.

Hemos observado una intención de cambio por parte de las organizaciones que han optado por reflejar medidas y acciones para la corresponsabilidad a través de Planes de Igualdad y/o Planes de Conciliación. La implementación de medidas dirigidas a hombres muestra otra manera (más equitativa) de entender la conciliación y la igualdad de oportunidades desde el prisma laboral. Sin embargo, también nos hemos encontrado organizaciones con gran desconocimiento en materia de igualdad y en consecuencia poca capacidad para implementar medidas eficaces para corregir la situación de desigualdad de su empresa y sector. No obstante, estas cuestiones las analizaremos a lo largo de los siguientes apartados.

4.1. EMPRESAS ANALIZADAS Y EXPERIENCIAS ENCONTRADAS EN LA RED DIE.

Para poder realizar una búsqueda de estas experiencias realizamos un primer análisis a lo largo de 2017 y de 2018 acerca del lugar que ocupan los hombres en los PIE y que fue también contenido de una comunicación presentada en el Congreso de la Red de Política Social celebrado en Sevilla.

La Red DIE, tras las siete convocatorias realizadas en el momento del análisis (2010-2017), tiene una representación del 36% de empresas que son PYMES. Las empresas se seleccionaron al azar en función de la representatividad de la plantilla.

Nuestro objetivo no es presentar aquí todos los resultados encontrados, pero sí queremos señalar aquellas empresas que de algún modo han explicitado alguna medida donde los hombres aparecen mencionados o son receptores directos de alguna de las medidas. Esto no implica que no existan empresas con medidas innovadoras en sus diferentes ejes y que caractericen a sus Planes como efectivos y de calidad, simplemente que no las recogemos aquí porque no indican de manera explícita y concreta, la necesidad de realizar algún tipo de acción con los hombres.



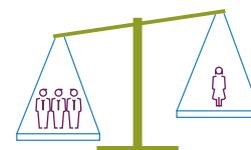
Las fichas descriptivas, y Planes de Igualdad consultados pueden consultarse en la siguiente página:



<http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/EntidadesDIE.htm>

Algunas empresas (cuyo porcentaje de plantilla masculina es igual o superior al 60%) destacan especialmente con acciones informativas y de sensibilización: campañas de fomento del reparto de responsabilidades, y difusión de los derechos a solicitar permisos de paternidad y excedencias por cuidado de hijos e hijas, fomentando la solicitud por parte de la plantilla masculina con un enfoque positivo. Destacamos 10 de estas empresas con estas características y medidas en su plantilla. De éstas, 3 tienen como medida ampliar los días reconocidos por ley (en ese momento) y son: **BT ESPAÑA**²⁷, **FCC CONSTRUCCION**²⁸ e **INDRA SISTEMAS**²⁹, completando además con otras acciones de sensibilización e información del uso de dichos permisos. También observamos cómo alguna empresa, como **SODEXO**³⁰, incluye como acción positiva que, a igualdad de mérito se priorice a hombres que hayan disfrutado de su permiso de paternidad.

Empresas con mas de un 60% de plantilla masculina.



Nombre	Medida	Eje del plan
ACCIONA ENERGÍA	<i>Se impulsarán en la organización campañas de sensibilización en materia de reparto de responsabilidades entre mujeres y hombres y el ejercicio indistinto por ambos de los derechos de conciliación, especialmente en el caso del disfrute del permiso de paternidad.</i>	<i>Conciliación y corresponsabilidad.</i>
AQUALIA. GESTIÓN DEL AGUA. S.A	<i>Fomentar y garantizar que las diferentes medidas de conciliación puedan ser disfrutadas por ambos sexos sin que sean asumidas exclusivamente por mujeres.</i>	<i>Conciliación.</i>

27 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/BT_ESPANA_PLAN_IGUALDAD_BT_ESPANA.pdf

28 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/FCC_Construccion_Pdl.pdf

29 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/Indra_pdi_2.pdf

30 <http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/sodexoEsp.pdf>

Nombre	Medida	Eje del plan
BT ESPAÑA, S. A.U	<i>Adoptar actitudes ejemplares y acordes a las políticas definidas por la compañía en materia de Igualdad de Oportunidades, por parte de los superiores y directivos, en tanto que la actitud de los directivos es una herramienta importante para influir en la actitud de los/as trabajadores/as a nivel individual.</i>	<i>Comunicación y Lenguaje no sexista.</i>
	<i>Ampliar permiso de paternidad que establece la Ley, en tres días. Campaña de sensibilización "Es cosa de dos".</i>	<i>Conciliación.</i>
FCC CONSTRUCCIÓN	<i>Informar al colectivo de hombres sobre sus derechos, la utilización del permiso de paternidad y del resto de medidas de conciliación. Realizar campañas de sensibilización en materia de reparto de responsabilidades entre mujeres y hombres.</i>	<i>Flexibilidad, conciliación y corresponsabilidad.</i>
FCC SERVICIOS CIUDADANOS	<i>Realizar acciones enfocadas a informar al colectivo de hombres sobre sus derechos como padres para fomentar la utilización de los permisos parentales.</i>	<i>Conciliación y corresponsabilidad.</i>
INDRA SISTEMAS, S.A.	<i>Incremento de 3 días en el permiso de paternidad que establecía la Ley. Maternidad/Paternidad flexible: Si te incorporas de la baja de maternidad por nacimiento o adopción, puedes elegir entre estas 3 posibilidades, que ya incluyen los permisos previstos por lactancia: i. Maternidad/Paternidad Acumulada: Prolongar durante 30 días naturales el permiso de maternidad. ii. Maternidad/Paternidad Extendida: Reducir la jornada el 50% cobrando el 100% del salario durante los 60 días naturales siguientes a tu incorporación. iii. Maternidad/Paternidad Combinada: Prolongar 15 días naturales el descanso por maternidad y disfrutar de una hora de reducción de jornada diaria desde la incorporación hasta los 9 meses de tu bebé.</i>	<i>Conciliación.</i>

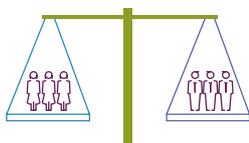


Nombre	Medida	Eje del plan
MAHOU S.A	<i>Informar a los hombres sobre sus derechos como padres para fomentar utilización permisos parentales.</i>	<i>Conciliación.</i>
VEIASA	<i>Continuar informando a la plantilla sobre los permisos y excedencias existentes en la normativa laboral en materia de conciliación tanto para hombres como para mujeres, incentivando la utilización de los permisos de paternidad, por parte de los hombres también.</i>	<i>Conciliación y corresponsabilidad.</i>
SODEXO ESPAÑA, S.A.	<p><i>Disponer de registro de información sobre los diferentes permisos, suspensiones de contrato y excedencias solicitadas y concedidas por motivos familiares y por sexo.</i></p> <p><i>Informar a los hombres sobre sus derechos como padres a utilizar los permisos parentales. Realizar campañas informativas y de sensibilización específicamente dirigidas a los trabajadores sobre medidas de conciliación existentes.</i></p> <p><i>A igualdad de mérito y capacidad entre varones, adoptar la medida de acceder a los procesos de promoción para aquellos que hayan disfrutado de permisos, suspensiones de contrato o excedencias por cuidados de personas dependientes.</i></p> <p><i>Posibilitar la unión del permiso de maternidad/ paternidad a las vacaciones.</i></p>	<i>Conciliación.</i>
TECON	<i>Permiso a los padres para asistencias a exámenes prenatales (ecografías, consultas médicas...) cuando no sea posible realizarlos fuera del horario laboral.</i>	<i>Conciliación.</i>

Fuente: elaboración propia

Hemos detectado también medidas similares en empresas donde la plantilla se acerca a un porcentaje paritario entre mujeres y hombres. Vemos que, en las empresas con estos porcentajes, en pocas ocasiones hacen mención a los hombres como receptores de medidas para el logro de la igualdad a excepción de la paternidad, donde en la mayoría de los casos se hace referencia a los permisos reconocidos ya por ley.

Tan sólo dos empresas (**ALLIANZ**³¹ y **REPSOL**³²) tendrían aumento de días con relación al permiso de paternidad (independiente e intransferible al de la madre). Además de estas dos, hay otras tres empresas (**MANTEQUERÍAS ARIAS**³³, **EMTESPORT**³⁴ y **ENDESA**³⁵) que enfocan sus acciones en la sensibilización de la plantilla masculina en cuanto a solicitud de licencias retribuidas y otras medidas de conciliación disponibles en su organización.



Empresas con un porcentaje de hombres y mujeres equilibrado.

Nombre	Medida	Eje del plan
ALLIANZ COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REALE SEGUROS, S.A	Permiso paternidad: 13 días naturales (2 días más por cada hijo a partir del segundo) 4 semanas interrumpidas + 1 mes no retribuido.	Conciliación de la vida personal, familiar y laboral.
MANTEQUERÍAS ARIAS, S.A	En aras de fomentar medidas positivas hacia la figura del padre que permitan incentivar la implicación de los hombres en las responsabilidades familiares, en caso de nacimientos, adopciones o acogimientos ocurridos en el seno de familias formadas por trabajadores/as de alta en la compañía y que sean parejas de hecho debidamente inscritas: 2 días de permiso retribuido al padre (empleado en activo) por cada semana completa que le sea cedida por la madre (empleada en activo) del descanso por maternidad que le correspondiera.	Conciliación.

31 www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/Allianz_Pdl.pdf

32 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/Repsol_Pdl.pdf

33 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/mant_arias.pdf

34 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/EmpresaTecnicaGestionDeportiva_Pdl.pdf

35 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/ENDESA_PLAN_IGUALDAD_CONCILIACION.pdf



REPSOL, S.A.	<p><i>Reducción de jornada por cuidado de hijos y/o hijas.</i></p> <p><i>Tres días más de permiso de paternidad para padres hasta los 12 años del/de la menor (compatible con el teletrabajo).</i></p>	Conciliación.
EMTE SPORT	<p><i>Concienciación para compartir responsabilidades familiares, campañas específicas sobre roles sociales..</i></p>	Conciliación y Corresponsabilidad.
ENDESA, S.A.	<p><i>Facilitar participación de trabajadores/as en excedencia o reducción de jornada por motivos familiares en las acciones formativas que tengan relación con su puesto de trabajo. Se instrumentará procedimiento específico para garantizar efectividad del derecho.</i></p>	Formación.
	<p><i>Posibilidad de transformar la jornada partida en continua para madres/padres con hijos menores de 3 años (si los dos trabajan en la empresa, sólo uno de ellos).</i></p>	Conciliación de la vida personal, familiar y profesional.

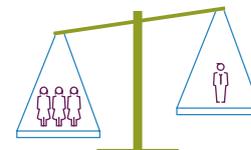
Fuente: elaboración propia

Otras empresas, con un mayor porcentaje de mujeres en la plantilla, además de contemplar en algunas ocasiones a los hombres -como en el resto de empresas- en los ejes de conciliación y corresponsabilidad, han tenido además un especial cuidado en la redacción de sus Planes, en lo que respecta a la incorporación de un lenguaje no sexista, y con medidas mejor definidas, delimitando aquellas que son para toda la plantilla y las que son de acción positiva o cuyas destinatarias son las mujeres.

Sin embargo, también encontramos otras que utilizan una terminología poco adecuada en la redacción de PIE, por ejemplo, haciendo referencia a las mujeres como “la mujer” o “esposa” refiriéndose a la pareja sentimental, haciendo caso omiso a la diversidad posible de familias o a las fórmulas de convivencia entre parejas.

En los casos en los que sí se hace referencia de forma expresa, a los permisos de paternidad y de sensibilización con relación a la paternidad, de las cuatro empresas (**Mutualia**³⁶, **Multilanau**³⁷, **Supermercados Mas y Mas**³⁸, **Grupo ATU**³⁹), solo esta última tendría contemplada la medida de ampliación de permiso de paternidad.

Empresas con mas de un 60% de mujeres en plantilla.



Nombre	Medida	Eje del plan
MUTUALIA	<p><i>Adaptación de jornada y vacaciones:</i></p> <p><i>Se fomentará el uso de medidas de conciliación entre los hombres a través de una campaña específica de información.</i></p>	<p><i>Conciliación y Corresponsabilidad.</i></p>
	<p><i>Suspensión de contrato por paternidad:</i></p> <p><i>13 días ininterrumpidos de suspensión de contrato por paternidad, ampliados a dos días más por hijo en el caso de parto múltiple, independientemente de los 3 días de permiso retribuido por paternidad reconocidos en pactos (las 16 semanas de suspensión de contrato por maternidad se amplían en una semana más, con cargo a la empresa, si el padre solicita disfrutar este permiso al menos durante cuatro semanas).</i></p>	<p><i>Conciliación y Corresponsabilidad.</i></p>
MULTIANAU, S.L.	<p><i>Fomentar uso de medidas de corresponsabilidad entre los hombres de la plantilla.</i></p>	<p><i>Conciliación y Corresponsabilidad.</i></p>

36 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/Mutualia_Pdl.pdf

37 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/Multianau_Pdl.pdf

38 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/HijosLuisRodriguez_Pdl.pdf

39 http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/ATU_Pdl.pdf



<p>GRUPO ATU</p>	<p><i>Fomento del permiso de paternidad. Sensibilizar en materia de conciliación y corresponsabilidad de la vida personal, laboral y familiar en el cuidado de hijos/as por parte del padre. Incentivar que el padre haga uso de su derecho a utilizar el permiso por nacimiento. La empresa fomentará y facilitará que los trabajadores de la empresa hagan uso de su derecho a solicitar la baja por paternidad, así como otros permisos disponibles (...) con el objeto de favorecer la corresponsabilidad y conciliación familiar, evitando que todo el peso del cuidado recaiga sobre las esposas o parejas tal como históricamente se viene haciendo.</i></p>	<p><i>Ordenación del tiempo de trabajo y conciliación.</i></p>
<p>HIJOS DE LUIS RODRÍGUEZ, S.A. (SUPERMERCADOS MAS Y MAS)</p>	<p><i>Informar a los hombres por medio de un comunicado sobre sus derechos como padres a utilizar los permisos parentales.</i></p> <p><i>Posibilitar la flexibilidad horaria del hombre para acompañar las clases de preparación al parto y exámenes perinatales.</i></p>	<p><i>Conciliación de la vida laboral, familiar y personal.</i></p>
	<p><i>Se estudiará individualmente la posibilidad de que el padre durante los dos meses inmediatamente al nacimiento del hijo pueda flexibilizar su jornada y horario de trabajo.</i></p> <p><i>Posibilidad de unión del permiso de paternidad a las vacaciones.</i></p>	<p><i>Conciliación de la vida laboral, familiar y personal.</i></p>

Fuente: elaboración propia

En general lo que detectamos es que parece estar dándose un cambio dentro de las organizaciones. Ahora bien, como ya adelantamos, los hombres tan sólo aparecen en los ejes de conciliación y/o corresponsabilidad. Es decir, los hombres en los Planes aparecen llamados a corresponsabilizar mediante medidas de sensibilización y son receptores de algunas medidas de ampliación de un permiso de paternidad. Tal y como se hace referencia en los cuadros anteriores, vemos que en las empresas donde hay un mayor porcentaje de hombres en la plantilla hay más medidas para promover la conciliación masculina.

Es evidente que el aumento en días o semanas del permiso de paternidad comienza a ser una medida a incluir por parte de algunas empresas en el eje de conciliación de sus Planes. En este sentido, incidimos en que la ampliación de días o semanas del permiso estipulado de paternidad, siempre será una buena noticia, cuando sólo se amplíe el derecho reconocido a la parte progenitora no gestante para equiparar el permiso concedido a las madres, de manera intransferible y pagada. De lo contrario es una medida sin impacto a nivel público y privado.

En el momento presente, con la ampliación de los permisos de paternidad, la medida transformadora obviamente tendría que dirigirse a ampliar ese mismo permiso **adelantándose al calendario** que el nuevo reglamento va a ir estableciendo, dado que aplicar la ley tal cual, no puede considerarse una mejora o algo de carácter **innovador**. No obstante, esta cuestión debe ser concretada en el futuro reglamento que regule el citado RD.

Consideramos que, acompañando a esta medida de ampliación de los permisos, debe ir una medida de **sensibilización y formación**, es decir, la ampliación debe ir siempre acompañada de una pedagogía por parte de la empresa. Y esto pasa por introducir el concepto de corresponsabilidad y cuidado, cuestionando obviamente los roles masculinos y valores tradicionales de la masculinidad que pueden impedir que esta medida sea realmente efectiva y transformadora.

Es por esto que, además, **los hombres no sólo deben aparecer en el eje de corresponsabilidad**, pues los cambios no sólo pueden producirse porque los hombres de las organizaciones sean padres. Si bien valoramos positivamente que los Planes de Igualdad vayan mencionando de manera expresa a los hombres como destinatarios de medidas para facilitar la corresponsabilidad, no debemos dejar pasar por alto que, como ya ha venido advirtiendo el feminismo desde hace décadas, no todas las mujeres son madres y, por tanto, tampoco todos los hombres son padres. Esto significa que no podemos dejar la corresponsabilidad de los hombres, sólo en el ámbito de la paternidad, pues esto significa que estamos dejando fuera a una parte importante de los hombres, así como la posibilidad de implicarse en otras tareas de cuidados que no pasan por los hijos/as.

En este sentido lo que hemos detectado es que los hombres no son mencionados en el resto de ejes, siendo una cuestión muy importante para dotarlo de transversalidad más allá de las acciones positivas para favorecer la situación de las mujeres. Es decir, **¿qué van a hacer los hombres** y donde están en este instrumento para el logro de la igualdad?, ¿dónde mencionar a los hombres con relación a la salud y seguridad laboral?, ¿qué acciones se pueden llevar a cabo para la prevención del acoso sexual?, ¿cómo comunicar el PIE y las medidas al resto de hombres de la organización para lograr su implicación?, ¿cómo comenzar a visibilizar esta estrategia dentro de las organizaciones?



4.2. MEDIDAS DETECTADAS A PARTIR DE LA PRESENTACIÓN DE LA EXPOSICIÓN “PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA”.

En el trabajo realizado con empresas en Murcia, Sevilla y CCAA de Extremadura, se han detectado algunas prácticas en sus PIE o en acciones que han implementado con posterioridad y que podrían indicarnos que algunas empresas están apostando por la incidencia en el trabajo con hombres en sus entornos de trabajo.

Las empresas de los territorios citados que se han adherido a la campaña ‘**Practica la Igualdad, Marca la Diferencia**’ han servido como fuente de detección de estas posibles prácticas. Tal y como se señala más adelante, esta campaña ofrece a las organizaciones diferentes recursos de sensibilización a mandos directivos, intermedios y resto de equipo (en especial a la plantilla masculina de la empresa), como son la exposición que lleva el mismo nombre (acompañada de una dinamización guiada por personal técnico de la Fundación), vídeos de sensibilización para las organizaciones y plantilla masculina, y la posibilidad de realizar charlas y talleres adaptados a las necesidades y características de cada organización. Sobre esta campaña y el impacto de la misma hablaremos en el próximo apartado.

En ciertas empresas, por disponibilidad de tiempo, espacio e interés, se les ha dado la posibilidad también de colaborar en el trabajo de campo del proyecto NEO mediante la participación de su plantilla en grupos de discusión elaborados por el equipo de investigación para realizar un diagnóstico participativo de la situación actual de los roles de género en el ámbito laboral. Esto también nos indica que, a priori, las empresas pueden estar interesadas en este tipo de acciones y pueden tener voluntad de cambio, en la medida en la que participan en un estudio donde se analizan esos roles de género y obviamente esto implica cómo se sitúan los hombres dentro de la organización y con respecto a la corresponsabilidad.

Veamos algunas de las medidas detectadas:

En **Extremadura** se han detectado acciones que buscan la sensibilización de la plantilla masculina en corresponsabilidad. La única empresa de la región con PIE, **AUTOESCUELA PLACENTINA**⁴⁰, ha realizado acciones de sensibilización a su plantilla masculina. Esta empresa está adherida a la campaña “Practica la Igualdad, Marca la Diferencia” y ha sido participante en jornadas de sensibilización impulsadas por esta misma campaña que promueve Fundación Cepaim.

Así también, en el trabajo realizado con la Consejería de Educación y Empleo de la Junta de Extremadura detectamos que, desde el ámbito público, se facilita que los órganos directivos fomenten este cambio de roles en sus

⁴⁰ http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/auto_place_Pdl.pdf

plantillas a través de ayudas a la contratación de personal en régimen de interinidad para sustitución de personal con excedencia o reducción de jornada, con mayor bonificación económica si la persona trabajadora que solicita la excedencia o reducción de jornada es un hombre.

Cómo mencionábamos antes, este tipo de acciones positivas deben ser muy meditadas y analizar el impacto que tienen para las mujeres. Esto nos lleva a reflexionar que las acciones positivas para fomentar la implicación de los hombres, o el fomento del cuidado nunca deben perjudicar a las mujeres de la organización, pues obtendremos el efecto contrario. En este caso, la cuestión a analizar sería si no estamos perjudicando la situación económica de las mujeres que también han solicitado excedencias o reducciones de jornada.

En el caso de empresas detectadas en Sevilla, destacan tanto **ACTIVA MUTUA**⁴¹ como **IKEA** (la cual también se encuentra en Murcia). Ambas promueven que sus plantillas masculinas disfruten de los permisos por paternidad reconocidos por Ley.

En el caso de IKEA, en su segundo Plan incorporan una medida en la cual se incrementa en 5 días naturales el permiso retribuido por nacimiento de hijos/as para el trabajador padre, que disfrute al menos 4 de las 16 semanas establecidas como permiso de maternidad. Este hecho puede dar aún más valor a la idea de que los hombres se impliquen en las responsabilidades familiares. Pero también como medida estrella se encuentra en el caso de IKEA la equiparación de los permisos de maternidad y paternidad:

Ampliación del permiso de paternidad actualmente regulado en casos de parto, adopción, guarda o acogimiento. La empresa procede a mejorar el citado derecho con su ampliación prevista hasta un disfrute máximo de 7 semanas interrumpidas, incluyendo por tanto en el indicado período el previsto legalmente. Si en el futuro hubiere una modificación legislativa de cualquier naturaleza, incluido el convenio colectivo de aplicación respecto del citado derecho que diere lugar a una mejora de los periodos de disfrute, incluso en el supuesto de ser más de las indicadas 7 semanas; esto no supondrá una ampliación de la presente mejora; de tal manera que esta concesión quedaría absorbida por la ampliación del nuevo periodo legal concedido. El periodo de dichas 7 semanas que suponga mejora respecto del periodo concedido legalmente, será asumido el 100% del salario por la empresa.



http://www.igualdadenlaempresa.es/redEmpresas/distintivo/docs/IKEA_Plandeigualdad.pdf

⁴¹ https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2017-543



En el caso de Activa Mutua, al tratarse de una empresa que aún no dispone del distintivo de igualdad y cuyo segundo PIE tiene fin en 2019, consultamos con la misma qué medidas reflejan esta cuestión de las políticas con la plantilla masculina. La empresa, adherida a la citada campaña “*Practica la Igualdad*”, ha comenzado a sensibilizar a su plantilla masculina con la Exposición en las delegaciones de Sevilla, Barcelona, Reus, Tarragona y Lleida. Algunas de las acciones puestas en marcha durante su segundo PIE han sido:

CULTURA ORGANIZATIVA Y COMUNICACIÓN

Adhesión a la campaña Practica La Igualdad, siendo la misma un canal para promover la igualdad de oportunidades y corresponsabilidad con la planilla masculina.

Firma del Chárter de la Diversidad a partir de las Directivas de la UE sobre igualdad y no discriminación.

Adhesión por parte del Director gerente como CEO a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres, de ONU Mujeres.

Publicación en revista interna MIRADA una entrevista a Octavio Salazar, autor del libro “El hombre que no deberíamos ser”, sobre las nuevas masculinidades y su papel como corresponsables.

Se dispone de una Comisión Paritaria de Igualdad con representación del 50% de mujeres y hombres.

*Entrevista a Miquel Angel Puig, gerente de Activa Mutua:
“El Plan de Igualdad nos permite impedir la discriminación y garantizar la paridad de género”.*

Se ha realizado una campaña de difusión de los ODS, haciéndose hincapié en el ODS 5 sobre igualdad en el mes de marzo.

SELECCIÓN, ACCESO

*Se está aplicando discriminación positiva hacia mujeres en los procesos selectivos de puestos directivos.
participación de la Directora de RRHH como ponente en el tercer ciclo “Mujeres y Liderazgo”.
organizado por Go Up en el Salón de Grados de la Fundación Universidad y Empresa (ADEIT) .*

CONCILIACIÓN, CORRESPONSABILIDAD

Implementación de acciones de sensibilización con la plantilla masculina, con la exposición “Practica la Igualdad” de Cepaim.

Implementación del Certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable) por la Fundación MasFamilia.

Premio Nacional Alares a la Conciliación de la Vida Personal, Familiar y Laboral y a la Responsabilidad Social 2017

Certificado y Sello Alares ESR: reconoce las buenas prácticas de las empresas al dar soluciones reales a las nuevas necesidades asistenciales de la sociedad, con servicios concretos que favorecen la Conciliación Trabajo-Familia, la igualdad de oportunidades y la no discriminación

SALUD LABORAL

El área Empresa Saludable trabaja en la promoción de la salud de trabajadores y trabajadoras, desarrollando acciones como: boletín saludable, campañas, envíos de fruta a las delegaciones, etc.

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales realiza campañas de prevención tanto para mutualistas como para personal

PREVENCIÓN ACOSO SEXUAL Y POR RAZON SEXO

Se dispone de un protocolo de prevención e intervención en casos de acoso por razones diversas (sexo, género, discapacidad, origen, etc). Se dispone de un listado de personas referentes, siendo el 34% hombres.

Se ha impartido en 2017 y 2019 una acción formativa específica sobre el protocolo para la prevención del acoso en la empresa. El 44% del alumnado son hombres.

En 2017 se redactó por parte de la Dirección una política de prevención del acoso, manifestando el compromiso de velar por la prevención de casos de acoso en el trabajo por cuestiones de género, capacidades, etc.

PREVENCIÓN VIOLENCIA DE GÉNERO

Adhesión al Pacto “Empresas por una sociedad libre de violencia de género” del Ministerio de Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad.

Se ha publicado en la Revista Mirada una entrevista a una trabajadora que ha sido víctima de violencia de género, a modo de sensibilización para el personal.

OTROS

“Participación en grupos de discusión de la Investigación Proyecto Neo. Programa de investigación-acción dirigida a profundizar en la realidad de la corresponsabilidad en el ámbito laboral” financiado por el Fondo Social Europeo y la cofinanciación del trato del IRPF estatal.

Se ha realizado una “Guía de lenguaje no sexista”



En Murcia no hemos encontrado empresas que mencionan a los hombres en sus medidas de manera explícita, salvo IKEA.

No obstante, queremos señalar la existencia de varias empresas que teniendo o no distintivo, e incluyendo o no medidas dirigidas hacia los hombres, han dado un paso con la adhesión a la Campaña “**Practica la Igualdad, Marca la Diferencia**” y solicitando la Exposición. Este dato, sin duda, supone un interés por incorporar medidas de sensibilización y, por tanto, es un inicio para comenzar a trabajar con la plantilla masculina de la organización. En el punto 5, haremos mención a esta cuestión.

4.3. PRÁCTICAS DETECTADAS EN OTRAS CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN: ENGAGEMENT Y HEFORSHE.

En nuestra búsqueda y prospección de organizaciones con prácticas innovadoras, hemos detectado entidades que, si bien no se clasifican como entidad perteneciente al listado de empresas con DIE, o no han sido de las empresas visitadas por el equipo técnico en los territorios asignados, sí cuentan con prácticas que merecen ser destacadas.

Es el caso de **HP ESPAÑA**, empresa miembro de la iniciativa *EngageMen*, que en su PIE apuesta por el fomento de la corresponsabilidad y por campañas de sensibilización con especial mención a la plantilla masculina. Y el caso de **SANITAS** realizando sensibilización a la plantilla sobre las medidas de conciliación existentes, equilibrando su utilización por parte de plantilla masculina y analizando posible extensión a otras áreas.

En el caso de **HeForShe**, campaña que tiene como objetivo movilizar a los hombres pertenecientes a diferentes espacios y lugares del mundo, ha promovido que algunos CEOs de empresas como **ELECTRONIC ARTS; VODAFONE, PWC, MCKINSEY, SCHNEIDER ELECTRIC; BARCLAYS, UNILEVER Y ALCOR** se manifestaran públicamente a favor de la campaña.



<https://www.heforshe.org/es/impacto>

Otras empresas como **RENAULT**, tienen su propio espacio Web en el que explican en qué consiste esta acción de sensibilización donde ponen el foco en la implicación de los hombres:



<https://heforshe.renault.com/es/>

Destaca también el caso **DANONE**, cuyo compromiso va más allá de aumentar el nº de mujeres en puestos de dirección. Danone ha querido convertirse en una de las compañías líderes en el mundo amigables con los padres, a través de la implementación de una política global de licencia parental remunerada y neutral para todos los empleados. Como campeón temático inaugural de *HeForShe* para el permiso parental remunerado, la compañía realizará pruebas innovadoras para apoyar a los padres durante los primeros 1.000 días. Incluye apoyo prenatal, permiso parental prolongado y compromisos postnatales. La política de licencia parental remunerada de 18 semanas de Danone se extenderá a los padres/madres adoptivos/as y será implementada y personalizada por equipos locales para atender mejor las necesidades locales.



<https://www.heforshe.org/en/node/111>

ONU Mujeres promotora de la campaña pone a disposición materiales que las empresas pueden descargar-se para visibilizar de manera pública este compromiso.



<https://www.heforshe.org/es/kits-de-accion>

A fecha de cierre de esta Guía se ha lanzado la campaña de Cruz Roja, *El balance más positivo*⁴² que tiene como objetivo el fomento de la corresponsabilidad en materia de conciliación en las empresas. Si bien no es una campaña dirigida de forma expresa a los hombres, si se plantea entre sus objetivos concretos, “*promover que los hombres tomen medidas de conciliación en las empresas*”. En la web de la campaña se pueden ver ejemplos de empresas con medidas exitosas.

⁴² www.elbalancemaspositivo.org

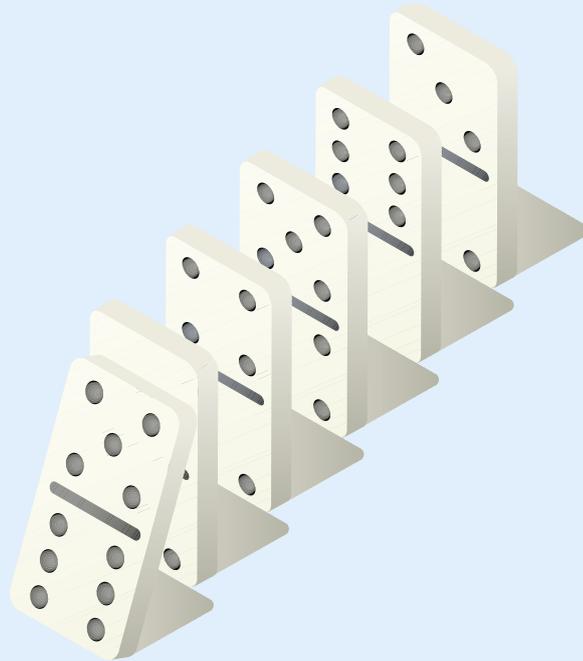




5. CAMPAÑA

"PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA"

COMO IMPULSORA DE BUENAS PRÁCTICAS
EN EMPRESAS





La campaña ***“Practica la Igualdad, Marca la Diferencia”*** ha permitido poner el foco de atención en las empresas y los hombres que se han interesado por ella, haciéndoles actores responsables ante la lucha por la igualdad de género y, a la vez, facilitadores del cambio. Ambas partes, han adquirido un compromiso que favorece, no solo la conciliación, sino también la corresponsabilidad dentro de sus plantillas. Esto ha supuesto que estas organizaciones hayan tenido que replantearse actitudes, estereotipos y prejuicios que tienen lugar en el día a día dentro de las relaciones personales y de trabajo.

Podemos decir que esta campaña permite a las empresas dirigir una mirada más innovadora hacia sus PIE planteándose la incorporación de los hombres en los ejes estratégicos como una acción positiva de promoción de la igualdad y, en consecuencia, la mejora de la gestión de la empresa y el impacto positivo en la sociedad.

¿A qué tipo de empresas ha estado dirigida?

Como mencionamos en el punto 2 en el trabajo de asesoría que la Fundación Cepaim, desde el Área de Igualdad y No Discriminación, realiza a organizaciones, se detectan, por un lado, unas que manifestaban interés en comenzar a diseñar acciones más dirigidas a los hombres, pero no sabían cómo hacerlo. Y, por otro lado, otras que ya estaban incluyendo de alguna forma esta cuestión en sus Planes de Igualdad y que, como ya hemos comentado, podrían estar iniciando una buena práctica o experiencia innovadora en materia de igualdad, aunque no tenga Planes de Igualdad o distintivo alguno.

Hemos querido llegar a todas estas empresas independientemente del tamaño. A las que ya están implementando medidas donde los hombres son agentes de cambio, por ejemplo, incorporándose en comisiones de igualdad de la empresa, o ampliando los permisos de paternidad, entre otros. Pero también era importante contar con organizaciones que a pesar de no tener de manera explícita y por escrito esas medidas, *empiezan a darse cuenta de la importancia de este tipo de acciones para la mejora de la gestión de su empresa y el impacto de cara a la sociedad.*

¿Cómo han participado?

Las empresas interesadas se han adherido a la Campaña “Practica la Igualdad, Marca la Diferencia”, a través de la web <http://practicasilaigualdad.cepaim.org> y mediante la firma de un manifiesto, que no era más que una Declaración de Intenciones ante el cumplimiento de la normativa vigente en materia de igualdad de oportunidades. Este hecho supone el pistoletazo de salida de esa organización ante su compromiso y el trabajo de promoción de la igualdad entre sus plantillas con las herramientas que le facilitamos desde Fundación Cepaim.

Tras la adhesión, las organizaciones han tenido la oportunidad de solicitar la Exposición que acompaña la Campaña a través de la web, disfrutando de la misma en sus instalaciones durante al menos dos semanas. Además, todas las organizaciones, han contado con la posibilidad de presentarla a la plantilla en un acto de inauguración dinamizado por personal técnico de igualdad de oportunidades de la Fundación Cepaim. En el mismo acto se dieron a conocer el resto de productos que la Campaña ofrece:



Vídeo dirigido a las empresas:



<https://www.youtube.com/watch?v=-XUqofmxyig>



Vídeo dirigido a hombres:



<https://www.youtube.com/watch?v=VqJpdRPtXLw>

¿Qué más ha ofrecido el proyecto a las empresas?

Esta campaña de sensibilización ha ayudado a legitimar a muchas empresas en materia de igualdad, ya que se han comprometido públicamente y han trasladado en el seno de sus organizaciones la necesidad de que las plantillas masculinas deben implicarse en el logro efectivo de la igualdad. Así también, ha provocado que muchas empresas despierten su interés por la formación en materia de igualdad y corresponsabilidad.



Los resultados obtenidos de la campaña a fecha de 1 de enero de 2019 han sido:

Empresas:

- Que participan en acciones de promoción de igualdad entre mujeres y hombres: 267
- Adheridas a la campaña mediante la firma del compromiso: 58
- Solicitan información sobre la Campaña o servicios de asesoría a empresas: 27

Actos de campaña realizados: 54

- Actos de inauguración de la campaña: 17
- Empresas que han llevado la campaña y exposición en sus instalaciones: 37

Personas registradas que han visitado la campaña: 1.062

- Hombres: 551
- Mujeres: 511

Aunque es pronto para medir el impacto de la Campaña dentro de las empresas que han implementado esta medida de promoción de la igualdad, sí que podemos hacer un primer análisis en base a los resultados obtenidos en 2018.

Desde su lanzamiento el pasado 22 de febrero de 2018 en Madrid, la Campaña "Practica la Igualdad, Marca la Diferencia" ha llegado a las plantillas de pequeñas, medianas y grandes empresas del ámbito nacional, tanto públicas como privadas. Estamos hablando de **267 empresas** que han participado en acciones de promoción de la igualdad desde diversos sectores: comercio minorista, automoción, gestión de residuos, restauración, administración, tecnología, audiovisual, bienestar y salud, tercer sector y banca. La prensa se ha hecho eco del impacto de esta iniciativa en varias de las provincias en las que ha estado presente: <https://www.corresponsables.com/actualidad/practica-igualdad-marca-diferencia-campana-fundacion-cepaim>.

<https://www.corresponsables.com/actualidad/practica-igualdad-marca-diferencia-campana-fundacion-cepaim>

'Practica la Igualdad, Marca la Diferencia', la campaña de Fundación Cepaim

26-02-2018 | Corresponsables (Corresponsables)



Estuñhar

Con motivo del pasado Día Europeo por la Igualdad Salarial (22 de febrero), la Fundación Cepaim ha presentado la campaña 'Practica la igualdad. Marca la diferencia' dentro de la Operación Adelante, un proyecto financiado por el Fondo Social Europeo y que cuenta con la cofinanciación del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, a través de las asignaciones del IRPF para ayudar a la inserción social y laboral de las mujeres en situación de vulnerabilidad, como víctimas de violencia de género, provenientes de zonas rurales o migrantes.

El evento ha reunido a representantes de recursos humanos de empresas como Renault, Chango.org o Google, que han charlado de temas como los diferentes motivos que llevan a que en la actualidad un 75% de las personas asalariadas a tiempo parcial sean mujeres, y sobre diferentes iniciativas que llevan a cabo entre sus plantillas para 'practicar la igualdad' y fomentar ambientes de trabajo que propicien la implicación de hombres en esta materia y su corresponsabilidad.

Desde la Fundación Cepaim han querido destacar la importancia de la campaña para "implicar a empresas y hombres en conseguir la igualdad" con iniciativas que fomenten la corresponsabilidad y "faciliten la implicación de los hombres en el cuidado". Y es que actualmente tan solo el 2% de los hombres que piden reducción de jornada lo hacen por motivo de cuidados, según un informe de 2015 comentaba la responsable de la entidad.

La campaña consta de diferentes productos didácticos, como son las diferentes piezas audiovisuales que llaman a los hombres y empresas a practicar la corresponsabilidad y disfrutar de sus beneficios, e implicarse en el fomento de la igualdad. Junto a estas piezas, también se ofrece una exposición que podrá ser solicitada por las empresas, para que muestren entre sus plantillas como podemos identificar la vieja masculinidad.

Asimismo, la campaña tendrá una importante incidencia en redes sociales, con el hashtag #Comparteguadad, iniciándose el 8 de marzo, con motivo del Día Internacional de la Mujer. Toda la información estará recogida en su web.

<https://www.lanzadigital.com/provincia/almagro/las-asociaciones-de-la-mujer-de-almagro-granatula-y-valenzuela-celebran>

Lanza
Hacia la Nueva

menú + Ciudad Real Puertollano Valdepeñas Alcaraz de San Juan

Campaña Practica la igualdad, marca la diferencia

"Practica la igualdad, marca la diferencia" es el nombre del proyecto liderado por la Fundación Cepaim que se presentará también este jueves en Almagro. La concejala de la Mujer promueve esta campaña en Almagro dentro de las acciones que desarrolla a lo largo de todo el año en pro de la igualdad. En esta línea, "Practica la igualdad, marca la diferencia" es un proyecto que pretende la consecución de la igualdad laboral. Se dirige a las empresas con el propósito de que se sumen al compromiso de la igualdad favoreciendo la corresponsabilidad de los hombres.

La presentación de la campaña tendrá lugar a las 10 horas de este jueves en el Centro Recepción de Visitantes. Están invitadas las empresas privadas, públicas, entidades y administraciones, así como público en general interesado en conocer las medidas adecuadas y acciones con las que posibilitar la igualdad real en la empresa o entidad que en definitiva marca la calidad.

Temas relacionados
Almagro - Centro de la Mujer - Día de la Mujer Rural - Granadilla Calatrava - Valenzuela

La exposición "Practica la igualdad, marca la diferencia" llega a Gabiltel Ingenieros

Nov 28, 2018



El día 25 de noviembre se celebra el Día Internacional contra la Violencia de Género y, conmemorando esta fecha, se ha presentado en la sede de Huelva de Gabiltel Ingenieros la exposición "Practica la igualdad, marca la diferencia", enmarcada en una campaña de sensibilización promovida por la Fundación CEPAIM a través de su programa "Adelante".

Este programa, financiado por el Fondo Social Europeo, busca aumentar la integración socio-laboral de las mujeres que se encuentran en colectivos más vulnerables, a través de actuaciones que fomenten la igualdad de género y la conciliación de la vida personal y laboral, y evitando la discriminación múltiple. Una de estas acciones es la exposición itinerante que se ha instalado en las oficinas de Gabiltel, en la que se presentan 18 paneles principalmente dirigidos al público masculino, en los que se trata de llegar al espectador y plantear una reflexión sobre los roles y actitudes adquiridas principalmente por la herencia cultural.

Durante la inauguración de la exposición se animó a los presentes a abrir sus mentes, cambiar la perspectiva y romper con las ideas preconcebidas que marcan las diferencias de género presentes en nuestra sociedad.

https://gabiltelingenieros.com/exposicion_igualdad/

<https://www.lanzadigital.com/provincia/almagro/las-asociaciones-de-la-mujer-de-almagro-granatula-y-valenzuela-celebran-el-dia-de-la-mujer-rural/>



Como hemos comentado con anterioridad, queríamos incidir en las iniciativas que ya se están promoviendo en las empresas dirigidas a facilitar un reparto más corresponsable de las tareas entre hombres y mujeres, así como llegar a aquellas empresas que aún no se lo habían planteado. Son las **organizaciones** que finalmente se han adherido a la Campaña a través de la página Web y han comenzado así su compromiso con la promoción de la igualdad de oportunidades dentro de sus plantillas.

Un total de **37 empresas de las adheridas a la campaña**, han llevado esta exposición a su organización y la han solicitado a través de la Web. Las personas trabajadoras de las distintas organizaciones han conocido los productos que acompañan a esta Campaña (video dirigido a hombres, video dirigido a mujeres y la Exposición) a través de un acto de presentación dinamizado por personal técnico de la Fundación Cepaim y que incluía una visita guiada por la exposición.

IMPACTO DE LA CAMPAÑA EN 2018	
Localización	Mérida, Plasencia, Madrid, Sevilla, Ceuta, Murcia, Ciudad Real, Almagro, Huelva y Almería
Nº de actos de presentación	54
Nº de participantes.	1062 (551 hombres y 511 mujeres)
Nº de empresas que se adhieren a la campaña mediante la web	58
Nº de empresas que presentan la campaña en sus instalaciones	37



A continuación, indicamos algunos ejemplos de las acciones realizadas en las empresas:

1. Fundación Cepaim presenta, junto al Centro Comercial Holea en Huelva, un espacio inaugural de la Campaña (16 de marzo).

http://cepaim.org/th_event/presentacion-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-huelva/

<http://cepaim.org/la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-se-presenta-en-huelva-empresasadelante/>

2. Fundación Cepaim presenta, en la factoría Renault Sevilla, un espacio inaugural de la Campaña. (9 de marzo).

http://cepaim.org/th_event/presentacion-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-sevilla-empresasadelante/

<http://cepaim.org/presentada-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-junto-a-renault-en-sevilla-empresasadelante/>

3. El 22 de mayo tuvo lugar en la sede de la empresa Papa John's en Madrid la presentación de la Campaña "Practica la Igualdad, Marca la diferencia".

<http://cepaim.org/papa-johns-se-suma-a-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia/>

4. El 4 de Junio presentamos en Sevilla nuestra Campaña "Practica la Igualdad, Marca la Diferencia", esta vez en la sede de la Fundación Crecer con Futuro.

<http://cepaim.org/presentamos-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-la-sede-de-la-fundacion-crecer-con-futuro-en-sevilla/>



5. Presentación de la Campaña en el Centro de Bienestar y Salud Integral O2 Centro Wellness de Huelva. (22 junio).

<http://cepaim.org/presentamos-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-el-centro-de-bienestar-y-salud-integral-o2-wellness-de-huelva-practicalaigualdad/>

6. Durante el mes de julio en el Hall del Ayuntamiento de Ceuta la Exposición “Practica la Igualdad, Marca la Diferencia”.

http://cepaim.org/th_event/exposicion-de-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-ceuta-practicalaigualdad/

7. Fundación Cepaim en Mérida presentó la Campaña “Practica la Igualdad, Marca la Diferencia” en la empresa hortofrutícola Tany Nature, S.A, ubicada en Zurbarán (Badajoz). (Septiembre).

<http://cepaim.org/tany-nature-sa-se-suma-al-compromiso-por-la-igualdad-de-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia/>

8. Fundación Cepaim presentó el pasado lunes 24 de septiembre la Campaña “PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA” en la empresa Grupo HEFAME, ubicada en Santomera, Murcia.

<http://cepaim.org/grupo-hefame-conoce-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-santomera-murcia/>

9. El centro de Fundación Cepaim en Mérida, junto al Área de Igualdad y no Discriminación ha realizado durante el mes de septiembre varias presentaciones en diferentes empresas de la provincia de Badajoz.

<http://cepaim.org/deutz-spain-y-area-abogados-y-asesores-se-suman-a-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-badajoz/>

10. El día 4 de octubre de 2018 se presentó en DHL en Torija la campaña y la exposición "PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA". Octubre en Guadalajara.

<http://cepaim.org/presentada-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-la-empresa-dhl-en-torrija-guadalajara/>

11. La Fundación Cepaim en Ceuta presenta la Campaña "PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA" en noviembre en la Fundación Cruz Blanca en Ceuta.

<http://cepaim.org/event/presentacion-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-ceuta-adelante/>

12. En noviembre tuvo lugar la presentación de la Campaña "Practica la Igualdad, Marca la Diferencia" en las instalaciones del Centro del Profesorado (CEP) y el Instituto Provincial de Educación Permanente (IPEP) de Huelva.

<http://cepaim.org/presentamos-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-entidades-educativas-en-huelva/>



13. Presentación de la Campaña “Practica la Igualdad, Marca la Diferencia”, esta vez en la Empresa IKEA IBERICA S.A, realizada el pasado mes de noviembre en #Sevilla y Murcia.

<http://cepaim.org/ikea-sevilla-presenta-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia/>

<http://cepaim.org/presentamos-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-ikea-murcia/>

14. Presentamos la Campaña “Practica la Igualdad, Marca la Diferencia” en la empresa GABITEL Ingenieros S.L. en Huelva.

<http://cepaim.org/presentamos-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-en-empresas-de-huelva/>

15. Fundación Cepaim presentó el pasado 19 de noviembre la Campaña “PRACTICA LA IGUALDAD, MARCA LA DIFERENCIA” en la empresa Grupo CAJAMAR en Almería.

<http://cepaim.org/grupo-cajamar-se-adhiere-a-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia-de-fundacion-cepaim/>

16. Durante los meses de octubre y noviembre el equipo de Fundación Cepaim en Sevilla ha presentado la campaña “Practica la Igualdad, Marca la Diferencia” en varias empresas de la capital andaluza.

<http://cepaim.org/varias-empresas-de-sevilla-se-adhieren-a-la-campana-practica-la-igualdad-marca-la-diferencia/>

5.1. EVALUACIÓN DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES

Un total de **1.062 personas, 551 hombres y 511 mujeres**, visitaron en 2018 la Exposición de la Campaña, que pone el foco en las EMPRESAS y los HOMBRES como agentes de cambio. Sus valoraciones han sido recogidas mediante un cuestionario online que se ha hecho llegar a las plantillas tras la visita a la Exposición y donde se recogen los siguientes datos y resultados:

El cuestionario de satisfacción⁴³ utilizado para evaluar las opiniones de las personas participantes, estaba diseñado para los hombres de las plantillas de las empresas que en un inicio eran los únicos destinatarios de esta actividad. Sin embargo, durante la ejecución del proyecto, las empresas también incluían en las sesiones a las mujeres de la organización. Esto ha producido sesgos en los resultados, pues no hay una evaluación en función del sexo de las personas que asistieron a la visita guiada. No obstante, consideramos oportuno aportar los resultados ya que como se resaltaba la temática de esta acción es con relación a los hombres y la igualdad.

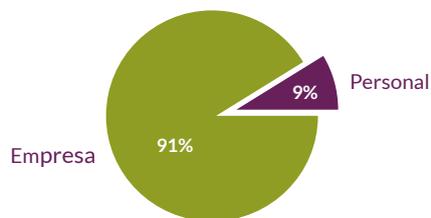


1. Ciudad donde visitaste la Exposición.

Las impresiones han sido recogidas desde los distintos territorios de actuación. En la mayoría de los casos, se han recogido las evaluaciones de las plantillas de empresas de Sevilla (50%) y de Murcia (21%), pero también de Badajoz (8%), Cáceres, (7%) Almería (6,7%), y Ciudad Real (5,6%) Madrid (1,7%).

2. ¿Has visitado la Exposición desde la empresa donde trabajas o de manera personal?

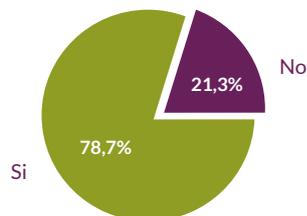
El 91% de las personas que han rellenado el cuestionario dicen haber visitado la Exposición desde la empresa en la que trabajan. El 9 % restante han acudido promovidos por un interés personal.



43 Importante señalar que la idea de pasar un cuestionario surgió cuando la campaña estaba ya avanzada por lo que solo contamos con respuesta de un 10 % de las personas que pasaron por ella pero que nos sirven como muestra del impacto de la misma.



3. ¿Alguna vez habías pensado sobre los aspectos trabajados en la Exposición? ¿Cuáles?



Llama la atención que de una muestra de personas que conviven actualmente en una sociedad diversa, plural y cambiante, el 21% confiese no haberse planteado nunca cuestiones como la desigualdad entre hombres y mujeres, los privilegios masculinos o la corresponsabilidad.

Frente a esos datos, cerca del 79% de las personas que han dejado su opinión en los cuestionarios se muestran preocupados por estos aspectos o, al menos, se han planteado alguna vez cuestiones como:

- Machismo y micromachismos.
- Desigualdad, estereotipos y roles de género.
- Educación y conciencia social ante la igualdad.
- Violencia de género.
- Conciliación y corresponsabilidad en el ámbito familiar y laboral.
- Igualdad real entre hombre y mujeres.
- Desigualdad laboral: segregación vertical, techo de cristal, brecha salarial, acceso al empleo, etc.
- Cuestionamientos sobre la masculinidad: qué es ser hombre, gestión de las emociones en los hombres, El papel del hombre actual y el cambio real, activismo feminista en los hombres.
- Historia del feminismo.
- Resistencias ante la igualdad.

4. ¿Qué tres ideas son las que MÁS compartes con esta Exposición?

- Que la igualdad entre hombres y mujeres es un objetivo colectivo y no de las mujeres (73%).

- Que vivimos en una sociedad machista que influye en nuestras actitudes, comportamientos y elecciones (56%).
- Que es importante preguntarnos si nuestras prácticas son machistas (40%).
- Que los hombres están capacitados para cuidar y cuidarse (30%).
- Que ejercer y practicar los cuidados mejora sustancialmente tu vida y la de tus personas cercanas (30%).
- Que hoy hay hombres que se implican personal y laboralmente con la igualdad (30%).
- Que practicar la igualdad es el mejor modo para marcar la diferencia (26%).
- Que el hecho de ser mujer conlleva unos riesgos y dificultades añadidas para la vida cotidiana (20%).
- Que las emociones que los hombres tienen permitidas limitan sustancialmente sus capacidades y posibilidades (11%).
- Que es importante preguntarnos qué es ser un hombre (8%).
- Que los hombres son los principales responsables de los delitos y conductas violentas (4%).

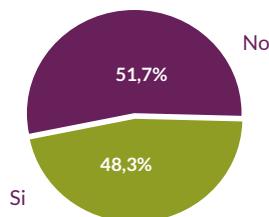
5. ¿Y las tres ideas que MENOS compartes de la Exposición?

- Que es importante preguntarnos qué es ser un hombre (52 %).
- Que las emociones que los hombres tienen permitidas limitan sustancialmente sus capacidades y posibilidades (51 %).
- Que los hombres son los principales responsables de los delitos y conductas violentas (46%).
- Que el hecho de ser mujer conlleva unos riesgos y dificultades añadidas para la vida cotidiana (28 %).
- Que hoy hay hombres que se implican personal y laboralmente con la igualdad (17 %).
- Que ejercer y practicar los cuidados mejora sustancialmente tu vida y la de tus personas cercanas (13%).
- Que es importante preguntarnos si nuestras prácticas son machistas (12%).
- Que practicar la igualdad es el mejor modo para marcar la diferencia (11%).
- Que vivimos en una sociedad machista que influye en nuestras actitudes, comportamientos y elecciones (9%).
- Otras opiniones: lo comparten todo (8%).



- Que los hombres están capacitados para cuidar y cuidarse (7%).
- Que la igualdad entre hombres y mujeres es un objetivo colectivo y no de las mujeres (6%).

6. ¿Has visto u oído algo durante la visita guiada que pueda cambiar tu forma de ver este tema? ¿El qué?



Parece que ésta ha sido una pregunta complicada que solo han querido contestar el 35% de las personas entrevistadas. Además, en el 48,3% de los casos, han reconocido que, tras la experiencia, no han cambiado su forma de entender la igualdad. No sabemos si porque ya conocían todo lo que se ha transmitido en la exposición o, por el contrario, porque aun conociendo nuevas opiniones y datos, siguen con su idea inicial.

Por otro lado, en el 52% de las respuestas, parece reflejarse que muchas han manifestado haber adquirido nuevas ideas que les han hecho replantearse el tema. Estas ideas pasan por: implicar a los hombres en el logro por la igualdad, revisión de conductas y comportamientos cotidianos, concienciación y sensibilización social, educación no-sexista, implicación de las empresas, visibilización de los privilegios masculinos, la importancia de los cuidados, la implicación de toda la sociedad en la lucha por la igualdad y el asombro por ver que ya son muchos los hombres feministas.

7. ¿Qué ideas de la Exposición te han llamado más la atención?

Las cuestiones que más han señalado son las siguientes.

En primer lugar, no podemos dejar de señalar el gran impacto que ha tenido cuestiones que se recogen en la Exposición como “¿qué es ser hombre?” o “¿eres machista?”, y la presentación de un auto-cuestionario junto a ellas.

Citamos alguna respuesta:



“El panel ‘qué es ser HOMBRE’ descoloca y hace pensar, y no sólo a los hombres. Las mujeres debemos revisar nuestras ideas y condicionantes educacionales y romper estereotipos. Aprender a vivir siendo libres”. Surge con ello el planteamiento sobre la educación sexista que niños y niñas reciben hoy. Se hace el silencio ante revelaciones como “nos educan para no llorar” que ha sido destacada en varias respuestas. “El hombre tiene que hacer su espacio feminista” ha destacado una de las personas participantes.



La invisibilidad de los micromachismos, las desigualdades en general y la indefensión ante un sistema patriarcal que te absorbe sin darte cuenta, es otro de los temas más mencionados. Se comparten preocupaciones: *“¿Cómo pueden perdurar las conductas machistas entre la juventud actual?”, “¿cómo es que la sociedad no ve estas desigualdades?”, “¿por qué cuesta reconocer el machismo?”, “¿quién disfraza el machismo para que no lo veamos?”, “las prácticas que realizamos de manera habitual y resultan ser machistas, y ni nos lo planteamos”, “la cantidad de micromachismos diarios” y “la forma de identificar al patriarcado”.*



Otra cuestión que ha llamado la atención ha sido, por ejemplo, el **“¿cuidas o te cuidan?”** sobre el que se ha hablado en algunos grupos y que han abierto el debate hacia la corresponsabilidad, los roles de género y la responsabilidad individual. Recogemos algunas respuestas al respecto: *“La implicación de los hombres es necesaria”, “hacer entender al hombre que la responsabilidad con respecto a su entorno familiar, no lleva implícito solo el aspecto laboral”, “hay que repartirse las tareas en el hogar, no se trata de ‘ayudar’ a la mujer como si las tareas del hogar fuesen obligación de ella, se trata de ‘hacer’ entre todos”.*



Por otro lado, hay quien ha mencionado: *“La falta de implicación de la sociedad en general ante un problema tan grave”, “La responsabilidad individual que tenemos cada persona desde nuestro espacio”.*



No ha pasado desapercibido el hecho de que este tema tiene que tratarse también en las empresas y que sus decisiones tienen impacto directo sobre la sociedad. Algunas respuestas: *“Sensibilización en las empresas”, “En general, el hecho de que se expanda esto a las empresas y se intente implementar en ellas es importante y ese cambio de mentalidad beneficia a toda la sociedad”.*



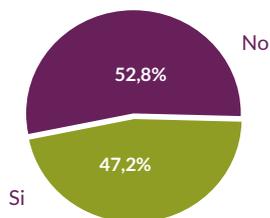


Algunas personas han destacado los datos estadísticos y conceptos que desconocían y que les ayudan a conocer más y mejor el tema y a poder opinar con conocimiento: **“Mansplaining, no conocía el término”**, *“que los hombres son los que más accidentes tienen”*...



Finalmente, se ha hecho hincapié en alguna ocasión a *“La forma en que se han tratado los mensajes, de manera clara y directa pero también sensible”*; *“El lenguaje utilizado. Directo. Incisivo”*; **“la presentan de una manera muy práctica”**, y han agradecido el debate dentro de la empresa de esta forma: *“Me ha alegrado conocer la opinión de algunos compañeros y su visión de este tema”*, *“La presentación y los comentarios que se hacían sobre cada tema y la implicación de los asistentes”*.

8. ¿Ha cambiado tu visión sobre la igualdad después de asistir a esta visita guiada?



A simple vista, podríamos decir que la Exposición ha supuesto un cambio sustancial sobre el 48% de las personas encuestadas. No obstante, también puede extraerse de aquí que algunas o muchas de estas personas ya se habían planteado con anterioridad que la igualdad entre hombres y mujeres es un tema real y de alta repercusión en nuestra sociedad, por lo que no han considerado que hayan existido cambios. Así también sabemos que es una Exposición con un contenido que de alguna manera interpela a los hombres y es por este motivo que las opiniones que nos revelan este tipo de cuestiones nos puede llevar a interpretarlo como resistencias al cambio por parte de los hombres.

El 26% de las personas que nos han dejado su evaluación a través de estos cuestionarios, han querido compartir sus propuestas, impresiones y otras reflexiones.

Recogemos aquí algunas de ellas:



Propuestas:

"Quizás más medidas de acción positiva y cláusulas de igualdad para los convenios".

"Motivar más a los agentes sociales y a la sociedad en general para que acudan a estas jornadas y exposiciones con vistas a conseguir una sociedad mejor".



Resistencias:

"Creo que se ha focalizado demasiado al hombre como problema, como el malo de la película, cuando es la sociedad en sí la que ha creado el problema".

"Creo que se debería de impartir el curso desde la propia igualdad, hablando de personas y no tanto de géneros, sin que haya vídeos separatistas".



Otras reflexiones e impresiones:

"Cada uno de todos aquellos que luchamos por la igualdad tiene que hacerse una pregunta a sí mismo para constatar si dentro de su propia familia lleva esta igualdad sobre todo teniendo hijos de sexos diferentes. A menudo tendemos, sin darnos cuenta, a proteger mucho más a las niñas que a los chicos, considerándola como la más débil".

"Que se produzca un aprendizaje real, para que se puedan hacer cambios".

"Hay que hacerla de cara a todos los sectores de la sociedad".

"Enhorabuena, muy buena y muy necesaria la campaña".

"Ha estado excelente".

"Excelente el tener un dinamizador en la exposición".

"Esta labor es tan necesaria que todas las acciones que se propongan para fomentar y conseguir la igualdad son pocas. Felicidades por ello".

"Estupendo, la charla me sirvió para trasladar este tema a mi círculo cercano, para compartir lo que se trató y generar nuevas opiniones".



A pesar del acogimiento de gran parte de las empresas a las que nos hemos dirigido y la valoración positiva a las medidas presentadas a las organizaciones, debemos considerar las resistencias encontradas en las empresas a la hora de implementar acciones de promoción de la igualdad que ponen el foco en los hombres. Nos estamos refiriendo a las dificultades para reconocer la discriminación, el acoso sexual, así como la perpetuación del rol de cuidados en las mujeres. Obstáculos, no obstante, que demuestran la falta de formación en igualdad dentro de la dirección de las empresas y los hombres, hecho que incide directamente sobre las medidas que se adoptan, así como en los PIE.

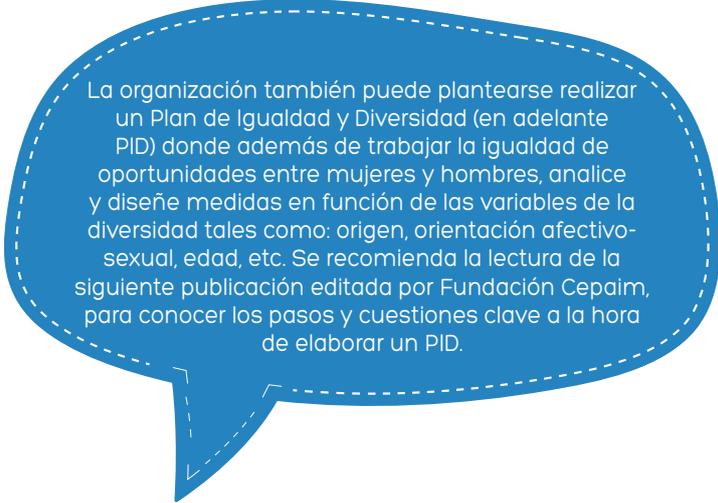
Sin embargo, sí que existe una cierta conciencia de la discriminación e interés por implementar medidas que produzcan mejoras en las relaciones laborales, los procesos productivos y la actividad en general de las organizaciones.



6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS



En numerosas ocasiones los PIE, son redactados y dirigidos a la plantilla de manera general y aparentemente neutral, es decir, dirigiendo todas las medidas por igual, tanto a mujeres como a hombres. Si bien la sensibilización y formación en igualdad debe ser común a todas las personas que trabajan en la empresa, consideramos fundamental que exista una distinción entre el lugar que ocupan los hombres y las mujeres. Esto implica que en un PIE se debe introducir como objetivo explícito y cumpliendo su carácter transversal, la inclusión de los hombres como agentes de cambio y transmisores de la estrategia de igualdad de la empresa.



La organización también puede plantearse realizar un Plan de Igualdad y Diversidad (en adelante PID) donde además de trabajar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, analice y diseñe medidas en función de las variables de la diversidad tales como: origen, orientación afectivo-sexual, edad, etc. Se recomienda la lectura de la siguiente publicación editada por Fundación Cepaim, para conocer los pasos y cuestiones clave a la hora de elaborar un PID.

Fundación Cepaim (2018). Módulo III. Elaboración de Planes de Igualdad y Diversidad. Cuaderno para la Formación⁴⁴.

⁴⁴ <http://cepaim.org/wp-content/uploads/2019/07/Planes-de-Igualdad-y-Diversidad-III-Cuaderno-para-la-Formacio%CC%81n-2019.pdf>

Lo que debemos tener en cuenta, después del análisis que hemos analizado, es que los hombres no solo deben aparecer en un eje como beneficiarios, en este caso con relación a la conciliación. Para que los hombres sean agentes de cambio en las organizaciones, esta perspectiva debe calar durante todo el proceso de elaboración de un PIE. Esto conlleva que estén implicados en las comisiones de igualdad y en las diferentes fases de elaboración: desde el diagnóstico hasta el diseño, medición, evaluación y comunicación del mismo:



El primer paso de cualquier PIE o PID es lograr el **compromiso de la dirección de la organización**. En este sentido es importante, no solo visibilizar con un escrito formal que la organización va a iniciar un Plan, sino también es importante que se comunique interna y externamente el compromiso que tiene la organización con la necesidad de implicar la plantilla masculina. Es importante que este compromiso sea nominal, es decir, que los hombres de las organizaciones con ciertos puestos y responsabilidades, comuniquen este compromiso públicamente y animen a otros hombres a manifestar ese compromiso. Por lo tanto es muy importante que las organizaciones abracen experiencias externas como HeForShe, Practica La Igualdad o @Soy365 para visibilizar esta acción, que no es incompatible con otras acciones que la organización pueda tener por iniciativa propia.

Con relación al **diagnóstico**, es una obviedad que los datos deben estar desagregados por sexo, pero en muchas ocasiones no se tiene en cuenta esta cuestión en determinados datos que también nos van a aportar información del estado de igualdad en la organización. Por ejemplo, a la hora de analizar quién utiliza o no los permisos retribuidos y no retribuidos. Los diagnósticos, además, tras el nuevo RD-L 6/2019, también deben ser negociados



por las comisiones, y estas deberían ser lo más diversas y paritarias posibles, por lo tanto, debemos preguntarnos ¿Los **hombres** participan de manera activa en las **comisiones de igualdad**? o ¿siguen siendo las mujeres las que promueven o intentan promover los cambios en las empresas? Los hombres en las empresas, **¿se forman sobre igualdad?**

En cuanto a este proceso de diagnóstico es necesario, además, que sea fiable para poder implementar medidas acordes al mismo y esto significa estudiar ¿dónde están los hombres?, ¿qué opinan?, ¿qué se les va a pedir para eliminar la desigualdad?, ¿cuál es su responsabilidad en la ejecución del PIE? etc. Es evidente que faltan diagnósticos que nos informen acerca de los hombres y hay una gran escasez de formación a los equipos y comisiones encargadas de elaborar dichos planes, tanto en metodología como en perspectiva **de género, feminismo y masculinidades**.

Con esto nos referimos no sólo a que tengamos en cuenta esta cuestión en la parte cuantitativa del diagnóstico, sino también en la parte cualitativa. Es importante que en los cuestionarios o grupos de debate que se realicen para conocer las opiniones y actitudes de la plantilla con relación a la igualdad preguntemos a los hombres que concepto tienen sobre determinadas cuestiones para poder actuar sobre ellas (sobre el cuidado, la violencia, el acoso, etc.). Así también, es importante que se haga un análisis sobre si los hombres y las mujeres opinan diferente con relación a cuestiones como: la situación de hombres y mujeres en la empresa, la existencia o no de discriminación y brecha salarial, la consecución de la igualdad, sobre qué papel tienen los hombres para promover cambios, etc.

En la fase de **diseño**, es importante contemplar acciones que realmente den cuenta de esa transversalidad de género y esto implica por lo tanto mencionar a los hombres tanto en las medidas de las que son receptores, como en las que deben ser actores de transformación, especialmente en la sensibilización a otros hombres. Por ejemplo:

- En la realización de formaciones y **campañas de sensibilización internas** en materia de prevención de acoso sexual y por razón de sexo, donde los hombres obviamente tienen responsabilidad en su prevención.

Es cierto que puede generar resistencias entre la plantilla, pero es necesario partir de datos que reflejan que hay un porcentaje significativo de mujeres que sufren acoso por parte de sus compañeros en sus organizaciones y plantear alguna acción preventiva, así como realizar seguimiento de quien acosa en el seno de las organizaciones por parte de la comisión o personas responsables de ese eje.

- **Implicación de los hombres en la transmisión del PIE** y sus objetivos a otros hombres: es fundamental incluir a los hombres como agentes de cambio y, por tanto, en más ejes que el referido a la conciliación y corresponsabilidad. Es necesario tener en cuenta el enfoque de transversalidad de género y que dichas medidas deben tener el objetivo del logro de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y no

aumentar, sin más, las medidas dirigidas a hombres. Es importante considerar que atender a determinadas necesidades (como puede ser el derecho a cuidar de los hombres), no sólo beneficia a los propios hombres, sino que favorece la promoción de las mujeres en la esfera productiva. Estas cuestiones son fundamentales para que a la hora de transmitir el PIE o PID llegue a toda la plantilla de trabajadores hombres de la organización y no se perciba solo que un PIE o PID sólo trabaja cuestiones relacionadas con la paternidad y la conciliación de los hombres. Esto es, debe transmitirse que **los hombres son responsables y receptores de las medidas para la consecución de la igualdad en la empresa.**

Con todo, además de que las empresas contemplen en mayor o menor medida a los hombres en sus políticas de promoción de la igualdad, es importante también considerar cómo interaccionan y qué impacto tienen los factores estructurales frente a los ideológicos para comprender mejor cómo se generan los cambios, así como las resistencias, en el proceso de promover una mayor implicación por parte de los hombres con el ámbito privado o relacionado con las tareas domésticas y de cuidado (Bacete y Gartzia, 2016).

Es decir, es importante analizar cómo los factores estructurales (políticas, medidas, planes) pueden ser pedagógicos y provocar modificaciones en las actitudes de los hombres. En este sentido pensamos que los planes, como políticas internas de las empresas, podrían promover cambios siempre y cuando sean realizados con la misma minuciosidad que se realiza cualquier otra política en la organización. Por ejemplo, la política de compras y gestión de proveedores, marketing, etc. Es decir, la igualdad en la empresa es una política y por lo tanto debe ser realizada con estrategia.

Partiendo entonces de las experiencias señaladas y de la literatura existente, así como de nuestra experiencia de trabajo con las organizaciones, nos gustaría señalar algunas recomendaciones concretas enmarcadas en diferentes ejes que se pueden poner en marcha a la hora de diseñar los PIE o PID.

Los ejes o líneas de actuación pueden variar en su denominación por la empresa agregando contenidos o especificando las temáticas a abordar en el mismo. No obstante, el RD-Ley 6/2019 ha establecido unas mínimas materias que deben incluirse:

A) Proceso de selección y contratación. **B)** Clasificación profesional. **C)** Formación. **D)** Promoción profesional. **E)** Condiciones de trabajo, incluida la auditoría salarial entre mujeres y hombres. **F)** Ejercicio corresponsable de los derechos de la vida personal, familiar y laboral. **G)** Infrarrepresentación femenina. **H)** Retribuciones. **I)** Prevención del acoso sexual y por razón de sexo.



Desde la experiencia de Fundación Cepaim, y en aras de ampliar estos mínimos integrando la perspectiva de diversidad y la implicación de los hombres, proponemos a continuación algunas medidas que pueden integrarse en los diferentes ejes:

Cultura, compromiso con la igualdad y diversidad

- *Comunicación interna y externa de la posición de la empresa con relación a su política de igualdad en la cual se marca como objetivo, la implicación de los hombres en materia de igualdad.*
- *Posicionamiento de las y los CEOS en este sentido elaborando un compromiso público.*
- *Visibilizar la composición de la Comisión de Igualdad y Diversidad así como la participación masculina en la misma.*
- *Adhesión a campañas que legitiman a la empresa con este tipo de compromiso donde la implicación de los hombres es un compromiso. (Ej: Heforshe, Practica la Igualdad).*
- *Incluir objetivos de comunicación donde los hombres sean transmisores de los objetivos del Plan y las acciones que deben desarrollar, al resto de la plantilla masculina.*
- *Análisis de los modelos de liderazgo de la organización ejercidos por los hombres y las mujeres.*

Acceso, cobertura de vacantes, selección y contratación

En la recogida de datos para realizar el seguimiento del Plan y en el diagnóstico se deben tener en cuenta los siguientes datos:

- *Distribución total de hombres y mujeres.*
- *Nº de mujeres en las distintas áreas y niveles de la empresa.*
- *Porcentajes de mujeres y hombres directivos.*
- *Mujeres y hombres con titulación profesional/universitaria en las carreras/especialidades más frecuentes en la empresa.*
- *Análisis de la clasificación profesional de la empresa:*
- *Media de edad y antigüedad de hombres y mujeres.*
- *Datos de rotación por género.*
- *Datos con relación al acceso, cobertura de vacantes, selección y contratación:*
- *Análisis del proceso de selección.*
- *Revisión de las ofertas de empleo (análisis del lenguaje y las imágenes utilizadas).*
- *Relación de personas candidatas presentadas y seleccionadas por género.*
- *Análisis de los perfiles principales/puestos críticos.*

Formación, desarrollo y promoción profesional

- *Diseñar formaciones en materia de igualdad, dirigidas de forma explícita a los hombres (siendo extra a la formación básica e inicial en igualdad para toda la plantilla).*
- *Fomentar la contratación de mujeres en puestos masculinizados.*
- *Fomentar la contratación de hombres en puestos feminizados. (Siempre y cuando esta acción no obstaculice otras medidas del plan y no afecte negativamente a las mujeres).*

Condiciones de trabajo y auditoría salarial

- *Análisis de los puestos de trabajo desde una perspectiva de género que incluya el concepto de “la masculinidad como factor de riesgo”.*
- *Analizar las condiciones de salud y seguridad en el trabajo; accidentes de trabajo, en particular, su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregando los datos por sexo. Medida que ya se contempla en la Ley de información no financiera 11/2018 (Empresas de más de 500 trabajadoras/es).*
- *Visibilizar los salarios de toda la plantilla, desagregando los datos por sexo. A esperas de obtener más información sobre cómo se regulará la obligatoriedad de contar con un informe de auditoría salarial, se puede contar con un informe y comunicar el estado de la organización con relación a la brecha salarial. Este es un paso fundamental para que la plantilla en su conjunto y los hombres en particular puedan hacerse eco de las diferencias salariales existentes (ya que muchas veces existe el falso espejismo de que la brecha salarial no existe y por lo tanto, los planes y medidas no son necesarios).*

Conciliación laboral, personal y familiar

- *Indicadores para medir el uso de permisos de maternidad y paternidad. Permisos retribuidos y no retribuidos en función del sexo.*
- *Acciones de sensibilización e información con relación al uso responsable de los permisos de paternidad.*
- *Campañas de sensibilización sobre los beneficios de una paternidad consciente. Es importante que se transmita tanto los beneficios como el apoyo que la plantilla tiene por parte de la empresa.*
- *Campañas de sensibilización sobre los beneficios de cuidar y hacer uso de las medidas y permisos para realizar otro tipo de cuidados (personas dependientes, familiares, etc.).*
- *Ampliación del uso del permiso de paternidad para equipararse con el de maternidad, adelantándose al calendario que establece el RD-Ley 6/2019.*



Prevención del acoso sexual y del acoso por razón de sexo

- *Medidas para la Prevención del Acoso Sexual y/o por Razón de Sexo: protocolo y formación para la plantilla.*
- *Formación y sensibilización dirigida a la plantilla con especial incidencia en los hombres.*
- *Campañas internas para la prevención del acoso, haciendo especial incidencia en el papel de los hombres.*

Comunicación, lenguaje e imagen

- *Revisión de toda la imagen corporativa de la empresa para hacer un uso no estereotipado de mujeres y hombres, evitando también el sexismo en el lenguaje.*
- *Formación a toda la plantilla y de manera específica a los hombres en un uso del lenguaje no sexista, y formas de comunicación verbal y no verbal igualitarias.*
- *Formación prioritaria a los departamentos que estén más masculinizados de la empresa. Especial atención a los departamentos de comunicación, marketing, o publicidad de la empresa.*

Prevención Violencia de Género

- *Talleres dirigidos a hombres sobre violencia de género.*
- *Difusión expresa entre la plantilla masculina sobre los protocolos y medidas de prevención de la violencia que tenga la empresa en la materia y cómo los hombres pueden actuar en su prevención y erradicación.*

Infrarrepresentación femenina

- *Estudio de los factores externos que pueden afectar a la infrarrepresentación femenina, y que relación guarda con la implicación de los hombres (corresponsabilidad, formación y desarrollo de la plantilla, etc.).*
- *Análisis de las posibles políticas o sistemas de gestión que tengan un sesgo o estereotipo de género, o puedan generar una infrarrepresentación femenina.*
- *Implicación de los CEOS (especialmente hombres) de la empresa en el alcance de las cuotas u objetivos de contratación de mujeres en la empresa y en el acceso a puestos de toma de decisiones.*

Estas medidas son algunos ejemplos que las organizaciones pueden incluir en sus planes, siempre y cuando estén **adaptadas al contexto de su actividad, tamaño y características**. Son algunas ideas que pueden ser incluidas para promover el cambio e innovar en materia de igualdad en las organizaciones, teniendo en cuenta que las necesidades de la sociedad y organizaciones cambian.

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, P. Romero, A. (2008). Medidas para incorporar a los hombres en las políticas de conciliación. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Paco_Abril/publication/228370537_Medidas_para_incorporar_a_los_hombres_en_las_politicas_de_conciliacion/links/554875d10cf26a7bf4dac350.pdf
- Bacete, R. y Gartzia, L. (2016) "Paternidades positivas: Cambios y retos en la implicación de los padres en la crianza y la corresponsabilidad". Departamento de Empleo y Políticas Sociales, Gobierno Vasco y Universidad de Deusto, Bilbao. Disponible: <http://www.euskadi.eus/informacion/investigacion-sobre-paternidades-positivas/web01-a3gurapa/es/>
- Boldeón. E. Igareda, M. (ed) (2013). *Los Planes de Igualdad en tiempos de crisis. Problemas de aplicación y carencias conceptuales*. Madrid, Dykinson
- Casado Aparicio, E. Gómez Esteban, C. (eds) (2006). *Los desafíos de la conciliación de la vida familiar y profesional en el siglo XXI*. Madrid, Editorial Biblioteca Nueva.
- Castro, C. (2015). *Modelos de bienestar, igualdad de género y permisos por nacimiento en un contexto de crisis del modelo social europeo*, Tesis doctoral, Universidad de Pablo Olavide, Sevilla.
- Escot Mangas, L. y Fernández Cornejo, J.A. (2012). Una evaluación de la introducción del permiso de paternidad de 13 días. ¿Ha fomentado una mayor corresponsabilidad en el ámbito del cuidado de los hijos pequeños? Recuperado de <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento38578.pdf>
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2015a). *Guía de buenas prácticas en acciones positivas o promocionales de igualdad*. Catálogo Eme. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2015b). *Guía de buenas prácticas en el cambio de cultura organizacional*. Catálogo Eme. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2015c). *Guía de buenas prácticas para el acceso de mujeres a puestos tradicionalmente ocupados por hombres y viceversa*. Catálogo Eme. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2015d). *Las mujeres en las empresas técnicas y/o tecnológicas de la Red DIE. Medidas de selección y promoción*. Catálogo Eme. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Instituto de la mujer (2015e). *Medidas contra la brecha salarial de las empresas de la Red DIE*. Catálogo Eme. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2016a). *Buenas prácticas de conciliación y corresponsabilidad en las empresas de la Red DIE*. Catálogo Eme. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2016b). *Guía de buenas prácticas: la igualdad de oportunidades en los planes de formación de las empresas*. Catálogo Eme. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2017). *Guía de buenas prácticas: Medidas más eficaces para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres*. Catálogo Eme. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2008). *De la conciliación a la corresponsabilidad: buenas prácticas y recomendaciones*. Observatorio 10. Instituto de la Mujer, Madrid.
- Fundación Cepaim (2018) *Planes de Igualdad y Diversidad*.
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Boletín Oficial del Estado. Madrid, 23 de marzo de 2007, núm. 71, referencia BOE-A-2007-6115 (modif. 27 de julio de 2013).
- Plan Estratégico de Igualdad de oportunidades (2018- 2021) Disponible en: <http://cadenaser00.epimg.net/descargables/2018/02/28/55434a755de875a6500561a7567456a0.pdf>
- Real Decreto-ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación. Boletín Oficial del Estado, de 7 de marzo de 2019, num 57, referencia BOE-A-2019-3244.
- Varanka, A. Narhinen and R. Siukola (Eds.). (2006). *Men and Gender Equality: Towards Progressive Policies*. Helsinki: Ministry of Social Affairs and Health.
- VV.AA. (2017). *State of the World Fathers*. New York, Men Care, Promundo, Save the Children.



La imagen de la contraportada, es un guiño para el equipo de técnicas que ha trabajado en el proyecto NEO y que ha sido una parte fundamental en la detección de las experiencias en empresas.

Así también, para hacer que la exposición *Practica la Igualdad*, haya supuesto una buena práctica para organizaciones que han decidido iniciar un trabajo de sensibilización con sus plantillas masculinas.



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

