



Plan de Responsabilidad Social Corporativa

20 Diciembre 2019

Contenido

Contenido	2
Introducción	3
¿Qué define una corporación socialmente responsable?	3
Presentación	3
Declaración Institucional	4
Proyecto de deslocalización del trabajador	4
Plan de paridad	4
Marco normativo y glosario	5
Marco normativo	5
Glosario	5
Diagnóstico	6
Valoración resumen	7
1. Estructura del equipo humano	7
Género	7
Edad	8
Nacionalidad	8
Personas a cargo	8
Nivel de estudios	8
Antigüedad	8
Distribución de género por áreas	8
2. Cultura organizativa y participación	9
Código ético y documentos corporativos	9
Comunicación, imagen y lenguaje	10
3. Tipo de jornada y contrato	10
4. Política retributiva y estructura salarial	11
Política retributiva	12
Distribución y desigualdad salarial	12
Determinantes de la brecha	12
5. Acceso y promoción	13
6. Formación continuada	13
7. Medidas de ordenación del tiempo para la conciliación de la vida personal, familiar y laboral	14
8. Sexismo, acoso sexual, por razón de sexo o por orientación sexual	16
9. Tabla resumen de puntos fuertes y ámbitos de mejora	17
Plan de acciones	20
Ámbitos de intervención	20
Sistemas de seguimiento y evaluación del plan	24
Mecanismos de seguimiento	25
Mecanismos de evaluación	25

Introducción

Un plan de responsabilidad social corporativa es un documento de gestión y evaluación que define el marco y las directrices generales a seguir por una organización en el ámbito de la RSC.

¿Qué define una corporación socialmente responsable?

Una empresa sólidamente responsable busca la integración de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores y los diferentes grupos de interés o stakeholders con una visión a largo plazo. La **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, amplía el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial para incorporar agencias gubernamentales y otras organizaciones.

Integrar en una organización un **Plan de Responsabilidad Social Corporativa** requiere la implicación de todas las áreas o departamentos de la misma, y el compromiso para llevar a cabo las modificaciones necesarias en el sistema de gestión. Para ello, es necesario el diseño de un plan viable y estudiado con detalle que se adapte a las necesidades y aspiraciones de la organización.

Presentación

Thinking Forward XXI SL, denominada comercialmente Smart Motors® es una compañía innovadora y dinámica formada por profesionales entusiastas de la tecnología. Especializados en digitalización en el sector ferrocarril, con una fuerte sensibilización por la igualdad de género, la integración social, la generación de empleo y el nutrimiento del tejido empresarial local, sobre todo de carácter tecnológico.

Misión

La misión de Smart Motors® es la de acompañar a nuestros clientes en el proceso de transición hacia economías de mayor rentabilidad y creación de valor mediante los datos y la digitalización, entendiendo la misma como una manera de resolver el día a día y no como un proyecto puntual. Convirtiéndose en el partner tecnológico de referencia para formar parte de las organizaciones en las que trabajamos, pero desde el dinamismo de la empresa externa especializada y la visión global por la multinacionalidad de nuestros clientes.

Visión

Nuestra visión es la de convertirnos en lo referente en digitalización en el sector ferrocarril y que a través de nuestro mix producto/servicio conseguimos organización más productivas, con menos tareas de poco valor añadir y por lo tanto conseguir generar más valor con menos esfuerzo, contribuyendo a mejorar el trabajo de las personas y su conciliación.

Valores

Nuestros valores son la empatía, la confianza y la mejora continuada.

Declaración Institucional

Smart Motors® manifiesta su compromiso para alcanzar espacios de trabajo seguros, unas relaciones laborales basadas en la libertad, el respeto y la igualdad entre las personas. El objetivo de la mejora del ambiente laboral, la conciliación de la vida privada y familiar de los integrantes de la compañía es crucial así como la reducción de los tiempos no productivos y ahorrables. Desde Smart Motors creemos en el tiempo productivo y no vinculamos los resultados de nuestros empleados a las horas de dedicación sino en el resultado de su trabajo, la consecución de los objetivos y la disposición de tiempo personal de calidad.

Proyecto de deslocalización del trabajador

En el mes de diciembre de 2019, en cumplimiento de los 10 años de la compañía se transmitió a todos los trabajadores, la voluntad de crear un nuevo concepto de espacio de trabajo donde predominan los espacios comunes, puestos de trabajo no personales, dirigidos a encuentros puntuales y a estancias cortas para equipos. Se fomentaría el teletrabajo por encima de la presencialidad, reduciendo los desplazamientos y por tanto ayudando a la reducción del impacto ambiental del transporte y del tiempo para llevarlo a cabo.

Los objetivos del proyecto son los siguientes:

Mantener una jornada de teletrabajo de un 60%, por lo tanto tan solo un máximo de 2 días en la oficina. Para reducir los desplazamientos de los trabajadores impactando favorablemente en el medio ambiente debido al menor consumo de recursos y consiguiendo que los trabajadores tengan libre disposición del tiempo de traslados para emplear en sus tareas diarias así como poder conciliar su vida familiar sujeto a diferentes logísticas y casuísticas particulares.

Los viernes mantener cerradas las oficinas, de esta manera se pueden reducir las emisiones producidas por la climatización de las oficinas, manteniendo las activas tan solo 4 días a la semana en lugar de 5 y por tanto reduciendo un 20% el gasto y el impacto.

Flexibilidad horaria limitada. El horario presencial en oficina iniciará a las 7:00 y cerrará a las 18:30. dentro de este rango horario cualquier trabajador podrá meter su jornada presencial. El cierre de la oficina responde a la voluntad de la dirección de que el trabajador pueda disfrutar de tiempo fuera del trabajo y no permanezca trabajando y en desplazamientos más allá de las 19:00.

Eliminación de las horas extras. En Smart Motors no se harán horas extras y cualquier tarea que se deben ejecutar fuera de horario habitual se compensará con horas de descanso a libre disposición por parte del trabajador.

Plan de paridad

En línea con el crecimiento de la compañía que prevé doblar la plantilla en los siguientes 2 años se pretende revertir en la medida de lo posible la tendencia del mercado por la que existe una mayoría muy predominante de hombres sobre todo en posiciones más productivas en cuanto a tecnologías TIC.

Los objetivos del plan son los siguientes:

Llegar a una tasa de un máximo de un 60% de hombres en todos los estratos de la compañía, tanto en las capas directivas como productivas.

Que no exista brecha salarial discriminatoria por sexo en ninguno de los estratos de la compañía.

Marco normativo y glosario

Marco normativo

El presente Plan de Igualdad se enmarca en la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la ley 17/2015 de igualdad efectiva de mujeres y hombres, el artículo 14 del principio de igualdad efectiva y no discriminación por razón de sexo de la Constitución Española, el Estatuto de los Trabajadores (artículo 85.1) y la ley 12/2015 de cooperativas (artículo 10).

Glosario

La Ley Orgánica 3/2007, define los conceptos de discriminación directa e indirecta, así como los de acoso sexual y por razón de sexo de la siguiente manera:

Principio de igualdad de trato entre mujeres y hombres

1. El principio de igualdad de trato entre mujeres y hombres supone la ausencia de toda discriminación, directa o indirectamente, por razón de sexo y especialmente, las derivadas de la maternidad, la asunción de obligaciones familiares y el estado civil.

Discriminación directa e indirecta

1. Se considera discriminación directa por razón de sexo la situación en que se encuentra una persona que sea, haya sido o pueda ser tratada, atendiendo a su sexo, de manera menos favorable que otra en situación comparable.
2. Se considera discriminación indirecta por razón de sexo la situación en que una disposición, criterio o práctica aparentemente neutros pone a personas de un sexo en desventaja particular respecto a personas del otro sexo, salvo que esta disposición, criterio o práctica se puedan justificar objetivamente atendiendo a una finalidad legítima y que los medios para alcanzar esta finalidad sean necesarios y adecuados.
3. En cualquier caso, se considera discriminatoria cualquier orden de discriminar, directa o indirectamente, por razón de sexo.

Acoso sexual y acoso por razón de sexo

1. Sin perjuicio de lo establecido en el Código penal, a los efectos de esta Ley constituye acoso sexual cualquier comportamiento, verbal o físico, de naturaleza sexual que tenga el propósito o produzca el efecto de atentar contra la dignidad de una persona, en particular cuando se crea un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo.
2. Constituye acoso por razón de sexo cualquier comportamiento realizado en función del sexo de una persona, con el propósito o el efecto de atentar contra su dignidad y de crear un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo.
3. Se consideran siempre discriminatorios el acoso sexual y el acoso por razón de sexo.

4. El condicionamiento de un derecho o de una expectativa de derecho a la aceptación de una situación constitutiva de acoso sexual o de acoso por razón de sexo también se considera acto de discriminación por razón de sexo.

Esta ley, bajo el principio de igualdad de las mujeres y hombres en dignidad humana y en derechos y deberes, plantea la acción positiva como herramienta para conseguir esta igualdad y corregir la desigualdad. La definición que utiliza es la siguiente:

Acciones positivas

1. Con la finalidad de hacer efectivo el derecho constitucional de la igualdad, los poderes públicos deben adoptar medidas específicas a favor de las mujeres para corregir situaciones patentes de desigualdad de hecho respecto a los hombres. Estas medidas, que deben aplicarse mientras subsistan estas situaciones, deben ser razonables y proporcionadas en relación con el objetivo perseguido en cada caso.
2. También las personas físicas y jurídicas privadas pueden adoptar este tipo de medidas en los términos que establece la presente Ley.

Segregación horizontal en el empleo

Es la concentración de mujeres en determinado número de profesiones. Es el fenómeno que se denomina la situación laboral de las mujeres, determinada por la concentración mayoritaria de éstas en determinados sectores de actividad, reagrupándose en un pequeño número de profesiones fuertemente feminizadas.

Segregación vertical en el empleo

En la estructura ocupacional, las mujeres se concentran en los peldaños más bajos y tienen una escasa presencia en los puestos directivos. Se trata por tanto, del fenómeno que llama la situación laboral de las mujeres, determinada por la concentración mayoritaria de éstas en las categorías profesionales menos valoradas y peor retribuidas dentro de las escalas jerárquicas de las empresas.

Diagnóstico

Con el fin de elaborar un plan de actuación que se ajuste a las necesidades de Smart Motors es esencial conocer la realidad y situación interna de la que se parte, desde la óptica de la igualdad efectiva.

El diagnóstico es pues, una herramienta que nos ha permitido conocer cuáles son los puntos fuertes y débiles en términos de igualdad efectiva dentro de la entidad. Los puntos débiles son los que nos ayudan a visibilizar si se producen situaciones de discriminación por razón de sexo y nos indican dónde hay que intervenir.

El diagnóstico se ha realizado a partir de un análisis global, ajustándose a las áreas descritas en la ley, y mediante los datos proporcionados por la empresa, 6 grupos de discusión realizados durante octubre y noviembre de 2018, y un cuestionario realizado a todas las personas trabajadoras en diciembre de 2018.

El diagnóstico ha sido presentado y aprobado por los miembros de la comisión de igualdad, creada a raíz de la elaboración del primer plan de igualdad de L'Esberla.

Valoración resumen

- Ámbito fuerte
- Ámbito a seguir trabajando
- Ámbito a mejorar

1. ■ Estructura del equipo humano
2. ■ Cultura organizativa e igualdad de género
3. ■ Tipo de jornada y contrato
4. ■ Política retributiva y estructura salarial
5. ■ Acceso y promoción
6. ■ Formación continuada
7. ■ Medidas de ordenación del tiempo para la conciliación de la vida personal, familiar y laboral
8. ■ Sexismo, acoso sexual, por razón de sexo y por orientación sexual

1. Estructura del equipo humano

Conocer quién forma Smart Motors, cuántos hombres y cuántas mujeres hay, de qué edades, si tienen o no personas en el cargo, qué puestos de trabajo ocupan, qué nivel de estudios tienen o cuántos años llevan en la empresa es un paso clave a la hora de detectar posibles sesgos de género, desigualdades, discriminaciones y relaciones de poder; a la vez que nos puede permitir adelantar situaciones de este tipo que pueden ocurrir en un futuro más o menos lejano.

Indicadores
<ul style="list-style-type: none">● Número de mujeres y hombres en la plantilla (total y por centros de trabajo)● Antigüedad y edad de la plantilla, antigüedad y edad media de los hombres y las mujeres● Nivel de formación de las mujeres y de los hombres● Nacionalidad de hombres y mujeres● Trabajadoras y trabajadores con hijos y/o hijas, o personas dependientes al cargo

Género

Smart Motors es una empresa – como todas las del sector – muy masculinizada. La proporción es de 25% de mujeres y 75% de hombres, ligeramente por debajo del sector (donde, según el Barómetro del sector TIC de 2017 la proporción era de 31% de mujeres y 69% de hombres).

Edad

Smart Motors tiene una plantilla muy joven: el 42% de las personas tienen entre 18 y 29 años (edad en la que la Generalitat de Cataluña sitúa el fin de la etapa de juventud). Cabe destacar que el 50% de las mujeres de Smart Motors forman parte de esta etapa, hacia un 45% de los hombres, que tienen más de 35 años.

Nacionalidad

Smart Motors tiene un 10% de personas que tienen nacionalidad no española, y no se observan diferencias porcentuales por razón de género en este sentido.

Personas a cargo

En Smart Motors, concordante con la juventud del equipo humano, el 25% de las personas tienen hijos y/o hijas a cargo, y un 5% está a cargo de personas mayores de edad en situación de dependencia.

Nivel de estudios

El 75% del equipo humano de Smart Motors tiene estudios universitarios y/o post universitarios finalizados.

Observando los datos de manera desagregada cabe destacar que el 78% de las mujeres tienen estudios universitarios y/o post universitarios, hacia un 73% de los hombres. Aunque sea en un porcentaje muy pequeño, las mujeres están ligeramente más formadas – de manera reglada – que los hombres.

Antigüedad

Para los años que tiene la empresa, Smart Motors tiene un equipo que podemos considerar veterano, ya que el 60% de la empresa lleva más de 3 años trabajando en ella (y el porcentaje de hombres y mujeres en este sentido no ha variado respecto a la situación actual). En cambio, de las personas incorporadas en el último año se detecta un porcentaje ligeramente más elevado de mujeres que hombres, lo que seguramente responde a una política activa para incorporar más mujeres a la empresa.

Distribución de género por áreas

En cuanto a distribución por áreas Smart Motors se observa lo siguiente:

- **Administración:** 25% de mujeres
- **Técnicos (systems, development, data, mobile, project managers...):** 25% de mujeres y 75% de hombres. Según los datos del Barómetro del sector TIC de 2017, Smart Motors mejora la diferencia porcentual, aunque ésta todavía sea muy significativa.

Puntos fuertes	Ámbitos de mejora
----------------	-------------------

<ul style="list-style-type: none"> ● Plantilla joven y diversa 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ausencia de datos sobre hombres y mujeres en cargos de management y business ● Ausencia de acciones de corrección en caso de subrepresentación o sobrerrepresentación de mujeres en determinados puestos de trabajo, de responsabilidad, así como en el conjunto de la empresa ● Reto: anticipar las necesidades de conciliación del equipo humano a cinco años vista
---	---

2. Cultura organizativa y participación

La cultura de la empresa y los sistemas de participación o toma de decisiones– tanto formales como informales – están íntimamente relacionados y son los que nos permitirán diagnosticar las facilidades o resistencias con las que las medidas del plan de igualdad se puede encontrar.

Al mismo tiempo, tanto la cultura organizacional como los sistemas de participación, están directamente relacionadas con la conciencia de las relaciones de poder por razón de género, el compromiso de las personas que forman la empresa para erradicarlas, el bienestar de las personas, las posibilidades de expresarse con libertad y poder abordar conflictos o agresiones por razón de género de manera consciente y segura.

La cultura organizativa y los sistemas de participación los analizaremos a partir de los documentos que recogen la filosofía Smart Motors, el Código ético y los documentos que recogen la organización y funcionamiento de las áreas.

Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> ● Percepción de la igualdad ● Misión, visión y objetivos de la empresa ● Valores corporativos ● Organización (organigrama), y distribución de hombres y mujeres ● Comunicación oral y escrita no discriminatoria ● Imagen y publicidad no discriminatoria

Código ético y documentos corporativos

En los documentos corporativos y el código ético de la empresa no aparecen posicionamientos claros y explícitos sobre el compromiso hacia la promoción de la igualdad de género y LGBTIQ+

Aparecen el compromiso hacia la igualdad, el respeto a la diversidad y a los principios de conciliación con la vida personal, familiar y profesional; un posicionamiento claro respecto a la igualdad y el respeto en cuanto a las condiciones de trabajo (retribución, circunstancias materiales y profesionales en el desarrollo de las tareas); y se explicita el no consentimiento hacia situaciones de discriminación por razón de edad, raza, color, sexo, religión, política, ascendencia nacional, origen social u orientación sexual.

Los mecanismos de transmisión de estos posicionamientos recae, de manera informal, sobre la voluntad de las personas de la empresa que llevan más tiempo; no está estructurado ni definido

Comunicación, imagen y lenguaje

La empresa no dispone de ninguna medida formal o explícita para garantizar una comunicación e imagen inclusiva y no sexista, tanto en las comunicaciones internas como externas. A pesar de todo, las personas encargadas de esta tarea son sensibles a la cuestión.

Se destaca el uso de masculinos genéricos, se reproduce el binarismo de género en formularios de uso interno (sólo aparece la posibilidad de escoger como género de identidad hombre o mujer) y en los lavabos de la oficina de Sant Cugat.

En la web – aunque el lenguaje no siempre sea inclusivo - sí aparece, en el apartado «Compromiso social» el siguiente posicionamiento: «es urgente conseguir que cualquier persona con independencia de su género, procedencia o identidad sexual disfrute de los mismos derechos y oportunidades. Trabajamos activamente para avanzar hacia este objetivo dentro de la empresa, dentro del sector tecnológico y en la sociedad en general». Por otra parte, las imágenes usadas, tanto de la web como de las redes, no contienen contenido sexista ni LGBTIQfóbico.

En fechas señaladas, como el 8 de marzo – día internacional de las mujeres trabajadoras – o el 25 de noviembre – día internacional contra la violencia de género – se han hecho comunicaciones públicas de apoyo en las redes sociales.

En cuanto a la representación pública, como la participación en charlas sobre prácticas laborales en centros formativos, se procura asistir con equipos paritarios.

3. Tipo de jornada y contrato

Conocer el tipo de jornada y contrato que tienen hombres y mujeres en una empresa permite diagnosticar discriminaciones indirectas, involuntarias e invisibles que tienen impacto a medio o largo plazo en la vida de las personas, ya que estos dos aspectos afectan a las prestaciones sociales y a las pensiones de las que disfrutarán las personas trabajadoras, así como la seguridad y estabilidad laboral.

En cuanto al estado español, se constata que las mujeres tienden a tener jornadas de trabajo remunerado más reducidas que los hombres, sobre todo cuando tienen hijos/as o personas mayores dependientes en el cargo, para dedicarse al cuidado de éstos. Este hecho, además de sumar cargas totales de trabajo de entre 40 h y 50 h semanales, coloca a estas mujeres en una situación de precariedad (tanto en cuanto a salario, prestaciones sociales o pensiones) más extensa y elevada que los hombres.

El tipo de contrato, por su parte, nos indica la situación de estabilidad o inestabilidad laboral que puede esperar una persona, con las pertinentes consecuencias a la hora de construir un proyecto vital o mantener personas dependientes en el cargo.

Indicadores

Porcentaje de mujeres y hombres por tipo de contrato y jornada:

- Contrato indefinido/temporal
- Contrato a tiempo completo/parcial

En Smart Motors, el 95% del equipo humano tiene mayoritariamente una jornada laboral de 40 h. Si observamos los datos desagregados por género, encontramos que el 100% de las mujeres y el 90% de los hombres tienen esta jornada. Esta diferencia entre hombres y mujeres con respecto a la jornada completa no es significativa; con los datos de los que disponemos no podemos conocer si el hecho de hacer una jornada inferior a la completa proviene de motivos de la empresa, de las exigencias de cliente (en caso de que trabajen en oficina de clientes), por cuidado de terceras personas o por formación.

En cuanto al tipo de contrato, el 95% de las personas trabajadoras de Smart Motors lo tienen de tipo indefinido.

Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
Porcentaje muy elevado de personas (superior al 80%), hombres y mujeres, a jornada completa y con contrato indefinido	Garantizar que las personas que opten por la reducción de jornada (mayoritariamente mujeres) no se vean penalizadas en la participación en la empresa o en la retribución

4. Política retributiva y estructura salarial

El principio de igualdad retributiva se define como el derecho a que hombres y mujeres perciban una remuneración (salario y complementos) igual por un trabajo de igual valor, alcanzando así la equidad salarial. La equidad salarial implica: que mismos trabajos o similares se remuneren de manera igual, y que trabajos que no son iguales pero que tienen el mismo valor, se remuneren de manera igual.

Gracias a los convenios de los sectores, se ha conseguido disminuir mucho la desigualdad retributiva en los mismos trabajos o similares (quedan fuera los altos cargos, que negocian sus salarios individualmente, lo que perjudica a las mujeres). Las situaciones más habituales de discriminación retributiva, se dan cuando hombres y mujeres realizan trabajos diferentes, pero de igual valor, valorándose de manera desigual por la empresa (traduciéndose en un salario bruto desigual o en unos complementos salariales desiguales, cuyos criterios de aplicación son generalmente de carácter androcéntrico).

Indicadores

- Política retributiva no discriminatoria
- Distribución de mujeres y hombres por niveles retributivos
- Retribución anual media de las mujeres y de los hombres

Política retributiva

Revisión salarial

En Smart Motors, sobre el salario base marcado por convenio, se realiza una revisión salarial anual o semestral – en función de la franja de ingresos -. Esta revisión consiste en una reunión donde participan personas escogidas por la persona a revisar, y donde la evaluación se hace según la siguiente información:

- La opinión de líderes/as y compañeros/as sobre la aportación de las personas a los proyectos y a la empresa
- La opinión de las personas referentes en los diferentes proyectos
- La opinión de la persona en la encuesta de autoevaluación
- La distribución salarial del resto de personas

En este proceso de revisión no se dispone de unos criterios claros y públicos, con perspectiva de género, que permitan evitar sesgos y/o discriminaciones indirectas por razón de género (por ejemplo, qué elementos se valoran – si son tradicionalmente asociados a los hombres o a las mujeres, la diferencia de género en la autopercepción y valoración, etc.).

Distribución y desigualdad salarial

En Smart Motors la distribución de mujeres y hombres por niveles retributivos queda de la siguiente manera (se incluyen dos mujeres en régimen de autónomos):

- **Entre 25.001 € y 40.000 € brutos anuales:** 75% de las mujeres y 80% de los hombres
- **Más de 40.000 € brutos anuales:** 25% de las mujeres y el 20% de los hombres

Brecha salarial media

el coste medio anual salarial de los hombres es de 44.122,28€ mientras que el de las mujeres es del 40.389,41€, por lo tanto una brecha salarial de un 8,5%

Determinantes de la brecha

Ausencia de criterios claros y que garanticen la no discriminación indirecta por razón de género en las revisiones salariales

Menor presencia de las mujeres a cargos de mayor responsabilidad y remuneración

Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
----------------	-------------------

<p>Claridad en el sistema de bonus y del sistema de revisiones salariales</p> <p>Existencia anterior de un bonus que tenía por objetivo reconocer las tareas corporativas y reproductivos</p>	<p>Ausencia de criterios para garantizar la igualdad de valoración en las Revisiones</p> <p>Ausencia de medidas correctoras para garantizar que se aplican criterios igualitarios de retribución y evitar la discriminación indirecta que generan los bonus actuales</p> <p>Ausencia de reconocimiento de las tareas corporativas y reproductivos</p>
---	---

5. Acceso y promoción

El acceso al empleo y la promoción en igualdad de condiciones es un derecho que hay que garantizar a todas las personas. Al mismo tiempo, como recogen las leyes de igualdad, en sectores tan segregados como es el TIC, que se turba altamente masculinizado, hay que velar aún más para garantizar la igualdad horizontal y vertical, y para romper la inercia social.

<p style="text-align: center;">Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Número de incorporaciones durante los últimos años de mujeres y hombres ● Número de finalización de relación laboral durante los últimos años de mujeres y hombres ● Política de promociones definida y pública, con criterios de promoción neutros ● Proporción de mujeres que ocupan «altos cargos» y/o niveles directivos

6. Formación continuada

La formación vinculada al desarrollo del puesto de trabajo, sobre todo si es reglada, es uno de los vehículos principales en la promoción laboral, tanto en lo que se refiere a la asunción de responsabilidades como salarial.

Por otra parte, la formación en cuestiones vinculadas a los derechos laborales – incluyendo la formación en materia de igualdad – es clave para detectar y prevenir los abusos, las discriminaciones y las situaciones de acoso sexual o por razón de sexo que se pueden dar en el entorno laboral. El acceso a toda la formación que ofrece una empresa debe ser, por tanto, público, en igualdad de condiciones y en horarios que no colisionen con los derechos de conciliación.

<p style="text-align: center;">Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Política de formación definida, pública y de criterios neutros ● Número de horas de formación desagregado por géneros
--

Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
Política de formación de las personas trabajadoras que mejora significativamente la establecida en el convenio	Ausencia de datos sobre las horas de formación recibida desagregadas por género Ausencia de formación en materia de igualdad de género en el entorno laboral (prevención de riesgos, derechos laborales, prevención del acoso sexual, por razón de sexo u orientación sexual)

7. Medidas de ordenación del tiempo para la conciliación de la vida personal, familiar y laboral

La conciliación es la posibilidad de una persona de hacer compatibles sus esferas personal, laboral, social y familiar, para poder desarrollarse en los diferentes ámbitos, entendiendo que este desarrollo es necesario para su salud y bienestar, así como para el cuidado de las personas dependientes.

Tradicionalmente, y aún ahora, la armonía entre estas esferas ha sido desigual para hombres y mujeres, dando como resultado que éstas fueran las que más tiempo dedicaran a las tareas domésticas y de cuidados en detrimento de su tiempo de trabajo remunerado y de desarrollo personal. Disponer de medidas para permitir la conciliación a todas las personas e impulsar que tanto hombres como mujeres se acojan a ella es contribuir a una nueva organización de los tiempos de trabajo más sostenible, así como a la corresponsabilidad de género hacia las tareas domésticas y de cuidados.

Indicadores

- Medidas para la conciliación de la vida personal y laboral
- Adecuación de los horarios para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral
- Facilidades que ofrece la empresa para solicitar permisos y excedencias
- Proporción de hombres y mujeres que se acogen o se benefician de las medidas de conciliación de la vida personal y laboral

Smart Motors aplica y promociona las medidas de conciliación que recoge la ley, y recoge los datos de uso desagregados por género. De manera agregada, el uso de las medidas de conciliación que recoge la ley (medidas de uso puntual, no cotidiano) ha aumentado del 21% al 36% en tres años. Mirando los datos desagregados por género podemos observar que el aumento se ha dado sobre todo entre los hombres (del 22% al 39% en tres años), y las mujeres, si bien ha aumentado su uso, hacen menos que los hombres (del 19% al 28% años).

Aparte de las medidas de conciliación recogidas en el convenio, Smart Motors dispone de otras medidas, apelando a la responsabilidad personal y colectiva, y al consenso con el resto del equipo:

- Flexibilidad horaria para adaptar y conciliar los ritmos de trabajo y los ritmos personales (tanto en el horario diario como en periodos puntuales de larga duración, incluidos reducciones o compactaciones de jornada)
 - Flexibilidad espacial (trabajar desde cada o desde otra oficina), con el objetivo de facilitar la conciliación, disminuir los tiempos de transporte, superar el presentismo y favorecer el trabajo autónomo y la autogestión
 - Evitar hacer reuniones y tareas no principales (áreas, grupos de trabajo de proyectos internos u organización de eventos) fuera del horario laboral, y con horario de inicio y final definidos
 - Lucha contra el sobreesfuerzo (horas extras) para evitar el cansancio, el desgaste y el estrés. Los mecanismos para conseguirlo son una buena planificación de los proyectos, y espacios para delegar tareas u ofrecerse a coger nuevas
 - Transmitir el posicionamiento de Smart Motors hacia la conciliación a cliente y poner límites en su caso.

La empresa no dispone de sistema de recogida de datos, ni agregados ni desagregados, del uso de las medidas propias, por lo que no podemos conocer su impacto en cuanto a género, y comparar su uso con las medidas que recoge la ley. Esta comparación sería muy útil para saber qué tipo de conciliación necesitan hombres y mujeres y, por lo tanto, qué tipo de medidas les son más adecuadas.

Generalmente hay que apuntar, sin embargo, que tanto en la encuesta como en los grupos de discusión realizados, tanto el posicionamiento como las medidas de Smart Motors respecto a la conciliación son muy apreciadas y valoradas. Al mismo tiempo, se evidencia que no todo el mundo comparte la misma manera de entender la conciliación (no se discute la conciliación por razones familiares pero sí por otras razones, o no todo el mundo está a favor de la jornada continuada), se apunta que con una jornada de 40 horas semanales es difícil conciliar a pesar de que no es difícil conciliar.

las medidas existentes, y se pone de manifiesto que las personas que están a cliente no pueden disfrutar de las mismas medidas que las personas que están en las oficinas. Por otra parte, donde se detectan más malestares es en la cuestión de los sobreesfuerzos, que se recuperan con tiempo de no trabajo, y en proporción 1:1.

Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
----------------	-------------------

<p>Existencia de medidas propias de conciliación que mejoran las establecidas en el convenio de aplicación, muy bien valoradas por las personas trabajadoras</p> <p>Facilidad de la empresa para solicitar y aplicar permisos y excedencias</p> <p>Existencia de grupo de trabajo sobre la conciliación en Smart Motors</p>	<p>Ausencia de datos sobre la proporción de hombres y mujeres que se acogen o se benefician de las medidas propias de conciliación</p> <p>Detección de malestar en la compensación o recuperación de los períodos de sobreesfuerzos, que afectan sobre todo a la conciliación</p> <p>Diario</p> <p>Adelantar las necesidades de conciliación del equipo humano de aquí a tres-cinco años (gran parte de la plantilla en situación de crianza)</p> <p>Implementación de las medidas propias a las personas trabajadoras que se trabajan en las oficinas de la clientela</p>
---	--

8. Sexismo, acoso sexual, por razón de sexo o por orientación sexual

Todas las empresas del estado, tengan el tamaño que tengan, están obligadas a tener un protocolo de prevención y abordaje del acoso sexual o por razón de sexo. Un protocolo de estas características permite y facilita que las personas puedan sentirse seguras en su ambiente laboral, sabiendo que no se toleran ni encubren estas actitudes, que se previene su desarrollo y que, en caso de vivir una situación de este tipo, sabrán dónde acoger, el camino que seguirá su denuncia, y las repercusiones que ello supondrá para la persona agresora.

<p style="text-align: center;">Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Medidas de prevención, denuncia y sanción del acoso sexual y/o por razón de sexo ● Persona responsable o comité para prevenir, detectar y denunciar los casos de acoso sexual y/o por razón de sexo ● Acciones de formación e información sobre la prevención del sexismo, el machismo, el acoso sexual y/o por razón de sexo.
--

El ambiente de trabajo de una empresa, así como los niveles de jerarquía, determinan la confianza de las personas en expresar malestares, conflictos y/o agresiones, hecho clave a la hora de prevenir y actuar ante el acoso. Junto con el sistema horizontal de las áreas, que facilita la participación y sensación de igualdad de las personas, en la encuesta realizada las personas trabajadoras valoraban muy positivamente el clima de la empresa, al tiempo que apuntaban que la expresión y abordaje de malestares o agresiones era ligeramente más difícil.

Como se ha mencionado anteriormente Smart Motors se posiciona firmemente contra la discriminación por razón de sexo u orientación sexual, pero formalmente no dispone de ningún protocolo para la prevención y el abordaje del acoso sexual o por razón de sexo.

Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
<p>Posicionamiento público e interno de rechazo a la discriminación</p> <p>Capacidad de detección e identificación de violencias machistas por gran parte del equipo humano</p>	<p>Ausencia de medidas de prevención, denuncia y sanción del acoso sexual, por razón de sexo o por orientación sexual</p>

9. Tabla resumen de puntos fuertes y ámbitos de mejora

Estructura del equipo humano	
Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
<p>Plantilla joven y diversa</p>	<p>Mejora: Ausencia de acciones de corrección en caso de subrepresentación o sobrerrepresentación de mujeres en determinados puestos de trabajo, así como como en el conjunto de la empresa</p> <p>Reto: anticipar las necesidades de conciliación del equipo humano a cinco años vista</p>

Cultura organizativa y participación	
Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
<p>Percepción de igualdad en la empresa</p> <p>Voluntad de conocer más a fondo el estado de la igualdad en la empresa y de mejora</p>	<p>Reto: trabajar el relevo y transmisión de la filosofía Smart Motors, incluyendo el trato igualitario y no discriminatorio</p>
<p>Organización teal, que fomenta la autogestión y la autonomía</p>	<p>Ausencia de medidas de corrección en caso de subrepresentación o sobrerrepresentación en las áreas y en su liderazgo</p> <p>Ausencia de acciones de corrección en caso de subrepresentación o sobrerrepresentación de mujeres en los niveles directivos</p> <p>Ausencia de criterios y mecanismos de acceso a las áreas públicas</p>

Tipo de jornada y contrato	
Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
Porcentaje muy elevado de personas (superior al 80%), hombres y mujeres, a jornada completa y con contrato indefinido	Reto: garantizar que las personas que opten por la reducción de jornada (mayoritariamente mujeres) no se vean penalizadas en la participación en la empresa o en la retribución

Política retributiva y estructura salarial	
Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
Claridad en el sistema de bonus y del sistema de revisiones salariales Existencia anterior de un bonus que tenía por objetivo reconocer las tareas corporativas y reproductivos	Ausencia de criterios para garantizar la igualdad de valoración en las Revisiones Ausencia de medidas correctoras para garantizar que se aplican criterios igualitarios de retribución y evitar la discriminación indirecta que generan los bonus actuales Ausencia de reconocimiento de las tareas corporativas y reproductivos

Acceso y promoción	
Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
Voluntad de la empresa en la contratación de mujeres, en tanto que género subrepresentado en la empresa	Ausencia de criterios de selección que, a la vez que garantizan la calidad de las personas que se incorporan, velan por mejorar

Mejora anual – aunque lenta – de la proporción entre mujeres y Casos	el acceso al empleo de las mujeres, en tanto que género subrepresentado en la empresa
--	---

	<p>Ausencia de datos sobre número de hombres y mujeres liderando proyectos y equipos</p> <p>Ausencia de medidas para garantizar la equidad en la valoración de las personas en las revisiones</p> <p>Ausencia de criterios para garantizar la equidad en el liderazgo de proyectos y equipos</p>
	<p>Ausencia de medidas para promover el acceso de las mujeres a Global o otras áreas estratégicas</p>

Formación continuada	
Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
<p>Política de formación de las personas trabajadoras que mejora significativamente la establecida en el convenio</p>	<p>Ausencia de datos sobre las horas de formación recibida desagregadas por género</p> <p>Ausencia de formación en materia de igualdad de género en el entorno laboral (prevención de riesgos, derechos laborales, prevención del acoso sexual, por razón de sexo u orientación sexual)</p>

Medidas de conciliación y corresponsabilidad	
Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
<p>Existencia de medidas propias de conciliación que mejoran las establecidas en el convenio de aplicación, muy bien valoradas por las personas trabajadoras</p>	<p>Ausencia de datos sobre la proporción de hombres y mujeres que se acogen o se benefician de las medidas propias de conciliación</p>

<p>Facilidad de la empresa para solicitar y aplicar permisos y excedencias</p> <p>Existencia de grupo de trabajo sobre la conciliación en Smart Motors</p>	<p>Detección de malestar en la compensación o recuperación de los períodos de sobreesfuerzos, que afectan sobre todo a la conciliación Diario</p> <p>Implementación de las medidas propias a las personas trabajadoras que se trabajan en las oficinas de la clientela</p> <p>Reto: adelantar las necesidades de conciliación del equipo humano de aquí a tres-cinco años (gran parte de la plantilla en situación de crianza)</p>
--	--

Sexismo, acoso sexual, por razón de sexo u orientación sexual	
Puntos Fuertes	Ámbitos De Mejora
<p>Posicionamiento público e interno de rechazo a la discriminación</p> <p>Capacidad de detección e identificación de violencias machistas por gran parte del equipo humano</p>	<p>Ausencia de medidas de prevención, denuncia y sanción del acoso sexual, por razón de sexo o por orientación sexual</p>

Plan de acciones

Ámbitos de intervención

Ámbito "Estructura de la plantilla"					
Objetivo	Acciones	Indicadores	Términos	Recursos	Responsable
A largo plazo, tener una plantilla más paritaria, tanto en el global	1. Recoger y analizar de manera periódica datos segregados por género sobre participación en áreas y proyectos	Datos 2018, 2019, 2020	En proceso continuo	- ERP	Igualdad Organización

como los puestos de toma de decisiones. decisiones y en las áreas	2. Definir y ejecutar medidas de corrección en caso de subrepresentación o sobrerrepresentación en determinadas áreas y proyectos (p. ej. Formación en leadership, Proceso de reboot en dos pasos: el formulario actual + se da acceso a resultados preliminares y se aconseja)	Misma proporción – o similar – que la de hombres y mujeres en la empresa en áreas, proyectos y cargos de toma de decisiones.	12/2020	- Espacios de definición de las medidas - Mecanismos de seguimiento y aplicación de las medidas	Global Compromiso Organización Servicios Conocimiento
---	---	--	---------	--	---

41

	Plan de igualdad 2019-2022
--	----------------------------

Ámbito "Cultura organizativa y participación"					
Objetivo	Acciones	Indicadores	Términos	Recursos	Responsable
Incorporar la perspectiva de género en la Teal y Filosofía transmitirla en discurso y formas*	1. Definir y publicar criterios y mecanismos de acceso a todas las áreas	Misma proporción –o similar – que la de hombres y mujeres en la empresa en las áreas	En proceso continuo, cada fin de año		Organización Compromiso de comunicación
	2. Definir acciones para mantener en las áreas – como mínimo - la proporción de mujeres y hombres de la empresa	Misma proporción –o similar – que la de hombres y mujeres en la empresa en las áreas	12/2022		Organización Compromiso de comunicación
	3. Elaboración del manual de comunicación interno y externo para una comunicación inclusiva y que visibilice la diversidad	Uso de lenguaje inclusivo Visibilización de hombres y mujeres en la misma proporción que la de la empresa – o mejorarla	10/2022	- Espacio de debate sobre los criterios a seguir - Horas de trabajo corporativas del equipo de comunicación	Comunicación

42

Plan de igualdad 2019-2022

Ámbito "Política retributiva y estructura salarial"

Objetivo	Acciones	Indicadores	Términos	Recursos	Responsable
Definir una política retributiva que garantice la igualdad de oportunidades y dé valor a las tareas corporativas	1. Abordar el debate y estudiar la posibilidad de repensar el sistema de bonus con el fin de reducir el impacto de género desigual, y fomentar que se valoren las tareas corporativas y reproductivas* (p. ej. repensar el bonus ahorro, atribuir un % de la facturación a bonus de área y repartir sobre las personas de área, revalorizar bonus estructura, considerar las tareas de cuidado del espacio y las personas como corporativas)	Bonificación Brexa	En proceso continuo	- Espacios de análisis y redefinición de bonus - Recursos económicos que garanticen su viabilidad	Recompensa
	2. Definir y dar a conocer criterios para garantizar la igualdad de oportunidades y eliminar los posibles sesgos de género en las reviews salariales y profesionales	Misma proporción – o muy similar - de hombres y mujeres que promocionan en cuanto a tareas, responsabilidades y retribución salarial	12/2022	- Espacios de definición de criterios - Mecanismos de seguimiento y evaluación de las promociones - Formación en liderazgo de equipos, y coach para las mujeres de la empresa	Recompensa

Ámbito "Formación continuada"

Objetivo	Acciones	Indicadores	Términos	Recursos	Responsable
Instruir una política de formación que garantice la igualdad de oportunidades, fomente la transversalización de la perspectiva de género en el ámbito TIC y facilite la consecución del	1. Recoger y analizar de manera periódica datos desagregados por géneros sobre las horas de formación recibida, el tipo, el coste y la duración	Datos 2018, 2019, 2020	En proceso continuo	- ERP	Conocimiento Igualdad
	2. Realizar una formación obligatoria anual por incorporar la perspectiva de género en el ámbito laboral y el sector TIC	Porcentaje de personas que realizan anualmente la formación	Stand by	- Económicos - Formativos internos o externos	Igualdad Conocimiento

resto de objetivos del plan de igualdad	3. Ofrecer, dar a conocer y/o facilitar el acceso a aquellas acciones formativas que faciliten la consecución del resto de objetivos del plan	Contenido de las formaciones, vinculado a la incorporación de la perspectiva de género y la promoción de la equidad	Hecho y en proceso continuo	- Entradas al blog y cartelería	Igualdad
---	---	---	-----------------------------	---------------------------------	----------

Ámbito "Medidas de conciliación y corresponsabilidad"						
Objetivo	Acciones	Indicadores	Términos	Recursos	Responsable	
Instruir una política de conciliación que fomente la corresponsabilidad y garantice el bienestar de las personas, con especial énfasis para las personas que trabajan a cliente	1. Recoger y analizar periódicamente datos desagregados por género sobre la proporción de hombres y mujeres que se acogen o se benefician de las medidas propias de conciliación	Datos 2019, 2020	En proceso continuo	- ERP	Igualdad	
	2. Impulsar y consolidar el grupo de trabajo sobre conciliación, para seguir avanzando hacia una cultura de la corresponsabilidad	Publicación de los resultados de la encuesta realizada Propuestas impulsadas por el grupo de trabajo	12/2020			Compromiso Igualdad
	3. Inventario y publicar las medidas de conciliación existentes en Smart Motors	Listado de medidas publicado en los Documentos corporativos	12/2020			Compromiso Comunicación
	4. Definir posicionamiento y acciones hacia los derechos de conciliación de las personas que trabajan a cliente	Porcentaje de uso de las medidas de conciliación	04/2020	- Espacios de definición de posicionamiento y acciones - Creación de cláusula contractual con los clientes		Compromiso Comunicación Comercial Servicios

Ámbito "Sexismo, acoso sexual, por razón de sexo u orientación sexual"					
Objetivo	Acciones	Indicadores	Términos	Recursos	Responsable

Definir y hacer públicas a escala interna y externa las medidas de prevención, denuncia y gestión del sexismo, el acoso sexual, por razón de sexo o por orientación sexual	1. Elaborar – sobre todo con la participación de mujeres y personas LGBTIQ+ de la empresa - el protocolo para la prevención, denuncia y gestión del sexismo, el acoso sexual, por razón de sexo o por orientación sexual.	Protocolo	Hecho	- Apoyo externo para la elaboración del protocolo - Uso de la herramienta Co-Resol	Igualdad Legal	
	2. Establecer los mecanismos que garanticen que el protocolo se aplique a cliente, si éste no dispone de protocolo propio, y entidades proveedoras	Cláusula contractual con el cliente Respuestas de las encuestas o entrevistas de valoración del trabajo a cliente		07/2020	- Espacios de definición de las entrevistas o encuestas de valoración del trabajo a cliente	Servicios Legal
	3. Realizar una formación – como mínimo - anual obligatoria sobre la identificación y actuación ante situaciones de sexismo y acoso, que tenga en cuenta todos los roles implicados (víctima, agresor/a, testigo, cooperador/a)	Porcentaje de personas que realizan anualmente la formación		12/2020	Formación Internamiento el externa	Compromiso
	4. Realizar una campaña de comunicación interna para facilitar la identificación del sexismo y el acoso, así como la corresponsabilidad de ponerle freno; y/o fomentar el buen trato, el respeto y la horizontalidad (incluirlo en el pack de bienvenida)	Resultados cuestionarios sobre percepción igualdad y no discriminación		En proceso continuo	- Cuestionarios sobre percepción y no discriminación	Igualdad Comunicación

Sistemas de seguimiento y evaluación del plan

La implementación del plan de acción conlleva una serie de tareas a desarrollar: ejecución de las acciones, comunicación al equipo humano, seguimiento y control del plan de acción y evaluación del mismo.

Al mismo tiempo, es necesaria una actualización periódica del plan que permita que el mismo pueda adaptarse a las necesidades del momento, resolver los problemas no previstos y/o diseñar nuevas acciones fruto de un nuevo diagnóstico.

La Comisión de Igualdad de Smart Motors es la responsable de llevar a cabo el

seguimiento y la evaluación del Plan de Igualdad, comunicándolo siempre a People y Global.

Mecanismos de seguimiento

Con el fin de desarrollar el seguimiento del plan se recogerán las informaciones proporcionadas por los responsables de cada acción, así como las opiniones del equipo humano de la empresa; se identificarán los problemas que puedan aparecer durante la ejecución del mismo y se buscarán las soluciones adecuadas al momento y la realidad de la problemática.

La importancia y relevancia del seguimiento radica en que el mismo es la herramienta que enlaza con el proceso de evaluación. Por este motivo, las personas responsables de la implementación del plan deben documentar de manera sistemática su seguimiento.

La comisión de Igualdad de Smart Motors será la encargada de hacer un seguimiento trimestral del desarrollo del plan, comunicarlo al resto del equipo y recoger anualmente su opinión, dado el grado de satisfacción, y las problemáticas y facilidades aparecidas durante el proceso.

Mecanismos de evaluación

El objetivo principal de la evaluación es valorar si las acciones diseñadas y ejecutadas se corresponden a los objetivos formulados y los resultados esperados. Las actividades de evaluación se desarrollan a lo largo y final del proceso de implementación del plan de acción.

Los criterios para evaluar las acciones planificadas son los siguientes:

Planificación de las acciones

- Grado de aplicabilidad a la realidad de la empresa
 - Adecuación de los objetivos y resultados esperados a la realidad de la empresa
 - Coherencia de las acciones con los recursos y objetivos establecidos en el plan de acción
- ### **Gestión del plan de acción**
- Cumplimiento del calendario previsto y su motivación
 - Relación equilibrada entre la asignación de recursos y los objetivos establecidos.
 - Eficacia de la metodología utilizada

Resultados

- Consecución de los objetivos y resultados previstos y su motivación
- Grado de participación y satisfacción de las personas beneficiarias de las acciones
- Facilidades y problemáticas en el proceso

La evaluación será responsabilidad de la Comisión de Igualdad de Smart Motors, que presentará los resultados al resto del equipo humano de la empresa de manera anual, junto con la memoria de su actividad y el programa para el siguiente curso.