

**Responsabilidad Social Territorial:
Ejemplos y buenas prácticas**

**Plan de Igualdad
Mataró**



Ficha resumen de buenas prácticas

1. Datos de identificación de la Buena Práctica

Título	Plan de Igualdad
Ámbito territorial	Comarcal
Población	Mataró (Barcelona). 124.161 habitantes, a enero 2012
Entidad	EMPRESA CASAS S.A.
Contacto	Julia Gilavert. Adjunta a gerencia jgilavert@moventia.net
Web	www.empresacasas.com
Disponible en formato electrónico	
Otros formatos (indicar)	

2. Dimensión en la que se encuadra la BP (señalar las que procedan)

- Económica
- Social
- Medioambiental
- Buena gobernanza y gestión transparente

3. Descripción de la BP

Realizamos un plan de comunicación expreso para transmitir el concepto de igualdad, así como el plan de igualdad en si. Tenemos diversidad étnica en la plantilla: 2 rumanos, 4 argentinos y 1 uruguayo; los rumanos recibieron un curso de castellano a través de la empresa. Llevamos a cabo la contratación de 4 conductoras por discriminación positiva.

Disponemos de un manual de acogida de conductor/a. Apostamos por la flexibilidad horaria y de cambio de turno para favorecer la conciliación de vida familiar en todos los puestos de trabajo. Se ha desarrollado una guía del lenguaje no sexista así como un protocolo para la protección de los derechos de los trabajadores y trabajadoras ante el acoso sexual, por razón de sexo y moral en el ámbito laboral.

4. Estado de ejecución de la BP

Tipo de Buena práctica. Señalar:

- Programa
(Permanente en el tiempo)
- Actividad
(Duración limitada no asociada a un programa o a un proyecto. Ejemplo: Curso)
- Proyecto
(Conjunto de actividades con una duración limitada en el tiempo y financiación finalista (fondos propios y/o externos))

Fecha de inicio: 2007

Fecha de finalización, en su caso: _____

Desde el inicio se desarrolla anualmente

- Sí
- No

Vigente en la actualidad:

- Sí
- No

BBPP estable con vocación de permanencia

- Sí
- No

En el caso de que la BBPP se haya transferido indicar la entidad/es a la que se ha transferido:

Otros aspectos a destacar:

5. Tipología de la BP:

- Trabajo en Red
- RSE Pymes
- Participación Voluntariado
- Pacto Por El Empleo / Acuerdo Marco
- Medioambiental
- Instrucción Cláusulas Sociales
- Discapacidad
- Integración Laboral/Social
- Premios, Galardones
- Metodología, Material, Productos
- I.O. /Género
- Formación RS
- Otros

Tema/ Subtipo: _____

6. Adecuación de la BP a los principios y valores de la RST

- Corresponsabilidad
- Empoderamiento
- Sostenibilidad
- Transparencia
- Diversidad
- Gestión del Conocimiento
- Innovación

Implantación y comunicación abierta del plan de igualdad. Aplicación práctica de discriminación positiva y diversidad étnica en la contratación.

7. Gestión interna de la RS

Gestión diaria a cargo de la agente para la igualdad y la persona responsable de calidad de la aplicación de procedimientos y formatos de las normas ISO9001, ISO14001, ISO13816, OSHAS18000 y plan de igualdad.
Involucración de gerencia y responsables de área: tráfico y taller.

8. Agente(s) responsable(s) de la actuación

- Administración
- Agentes sociales
- Sociedad civil
- Empresas
- Otras

Relacionar

Agente para la igualdad
Responsable de calidad, PRL, MA,.

9. Participantes

- Administración
- Agentes sociales
- Sociedad civil
- Empresas
- Otras

Relacionar

Empresa Casas
Moventis

10. Coste y financiación

Coste:

- Financiación con fondos propios. (cuantía sin evaluar)
- Financiación con fondos ajenos.

11. Observaciones y DAFO.

Análisis Interno de la organización (Liderazgo, estrategia, personas, alianzas/recursos y procesos):

El plan de igualdad se mantiene vivo a través de la agente para la igualdad y la responsable de Calidad, PRL y MA, con el apoyo de la gerencia, lo cual se traduce en actuaciones concretas en la contratación (actualmente sin posibilidades de ampliación a corto plazo) y en los comunicados internos de la empresa. No obstante, aún debemos interiorizar el lenguaje de igualdad en el uso por parte de los departamentos de la empresa: tráfico, taller y administración.

Análisis Externo de la organización (Mercado, sector y competencia):

Todo comunicado externo se realiza en base al lenguaje de igualdad, si bien en ocasiones prima la concisión lingüística en notas informativas a los usuarios/as de nuestras líneas de transporte.