



El pasado 25 de noviembre de 2011, ha tenido lugar en Madrid la primera Mesa Redonda reuniendo las mujeres de **Renault** junto a mujeres de empresas exteriores, **Pwc y PSA**, para compartir experiencias y hacer surgir nuevas propuestas en materia de diversidad en la empresa.

Esta iniciativa se inscribe en la línea de acción de fomento de los encuentros con otras empresas y las Administraciones locales y autonómicas desarrollada por el women@renault.

### **EL W@R:**

El encuentro comenzó con una presentación por parte de Elvira TORRES, Responsable del women@renault, de los objetivos de la red cuyo mayor propósito es no desperdigar a los talentos femeninos.

Se expone la organización de la red.

Se hizo un repaso de las acciones más significativas que ya están en marcha como el lanzamiento de la red en Madrid el pasado 13 de abril , el lanzamiento en Valladolid el pasado 21 de junio , el desayuno con Carlos Ghosn y la reunión de trabajo de Sevilla del 26 de octubre.

Concluyo diciendo afirmando que se tiene que “seguir peleando para que siga en marcha” la iniciativa.

### **PSA:**

Por parte de **PSA**, las ponentes, Mar REQUENA, Responsable Peugeot Excellence y Diversidad y Estefanía NARRILLOS, Directora Financiera España y Portugal PSA Peugeot Citroën

*Datos sobre PSA* -> segundo fabricante, 17 000 empleados y solo 2 mujeres en puestos a responsabilidad.

Para ella, las mujeres son muchas pero siguen siendo invisibles aunque tiene voluntad de participar.

Entonces se creo la iniciativa **2010 women engaged for PSA**.

Comparten las mismas inquietudes que el women@renault por ejemplo las inquietudes de las mujeres acerca de la recepción de su iniciativa en un mundo masculino. Destacan que para desarrollar este tipo de iniciativa las

empresas necesitan mujeres con poder es decir colocadas en altos puestos para poder promoverlo.

Como en el caso de Renault, las ponentes han destacado el papel esencial del apoyo por parte del director de la empresa. Así, Philippe Varin en PSA es miembro de honor del 2010 women engaged for PSA y como Carlos Ghosn pide que se planteen propuestas concretas para poder apoyar estas iniciativas.

Según Mar es necesario promover estos encuentros para hablar de temas de mujeres.

Tienen dos proyectos separados:

- El proyecto excellence para un cambio de organización y de cultura en la empresa. Se enmarca en el desarrollo de la diversidad interna.
- proyecto 2010 women engaged for PSA

En PSA están en una fase embrionaria en este sentido en que proyectos de diversidad (encabezados por Mar) y proyecto 2010 women engaged for PSA (encabezado por Estefanía) quedan todavía apartados. La tarea ahora es de desarrollarlos en sincronización

Lo que se destaca de la acción llevada en su empresa es la solidaridad entre las mujeres. Así en Francia, donde algunas mujeres tienen ya puestos importantes se desarrollan programas de ayudas para mejorar la situación de las mujeres en España.

### **PwC:**

Mar GALLARDO, 1era mujer Socia de auditoria (2003) en **PwC**, destaca que el movimiento para mejorar la posición de la mujer en la empresa no es una moda ni siquiera una simple recomendación legal pero de verdad la clave para las futuras estrategias de negocio hacia la rentabilidad.

*Datos sobre PwC* -> organismo que presta servicios profesionales (audit...), fiscales y jurídicos. 100 000 personas al nivel mundial y 4 000 en España.

Destaca la pérdida de talentos femeninos porque al nivel de los socios sobre 147 socios solo 16 son mujeres.

Frente a esta situación, desde 2006 valorar a los talentos femeninos es una prioridad de la empresa.

Empezaron a través del Comité para exponer las propuestas en materia de diversidad y concienciar a la organización. Todos los socios y directores en España recibieron un informe sobre como gestionar el talento femenino: el primer paso era medir estos talentos y proponer medidas para gestionar este potencial

En PwC también el presidente apoya estos proyectos y pide tener objetivos.

El mayor problema según ella es la diferencia de planteamiento entre los hombres, que valoran la cultura de la presencia, y las mujeres, que dan más importancia a la cultura del resultado.

Por eso, se tiene que modificar la cultura organizativa de la empresa a través de una mayor flexibilidad, el fomento del net working y las medidas de teletrabajo que dan muy buenos resultados desde 4 años.

Mar habla de promover la carrera a dos velocidades y de mentoring para poder dirigir su carrera lo mejor posible y ayudar a la mujer a adquirir visibilidad en la empresa. Esta última, implantada en 2010, consta con 12 mentis y 10 mentoras y de momento tiene muy buenos feedback.

## **DEBATE:**

A continuación, todos los asistentes participaron al debate moderado por María Luisa DE CONTE Responsable Diversidad Renault España y Directora del Foro Mujeres Diálogo.

Entre las principales interrogaciones de las participantes, se puede destacar la preocupación por:

-¿habéis analizado en PwC el techo de cristal?

### **Respuesta PwC**

Dos barreras: organizativa (el techo de cristal) y también auto limitación (techo de cemento)

En PwC se intenta permitir a las mujeres conciliar vida privada y persona por que al día de hoy se van a los 6/7 años por razones personales.

-¿Cómo conseguir visibilidad?

### **Respuesta Mar PwC**

1º - tiene que haber mujeres directivas que la favorezcan.

2º - Se pone en marcha horas de comienzo y terminación e reunión para que no tarden demasiado.

### **Respuesta María Luisa Renault**

Se tiene que hablar de todo y no solo de temas de igualdad y diversidad en las reuniones.

### **Respuesta Estefanía PSA:**

Los sectores más masculinos son así básicamente porque los que eligen son hombres y estos piensan que a una mujer no le va a interesar trasladarse o hacer horas extras... así que no lo ofrecen.

- ¿Como se mide y que publicación de los indicadores?

### **Respuesta Mar PwC**

Ahora están publicando algunos indicadores en materia de diversidad.

### **Respuesta Mar PSA**

Cada 2 años se publican informes de diversidad que lo tiene el comité de dirección para que vean las diferencias entre los hombres y mujeres. El siguiente paso es comunicarlo a la plantilla. Cada oportunidad que tienen la aprovechan para publicar informes con cifras.

- ¿Cómo hacer llegar el mensaje?

**Respuesta Mar PSA**

También veo bastante resistencia por parte de algunas mujeres para pertenecer a la red por lo que a veces se hace difícil la comunicación.

**Respuesta Elvira Renault**

Comunicar y aprovechar todas las oportunidades, echarle mas tiempo y energía para poder comunicarlas intenciones de la red. Intentar aprovechar a los hombres directivos que acuden a las reuniones para demostrar que esto no es algo en contra de la empresa sino para ayudarla.

- ¿Qué ha marcado la diferencia ente vosotras y otras?

**Respuesta Mar PwC**

Estar ahí y demostrar mucho más de lo que ha tenido que demostrar un hombre y renunciar a muchas cosas. Hay que estar orgullosas de estar ahí e intentar que no cueste tanto llegar a lo más alto.

¡Habría igualdad cuando en los consejos haya mujeres ineficientes!

**Respuesta Maria Luisa Renault**

1º tu situación. Las que llegan so las que estén mas dispuestas a renunciar a muchas cosas.

**Resp Estefanía PSA:**

1º trabajar muchísimo. 2º el apoyo de tu entorno. 3º la confianza de tus jefes que te promueven y valoran tus resultados mas que tu presencia.

- ¿Qué diferencia hace el talento femenino?

**Respuesta Maria Luisa Renault**

Nuestro talento es diferente a los de los hombres, enriquece a la empresa. Los equipos femeninos aportan humanidad y transparencia y se gestionan mejor ya que quitan liderazgo. No hay individualismo.

**Respuesta Mar PSA**

La forma de trasmitir un mensaje somos super precisas y concisas. Lo mejor son los equipos mixtos. Las mujeres tienen una capacidad de negociación mucho más alta que la de los hombres. Se ha comprobado en casos prácticos del Instituto de Empresas para conseguir un acuerdo:

- hombres 40%
- mixtos 60%
- mujer 80%

Al final, las participantes se han visto entregar una encuesta para evaluar su satisfacción y de esto resalto las propuestas siguientes (sobre un total de 40 cuestionarios):

1. Acciones de comunicación dirigidas a los hombres para concienciarles (este punto ha sido destacado por 9 mujeres) Extender la invitación a los actos. Fomentar una participación mixta.
2. Involucrar a más mujeres
3. Ayudar las mujeres de la empresa a conocer sus derechos y evitar las situaciones de aislamiento cuando tienen que acudir a la justicia.
4. Hacer un acta de las reuniones para que lo lea el Comité de Dirección.
5. Poner en marcha el sistema de Mentoring/Coaching (como PwC)

6. Benchmarking con otras empresas muy avanzadas en materia de Igualdad. Conocer las medidas concretas puestas en marcha por las demás empresas
7. Convertir las propuestas del women@renault en objetivos de empresa
8. Publicar los salarios hombres/mujeres
9. Trabajar con PSA : proponen desde Peugeot hacer una reunión para profundizar los temas tratados (Soledad Fernandez- Directora Regional) y hacer cosas en común (Marta Blázquez (Directora Marketing y Calidad)
10. Medir, cuantificar la posición de la mujer en la empresa. Pedir a cada servicio que presente sus cifras de % de mujeres según el nivel jerárquico.
11. Organizar otros encuentros con más tiempo de preguntas haciéndolas por escrito (compartir las respuestas por Internet/Blog) + Organizar encuentros “métiers” dentro de Renault.
12. Fijar objetivos y animar la participación directa de las mujeres en la red (liderar)
13. Debatir del tema: *“Una vez que has levantado el pie, puedes volver a meterte de nuevo”*.
14. Organizar la primera Fiesta de Navidad del women@renault

Os agradecemos a todas por haber sido presentes a esta mesa redonda que fue sin duda un gran éxito.

Recordar que todas aquellas personas que estén interesadas en conocer mas información sobre la red española o darse de alta, pueden dirigir un e-mail a la siguiente dirección: [women.spain@renault.com](mailto:women.spain@renault.com)

El equipo del w@r