

METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA: **5.1** Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo. **5.5** Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública. **5.c** Aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres y las niñas a todos los niveles.



Objetivo:
LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y EMPODERAR A TODAS LAS MUJERES Y LAS NIÑAS.

#ODSConexos:

ODS 8 "Trabajo decente y crecimiento económico", **ODS 17** "Alianzas para lograr los objetivos".

Resumen Ejecutivo

La iniciativa nace en 2010 a nivel internacional, para todo el Grupo Renault. Es un programa que busca reforzar la complementariedad en los equipos de trabajo. Women@Renault es llevado adelante por la Directora delegada de la Presidencia Corporativa y acompañada por las Direcciones de Comunicación & Sustentabilidad y Recursos Humanos, del Grupo Renault a nivel mundo, y un representante (líder local) para cada país. En Argentina, el programa se desarrolla desde 2011 y la actual representante es la Directora de Comunicación & Sustentabilidad.

#PalabrasClaves: "Equidad de género", "RRHH", "Diversidad", "Reclutamiento", "Igualdad de oportunidades", "Innovación", "Equilibrio".

Descripción

• Antecedentes

El origen del programa se da en el seno del Comité Ejecutivo Mundial. En el país, el programa se encuentra integrado en las actividades cotidianas de la Dirección de Comunicación, Asuntos Públicos & Sustentabilidad, y la Dirección de Recursos Humanos. Sus objetivos son:

- a) Empoderar a todas las colaboradoras del grupo.
- b) Generar un mejor equilibrio entre hombres/mujeres.
- c) Atraer, motivar y retener a las mujeres en Renault.
- d) Mejorar la participación e integrar a las mujeres en una industria tradicionalmente de hombres.
- e) Incrementar el porcentaje de mujeres que accedan a los planes de carrera.
- f) Trabajar en sintonía con la política de RRHH para la igualdad en las posibilidades en pos del acceso a puestos clave.
- g) Aportar la diversidad de miradas mujer/hombre, con el fin de adaptar los productos al estilo de uso y requerimientos de ambos.



• Barreras encontradas para el desarrollo de las acciones

La principal barrera fue socio-cultural: sortear uno de los viejos paradigmas que tiene el mercado automotriz (creer que es una industria para hombres).



• Contribución de la iniciativa al ODS y su proyección en tiempo

Actualmente, el porcentual de mujeres sobre la base total de empleados es del 15,2%, el de mujeres en posiciones de Key Performance es de 26% y el de mujeres en Comité de Dirección es de 9,09%.

• ALIANZAS

Alianzas EStratégicas: Naciones Unidas; Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas; PNUD Argentina; Carrefour Argentina; RED de Empresas por la Diversidad (Universidad Torcuato Di Tella).

Cadena de Valor: Colaboradores (de manera directa); Comunidad (indirectamente).



Meta de prioridad nacional.
Informe Voluntario Nacional 2017.

PERSONAS

