



RENAULT



CONECTANDO EMPRESAS CON ODS

NEGOCIOS INCLUSIVOS CON ASOCIACIÓN CIVIL LAS OMAS

- **Objetivo**
Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- **ODS Conexos:**
ODS 1 "Fin de la Pobreza"
ODS 5 "Igualdad de género"
ODS 10 "Reducción de las desigualdades"
ODS 12 "Producción y consumo Responsables"
- **Orientación**
BUSINESS CONTINUITY
En alianza con ONGS y en alianza con gobiernos provinciales.
- **Tipo de Iniciativa**
Acción
Proyecto
Programa
- **Localización:**
• Provincia: Córdoba

METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA

Metas 8.5. De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por el trabajo de igual valor.

Metas 8.3. Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización

y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros

Metas 8.8. Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios



Palabras Clave:

Trabajo decente; negocios inclusivos; empoderamiento femenino; producción responsable; inclusión cadena de valor.

RESUMEN EJECUTIVO

Como respuesta a una demanda de la Dirección de Fabricación de adoptar medidas de seguridad para todos los colaboradores que se reincorporaban a trabajar durante la pandemia, se encargó la producción de 25.000 tapabocas a la Asociación Civil Las Omas, una ONG ubicada en las afueras de la Ciudad de Córdoba que emplea a más de 40 mujeres en situación de vulnerabilidad. Se trata de un caso de negocios inclusivos a partir del cual permitió incorporar a un proveedor vulnerable en la cadena de valor de la empresa produciendo un insumo fundamental para la reapertura de actividades y que incluyó en su proceso la participación de áreas transversales dentro de la compañía, así como también otros proveedores que se sumaron a la causa.

Además, se lanzó un protocolo COVID-19 y campaña de comunicación dirigida a todos los colaboradores que se reincorporaban a la actividad, que implicó: acondicionamiento, limpieza y desinfección de espacios, compra de material sanitario, cartelería y folletos, comunicaciones audiovisuales en RRSS internas



DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

Hay ocasiones en que las empresas tienen que reaccionar ante escenarios inesperados. La rapidez para encontrar soluciones y variantes en contextos adversos es un aspecto diferencial en el mercado. A nosotros, la llegada del COVID-19 (y sus incontables consecuencias), nos generó el desafío de actuar inmediatamente sobre el tema. No perdimos tiempo. Y utilizando todos los recursos disponibles, realizamos una estrategia interna con tres focos prioritarios: transmitir seguridad y tranquilidad a los empleados y clientes, cuidar la salud financiera de la compañía y elaborar un protocolo eficaz para el reinicio de las actividades. En el marco de la implementación de este protocolo, un factor decisivo para que se pudiera dar el reinicio de actividades y volver a producir era cuidar a nuestros colaboradores. Necesitábamos contar con tapabocas de uso interno para cada colaborador que se reincorporaba a trabajar, que cumplieran con los estándares de seguridad e higiene y por supuesto, a un precio competitivo para cuidar la salud financiera de la compañía.

Así surge la demanda por parte de la Dirección de Fabricación de realizar una compra inicial de 10.000 tapabocas a una

organización de la sociedad civil, para desarrollar un negocio inclusivo que además de satisfacer una demanda interna real, generara oportunidades de empleo digno a partir de la inclusión de un proveedor vulnerable a nuestra cadena de valor.

Las Omas es una Organización de la Sociedad Civil ubicada en las afueras de la Ciudad de Córdoba, en el Barrio Chacras de la Merced que desarrolla emplea más de 40 mujeres y sus familias víctimas de violencia de género y de contextos vulnerables a partir del desarrollo de emprendimientos textiles, de servicios, de alimentación y otros.

A partir de la necesidad existente de contar con este insumo para el reinicio de las actividades comenzó un trabajo de articulación interna entre las áreas de fabricación, compras, sustentabilidad, seguridad e higiene y compliance para licitar y dar de alta este proveedor a la cadena de valor. Luego de pasar exitosamente el proceso de due diligence y presentar las muestras del producto se identificó que era el proveedor más idóneo para encargar este pedido ya que no solamente el cumplía con todas las exigencias de seguridad e higiene, sino que también ofrecían el precio más competitivo del mercado.

Para seguir comprometiendo actores en nuestra cadena de valor se incorporó como aliando uno de nuestros proveedores de tela existentes en Renault que estuvo involucrado desde el primer momento y ofreció a la organización proveerle el género al costo además de resolverle la logística de traslado y entrega del material en el taller. Como resultado, el proveedor de telas de Renault quedó conectado con la Asociación lo que derivó en un nuevo pedido de tapabocas para sus propios canales de distribución, escalando esta iniciativa a más destinatarios y generando una demanda mayor.

La logística era una parte de la cadena fundamental para asegurar la entrega en tiempo y forma de los tapabocas, por lo que hicimos entrega de una unidad de Renault Oroch en comodato a la Asociación Civil para que pueda movilizarse durante toda la pandemia trasladando los materiales desde y hacia el taller y brindando movilidad para las taras de asistencia sanitaria que estaban realizando en el barrio para asistir a todas las familias que sufrían las consecuencias de la pandemia



Barreras encontradas para el desarrollo de las acciones

SOCIO CULTURALES.

OTRAS

Contribución de la iniciativa al ODS correspondiente

Se trata de una acción a corto plazo.

Se trata de una iniciativa que comenzó en pandemia pero que ya quedó instalada dentro de la compañía porque se logró dar de alta como proveedor oficial de Renault a esta Asociación Civil, lo que permitirá seguir generando oportunidades de empleo para esta población vulnerable.

dicha licitación (en el caso de Las Omas licitaron 3 veces para un pedido de tapa bocas y otra vez más para otro producto)

INDICADOR DE RESULTADO, EN REFERENCIA A LA META 8.3

- Cantidad de proveedores sociales incorporados al panel de Renault.
- Número de licitaciones ofrecidas a un proveedor social, más allá del resultado de

“ durante la pandemia, se encargó la producción de 25.000 tapabocas a la **Asociación Civil Las Omas**, una ONG ubicada en las afueras de la Ciudad de Córdoba que emplea a más de 40 mujeres en situación de vulnerabilidad.

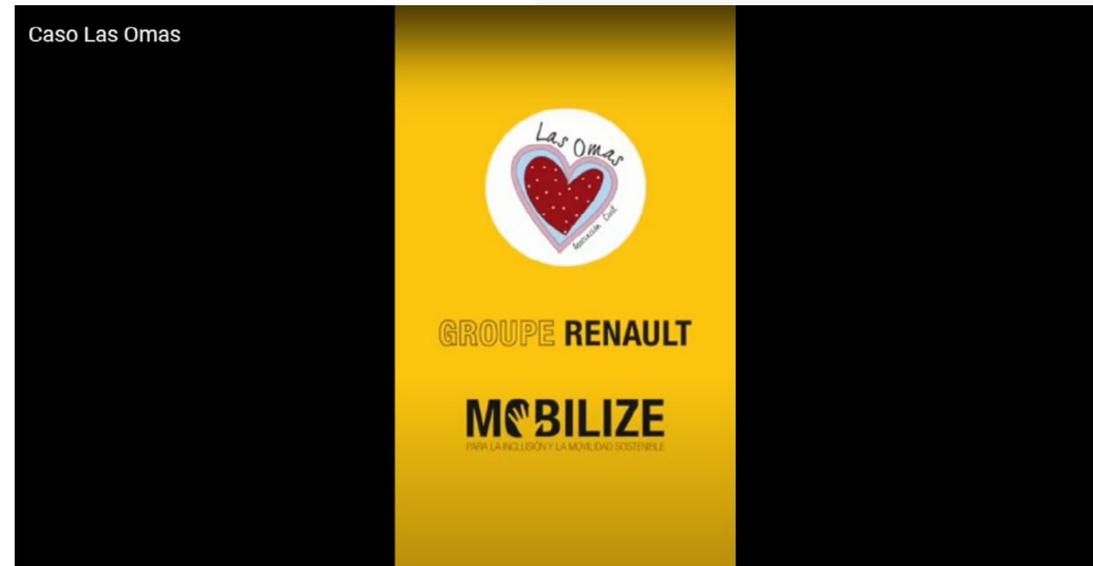
Alianzas Estratégicas

- *Privadas*
- *Organizaciones de la sociedad civil*

Cadena de Valor

Alianza generada entre Renault, la Asociación Civil Las Omas y que incluyó la participación de otros proveedores existentes en la cadena de valor de la compañía que contribuyeron con la provisión de materia prima al costo para que la ONG pudiera brindar un producto con los estándares de calidad que requería el departamento de seguridad e higiene a un precio competitivo.

Anexo



caso entrega de barbijos en Renault



Esta iniciativa se presentó en el marco del programa
"Conectando Empresas con ODS" desarrollado por
CEADS en alianza con EY Argentina.

COPYRIGHT 2020