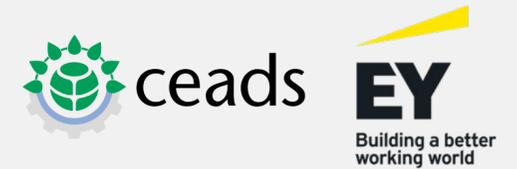


CONECTANDO EMPRESAS CON ODS





NEGOCIOS INCLUSIVOS- RÉPLICAS RASTI



Objetivo

Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.



ODS Conexos:

- ODS 10** Reducción de las Desigualdades
- ODS 12** Producción y Consumo Sostenible.
- ODS 17** Alianzas para Lograr los Objetivos



Tipo de Iniciativa

- Acción
- Proyecto
- Programa



Localización:

- Alcance Nacional

METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA

Meta 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 trabajo de igual valor

Palabras Clave:

"Social Business", "Trabajadores con discapacidad", "Producto Inclusivo", "Talleres Protegidos", "Producto de posventa"



RESUMEN EJECUTIVO

En alianza con la Asociación Civil Red Activos, la fábrica de ladrillos RASTI, la agencia Creativa GOTA y Renault, se desarrollaron dos nuevos accesorios de posventa - réplicas de modelos Renault, elaborados en talleres protegidos donde trabajan personas con discapacidad: "Réplica Alaskan" y "El Auto del Campeón".



DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

En Argentina hay 5.000.000 de personas con discapacidad, de las cuales el 75% está desempleada. Haciendo Eco de esta problemática y con la visión de unir dos mundos: el de las personas con discapacidad y el ambiente corporativo, en 2018, Renault Argentina incursionó por primera vez en los negocios inclusivos a partir de una réplica del modelo del auto que competía en el Súper TC 2000. El éxito del primer acercamiento a esta forma de hacer negocios, a través del "El Auto del Campeón", incentivó a la marca a continuar desarrollando y profundizando este modelo de Social Business que implica generar oportunidades de empleo genuinas incorporando poblaciones vulnerables en la cadena de valor de la compañía. Así nace en 2020 la Réplica Alaskan, un accesorio de posventa ensamblado por personas con discapacidad intelectual que trabajan en los talleres protegidos de Red Activos, que acompañó el lanzamiento de la NUEVA RENAULT ALASKAN. Este producto respondía al requerimiento de la Dirección Comercial de sumar un eje social al lanzamiento de la pick-up.

La Réplica Alaskan es un proyecto desarrollado por 4 actores clave: la PYME nacional RASTI es la encargada de proveer la

materia prima; la Asociación Civil Red Activos emplea personas con discapacidad intelectual quienes ensamblan las piezas del producto; GOTA, el estudio creativo de Red Activos integrado por personas con discapacidad intelectual, está a cargo de la campaña creativa y el desarrollo del packaging del producto; finalmente, Renault comercializa este nuevo producto de posventa a través de su red de concesionarios y su tienda online.

La producción y comercialización de este nuevo accesorio de posventa pone en valor la capacidad productiva de las personas con discapacidad, ya que a través de la iniciativa se emplea a más de 630 trabajadores con discapacidad intelectual que trabajan en los 17 talleres protegidos de la Asociación Civil Red Activos.

OBJETIVOS DE LA INICIATIVA:

- Contribuir a generar oportunidades de empleo genuinas para personas con discapacidad intelectual, produciendo un negocio inclusivo que contribuya a su integración y fomente su desarrollo financiero y emocional.
- Trabajar con poblaciones vulnerables incorporándolas en la cadena de valor de la compañía desde un programa alineado

con el Core del negocio, logrando así una transformación más grande y perdurable en el tiempo.

- Crear valor para la marca posicionándonos como una marca con propósito, desarrollando un producto de alto valor para nuestros públicos de interés, que pueda transmitir el valor de la diversidad.
- Movilizar a los clientes y a la comunidad general a conocer y comprar un producto realizado a través de producción inclusiva, concientizando sobre la necesidad de promover entornos más diversos y reconociendo la riqueza de lo diferente como medio de integración de la sociedad.

Un pilar fundamental de esta iniciativa fue el desarrollo de alianzas estratégicas internas y externas para articular con los públicos clave que le dieran la visibilidad que el proyecto necesitaba. El compromiso del CEO y el comité de Dirección, otro de los factores de éxito de esta cruzada inclusiva.





Barreras encontradas para el desarrollo de las acciones

OTRAS

- Proveedor Red Activos: al tratarse de un proveedor social tenía la necesidad de contar con un adelanto del 50% que le permita hacer frente a la producción. Si bien esta no es una práctica habitual en Renault Argentina para sus proveedores, fruto de la primera experiencia con El Auto del Campeón se logró desarrollar una guía de proveedores inclusivos a través de la cual entre otros lineamientos y en algunos casos se concede este adelanto de capital para permitir la concreción de negocios inclusivos en la cadena de valor.
- Covid-19: El lanzamiento de la réplica Alaskan se hizo en plena pandemia del COVID-19, que golpeó fuertemente a la industria y a la parte comercial del negocio como resultado de la interrupción de la producción y comercialización de sus vehículos.

Contribución de la iniciativa al ODS correspondiente

USO DE INDICADORES RESULTADO

- Incluye a más de 600 trabajadores con discapacidad intelectual, que trabajan en 16 talleres protegidos.
- 2 accesorios inclusivos lanzados entre 2019 y 2020.
- +5.000 unidades distribuidas en 110 puntos de venta.
- 6 creativos publicitarios participaron del Proyecto en el marco de GOTA, la agencia creativa que desarrolló la campaña creativa de ambos lanzamientos".
- Producto 100% escalable a otros mercados.



La Réplica Alaskan es un proyecto desarrollado por 4 actores clave:

la PYME nacional RASTI es la encargada de proveer la materia prima; la Asociación Civil Red Activos emplea personas con discapacidad intelectual quienes ensamblan las piezas del producto; GOTA, el estudio creativo de Red Activos integrado por personas con discapacidad intelectual.

Alianzas Estratégicas

- *Privadas (Cadena de valor/Empresa par)*
- *Organizaciones de la sociedad civil*

Alianzas estratégicas: RASTI, GOTA, RedActivos, Axion, Castrol.

Cadena de Valor

Cadena de valor: Comunidad, Proveedores, Colaboradores

Anexo



Micrositio
El auto del campeón

Anexo



El auto del campeón Video Lanzamiento

El auto del campeón Spot

Anexo



Micrositio réplica Alaskan

Video Lanzamiento réplica alaskan



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

COPYRIGHT 2021