

Ford en movimiento

Conectándonos con la sociedad



Informe de sustentabilidad / Ford Argentina SCA

2007

Ford en movimiento

Conectándonos con la sociedad

2007

Informe de sustentabilidad / Ford Argentina SCA



Es una publicación de
Ford Argentina SCA

Presidente
Enrique Alemañy

Vicepresidente
Grant Grigorian

**Director de Relaciones
Institucionales**
Jorge Di Nucci

Directora de Recursos Humanos
Verónica James

Director de Marketing y Ventas
Hernán Galdeano

**Director de Nuevos Modelos y
Programas Asociados**
Dino Zanetti

Director de Manufactura
Sergio Guerriero

Director de Asuntos Legales
Carlos Juan Mignaqui

Director de Asistencia al Cliente
Orlando Grassetti

Director de Compras
Joao Pimentel

La elaboración de este Informe de
sustentabilidad fue coordinada
por la Dirección de Relaciones
Institucionales de Ford Argentina

**Gerente de Relaciones
Públicas y RSE**
Eduardo Galdeano

Coordinación general
Jacqueline Comparach

Coordinadores por áreas

Finanzas: Alejandra Azzollini
Legales: Federico Vielmi
Ventas y Marketing: Osvaldo Costa
Recursos Humanos: Andrés Viu
Compras: Mariano Redondo
Manufactura: Emilio Méndez
FCSD: Florencia Kasparas

<div>Ford en movimiento</div> <div>Conectándonos con la sociedad</div> <div>2007</div>	<div>Carta de Enrique Alemañy</div> <div>Presidente de Ford Argentina</div> <div>Carta de Jorge Di Nucci</div> <div>Director de RRII de Ford Argentina</div>	<div>Capítulo 1.</div> <div>Ford Argentina y la Responsabilidad Social Empresaria</div> <div>RSE: más que un deber, un valor</div> <div>¿Por qué elaboramos este Informe de sustentabilidad?</div>	<div>Capítulo 2.</div> <div>Ford en la Argentina</div> <div>Una larga historia</div> <div>Pasado, presente y futuro</div> <div>Transparencia y reglas claras</div>	<div>Capítulo 3.</div> <div>Nuestros productos y servicios</div> <div>Más y mejores productos para todos los públicos</div> <div>Del Falcon al Mondeo, una historia sobre ruedas</div> <div>Ford produce para la Argentina y el mundo</div>	<div>Capítulo 4.</div> <div>Grupos de interés</div> <div>Red de Concesionarios: la ética de la confianza</div> <div>Clientes finales: calidad y seguridad, una búsqueda permanente</div> <div>Proveedores: el valor del trabajo en equipo</div> <div>Empleados: una apuesta al crecimiento</div> <div>Comunidad: un compromiso con el desarrollo</div> <div>Medio ambiente: responsabilidad en acción.</div>	<div>El Pacto Global de Naciones Unidas y los lineamientos GRI</div>	<div>Edición y realización integral</div> <div>annik media makers</div> <div>www.annik.com.ar</div> <div>Publisher</div> <div>Andrés Annikian</div> <div>Dirección editorial</div> <div>Julieta Elffman</div> <div>Diseño y diagramación</div> <div>mediamasa</div> <div>www.mediamasa.com.ar</div> <div>Dirección de fotografía</div> <div>Claudia Jakszyn</div> <div>Fotografías</div> <div>Claudia Jakszyn</div> <div>Gaspar Kunis</div> <div>Ariel Mendieta</div> <div>Adrián Gilardoní</div> <div>Corrección</div> <div>María Gómez Sierra</div> <div>Recolección de indicadores</div> <div>ReporteSocial.com</div> <div>www.reportesocial.com</div> <div>Impresión</div> <div>Gráfica Pinter</div> <div>Tirada</div> <div>2500 ejemplares</div> <div>Datos de contacto</div> <div>Fernando González Selmi</div> <div>Coordinador RSE Ford Argentina</div> <div>e-mail: fgonza19@ford.com</div> <div>Ford Argentina</div> <div>Panamericana y Av. Henry Ford</div> <div>Gral. Pacheco,</div> <div>Pcia. de Buenos Aires</div> <div>Tel: 4756-9000</div> <div>Fax: 4756-9002</div> <div>En www.ford.com.ar se puede encontrar más información sobre los puntos que abarca el presente informe y sobre otros temas no incluidos en esta publicación. Asimismo, puede descargarse de manera libre y gratuita la versión digital completa.</div>
	<div>P.6 > 9</div>	<div>P.10 > 15</div>	<div>P.16 > 25</div>	<div>P.26 > 33</div>	<div>P.34 > 65</div>	<div>P.66</div>	

Cartas

Presentación del primer Informe de sustentabilidad de Ford Argentina SCA. Balance del período 2007. Desafíos para la construcción de una nueva etapa.

Una apuesta al futuro Ford se sigue moviendo

En Ford Argentina creemos en la sustentabilidad como la clave para el éxito del negocio. No sólo ofrecemos excelentes productos y servicios: queremos hacer del mundo un mejor lugar donde vivir.

Presentar el primer Informe de sustentabilidad de Ford Argentina representa para mí un verdadero motivo de orgullo y una enorme responsabilidad. Es un orgullo porque, después de 95 años de operar en la Argentina y tras haber atravesado innumerables cambios, puedo asegurar que la empresa sigue apostando al crecimiento continuo del país y la región. Es una gran responsabilidad porque, como presidente de la compañía, he asumido el compromiso y el desafío de redoblar esa apuesta en el futuro, con la esperanza de que todos los argentinos puedan disfrutar de los beneficios de un desarrollo que debe ser, ante todo, social, económica y ambientalmente sustentable.

A lo largo del año 2007 he tenido la oportunidad de anunciar, una tras otra, muy buenas noticias. En el período de actividad cubierto por este reporte, en Ford Argentina comenzamos la renovación de toda nuestra línea de productos, generamos nuevos puestos de trabajo, intensificamos las acciones relacionadas con el bienestar de la comunidad y el cuidado del

medio ambiente, planificamos y anunciamos una fuerte inversión para la modernización de nuestra planta productiva y proyectamos la fabricación de nuevos modelos para abastecer tanto al mercado local como al de exportación, contribuyendo al desarrollo social y económico del país.

También sumamos personal femenino para diferentes tareas operativas reafirmando nuestro compromiso con la diversidad de género, continuamos con nuestra apuesta a la educación de las comunidades más alejadas de los grandes centros urbanos a través del reciclado y la modernización de las escuelas rurales y de frontera, trabajamos fuertemente en la capacitación y el crecimiento profesional de nuestros empleados y proveedores, y estrechamos aún más los lazos con todos nuestros aliados estratégicos.

Además, optimizamos los procesos de comunicación y atención al cliente, aumentando la satisfacción de los usuarios gracias al intenso trabajo realizado junto con nuestra Red de



**ENRIQUE ALEMAÑY,
PRESIDENTE DE FORD ARGENTINA**

Concesionarios, y llevamos adelante diferentes campañas de concientización relacionadas con el cuidado del medio ambiente y la seguridad vial, intentando dar lo mejor de nosotros para satisfacer las expectativas de todos nuestros grupos de interés y las necesidades tangibles e intangibles de la sociedad de la que formamos parte.

Durante este año también multiplicamos los esfuerzos para brindar soluciones y respuestas a los clientes finales, introduciendo importantes mejoras de seguridad y eficiencia en todos nuestros vehículos, priorizando la calidad de los materiales utilizados y el confort de los usuarios, garantizando la excelencia en toda nuestra cadena de valor y cumpliendo en todo momento con los valores, principios de negocio y buenas prácticas que nos hemos impuesto como metas principales.

El balance de nuestra actividad es claramente positivo. Ford se encuentra trabajando en Argentina desde 1913. Muchas cosas han pasado desde entonces, pero la empresa nunca dejó de apostar al desarrollo social, ambiental y económicamente sustentable. Hoy, somos grandes exportadores de automotores y hemos sido reconocidos entre los mejores empleadores de la industria nacional. Nos mantenemos, año tras año, como una de las 10 empresas más admiradas y respetadas de la Argentina. Estamos comprometidos con el cumplimiento de estándares internacionales de cuidado ambiental. Adherimos y cumplimos los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas. Sin embargo, no nos conformamos con estar haciendo las cosas bien: todos los días intentamos superarnos. Queremos hacerlas cada vez mejor.

En Ford Argentina creemos en la sustentabilidad como la clave para el éxito del negocio. Nos encontramos frente a un tiempo de cambios, y sabemos que debemos estar preparados para que la mejora en el desempeño económico, ambiental y social de nuestra compañía se convierta en un proceso continuo. No sólo ofrecemos excelentes productos y servicios: también queremos hacer del mundo un mejor lugar donde vivir.

Los desafíos que debemos enfrentar en el futuro abren excelentes oportunidades y perspectivas para nuestro negocio y para el desarrollo de la sociedad en la que operamos. Estamos plenamente convencidos de que sólo reafirmando nuestro compromiso con la construcción de un mañana sustentable podremos satisfacer las expectativas de nuestros grupos de interés y de toda la comunidad respecto de nuestra contribución al desarrollo del país y del mundo en el que vivimos.

Por eso seguimos moviéndonos.

*Enrique Alemañy
Presidente de Ford Argentina*

Cartas

Ford trabaja en Argentina desde 1913, con el objetivo de contribuir al desarrollo sustentable del país y la región. Y sigue moviéndose para hacer las cosas cada vez mejor.

95 años de RSE

Un compromiso con el país

Es fundamental para nosotros contribuir con la toma de conciencia acerca de la importancia del rol de las empresas en el fortalecimiento del desarrollo social, económico y ambientalmente sustentable de la sociedad.

Ford está en la Argentina desde el año 1913. En todo este tiempo, hemos llevado adelante miles de acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresaria y la Sustentabilidad, incluso antes de que esos términos fueran acuñados. Pero siempre hemos preferido hacer antes que decir, y por eso a lo largo de todos estos años priorizamos la realización de los diferentes programas relacionados con el bienestar de la comunidad y el cuidado del medio ambiente a su difusión. Somos conscientes de que la acción es la esencia del movimiento.

Hoy nos emociona y nos alegra saber que ha llegado el momento de comunicarles esas acciones a todos nuestros grupos de interés.

Creemos que es fundamental contribuir con la toma de conciencia acerca de la importancia del rol de las empresas en el fortalecimiento del desarrollo social, económico y ambientalmente sustentable de la sociedad. Por eso elegimos conectarnos con nuestros diferentes públicos. A través de este primer Informe de sustentabilidad asumimos el compromiso de dar cuenta de esas acciones. Queremos comunicar, de manera transparente y directa, nuestros logros y nuestros desafíos en materia de Responsabilidad Social Empresaria.

Casi tres mil personas trabajan todos los días en Ford Argentina, creando un clima de compromiso, esfuerzo y crecimiento permanente. Pero esa cifra es sólo una



JORGE DI NUCCI,
DIRECTOR DE RELACIONES INSTITUCIONALES
DE FORD ARGENTINA

pequeña porción del vínculo real que tiene la empresa con el país.

Los miles de puestos de trabajo directos e indirectos que generamos en toda América Latina al priorizar a los proveedores locales y regionales para la producción de nuestros vehículos; los diferentes programas que implementamos de manera permanente para minimizar el impacto ambiental y maximizar los beneficios sociales de nuestra actividad. Los cientos de miembros de las comunidades más alejadas de los grandes centros urbanos y de los polos de desarrollo industrial que pudieron acceder a una educación digna e igualitaria gracias al Programa de Asistencia Comunitaria y al Plan de Remodelación y Modernización de Escuelas Rurales y de Frontera; y los miles de jóvenes que pasaron por la Escuela Técnica Henry Ford desde su creación, adquiriendo conocimientos de excelencia.

Los millones de argentinos que nos eligieron como una de las marcas más confiables del país y la más confiable dentro de la industria automotriz porque ven en el óvalo una garantía de calidad, seguridad y confiabilidad; los innumerables premios, menciones y reconocimientos que constantemente recibimos por nuestra labor y dedicación en diferentes áreas; y los indicadores sociales y económicos que reflejan nuestro aporte al desarrollo del país y la región. Éstas son las cifras que elegimos para mostrar en este primer Informe de Sustentabilidad de Ford Argentina SCA. Éstas son las pruebas de que estamos avanzando por el buen camino.

La elaboración de este Informe no sólo nos permitió comunicar nuestro compromiso con el crecimiento sustentable de manera clara, conectándonos con la sociedad y con cada uno de nuestros grupos de interés a través de los diferentes capítulos que lo integran. También nos ayudó a identificar y detectar avances, retrocesos, logros, asignaturas pendientes y oportunidades de crecimiento en cada una de las áreas involucradas. Trabajar para mejorar aún más los indicadores de nuestro desempeño social, económico y ambiental es nuestro principal desafío para los próximos años.

Como lo hemos hecho hasta hoy, en el futuro seguiremos moviéndonos para hacer las cosas cada día mejor. Éste es el compromiso que asumimos con la sociedad argentina.

Jorge Di Nucci
Director de Relaciones Institucionales
de Ford Argentina

A través de este primer Informe de sustentabilidad queremos comunicarles a nuestros diferentes públicos, de manera transparente y directa, nuestros logros y desafíos en materia de Responsabilidad Social Empresaria.

1. RSE

Ford Argentina y la Responsabilidad Social Empresaria

En **Ford Argentina** apostamos a que el crecimiento de la empresa esté acompañado por acciones que fortalezcan la integridad y responsabilidad de todas las personas que trabajan en y para la compañía.



Quienes trabajamos en **Ford Argentina** pensamos que la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) debe traducirse en actos concretos que creen valor para la empresa, los empleados, los clientes y los miembros de la comunidad de la que formamos parte.

RSE: más que un deber, un valor

El cuidado del medio ambiente, la calidad y seguridad de nuestros productos y la educación de las comunidades cercanas forman parte de la estrategia y el modelo de negocio de la compañía. Por eso orientamos nuestro esfuerzo y trabajo al fortalecimiento del vínculo con la comunidad, la preservación ambiental y el logro de una alta calidad de productos y servicios en toda la cadena de valor.

El compromiso de Ford Argentina con la Responsabilidad Social Empresaria se traduce en los siguientes pilares que orientan la acción:

- > Servicios a la comunidad
- > Preservación del medio ambiente
- > Generación de empleo de calidad

La búsqueda de la sustentabilidad se traduce en una estrategia de acción basada en la “Carta Política de Excelencia en Responsabilidad Social”, que establece los conceptos y lineamientos básicos para preservar y mejorar los aspectos humanos, ambientales y sociales de la comunidad. Para cumplir con nuestro compromiso ambiental y de calidad, implementamos las normas ISO 9002, QS-9000 e ISO 14001, plasmadas en las cartas:

- > Carta de Protección de la Salud y el Medio Ambiente
- > Carta de Excelencia de Calidad Total
- > Carta de Seguridad Industrial, Prevención y Control de Pérdidas

¿QUÉ ES LA RSE?

La política de *Responsabilidad Social Empresaria* se orienta a equilibrar los objetivos económicos, financieros y de desarrollo con el impacto social o ambiental de las actividades de la empresa. Así, el desarrollo de una estrategia de *sustentabilidad* como parte del modelo de negocios crea un valor compatible con la preservación a largo plazo y el fortalecimiento del capital social, ambiental y financiero. En Ford Argentina entendemos que definir una estrategia de RSE y comprometer con ella a todas las personas que trabajan en la empresa es una oportunidad de mejora permanente que atraviesa transversalmente a la compañía, ya que las diferentes acciones incluyen desde los programas con la comunidad hasta el trabajo en la cadena de valor.

OBJETIVOS

Todas las personas que trabajamos en Ford Argentina ponemos nuestro foco en la educación de la comunidad a través de proyectos a largo plazo; y en la contención y satisfacción de necesidades básicas mediante acciones de corto y mediano plazo, con el objetivo de mejorar la calidad de vida y facilitar la inserción social de los habitantes de nuestro país. En Ford integramos las prácticas de sustentabilidad con el fin de:



Ford Argentina ha establecido una alianza con la Red de Empresas del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Esta Red desarrolla proyectos para capacitar a jóvenes desocupados de entre 18 y 24 años.



En el año 2007, **Ford Motor Company** creó la *Vicepresidencia de Sustentabilidad, Medio Ambiente y Seguridad*, reflejando el compromiso de la empresa por integrar la sustentabilidad en todas las áreas del negocio a nivel global.

- > Proteger el medio ambiente
- > Promover acciones solidarias
- > Incentivar la educación y mejorar la calidad de vida de la sociedad argentina

RECONOCIMIENTOS NACIONALES E INTERNACIONALES

- > Ford Argentina ha sido elegida por la revista *Apertura* como una de las mejores empresas empleadoras del país, y la mejor entre las automotrices de Argentina.
- > La revista *Selecciones* distinguió a Ford como la marca automotriz más confiable de la Argentina.
- > La Agencia Internacional de Energía otorgó a Ford Motor Company el premio Clean Vehicle Award, por el logro al obtener una elevada eficiencia de energía y un menor consumo en el sector transportes.
- > Ford Motor Company se ubicó entre los 10 primeros puestos en el Ranking Exclusivo de Calidad de Diseño y Calidad de Producción, realizado por J. D. Power en Estados Unidos.

HENRY FORD, PIONERO DE LA RSE

Todos sabemos que Henry Ford fue un excelente empresario y un emprendedor exitoso, pero quizá no todos estén al tanto de que también resultó un pionero de la implementación de políticas de Responsabilidad Social Empresaria.

En 1919 creó el Hospital Henry Ford de Detroit, y en 1936 fundó la sociedad filantrópica Fundación Ford, a la que legó parte de sus acciones. Además, su amor por la naturaleza era tan profundo que fue uno de los principales promotores de la aprobación de la Ley del Tratado de Aves Migratorias, que llevaba muchos años “dormida” en el Congreso norteamericano.

Cuando Henry Ford fundó Ford Motor Company su intención era fabricar vehículos en serie para reducir los costos de producción. Esto contribuiría a bajar el precio de venta, circunstancia que haría aumentar la demanda en el mercado y obtener ganancias. Otro motivo importante para la fabricación masiva era pagar a sus trabajadores salarios más altos, para mejorar su nivel de vida: el salario mínimo que pagaba Ford era de us\$ 5 por ocho horas de trabajo por día, lo que significaba duplicar el sueldo de aquel momento, que rondaba los us\$ 2,34 por nueve horas de trabajo.

1. RSE / Sobre este Informe

El objetivo principal de este Informe de Sustentabilidad, elaborado con la participación de todas las áreas de la compañía, es establecer un contacto directo con los diferentes públicos para comunicar de manera transparente el desempeño operativo social, económico y medioambiental de Ford Argentina en el año 2007.

¿Por qué elaboramos este Informe de sustentabilidad?

En el sitio de internet de Ford Argentina (www.ford.com.ar) se puede encontrar información adicional sobre la empresa y los productos.

La elaboración conjunta de este documento demuestra que la Responsabilidad Social Empresaria involucra a todas las personas que trabajamos en Ford Argentina: desde el Directorio de la compañía, que se comprometió con su publicación, hasta los responsables de cada área, que formaron parte del Grupo Operativo que trabajó durante todo el año en la implementación de las acciones y en el proceso de elaboración mediante la recolección de datos.

Para la elaboración del Informe nos hemos basado en la Guía G3 propuesta por la Iniciativa de Reporte Global (GRI, por sus siglas en inglés: *Global Reporting Initiative*), adaptándola a la realidad local y al rubro particular en el que se desenvuelve la empresa. El contenido, que se enfoca especialmente en las actividades relacionadas con el desarrollo sustentable que son

relevantes para Ford Argentina y sus grupos de interés, fue seleccionado siguiendo el principio de Materialidad de la Guía G3 GRI y la serie AA1000 (*AccountAbility*).

La elaboración de este Informe nos permitió trabajar de manera conjunta, sumando esfuerzos entre las diferentes áreas de la compañía, una práctica que aprovechamos como herramienta de gestión para detectar oportunidades de mejora y alcanzar el desarrollo continuo de la empresa en materia de sustentabilidad.

En definitiva, elaboramos este informe para contarles todo lo que hicimos y todo lo que haremos en materia de sustentabilidad.

Porque conectarnos con la sociedad también es seguir moviéndonos.



Ford Argentina adhiere al *Pacto Global de las Naciones Unidas*: el 23 de abril de 2004 nos sumamos a esta iniciativa internacional para manifestar el compromiso con los diez Principios universales en los ámbitos de los derechos humanos, las condiciones laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

A través de este Informe de sustentabilidad comunicamos el compromiso de Ford Argentina con el *Pacto Global de las Naciones Unidas*.



Eduardo Galdeano, Gerente de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social de Ford Argentina; y Fernando González Selmi, Coordinador de RSE de Ford Argentina, trabajan para dar forma a los diferentes proyectos relacionados con el desarrollo social, económico y ecológicamente sustentable de la compañía y el país.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Para elaborar este Informe de sustentabilidad desarrollamos un análisis de materialidad en el que identificamos las fuentes internas y externas que guían la gestión sustentable de Ford Argentina. Son las siguientes:

FACTORES INTERNOS

- > Visión, Misión y Valores de Ford Argentina SCA
- > Acciones y programas con los Grupos de Interés
- > Reuniones individuales con las áreas de Ford Argentina involucradas en la recolección de indicadores
- > Código de condiciones de trabajo y Código de Conducta
- > Cartas Políticas de Ford Motor Company

FACTORES EXTERNOS

- > Pacto Global de las Naciones Unidas
- > Indicadores de la Iniciativa de Reporte Global (GRI)
- > Informe de Sustentabilidad de Ford Motor Company
- > Informes de RSE de otras compañías

2. Ford en la Argentina

En 1913, cuando Ford Motor Company instaló su primera sucursal sudamericana en la Argentina, los automóviles Ford se importaban desde los Estados Unidos ensamblados y listos para usar. Hoy, 95 años después de su creación, Ford Argentina produce en su planta industrial de General Pacheco automóviles para el mercado local y para diversos destinos de exportación.

En el año 2007 comenzó un nuevo período de grandes cambios para nuestra empresa: anunciamos un plan de inversiones por 500 millones de pesos y comunicamos la renovación de la línea con el lanzamiento de 7 nuevos productos. Para lograr los objetivos propuestos estamos incorporando nuevos trabajadores y aumentando la producción.

Y vamos por más: nos estamos preparando para producir un nuevo vehículo que marcará un hito en la historia de la compañía. En este capítulo, un breve repaso por el pasado, el presente y el futuro de Ford Argentina, una empresa comprometida desde sus comienzos con el desarrollo del país y de la comunidad que la rodea.



2. Ford en la Argentina /

En el año 1913, Ford Motor Company fundó Ford Motor Argentina, su primera filial en Sudamérica y la tercera en el mundo, para cumplir con el objetivo original de Henry Ford: fabricar vehículos accesibles que permitieran el libre desplazamiento y la movilidad a toda la sociedad.

Una larga historia

VISIÓN, MISIÓN
Y VALORES
DE FORD ARGENTINA

VISIÓN
Ser la Compañía Líder
enfocada al Consumidor a
nivel mundial para productos
y servicios automotores.

MISIÓN
Somos una familia
global, con una orgullosa
herencia, apasionadamente
comprometidos a proporcionar
movilidad personal para la
gente de todo el mundo.



Inicialmente Ford Argentina se dedicaba a la venta de automóviles importados directamente desde los Estados Unidos, pero pronto inauguró su primera planta de ensamblado en la ciudad de Buenos Aires. En 1918, apenas 5 años después de su creación, Ford Argentina armaba casi medio centenar de unidades del Ford T por día.

En 1961 se inauguraron la planta industrial y las oficinas administrativas en la localidad de General Pacheco, provincia de Buenos Aires, con 252.200 m² de edificios construidos en un predio de 1.308.000 m². Al finalizar el período que abarca este reporte, trabajan allí más de 2800 empleados que producen diariamente 380 vehículos.

Siguiendo los principios de Henry Ford, hoy Ford Argentina posee una amplia línea de automóviles, pick-ups y camiones, productos

con los que abarca prácticamente todos los segmentos de la industria automotriz. Además, exporta gran parte de su producción a mercados externos (el 71% en 2007), que la ubica como una de las grandes exportadoras de automotores del país.

Como complemento de la producción de automotores y para satisfacer todas las necesidades de sus clientes, *Ford Credit Compañía Financiera S.A.* y *Plan Óvalo S.A. de Ahorro para fines determinados* brindan servicios financieros. Además, Ford Argentina ofrece atención al cliente mediante el Servicio Rápido Motorcraft.



2887
empleados

trabajan en la planta industrial y las oficinas administrativas de Ford Argentina SCA en General Pacheco.

380
vehículos

salen diariamente de la línea de producción de la planta de General Pacheco en diciembre de 2007.

71%
de la
producción

total de Ford Argentina en 2007 se destinó a abastecer diferentes mercados de exportación.



VALORES

El cliente es la prioridad nº 1.

Hacemos lo correcto para nuestros clientes, nuestra gente, nuestro ambiente y nuestra sociedad.

Mejorando todo lo que hacemos, proporcionamos retornos superiores a nuestros accionistas.



HENRY FORD Y FORD MOTOR COMPANY

Henry Ford creó Ford Motor Company en el año 1903, con el objetivo de fabricar vehículos mediante un proceso de producción en cadena que permitía ensamblar un vehículo en 1 hora y 33 minutos. Esto le permitía reducir los costos de producción y el precio de venta, y obtener un aumento de las ganancias de la compañía gracias al incremento de la demanda en el mercado.

Ford también estableció una importante red de concesionarios, vendedores y agentes de publicidad, e implementó un sistema de pago revolucionario: la compra de vehículos en cuotas.

En la actualidad, 105 años después de su fundación, Ford Motor Company fabrica y distribuye automóviles y autopartes en 200 países, posee aproximadamente 100 plantas y emplea alrededor de 245.000 personas en todo el mundo.

EXCELENCIA GARANTIZADA

La eficiencia y la eficacia son dos objetivos permanentes de nuestra actividad, y constantemente buscamos garantizar el crecimiento de la empresa y nuestro público mediante la implementación de sistemas de excelencia. Por eso, en Ford Argentina acompañamos la evolución tecnológica del proceso productivo con capacitación del personal y apostamos a la educación como motor del cambio.

La aplicación de estándares de excelencia nos ha permitido validar los sistemas de trabajo en todas nuestras operaciones con los títulos ISO 9000, ISO 14001 y QS 9000, que aseguran la calidad de los procesos y la seguridad en la producción.

TRABAJANDO PARA LA REGIÓN

Indicadores financieros de Ford Sudamérica.
Ingreso neto antes de impuestos

Año 2006
us\$ 661 millones

Año 2007
us\$ 1.172 millones



FORD EN MOVIMIENTO.

La “cebolla” con el logo de Ford, un tanque de agua con capacidad para miles de litros, es todo un símbolo de la empresa. Además, funciona como orientador para los visitantes, y también para las aeronaves que sobrevuelan la zona. La vista aérea da una idea de las impresionantes dimensiones de la planta industrial de Ford en General Pacheco . El nuevo Mondeo, último lanzamiento de Ford Argentina en el año 2007, es un referente del nuevo lenguaje de diseño de Ford, el *Kinetic Design*. El auto da la sensación de estar en movimiento aun cuando se encuentra totalmente detenido. Esta idea se sintetiza perfectamente en el nuevo slogan de Ford Argentina: *Seguí moviéndote*.

INDICADORES DE ACTIVIDAD DE FORD ARGENTINA

En el año 2007, Ford Argentina experimentó un crecimiento constante que se refleja claramente en los diferentes indicadores de su actividad.

Producción	2006	2007
Unidades producidas	78.785	87.982
Producción diaria	320	380
Cantidad de plantas	1	1
Red de Concesionarios	81	81


Clientes	2006	2007
Patentamientos	65.403	76.790
Ventas a concesionarios	65.283	77.860
Exportaciones	59.646	62.483



Empleados	2006	2007
Número de empleados	2.622	2.887
Incorporación femenina a la línea de producción	57	35

Proveedores	2006	2007
Número de proveedores	738	944
Producción	98	98
Materiales indirectos y servicios	640	846

Comunidad	2006	2007
Total de proyectos	373	378
Instituciones beneficiadas	226	296
Beneficiarios	22.800	26.900

Pasado, presente y futuro

1903	1913	1917	1922	1926	1928
Fundación de Ford Motor Company en Detroit, Estados Unidos.	Ford Motor Company abre en Buenos Aires su primera sucursal en Sudamérica y la tercera en el mundo. En el local, ubicado en Lavalle 1702, se exhibe un Ford T negro importado directamente de los Estados Unidos.	Comienza la importación de vehículos desarmados para su montaje en Buenos Aires. 1918 En las plantas de ensamblado de Buenos Aires se arman 48 unidades del Ford T por día.	 Se inaugura una nueva planta de armado en La Boca. Para esta época, Ford ya cuenta con una red de 285 concesionarios y emplea a 400 personas.	Se arma el Ford T n° 100.000 que circula en la Argentina. 250 unidades del Ford T se arman diariamente en la planta ubicada en el barrio de La Boca. Ford emplea a 1500 personas y cuenta con 340 agencias en todo el país.	Comienzan a armarse en la Argentina los vehículos de la serie A 1957 Comienzan a llegar los vehículos comerciales de la serie F para ser armados en La Boca.

1959	1961	1963	1965	1968
 Se constituye oficialmente Ford Motor Argentina. La empresa adquiere un terreno de más de 100 hectáreas en General Pacheco, en la provincia de Buenos Aires, y anuncia una fuerte inversión para la construcción de su planta industrial.	Se inaugura el Centro Industrial Pacheco. Comienza la fabricación de automóviles Ford en la Argentina.	 El primer Ford de producción íntegramente nacional sale de la línea de armado de General Pacheco. Se trata de un Falcon.	Se establece dentro del predio de General Pacheco la Escuela Técnica Henry Ford. 1967 Se adquieren la fundición Metcon, en Villa Constitución, Santa Fe, y la planta de transmisiones Transax, en Córdoba.	Comienza un programa de Promoción de la Educación junto a la Red de Concesionarios de Ford con la construcción de una escuela en el paraje La Posta, provincia de Tucumán. Hasta 1982, se construirán 43 escuelas rurales y de frontera en todo el país.

Desde que comenzamos a operar en el país hasta hoy hemos recorrido un largo camino. Estos son los principales hitos que marcaron nuestra historia junto a los argentinos.

1977	1982	1987	1994 - 1995	1996	1997
Se constituye el Plan Óvalo de Ahorro para Fines Determinados. 	Se inaugura la Planta de Armado y Pintura de Camiones.	Ford y Volkswagen forman el joint venture Autolatina para Brasil y Argentina.	Todas las unidades industriales de Ford Argentina obtienen la certificación Q1 de calidad. El joint venture Autolatina se disuelve. La Planta de Montaje y Pintura de Camiones y la subsidiaria Transax se transfieren a Volkswagen. La fundición Metcon obtiene la certificación ISO 9000.	Ford comienza a integrarse al programa de globalización de Ford Motor Company, denominado Proyecto Ford 2000. Se obtiene la Certificación ISO 9001 para el Centro Industrial y las áreas de Ventas y Asistencia al Cliente.	Una encuesta de Sofres-IBOPE consagra a Ford como "la marca del siglo en la Argentina" en el rubro automotores.

1980	1983
 Se alcanza el récord de producción anual de 100.000 automóviles.	Ford Argentina produce su unidad n° 1.000.000.

1999	2000	2005	2006	2007
Se implementa una campaña de educación vial, con la distribución de libros en todas las escuelas del país. Se obtiene la certificación ambiental ISO 14001, en las Plantas Ford de General Pacheco y Metcon, de Santa Fe.	Se presenta la certificación QS 9000. 2001 Ford lidera las exportaciones de automóviles. Comienzan los envíos a México.	Ford se ubica entre las 10 marcas más admiradas de la Argentina, de acuerdo con un informe realizado por CEOP. El vehículo n° 2.000.000 producido en la Planta Industrial de General Pacheco es entregado a la Fundación para combatir la Leucemia (FUNDALEU) como premio mayor para la gala solidaria anual "Famosos por la vida". 	 Ford Argentina incorpora operarias mujeres al sumar 57 trabajadoras en la línea de producción. Ford recibe el Premio a la Exportación Argentina 2005 y se consolida como una de las 15 empresas que más exporta en el país: es la automotriz que más vehículos exportó durante el año 2006.	Ford Argentina presenta su nuevo slogan: <i>Seguí moviéndote</i> . Se reinaugura la 12ª escuela del programa de reconstrucción de escuelas rurales y de frontera dentro del programa "Ford y sus Concesionarios generando educación para un nuevo mañana". Comienza el Programa Maestría Ford, destinado a la Red de Concesionarios. Se anuncian inversiones por 500 millones de pesos para la remodelación de la planta Industrial de General Pacheco y la producción de nuevos vehículos en la Argentina.

A través del Código de Conducta buscamos crear un entorno de trabajo en el que cada empleado actúe con integridad y de acuerdo con las leyes y políticas internas en sus tareas cotidianas. Las prioridades de este código son respetar el ambiente laboral y a las personas con las que cada uno interactúa en el desempeño de sus labores.

Transparencia y reglas claras, nuestros objetivos principales

CÓDIGO DE CONDUCTA

Comprende los siguientes temas:

- La calidad de las relaciones del personal con proveedores, concesionarios y otros grupos de interés.
- El riesgo de la utilización de un vínculo con Ford para enriquecimiento propio o el de otras personas.
- Las relaciones con la competencia.
- Los condicionamientos ilegales a la actividad comercial, incluidos la concertación de precios y los monopolios.
- La confidencialidad de la información de la empresa.
- El uso apropiado de los recursos informáticos.

El Código de Conducta agrupa de forma abarcativa todos los contenidos que las Cartas Políticas desarrollan de manera específica, y se fundamenta en la premisa de que la integridad debe ser el valor que define el comportamiento de los empleados y los directivos de Ford Argentina.

En noviembre de 2007 completamos la revisión y unificación de estas herramientas con el lanzamiento internacional del *Libro de Código de Conducta de Ford Motor Company*, publicado en inglés y español.

El principal objetivo del lanzamiento fue agrupar todas las directivas y políticas corporativas en un manual que permitiera al personal tener un mayor acercamiento y comprensión de nuestros principios y procedimientos. Además, el Código fue actualizado sobre la base de nuevas prácticas comerciales para poder competir ética y equitativamente en todo tipo de circunstancias.

El lanzamiento de esta herramienta que guía nuestras actividades fue comunicado al personal de Ford Argentina a través de un correo electrónico en el que invitamos a todos nuestros empleados a leer el Código para comprender y familiarizarse con el contenido. También publicamos un artículo informando sobre su contenido e importancia en el newsletter interno de Ford Argentina del mes de diciembre.

Por último, con el fin de que todos los que trabajamos en Ford Argentina conozcamos los principios que guían nuestra actividad, realizamos talleres sobre las Cartas Políticas y Directivas. En estos cursos se definen las conductas esperadas del personal para lograr el cumplimiento de los valores y de la legislación vigente en el país. De esta forma, todos los empleados de Ford Argentina tienen pleno conocimiento de sus responsabilidades, así como de las sanciones internas y externas que pueden sufrir por cualquier acto que viole las leyes nacionales y las políticas de la empresa.



GOBIERNO CORPORATIVO

La dirección y administración de Ford Argentina está a cargo de la Comisión Administradora, integrada por entre 3 y 11 administradores titulares e igual o menor número de suplentes, ajenos a los socios y designados exclusivamente por el socio comanditado. Los miembros son elegidos por un ejercicio, con la posibilidad de ser reelectos. El Presidente de la Comisión Administradora posee la representación legal de la sociedad.

La Comisión Administradora debe reunirse al menos trimestralmente, y posee amplias facultades de administración y disposición. Durante el año 2007 hubo ocho reuniones.

En la actualidad, la Comisión Administradora está compuesta por 7 titulares y 2 suplentes.

INFORMACIÓN, DUDAS Y DENUNCIAS

Cualquier empleado de Ford Argentina puede pedir información, resolver dudas o realizar denuncias relacionadas con el Código de Conducta a través de determinados canales de comunicación autorizados para ello.

Las denuncias se pueden realizar de manera anónima, y son evaluadas por el Comité de Eventos Inusuales, que las analiza, las investiga y define su gravedad. Si es necesario, el Comité puede requerir la asistencia de auditores de Ford Motor Company para tomar una decisión relacionada con las personas involucradas.

El Código de Conducta de Ford Argentina puede ser consultado en inglés o español por todos los empleados a través de la red interna de la compañía.

Presidente:
Enrique Alemañy
Ingreso a Ford Argentina: 1981
Cargo actual: Presidente desde 2005

Vicepresidente:
Grant Alexander Grigorian
Ingreso a Ford Argentina: 1987
Cargo actual: Director de Finanzas y Vicepresidente desde 2005

Administradores titulares:
Jorge Nicolás Di Nucci
Ingreso a Ford Argentina: 1974
Cargo actual: Director de Relaciones Institucionales desde 2004
Verónica James
Ingreso a Ford Argentina: 1995
Cargo actual: Directora de Recursos Humanos desde 2005
Dino Zanetti

Ingreso a Ford Argentina: 1978
Cargo actual: Director de Nuevos Modelos y Programas Asociados desde 2007
Carlos Juan Mignaqui
Ingreso a Ford Argentina: 1991
Cargo actual: Director de Asuntos Legales desde 1991
Hernán Galdeano
Ingreso a Ford Argentina: 1988
Cargo actual: Director de Marketing y Ventas desde 2006

Administradores suplentes:
Uriel Federico O´Farrell
Miguel Alejandro Máximo Tesón

3.

Nuestros

productos y servicios

En Ford Argentina asumimos el compromiso permanente de brindarles a nuestros clientes productos de excelencia. Es por eso que constantemente trabajamos en la implementación de nuevas tecnologías, pensando en el desarrollo de la sociedad, la preservación del medio ambiente y la seguridad de los pasajeros y peatones.



3. Nuestros productos y servicios /

Desde el año 2006, Ford Argentina se encuentra en plena renovación de su línea de automóviles y pick-ups con el objetivo de brindar a sus clientes mejor calidad, mayor seguridad y confiabilidad, y todo el placer de manejo que caracteriza a sus productos.

Más y mejores productos para todos los públicos



Todos los modelos que integran la línea de Ford Argentina satisfacen las más altas expectativas, poseen la mejor relación entre precio y calidad de su categoría, y están equipados con la última tecnología y las más avanzadas herramientas de seguridad activa y pasiva.

Gracias a ello, el público nos elige día a día como una de las empresas automotrices más confiables del país.

EL AUTO MÁS SEGURO DEL AÑO 2007

El nuevo Ford Mondeo fue premiado como el "Auto más seguro del año 2007" en la categoría Autos Grandes Importados por el Centro de Experimentación y Seguridad Vial en la Argentina (CESVI). La excelente relación precio-componentes de seguridad del nuevo Mondeo determinó el resultado de esta elección.

Este reconocimiento se suma a la calificación de 5 estrellas en protección de ocupantes adultos que obtuvo en la ronda de pruebas de seguridad del "Euro NCAP", Programa Europeo de Evaluación de Automóviles Nuevos 2007.

Además, el nuevo Mondeo fue elegido como "Mejor Auto Importado 2008" por la revista *Auto Test*, que convocó a periodistas especializados de todo el país con el fin de elegir los autos del año.



UTILITARIOS Y CAMIONES

En 2007, Ford Argentina renovó toda la línea de camiones Cargo con nuevos motores de gestión electrónica que cumplen con las normas antipolución de reducción de emisiones Euro 3.

La sigla "e" que se utiliza desde entonces como prefijo en la denominación de cada modelo refleja no sólo la nueva tecnología aplicada sino también el compromiso con la ecología: los camiones Ford son más limpios, menos ruidosos y más económicos, ya que reducen en hasta un 10% el consumo de combustible.

SALÓN DEL AUTOMÓVIL

En el 4º Salón del Automóvil de Buenos Aires, que se realizó en el mes de junio de 2007, Ford Argentina presentó un imponente stand que invitaba a los visitantes a experimentar el movimiento con todos los sentidos.




Sobre una superficie de 2000 m² se desplegaron el Ford Iosis y la pick-up Ford Super Chief, dos impactantes "concept cars" que acapararon todas las miradas y se convirtieron en las verdaderas estrellas de la muestra, anticipando la visión de Ford sobre las tendencias de la industria automotriz.

El Ford Edge y el Ford Focus Cabriolet, las últimas novedades de la marca en los Estados Unidos y Europa, también deslumbraron al público que se acercó al stand. Además, se presentaron allí por primera vez el S-Max y el nuevo Mondeo, los exponentes del nuevo lenguaje de diseño de Ford; y se exhibieron todos los vehículos de la línea que se comercializa en el país: el Ka, el Fiesta y el FiestaMax, el Focus, la EcoSport y las pick-ups Ranger y F-100.

Del Falcon al Mondeo →

Los productos de Ford Argentina, según pasan los años

1961	1962	1963	1967	1969	1974
Sale de la planta de Motores de General Pacheco el primer motor Ford V8 fabricado íntegramente en la Argentina.	Se monta en Pacheco el primer Falcon con carrocería y motor importados.	Se presenta el primer Falcon con motor y estampado locales.	 Comienza la producción del Falcon Rural.	Se presenta el Ford Fairlane.	Se presenta el Taunus.
					1984 A pocos meses de su lanzamiento en Europa, se presenta el Ford Sierra fabricado en Argentina.

1988	1992	1995	1996	1997
Se presenta el Ford Escort.	 Se presenta el Ford Galaxy.	Presentación del Ford Explorer. Comienza la venta de los camiones Cargo.	Se presentan el furgón Transit, el nuevo Ford Fiesta y la nueva línea de pick-ups F-100. Comienza la producción del nuevo Ford Escort.	Se presenta una nueva versión del Ford Mondeo, el nuevo Ford Ka, la Ford Courier Van y la Ford Courier Pick-up.
1991 El último Falcon sale de la línea de montaje de General Pacheco. Se trata del Falcon nº 494.209 producido en la planta de Argentina.				
	1994 Se presenta el Ford Orion.			

una historia sobre ruedas

1998	1999	2000	2001	2002
 Comienza la producción de la pick-up Ford Ranger de doble cabina en Pacheco.	El Ford Ka es elegido “Mejor auto del Mercosur de 1999” por el Consejo de Periodistas del Automóvil (CPA). El Ford T se consagra como “Auto del siglo” por votantes de todo el mundo.	Comienza la producción local del Ford Focus, que es elegido “Mejor auto del Mercosur de 2001” por el CPA.	 Se presentan al mercado el nuevo furgón Transit, el nuevo Mondeo, el “sport-utility” Escape y se incorpora el motor “Power Stroke” a la pick-up Ranger. El furgón Transit es elegido “Mejor utilitario del Mercosur de 2002” por el CPA.	Se presenta al mercado el nuevo Fiesta. El Fiesta, la Ranger y la Transit son elegidos como “Mejor auto del Mercosur de 2003”, “Mejor pick-up del Mercosur de 2003” y “Mejor utilitario del Mercosur de 2003” por el CPA.
				

2003	2004	2005	2006	2007
La Ranger es elegida nuevamente como “Mejor pick-up del Mercosur de 2004” por el CPA. Lanzamiento de la Ford EcoSport, que presenta un nuevo concepto en vehículos utilitarios deportivos compactos.	Por tercer año consecutivo la Ranger es elegida “Mejor pick-up del Mercosur de 2005” por el CPA. Se presentaron al mercado la nueva Ranger y la EcoSport 4wd, que fortalecieron el éxito de este producto.	Se presenta el nuevo motor “Power Stroke” 3.0 en la Ranger con tecnología Euro 3. Se presenta el Focus 2.0L con 145 CV.	Se presenta la nueva F-100. Se lanza una versión especial del Ka, de venta por internet, llamada Ka Viral.	 Se presentan los nuevos Fiesta y FiestaMax, el nuevo Mondeo, la nueva EcoSport y la nueva línea Cargo con motor eléctrico.
				

3. Nuestros productos y servicios /

La estrategia productiva de Ford Argentina se encuentra totalmente adaptada a las condiciones del mercado global, lo que nos permite ser una empresa líder en la región.

Ford produce para la Argentina y el mundo

Desde el año 2003 en adelante hemos acompañando el crecimiento de la economía, incorporando nuevos trabajadores para poder sustentar los niveles de venta tanto en el mercado argentino como en los diferentes mercados de exportación.



A partir de la creación del Mercosur, Ford implementó una política de especialización industrial y complementación productiva en sus plantas de Brasil y Argentina: desde entonces, cada planta se dedica a la producción de determinados modelos como fuente única de abastecimiento de los mercados regionales.

Esta exitosa estrategia nos permitió estabilizar la producción, independizándola de las coyunturas internas, algo que demostró ser sumamente eficaz durante la retracción experimentada en el país entre los años 2001 y 2003: a pesar del enfriamiento general de la economía argentina, la producción de planta Pacheco pudo seguir adelante sin mayores pérdidas en el nivel de empleo gracias a los programas de exportación.

Desde el año 2003 en adelante hemos acompañando el crecimiento de la economía, incorporando nuevos trabajadores para poder

sustentar los niveles de venta tanto en el mercado argentino como en los diferentes mercados de exportación.

Gracias a esto, no sólo somos uno de los principales productores de Argentina sino también uno de los mayores exportadores: vendemos nuestros productos a 16 países, entre los que se encuentran Brasil, México, Venezuela, Chile y Uruguay.

En 2007, el volumen destinado a la exportación fue de 62.483 unidades, una cifra que representa el 71% de la producción total de Planta Pacheco en el año.



CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO DEL PAÍS

La industria automotriz es uno de los grandes motores del crecimiento económico de la Argentina en los últimos años: superando sus volúmenes de ventas cada mes, posee una participación del Producto Bruto Interno del 4,7%, abarcando el 19,8% de la industria nacional.

Además, este sector productivo contribuye al desarrollo del país dando trabajo directo a más de 19.000 personas y en forma indirecta, a través de su cadena de valor, a 121.000 personas. La contribución al fisco de esta industria es de 8.100 millones de pesos anuales.

JUNTO AL CAMPO ARGENTINO

Durante el año 2007 la Raza Fuerte de Ford estuvo presente en ExpoAgro: las pick-ups F-100 y Ranger fueron los vehículos oficiales de la gran muestra a cielo abierto del campo argentino que se realizó del 14 al 17 del mes de marzo.

Ford Argentina también fue Sponsor Oficial de la 121ª Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria Internacional, el evento más tradicional del campo argentino que se realizó del 26 de julio al 7 de agosto en el predio ferial de la Sociedad Rural en el barrio de Palermo.

Desde 1913, Ford Argentina impulsa el crecimiento del campo argentino: cada Ranger, cada F-100 y cada camión Ford que se ponen en marcha son una muestra de cómo Ford se sigue moviendo junto a aquellos que contribuyen al desarrollo del país.

30 años del Plan Óvalo

El plan de ahorro para fines determinados, más conocido como Plan Óvalo, fue creado en 1977 como una herramienta ideal para ayudar a los clientes a adquirir su auto.

En 30 años, más de 250.000 vehículos Ford o km fueron entregados a través de este plan de ahorro.

Plan Óvalo es un sistema de ahorro previo para la adquisición de cualquiera de los modelos de la línea de Ford Argentina, incluida una alternativa para acceder a la línea de camionetas.

A lo largo de los años y de los diferentes escenarios económicos del país, este sistema ha demostrado su solidez y seriedad, y es por ello que muchos clientes siguen eligiendo esta herramienta de compra ante la imposibilidad de acceder a otro tipo de financiación.

En el ciclo que abarca este informe se entregaron a través del Plan Óvalo 9000 unidades, lo que implica un 20% del total de unidades facturadas por las administradoras de planes de ahorro de Argentina en 2007.

4. Grupos de interés

En Ford Argentina sabemos que no estamos solos, porque nuestra compañía crece y se desarrolla en relación con diferentes públicos y grupos de interés: establecer una buena comunicación con todos ellos es la base para construir cimientos sólidos, que permitan el crecimiento y beneficio conjunto de la empresa y el país.

A lo largo de este capítulo queremos contarles cómo incorporamos el concepto de sustentabilidad en la gestión de todos los aspectos del desarrollo de nuestro trabajo para garantizar que la Responsabilidad Social Empresaria se integre en nuestras acciones cotidianas con los clientes, los concesionarios, los empleados, los proveedores, la comunidad en la que operamos y el medio ambiente que nos rodea.



4. Grupos de interés /

En Ford Argentina sabemos que el secreto de nuestro éxito se basa en la relación de confianza y trabajo conjunto que mantenemos con la Red de Concesionarios que lleva nuestros productos y servicios a todo el país. Los más de 80 miembros que la integran son los verdaderos aliados estratégicos en nuestro modelo de negocio y uno de los nexos más importantes que tenemos con los clientes finales.

Red de Concesionarios: la ética de la confianza

ALIADOS ESTRATÉGICOS

En la actualidad, nuestra Red está compuesta por 69 concesionarios dedicados a la venta de autos y vehículos comerciales livianos, y 12 especializados en camiones pesados.

En su mayoría se trata de empresas familiares que llevan muchos años trabajando junto a Ford Argentina, algo que nos ha permitido contruir una sólida relación de confianza mutua que crece año tras año.

En Ford apostamos al crecimiento, la formación y la visión estratégica del negocio por parte de todos los que trabajan con nosotros, buscando que una fuerte impronta de ética y confianza nos represente y nos identifique. Es por eso que periódicamente realizamos capacitaciones para los empleados y los titulares de cada firma que integra la Red de Concesionarios.

El entrenamiento abarca aspectos técnicos, como cursos de información y actualización sobre los productos y servicios que ofrecemos; y otros más generales y estratégicos, relacionados con el contexto local y el escenario futuro de la industria automotriz. El objetivo final de estas capacitaciones es ayudar a los concesionarios a desarrollar una visión que, sin descuidar el día a día, permita planificar, proyectar y gestionar el negocio a largo plazo.

En línea con este nuevo desafío, contamos con diversos programas corporativos y regionales

enfocados a mejorar la calidad del servicio en nuestra Red de Concesionarios, con los que entrenamos al personal en todos los aspectos del negocio.

Capacitación comercial para vendedores, técnicas de taller, programas dirigidos a una mejor interacción con los clientes, optimización de procesos internos y mejora en la administración de inventarios de unidades y repuestos son algunos de los temas sobre los que capacitamos a nuestros Concesionarios para lograr una superación permanente en la calidad del servicio y en la gestión del negocio.



MAESTRÍA FORD

De acuerdo con la idea de consolidar la formación de empresarios y profesionales en el gerenciamiento del negocio, promoviendo estrategias basadas en el agregado de valor al cliente y en la exitosa sucesión del negocio en el largo plazo, Ford Argentina, en conjunto con el Consejo Consultivo de Concesionarios Ford y la Escuela de Dirección de Empresas de la Universidad Argentina de la Empresa (EDDE), desarrolló en el año 2007 el programa MAESTRÍA Ford.

El Programa está orientado a incorporar conocimientos y herramientas que favorezcan el fortalecimiento de las competencias de gerenciamiento de los recursos humanos de la Red de Concesionarios a través del Programa de Formación Directiva (PFD) y el Programa de Formación Gerencial (PFG) con el objetivo de:

- Adquirir una visión global de la empresa.
- Fortalecer el pensamiento estratégico orientado a la creación de valor.
- Mejorar la efectividad en la toma de decisiones.
- Desarrollar e incrementar habilidades gerenciales de comunicación, liderazgo, negociación y resolución de conflictos.
- Incorporar conocimientos y herramientas que les permitan realizar una mejor gestión de la empresa o área a su cargo.

4. Grupos de interés / Red de Concesionarios

Tener una constante comunicación con todos los concesionarios del país es fundamental para que se mantengan informados y actualizados de las novedades de la empresa y nuestros productos. Asimismo, nos interesa tener siempre abiertos diferentes canales directos de diálogo para escuchar sus inquietudes y recibir propuestas y sugerencias que nos ayuden a mejorar día a día.

Una red en contacto permanente

Una forma de comunicarnos con la Red de Concesionarios es a través de nuestro sistema FIS (*Ford Information System*), mediante el cual los distribuidores pueden acceder a todas las circulares publicadas por la empresa.

Por otro lado, cada concesionario cuenta con la posibilidad de mantener un contacto directo con Ford Argentina a través de visitas a la planta y reuniones con gerentes, directores y el presidente de la compañía.

De esta forma podemos transmitir de manera inmediata las novedades de la empresa y garantizar una comunicación rápida y eficiente con nuestros principales socios en el negocio.

VISITAS DE CAPACITACIÓN

Durante octubre y parte de noviembre viajamos al interior del país con la Caravana Motorcraft

para realizar una capacitación técnica a los integrantes del área de servicio en el uso y aplicación de lubricantes recomendados por Ford Argentina para nuestros vehículos.

También hicimos presentaciones comerciales a los clientes mayoristas, flotilleros y titulares de casas de repuestos de diversos concesionarios.

Los concesionarios visitados fueron: Lo Bruno Automotores (Santiago del Estero), León Alperovich Group (Tucumán), Montoroni Automotores (Córdoba) y Albino Picco e Hijo (San Francisco, Córdoba).

EN TODO EL PAÍS

Gracias a su Red de Concesionarios, Ford es la única marca de la industria automotriz argentina con presencia en cada una de las provincias de nuestro país.



ENCUESTA DE CALIDAD DE SERVICIO

Para detectar oportunidades de mejora en la calidad del servicio de nuestra Red de Concesionarios, desde 2003 realizamos una encuesta a los clientes que mide la satisfacción de nuestra Red de Concesionarios con las áreas de Marketing & Ventas y Asistencia al Cliente.

Sobre la base de las preguntas clave de la encuesta monitoreamos un indicador de satisfacción de la Red de Concesionarios que posee dos componentes: satisfacción con el área de Marketing & Ventas y satisfacción con el área de Asistencia al Cliente.

Los indicadores, que mostraron un aumento en la satisfacción durante el año 2007 respecto de 2006 en los dos aspectos, nos ratifican una vez más que estamos en el buen camino.

RECONOCIMIENTO

Durante la Convención Líderes 2007 premiamos a los Gerentes Generales, Gerentes de Repuestos y Gerentes de Servicio de los concesionarios más destacados en el negocio de Posventa durante el año 2006, reconociendo el esfuerzo de nuestros más importantes socios.

Los siguientes fueron los ganadores del concurso 2006 en las categorías premiadas:

- Líderes en Ventas de Repuestos: Forcor S.A.
- Líderes en Servicio: Guillermo Simone S.A.
- Líderes en Crecimiento de Ventas de Repuestos: Autos del Sur S.A.
- Líderes en Crecimiento de Servicio: Perfecto López y Cía. S.A.
- Líderes Categoría Camiones: Motorsport S.A.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Año	Marketing & Ventas	Asistencia al Cliente
2006	77%	82%
2007	75%	79%

4. Grupos de interés /

En Ford Argentina mantenemos una sólida política de compromiso con nuestros clientes, a través de la cual buscamos brindarles los estándares de calidad que demandan, garantizando su seguridad y satisfacción.

Cientes finales: calidad y seguridad, una búsqueda permanente

CONOCERLOS,
NUESTRA PRIORIDAD

Nuestra prioridad es mantener un buen diálogo con los clientes que nos eligen: consideramos que se trata de un paso fundamental para conocer sus necesidades y trabajar día a día en su satisfacción.

Para ello, contamos con una gran variedad de canales de contacto a través de los cuales brindamos a los clientes finales toda la información que necesitan sobre nuestros productos y precios; y escuchamos sus sugerencias y comentarios sobre la empresa.



Cada uno de los productos que fabrica y comercializa Ford en Argentina está destinado a un público bien definido, que permite que los diferentes modelos cubran todas las necesidades de los clientes que los eligen. Y, debido a la gran diversidad de productos que conforman nuestra línea, contamos con una cartera de clientes tan amplia como heterogénea.

El objetivo principal que perseguimos en la relación con nuestros clientes es acompañarlos en todo momento y desde el día en el que se acercan por primera vez a un concesionario Ford para comprar un producto. En esta etapa les brindamos servicios de venta, asesorándolos en la compra del vehículo que mejor se adapta a sus necesidades.

Luego de la entrega de la unidad les ofrecemos servicios de posventa, provisión de repuestos y accesorios a través de la Red de Concesionarios Ford y servicio técnico mediante el Servicio Rápido Motorcraft.

Además, ponemos a su disposición diferentes vías de comunicación y atención permanente para

despejar dudas, escuchar sugerencias y solucionar cualquier inconveniente que se presente.

POLÍTICA DE PRIVACIDAD

En Ford Argentina consideramos fundamental mantener la confianza de los clientes, y nuestra prioridad para lograrlo es respetar la privacidad de los datos que nos brindan.

Para asegurarnos de cumplir con este compromiso trabajamos con sistemas y procedimientos que aseguran la privacidad de los datos de nuestros clientes.

La información es cuidadosamente clasificada, protegida y tratada de acuerdo con los lineamientos de seguridad corporativos, y el acceso a la base de datos de clientes es restringido.

En el período que abarca este reporte no se recibió ningún tipo de reclamo relacionado con la política de privacidad de la empresa, lo que nos reafirma que también en este aspecto estamos avanzando por buen camino.



LA VOZ DEL CLIENTE

Mediante una encuesta de satisfacción denominada “La voz del Cliente”, convocamos a todos nuestros clientes a dar su opinión.

Este estudio nos permite monitorear el nivel de conformidad de los usuarios con el área de Ventas y Posventa de cada concesionaria Ford y nos proporciona una retroalimentación que enriquece el programa de Satisfacción del Cliente.

Con los resultados de esta encuesta también medimos el desempeño particular de cada concesionario. Esto nos permite detectar oportunidades en el proceso de mejora continua de la Atención al Cliente

RESULTADOS DE LA ENCUESTA
DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Ventas: Satisfacción en la compra		Posventa: Satisfacción en el servicio	
2006	60%	2006	53%
2007	65%	2007	60%

4. Grupos de interés / Clientes finales



Éstas son las principales vías de comunicación que utilizamos en Ford Argentina para conocer y escuchar a nuestros clientes y así poder satisfacer sus demandas:

- › Atención telefónica
- › Investigaciones de mercado
- › Encuestas de satisfacción
- › Internet
- › Correo electrónico
- › Medios publicitarios
- › Publicaciones de envío personalizado



CONCIENTIZACIÓN EN SEGURIDAD

Como todos sabemos, la inseguridad vial se ha convertido en la principal causa de muerte en nuestro país. Ante esta situación, en Ford Argentina buscamos aplicar los conocimientos del negocio para evitar accidentes de tránsito.

Dentro del Departamento de Asistencia al Cliente de Ford Argentina y a través de nuestra Red de Concesionarios buscamos concientizar a los clientes en la importancia del control preventivo y periódico de los sistemas relacionados con la seguridad de marcha del vehículo, incentivando el hábito del mantenimiento del vehículo con el Servicio Oficial de Ford en la Red de Concesionarios y el uso de repuestos originales Ford.

Con esta campaña estamos contribuyendo a proveer una mayor conciencia de seguridad en el manejo de los vehículos en las calles de nuestro país.

CAMPAÑA DE CONTROL

A través de la campaña “Triple Control de Seguridad” invitamos a nuestros clientes a acercarse a una concesionaria para realizar, de manera gratuita, el control de seguridad de alineación, amortiguadores y frenos en la “calle de pruebas” especialmente diseñada para este fin.

Esta actividad se realiza durante todo el año en diversos concesionarios y se intensifica en temporada de verano, cuando mayor cantidad de vehículos realizan trayectos prolongados. Durante la temporada de verano 2007, 987 unidades fueron controladas en Pinamar, con un promedio de 18 vehículos por día.

Complementando este servicio, también brindamos a nuestros clientes este beneficio en el estacionamiento de Ford en ExpoAgro y en los siguientes concesionarios, acompañando las actividades del TC 2000 del año 2007: Montironi Automotores, Automotores Maipú, Motorsport, Selva, Sapac, Guillermo Simone, Arauco, Pablo Eloy Donet, Guspamar, Auto Special, Escobar Santa Fe y Máximo Pinasco.

CONCEPTO | F, LA REVISTA DE FORD

concepto|F es una publicación sobre tendencias que Ford Argentina envía de manera cuatrimestral a sus clientes desde diciembre de 2005, y que constituye una novedosa vía de comunicación con todos aquellos que comparten un estilo de vida que privilegia el movimiento y la actualización permanente. En el período que cubre este informe, la Asociación de la Prensa Técnica y Especializada de Argentina otorgó dos premios APTA-Rizzuto 2006/2007 a concepto|F en las categorías “Mejor tapa”, por su edición nº 3, y “Mejor revista de instituciones”.

4. Grupos de interés / Proveedores

Con el objetivo de lograr un buen resultado en nuestro proceso productivo, en Ford Argentina buscamos establecer una estrecha relación con los proveedores: de esta manera podemos transmitir a toda la cadena de valor nuestros principios y buenas prácticas de trabajo.

Proveedores: el valor del trabajo en equipo

Para mantener una fluida relación con nuestros proveedores hemos establecido diversos canales de comunicación. Reuniones personales o grupales, comunicaciones telefónicas, correo electrónico y un sitio de internet que les permite visualizar su performance en calidad y entrega son algunos de los recursos que nos permiten tener un contacto directo con ellos.

Así, no sólo podemos transmitirles nuestras expectativas y mantenerlos informados acerca de los temas principales del negocio, sino también conocer sus inquietudes y sugerencias sobre las actividades que desarrollamos juntos.

PRINCIPALES TEMAS

Los siguientes son algunos de los temas más importantes que abordamos de manera permanente en la relación con nuestros proveedores:

- › Desarrollo de nuevos productos
- › Cambios de diseños de piezas existentes
- › Factibilidad de nacionalización de piezas y componentes
- › Oportunidades de reducciones de costo
- › Actualización de precios y condiciones de pago
- › Estándares de sistemas de calidad y ambiental Ford
- › Tiempos y desempeño de entregas de piezas de producción y repuestos
- › Capacitación en políticas y programas de calidad y logística



4. Grupos de interés / Proveedores

Anualmente realizamos una encuesta de satisfacción destinada a los 40 proveedores más grandes de la Argentina y los 80 más grandes de Brasil.

Su opinión nos interesa

El 77% de nuestros proveedores de producción están certificados como proveedores Q1, máxima calificación de calidad otorgada por Ford que incluye el cumplimiento de las normas ISO TS 16949 (Calidad), MS 9000 (Logística) e ISO 14001 (Ambiental).

El objetivo de la encuesta de satisfacción es conocer sus percepciones y comentarios acerca de los diferentes aspectos de nuestra relación con ellos y en comparación con la competencia. Para ello, nos contactamos con el máximo responsable de las cinco áreas relevantes a analizar: Presidencia, Comercial, Calidad, Ingeniería y Logística. Los resultados se canalizan a través de tres indicadores: General, Liderazgo y Hacer las cosas correctas. Según la última Encuesta de satisfacción realizada, los proveedores le dieron a Ford altas calificaciones en los tres indicadores de confianza.

En un análisis de empresas de la industria, Ford calificó significativamente más alto que sus competidores en relación con la confianza general y liderazgo, mientras que en términos de confianza para realizar las cosas correctas, Ford y un competidor calificaron en forma similar.

TRANSMITIENDO CALIDAD A TODA LA CADENA DE VALOR

En Ford Argentina trabajamos constantemente para brindar la mejor calidad en productos y servicios a nuestros clientes, y somos

conscientes de que este nivel de excelencia tiene que ser alcanzado por toda la cadena de valor para lograr los mejores resultados.

Es por eso que, a través del área de Asistencia Técnica a Proveedores, damos soporte y seguimiento para que los proveedores de material productivo certifiquen como proveedores Q1, máxima calificación de calidad otorgada por Ford que incluye el cumplimiento de las normas ISO TS 16949 (Calidad), MS 9000 (Logística) e ISO 14001 (Ambiental). En la actualidad, el 77% de los proveedores de producción están certificados con esta norma.

Asimismo, los proveedores que operan con Ford Argentina firman los “Términos y condiciones globales de contratación con Ford”, que incluyen diversas cláusulas, entre ellas una referida a “Condiciones básicas de trabajo y situación laboral”. De esta manera nos aseguramos de que los proveedores desempeñen sus tareas en línea con nuestros principios y valores, respetando la integridad de los trabajadores y las normativas laborales nacionales e internacionales.

LOS 8 ATRIBUTOS

En Ford Argentina conocemos los 8 atributos que más importan a los proveedores y que ayudan a construir una relación de trabajo sólida y basada en la confianza mutua:

- 1. Ford confía en que vamos a hacer nuestro trabajo.
- 2. Ford nos trata con respeto en nuestra interacción diaria.
- 3. Ford ve nuestra relación con ellos como una asociación verdadera y un esfuerzo de equipo.
- 4. Ford comunica claramente sus necesidades y expectativas.
- 5. Ford nos alienta a demostrar nuestra experiencia técnica.
- 6. Ford discute con nosotros las decisiones que impactan en nuestro negocio antes de que sean ejecutadas.
- 7. Ford honra los acuerdos y se orienta a objetivos y pronósticos.
- 8. Ford reconoce nuestra necesidad de lograr éxito en el negocio.

Según las encuestas que hemos realizado, Ford Argentina fue calificado como positivo por más del 60% de los proveedores en los 8 atributos que más importan para construir confianza.

- Los mejores resultados se obtuvieron en relación con los siguientes indicadores:
- 1. Tratar a los proveedores con respeto (87%).
 - 2. Confiar en los proveedores para hacer su trabajo (83%).
 - 3. Alentar a los proveedores a demostrar su excelencia técnica (80%).

- Por otra parte, los proveedores señalaron que el desempeño de Ford podría mejorar en:
- 1. Discutir las decisiones que impactan en el negocio del proveedor antes de ser ejecutadas (61%).
 - 2. Reconocer la necesidad de lograr el éxito en el negocio (63%).

Los resultados de estas encuestas nos ayudan a detectar las oportunidades de mejora en el proceso productivo, y nos permiten plantearnos objetivos de superación para los próximos años en relación con el trabajo conjunto con la cadena de valor.

MATERIALES DIRECTOS		
ORIGEN	2006	2007
Argentina	91	91
Brasil	5	5
Uruguay	2	2
TOTAL	98	98

Este ítem considera las compras realizadas directamente por Ford Argentina (no se computan los materiales que provienen de Europa y Estados Unidos vía consolidadores).

MATERIALES INDIRECTOS		
ORIGEN	2006	2007
Argentina	445	559
Importado	52	80
TOTAL	497	639

SERVICIOS		
ORIGEN	2006	2007
Argentina	134	197
Importado	3	4
TOTAL	137	201

TRANSPORTE Y LOGÍSTICA		
ORIGEN	2006	2007
Argentina	6	6
TOTAL	6	6

4. Grupos de interés /

En Ford Argentina sabemos que nuestra fortaleza radica en la gente que trabaja con nosotros: por eso las relaciones laborales en nuestra compañía se basan en el respeto, la integridad y el crecimiento de los empleados.

Empleados:
una apuesta al crecimiento

PRINCIPIOS BÁSICOS

Uno de los valores básicos expresados en la Misión, Visión y Principios de Ford Motor Company es la relación con los empleados. Ellos son el origen de nuestra fortaleza, proveen nuestra inteligencia corporativa y determinan nuestra reputación y vitalidad.

La integridad, el trabajo en equipo y la participación son nuestros valores humanos centrales. Estos valores básicos se reflejan en nuestras relaciones con los empleados y son la base de todas nuestras prácticas de Recursos Humanos.

En el área de Recursos Humanos desarrollamos actividades con el personal y buscamos que nuestros 2887 empleados desempeñen sus tareas cotidianas en un ambiente de trabajo digno y seguro, acompañándolos en su crecimiento personal y profesional dentro de la empresa, y respetando su valor humano y los derechos locales e internacionales.

Buscamos formar un equipo de trabajo innovador, que sea un motor de cambios y de desarrollo de liderazgo, con culturas y políticas que contribuyan a hacer de Ford Argentina la compañía más atractiva del mercado laboral, líder en productos y servicios automotores.

EMPLEADOS POR CARGO

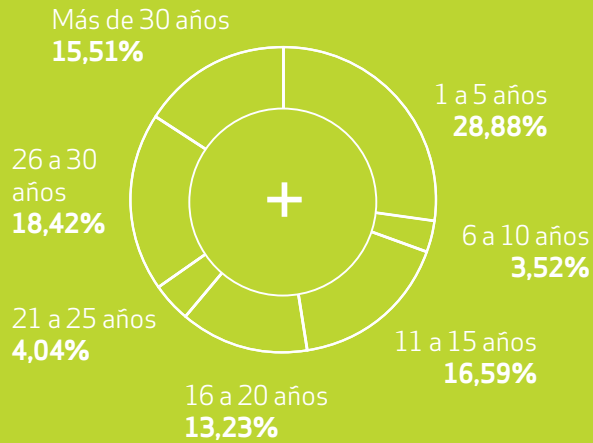
	2006	2007
Rol gerencial / Dirección	98	99
Rol general (mensualizados)	329	458
Rol operativo (jornalizados)	2.176	2.330
TOTAL de empleados	2.603	2.887

Estamos orgullosos de ser uno de los tres mejores empleadores de la Argentina.

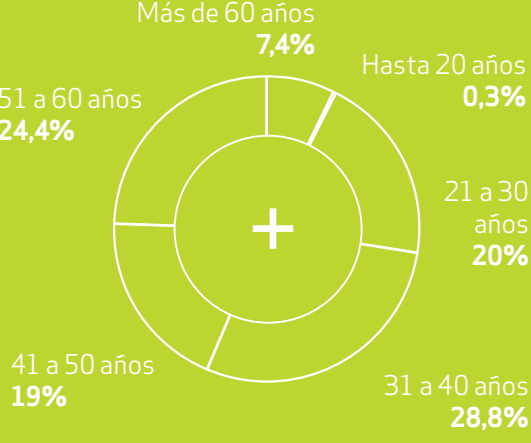
Según un estudio realizado por la revista Apertura en octubre de 2007 en más de 160 empresas para determinar quiénes son los mejores empleadores del país, Ford recibió el tercer puesto en empresas de más de 1000 empleados, y el primero entre las empresas automotrices del país.

Las cualidades que más valoramos en nuestros empleados son la excelencia funcional y técnica en el puesto, el trabajo en equipo, que sean un modelo de los valores de Ford y que cumplan con la entrega de resultados.

DISTRIBUCIÓN POR ANTIGÜEDAD



DISTRIBUCIÓN POR EDAD



4. Grupos de interés / Empleados

La formación de nuestros profesionales nos hace crecer, ya que la capacitación y el entrenamiento aseguran la generación de propuestas de mejora de los procesos por parte del personal y el éxito de los equipos de trabajo. En esta línea de acción fomentamos la creatividad y la innovación de nuestros empleados para seguir moviéndonos y mejorando constantemente.

ASISTENCIA ECONÓMICA EN MASTERS Y POSGRADOS

Este programa provee a los empleados la posibilidad de acceder a una amplia gama de valiosas oportunidades educativas, lo que les permite lograr un continuo crecimiento profesional. El objetivo es contribuir al desarrollo del personal a través de las mejoras de las habilidades utilizadas en sus funciones actuales y la actualización permanente en cuanto a tecnologías cambiantes, nuevos procesos y condiciones de negocio, con el fin de ayudarlos a prepararse para futuras asignaciones de desarrollo de corto y mediano plazo.

LOS EMPLEADOS Y LA RSE

Como parte de la formación de los empleados en los principios de la compañía realizamos charlas de RSE para el personal de las diferentes áreas. En ellas se informa acerca de las actividades que realiza Ford Argentina, su compromiso con la sustentabilidad y los programas de Voluntariado.

Nuestra gente nos hace crecer

En 2007 realizamos una gran variedad de cursos y capacitaciones relacionados con los temas que hacen a nuestras actividades cotidianas en la empresa, tanto en la planta como en las oficinas corporativas, aumentando el promedio de horas de capacitación por empleado a 31,7 (contra 30,2 que se habían realizado en el año 2006).

La formación se realiza con empleados de la empresa expertos en el área o con disertantes externos especializados en la temática.

SISTEMA DE PRODUCCIÓN

En Ford Argentina capacitamos a los empleados que participan en el proceso de producción para el desarrollo de sus habilidades mediante entrenamientos en el puesto de trabajo, cursos técnicos, herramientas para el trabajo en equipo y capacitaciones específicas en todos los temas referidos a calidad. Además, brindamos una formación integral en seguridad e higiene, realizando una gran cantidad de actividades

como primeros auxilios, seguridad en el trabajo de altura, transformación a una cultura de seguridad y charlas de seguridad en todas las etapas productivas a lo largo del año. Y celebramos todos los años la Semana Mundial de Higiene y Seguridad.

Sumado a la formación de temáticas generales en todas las áreas, realizamos cursos de entrenamiento en las tareas de producción y en conocimiento técnico en cada etapa de producción: estampado y carrocería, pintura y montaje.

INDUCCIÓN AL PERSONAL INGRESANTE

En esta actividad, los nuevos empleados son introducidos en los principios de la empresa y capacitados en los temas más relevantes referidos a la organización. Así obtienen el primer contacto formal con la Compañía mediante el conocimiento de las políticas y procedimientos que rigen su comportamiento dentro de la organización. Además, los ingresantes realizan un entrenamiento en temas



ENTRENAMIENTO EN 6 SIGMA. La Compañía busca tener al 100% de sus empleados entrenados en la metodología 6 Sigma. Con la utilización de esta herramienta se logra mejorar significativamente la satisfacción del cliente y el valor del negocio para el accionista, reduciendo la variabilidad en todos los aspectos del negocio. Mediante un acercamiento estructurado, seremos capaces de entender mejor las necesidades de nuestros clientes desde su punto de vista, y de esta manera podremos construir y/o modificar nuestros procesos y productos para alcanzar y superar sus expectativas.

de seguridad, sistema ambiental, calidad y protección de la información. De esta manera logramos que todos los empleados tengan el conocimiento necesario para comenzar su actividad dentro del Centro Industrial y pasen a formar parte de la cultura Ford.

CAPACITACIÓN PROFESIONAL DE NEGOCIOS

Bajo un contexto de constante evolución en los avances de los sistemas de gestión, nos seguimos moviendo en el desarrollo de un conjunto de cursos de capacitación y actualización de conocimientos en aspectos de gerenciamiento y administración de negocios.

En este sentido se destacan los cursos de habilidades de negocios en las áreas de Recursos Humanos, Compras, Finanzas, Sistemas, Ventas, Servicio al Cliente y Relaciones Públicas. A su vez, realizamos capacitaciones complementarias en temas de cadena de valor, prevención del fraude y comunicaciones internas.

PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL

El Programa de Desarrollo Profesional (PDP) es un proyecto de capacitación orientado a la Administración de Empresas que desarrollamos junto a la UTN (Universidad Tecnológica Nacional) Regional General Pacheco.

Tiene una duración anual, durante la cual analizamos los contenidos de 10 seminarios extraídos de la Maestría en Administración de Empresas que se dicta en la UTN. Las clases del PDP abordan situaciones y contextos reales para integrar la teoría y la práctica, orientar a la acción y maximizar el intercambio de ideas entre participantes y profesores, brindando las herramientas y habilidades necesarias para el mejor desempeño y cumplimiento de nuestras actividades dentro y fuera del ámbito laboral, y generando el incentivo hacia el desarrollo continuo.

Como continuidad del proceso educativo, los empleados que concluyen el PDP pueden continuar con la Maestría, que tiene una duración de un año y permite a los participantes obtener el título de MBA, otorgado por la UTN. El cuerpo docente pertenece al equipo estable de la UTN y está conformado por profesionales de alto nivel que dictan clases en instituciones como Ucema, San Andrés, ITBA, IAE, entre otras.

4. Grupos de interés / Empleados

El área de Comunicaciones Internas de Ford Argentina cuenta con un plan integral de comunicaciones que se revisa anualmente con los directores de las áreas para apoyar las acciones principales del negocio.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

En Ford Argentina contamos con un proceso de evaluación de desempeño que nos ayuda a acompañar a nuestros empleados en su desarrollo profesional y personal, resaltando sus fortalezas y buscando mejorar continuamente su rol dentro de la empresa sobre la base del cumplimiento de objetivos y los comportamientos de liderazgo necesarios para alcanzarlos.

Este proceso comienza a principios de año, cuando se establecen los objetivos anuales del negocio para cada puesto de trabajo. A mitad de año, cada empleado se reúne con su supervisor para realizar una revisión formal de los objetivos y planes de acción. Al finalizar el año, cada empleado debe realizar su autoevaluación sobre la base de los objetivos establecidos y consensuarla con su supervisor.

Herramientas de comunicación interna

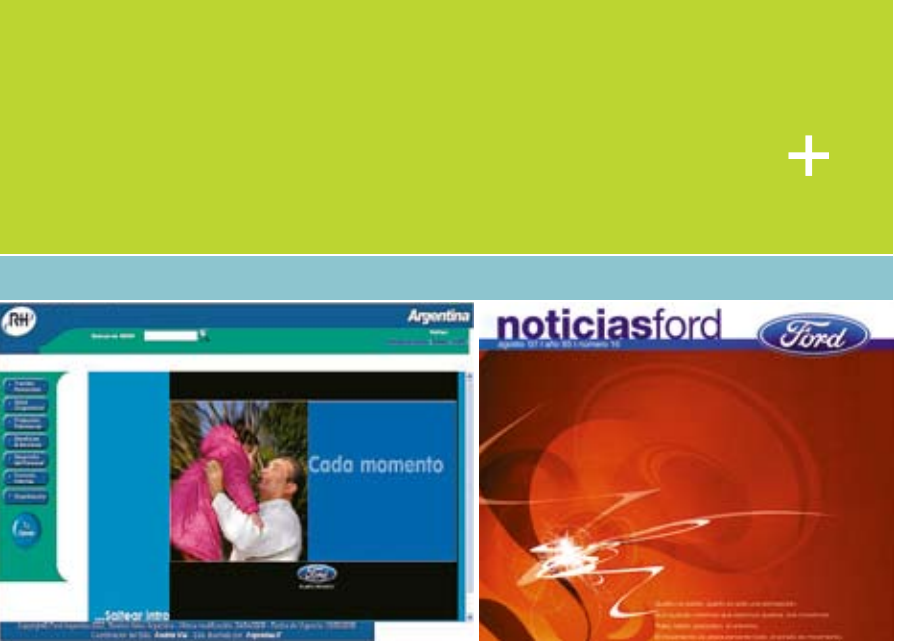
El calendario de comunicaciones está organizado por día, se actualiza diariamente de acuerdo con las prioridades y necesidades del negocio, y se comparte con la región para alinearlos con las comunicaciones de las demás locaciones de Ford en Sudamérica.

Las herramientas de comunicación interna que utilizamos para mantener un diálogo permanente con nuestros empleados son las siguientes:

- **Reuniones de negocio:** Cada año realizamos tres encuentros con todo el personal para transmitir información relevante del negocio.
- **Skip levels:** Los Gerentes realizan reuniones a lo largo del año con el objetivo de interactuar con el personal de sus respectivas gerencias o direcciones para conocer a los colaboradores de la empresa y comprender sus inquietudes y/o problemáticas.
- **Correo electrónico:** Enviamos comunicaciones a todo el personal que tenga una cuenta de e-mail.
- **Televisión interna:** A través de los televisores ubicados dentro del Centro Industrial de Pacheco transmitimos información de actualidad política, económica y social nacional

e internacional, como también información interna de la empresa a todos nuestros empleados.

- **Carteleras internas:** Las publicaciones en las carteleras internas complementan los otros canales de comunicación.
- **Intranet:** Contamos con una red interna donde cada área tiene su sector para publicar información de interés. El personal puede acceder libremente a las páginas de la intranet y pueden bajar la información publicada, que se actualiza de acuerdo con las necesidades de los procesos.
- **Noticias Ford:** Se trata de la revista interna de Ford Argentina, que se publica trimestralmente con las principales acciones y acontecimientos de la compañía, tanto internos como externos.
- **Campañas de comunicación:** A lo largo del año se realizan campañas de difusión sobre temas específicos como Seguridad, Diversidad, Medio ambiente, y otras. De esta manera buscamos conectarnos con los empleados y difundir un mensaje específico utilizando todas las herramientas de comunicación disponibles y desarrollando otros canales con el mismo fin.



SALUD Y SEGURIDAD

La Gerencia de Seguridad y Salud ocupacional, a través del Comité mixto de Higiene y Seguridad, preserva la integridad de los empleados de Ford.

- **Medicina del trabajo.** Realizamos exámenes de vigilancia médica y atención primaria de emergencias y accidentes de trabajo. También trabajamos en la implementación de políticas preventivas.
- **Higiene industrial.** Trabajamos en la medición y control de contaminantes físicos, químicos y biológicos, y realizamos un listado del personal expuesto a riesgos. Coordinamos el comité de ruidos, el comité central de ergonomía y de la calidad de agua para la prevención de las enfermedades profesionales.
- **Seguridad industrial.** Investiga, analiza y corrige actos y condiciones bajo el estándar con la finalidad de prevenir accidentes de los trabajadores y su consecuente pérdida del estado de salud.
- **Toxicología industrial.** Estudia todo aquello relativo al origen, naturaleza, propiedades, identificación, mecanismos de actuación y cualidades de las sustancias tóxicas. Asimismo se ocupa del análisis, aceptación, estiba, control de uso y disposición final de los productos químicos que ingresan a la planta.
- **Comité de ergonomía.** También trabajamos con un comité compuesto por personal especializado, incluidos representantes del gremio, con el fin de analizar los procesos prioritarios de producción, evaluar los esfuerzos estresantes y desarrollar soluciones a través de proyectos que son monitoreados para su implementación eficaz.

RELACIONES LABORALES

Como parte de nuestro compromiso con los trabajadores, en Ford Argentina apoyamos la libre acción sindical. Dentro de las plantas, el personal jornalizado está representado por el Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor (SMATA), organización afiliada a la CGT (Confederación General del Trabajo) y a la FITIM (Federación Internacional Industria Metal Mecánica). Su relación con la representación está regida por el Convenio Colectivo de Trabajo nº 8/89E (año 1989, vigente a la fecha), que define aspectos fundamentales de la actividad del personal como condiciones de trabajo, salarios, beneficios, representación gremial y sistema de reclamos. El 95% del personal está afiliado al gremio, y los delegados son elegidos de acuerdo con la legislación vigente. Ellos representan al personal de su sector ante las autoridades de la empresa.

ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

Desde el área de Recursos Humanos creemos que la clave para el excelente desempeño de nuestros empleados es el diálogo con cada uno de ellos: escucharlos y trabajar conjuntamente para crear un mejor clima de trabajo es nuestra prioridad. Por eso empleamos diferentes mecanismos de comunicación para relacionarnos con el personal.

Anualmente realizamos una Encuesta de Clima Laboral para identificar las fortalezas y detectar las oportunidades de mejora. El objetivo de esta encuesta de clima organizacional es brindar a la gerencia una herramienta que le permita conocer el nivel de satisfacción en la organización y facilitar el desarrollo de planes de acción efectivos en forma conjunta con el equipo de trabajo.

En esta encuesta medimos los siguientes valores:

- Índice de satisfacción del personal
- Superación de obstáculos en el lugar de trabajo
- Satisfacción con el proceso de Pulse
- Mentalidad de éxito de la Compañía
- Prácticas de calidad para el trabajo
- Satisfacción con el supervisor
- Compromiso gerencial con la diversidad
- Satisfacción con el entrenamiento

BENEFICIOS DE LA ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

- Permite obtener información precisa acerca de las oportunidades y los problemas del negocio.
- Contribuye a fortalecer el compromiso de los empleados al brindar un ámbito para la discusión y resolución de problemas.
- Brinda a la supervisión una herramienta que le permite gerenciar mejor a sus empleados.
- Ayuda a identificar las fortalezas y debilidades del grupo de trabajo.
- Posibilita mejorar el proceso de comunicación dentro del grupo.
- Implica la responsabilidad de desarrollar o implementar planes de acción tendientes a resolver los problemas del grupo y de esa manera involucrarlos en el cambio constructivo.

4. Grupos de interés / Empleados

En Ford Argentina creemos en la diversidad, que incluye la igualdad de oportunidades para el personal en el desarrollo de sus carreras, en un ambiente de trabajo participativo y seguro.

Vivir la diversidad

En el marco de la política de Compensación y Beneficios de Ford Argentina ofrecemos salarios y beneficios competitivos, con aumentos de sueldo de acuerdo con el desempeño en el puesto y sin distinción de género.

Desde el año 2006, las empleadas tienen a su disposición una Sala de apoyo a la Lactancia para poder continuar alimentando adecuadamente a sus bebés al regreso de la licencia por maternidad. El equipo de Recursos Humanos que desarrolló e implementó este proyecto fue premiado en la 7° Cumbre anual de Diversidad y Calidad de Vida laboral que se realiza en los Estados Unidos.

Nuestra definición de diversidad incluye todas aquellas circunstancias que hacen de cada uno de nosotros un individuo único: nuestras historias, opiniones, experiencias, perspectivas y situaciones de la vida son algunas de las cosas que traemos al trabajo y que pueden enriquecer nuestra interacción, y aportar nuevas perspectivas al negocio.

En línea con este compromiso, en 2006 y 2007 incorporamos a la empresa a 92 mujeres (57 en 2006 y 35 en 2007), asignándolas a tareas de producción, una función que hasta el momento había sido cubierta siempre con personal masculino.

SEMANA DE LA DIVERSIDAD Y CALIDAD DE VIDA LABORAL

Desde 12 al 16 de noviembre de 2007 celebramos la Semana de la Diversidad y Calidad de Vida Laboral. En esta oportunidad realizamos eventos con los empleados para reconocer la excelencia en el liderazgo de la diversidad; comunicar las

mejores prácticas y crear y sostener un ambiente de apoyo de trabajo respetando las diferentes ideas, opiniones y creencias.

Durante esa semana compartimos las distintas culturas del mundo degustando menús típicos de diversos países, conjuntamente con actividades de mejora de la calidad de vida laboral como clases especiales de yoga y de gimnasia, salsa y merengue.

La acción finalizó con la “Prueba Aeróbica Solidaria 2007”, una maratón solidaria que atraviesa un recorrido de 5 km dentro de las instalaciones del Centro Industrial de Ford Argentina.

Más de 700 empleados, junto con docentes y alumnos de la Escuela Técnica Henry Ford, participaron y aportaron alimentos no perecederos que fueron donados a entidades de bien público: 500 kilos de alimentos fueron entregados a diferentes comedores y a la Fundación Ronald McDonald.



VALORES FUNDAMENTALES

Para Ford, la diversidad está dada por:

- El respeto hacia nuestros empleados, clientes, comunidades, concesionarios, proveedores y personal retirado.
- La apreciación de nuestras diferencias.
- La inclusión de cada persona y sus perspectivas.
- La integridad para hacer las cosas correctamente, siempre.

UN AMBIENTE EN EL QUE TODOS GANAMOS

El objetivo de la Compañía es construir un ambiente de trabajo que nivele la diversidad para crear grupos y organizaciones con un alto desempeño. Un ambiente así ayuda a los empleados a:

- Maximizar su crecimiento profesional y personal.
- Reconocer y respetar a todas las personas.
- Valorar las diferencias de historia, experiencia, conocimiento y habilidades de los empleados.
- Maximizar los beneficios que derivan de las diferentes fuerzas de trabajo.

BENEFICIOS PARA NUESTROS EMPLEADOS

Con la finalidad de mejorar la calidad de vida y aumentar el bienestar de los empleados y su grupo familiar, Ford Argentina otorga una variada canasta de beneficios para su personal.

- **Horario flexible.** Con el objetivo de mejorar la calidad de vida laboral y personal, la Compañía ha establecido un sistema de horario flexible para los empleados que no se encuentren afectados a los turnos de producción.
- **Comedor en la Planta Pacheco.** Dentro del Centro Industrial funcionan dos comedores para alimentar a todos los empleados de la Compañía. Este beneficio no tiene cargo económico para los empleados, quienes pueden desayunar, almorzar, merendar o cenar, según el turno de trabajo que realicen.
- **Actividades recreativas.** La Compañía dispone de un Centro Recreativo donde los empleados pueden disfrutar de un amplio parque, desarrollar distintas actividades como ajedrez, atletismo, clases de yoga, fútbol, tenis, tenis de mesa, basquetbol y voleibol o utilizar libremente la zona de parrillas y quinchos.
- **Obsequio de fin de año.** Todos los empleados de la compañía reciben un presente como regalo de fin de año y una canasta navideña para disfrutar con sus familiares.
- **Obsequio por nacimiento.** A todos los empleados que han sido padres y madres se les otorga un presente para celebrar este hecho tan importante en la vida de cada uno de ellos.
- **Programa de Asistencia al Empleado.** Es un servicio de asesoramiento profesional contratado por la empresa para brindar a sus empleados y familiares la posibilidad de encontrar soluciones a problemas de índole psicológica, legal y financiera.
- **Venta de vehículos.** Este programa permite que los empleados y familiares directos puedan adquirir un vehículo para uso personal a un precio preferencial. El personal también puede acceder a los planes de ahorro y financiación otorgados por Ford Credit.
- **Descuentos relacionados con la industria.** Gracias a un acuerdo con la empresa Repsol-YPF brindamos a nuestros empleados descuentos en la compra de combustible y lubricantes.
- **Programa integral de beneficios (PROBEN).** Este programa pone a disposición de nuestros empleados un menú de seguros y servicios financieros con operadores de primer nivel, atención personalizada y precios preferenciales.
- **Otros beneficios.** También ofrecemos una variada gama de descuentos en productos de consumo masivo: alimentos, indumentaria, electrodomésticos; productos y servicios relacionados con la salud, servicios de gastronomía, telefonía celular, repuestos Motorcraft y servicios de control vehicular.

4. Grupos de interés /

En Ford Argentina trabajamos para delinear programas que tengan en su implementación el desafío de despertar el interés y el compromiso de la comunidad para crecer y mejorar su calidad de vida. El objetivo principal de estos programas es educar, priorizando el trabajo voluntario para hacer realidad lo posible dentro del marco de lo ideal que la comunidad necesita.

Comunidad:
un compromiso con el desarrollo

INICIATIVAS
DE NUESTROS
VOLUNTARIOS

- Programa Día del Niño: Organizamos encuentros con obras de teatro y regalos en la Escuela María Santísima de la Luz, la Escuela de Educación Especial de Benavídez, el Hogar Jesús de Nazareth de Moreno y el Hogar Sagrada Familia de Don Torcuato.
- Educación vial: Elaboramos propuestas para el desarrollo de un programa educativo en escuelas.
- Pro Huerta (INTA): Con el espíritu de apoyar microemprendimientos relacionados con la producción, trabajamos con el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) en el desarrollo de huertas familiares y comunitarias.

Nuestro compromiso con la comunidad y el desarrollo social de nuestro país también se materializa en el Programa de Voluntariado. Se trata de una herramienta de integración social del empleado que refuerza nuestro apoyo y compromiso con la comunidad y genera conciencia social.

En la actualidad, el Programa de Voluntariado cuenta con más de 295 integrantes que en forma alternada destinan parte de su tiempo a proyectos solidarios. Desde su creación en el año 2002, Ford y el Voluntariado han superado los 1600 proyectos y acciones cumplidos, beneficiando a más de 99.000 personas relacionadas con 877 instituciones dedicadas al bien de la comunidad.

Para el eficaz desarrollo del proceso solidario, disponemos de un equipo interno que diseña

sistemas para garantizar el cumplimiento de las cuatro condiciones básicas de los actos del voluntariado: que sean por propia voluntad, sin remuneración, con crecimiento mutuo y que perduren en el tiempo.

La continuidad de los proyectos está garantizada gracias a nuestra estructura de voluntariado, que cuenta con un representante en cada oficina para facilitar las actividades de los voluntarios comunicando, recibiendo propuestas y ayudando para que las acciones lleguen finalmente a la comunidad.

Asimismo, realizamos cursos de formación para los facilitadores, los empleados y la Dirección, de manera que todo el personal pueda conocer la visión de la empresa en cuanto a su compromiso con la comunidad.

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO	TOTAL		
	2006	2007	2002-2007
Proyectos / acciones cumplidas	373	378	1.658
Instituciones beneficiadas	226	296	877
Cantidad de beneficiarios (aproximados)	22.800	26.900	99.000



GRUPOS
SOLIDARIOS

En los últimos años, ante el crecimiento de las acciones de responsabilidad social por parte de nuestra empresa, los empleados fueron formando por iniciativa propia grupos solidarios para cubrir necesidades que ellos mismos detectaron en sus comunidades cercanas.

GRUPO SOLIDARIO	DONACIÓN	BENEFICIARIO
Grupo solidario TNTs de Estampado	► Dos entregas de alimentos e indumentaria.	► Escuelas rurales de Entre Ríos y Corrientes.
Grupo solidario de Estampado	► Libros, salamandras, indumentaria y equipo educativo.	► Escuelas rurales de Córdoba.
Grupo solidario de Montaje y Estampado	► Dos viajes de ayuda con donación de equipos educativos, indumentaria y estufas.	► Escuelas rurales de San Juan.
Grupo solidario de Vehículos industriales e Ingeniería de Planta	► Una estufa comprada con un fondo solidario.	► Parroquia del padre Baldán Nuestra Sra. de Caacupé (Derqui, Pcia. de Buenos Aires).
Grupo solidario de área Pintura	► Tareas de reparación, pintura y la donación de un TV color. ► 1,8 toneladas de alimentos y festejo del Día del Niño con regalos.	► Escuela n° 31 de Puerto Costanza. ► “El Sol”, en Pontevedra.
Grupo solidario de Control de Calidad	► Indumentaria, computadoras, libros y equipamiento. ► Un generador de electricidad, un freezer provisto por el grupo y materiales para arreglo de techos.	► Escuela Rural CENS n° 4 de La Banda y Escuela n° 900 (Santiago del Estero). ► Escuela n° 900 (La Tapa, Santiago del Estero).
Grupo “A los Corazones”	► 5,7 toneladas de alimentos.	► Comedores en todo el país.

“Formar personas de bien, aptas para el trabajo socialmente productivo, facilitando las condiciones favorables para su desarrollo integral y técnico profesional.” Ése es el lema que guía nuestra actividad.

La educación, una puerta abierta al futuro

LA ESCUELA SE COMPROMETE

La Escuela Henry Ford entregó 6 equipos destinados al tratamiento de la ictericia neonatal al hospital Materno-Infantil de San Isidro, construidos en los talleres de la Escuela durante los ciclos lectivos 2005 - 2006 por alumnos de 2° y 3° año. Los aparatos fueron realizados con el aporte de insumos y mano de obra de las plantas de Estampado y Pintura de Ford Argentina; donaciones de material eléctrico del Rotary Club de Martínez, Electrotucumán y Electricidad Panamericana, y aportes económicos de alumnos de la Maestría en Gestión del CUSI.

Como ejemplo de nuestro aporte a la educación, destinamos nuestra propia casa de Gral. Pacheco para el funcionamiento de la Escuela Técnica Henry Ford, que ha cumplido 42 años desde su fundación en 1965.

La Escuela Henry Ford brinda formación técnica, secundaria nocturna para adultos, capacitación en habilidades laborales para jóvenes y oportunidades de prácticas curriculares para egresados. Es una escuela mixta abierta a la comunidad a la cual se ingresa exclusivamente a partir del 7° grado, con un único requisito indispensable, que es aprobar el examen de ingreso. Anualmente egresan técnicos electromecánicos que tienen la oportunidad de una beca anual de práctica en la planta de producción para perfeccionar su conocimiento.

Las chicas y chicos que ingresan al establecimiento cursan 7°, 8° y 9° nivel de ESB (Escuela Secundaria Básica) con formación técnica y humanística, y luego continúan sus estudios con los tres años que conforman el

Polimodal de Producción de Bienes y Servicios conjuntamente con los Trayectos Técnicos Profesionales. Una vez finalizados estos seis años, los alumnos obtienen el título oficial de “Técnicos en Equipos e Instalaciones Electromecánicas”, certificado por la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires, que los habilita a seguir estudios superiores.

La Escuela Técnica Henry Ford se encuentra ubicada en el complejo industrial de Gral. Pacheco, cuenta con una superficie de 2500 m² y se caracteriza por la intensa promoción de la actividad práctica a través de su taller de 1200 m², que posee gabinetes de Física Experimental, Informática, Diseño asistido por PC, Mecanizado y Matricería, Oleohidráulica y Neumática, Mecánica de Motores, Mecanizado por Control Numérico Computarizado, Electrónica, Robótica, Metalografía, Automatización, Metrología y Control de Calidad.

Los alumnos de la Escuela también tienen la posibilidad de utilizar herramientas de alta



EL SISTEMA DUAL En Ford Argentina apoyamos a los estudiantes jóvenes con becas para lograr su capacitación y futura inserción laboral: por eso desarrollamos en nuestra planta de Pacheco el Sistema Dual para la formación de habilidades manuales de los estudiantes. Este Sistema se basa en prácticas de oficios por parte de estudiantes de la zona durante 6 horas todos los días. Para esta capacitación ofrecemos becas a egresados de colegios secundarios con el objetivo de que los jóvenes puedan desarrollar tareas en diversas áreas de la empresa y formar técnicos electromecánicos en la Escuela Henry Ford.

tecnología en las instalaciones de la Planta de Pacheco utilizadas para la fabricación de la Ranger y el Focus, con acceso a procesos productivos de última generación, lo que permite que el aprendizaje sea más directo, integral y eficiente. Al finalizar los estudios en la escuela, los alumnos tienen la posibilidad de experimentar el mundo laboral de Ford Argentina a través de diversos programas de pasantías que favorecen la articulación del estudio con el mundo del trabajo. Muchos de los graduados actualmente se desempeñan como empleados de Ford en distintos niveles y áreas.

Desde su inicio hasta la actualidad han egresado 32 promociones de Técnicos Mecánicos y 6 promociones de Técnicos Electromecánicos, como así también 22 promociones de Auxiliares Técnicos dentro del Sistema Dual.

En sus mismas instalaciones funciona un bachillerato oficial para adultos (CENS 451, de Tigre), al cual pueden acceder en forma gratuita personas mayores de 18 años que deseen comenzar o concluir sus estudios secundarios.

OTRAS INICIATIVAS

► **Leer es fundamental.** Mensualmente, el grupo de lectores voluntarios de Ford concurre a leer cuentos a los 350 alumnos del Instituto María Santísima de la Luz de Vicente López. Además, anualmente en el Día del Niño nos reunimos con los estudiantes del colegio para pasar una jornada de entretenimientos y regalos que se preparan durante el año.

► **Junior Achievement.** Participamos de la jornada “Socios por un día” y apoyamos a escuelas en el desarrollo de microemprendimientos; esto genera el desarrollo del espíritu emprendedor entre los estudiantes. “Socios por un día” permitió que 15 estudiantes próximos a iniciar sus estudios universitarios se transformaran en la “sombra” de directivos, viviendo la realidad de sus actividades durante todo un día y ayudando de esta manera a la elección de sus carreras en el futuro.

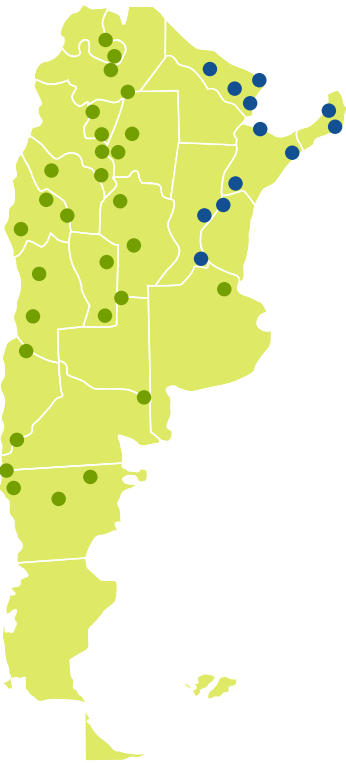
► **Visitas de escuelas técnicas al Centro Industrial Pacheco.** Durante 2007, 2053 estudiantes provenientes de colegios y universidades, y 497 estudiantes provenientes de 9 escuelas técnicas pudieron conocer la Planta por dentro, el proceso productivo de Ford Argentina y la tecnología utilizada.

► **Charlas educativas.** Voluntarios especialistas en diferentes disciplinas realizan charlas instructivas sobre el cuidado de la salud, el medio ambiente, la prevención de incendios, la seguridad en el hogar y de carácter técnico en diversas instituciones. Estas charlas se realizan en el Instituto de Estudios para la Excelencia Competitiva (IEEC), en la Universidad Tecnológica Nacional (UTN), en la Universidad de La Plata y en la Universidad Nacional del Sur. Asimismo, realizamos una jornada de entrenamiento con bomberos de la comunidad sobre “Rescate con cuerdas y en espacios confinados” y talleres para padres sobre adolescencia.

4. Grupos de interés / Comunidad

El Programa de Ford y sus Concesionarios “Generando educación para un nuevo mañana” tiene como objetivo la remodelación de las escuelas de frontera y rurales que Ford Argentina y sus concesionarios construyeron a partir del año 1968 y durante más de una década a lo largo de todo el país.

Para un nuevo mañana



● Escuelas
● Escuelas reinauguradas

12 de las 43 escuelas construidas por Ford en todo el país fueron reinauguradas entre 2003 y 2007.

Entre 1968 y 1981, Ford Argentina construyó junto con la Red de Concesionarios 43 escuelas rurales y de frontera en todo el país. En el año 2003, en el marco del programa “Ford y sus Concesionarios generando educación para un nuevo mañana”, esos establecimientos comenzaron a reciclarse y modernizarse con el objetivo básico de recrear un ambiente adecuado donde se pueda impartir la educación, con instalaciones que protejan el medio ambiente y con bajo consumo energético, para poder cumplir con los requisitos actuales y futuros que la sociedad necesita de esos centros educativos radicados en zonas tan alejadas de los polos urbanos.

Estas actualizaciones profundas se complementan con la donación voluntaria de libros por parte del personal de Ford y con el patrocinio que asume el concesionario ubicado en la zona de la escuela para mantener la estructura de este programa en el tiempo.

RECICLADO SUSTENTABLE

En el reciclado de cada una de las escuelas, Ford aplica criterios de sustentabilidad y cuidado del medio ambiente.

Para ello se utilizan materiales reciclados y reciclables, se busca disminuir el consumo de energías no renovables, se emplea energía solar para producir agua caliente y energía eléctrica, se utiliza agua de lluvia para la limpieza y los servicios con el fin de reducir el consumo de agua potable y se eliminan los pozos ciegos, utilizando en su lugar Infiltrators, que evitan la contaminación a través de las napas freáticas eliminando los residuos de manera orgánica.

De esta manera, el reciclado de las escuelas realizado por Ford cumple los siguientes objetivos:

- Crear un ámbito alegre, moderno y seguro para la educación.
- Proteger el medio ambiente y educar para su cuidado a todos los beneficiados por este programa, para que el día de mañana sean ellos los que se ocupen de conservar y preservar los recursos naturales.



REINAUGURACIONES DE 2007

Escuela n° 176, ubicada en la localidad de Clorinda, provincia de Formosa. Fue construida por Ford y sus Concesionarios en el año 1980. Las obras de remodelación incluyeron la renovación total de los sistemas sanitarios, una nueva cocina comedor, el cambio de todos los pisos interiores y exteriores. Se reemplazaron los vidrios por Lexan, se instalaron sistemas de iluminación provistos por Philips, rejas de seguridad, puertas antipánico, extinguidores en todas las aulas, entre otras acciones.

Escuela n° 138, ubicada en la localidad San Carlos, comunidad toba de la provincia de Formosa. Fue construida por Ford y sus Concesionarios en el año 1969. Las obras de remodelación implicaron solucionar el suministro de agua, lo que se logró mediante una perforación para agua salubre con el fin de utilizarla en los sanitarios. Para la provisión de agua potable se construyó un aljibe suplementario al existente, para almacenar agua de lluvia para unos 4 a 5 meses, con una capacidad de 50.000 litros.

ACCIONES PARA LA COMUNIDAD

En Ford Argentina contribuimos con la comunidad a través de las siguientes iniciativas:

- **Campaña contra la desnutrición “Gota en el Mar” / Conin, Mendoza, del Dr. Abel Albino:** Edición de boletines destinados a educar a las madres, con consejos útiles para la crianza de sus hijos durante los primeros 18 meses de vida, período en el que se desarrolla el cerebro del niño. Estos boletines, que ya suman 10.000, se distribuyen por diferentes medios, entre los que se encuentran los concesionarios de cada provincia donde Conin está representada. Este sistema educativo complementa las campañas radiales que los periodistas solidarios están desarrollando en el interior del país. Durante 2007 entregamos 2500 boletines en los Centros Conin del interior del país.
- **Equipamiento de luminoterapia para el Hospital Materno-Infantil de San Isidro:** Entrega de seis equipos para el tratamiento de la ictericia neonatal.
- **Jornada de Donación Voluntaria de Sangre:** Junto al Ministerio de Salud de la Provincia de Bs. As. (Instituto de Hemoterapia) realizamos la primera jornada en abril con 25 donantes y la segunda el 12 de septiembre con 22 donantes; con un total de 47 donantes durante el año.
- **Provisión de materiales eléctricos** para ampliación del anexo al Comedor Madre Teresa de Calcuta.
- **Equipamiento para la educación:** Como resultado de nuestra modernización, desde 2002 hemos donado 300 computadoras a distintas instituciones, en su mayoría dedicadas a la educación. También entregamos más de 50 motores y componentes de última generación a escuelas técnicas que los utilizan para la docencia.
- **Útiles escolares:** Anualmente realizamos una rifa, que en el año 2007 nos permitió distribuir más de 10.000 útiles escolares.
- **Fundaleu:** En el año 2007 participamos nuevamente de la tradicional gala “Famosos por la Vida”, organizada por la Fundación para Combatir la Leucemia con fines solidarios. En esta ocasión aportamos a la Fundación el equipamiento completo de dos nuevas salas en el Centro de Internación e Investigación Angélica Ocampo.
- **Apoyo a la cultura y el arte:** Durante el año 2007 colaboramos con el Teatro Colón, la Fundación del Teatro San Martín, el Teatro Maipo, el Collegium Musicum y Juventus Lyrica.

4. Grupos de interés /

Uno de los pilares de acción dentro de nuestra estrategia de RSE es el cuidado del medio ambiente mediante una gestión sustentable en la elaboración de los productos y en el proceso de producción que implementamos.

Medio ambiente:
responsabilidad en acción



MATERIAS PRIMAS EN LA PRODUCCIÓN: CONSUMO ANUAL

	2006	2007
Chapa (tn.)	28.748	33.029
Pinturas:		
E´Coat (tn.)	481	458
Primer (tn.)	224	240
Base (tn.)	202	263
Clear (tn.)	235	223

MATERIAS RECICLADAS: % DEL TOTAL

	2006	2007
Chapa	42%	39%
E´Coat	19%	23%
Pintura	57%	36%

Para el cuidado medioambiental contamos con una planta equipada con tecnología de avanzada necesaria para afrontar los riesgos medioambientales, contando con la certificación ISO 14001, un estándar internacional de gestión ambiental que tiene por objetivo apoyar la protección ambiental, prevenir la contaminación y asegurar el cumplimiento de los requisitos legales y corporativos.

EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN NUESTRO PROCESO PRODUCTIVO

Como parte de la preocupación por la sustentabilidad de nuestro negocio, buscamos reciclar la mayor cantidad posible de las materias primas que utilizamos en el proceso de producción para provocar un menor impacto en el medio ambiente.

Los recortes de chapa no usados en la producción se trasladan a fundición para ser reutilizados como materia prima. Por otro lado, enviamos los Barros de Pintura a un horno cementero para su uso como combustible alternativo, mientras que los Barros de E´Coat son incinerados.

RECERTIFICACIÓN DE LA ISO 14001

Durante la semana del 16 de octubre se llevó a cabo en la Planta Pacheco la auditoría de ISO 14001 y obtuvimos con éxito la tercera recertificación desde octubre de 1998.

Los auditores evaluaron que poseemos un sistema adecuadamente estructurado e implementado basado en la norma ISO 14001:2004, con evidencias de mejora continua y compromiso de su personal.

- Además, como mejora continua se destacaron los siguientes puntos:
- Alto nivel de implementación del sistema en todas las áreas, con una fuerte participación de su personal a través de los grupos de trabajo.
 - Mejoras en infraestructura alineadas con la prevención de la contaminación.
 - Gestión ante organismos oficiales, obtención de certificados.

CONCIENTIZACIÓN DE LOS EMPLEADOS

- Nuestra principal herramienta de concientización de los empleados de Ford Argentina es mantener informado a todo el personal sobre las actividades de sustentabilidad que realizamos tanto en la planta de producción como en las oficinas.
- Esto lo realizamos a través de los siguientes canales de comunicación interna:
- Correo electrónico a nuestros CFT (Cross Functional Team – Comité Ambiental)
 - Comunicaciones semanales del FPS (Sistema de Producción Ford)
 - Comunicaciones a través de los televisores y correo electrónico que envía a requerimiento el área de comunicaciones internas.
 - Notas en la revista interna Noticias Ford.
- UNA ESCUELA SUSTENTABLE
- A partir de 2002, en la Escuela Henry Ford comenzamos a aplicar prácticas responsables para cuidar el medio ambiente.

- Utilizar materiales reciclados y reciclables.
 - Reducir el consumo de energías no renovables.
 - Utilizar energías renovables (solar), para producir agua corriente sanitaria caliente y electricidad (bombas sumergibles).
 - Reducir el consumo de agua potable utilizando el agua de lluvia en servicios sanitarios.
 - Evitar la contaminación de las napas, reemplazando los pozos ciegos por un sistema de tratamiento orgánico de fluidos cloacales (infiltrador).
 - Proveer de un sistema de iluminación de bajo consumo que cumpla las normas más exigentes, complementar con iluminación natural usando policarbonato Lexan para los cerramientos por seguridad.
 - Proveer amoblamiento ergonómico y herrajes con tecnología hospitalaria.
 - Utilizar Microtop antideslizante para los pisos interiores, paredes de sanitarios y cocina para, además, facilitar la limpieza.
 - Modernizar los sistemas sanitarios y gastronómicos.
- Como todas las áreas de la empresa, la Escuela cuenta con la certificación ISO 14001.

- POLÍTICA DE PRESERVACIÓN
- La política de preservación del medio ambiente que aplica Ford Argentina en todo su proceso productivo cuenta con 5 aspectos significativos:
- Conservación de los recursos naturales
 - Control de las emisiones gaseosas
 - Control de los efluentes líquidos
 - Reducción, reutilización y reciclado de residuos
 - Uso racional de la energía

En Ford Argentina funciona un Comité Ambiental denominado CFT Ambiental (*Cross Functional Team*), liderado por el EMR (*Environmental Management Representative*) y el ingeniero de calidad ambiental, y formado por empleados de distintas áreas de la compañía.

Comité ambiental

NADA SE PIERDE

Cumpliendo nuestra política de protección ambiental, reciclamos diferentes materiales que son donados a más de 30 parroquias e instituciones de bien común.

Durante 2006, entregamos 2144 toneladas de madera y 151 de hierro, mientras que en 2007 los volúmenes fueron 2600 y 196, respectivamente.

EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO CONTROLADAS POR LA ORGANIZACIÓN

Emisión solventes VOCs o COVs (compuestos orgánicos volátiles) en g/m²	
2006 - 64,6%	2007 - 49,6%

El Comité CFT Ambiental se reúne cada 15 días, y sus miembros poseen las siguientes responsabilidades y roles:

- ▶ Participan en el desarrollo e implementación del Sistema de Gestión Ambiental.
- ▶ Identifican los aspectos ambientales de las operaciones.
- ▶ Evalúan y califican los aspectos ambientales significativos de la planta.
- ▶ Desarrollan los objetivos y metas ambientales.
- ▶ Crean y asisten en la implementación de los programas ambientales, planes de acción, etc.
- ▶ Implementan los controles operacionales requeridos en sus áreas de responsabilidad.
- ▶ Procuran recursos para entrenamiento del personal y para la implementación de los sistemas de auditoría interna.
- ▶ Difunden el Sistema Ambiental Ford Planta Pacheco en su área.
- ▶ Procuran el apoyo de todas las áreas para el desarrollo e implementación de procedimientos e instrucciones de trabajo.
- ▶ Asisten a las reuniones con la periodicidad establecida y acordada, y a las reuniones extraordinarias cuando se lo requiera.

Asimismo, contamos con un Comité Operativo formado por los Directores de Ford Argentina y el EMR, cuya función es realizar anualmente una revisión del sistema de gestión ambiental.

MEDICIÓN DE EMISIONES

Con el fin de buscar reducir la emisión de gases efecto invernadero, medimos nuestras emisiones directas e indirectas relacionadas con el producto.

En 2007 las emisiones de VOCs fueron 49,6 gramos por metro cuadrado de carrocería pintada, 15% menos que el año anterior.

- Emisiones indirectas según el tipo de vehículo:
- ▶ Focus Diesel 90psi y Nafta: Nivel de emisiones Euro2
 - ▶ Focus Diesel 115 psi: Nivel de emisiones Euro3
 - ▶ Ranger Nafta: Nivel de emisiones Euro2
 - ▶ Ranger Diesel: Nivel de emisiones Euro3 banco motor

“Euro” es una norma europea que determina los diferentes niveles de emisión para vehículos industriales ligeros.



RECICLADO DE PAPEL. Como parte de las iniciativas de compromiso con la sustentabilidad que realizamos en Ford Argentina, desde el año 2002 colaboramos con la Fundación Garrahan en la recolección de papel para que sea reciclado. En 2006 entregamos 42 toneladas y 29,3 en 2007, sumando un total de 186,8 toneladas desde el inicio del programa. Este aporte evitó la tala de más de 3000 árboles que demorarían entre 10 y 20 años en crecer (cada tonelada de papel reciclado equivale a 17 árboles medianos). Como una forma de concientización, el área de RSE comunica mensualmente el volumen de papel donado por los empleados a la campaña.

GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

En línea con nuestra política medioambiental gestionamos los residuos de manera eficiente y responsable, y proporcionamos un destino sustentable a cada residuo generado.

	2006	2007	DISPOSICIÓN
Desechos peligrosos:			
Barros tratamiento de agua (tn.)	327	332	Inertización / Relleno de seguridad
Residuos Sólidos Especiales (tn.)	156	159	Incineración
Aceites usados (tn.)	47	35	Incineración
Solventes (l)	264.800	284.200	Destilación y reutilización
Barros de E´ Coat (tn.)	92	107	Incineración
Barros de Esmalte (tn.)	251	176	Recuperación: Combustible altos hornos
Patogénicos (tn.)	0,12	0,11	Incineración
Desechos no peligrosos:			
Residuos Sólidos Urbanos (tn.)	1.706	1.943	Relleno sanitario CEAMSE
Cartón (tn.)	1.398	1.399	Reciclado
Scrap metálico (tn.)	12.084	12.939	Reciclado
Madera (tn.)	2.602	2.634	Reciclado
Papel (tn.)	42	36	Reciclado
Nailon (tn.)	148	86	Reciclado
Plásticos (tn.)	44	35	Reciclado

REDUCCIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS

	2006	2007
Residuos Peligrosos	2%	1%
Residuos Industriales (CEAMSE)	8%	9%
Reciclables	90%	90%

4. Grupos de interés / Medio ambiente

En la Planta de General Pacheco no contamos con agua corriente, por lo que el agua que se utiliza tanto para el proceso productivo como para todos los servicios es extraída del acuífero Puelches a través de seis pozos de captación ubicados en diferentes sectores.

El cuidado de los recursos naturales

En el año 2007 comenzamos a medir el agua reciclada y reutilizada; se registró un total de 5800 metros cúbicos, que representan el 1,1% del total consumido.

CONSUMO DE AGUA	2006	2007
Agua bajo tierra (m³)	606.023	542.803
Consumo de agua (m³/unidad)	7,7	6,7

TRATAMIENTO DE EFLUENTES

Todos los efluentes generados como resultado del proceso productivo son tratados antes de su vuelco al arroyo El Claro. El Centro industrial cuenta con dos plantas de tratamiento, una de efluentes cloacales y otra de efluentes industriales.

La primera trata todos los efluentes generados en los baños, vestuarios y comedores, mientras que la segunda hace lo mismo con todos los efluentes generados en los diferentes procesos productivos y no productivos, como las plantas de Pintura, Montaje y Estampado, calderas, etc.

La planta de tratamiento de efluentes cloacales contiene dos tanques de aireación extendida que trabajan con el principio de barros activados.

En la planta de tratamiento de efluentes industriales se realiza un proceso de tipo físico-químico en el que ocurre una coagulación.

Luego, los barros generados se separan en un sedimentador y se envían a lechos de secado, mientras que el líquido clarificado se envía a una laguna para continuar el tratamiento.

PLAN PARA REDUCIR EL USO DE AGUA

Mejoras de proceso en la Etapa II de Fosfatizado (planta Pintura):

- Optimización de horarios de encendido y apagado.
- Instalación de caudalímetro y cambio de la válvula de control de caudal.
- Mejoras en el Sistema de Medición y cambio del Plan de Control e Instrucciones de arranque.

Mejoras de proceso en la Etapa IV de Fosfatizado (planta Pintura):

- Conexión del efluente de la Etapa VI como alimentación de la Etapa IV.
- Instalación de Caudalímetro y cambio de la válvula de control de caudal.
- Optimización de horarios de encendido y apagado.
- Instalación de Tanque intermedio para la generación de agua desionizada.

Mejoras en Torre de Enfriamiento de Servicios Generales:

- Cambio de Torre de Enfriamiento de Compresores de la Usina.
- Control y Reparación de pérdidas.



INICIATIVAS PARA AHORRAR ENERGÍA

Nuestra preocupación por el medio ambiente y la lucha contra el cambio climático, en el marco del contexto actual de la Argentina, nos llevaron a implementar en la planta y las oficinas algunas iniciativas de uso racional de energía a través de las siguientes acciones:

- Apagado de iluminación nocturna.
- Desafectación de un compresor de aire chico durante los sábados sin producción, domingos y feriados.
- Cierre de anillos de aire comprimido en planta, domingos y feriados usando un compresor de menor capacidad.
- Apagado de equipos de aire acondicionado después de las 18 horas.
- Apagado de computadoras y monitores al finalizar la jornada de trabajo.
- Apagado de torres de enfriamiento por parada de compresores y equipos de aire acondicionado.

CONSUMO DE ENERGÍA

	2006	2007
ENERGÍA PRIMARIA NO RENOVABLE		
Gas natural (m³)	8.760.019	7.668.094
Gas propano (m³) *	1.286.129	3.439.267

ENERGÍA INTERMEDIA NO RENOVABLE		
Electricidad (KWh)	62.948.167	64.902.400
Diesel (Litros)	5.058	191.128

AHORRO ENERGÉTICO		
Energía del proceso productivo (KWh/unid)	77	78
Total de Energía Eléctrica (KWh/unid)	877	799
Aire Comprimido (m³/unid)	1.329	1.257

* El aumento del consumo se debió a las bajas temperaturas durante el invierno de 2007 y a que Ford Argentina ingresó al Programa PET (Programa de Energía Total) impulsado por el gobierno, reemplazando el consumo de gas natural por el de gas propano.

El Pacto Global de Naciones Unidas y los lineamientos GRI

Realizamos el Informe de sustentabilidad de Ford Argentina 2007 utilizando la Guía G3 para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad de la Iniciativa de Reporte Global.

Indicadores que responden a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.



1. Visión y estrategia Páginas

1.1	Declaración del máximo responsable	6-7
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	N/D

2. Perfil

Perfil de la organización

2.1	Nombre de la organización.	5
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	18, 28-33
2.3	Estructura operativa	18, 22-23
2.4	Localización de la sede principal	22
2.5	Países en los que opera	18, 32
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	5, 25
2.7	Mercados servidos.	32
2.8	Dimensiones de la organización informante.	21
2.9	Cambios significativos del período	(1)
2.10	Premios y distinciones recibidos.	12

3. Parámetros de la Memoria

Perfil de la Memoria

3.1	Período cubierto por la información.	14
3.3	Ciclo de presentación de memorias.	14
3.4	Punto de contacto para cuestiones de la memoria.	5

Alcance y cobertura de la Memoria

3.5	Proceso de definición del contenido.	14-15
3.6	Cobertura de la Memoria.	14
3.7	Existencia de limitaciones de alcance.	14
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	(1)
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	14

Índice del contenido GRI

3.12	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web.	66
------	---	----

4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés

Gobierno

4.1	Estructura de gobierno.	25
4.2	Características de la presidencia del Consejo	25
4.4	Comunicación entre accionistas y empleados, y el máximo órgano de gobierno.	(2), 50
4.5	Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	N/D
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	N/D
4.7	Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad.	N/D
4.8	Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad	18,20
4.9	Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo.	N/D
4.10	Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad.	N/D

Compromisos con iniciativas externas

4.11	Principio de precaución.	N/D
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad.	54-59
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación.	12, 15

Participación de los grupos de interés

4.14	Relación de grupos de interés de la organización.	34
4.15	Procedimiento para la definición de los grupos de interés.	34
4.16	Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés.	N/D
4.17	Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés.	N/D

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1 (P)	Principales magnitudes económicas	20, (3)
EC2 (P)	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	N/D
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	N/D
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/D
EC5 (A)	Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	N/D
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales.	N/D
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales.	N/D
EC8 (P)	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público.	N/D
EC9 (A)	Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos.	N/D

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE

LA1 (P)	Desglose de empleados por tipo de empleo, contrato y región.	46-47
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	N/D
LA3 (A)	Beneficios sociales para empleados con jornada completa.	51, 53
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	51
LA5 (P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos	(4)
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud.	N/D
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales.	N/D
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves.	51
LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	51
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	48
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores.	48-49
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	50

LA13 (P)	Órganos de gobierno corporativo y plantillas, por sexo, edad, pertenencia a minoría.	47, 52
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional.	N/D

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS

HR1 (P)	Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos.	N/D
HR2 (P)	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	N/D
HR3 (A)	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos.	48, 50
HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	(5)
HR5 (P)	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras.	51
HR6 (P)	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras.	(6)
HR7 (P)	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras.	(6)
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos.	N/D

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD

SO1 (P)	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades.	54-59
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción.	N/D
SO3 (P)	Porcentaje empleados formados en anticorrupción.	N/D
SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	N/D
SO5 (P)	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de éstas y de actividades de lobbying.	N/D
SO6 (A)	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	N/D
SO7 (A)	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	(5)
SO8 (P)	Valor monetario de sanciones, multas y nº total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes.	(5)

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO

PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	42
PR2 (A)	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios.	(5)
PR3 (P)	Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios.	N/D
PR4 (A)	Nº total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	(5)
PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	41
PR6 (P)	Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing.	(7)
PR7 (A)	Nº total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	(5)
PR8 (A)	Nº total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	(5)
PR9 (P)	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y uso de productos y servicios.	N/D

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen.	60
EN2 (P)	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	60, 63
EN3 (P)	Consumo directo de energía por fuentes primarias.	65
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	65
EN5 (A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	65
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía.	N/D
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	65
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes.	64
EN9 (A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	64
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	64
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	62
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	62
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	60, 62
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	N/D
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N/D
EN21 (P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	64
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	63
EN23 (P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	(8)
EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	63
EN25 (A)	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	64
EN26 (P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.	60-65
EN28 (P)	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	(5)
EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	N/D
EN30 (A)	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	N/D

N/D: no disponible

- (1) En 2007 no se produjeron cambios significativos con respecto a 2006.
- (2) Ford Argentina es una sociedad cerrada y el máximo órgano de gobierno es la Asamblea de Accionistas.
- (3) Por política de la empresa sólo se publica información financiera sobre Ford Sudamérica.
- (4) Cumplimos con la Ley de Contrato de Trabajo que establece los plazos que el trabajador y el empleador deberán cumplir antes de disolver un contrato de trabajo.
- (5) Ninguno.
- (6) Ninguna. Contemplado en el Código de Conducta.
- (7) Ford Argentina ha incorporado los estándares de Ford Motor Company para la creación y revisión de sus publicaciones.
- (8) No se produjeron derrames accidentales en 2007.

Seguí moviéndote

