

Gral. Pacheco, abril de 2014

Volkswagen Argentina

Comunicación de Progreso 2013

En calidad de adherente desde 2004 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (el Pacto Global), me es grato compartir con ustedes, en nombre de Volkswagen Argentina, esta nueva Comunicación para el Progreso 2013 (COP 2013). En ella describimos todas nuestras políticas y acciones de **Responsabilidad Social Empresaria** (RSE), a través de la cuales promovemos nuestra sustentabilidad corporativa.

En 2002 iniciamos el camino de la RSE. En 2004 nos adherimos al Pacto Global. Este año dimos un paso más y decidimos elaborar una Comunicación para el Progreso Avanzada. El camino fue intenso: revisamos cada uno de los criterios involucrados y reflexionamos de manera interna sobre cuáles son nuestras respuestas actuales y cuáles serán los compromisos a asumir para profundizar la mejora continua de nuestra **estrategia de sustentabilidad**.

A continuación describimos nuestros logros y avances en relación con los desafíos que nos planteamos en los años anteriores: los vinculados con la estrategia global "Mach 18", las capacitaciones en el concepto Think Blue, la utilización de la tecnología Blue Motion, los procesos ya afianzados en el área de *Governance, Risk and Compliance* y el trabajo conjunto con Supply Chain sobre Requisitos de Sustentabilidad para Proveedores, entre otros.

Estamos convencidos de que la sustentabilidad tiene que ser transversal a toda nuestra cadena de valor; por eso, estamos seguros de que incorporar a

algunos actores que intervienen en ella fortalece nuestro compromiso y eleva nuestros estándares de RSE.

Queremos demostrar nuestros avances en cada una de las acciones de sustentabilidad con las que nos comprometemos. También queremos mostrar nuestro apoyo a los principios del Pacto Global con indicadores concretos, por eso en esta COP se presentan los resultados de 2012 y 2013, para poder identificar los progresos alcanzados en cada caso.

Somos conscientes de los desafíos que implica asumir los compromisos mencionados y estamos convencidos de que podremos lograrlos con la participación de nuestros colaboradores, proveedores, red de concesionarios, vecinos y organizaciones de la sociedad civil con las que trabajamos. Por eso, queremos agradecerle a cada uno de ellos el esfuerzo compartido e invitarlos a seguir trabajando por el logro de los objetivos comunes.



Herbert Prock

Gerente de Asuntos Sociales de Volkswagen Argentina

Contacto:

Herbert Prock

herbert.prock@vw.com.ar

0054 11 4317-9107

Norberto Videla

norbertohugo.videla@vw.com.ar

0054 11 4317-9134

Volkswagen Argentina S.A.

COMUNICACIÓN DEL PROGRESO 2013

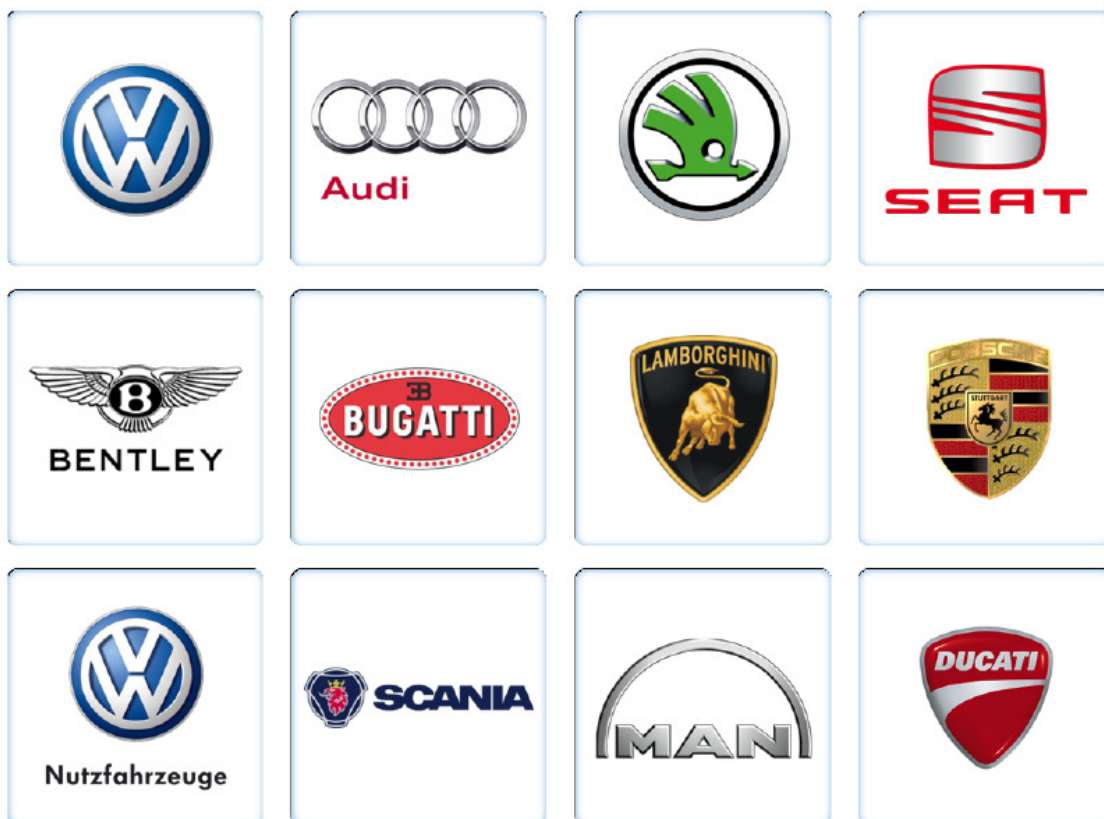
El Grupo Volkswagen en el mundo

El Grupo Volkswagen (GVW) tiene su casa matriz en Wolfsburg, República Federal de Alemania. Es uno de los fabricantes líderes de automóviles a nivel mundial y el más grande de Europa.

Su oferta de vehículos incluye desde autos de pasajeros compactos económicos hasta vehículos de lujo.

El segmento de vehículos comerciales está compuesto por pick-ups, buses y camiones livianos y pesados.

En total, la firma abarca un abanico de productos compuesto por 12 marcas: Volkswagen, Audi, Skoda, SEAT, Porsche, Bentley, Lamborghini, Bugatti, Volkswagen Vehículos Comerciales, Scania, Ducati y Man.



El Grupo Volkswagen

570.000 empleados

El Grupo Volkswagen emplea 570.000 personas en todo el mundo.

153 países

El Grupo Volkswagen opera en 153 mercados en todo el mundo.



9.7 millones de vehículos vendidos

El Grupo vendió 9.7 millones de vehículos en todo el mundo, superando en un 11,2% la venta del año anterior.

106 plantas de producción

El Grupo produce en 106 fábricas de 18 países europeos y otros 9 países de América, Asia y África.

Actualización: 31/12/13

Región Sudamérica

9 Plantas de Producción

6 en Brasil
3 en Argentina

29.700 *
empleados

* No incluye MAN ni Scania



867.904 *

vehículos producidos

953.145 *

cajas de velocidad producidas

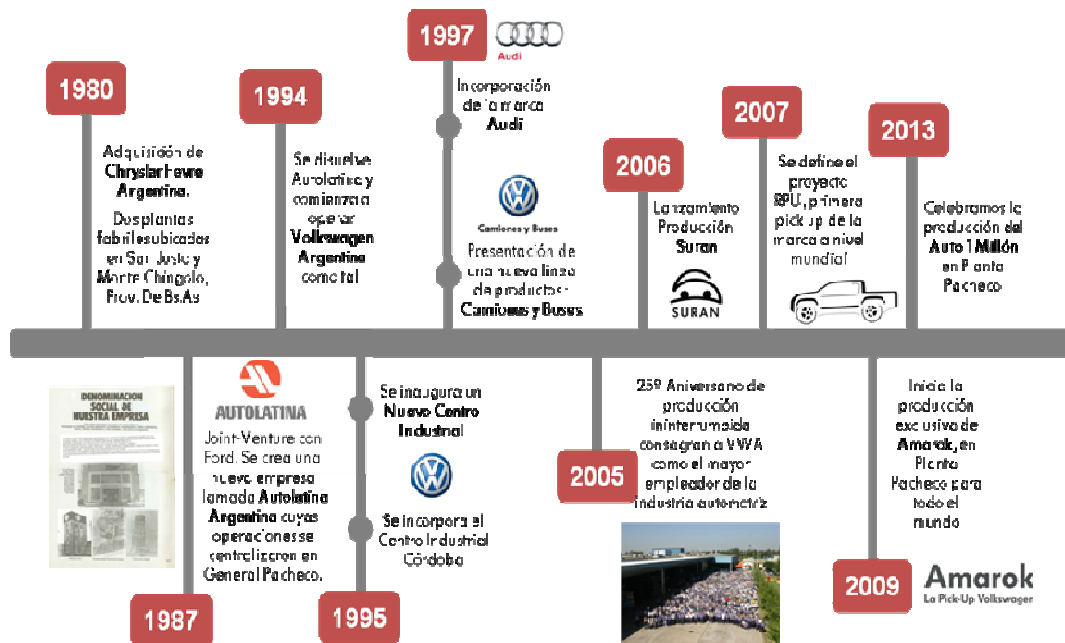
804.656 *

motores producidos

(Datos 2013)

Actualización: 31/12/13

Volkswagen en la Argentina



En **1979** se anunció que Volkswagen adquirió Chrysler Fevre Argentina, junto con sus dos plantas fabriles de San Justo y Monte Chingolo. Este acuerdo se concretó el 5 de mayo de 1980, cuando se constituyó oficialmente Volkswagen Argentina S.A (en adelante, VWA).

Al comenzar sus actividades, la empresa conservó la producción de los modelos Chrysler, pero poco a poco instaló también los nuevos vehículos Volkswagen.

A partir del 1 de julio de **1987**, las actividades de VWA empezaron a realizarse en la nueva empresa formada por el joint-venture, junto con Ford y Autolatina Argentina, y sus operaciones se concentraron en General Pacheco.

En **1995**, con la firme decisión de abastecer al creciente Mercado Común del Sur (Mercosur) y en un tiempo récord de seis meses, se construyó un nuevo Centro Industrial en General Pacheco, con la tecnología más avanzada del mundo y la aplicación de modernos procesos de producción modular, líneas ergonómicas y un novedoso sistema de logística. El 17 de noviembre se inauguró

oficialmente el Nuevo Centro Industrial Pacheco.

En abril de **1995**, el Centro Industrial Córdoba pasó a ser propiedad de VWA. La planta, que nació en 1963 de la mano de Industrias Kaiser Argentina y fue propiedad de Autolatina entre 1987 y 1995, empezó a producir transmisiones manuales y automatizadas, para abastecer a varias empresas del GVW. Desde el inicio de sus actividades, en el ámbito de la industria metal mecánica se destacó por su tendencia a aplicar nuevas estrategias de producción, calidad y sistemas de gestión.

En **1996**, VWA alcanzó un nuevo y esforzado logro, la certificación de su sistema de calidad bajo las normas internacionales ISO 9002.

En **1997**, para continuar con la jerarquización de su línea de productos, VWA incorporó otras dos marcas del grupo: Audi y Volkswagen Camiones y Buses, en lo que constituyó una de las apuestas fuertes de la empresa.

En **1999**, la compañía incorporó a SEAT, otra marca del grupo con gran éxito en el mercado europeo, y comenzó a producir sus vehículos en el Centro Industrial Pacheco.

2002 reflejó el punto más duro de la Industria Automotriz nacional, es decir su peor performance en toda su historia: debido a la crisis de la economía argentina, las ventas locales tocaron fondo y, en conjunto, lograron comercializar solo 86.000 unidades entre todas las marcas presentes en el mercado.

Sin embargo, gracias a su estrategia comercial y su agresiva política exportadora, VWA mantuvo su competitividad dentro y fuera del mercado argentino, además de ubicarse como una de las empresas del sector con más exportaciones.

En **2005**, el Centro Industrial Córdoba recibió el Premio Nacional a la Calidad, otorgado por la Fundación homónima que constituye el máximo referente en materia de excelencia en sistemas de calidad, procesos y productos en el ámbito nacional.

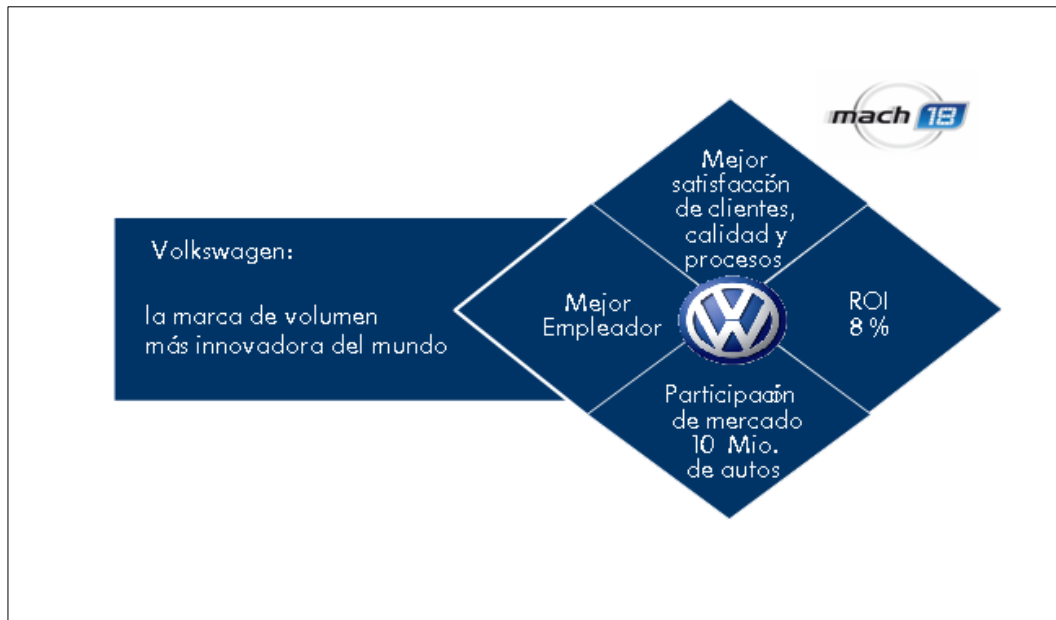
En **2006**, el Grupo aprobó una importante inversión para producir un automóvil absolutamente nuevo en el Centro Industrial Pacheco: el Suran, el primer modelo producido exclusivamente en la Argentina. Para presentarlo, Volkswagen construyó en la planta de Pacheco la Ciudad Suran, un predio de más de 2000 m² destinado a acercarle a los visitantes toda la información sobre este nuevo modelo. El presidente de la Nación y todo el gabinete de ministros participaron del lanzamiento.

A principios de **2009** hubo un anuncio que movilizó a toda la planta y que convocó los esfuerzos de todos los integrantes de la Compañía: Volkswagen produciría su primera pick-up y lo haría únicamente en la Argentina, para su venta tanto en la región como en todo el mundo. El 21 de diciembre se realizó la presentación oficial del modelo Amarok en el Centro Industrial Pacheco, con la presencia de la presidente de la Nación.

En **2011**, VWA fue elegida como presidente de la Mesa Directiva de la red argentina del Pacto Global de las Naciones Unidas por segundo año consecutivo. Esta iniciativa reúne a más de 430 empresas del país. Haber conseguido nuevamente el voto de sus pares constituye un reconocimiento al intenso trabajo que realiza la empresa en materia de RSE.

2013 marcó un logro significativo: la producción de la unidad número 1.000.000 en el Centro Industrial Pacheco, una pick up

Amarok. Ese año, VWA consolidó su alto protagonismo en el mercado. Satisfacción de los clientes, altos niveles de calidad, normas ISO 9001, VDA 6.1, OHSAS 18.001, ISO 14.001, protección del medio ambiente, responsabilidad social empresarial, entregas justo a tiempo, producción modular, ingeniería robótica y capacitación de los recursos humanos son solo algunos de los programas aplicados con alta responsabilidad y profesionalismo por todos los que componen la gran familia de Volkswagen en la Argentina, para contribuir con la estrategia del Grupo que busca convertirse en 2018 en la mejor compañía automotriz a nivel mundial.



Misión, Visión y Valores

MISSION

Somos una empresa automotriz moderna y flexible, fabricante y vendedora de vehículos, transmisiones, componentes y repuestos, que brinda la mejor oferta de productos y servicios integrales para cada segmento y mercado en los que elegimos participar, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes basándonos en nuestros valores y los principios de procesos robustos, productos maduros y excelencia en atención.

VISION

- Ser una compañía automotriz integral, perteneciente al Grupo VW, rentable y sustentable ante escenarios cambiantes, basada en nuestros valores.
- Ser el representante del grupo VW en el mercado de habla hispana de Sudamérica, produciendo y vendiendo productos y servicios tecnológicamente avanzados y confiables, excediendo las expectativas del cliente, liderando el mercado nacional e incrementando las exportaciones.
- Ser el mejor equipo humano en el sector automotriz, asegurando el crecimiento y desarrollo de la gente.

VALORES





Red Pacto Mundial
Argentina

Nuestras marcas

VWA administra sus operaciones comerciales a través de la Organización Nacional de Ventas (NSO por sus siglas en inglés), a través de las siguientes marcas:

|



Nuestras plantas de producción



Nuestras plantas de producción

VWA tiene dos plantas de presentación: el Centro Industrial Córdoba (CIC) y el Centro Industrial Pacheco (CIP). Con un total de 7.811 empleados, la empresa es el mayor empleador de la industria automotriz argentina.





Estrategia de Sustentabilidad

A lo largo de esta Comunicación del Progreso 2013 (COP 2013) se evidencian los compromisos asumidos por nuestra Compañía en cada uno de los Principios del Pacto Global. Estos principios forman parte de nuestra estrategia global de sostenibilidad, que enmarca diferentes políticas y temáticas, cada una con una razón de ser, las cuales buscan posicionar a Volkswagen como la marca más sustentable del mundo.

El Grupo Volkswagen es sinónimo de actividad económica sustentable y de prácticas comerciales leales. Además de los indicadores económicos, la percepción del público representa un indicador decisivo para el éxito de la compañía. El objetivo de la estrategia 2018 es transformar al Grupo en la automotriz más rentable, fascinante y sustentable del mundo. Este ambicioso objetivo va de la mano de una gran exigencia con respecto a la integridad empresarial, en un contexto de fuerte pero leal competencia. En consecuencia, la gestión se basa en valores claramente definidos e inquebrantables.

La conducta responsablemente sustentable es parte vital del corazón de nuestro negocio. En este sentido, Volkswagen Argentina (VWA) está alineada con dicho concepto y entiende que la continuidad y el éxito de una organización y su entorno están vinculados con la RSE.

VWA considera que el fuerte apoyo a la educación interna y externa, la fabricación amigable con el medio ambiente, el adecuado ambiente laboral y la construcción de alianzas institucionales son elementos clave de su estrategia de RSE. Por eso:

- VWA sostiene que nuestro país podrá ser competitivo si cuenta con personas capacitadas, para lo cual implementa programas educativos en todos los niveles de formación académica para personas ajenas a la empresa y colaboradores. Para que nuestra compañía se nutra de colaboradores bien formados, con una gran capacitación técnica y que compartan nuestros valores y nuestra cultura, debemos contribuir durante su proceso formativo. Claros exponentes de esto son el Instituto Ferdinand Porsche y el Plan Dual, entre otros programas igualmente importantes.



Red Pacto Mundial
Argentina

- Las prácticas amigables con el medio ambiente se concentran en el Sistema de Gestión Ambiental Integral, cuyos cimientos son la promoción de la protección ambiental y las prácticas preventivas de cuidado del mismo.
- Todas las acciones vinculadas con los colaboradores están enmarcadas bajo la estrategia denominada Responsabilidad Social Interna (RSI), cuyos principales ejes son el desarrollo integral de cada colaborador, el equilibrio entre vida laboral y la familiar, y el respeto por los derechos humanos dentro de la organización.



DERECHOS HUMANOS

<p>Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia.</p>

<p>Principio 2: Deben asegurarse de no ser cómplices en su vulneración de los derechos humanos.</p>
--



Compromiso	<ol style="list-style-type: none">1. La base de la gestión de la política empresarial de VWA está sujeta a la Declaración sobre los Derechos Sociales y las Relaciones Laborales en Volkswagen o Carta Social de Volkswagen. Los derechos y principios sociales recogidos en este acuerdo están en plena concordancia con las disposiciones pertinentes de la Organización Internacional del Trabajo, y se identifican con los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas.2. Se mantiene un diálogo fluido y permanente con los empleados y sus representantes, para garantizar la igualdad de oportunidades y tomar medidas que contribuyan con la preservación de los derechos humanos de sus trabajadores y con el crecimiento sostenido de la empresa.
Sistemas	<ul style="list-style-type: none">- Carta Social: este documento fue firmado en 2002 y en él quedaron asentadas las bases de la política empresarial del GW, es decir, los principios y valores por los que se rige la compañía.- Pacto Global: La empresa adhiere al Pacto Global en 2004. Desde entonces ha presentado COP en 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 y 2013.- Política Responsabilidad Social Empresarial: en la Argentina, la política fue aprobada por la presidencia y el Comité Ejecutivo de la compañía. A través de ella se promueven la formalización de procesos internos y la integración entre los programas de RSE y la estrategia general del negocio. Este instrumento se nutrió a través de la consulta a directivos y colaboradores de ambas plantas.



	<ul style="list-style-type: none">- Requisitos de Sustentabilidad para proveedores: un sistema implementado desde 2010 para conocer si sus proveedores cumplen con los requisitos referidos a la protección del medioambiental, las normas sociales o la protección laboral y de la salud. Su cumplimiento es obligatorio para mantener la relación con VWA.- Think Blue: plataforma internacional de comunicación que engloba todas las actividades medioambientales del Grupo.
--	---



Acciones	<ol style="list-style-type: none">1. Mesa Directiva y Secretaría Ejecutiva del Pacto Global: durante 2013, VWA mantuvo su lugar como miembro de la Mesa Directiva del Pacto Global en la Argentina; además, integró la Secretaría Ejecutiva y, nuevamente fue elegida por sus pares como representante oficial de la Red Argentina del Pacto Global.2. Campañas de difusión interna del Pacto Global: para difundir el compromiso renovado como parte de la Mesa Directiva, se publicaron avisos en diferentes medios para comunicar al personal de qué se trata el Pacto Global: Infotrans (cartel luminoso), carteleras y <i>mails</i>, entre otros. También se incluyeron publicaciones en nuestros medios gráficos: Nosotros y Nuestro Mundo, VW en Línea y En marcha, dirigidos al público interno.3. Participación en eventos de difusión del Pacto Mundial: a nivel regional, participamos en reuniones, foros y conferencias en las cuales difundimos los 10 Principios del Pacto Mundial y las actividades de la Red Argentina.4. Instituto Ferdinand Porsche: durante 2012, el Centro para la Investigación y el Desarrollo de la Industria Automotriz, Dr. Ferdinand Porsche tuvo sus primeros alumnos. En 2013, duplicó la cantidad de alumnos. Allí se dictan clases para las carreras de tecnicatura de Ingeniería especializada en la industria automotriz. Volkswagen colabora con una inversión de USD3.1 millones para su creación y funcionamiento, gracias al acuerdo entre la empresa, la Universidad Técnica Nacional (UTN Regional Pacheco) y el Ministerio de Educación.5. Prácticas profesionales en el nivel terciario y universitario:<ul style="list-style-type: none">- Pasantías: a partir de la firma de convenios con prestigiosas
-----------------	---



universidades de nuestro país (como la Universidad Argentina de la Empresa (UADE), Universidad de Ciencias Empresarias y Sociales (UCES), Universidad Católica Argentina (UCA), Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), Universidad Tecnológica Nacional (UTN), Universidad de Buenos Aires (UBA) – Facultad de Ciencias Económicas, Universidad del Salvador (USAL), Universidad de Palermo (UP), Universidad de Belgrano (UB), IESE (EJERCITO), Universidad General Sarmiento, UNLAM, Universidad de Morón, Universidad de Buenos Aires (UBA) – Facultad de Ingeniería, Universidad de Buenos Aires (UBA) – Facultad de Ciencias Sociales y Universidad Austral), se desarrolló un sistema de pasantías universitarias para contribuir con el desarrollo de los futuros profesionales, estrechar vínculos con la comunidad universitaria y enriquecer nuestra organización con el aporte y la visión de los jóvenes; además, se enriquece la experiencia de los estudiantes a través de la formación práctica y se facilita la creación de un *pool* de profesionales con potencial de ingreso a la compañía.

- Prácticas Profesionales Supervisadas: destinadas a alumnos avanzados de la carrera de Ingeniería Industrial, para que diseñen e implementen proyectos aplicables de mejora en nuestros procesos.
- Sistema Dual CCP CADICAA: un programa de formación técnica que se dicta junto con el Centro de Capacitación Profesional del Instituto Ballester Deutsche Schule y la Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana. Se trata de una alternativa de formación profesional, de 2 años de duración, para jóvenes egresados de escuelas alemanas de nivel medio. La empresa ofrece un plan de rotación para que los becados conozcan sus distintas áreas de trabajo.

6. **Programa de formación continua:** en ambas plantas se continúan implementando actividades de formación para los mandos medios, colaboradores y proveedores. Para potenciar las habilidades de nuestro equipo y propiciar una mejora continua de nuestro trabajo, se dictan cursos de Idiomas, informática, inducción a nuevos colaboradores y habilidades de gestión, entre otros.
7. **Plan Dual:** se trata de un sistema mixto de enseñanza técnica que funciona a través de convenios con escuelas públicas oficiales. En la empresa, los alumnos reciben enseñanza práctica en contacto con tecnología de punta; y en las escuelas oficiales, la enseñanza teórica. Para eso, se construyeron talleres propios donde se les brindan excelentes posibilidades para insertarse en el mercado laboral. Como el nombre del plan lo indica, esta Inserción se ve favorecida a través de la obtención de dos títulos (): Bachiller con orientación en bienes y servicios y Técnico en automotores.
8. **Programa “Para verte mejor”:** se firmó un acuerdo entre la Municipalidad de Tigre y la Fundación VWA. El programa consiste en medir la agudeza visual de los niños que asisten a las escuelas primarias oficiales del Partido de Tigre, donde se ubica el CIP. El Municipio provee el equipo de médicos y la Fundación VWA, un equipo refractómetro, un vehículo Caddy y los anteojos para quienes lo requieran.
9. **Voluntariado corporativo:** sabemos que para concretar los proyectos de RSE es indispensable contar con el apoyo y la colaboración de nuestro personal. Por eso, en ambas plantas se participa activamente de programas solidarios, como colecta de

	<p>ropa o juguetes y la construcción de mobiliario con madera de descarte, entre otros. Algunos proyectos realizados en esta área durante 2013 son:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Una campaña especial para llevar todo lo recolectado durante el año a escuelas rurales de la provincia de Chaco y Santiago del Estero. b. Una campaña de recolección selectiva de residuos, papel y tapitas de plástico, para colaborar con el Hospital de Pediatría Prof. Dr. Juan P. Garrahan y con el Hospital Infantil de Córdoba. c. Un programa de asistencia a centros de apoyo escolar y comedores infantiles: por iniciativa de los propios empleados y con la asistencia de la empresa, el programa solicita un aporte voluntario de dinero a los trabajadores, que se deposita en una cuenta especialmente creada para este fin. Los voluntarios utilizan estos recursos para asistir a comedores comunitarios que no reciben ayuda del gobierno. Además, auditan las actividades que se realizan en cada comedor, para garantizar el destino de las donaciones, que siempre se entregan en concepto de materiales (alimentos/insumos), nunca en efectivo. c. Mejoras edilicias: por segundo año consecutivo, colaboramos con el jardín de infantes Primeros Pasos, ubicado en la localidad de El Talar, en General Pacheco. <p>10. Programa “Secundario para Adultos”: el programa tiene una duración de 3 años. A través de él, nuestros colaboradores tienen la posibilidad de finalizar sus estudios de enseñanza media y obtener el título de bachiller con orientación en gestión y administración.</p> <p>11. Móvil de Arte: a lo largo y ancho del país, seguimos apoyando este singular emprendimiento para movilizar el interés de niños y</p>
--	---

jóvenes por el arte. Así, se revalorizan y fomentan expresiones artísticas como la música, pintura y poesía, y se las vincula con la solidaridad.

12. **Acciones internas en VWA:** para reconocer el esfuerzo que nuestros colaboradores realizan a diario, promover su integración y el buen clima laboral, seguimos festejando:

- Día de la primavera: se agasajó a todo el personal con un menú especial, adicional al del programa de alimentación preestablecido, y se ambientó el salón comedor con flores y música.
- Día de la secretaria: como es habitual, las homenajeamos con un presente exclusivo y un evento especial.
- Fiesta de la antigüedad: se realiza de manera bianual. La próxima edición es en 2014. En esa oportunidad, ambas plantas agasajarán al personal que cumple 10, 25, 30, 35 y 40 años de servicio con la Fiesta por Reconocimiento de Años de Servicios, donde los empleados son invitados con sus esposas y acompañantes a la cena de celebración, oportunidad en la cual reciben el reconocimiento y su diploma por la labor prestada a la empresa.
- Día del trabajador mecánico y del empleado de Volkswagen Argentina: se entrega un presente (remera) a todos los empleados de la empresa.
- *Family Day*: es un festejo de puertas abiertas a la familia de nuestros trabajadores que se realiza en octubre.
- Día de la mujer: como es nuestra costumbre, entregamos una rosa a todas las damas de la compañía.

13. **Conociendo nuestros nuevos productos:** cuando se lanza un nuevo vehículo VW o Audi, se realiza una exhibición interna

	<p>para que los colaboradores conozcan sus particularidades.</p> <p>14. “Requisitos de Sustentabilidad para proveedores”: los requisitos de sustentabilidad se anuncian en un cuestionario de carácter obligatorio y vigencia anual que debe ser completado por los proveedores. El formulario está disponible en www.vwgroupsupply.com, desde donde también se accede a un programa de entrenamiento a distancia (<i>e-learning</i>) sobre sustentabilidad. Dado que VWA establece los parámetros de comportamiento de sus colaboradores comerciales en materia de medioambiente y cuestiones sociales, el cuestionario permite reflexionar sobre los propios procesos y, según el grado del (in)cumplimiento, el proveedor puede acceder al apoyo técnico y de personal que brinda VWA para desarrollar su política de mejora en esta área. Las principales preguntas en cuanto a normas sociales se relaciona con la no discriminación, el trabajo forzado y el trabajo infantil, entre otras.</p> <p>15. Campaña de manejo responsable: son comunicaciones de marketing dirigidas a los consumidores e incluyen temas como “Manejar con precaución”, “No manejar con el celular” y “No manejar alcoholizado”, que se enmarcan en la estrategia de sustentabilidad Think Blue.</p> <p>Programas con la comunidad: Hemos trabajado durante 2013 con dos organizaciones de la sociedad civil, ellas son Fundación Aprendiendo y Fundación Manos Verdes. Volkswagen colabora con Aprendiendo mediante el préstamo de una pick-up con la cual visitan escuelas rurales y de frontera para instalar internet satelital en las mismas y capacitar a docentes y estudiantes. También colaboramos con Manos Verdes con el préstamo de una pick-up en el marco del programa de educación integral y gestión ambiental</p>
--	---



	<p>“Usá la basura”. Se visitan escuelas para introducir un sistema de reducción y separación de residuos en origen con el fin de garantizar su reciclaje, incluyendo el acompañamiento pedagógico de los procesos para lograr una escuela sustentable.</p> <p>16. Ciclo de conferencias: desde VWA alentamos que los altos ejecutivos visiten las universidades para compartir con los estudiantes información sobre la empresa.</p> <p>17. Think Blue Running Team: el Think Blue Running Team es una actividad de <i>running</i> y <i>fitness</i> que se organiza desde 2011 en el marco de Think Blue. Su objetivo es colaborar con la construcción de un comportamiento más ecológico y sustentable, ligado (en este caso) a las actividades deportivas como una forma de vida saludable. La actividad se desarrolló en el <i>stand</i> de VW en Pinamar. La inscripción era gratuita y durante el evento se regaló una remera a todos los participantes.</p>
--	---



Indicadores de Progreso	Indicadores 2012	Indicadores 2013
Acciones		
Campaña de Difusión interna del Pacto Global	<ul style="list-style-type: none"> - 36 afiches en carteleras - Notas en el <i>house organ</i> <i>Nosotros</i> (7500 ejemplares de frecuencia bimestral) - 5000 folletos 	<ul style="list-style-type: none"> - 30 afiches en carteleras - Notas en el <i>house organ</i> <i>Nosotros</i> (7500 ejemplares de frecuencia cuatrimestral) - 5000 Folletos - Publicación de reportes sociales en la Web (www.vw.com.ar/compania_RSE.asp) y en la intranet (http://intranetvwa/)
Participación en eventos	<p>6 participaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Municipalidad de Tigre - CSR VW Annual Meeting - UCEL – Rosario - Río + 20 - Cátedra PG - Salta - Universidad Concepción del Uruguay 	<p>8 participaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Universidad de San Martín - Foro “Responsabilidad y Sustentabilidad” en Colombia - PG Summit New York - PG Reunión Redes Colombia - Municipalidad de San Isidro - Municipalidad de Rafaela - II Foro Latam Desarrollo Sustentable en Rosario - <i>Workshop</i> con proveedores de VWA
Instituto Ferdinand Porsche 2 carreras con especialización en la industria automotriz	<p>62 alumnos en Ingeniería</p> <p>103 alumnos en Tecnicatura</p>	<p>119 alumnos en Ingeniería</p> <p>160 alumnos en Tecnicatura</p>

Prácticas profesionales en nivel medio y universitario 1. Pasantías universitarias 2. PPS 3. CADICAA	104 alumnos 6 alumnos 2 alumnos	52 alumnos 6 alumnos 8 alumnos
Programa de Formación Continua	- 162.859 h hombre de capacitación - 21.419 participantes	- 170.157 h hombre de capacitación - 18.281 participantes
Plan Dual	376 alumnos egresados hasta 2012 18 alumnos egresados en 2012	394 alumnos egresados hasta 2013 18 alumnos egresados en 2013
Programa “Para verte mejor”	- 53 escuelas visitadas - 300 pares de anteojos entregados - Incorporación de la escuela 506 para ciegos, disminuidos visuales e hipoacúsicos.	- 61 escuelas visitadas - 769 pares de anteojos entregados
Voluntariado Corporativo	- 25.000 kg de alimentos entregados - 6000 kg de ropa recolectada	- 19.000 kg de alimentos entregados - 500 voluntarios - 9000 kg de ropa entregada - 30.000 hs /año invertidas
Secundario para Adultos	256 egresados hasta diciembre de 2012. 13 egresados en 2012	265 egresados hasta diciembre de 2013. 9 egresados en 2013
Móvil de Arte	140 escuelas visitadas 32.000 alumnos impactados	140 escuelas visitadas 30.000 alumnos impactados
Acciones internas en VWA		

1. Día de la primavera	550 plantas entregadas	500 plantas entregadas
2. Día de la secretaria	30 obsequios 25 agasajadas	25 obsequios 25 agasajadas
3. Fiesta de reconocimiento a la antigüedad	131 agasajados	Bianual, planificada para 2014
4. Día del mecánico y del empleado	7700 remeras entregadas	8000 remeras entregadas
5. <i>Family day</i>	14.000 visitantes	Actividad planificada para 2014
6. Día de la mujer	550 rosas entregadas	500 rosas entregadas
Conociendo nuestros productos	8 autos exhibidos: 1. VW Scirocco 2. VW CC 3. Nuevo VW Gol Trend 4. Nuevo VW Voyage 5. VW Amarok Cabina simple 6. Audi A1 Sportback 7. Audi Q3 8. Nuevo Audi Q5	9 autos exhibidos: 1. Gol Trend 3 puertas 2. Suran SVP 3. Touareg Híbrida 4. Nuevo Audi A3 y A3 Sportback 5. Audi A6 Allroad 6. Audi R8 PI 7. Camiones MAN 8. Camiones y Buses Euro5
Requisitos de Sustentabilidad con Proveedores		<ul style="list-style-type: none"> - Un <i>workshop</i> realizado con proveedores - 55 personas asistieron al <i>workshop</i> en representación de 46 proveedores - 87% de los proveedores productivos respondieron el cuestionario de sustentabilidad



		<ul style="list-style-type: none"> - 71% de los proveedores productivos respondieron el cuestionario de <i>e-learning</i>
Campaña de Manejo Responsable	-	Reconocimiento de la ONG Luchemos por la Vida, por nuestra campaña de "Manejo Responsable"
Programas con la Comunidad	Fundación Aprendiendo: <ul style="list-style-type: none"> - Cantidad total de escuelas rurales conectadas y capacitadas: 25 - Cantidad de alumnos: 845 - Cantidad total de docentes: 172 - Cantidad de km recorridos: 11.000 	Fundación Aprendiendo: <ul style="list-style-type: none"> - Cantidad total de escuelas rurales conectadas y capacitadas: 17 - Cantidad de alumnos: 1446 - Cantidad total de docentes: 229 - Cantidad de km recorridos: 11.500 Fundación Manos Verdes: Programa Usá la basura <ul style="list-style-type: none"> - 25 escuelas alcanzadas - 8000 alumnos impactados
Ciclo de Conferencias	3 charlas realizadas	5 charlas realizadas
Think Blue Running Team	1015 participantes	1496 participantes



ESTÁNDARES LABORALES

Principio 3: Las Empresas deben apoyar la libertad de afiliación sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: La eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: La erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: La abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.



Compromiso	<ol style="list-style-type: none">1. Se reconoce el derecho fundamental de todo trabajador a formar sindicatos y órganos de representación, y a afiliarse a ellos voluntariamente. Volkswagen y los sindicatos o las representaciones de los trabajadores relacionadas colaboran abiertamente para prevenir y resolver de manera constructiva los posibles conflictos, mediante la cooperación.2. Se rechaza cualquier forma de trabajo forzado u obligatorio, incluidos la servidumbre por deudas o el trabajo no voluntario de reclusos.3. El trabajo infantil está prohibido. Volkswagen se ciñe a la edad laboral mínima establecida en el marco legal del país correspondiente, y hace extensiva esta normativa a los proveedores directos de la compañía.4. Se garantiza la igualdad de oportunidades y de trato, sin distinción alguna de raza, color, sexo, religión, nacionalidad, orientación sexual, origen social u opinión política.
Sistemas	<ul style="list-style-type: none">- Carta Social: en este documento firmado en 2002 quedaron asentadas las bases de la política empresarial del Grupo. La Carta Social, que recoge los principios y valores por los que debe regirse la gestión de la compañía, fue distribuida a la Red de Proveedores a través del departamento de Suministros.- Convenio Colectivo de Trabajo 8/89E y Actas Acuerdo homologadas en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.- OHSAS 18.001(Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional)



	<p>Requisitos de sustentabilidad para proveedores: Volkswagen establece requisitos vinculados con el medio ambiente, la protección en el trabajo y los derechos sociales. Los proveedores también deben cumplirlos para mantener la relación con Volkswagen.</p>
--	---

<p>Acciones</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programa mejora en el puesto de trabajo: en el marco del sistema de gestión de la OHSAS 18001, evaluamos, analizamos y optimizamos los puestos de trabajo con la convicción de mejorar el ambiente y la seguridad. 2. Representación sindical: se tiene una estrecha colaboración con el sindicato. El diálogo con la comisión interna de reclamos es sistemático y continuo. 3. Actividades recreativas: como programa de desarrollo personal, se coordinan y promueven distintos grupos recreativos, entre ellos: fútbol, tenis de mesa, pesca, tenis, teatro, coro, caminatas, <i>mountan bike</i> y <i>karting</i>. Las actividades se suelen desarrollar dentro de las plantas, que tienen sendos predios especialmente diseñados para atender las necesidades de esparcimiento del personal. La empresa coordina y asiste a las subcomisiones de personal que se forman de manera espontánea para organizar y dinamizar las actividades. 4. Campañas de Salud internas: a través de distintas notas gráficas en nuestra revista y por medio de carteleras, se invita a los colaboradores de la compañía a asistir a los espacios de atención de salud, para promover el cambio de hábitos alimenticios, deportivos y las campañas de vacunación, entre otros. 5. Capacitaciones para líderes de planta: se implementaron una serie de talleres, reuniones y actividades para reforzar los vínculos entre los mandos medios de las plantas de producción, los sectores gerenciales y el sindicato. Estas herramientas buscan prevenir y minimizar los efectos negativos de los conflictos que surgen en los lugares de trabajo. Durante estos
------------------------	--



	<p>espacios, se hizo hincapié en la estabilidad de la comunicación emocional y su efectividad en las instancias de interacción entre superiores, compañeros y reportes.</p> <p>6. Requisitos de sustentabilidad para proveedores: tal como se explicitó en el punto 14. de derechos humanos, los requisitos de sustentabilidad también consideran los estándares de protección laboral en el puesto de trabajo, temas de libre asociación sindical, remuneraciones y respeto por el horario de trabajo, entre otros.</p>
--	---

Indicadores de Progreso	Indicadores 2012	Indicadores 2013
Acciones		
Programa mejora en el puesto de trabajo:	Recertificación de OHSAS 18.001 en agosto	Recertificación de OHSAS 18.001 en agosto
Representación sindical:	129 Delegados (incluye CIR)	128 delegados (incluye CIR)
Actividades Recreativas	18 Comisiones de diversas actividades recreativas	14 Comisiones de diversas actividades recreativas
Campañas de Salud internas	<ul style="list-style-type: none"> - 28 notas en revista interna (32.000 ejemplares) con la - Campaña "Semana de Seguridad Higiene y Salud Ocupacional" 	<ul style="list-style-type: none"> - Nota en "En Marcha" (5000 ejemplares) y afiches en cartelera con la Campaña "Antigripal". - Campaña "Check up": vía email y 4 publicaciones en cartelera. - Campaña "Alimentación saludable": 10 notas en "En Marcha" (5000 ejemplares cada nota) y 10 publicaciones en cartelera.
Capacitaciones para líderes de Planta	<ul style="list-style-type: none"> - 120 participantes - 10 talleres de comunicación implementados 	<ul style="list-style-type: none"> - 150 participantes - 9 talleres de comunicación implementados
Requisitos de sustentabilidad para proveedores		<ul style="list-style-type: none"> - Un <i>workshop</i> con proveedores, del cual participaron 55 <i>personas</i> en representación de 46 proveedores. - 87% de los proveedores productivos respondieron el Cuestionario de



Red Pacto Mundial
Argentina

		<p>Sustentabilidad</p> <ul style="list-style-type: none">- 71% de los proveedores productivos respondieron el cuestionario de <i>e-learning</i>
--	--	---



MEDIO AMBIENTE	
<p>Principio 7: Las empresas deben apoyar un enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.</p> <p>Principio 8: Adoptar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p> <p>Principio 9: Favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.</p>	
Compromiso	<ol style="list-style-type: none">1. En Volkswagen desarrollamos, producimos y distribuimos automóviles en todo el mundo, para asegurar la movilidad individual, con tecnologías avanzadas y ambientalmente eficientes; y las transmitimos para ser aplicadas en todo el ciclo de vida de nuestros productos. A través de la estrategia Global Mach 18, perteneciente a Think Blue, el compromiso asumido es de reducir al 25% el impacto ambiental en la producción de vehículos y componentes para 2018, a través de vehículos más amigables con el medio ambiente (tecnología Blue Motion) producidos en un entorno productivo óptimo (Think Blue Factory)2. En nuestros centros industriales cooperamos con las autoridades para delinear un desarrollo social ecológico positivo y duradero.
Sistemas	<ul style="list-style-type: none">- ISO 14.001- ISO 9001 (versión 2000)- OHSAS 18.001

	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de Calidad VDA 6.1 / VDA 6.3 - Think Blue: Es la plataforma internacional de comunicación que engloba todas las actividades medioambientales. Forma parte de la estrategia MACH 18 que busca posicionar a VW como la marca más sustentable del mundo.
Acciones	<p>1. Certificación según el Sistema de Gestión Ambiental bajo la Norma ISO 14.001 (en ambos centros industriales).</p> <p>Centro Industrial Pacheco: recertificación en 2012 (certificación original en 2006).</p> <p>2. Recolección selectiva de residuos:</p> <p>En el CIC, la implementación del sistema de recolección selectiva de residuos, posibilita convertir los mismos en dinero, que a su vez, se transforman en insumos y medicamentos destinados a ayudar al “Hospital Infantil Córdoba”. La misma es efectuada en todas las instalaciones del Centro Industrial Córdoba, para lo cual se han dispuesto los elementos necesarios para la adecuada segregación. La recolección selectiva y venta de estos residuos posibilitó la compra de insumos tales como: sondas, gasas, bolsas para sangre, insumos cardiólogos, medicamentos y otros varios productos.</p> <p>En el Centro Industrial Pacheco se segregan los residuos en tres grandes grupos: 1) residuos reciclables (plástico, nylon, cartón y madera); 2) residuos sólidos urbanos o asimilables a domiciliarios y 3) residuos especiales. Dentro de este último se recolectan en forma diferenciada las pilas y baterías (no sólo las que se generan en CIP sino que además las que los empleados generan domésticamente). Estas pilas y baterías son llevadas a operadores de residuos especiales habilitados por el Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible para su correcto tratamiento y disposición final. Desde el 2005, se mantiene el programa de recolección de papel para donación y desde septiembre de 2009, se comenzó con la campaña</p>

	<p>de recolección de tapitas de plástico, también donadas al Hospital Garrahan que actualmente continúa.</p> <p>3. Visitas a la Planta:</p> <p>Ambos centros industriales realizan visitas guiadas en su planta. Están destinadas especialmente a colegios secundarios, universidades, proveedores y empresas.</p> <p>4. Capacitación y concientización de los empleados en temas ambientales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Segregación de residuos Plantas Producción - Manejo Seguro de Autoelevadores (Curso de renovación) - Logística Operativa - Operación Segura en una EESS Medio Ambiente - Normas de Higiene, Seguridad y Medio Ambiente Nuevos Ingresos - Concientización por actos inseguros (In situ) - Cuartel de Bomberos (Actualizaciones) <p>El Centro Industrial Pacheco dicta cursos a todos los alumnos del Plan Dual sobre temas ambientales: aspectos e impactos ambientales, contaminación, segregación de residuos, problemática ambiental, ahorro de recursos, etc.</p> <p>5. Think Blue:</p> <p>Dentro de las acciones de Think Blue podemos encontrar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Think Blue Factory: Para la producción de automóviles, se implementa desde el 2013, en las plantas de Pacheco y Córdoba el concepto Think Blue Factory, que se apoya en 6 pilares: los Indicadores (energía, CO2, agua, residuos, solventes), un método consistente de medición, la tecnología, la
--	--

	<p>implementación sistemática, la conexión entre Plantas y un fuerte enfoque hacia las personas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En Pacheco: automatización de luminarias y procesos, instalación de luminarias más eficientes <p>Certificación de la Planta de Pacheco como Think Blue Factory en el 2013, ocupando el número 27, dentro de las 105 plantas de producción VW en todo el mundo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En Córdoba; ahorro de energía mediante el reemplazo de luminarias y nuevos sistemas automatizados <p>- Blue Motion: presentación de modelos de automóviles con tecnología Blue Motion.</p> <p>6. Plataforma de Comunicación interna y externa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acciones de prensa para dar a conocer la plataforma Think Blue a la sociedad, a través de la participación en eventos. • Desarrollo de juegos con aplicaciones móviles con el objetivo de promover y educar en un manejo mas eficiente. El Campeonato Mundial de Manejo Sustentable es un videojuego que consiste de una carrera en la que se valora tanto el tiempo como el menor consumo de combustible. El videojuego está disponible en más de 20 países y los pilotos de todo el mundo participan por su lugar para la gran carrera de Alemania. • Carpooling: plataforma on line con el objetivo de compartir los viajes de ida y vuelta a la Planta y así ahorrar en combustible y reducción emisiones de CO². • Desarrollo de una intranet específica de Think Blue Factory para anunciar todas las actividades internas y externas que se desarrollan sobre este tema, encontrar
--	---



	útiles tips de manejo y acceder a la plataforma de Carpooling.
--	--

Indicadores de Progreso	Indicadores 2012	Indicadores 2013
Acciones		
Certificación según el Sistema de Gestión Ambiental bajo la Norma ISO 14.001	<ul style="list-style-type: none"> - Certificación CIC desde 2000 - Certificación CIP desde 2006 	<ul style="list-style-type: none"> - Certificación CIC desde 2000 y recertificación octubre 2011 - Recertificación CIP noviembre 2013
Recolección de residuos	Desde el 2005 hasta el 2012 se donaron 191.920kg. de papel y 324 kg de tapas de plástico (agua – gaseosas) a la Fundación Garrahan	Desde el 2005 hasta el 2013 se donaron 206.900 kg. de papel y 312 kgs de tapas de plástico (aguas y gaseosas) a la Fundación Garrahan.
Visitas a plantas	<ul style="list-style-type: none"> - 93 entidades y 2665 visitantes en el CIC - 108 entidades y 2817 visitantes en el CIP 	<ul style="list-style-type: none"> - 115 entidades y 2665 visitantes en CIC - 115 entidades y 3361 visitantes en CIP.
Capacitación y concientización de los empleados en temas ambientales		559 hs de capacitación y 429 participantes.
Monitoreo de Indicadores Ambientales		
6. Tratamiento de efluentes líquidos	549.851 m3	567.323 m3
7. Residuos Comunes	2.667 toneladas	2.303 toneladas
8. Residuos	1.669 toneladas	1.396 toneladas

Especiales 9. Energía Eléctrica 10. Gas Natural	78.569.990 mw/h 11.893.753 m3	79.519.630 mw/h 12.125.458 m3
Presentación de automóviles Blue Motion		- Tecnología Blue Motion: Sharan 1.4 TSi Passat 2.0 TDi Passat Variant 2.0 TDi Passat CC 2.0 TDi - Tecnología Hybrid: Touareg Hybrid
Think Blue Factory		<u>Planta de Pacheco:</u> reducción 1.101 MWh al año lo que significa mas de 189.000 euros al año, mas de 390 toneladas de CO2 y mas de 19.000 arboles <u>Planta de Córdoba:</u> 3504 MWh al año que representan el 4,2 % menos del total consumido en un año) , 1133 toneladas de CO2 , significando un ahorro de 275.300 euros al año.
Think Blue acciones de comunicación Acciones de prensa en medios masivos		1 publicación en medios gráficos, 3 en medios radiales y 8 en digitales
Desarrollo de juegos con aplicaciones móviles		Aplicación desarrollada en la página de Facebook de la empresa www.facebook.com/volkswagenArg .
Participación en eventos		- Participación en el Stand en Expo Rural presentando la Nueva Touareg Hybrid y en Stand en “El Salón del automóvil 2013” presentando el concepto de Think Blue



Carpooling		- 200 personas registradas - 1 campaña de comunicación en carteleras internas
Newsletter de Think Blue		2 newsletter con difusión digital, en carteleras y en la intranet
Desarrollo de una intranet de Think Blue		http://intranetvwa/web/think-blue/think-blue-factory



Red Pacto Mundial
Argentina

ANTICORRUPCIÓN
Principio 10: Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.



<p>Compromiso</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Volkswagen desarrolló un fuerte compromiso con valores centrales como integridad, equidad, sustentabilidad y colaboración. Nuestra compañía actúa en forma legalmente correcta y en cumplimiento de las normas locales. Además, espera que sus empleados cumplan en todo momento con el código de conducta y con los principios y valores del Grupo. Nuestra reputación es nuestro principal activo. 2. Asumimos el compromiso de crear conciencia sobre la corrupción y de mantener informados a nuestros empleados sobre sus diferentes aspectos. 3. Estamos comprometidos con apoyar la lucha contra la corrupción por parte de las directivas del Grupo, para lo cual establecemos una política formal de tolerancia cero, que implica el cumplimiento de todas las leyes anticorrupción. Para ello, es necesario que todos nuestros colaboradores (internos y externos) conozcan la ley y sus actualizaciones y actúen en consecuencia. 4. Formamos parte del Comité de <i>Compliance</i> de la Cámara Argentina Alemana de <i>Compliance</i>, conformada en 2013 por el Instituto argentino de la empresa (IAE). Allí se abordan las mejores prácticas y se comparten experiencias con funcionarios de Estado.
<p>Sistemas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Código de Conducta de Volkswagen Argentina (2011) - Guía de la Ley de Defensa de la Competencia (2011) - Guía de Anticorrupción (2013) - Directrices/Instructivos organizacionales de Volkswagen Argentina: <ul style="list-style-type: none"> • DO-003-2600 (Prevención de conflicto de intereses y

	<p>corrupción)</p> <ul style="list-style-type: none"> • DO-007-2650 (invitaciones y regalos de VWA a empleados y terceros) • IO – 013-1050 (concesión de donaciones y descuentos) • S-20 Guidelines on Hospitality and Criminal Law – Alemania • Ley 25.188/99, de ética de la Función Pública. Decreto 164/99 • Marcos Internacionales – OCDE, ONU, OEA.
Acciones	<p>1. Distribución del Código de conducta: la distribución del Código de conducta se realizó de manera masiva en 2012. Desde entonces, el área de Recursos Humanos entrega un ejemplar a cada nuevo empleado que ingresa al Grupo, el cual debe ser firmado a modo de consentimiento.</p> <p>2. Distribución de la Guía de la Ley de Defensa de la competencia: esta guía fue distribuida entre las áreas que tienen relación directa con socios comerciales y proveedores.</p> <p>1. Participación en la Cámara Argentina Alemana: somos participantes activos y asistimos a sus reuniones cuatrimestrales para mejorar las prácticas comerciales.</p> <p>4. Acciones de e-learning: durante 2013 se implementaron los sistemas de <i>e-learning</i> para el conocimiento y aprendizaje del Código de conducta y de la Guía Anticorrupción, para que ambos sean mandatorios.</p> <p>5. Verificación de socios comerciales: se está implementando la regulación KG1, que establece la contratación de socios comerciales honestos, para lo cual se realiza un cuestionario acerca de su historial financiero, aseguramiento de la calidad, integridad de todos los nuevos proveedores, socios colaboradores, concesionarios, asesores y representantes de ventas e importadores.</p>



6. Control Interno: en 2013 se implementó COSO II y se adaptó la regulación DO 006, de gerenciamiento de riesgos y control interno. Hay 3 procesos que se están desarrollando: unidades de la organización, GRC y auditoría Interna, a través del sistema RICORS.

7. Servicios de Asesoramiento en *compliance*: la intranet incluye más información y habilita una instancia de asesoramiento en temas de anticorrupción para las situaciones individuales, existe el mail compliance@vw.com.ar. Además, se realizan capacitaciones y encuentros para sensibilizar en la temática.

8. Auditoría Interna y Seguridad del Grupo: cuando son requeridas, estas áreas llevan adelante las investigaciones. Además, realizan controles sistemáticos para asegurar que se cumplan las regulaciones, así como controles aleatorios e investigaciones especiales en el caso de que haya indicios relevantes (por ejemplo, a través del Sistema de Ombudsman).



Indicadores de progreso	Indicadores 2012	Indicadores 2013
Acciones		
Distribución Código de conducta	7759 ejemplares entregados a los trabajadores de Volkswagen	
Distribución Guía LDC		7750 ejemplares entregados a los trabajadores de Volkswagen
Participación CAA		Participación en el 100% de las reuniones
ELearning		<i>E-learning</i> de anticorrupción que se implementará en su totalidad en 2014
Verificación Socios Comerciales		3 talleres con <i>bussiness partners</i> . Participaron 152 personas
Control Interno y Auditoría Interna		<ul style="list-style-type: none"> - 16 áreas incluidas - 50 personas involucradas en el sistema de riesgos gerenciales - 154 riesgos informados - 1 Responsable de antilavado de dinero asignado - 50 procedimientos revisados para la mejora del control interno
Asesoramiento		<ul style="list-style-type: none"> - 30 entrenamientos <i>face to face</i> realizados - 900 colaboradores sensibilizados en temas de <i>compliance</i> - 2 notas publicadas en la revista interna "Nosotros" (7500 ejemplares) sobre <i>compliance</i> - 150 directivos de la empresa participaron en el <i>Management Meeting</i>, donde se les explicó a los jefes cuáles son los lineamientos en temas de <i>compliance</i>, para que ellos



Red Pacto Mundial Argentina

		<p>puedan comunicarlos a sus equipos de colaboradores.</p> <ul style="list-style-type: none">- 500 <i>mousse pad</i> entregados para sensibilizar en <i>compliance</i>- 1000 lapiceras entregadas para sensibilizar en <i>compliance</i>- 1000 señaladores entregados para sensibilizar en <i>compliance</i>
--	--	--



País (es) donde el cambio interno de la empresa tuvo lugar (global es solo una opción):	Argentina
5 Palabras de búsqueda o palabras claves que describen la presentación/exposición. Desarrollo sustentable, diálogo, participación, capacitación, medioambiente	
Información del contacto representativo de la empresa: Nombre: HERBERT PROCK herbert.prock@vw.com.ar	
URL links para la <i>Comunicación sobre el Progreso</i> www.vw.com.ar	