



SI TIENES ALGUNA DUDA O COMENTARIO DE ESTA PUBLICACIÓN, ENVÍA UN CORREO ELECTRÓNICO A [responsabilidad.social@cnhmexico.com.mx](mailto:responsabilidad.social@cnhmexico.com.mx) O DEPOSITALO POR ESCRITO EN EL BUZÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA FRENTE AL COMEDOR DE CNH DE MÉXICO

# INFORME RESPONSABILIDAD SOCIAL CNH DE MEXICO 2014



## INFORME RESPONSABILIDAD SOCIAL CNH DE MÉXICO

# 2014

## CONTENIDO

Carta del Director	1
¿Quiénes somos?	3
Misión, Visión y Valores	3
Alcance del Informe	4
Diálogo con Grupos de Interés	5
Nuestras Cifras	6
Principales Hitos	7
Modelo de Responsabilidad Social	8
Nuestra Empresa	9
Nuestra Gente	11
Nuestra Cadena de Valor	14
Nuestro Planeta	16
Nuestra Comunidad	19



CNH celebró en el 2014, cincuenta años de presencia en México, tiempo en el que de manera continua hemos fortalecido nuestro compromiso con el desarrollo sustentable, a través del trabajo de cada uno de los colaboradores de nuestra empresa.

Nuestra organización ha experimentado a lo largo del tiempo retos e impactos que nos han hecho evolucionar y rediseñar nuestra estructura. Sin embargo, el objetivo de crear valor compartido sigue siendo eje central de nuestra gestión.

En estos cincuenta años, hemos apostado por la innovación, diseñando y lanzando al mercado, productos con menores emisiones contaminantes, más ergonómicos y seguros. En este 2014, avanzamos en esa dirección, realizando pruebas para el próximo lanzamiento de nuestro tractor TIER 4B.

Trabajamos con el objetivo de ser una empresa confiable, sirviendo al campo mexicano con calidad y eficiencia. Otorgamos productos que estén de acuerdo a las necesidades y expectativas de nuestro cliente final, aportando valor al sector agrícola, y con ello, al desarrollo económico y social de nuestro país.

En el ámbito de las relaciones internas y el clima laboral, seguimos trabajando por mantener nuestra certificación Great Place to Work, obtenida en el 2013; dándole seguimiento, incrementando las horas de capacitación y fortaleciendo nuestro liderazgo.

En estas cinco décadas, la gestión del recurso humano ha sido un motor fundamental y pieza clave en el éxito del negocio. Trabajamos en torno a valores comunes y guiamos nuestro actuar en base a un Código de Conducta, al que damos seguimiento e impulsamos su difusión en este año reportado.

Velamos por la seguridad de nuestros trabajadores implementando medidas de identificación y prevención de riesgo, basadas en la norma OHSAS 18001, que nos avala como una empresa comprometida por la salud y seguridad de sus colaboradores.

Seguimos trabajando mano a mano con nuestra cadena de valor, transmitiendo conocimientos y dialogando sistemáticamente para conocer sus áreas de oportunidad y apoyar su crecimiento. Mediante la realización de eventos, como Dealer Service Council y Supply Chain Traction Workshop, redefinimos objetivos y establecimos compromisos de beneficios mutuos.

Durante nuestra trayectoria, CNH de México se ha caracterizado por ser una empresa preocupada por el medio ambiente. En el 2014, mejoramos nuestro desempeño en esta materia incorporando nueva tecnología en el proceso, asegurando así un crecimiento rentable y sustentable en todas las líneas de negocio.

El trabajo dirigido a la comunidad estuvo marcado por la participación de nuestros colaboradores, quienes dedicaron tiempo, esfuerzo y talento en beneficio de programas sociales. Plantamos una semilla que dará sus frutos tanto interna como externamente.

Este reporte es un ejercicio de transparencia, que desarrollamos con el objetivo de dar a conocer nuestro negocio y explicar cómo intentamos armonizarlo con los intereses ambientales y sociales.

Los invito a leer este informe y a colaborar en la tarea de seguir mejorando nuestro desempeño a través de sus comentarios y propuestas.

Cordialmente,

Thierry Mahé

Director General de CNH de México



# ¿QUIÉNES SOMOS?



CNH de México es una coinversión 50-50% de Grupo Quimmco y CNH Industrial, N.V. (subsidiaria del Grupo Fiat). Con 50 años en Querétaro, nuestra empresa es una de las principales proveedoras de tractores agrícolas en México.

Nuestros colaboradores fabrican, ensamblan, comercializan y distribuyen tractores e implementos del sector agrícola. Así mismo, somos importadores exclusivos de todos los equipos y maquinarias agrícolas de CNH, incluyendo las marcas New Holland y Case IH. La distribución de nuestros productos se realiza a través de 220 puntos de venta a lo largo del país y una amplia red de distribuidores en todos los estados de la República Mexicana.

Desde el 2011, exportamos a más de 25 países, convirtiéndonos en una plataforma global de producción. Nuestros productos están presentes principalmente en Estados Unidos, Canadá, Centro y Sudamérica, África y Asia.

Los productos fabricados por la compañía incluyen: tractores de tracción sencilla y doble tracción con rangos de potencia de 50 a 120 caballos principalmente.

## M MISIÓN

CNH de México es una empresa socialmente responsable líder en proporcionar soluciones integrales para el mercado mexicano de maquinaria agrícola y para la construcción, con participación en el mercado mundial mediante la fabricación y comercialización de productos y servicios que generen valor y satisfacción para nuestros clientes, proveedores, empleados y accionistas.

## V VISIÓN

Construyendo el presente, cosechando el futuro.

## VALORES



ÉTICA



COMUNICACIÓN



SINERGIA



COMPROMISO RESPONSABLE



ACTITUD DE SERVICIO



PASIÓN

# ALCANCE DE ESTE INFORME

El presente informe da cuenta del desempeño de CNH de México en los ámbitos económico, socio-laboral y ambiental durante el 2014. Este documento está elaborado a partir de ciertas pautas marcadas en la Guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI), estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sustentabilidad.

Los aspectos de la G3 que se reportan en esta publicación son 13, que representan temas generales de información. Así mismo, se presentan 20 indicadores, que guardan relación con datos cuantitativos o cualitativos sobre resultados de nuestra organización.

La cobertura del informe comprende las operaciones de la planta Querétaro, contemplando las unidades de negocio de Componentes, así como Industrial y Servicios. El periodo abarcado en este documento comprende del 1º de enero al 31 de diciembre del 2014.

Con la finalidad de garantizar el acceso a la información, este reporte estará disponible para consulta en el sitio web de la empresa ([www.cnhmexico.com.mx](http://www.cnhmexico.com.mx)), además de ser enviado electrónicamente a diversos grupos de interés y difundido a través de nuestros canales de comunicación interna y externa.

Este cuarto informe de Responsabilidad Social, es el reflejo del compromiso de transparencia y rendición de cuentas que mantenemos en CNH y simboliza el esfuerzo constante por caminar hacia el desarrollo sustentable.

## ASPECTOS E INDICADORES REPORTADOS

	ASPECTO A REPORTAR	INDICADOR A REPORTAR
Desempeño Económico	2	2
Desempeño Ambiental	4	8
Desempeño Social: Prácticas Laborales	4	7
Desempeño Social: Derechos Humanos	1	1
Desempeño Social: Sociedad	1	1
Desempeño Social: Responsabilidad de Producto	1	1
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>20</b>

CNH de México se suscribe a los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas, a través de la implementación de diversas iniciativas descritas en el informe.

Reiteramos nuestro compromiso con estos principios, que se enmarcan en 4 áreas principales:

Derechos Humanos  
Normas Laborales

Medio Ambiente  
Anticorrupción

# DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS

La relación con los grupos de interés es fundamental para el éxito de nuestro negocio. Cada uno de ellos aporta su compromiso, colaboración y expectativas hacia nuestra empresa.

Identificamos y priorizamos a nuestros grupos de interés, siendo conscientes del vínculo de interdependencia que nos une a cada uno de ellos, compartiendo principios y valores comunes.

Definimos canales de comunicación claros, eficientes y sistemáticos, que nos permiten mantener relaciones sanas, integrales y duraderas.

GRUPO DE INTERÉS	DESCRIPCIÓN	INSTANCIAS DE DIFUSIÓN Y RETROALIMENTACIÓN
EMPLEADOS	Piezas fundamentales de los logros y desempeño de nuestra empresa.	Intranet, revista Enlace, tableros, encuesta de clima laboral, encuesta Great Place to Work, comités y equipos de trabajo, CNH Café, reuniones periódicas con el sindicato.
CLIENTES	Base de nuestro crecimiento y permanencia en el mercado.	Visitas comerciales, ferias agrícolas, programa de capacitación y encuesta de satisfacción a clientes.
DISTRIBUIDORES	Puente fundamental entre la empresa y nuestros clientes.	Convenciones, ferias agrícolas, reuniones, programa de evaluación "Dealer Standard".
PROVEEDORES	Aliados para el desarrollo de nuestro logros.	Reuniones y evaluaciones periódicas.
COMUNIDAD	Vecinos que fortalecen nuestra cultura organizacional.	Contacto permanente a través de reuniones, programas y convenios con organizaciones de la sociedad civil, escuelas y universidades.



# NUESTRAS CIFRAS



50 años de trayectoria.

25 países presencia.

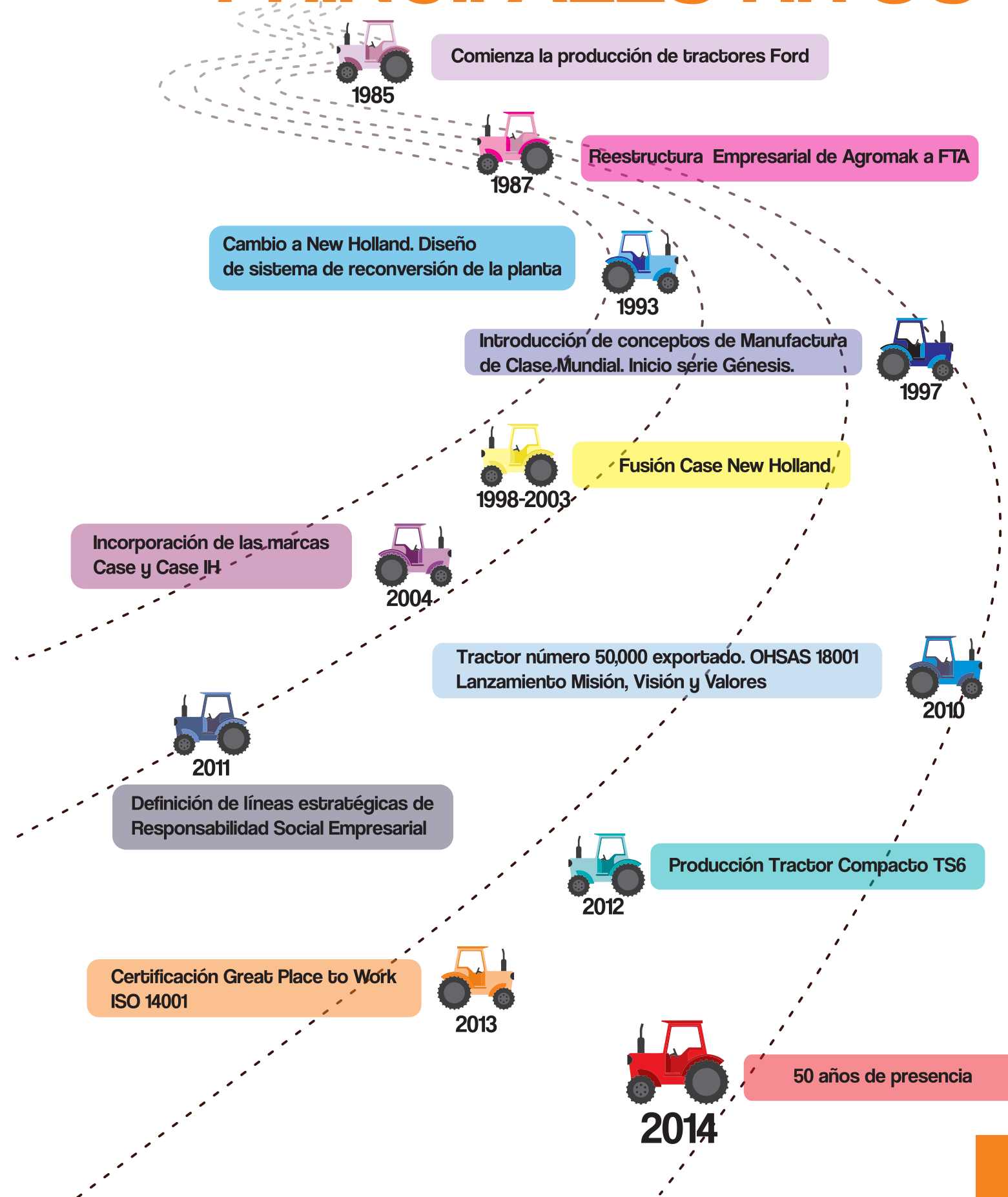
220 distribuidores.

1128 empleados.

26,072 horas de capacitación.

90% de satisfacción del cliente

# PRINCIPALES HITOS





# MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

CNH de México definió su modelo de Responsabilidad Social en el 2012, tras desarrollar un proceso de autodiagnóstico en base a la norma ISO 26000, proceso que permitió identificar políticas y prácticas al interior de la empresa vinculadas a cada materia fundamental del estándar internacional.

Así mismo, analizó los impactos económicos, sociales y ambientales asociados al cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

Identificamos y priorizamos nuestros grupos de interés a través de un mapeo, sumando a esto, una consulta de percepción y expectativas en la materia, aplicada entre nuestros colaboradores.

La labor de liderar el lanzamiento de la estrategia de Responsabilidad Social estuvo a cargo de un Comité RSE. En el 2013, se creó la coordinación de RSE, dedicado a facilitar la gestión y desarrollo de buenas prácticas en la empresa.

Con el fin de hacer más eficiente la estrategia de negocio y con ello aportar a la sustentabilidad, CNH de México, plasma sus metas en el Balance Scorecard, modelo de gestión empresarial que monitorea los objetivos, metas y sistemas de evaluación en los cuales participan todas las áreas de la empresa. En el 2014 participó un 90.69% del personal convocado, mediante la entrega de objetivos, obteniendo una calificación promedio de 93.95%.



1. 5 ejes RSE relevantes:

EMPRESA, CADENA DE VALOR, GENTE, PLANETA Y COMUNIDAD.

2. 5 Grupos de interés:

EMPLEADOS, CLIENTES, DISTRIBUIDORES, PROVEEDORES, COMUNIDAD.

3. 6 Valores organizacionales.

Buscamos maximizar oportunidades, generando valor compartido y minimizar impactos negativos que se deriven de nuestra estrategia de negocio.

5. Desarrollamos tecnología accesible y servicios de excelencia que impulsen el sector agrícola



# NUESTRA EMPRESA

## Trabajando con valores

Para CNH de México, el actuar de los colaboradores de acuerdo a la filosofía organizacional es esencial. Bajo este precepto, impulsamos y promovemos la transparencia en nuestro quehacer diario, alineando la toma de decisiones al código de conducta.

Esta declaración de principios viene acompañada de una serie de buenas prácticas, cuyo objetivo es enfatizar en los principales lineamientos, deberes y derechos que tenemos como colaboradores de CNH México:

- Entrega de manual del código de conducta a nuestros colaboradores.
- Campañas de comunicación y actividades de promoción de los valores organizacionales y de las principales materias abordadas en nuestro documento rector.
- Capacitación sobre el código de conducta impartido a través de nuestro Centro de Desarrollo Virtual, que incluyó temas como manejo de información, protección de activos, combate a la corrupción, respeto a la legalidad, entre otros.

El Código de Conducta además, refleja explícitamente la postura de CNH de México frente al trabajo infantil, así como al trabajo forzado y obligatorio, alineándose a la normativa nacional e internacional vigente.



## Servicio al Cliente

Trabajamos sistemáticamente para identificar las necesidades y expectativas de nuestros clientes, mejorando día a día el servicio que brindamos. Realizamos acciones de mejora que fomenten una comunicación fluida y transparente, contribuyendo a mantener nuestro liderazgo en el campo mexicano.

Bajo esta premisa y como en años anteriores, en el 2014 realizamos 540 encuestas de satisfacción a clientes finales, obteniendo una puntuación de 89.67% de respuestas positivas; lo que demuestra una tendencia a la alza.

A su vez, todas las quejas recibidas fueron atendidas hasta su cierre final, dando respuesta a cada involucrado y siguiendo los tiempos establecidos en nuestro procedimiento.

Con el fin de mantener nuestros estándares de calidad, durante el 2014 realizamos similar número de capacitaciones, a clientes y distribuidores, comparado con el año anteriormente reportado. Para tener un mejor aprovechamiento de los técnicos e instructores, se determinó un cupo máximo de 14 personas por curso. Esta decisión se reflejó en una disminución del 4.6% en el número total de participantes en el año.

	CURSOS	HORAS DE CAPACITACIÓN	ASISTENTES
2013	30	14,488	470
2014	29	14,328	448

## Avanzamos en las pruebas del tractor TIER 4B.

En CNH apostamos por la innovación y la sustentabilidad, trabajando arduamente para que ambos conceptos se reflejen en nuestros productos y en la toma de decisiones que realizamos diariamente en la gestión de nuestra empresa.

Durante el 2014 continuamos trabajando en el proyecto iniciado el año anterior, con el que buscamos distinguirnos en el mercado y cumplir estándares acordados en la Unión Europea y Estados Unidos. El gran reto del TIER 4B es dar vida a un tractor que reduzca un 90% las emisiones contaminantes en comparación con los modelos de tecnología TIER 1, además de contar con una cabina más ergonómica en beneficio del operador.

En el 2014, se desarrollaron importantes etapas para este proyecto.



Realización del Primer Pre Build



Ensamble de 7 tractores para pruebas de ingeniería



Verificación de funcionamiento del sistema de acuerdo al diseño y detección de áreas de oportunidad



Trabajo en equipo con área de manufactura, compras, calidad y producción, para revisión del proyecto.



Creación de diseño en 3D

### Celebramos 50 años de trayectoria



Los 50 años de trayectoria CNH de México, fueron celebrados junto a 1200 invitados. La reunión congregó a empleados, accionistas, algunos clientes y distribuidores; a lo largo de la celebración se presentaron varios casos de éxito del cliente final.

En este evento se realizó la inauguración de la planta de pintura, para el corte de listón estuvieron presentes: el Ing. Jesús Barrera Lozano, Director de Grupo Quimmco; Bruce Krueger, Vice President of Finance Purchasing, Quality & Product Support; Thierry Mahé, Director General CNH México; Federico Sotelo Aguilar, Director Comercial y Kenneth Samuel Kidd, Director de Operaciones.

### Evento 50 años área Comercial.

Los 50 años de la trayectoria de la marca New Holland en México, fueron celebrados junto a 850 invitados. La reunión congregó a productores y distribuidores de 15 estados de la República, quienes recorrieron la planta y conocieron las ventajas de nuestros productos. Se ofreció además programas de financiamiento a través de la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero.

### Consolidando nuestro liderazgo

CNH de México participa con sus marcas CASE y New Holland en las Exposiciones más importantes del país, entre ellas la Expo Agro Sinaloa con sede en Culiacán en el mes de febrero y la Expo Agro Alimentaria Guanajuato, que se lleva a cabo en el mes de noviembre en la ciudad de Irapuato.

Exhibición, venta y lanzamientos de nuevos equipos son el objetivo de cada evento, que junto con uno de los más importantes como es el contacto directo con nuestros clientes, nos ocupa con varios meses de trabajo previo para lograr el éxito que nuestra empresa demanda.



# NUESTRA GENTE



### CNH de México: Un gran equipo

Convertirse en un mejor lugar para trabajar, donde impere la confianza e integración de los colaboradores, representa un gran compromiso para CNH de México.

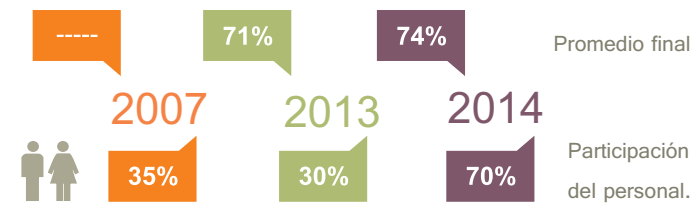
Por ello, continuamente impulsa y desarrolla políticas y prácticas en beneficio de sus miembros, alcanzando en el 2013 la certificación *Great Place To Work*. Durante el 2014 implementamos las acciones necesarias para mantener este estándar y obtener la recertificación.

El Equipo de Cultura, integrada por representantes de diversas áreas, es la encargada de ejecutar y diseñar estas iniciativas, tales como: día de campo, torneos de boliche, campañas de acción social, entre otras.

El diálogo con los representantes de los colaboradores también representa una de las prioridades en la gestión del capital humano de nuestra empresa. El 55% del total de operadores tiene contrato colectivo, 4% más que en el 2013. Para atender sus demandas y resolver controversias se mantienen reuniones periódicas con el comité sindical, así como con gerencias de producción. De igual forma, se proporciona atención personalizada en caso de asuntos particulares.

En la actualidad, no se detectan riesgos para los trabajadores en su ejercicio del derecho de asociación y/o de adherirse a convenios colectivos. Como empresa respetamos y aplicamos la Ley Federal de Trabajo, así como toda normativa y reglamento vigente en materia de relaciones laborales.

### Resultados dimensión empresa, encuesta GPTW.



Somos una empresa sólida y en constante crecimiento, conformada por 1,128 empleados, 7.8% más que en el 2013. Creemos en el valor de la diversidad, por esta razón nuestro equipo lo conforman colaboradores de todos los grupos etarios, que contribuyen con sus diferentes perspectivas al logro de resultados.

Respecto a la rotación de este año, alcanzó un 0.78% en Servicios, mientras que en Industrial la cifra fue de 0.72%. La mayor tasa se observó en el grupo de 18 a 30 años, registrándose una mayor incidencia en hombres.

Con el fin de mejorar nuestro reclutamiento, se capacitó a los líderes de las diferentes áreas en técnicas de entrevista, proporcionándole herramientas y competencias para la selección eficaz de personal.

Una pieza importante para CNH de México es la cohesión de su equipo de trabajo, por esta razón realiza diversas acciones para su integración y fortalecimiento.

2013	88	958
2014	93	1035



## CAPACITACIÓN.

Para CNH, la capacitación de sus colaboradores es un elemento básico en el crecimiento profesional y humano de las personas.

Por esta razón, durante el 2014, aumentamos un 64% la inversión en formación para nuestro equipo de trabajo, sumando 31 horas promedio por colaborador, 9 horas más que el periodo anteriormente reportado.

Iniciativas que marcaron el 2014 en materia de capacitación:

- Programa Enfoque: Dirigido a personal administrativo. Este curso se centró en proporcionar herramientas para la resolución de conflictos, motivación del personal, comunicación y liderazgo; preparando de esta manera a los asistentes para asumir nuevos retos en la organización.
- Taller de Reconocimiento para líderes: Orientado a mejorar la satisfacción laboral, incrementando el nivel de confianza y el enfoque hacia el logro de resultados.



En el 2014 continuamos fortaleciendo el Centro de Desarrollo Virtual, aumentando a 24 los cursos impartidos en línea entre los que destacan: código de conducta, gestión del tiempo, resolución de problemas, estados y análisis financieros, entre otros.

Con el objetivo de promover la formación continua entre los colaboradores, en el 2014 se realizó el evento "Impulsa tu desarrollo", una iniciativa que acercó al personal a los diversos programas de estudio que ofrecen las diez universidades con las cuales nuestra empresa tiene convenio.

Por otra parte, el programa "Prepa Abierta", comenzó a rendir frutos, siendo Alfredo Javier González de Jesús el primer graduado de una iniciativa que responde a la preocupación constante que tenemos como empresa por contribuir a la superación de las personas, siendo parte de sus logros y éxitos.

### Horas totales de capacitación

	2013	2014
Personal Administrativo	13,364	19,253
Sindicalizados	8,607	6,819
Horas Totales de Formación	21,972	26,072
Inversión en capacitación	\$993,939	\$1,629,027

## Salud y seguridad.

Durante el 2014, la seguridad continuó siendo un eje prioritario para la empresa. El objetivo en esta materia es garantizar las condiciones de seguridad y salud dentro de la organización, generando con ello el fortalecimiento de una cultura, bajo la norma OHSAS 18001.

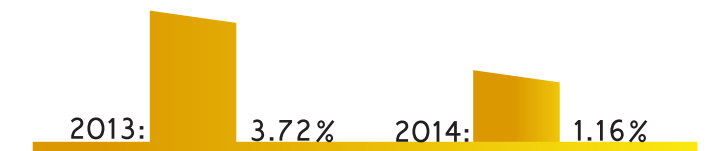
En esta dirección, es que se ejerce un control activo del cumplimiento regulatorio, así como de los peligros y riesgos que conlleva nuestra operación.

En CNH de México, el 100% de nuestro personal está representado en comités de seguridad y salud, quienes participan en el control y revisión de los programas implementados por la empresa.

En el 2014 se realizaron campañas de comunicación para fomentar el autocuidado, el evento de la semana de la salud, capacitaciones constantes, mediciones y auditorías internas.

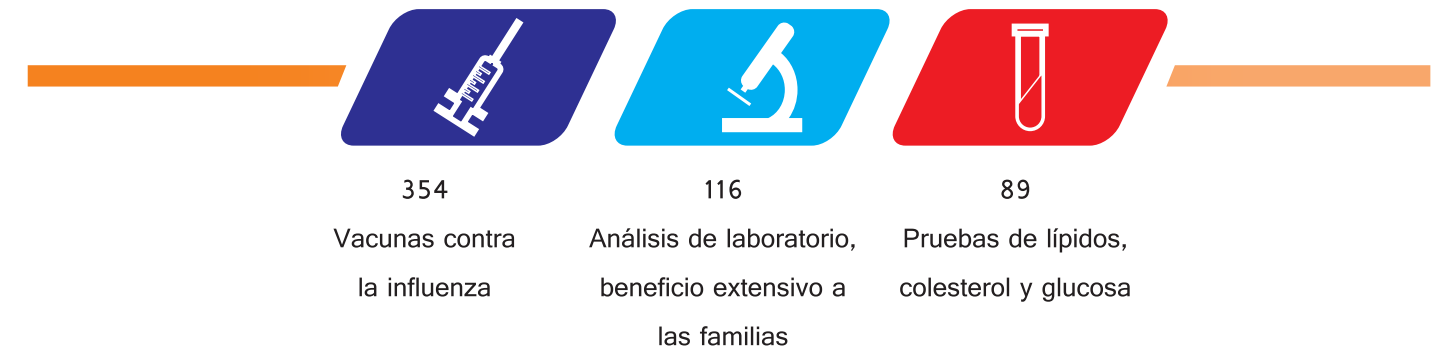
Las acciones de prevención lograron disminuir notablemente nuestra tasa de accidentes. En el caso de los eventos registrados, se siguió la metodología de análisis de causa-raíz y definición de contramedidas dentro de un plan de acción cerrado de manera anual.

Tasa de accidente (IR)



Nos orientamos a prevenir riesgos con una mirada integral, potenciando la importancia del autocuidado en los trabajadores y sus familias. Durante el 2014, realizamos constantes acciones de formación y prevención, entre las que destacan:

- Pláticas de salud en temas como: parasitosis, hiperlipemias, efectos de la hipertensión, nutrición y obesidad, influenza, lumbalgias, cáncer y efectos de la deshidratación.
- Realización de exámenes preventivos.
- Atención diaria de los trabajadores otorgando tratamiento inicial y receta para continuarlo, además de orientación médica general.



"Para mí el curso fue una de las experiencias más gratas de mi vida, desde ese momento marcó un antes y un después en lo que concierne a mi actitud, "Enfoque" ha sido en muchas ocasiones, una guía para la toma de decisiones (laboral y personalmente)"

Alessandro Aguilar B.  
Product Engineering

"Participar en este tipo de programas exige compromiso, pero lo importante es no desanimarse y seguir adelante con empeño"

Alfredo Javier González







# NUESTRA CADENA DE VALOR



## Profesionalización de nuestra red de distribuidores

CNH de México está invirtiendo numerosos recursos en su red de distribuidores a través del Dealer Standard (DS) como ha sucedido en otras partes del mundo.

El programa parte del concepto de aplicar en la red de distribuidores indicadores, que nos permitan detectar necesidades de desarrollo, las cuales pueden ser transformadas en acciones que deriven en oportunidades de crecimiento para un distribuidor y CNH de México. El Dealer Standard es un proyecto dinámico, sus cambios obedecen a un proceso planificado de crecimiento y armonización entre todos los actores que lo desarrollan.

El principio básico del sistema es implementar y establecer ejes rectores que enfoquen todas las actividades del distribuidor y CNH hacia la satisfacción del cliente final.

Todos los actores, elementos y recursos participan, por lo que todos deben medirse, controlarse y adecuarse a los continuos cambios del mercado y de sus consumidores.

Durante los últimos tres años la aplicación del sistema DS nos ha llevado a plantear un modelo comercial que priorice el servicio posventa y de atención a los usuarios finales.

Las continuas acciones realizadas desde su lanzamiento en el 2011, nos han llevado a incrementar el puntaje promedio de la red de distribuidores un 50.27% con base en los resultados de la primera evaluación.

Como resultado de la tercera aplicación de la evaluación, en este 2014, se obtuvo un 70.4% promedio de puntaje por distribuidor. Las cifras por área fueron las siguientes:

Áreas Evaluadas	Promedio
Imagen e Instalaciones	71.2%
Administración	71.1%
Ventas de Maquinaria	66.9%
Refacciones	66.1%
Servicios	76.9%



## Localización de proveedores

Desde el 2013 que trabajamos en la relocalización de proveedores, analizando y planeando las acciones para una mejora continua que permita la optimización de los canales de entrega, el involucramiento operativo y la integración al desarrollo de nuevos productos.

En el 2014 avanzamos a la etapa de ejecución del proyecto, realizando las siguientes acciones:

- Aprobación de segmentos o familias de productos para su relocalización.
- Diagnóstico de proveedores para su incorporación a nuestra cadena de valor.
- Análisis de costo y confirmación de viabilidad
- Lanzamiento de órdenes de compra para aquellos proveedores aprobados.

Estas acciones permitieron incrementar los proveedores locales, aportando a la meta establecida para los próximos años.

## Curso de Sistema de Riego a Distribuidores

Apuntando a proporcionar herramientas que faciliten sus ventas, así como su servicio, se impartió el primer curso de sistema de riego a 50 personas, entre vendedores y gerentes de sucursal. La iniciativa se enmarca en la alianza que establecimos durante el 2013 con NETAFIM, empresa líder en sistema y soluciones de riego agrícola. El compromiso es extender la capacitación a nuestra Red de Distribuidores a lo largo del país, fortaleciendo con ello el conocimiento de nuestros productos.



## Diálogo con nuestra Cadena de Valor

El 2014, fue un año de grandes encuentros que nos permitió realinear objetivos y plantearnos nuevos desafíos con nuestra cadena de valor, propiciando instancia de diálogo y retroalimentación.

Dealer Service Council (DSC): Reunión anual que congregó a aproximadamente a 25 distribuidores y empleados New Holland de Estados Unidos y Canadá, para discutir temas estratégicos de la marca y conocer a fondo nuestra planta. Entre los temas abordados estuvieron: refacciones, calidad, temas de garantía y post venta.

Supply Chain Traction Workshop: Evento que contó con la participación de 220 representantes de 97 proveedores directos, indirectos y CAPEX, tanto nacionales como extranjeros. Estuvo dirigido a la redefinición de objetivos y establecimiento de compromisos en materia de calidad, costos y entrega.





# NUESTRO PLANETA

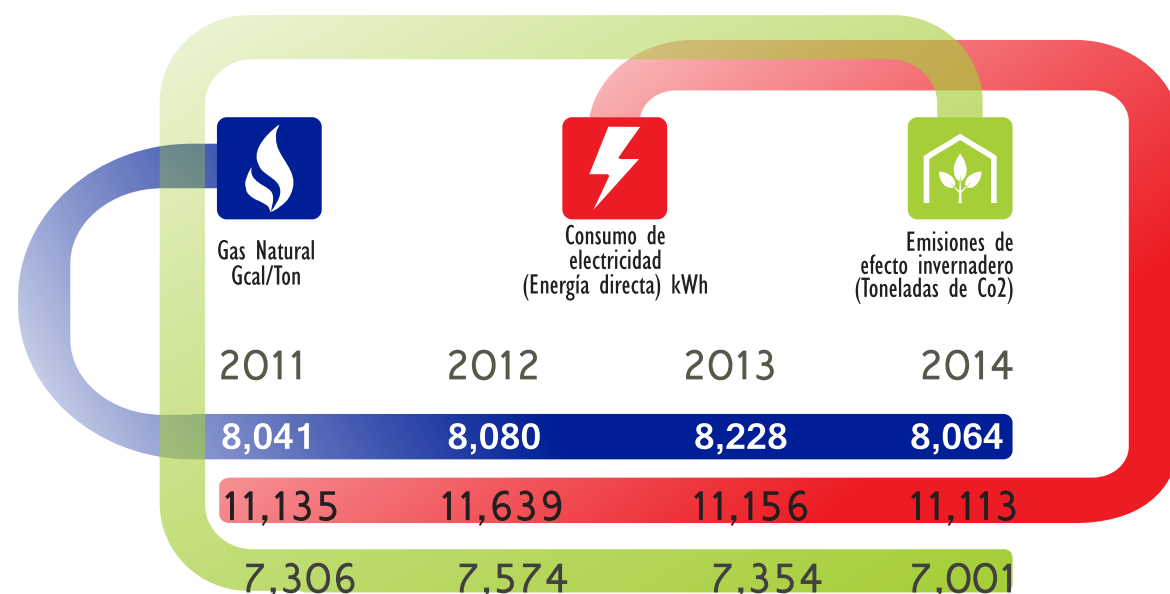
## Uso de Energía

Durante el 2014, la baja del 7% en producción, la implementación del nuevo sistema de pintura y el cambio de compresor en el área exterior de tractores; permitió reducciones importantes en materia de energía, tanto en uso de gas natural y electricidad, como en emisiones de efecto invernadero.

La tendencia de ahorro anual de energía eléctrica entre el 2011 y 2014 se ubica en unos 293,767 kWh por año en promedio.

Este año la disminución del indicador estuvo determinada por el cambio de las luminarias exteriores de tecnología HID por LED, de igual manera, el reemplazo de uno de los principales compresores de arranque a velocidad plena, por uno de velocidad variable, cuyo ahorro se tradujo en 402,590.66 kWh.

Por otra parte, un porcentaje de las emisiones generadas por el uso de gas natural y electricidad, se debe a que se realizaron pruebas en los quemadores del nuevo sistema de pintura de cabina clase 5.



## Consumo de Agua

En el 2014, tuvimos un ahorro de agua importante, registrándose una disminución del 12% respecto al año anterior; además de un incremento en el volumen de agua reciclada que alcanzó durante este periodo el 79.53%. Las causas principales de esta reducción fueron la disminución en producción, y la eliminación del sistema de pintura con más de 30 años de uso y con importantes problemas de fuga.



Las aguas residuales sanitarias, así como las generadas en nuestro proceso productivo, se envían a la Planta Tratadora de Aguas (PTAR). En el 2014 la cifra de reciclaje interno de aguas residuales alcanzó los 17,068.93 m3, destinados en gran porcentaje al riego de áreas verdes y uso en procesos de producción.

## Vínculo con la UNAM para investigación de Pozo de Agua

Gracias a la puesta en marcha en el 2014 del pozo número 4, fue aprobada la solicitud realizada por CONAGUA, en conjunto con la UNAM; para la donación del pozo antiguo, cuyos fines son la exploración y pruebas de comportamiento del manto acuífero de Querétaro.



Además de la donación, nuestra empresa facilitó los resultados geofísicos del 2006, 2008 y 2010; el registro eléctrico del pozo, videos y muestras del subsuelo, ayudando enormemente a los investigadores.

Hasta la fecha, las pruebas realizadas han registrado en el agua un incremento de la temperatura, PH y conductividad.

## Gestión de residuos y reciclaje

En función del impacto que tienen en el medio ambiente y de los riesgos que implica su manejo para las personas, CNH de México divide los residuos que genera en dos categorías: peligrosos y no peligrosos.

La gestión de almacenamiento, transporte y disposición final en ambos casos ha sido delegada a una empresa especializada y con autorización sanitaria para realizar estas labores.

En el 2014, se produjo 5,372 toneladas de residuos no peligrosos.

La mayor parte de dicho volumen (88%) se procesó para su reutilización (cartón, pallets de madera, papel blanco, sierra ciento, madera y aceros para fundición).

Otros elementos que destacan en este material son aquellos de incineración o uso como combustible alternativo, tales como aceite contaminado, tambos de plásticos, garrafas vacías, llantas, etc.

Respecto a residuos peligrosos, disminuyó un 41% su generación respecto al 2013, esto debido al nuevo sistema de pintura, que ha bajado la producción de trapos contaminados en el proceso.

	Residuos Peligrosos (Toneladas)	Residuos NO Peligrosos (Toneladas)
2011	68	3189
2012	65	3907
2013	70	5232
2014	41	5331

## Residuos Peligrosos y No Peligrosos 2014

Material	Toneladas
Cartón, pallets de madera, papel blanco, sierra ciento, madera (reutilización)	1,116.81
Plásticos, polietileno, ABS y PET	34.48
Agua pintura ácida, solvente contaminado, acumuladores y baterías. (recuperación)	4.40
Aceite contaminado, basura contaminada con aceite, basura contaminada con pintura, diesel contaminado, natas de pintura, aceite soluble, contaminado, tambos de plástico, garrafas vacías, cubetas/botes, filtros de control, llantas (incineración o uso como combustible alternativo)	375.24
Basura general	209.54
Acero para fundición	3,632.43
Trapos contaminados con: grasa, solventes y desengrasantes (Residuos Peligrosos)	41.48



## NUEVO SISTEMA DE PINTURA

Enmarcado en la metodología Word Class Manufacturing (WCM) se diseñó y fabricó durante el 2014 un nuevo sistema de pintura tomando como base el pilar de EEM (administración temprana del equipo) generando grandes beneficios para CNH en aspectos como medio ambiente, seguridad, mantenimiento profesional y mantenimiento autónomo.

Fue inaugurado en octubre del 2014, proyectando con su instalación una mejora en los indicadores medioambientales, así como en el desempeño productivo de la planta. Algunos de los beneficios para el cuidado del medio ambiente son: Cabinas de pintura secas (sin uso de agua), que funcionan por medio de inyección y extracción de aire, tanque centralizado de aceite lubricador de base agua, tanques de almacenamiento y /o contención de las etapas de lavado, etc.

Con esta nueva tecnología, se pintarán productos como cabina GPS, cabina compacta, plataforma GPS, marcos de seguridad para los tractores TT, S10 y TS6, así como los ejes del área de componentes.

Este nuevo sistema está dividido en diferentes áreas:

- Áreas de colgado y descolgado.
- Shot-blast.
- 8 etapas de pre tratamiento.
- E-coat con 2 etapas de post enjuagues y estación de drenado.
- Horno de curado de e-coat.
- Dos cabinas de pintura.
- Área de flasheo.
- Horno de curado de pintura.



# NUESTRA COMUNIDAD

## Reforzamos nuestra solidaridad y compromiso social.

En el año 2014, nuestro principal desafío con la comunidad, se centró en impulsar acciones de impacto directo en el futuro de los beneficiarios y fortalecer la solidaridad en nuestro equipo de trabajo. Como consecuencia, en alianza con Hogares San Francisco I.A.P., institución que lucha contra el alcoholismo y la drogadicción, se concretó un programa de transmisión de conocimientos que benefició a 75 personas que se encuentran en proceso de rehabilitación.

Los beneficiarios participaron en talleres, que se impartieron mediante metodologías participativas y que contaron con el apoyo de 15 voluntarios de la empresa, quienes dedicaron aproximadamente 90 horas a un proyecto, cuyo objetivo fue implementar herramientas de terapia ocupacional y con ello, mejorar la calidad de vida de este grupo vulnerable.

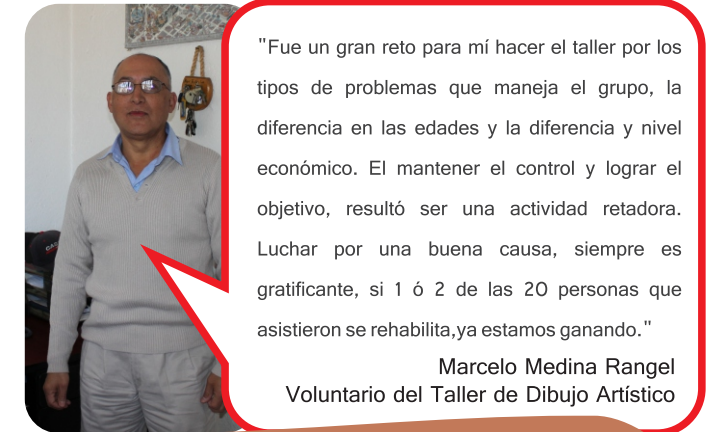


Los talleres impartidos fueron:

Camino al corazón (superación personal), Toma de decisiones, Dibujo Artístico, Inglés, Panadería, Yoga, Administración personal, Ritmos Latinos, Activación Física, Manualidades, Minicustoms (modificación de autos miniatura).



Además del voluntariado, se sumó un apoyo económico que se destinará para la reconstrucción del invernadero; así como un sistema de riego que ayudará a la autosustentabilidad de la organización.



"Fue un gran reto para mí hacer el taller por los tipos de problemas que maneja el grupo, la diferencia en las edades y la diferencia y nivel económico. El mantener el control y lograr el objetivo, resultó ser una actividad retadora. Luchar por una buena causa, siempre es gratificante, si 1 ó 2 de las 20 personas que asistieron se rehabilita, ya estamos ganando."

Marcelo Medina Rangel  
Voluntario del Taller de Dibujo Artístico

"Lo que me gustó y me llevo del curso, es saber evaluar mis opciones para tomar una correcta decisión; también pensar en tercer nivel y no dejarme llevar sólo por los impulsos a la hora de tomar una decisión que pueda afectar o beneficiar mi vida"

Héctor Manuel Amador Carrión  
Beneficiario Hogares San Francisco I.A.P

## Apoyo a organizaciones con causa social.

En el 2014 estrechamos nuestro compromiso con Fundación Merced, institución que promueve el fortalecimiento de organizaciones de la sociedad civil. Este vínculo nos permitió contar con su experiencia para coordinar nuestro voluntariado corporativo dirigido a beneficiar a Hogares San Francisco. Así mismo, entregamos un donativo destinado a la profesionalización de las organizaciones sociales a las que apoya; cuyo fin será brindar herramientas, conocimientos y habilidades que contribuyan al fortalecimiento institucional y a la mejora de la labor que realizan.

Interesados en promover la educación, en el 2014 apoyamos a través de institución Lazos, a la escuela primaria de la localidad Santa Catarina, en el estado de Querétaro. Con el apoyo de 16 voluntarios celebramos el día del niño con actividades recreativas, que nos permitieron interactuar con 250 pequeños, conocer la comunidad y fomentar valores.



## CNH de México por la educación.

Por octava ocasión, nos sumamos al "Programa Bicultural de Alcance Industrial", organizado por la Universidad de West Virginia y el Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Querétaro (CONCYTEQ), a través del cual, se vincula a estudiantes y profesores de diferentes áreas de ingeniería con el sector productivo, para la realización de proyectos. Los alumnos que realizaron su proyecto durante el 2014 en nuestras instalaciones fueron: David Bambrilla de la Universidad de Roma, Santiago Aguillón de la Universidad de Aeronáutica (UNAQ) y Eduardo Bravo del ITQ. Su trabajo consistió en buscar una solución para mejorar la comodidad del operador en el tractor serie 10. La propuesta presentada por los alumnos, será desarrollada por el área de ingeniería de nuestra empresa, quienes verificarán su factibilidad y eficacia.

## Reconocemos a los mejores.

Como cada año, reconocimos a los hijos de colaboradores que, durante el periodo escolar obtuvieron el mejor promedio, distinguiendo su esfuerzo y perseverancia. Este 2014, con el propósito de estrechar vínculos entre padres e hijos, se invitó a los 375 premiados y a uno de sus papás, a un centro de entretenimiento familiar; donde pudieron comer, jugar y convivir. Adicionalmente, a 4 alumnos con promedio 10 se les regaló una tablet, motivándolos con ello a que mantengan su entusiasmo por el estudio.



## Niños reconocidos por buen promedio.



## Firmas por el planeta.

Por tercer año consecutivo, participamos en esta iniciativa mundial que busca crear conciencia en la sociedad sobre la necesidad de adoptar medidas frente al cambio climático. A esta dinámica simbólica, se sumaron 447 colaboradores, quienes mediante una firma se comprometieron a participar en el apagón eléctrico voluntario el último sábado de marzo. Junto con la firma, el personal aportó focos ahorradores, mismos que fueron donados a Hogares San Francisco I.A.P., reforzando con ello nuestro compromiso con la causa medioambiental.



## Integrando a nuestras familias a la empresa.

Porque sabemos que las familias constituyen un pilar fundamental en cada uno de nuestros colaboradores, nuevamente las integramos y acercamos a nuestra empresa. Este 2014, la iniciativa contó con la presencia de 130 personas, quienes conocieron las instalaciones, el proceso productivo y se divertieron con juegos planeados para incentivar la convivencia y diversión.



# ÍNDICE GRI / PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

Indicador GRI	Descripción de Indicador	Principios del Pacto Mundial	Nivel de Informe	Página del Informe
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	NA	Parcial	15
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	NA	Parcial	19- 20
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	8 y 9	Completo	16
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	8 y 9	Completo	16
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	8 y 9	Parcial	16
EN8	Captación total de agua por fuentes.	8 y 9	Completo	16
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	8 y 9	Completo	16
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	7,8 y 9	Completo	16
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	7,8 y 9	Completo	17
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	7,8 y 9	Parcial	9-10
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	6	Completo	11
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	6	Parcial	11
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	1 y 3	Completo	11
LA6	Porcentaje total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos.	1	Completo	13
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales con el trabajo por región.	1	Parcial	13
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	1	Completo	13
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	1	Completo	12
HR5	Actividades de la compañía en las que derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	1,2 y3	Completo	11
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	10	Completo	9
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	NA	Completo	9
NA	La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.	4	Completo	9
NA	La abolición del trabajo infantil	5	Completo	9