



ASUNTOS SOCIALES

en acción.

Esta revista se pone a disposición de toda la comunidad que forma parte de Volkswagen Argentina para compartir las funciones y responsabilidades primarias de la Dirección de Asuntos Sociales así como todos sus programas en materia de responsabilidad social empresaria y sustentabilidad. Para ello, resalta los principales logros que han conseguido en todos estos años de trabajo y busca sensibilizar acerca de la importancia de estas acciones en coordinación con las diferentes áreas internas y los grupos de interés que componen el ecosistema de VW.

Carta de apoyo al pacto global de naciones por la Responsabilidad Social Empresaria.

Gral. Pacheco, julio de 2015

Volkswagen Argentina

Comunicación e Progreso 2014

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 sobre el Progreso 2014 (COP 2014). En ella describimos todas nuestras políticas y acciones de *Responsabilidad Social Empresaria* (RSE), a través de la cuales promovemos nuestra sustentabilidad corporativa.

El año pasado dimos un paso más y decidimos elaborar una Comunicación para el Progreso de nivel Avanzado y en 2014 lo volvimos a hacer.

En 2002 iniciamos el camino de la RSE. En 2004 nos adherimos al Pacto Global. Desde entonces, cada año renovamos el compromiso de promover y defender los derechos humanos, promover y crear las mejores condiciones laborales, proteger y medio ambiente y combatir la corrupción.

Somos conscientes que asumir estos compromisos implica desafíos, pero estamos convencidos de que podremos afrontarlos 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@vw.com.ar
Tel: 0054 11 4317 9107

Mensaje del CEO y Presidente de Volkswagen Argentina.

Estimados lectores:

El Grupo Volkswagen, a nivel mundial, tiene una larga trayectoria como empresa socialmente responsable.

En la Argentina iniciamos el camino en el año 2002 y en el 2004 nos adherimos al Pacto Global de Naciones Unidas, la iniciativa de sustentabilidad corporativa más grande del mundo. Desde entonces, nuestro compromiso con los valores universales de derechos humanos, laborales, ambientales y de lucha contra la corrupción no han dejado de crecer.

En estas páginas 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”, la utilización de la tecnología “Blue Motion”, las capacitaciones en el concepto “Think Blue”, los procesos ya afianzados en el área de Governance, Risk and Compliance y el trabajo realizado 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.

Como actores indispensables en el futuro de la movilidad sustentable, decimos “presente” y nos abocamos, desde el lugar que ocupamos, a contribuir no sólo con el desarrollo de nuestros colaboradores y de la comunidad, sino también de un mejor país para habitar.

Los invito a que sigamos construyendo juntos.

Dr. Josef Fidelis Senn

Contenido

Carta de apoyo al pacto global de naciones por la responsabilidad social empresaria	03
Mensaje del CEO y presidente de volkswagen argentina	05
Mensaje del gerente de asuntos sociales de volkswagen argentina	09
Grupo Volkswagen	10
Volkswagen Argentina	12
La estrategia MACH18	13
THINK BLUE	14
Gestión de la RSE: ASUNTOS SOCIALES	15
Nuestro equipo de trabajo	17
Nuestros pilares de responsabilidad social empresaria	19
Nuestros principales programas según los distintos grupos de interés	20
1. Para nuestros colaboradores internos	22
2. Para nuestros clientes	25
3. Para la gestión ambiental	26
4. Para nuestra comunidad	27
5. Para nuestros proveedores	29
Nuestro camino hacia la sustentabilidad: avances y retos	30
13 años de logros	30
Un camino de desafíos múltiples	31
Testimonios de los participantes del diálogo con los grupos de interés para validar la estrategia de RSE	32
Indicadores de progreso	34
Derechos humanos	34
Estándares laborales	37
Medio ambiente	38
Anticorrupción	40
Sobre este documento	42



Mensaje de Herbert Prock

Gerente de Asuntos Sociales de Volkswagen Argentina

Nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones a diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes, varios miles en más de 100 países, el Pacto Mundial es la iniciativa de Responsabilidad Social Empresaria más importante del mundo. Aquellas empresas que se adhieren comparten la convicción de que las prácticas empresariales sustentables basadas en estos principios, contribuyen a la construcción de sociedades más prósperas, equitativas e incluyentes.

En nuestro país ceca de 500 organizaciones han adherido a la iniciativa y forman la Red Argentina del Pacto Mundial. Volkswagen Argentina ha sido elegida para formar parte de la Mesa Directiva de la Red durante 2 períodos consecutivos. En ella he cumplido las funciones de "Representante de la Secretaría Ejecutiva y Vocero Oficial de la Red.

Durante estos años hemos contribuido, en representación de VWA, a difundir el Pacto. Lo hemos "federalizado" llevando nuestras reuniones de Mesa a muchas provincias. Hemos mantenido la Cátedra del Pacto en alianza con prestigiosas universidades, hemos realizado talleres sobre los principios, hemos instalado al Pacto en las redes

sociales. Logramos cumplir con el compromiso de representar a la Red en reuniones internacionales en Paraguay, México, Perú, Colombia y Estados Unidos.

Durante dos años consecutivos, la oficina de Nueva York del Global Compact distinguió a la Red Argentina como una de la 10 mejores redes a nivel mundial. Yo lo siento no sólo como un reconocimiento a nuestra función, sino también al trabajo articulado de los integrantes de la Red, algo que, por supuesto, me llena de orgullo.

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 compartimos los resultados de 2013 y 2014, 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 más objetivos comunes.

GRUPO VOLKSWAGEN

El Grupo Volkswagen es sinónimo de actividad económica sustentable y de prácticas comerciales leales. Además de los indicadores económicos, la percepción del público representa una medida decisiva 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 ambiciosa meta 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.





> 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.

> 10.14 millones de vehículos vendidos en 2014

El Grupo **vendió 9.7 millones de vehículos** en todo el mundo, superando en un 4,2% la venta del año anterior.

> 119 plantas de producción

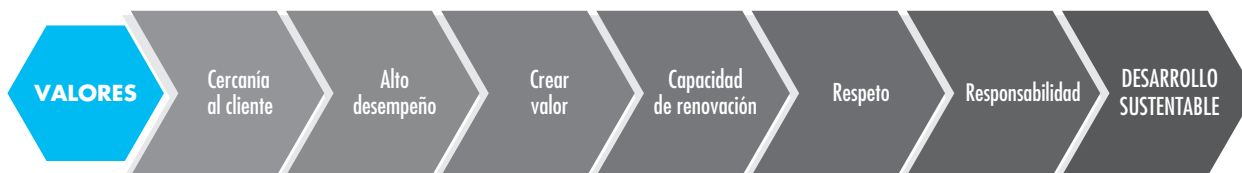
El **Grupo produce en 119 fábricas** de 18 países europeos y otros 9 países de América, Asia y África.

VOLKSWAGEN ARGENTINA

y sus centros industriales.



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. Nuestros valores son:





La estrategia MACH 18

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, con Think Blue, el compromiso asumido es el 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).

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.

Grupo Volkswagen

Vision:

La empresa más rentable,
impresionate, sostenible del mundo.
*Das profitabelste, faszinierendste und
nachhaltigste Automobilunternehmen
der Welt.*



Think Blue.

Think Blue es la iniciativa de VW diseñada para fabricar productos sustentables, en ambientes sustentables (Think Blue Factory), con innovación tecnológica eco-amigable y promover acciones en los usuarios y en la comunidad a favor del cuidado del ambiente: <http://www.volkswagen.com.ar/es/think-blue.html>

Estrategia.

El programa Think Blue forma parte de la “Estrategia 2018” del Grupo Volkswagen.

Su objetivo es posicionarse como la Marca más sustentable del mundo, ofreciendo a sus clientes los vehículos más amigables con el medio ambiente, y que han sido producidos en un entorno productivo óptimo (Think Blue. Factory).



Think Blue. Factory.

El 19 y 20 de septiembre de 2013 se realizó el Kick Off de Think Blue. Factory en VWA (Planta Pacheco y Planta Córdoba). Think Blue. Factory se centra en las plantas de producción, y busca optimizar su proceso productivo, teniendo como objetivo la **reducción del 25% de los indicadores ambientales** (consumo de energía, emisiones de CO₂, agua, generación de residuos, y generación de solventes) hasta 2018.



Gestión de la RSE:
ASUNTOS SOCIALES.

Asuntos Sociales es un departamento-área corporativo que pertenece a la estructura de Recursos Humanos.

Nuestra actividad está basada sobre dos columnas principales:

- por un lado, la *gestión de la Comunicación Interna, generando espacios de doble vía (emisión y escucha) para con nuestros empleados y,*
- por otro, *el desarrollo y la implementación de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, tanto hacia afuera como hacia adentro de la empresa.*

Somos el nexo con nuestra casa matriz en ambas áreas y establecemos contactos con colegas nuestros de otras empresas del Grupo Volkswagen.



» NUESTRA MISIÓN

Desarrollar y fomentar espacios de comunicación entre los trabajadores y la empresa, así como gestionar el desarrollo de actividades de colaboración con la Sociedad, mejorando la calidad de vida de los colaboradores, sus familias y de la comunidad que nos rodea.

» NUESTRA VISIÓN

Ser referentes en materia de comunicación y responsabilidad social empresarial en el sector automotriz argentino, para posicionar a Volkswagen Argentina como el mejor empleador de la Argentina.

» NUESTROS VALORES

Ser referentes.

Profesionalismo.

Esfuerzo.

Comunicación permanente, transparente y bidireccional.

Mejora continua.

Sustentabilidad social, económica y ambiental.

» Nuestro Equipo de Trabajo

Herbert Prock
Gerente de Asuntos Sociales

Florencia Suarez Villar
Responsabilidad Social Empresaria.

Alejandro Dilozeno
Responsabilidad Social Empresaria.

Pablo Milano
Responsabilidad Social Empresaria.

Lucia Rebagliati
Comunicación Interna.

Agostina Lo Carmine
Comunicación Interna.

» Áreas de Interacción para el logro de nuestra Estrategia de RSE

1. Governance, Risk and Compliance
2. Suministros
3. Medio Ambiente
4. Recursos Humanos
5. Marketing

» Iniciativas en las que participamos



United Nations Global Compact



Consejo Empresario Argentino
para el Desarrollo Sostenible



Cámara de Industria y Comercio
Argentino-Alemana
Deutsch-Argentinische
Industrie- und Handelskammer



NUESTROS PILARES DE RSE.

VW Argentina considera elementos clave de su estrategia de Responsabilidad Social, 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. De esta manera:

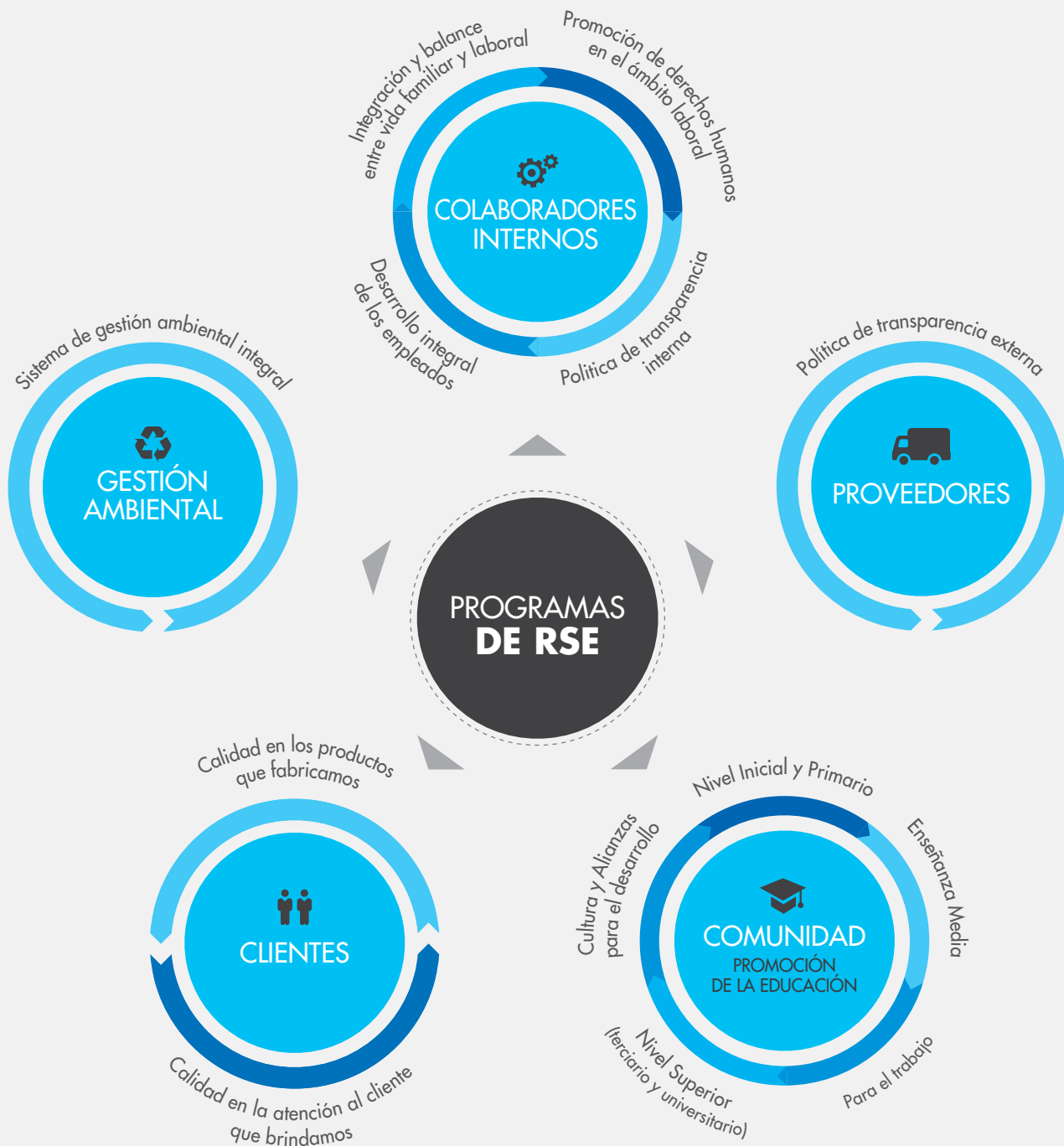
- *VW Argentina sostiene que nuestro país podrá ser competitivo si cuenta con personas altamente capacitadas. Es así que lleva adelante programas educativos dirigidos a todos los niveles de formación académica para personas ajenas a VW como así también de sus colaboradores. Dado que nuestra compañía se nutre de colaboradores bien formados, con una gran capacitación técnica, que compartan nuestros valores y nuestra cultura, estamos convencidos de que debemos contribuir en el proceso. Claros exponentes de esto son programas como el Instituto Ferdinand Porsche y el Plan Dual, entre otros igualmente importantes.*
- *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. En tal sentido, hemos adoptado la estrategia global "Think Blue", adaptándola a nuestra realidad.*
- *Todas las acciones vinculadas a los colaboradores se encuentran enmarcadas bajo la Estrategia denominada RSI "Responsabilidad Social Interna" cuyos ejes principales son el desarrollo integral de cada colaborador, el equilibrio entre vida laboral y familiar y el respeto por los derechos humanos dentro de la organización.*

NUESTROS PRINCIPALES PROGRAMAS

según los distintos grupos de interés.

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.







PARA NUESTROS COLABORADORES INTERNOS

Garantizar condiciones de trabajo que faciliten su desarrollo integral a través de todo el ciclo de vida; la adecuada integración y balance entre la vida familiar y laboral y la promoción de los derechos humanos en el ámbito laboral durante la etapa activa. Todos los programas orientados a sus empleados son englobados en la Estrategia de Responsabilidad Social Interna (RSI).

Programa	Objetivos
DESARROLLO INTEGRAL DE LOS EMPLEADOS	
Calidad del trabajo	<ul style="list-style-type: none">- Proveer transporte hacia y desde las plantas para el personal bajo convenio; coordinar y supervisar la logística del servicio del transporte.- Brindar el almuerzo en planta a todos los empleados de VWA, excepto a aquellos que cumplen jornadas laborales de 6 hs.; adecuando las instalaciones para este servicio y contemplando que se brinde una alimentación saludable, diseñada por un nutricionista.- Otorgar Plus Vacacional para todos los empleados de VW
Beneficios Adicionales	<ul style="list-style-type: none">- Facilitar el cuidado infantil de los hijos del personal femenino (hasta 5 años) a través del reconocimiento de los gastos de guardería o jardín de infantes.- Apoyar la compra de vehículos nuevos mediante un 15% aproximado de descuento en la compra de los mismos. Este beneficio es también para la compra de repuestos.- Facilitar la obtención de descuentos en la compra de productos a través de la firma de distintos convenios con otras empresas.
Capacitación para el trabajo	<ul style="list-style-type: none">- Formar continuamente a los colaboradores sobre temas diversos que hacen al mejor desempeño en su puesto de trabajo tanto a nivel <i>a) funcional</i>: habilidades de gestión, idiomas, actualización ejecutiva, como <i>b) desarrollo profesional</i>: maestrías, medioambiente, etc.- Fortalecer la relación entre líderes de plantas, gerentes y sindicatos a través de la realización de talleres.
Voluntariado Corporativo	<ul style="list-style-type: none">- Facilitar la participación de los colaboradores en la estrategia de Responsabilidad Social de VWA. Los empleados, asistidos por la empresa, se organizan para juntar fondos y asistir a comedores comunitarios. Se entregan materiales en escuelas rurales de Chaco, Santiago del Estero, Córdoba y Pacheco. En el voluntariado también se suman los aportes de Proveedores y de la Fundación VW.

Mutual Escarabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Nuclear y Otorgar beneficios diversos a los ex empleados a partir del momento en que dejan de trabajar en VW incluyendo mejores contratos en cobertura de salud, turismo, descuentos varios, etc.
-------------------	---

INTEGRACION Y BALANCE ENTRE VIDA FAMILIAR Y LABORAL

Festejos corporativos (días del Niño, de la Secretaria, de la Primavera)	<ul style="list-style-type: none"> - Integrar a los hijos de los empleados a través de la entrega de un presente durante el Día del Niño. - Reconocer el trabajo de las Secretarias a través de la entrega de un regalo y la realización de un evento especial para ellas. - Reconocer al personal que cumple, 10, 25, 30, 40 y 45 años de antigüedad en el servicio, invitándolos a participar de la Fiesta de la Antigüedad con un acompañante. - Celebrar la llegada de la primavera con un menú especial para agasajar a los empleados y con una planta para todas las mujeres. - Reconocer a todos los empleados de VW que no están bajo el Convenio Colectivo de Trabajo, a través de un presente que se otorga el Día del Empleado VW. - Festejar el Día el trabajador Mecánico, que es un día no laborable establecido por CCT, adicionando un regalo. - Felicitar a las mujeres, en su día con flores - Integrar a la familia de los trabajadores, con una actividad de puertas abiertas cuyo objetivo es que la familia directa el trabajador pueda conocer el ámbito laboral. Se visita la planta, se realizan actividades infantiles y la celebración culmina con show musical en vivo.
Encuesta de Clima Laboral	<ul style="list-style-type: none"> - Consultar a los empleados su opinión en relación a distintos aspectos de la empresa. - Tomar acciones que puedan aumentar el bienestar general de los trabajadores.

PROMOCIÓN DE DERECHOS HUMANOS EN EL ÁMBITO LABORAL

Derecho a la información sobre las actividades de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Aumentar el conocimiento de los productos que se fabrica a través de exhibiciones internas antes de lanzar al mercado un vehículo nuevo. - Fortalecer la relación entre gerentes y colaboradores a través de reuniones formales y encuentros informales, organizados por el equipo de Comunicaciones Internas.
--	---

Derecho a la salud y a la seguridad en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Difundir mediante campañas internas e salud el cambio de hábitos alimenticios, deportivos, campañas de vacunación. - Promover el esparcimiento y la actividad física como condición indispensable de una buena salud. Con este fin la empresa coordina comisiones espontáneas para que el personal realice diversas actividades como fútbol, tenis, teatro, coro, ofreciendo además el mismo predio de la empresa para la realización de estas actividades. - Implementar un programa de Capacitación en Prevención y Control de Riesgos que abarca los siguientes temas: 1) reducción de trastornos músculo esqueléticos, 2) conservación auditiva, 3) control visual periódico, 4) riesgo cardiovascular, 5) detección temprana y control periódico y voluntario de la diabetes, 5) controles y exámenes médicos periódicos y 6) organización de caminatas pro salud.
Derecho al diálogo y a la representación	<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar las condiciones adecuadas para el ejercicio de la representación sindical a través del diálogo permanente y un enfoque de puertas abiertas con el sindicato. En tal sentido el número de representantes gremiales es ampliamente superior al que exige la ley. El diálogo con la comisión interna e reclamos es sistemático y continuo.
Derecho a la Educación	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar el Programa "Secundario para adultos" mediante el cual la empresa brinda la posibilidad de finalizar su educación de nivel secundario a todos los colaboradores que no la hayan tenido. El programa tiene una duración de 3 años, se realiza en el Centro Industrial Pacheco y se obtiene el título Bachiller con orientación en Gestión y Administración.

POLITICA DE TRANSPARENCIA INTERNA	
Ética en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar parámetros estándar sobre cómo deben guiarse los empleados en relación a las organizaciones con las que operan estableciendo una Política sobre Conflicto de Intereses. - Establecer un procedimiento interno que regule premios, souvenirs y presentes para los empleados para avalar la equidad y la transparencia.
Acuerdo de Confidencialidad	<ul style="list-style-type: none"> - Regular entre VW y sus empleados lo referente a informaciones secretas o descubrimientos.
Sistema interno de anticorrupción	<ul style="list-style-type: none"> - Prever un procedimiento para denunciar de manera interna o externa alguna irregularidad a través del Ombudsman.
Prevención de Fraude	<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar la formación de los empleos en la Política VW Credit a través de un manual que establece la política de la entidad respecto a operaciones sospechosas de derivarse e actividades ilícitas o lavado de dinero.



PARA NUESTROS CLIENTES

Programa	Objetivos
CALIDAD EN LOS PRODUCTOS QUE FABRICAMOS	
Estudios de campo y clientes	- Retroalimentar el proceso de fabricación, mejorar o corregir acciones. Se realizan en el país y en aquellos países a los que se exportan los productos.
Seguridad Vehicular	- Monitorear las fallas potenciales de los vehículos que puedan afectar su seguridad.
CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE QUE BRINDAMOS	
Manual de Usuario	- Brindar al cliente información útil, siempre actualizada, relacionada con su seguridad personal. - Acercar al cliente recomendaciones sobre el mejor uso del auto.
Salud y seguridad de cliente	- Analizar y evaluar el impacto de los productos en la salud y seguridad de los clientes durante todas las etapas de producción.
Departamento de Atención al Cliente	- Mejorar la atención y el servicio global al cliente. - Brindar una amplia gama de medios de comunicación para recibir consultas y reclamos.
Service Akademie. Centro de Entrenamiento de Postventa	- Mejorar la calidad del servicio técnico capacitando a la Red de Concesionarios de las diferentes marcas de la empresa. Dicho centro funciona en Pacheco, Provincia de Buenos Aires. - Aumentar las habilidades técnicas de las personas que brindan servicio a los clientes de VW.



PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL

Programa	Objetivos
SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL INTEGRAL	
Tratamiento de emisiones y efluentes	<ul style="list-style-type: none">- Reducir las emisiones gaseosas, emisiones totales directas e indirectas de gases invernadero- Realizar tratamiento de efluentes líquidos
Recolección selectiva de residuos	<ul style="list-style-type: none">- Segregar los residuos en 3 grupos: residuos reciclables (nylon, plástico, cartón y madera), residuos sólidos urbanos y residuos especiales (pilas, baterías) en Planta Industrial Pacheco.- Convertir los residuos en dinero para donar insumos al Hospital Infantil en Planta Industrial Córdoba.
Reducción del consumo energía eléctrica y gas natural	<ul style="list-style-type: none">- Implementar un catálogo de medidas en las que se definen tareas específicas para la reducción del consumo de energía (eléctrica y gas natural) y para su uso racional.
Extensión ambiental	<ul style="list-style-type: none">- Plantar varias especies de árboles en las escuelas que visitaron la planta de Córdoba.
Fomentar la conciencia ambiental	<ul style="list-style-type: none">- Realizar convenios con instituciones educativas de nivel medio y superior para capacitar a alumnos y docentes sobre temas ecológicos y promover la conciencia ecológica en docentes y alumnos de Córdoba.
Capacitación interna en temas ecológicos	<ul style="list-style-type: none">- Se concientizó y capacitó a los colaboradores en temas de manejo de materiales peligrosos, ahorro de recursos, segregación residual, tratamiento de efluentes líquidos, etc.



PARA NUESTRA COMUNIDAD

Programa	Objetivos
PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN EN EL NIVEL INICIAL Y PRIMARIO	
Ayuda y apoyos escolares	- Colaborar con jardines de infantes y comedores escolares cercanos a ambas plantas. Se los apoya con útiles escolares, alimentos y mobiliario fabricado por los empleados a través del voluntariado corporativo. Se trabaja con los materiales del reciclado del embalaje de los insumos.
Para verte mejor	- Medir la agudeza visual en niños de escuelas primarias oficiales de Tigre, Provincia de Buenos Aires a través de un acuerdo entre la Fundación VWA provee un equipo refractómetro, un vehículo VW y los anteojos para los niños que los requieran.
Juegoteca VW de Seguridad Vial	- Contribuir a mejorar la seguridad vial. VWA desarrolló junto a Foro 21, 3 juegos de mesa para conocer las señales y reglamentaciones del tránsito. También existe la versión digital y una versión gigante para el Showroom en Pinamar.
PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN EN LA ENSEÑANZA MEDIA	
Plan Dual	- Implementar un sistema de enseñanza técnica mixta, a través de convenios con escuelas públicas, oficiales, donde los alumnos reciben la formación práctica en la empresa y la teórica en la escuela. Se inicia en los últimos 3 años del secundario técnico. Se obtiene doble titulación; Bachiller con orientación en Bienes y Servicios y Técnico en Automóviles.
Pasantías de Verano	- Acercar a estudiantes del último año de escuelas medias y técnicas cercanas a las plantas la posibilidad de conocer la empresa y tener una primer experiencia laboral en los meses de verano.
PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO	
Jóvenes con futuro	- Poner en marcha un programa de desarrollo junto al Ministerio de Trabajo para dar oportunidad laboral a jóvenes entre 18 y 24 años, e ambos sexos, secundario incompleto y sin empleo formal. Dura 4 meses y la jornada laboral es de lunes a viernes 6 hs. También se presenta a estos candidatos a los proveedores de VWA.

PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN EN EL NIVEL SUPERIOR (TERCIARIO Y UNIVERSITARIO)

Ciclo de presentaciones de ejecutivos	- Vincular a la empresa con las Universidades a través de la participación de gerentes de VWA en el dictado de charlas en diferentes carreras y facultades sobre diversos temas de gestión.
Instituto Ferdinand Porsche	- Desarrollar futuros profesionales calificados en la industria automotriz argentina. Para ello, VWA y la Presidencia de la Nación Argentina han firmado en Alemania en 2010 un acuerdo para crear dos nuevas carreras: Ingeniería y Tecnicatura Superior en Industria Automotriz y un Centro de Investigación. Ambas carreras y el Centro funcionan en la Universidad Tecnológica Nacional (en la sede regional pacheco).
Prácticas Profesionales Supervisadas (PPS)	Acompañar a estudiantes universitarios avanzados de la carrera de Ingeniería Industrial para elaborar y ejecutar proyectos que mejoren los procesos de la empresa.
Pasantías Universitarias	- Brindar a los estudiantes experiencia en la formación práctica y facilitar a su vez la posibilidad de crear un pool de profesionales con potencial de ingreso a la compañía.
Sistema DUAL CCP CADICAA	- Programa de formación técnica de 2 años de duración para alumnos egresados de escuelas alemanas de nivel medio. Se desarrolla en conjunto con el centro de capacitación profesional del Instituto de Ballester Deutsche y la Cámara de Industria y Comercio Argentino Alemana.
Formación técnica en Logística	- Establecer un convenio con el Instituto Superior de Formación Técnica N° 199 de Tigre, por el cual Ejecutivos del área de Logística de VW dan charlas técnicas a los alumnos de 1 año tomando como caso de estudio a VW. - Promover visitas a planta de los alumnos de 2° año con el fin de conocer la aplicación de estos principios de logística y ver el funcionamiento de la planta.

PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN, LA CULTURA Y LAS ALIANZAS PARA EL DESARROLLO

Visitas a Plantas (Pacheco y Córdoba)	- Promover el conocimiento de alumnos de escuelas secundarias, universidades, proveedores y demás empresas de la realidad de la planta y en especial la política de cuidado de medio ambiente.
Un año juntos	- Brindar la posibilidad a nuestros colaboradores de apadrinar durante un año a niños del Comedor y Apoyo Escolar Las Palmeras. Esto implica donación de alimentos, útiles escolares y regalitos.
"A chance to play"	- Desarrollar una acción solidaria con motivo del Mundial de Fútbol en Sudáfrica 2010, a nivel global y local. La misma consistió en realizar un prode en el que participaron todos los empleados que quisieran, donando dinero para proyectos solidarios en Sudáfrica y VW Argentina donaba ese mismo monto recolectado para proyectos solidarios en la Argentina. También participaron los proveedores otorgando los premios para los ganadores de dicho prode.

Tarjeta Roja al Trabajo Infantil	- Apoyar la acción afirmativa llevada adelante por la Organización de las Naciones Unidas. Aprovechando la ocasión del Mundial de Fútbol del año 2010, se repartieron fixtures en todos los concesionarios con información sobre este tema, en alianza con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización internacional del Trabajo (OIT) y el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
Campañas solidarias del Hospital Garrahan	- Recolectar, acopiar y entregar tapitas de plástico y papel para donarlos al programa del hospital Garrahan.
Campañas Solidarias con Fundación Aprendiendo y Manos Verdes	- Prestar una camioneta pick up para la visita de escuelas rurales y de frontera donde se instala internet satelital y se capacita a docentes y estudiantes. - Prestar una camioneta pick up en el marco del programa educación integral y gestión ambiental "Usá la basura"



► PARA NUESTROS PROVEEDORES

Programa	Objetivos
POLITICA DE TRANSPARENCIA EXTERNA	
Requisitos de sustentabilidad para proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Distribuir la carta social a los proveedores para que puedan compartir la mirada de la empresa en materia social. - Participar a los proveedores, a través de un cuestionario obligatorio, de los requisitos referidos a medio ambiente, protección del trabajo y derechos sociales, indispensables para mantener la relación con VW.
Verificación de Socios Comerciales	- Implementar 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 proveedores, socios colaboradores, concesionarios, asesores y representantes de ventas e importados.

Nuestro camino hacia la sustentabilidad: **avances y retos**

01

2002 iniciamos el camino de la RSE.

02

2004 nos adherimos al Pacto Global.

03

2005 presentamos nuestra primera Comunicación sobre el Progreso al Pacto Global

04

2009/2011 participamos del estudio sobre "RSE y Desarrollo Humano" llevado adelante por el IESE, la escuela de dirección de empresas de la Universidad de Navarra, España.

05

2009/2013 miembro integrante de la Mesa Directiva y de la Secretaría Ejecutiva de la Red Argentina del Pacto Global

06

2011/2013 fuimos los representantes de la Red Argentina ante la oficina de Nueva York para el Pacto Global.

07

Fuimos la primera automotriz que certificó OHSAS 18001, convencidos de que la prevención es un componente estratégico de alto valor para la compañía. La norma OHSAS 18001 es un reconocido estándar internacional para la salud ocupacional y sistemas de gestión seguros.

08

2013 Certificamos la Planta Pacheco como Think Blue Factory, siendo la número 27 dentro de las 105 plantas de producción de VW en todo el mundo.

09

Recibimos el reconocimiento de la Red Argentina del Pacto Global por la presentación de 9 Comunicaciones del Progreso y presentamos nuestra Comunicación para el Progreso de nivel Avanzado.

10

Recibimos el reconocimiento de la ONG Luchemos por la Vida, por la campaña de manejo responsable, realizada en el marco de la estrategia de Think Blue.

11

2014: Recibimos 400 alumnos en el instituto Ferdinand Porsche entre las carreras de Ingeniería y tecnicatura con especialización en la industria automotriz.

12

Capacitamos, desde 2003, a través del Programa de Prácticas profesionales en el nivel medio y universitario a más de 1000 alumnos en pasantías universitarias y más de 200 de nivel medio.

» 13 años de logros

13

Invertimos más de 200 mil horas-persona en el Programa de Formación continua de capacitación llegando a más de 20 mil participantes.

16

Nuestros 500 voluntarios han conseguido entregar 25 mil kgs de alimentos por año invirtiendo un total de 30 mil horas al año.

19

Desde el 2005 se han donado más de 205 mil kgs de papel y 312 kgs de tapas de plástico ala Fundación Garrahan.

22

Recibimos en nuestras plantas a 100 entidades por año con más de 2500 visitantes en cada Centro Industrial.

14

Apoyamos la graduación de más de 400 alumnos a través del Plan Dual.

17

El Programa Secundario para adultos ha logrado más de 280 egresados.

20

El 89% de los proveedores productivos ha respondido el cuestionario de sustentabilidad para proveedores.

15

Con el Programa Para Verte Mejor visitamos entre 50 y 60 escuelas desde 2008 y entregamos en promedio 600 pares de anteojos por año.

18

Fundación Aprendiendo ha recorrido con nuestra camioneta más de 11 mil kms por año, alcanzando más de 30 escuelas.

21

Invertimos más de 600 horas de capacitación en la concientización de 429 empleados en temas ambientales.

» Un camino de desafíos múltiples

Nuestros próximos pasos tienen que ver con fortalecer el Nivel Avanzado en nuestra Comunicación sobre el Progreso logrado dentro del Pacto Global.

En este sentido *nuestras prioridades son:*

01

Continuar avanzando en el diálogo con nuestros grupos de interés.

02

La revisión de nuestra política de RSE con foco en derechos humanos.

03

Fortalecer el diálogo con las diversas áreas de la organización, sensibilizando con nuestro trabajo diario.

04

Continuar avanzando en la mejora de nuestras herramientas de comunicación internas y externas.

05

Revisar nuestros indicadores para migrar a los estándares de la Iniciativa Global de Reporte (GRI, Global Reporting Initiative).

» Testimonios

de los participantes del diálogo con los grupos de interés para validar la estrategia de RSE.



01

Vanina Ledesma
VWA GRC

Nunca antes había participado de estos talleres, así que me pareció genial y muy útil, compartir ideas y conocimientos y en algunos casos también debatir. En mi caso, muchos temas eran desconocidos y me vinieron bien para ampliar mis conocimientos en temas de sustentabilidad y de la empresa en general. En líneas generales muy contenta y satisfecha de haber participado.

02

Agustín López
VWA

El taller me pareció muy bueno. Buen intercambio entre distintos sectores de la compañía, distintas funciones y antigüedades. Cada uno aportó desde su visión y se evidenciaron las diferencias entre áreas, años dentro de la compañía y sexo (hombre y mujer). La próxima vez debería haber más presencia de personal jornalizado y se debería hacer el mismo taller con Managers.



03

Victoria García Díez
VWA Asuntos Externos

Creo que siempre suma y es muy fructífera toda iniciativa que se tome desde la compañía en la que integrantes de diferentes áreas participen y den su punto de vista sobre temas en común. Lo positivo es ver que se puede seguir creciendo y que otras personas de áreas tan diversas siguen apostando por la compañía y tienen ganas de crecer y mejorar. Estas reuniones ayudan a derribar estos mitos y rumores y a ver que se está buscando un cambio, que aunque los resultados no sean inmediatos hay un equipo que lo está buscando.

04

Fabiana Cascini
VWA Tráfico y Aduana

Me gustó mucho, ya que me enteré de varias cosas que desconocía, y cosas que se pueden implementar con el tiempo en la empresa. Creo que hay mucha para mejorar y estos talleres son ideales.

05

Mariano Alurralde
Proveedor Mirgor

Creemos que estos espacios favorecen la relación comercial. Por otro lado, y tal como comenté en la reunión nos gustaría recibir más información sobre las actividades de RSE de VW Argentina y evaluar acciones conjuntas. La iniciática del taller fue muy buena, pero tal vez el objetivo del taller no me quedó del todo claro y la exposición le faltó un poco de articulación, pero no faltará oportunidad de volver a reunirnos por estos temas.



06 **Alejandro Diloranzo** VWA Asuntos Sociales

Mi opinión en principio es muy positiva. Quizás en sus comienzos me pareció un poco indefinido, pero cuando transcurrieron los minutos me fui dando cuenta cual era el objetivo y la intención del mismo. Me pareció muy buena la exposición y la coordinación del taller. Se fueron llevando las consignas a todos los participantes en forma clara y concisa. En algún momento del taller se desdibujó un poco la dirección de las opiniones, dado que los participantes no respondían en forma breve positivamente ó negativamente, expresando solamente si los procesos de la organización y las acciones llevadas a cabo, funcionaban satisfactoriamente ó no. Espero pueda participar en las sucesivas reuniones y talleres, para así colaborar para lograr el objetivo planteado.

07

Pablo Pacheco
Asociación Civil Elyon.

Ante todo agradecerles tenernos en cuenta, fue un trató muy amable y dinámico donde pudimos volcar nuestra misión, visión y experiencias. Esperamos haber sido de ayuda.



08 **Mabel Iglesias** Proveedor Linser

La industria automotriz juega un rol clave en los retos que presenta la agenda del desarrollo a nivel mundial, y poder acompañar a Volkswagen Argentina en ese camino a la sustentabilidad es parte de nuestro propio desafío. Por ello agradecemos y celebramos la oportunidad de participar de espacios de diálogo que nos permiten identificar oportunidades comunes de mejora y compartir los aprendizajes de nuestras empresas.

09

Carlos Bertani
Proveedor Acuario.

Muchas gracias desde ya por hacernos partícipes en este tipo de jornadas. Con respecto a la primera reunión que participamos, nos pareció interesantes los temas a tratar y para una primera instancia estaba bien. Sería atrayente ser un poco más dinámica para involucrarse más. Nos gustaría que los temas tratados y/o a tratar en futuro nos sigan involucrando, invitando y enviando la información para estar en línea con las actividades del grupo VW.



10 **Claudia Gómez Costa** Fundación Aprendiendo Bajo la Cruz del Sur.

El taller fue excelente. En todo momento se demostró gran calidad profesional y calidez humana. Los aspectos considerados fueron muy pertinentes y el nivel de detalle sumamente adecuado. Nuestra Fundación Aprendiendo bajo la Cruz del Sur está muy agradecida de haber podido participar y queda a disposición para realizar nuevos talleres, cuando VW lo considere oportuno.

Indicadores de Progreso.

► DERECHOS HUMANOS.

Indicadores de Progreso	Indicadores 2013	Indicadores 2014
Campaña de Difusión interna del Pacto Global.	<ul style="list-style-type: none"> - 30 afiches en carteleras - Notas en el house organ Nosotros (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/) 	<ul style="list-style-type: none"> - Notas revista interna Nosotros 7500 ejemplares de frecuencia bimestral. - Publicación de reportes sociales en la Web (www.vw.com.ar/compania_RSE.asp) y en la intranet (http://intranetvwa/)
Participación en eventos.	8 participaciones: <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 - Workshop con proveedores de VWA 	5 participaciones: <ul style="list-style-type: none"> - Encuentro mundial de RSE en Bruselas VWAG. - Foro Empresarial Pacto Global: con la presencia de Dr. Senn y el Ministro Tomada - Congreso de Austriacos en la UTN la Embajada de Austria. - Round table "Desafíos del futuro" con N. Neer en el Ministerio de trabajo. - Workshop con proveedores de VWA
Instituto Ferdinand Porsche Carreras de especialización en industria automotriz	<ul style="list-style-type: none"> - 119 alumnos en Ingeniería - 160 alumnos en Tecnicatura 	<ul style="list-style-type: none"> - 194 alumnos en Ingeniería en Industria Automotriz - 201 alumnos en la Tecnicatura Superior en Gestión de la Industria Automotriz
Prácticas profesionales en nivel medio y universitario	<ul style="list-style-type: none"> - Pasantías universitarias: 52 pasantes - CADICAA: 8 pasantes 	<ul style="list-style-type: none"> - Pasantías universitarias: 53 pasantes - CADICAA: 10 pasantes
Programa de Formación Continua	<ul style="list-style-type: none"> - 170.157 h hombre de capacitación - 18.281 participantes 	<ul style="list-style-type: none"> - Horas de Capacitación: 102.708 - Cantidad de Participantes: 17.793

Plan Dual	<ul style="list-style-type: none"> - 394 alumnos egresados hasta 2013 - 18 alumnos egresados en 2013 	<ul style="list-style-type: none"> - 408 alumnos egresados hasta 2014 - 14 alumnos egresados en 2014
Programa "Para verte mejor"	<ul style="list-style-type: none"> - 61 escuelas visitadas - 769 pares de anteojos entregados 	<ul style="list-style-type: none"> - 56 + 5 especial del Partido de Tigre - 5400 niños atendidos - 1000 pares de anteojos entregados
Voluntariado Corporativo	<ul style="list-style-type: none"> - 19.000 kg de alimentos entregados - 500 voluntarios - 9000 kg de ropa entregada - 30.000 hs /año invertidas 	<ul style="list-style-type: none"> - 500 Voluntarios - 10.000 chicos fueron alcanzados - 18.600 kg de ropa y calzado entregados - 45.000 hs/año invertidas
Secundario para Adultos	<ul style="list-style-type: none"> - 265 egresados hasta dic 2013 - 9 egresados en 2013 	<ul style="list-style-type: none"> - 280 egresados hasta dic 2014 - 15 egresados en 2014
Acciones internas en VWA 1. Día de la primavera 2. Día de la secretaria 3. Fiesta de reconocimiento a la antigüedad 4. Día del mecánico y del empleado 5. Family day 6. Día de la mujer	<ul style="list-style-type: none"> - 500 plantas entregadas - 25 obsequios - 25 agasajadas - Bianual, planificada para 2014 - 8000 remeras entregadas - Actividad planificada para 2014 - 500 rosas entregadas 	1. <i>Día de la primavera</i> : se realizó campaña por los distintos medios de comunicación de la empresa: mail, carteleras y pantallas. 2. <i>Día de la secretaria</i> : 24 agasajadas 3. <i>Fiesta de reconocimiento a la antigüedad</i> : 256 agasajados. 4. <i>Día del mecánico y del empleado</i> : 8000 remeras entregadas. 5. <i>Family day</i> : se reprogramó para el 2015 debido a los siguientes festejos: 20 años del Centro Industrial Pacheco y 35 años de Volkswagen Argentina. 6. <i>Día de la mujer</i> : se realizó campaña por los distintos medios de comunicación de la empresa: mail, carteleras y pantallas. 7. <i>Canil VW</i> : alimentación y cuidado de 20 perros.
Think Blue Running Team	1496 participantes	<ul style="list-style-type: none"> - 2000 participantes. Ganadores de la Copa por Empresas, en la Maratón UB, en el Campo de Polo.

Conociendo nuestros productos	<p>9 autos exhibidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gol Trend 3 puertas - Suran SVP - Touareg Híbrida - Nuevo Audi A3 y A3Sportback - Audi A6 Allroad - Audi R8 PI - Camiones MAN - Camiones y Buses Euro5 	<p>11 Vehículos exhibidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amarok MY14 - Scirocco - Passat CC - Up 5 puertas - Audi R8 - Audi A4 - Suran MY15 - Moto Ducati Monster - Moto Ducati Panigale - Moto Ducati Diavel - Moto Ducati Multistrada
Requisitos de Sustentabilidad con Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Un workshop realizado con proveedores - 55 personas asistieron al workshop en representación de 46 proveedores - 87% de los proveedores productivos respondieron el cuestionario de sustentabilidad - 71% de los proveedores productivos respondieron el cuestionario de e-learning 	<ul style="list-style-type: none"> - Un workshop realizado con proveedores - 38 personas asistieron al workshop en representación de 28 proveedores - 89% de los proveedores productivos respondieron el cuestionario de sustentabilidad - 70% de los proveedores productivos respondieron el cuestionario de e-learning
1 Campaña de Manejo Responsable	<p>Reconocimiento de la ONG Luchemos por la Vida, por nuestra campaña de "Manejo Responsable"</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Apoyo ONG Conduciendo a Conciencia:</i> con pauta publicitaria en su página web - <i>Ruta Think Blue:</i> creamos una Plataforma de Carpooling abierta al público que tiene la ventaja de poder combinar viajes para venir al trabajo, así como también planificar viajes a cualquier parte del país. De esta manera se disminuye la emisión de CO2 y al reducirse la cantidad de vehículos en circulación, disminuyen los accidentes.

Programas con la Comunidad	<p><i>Fundación Aprendiendo:</i></p> <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 <p><i>Fundación Manos Verdes: Programa Usá la basura</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 25 escuelas alcanzadas - 8000 alumnos impactados 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Campaña del Tren Alma:</i> 150 cremas dentales y 231 cepillos dentales para niños. - <i>Una sonrisa para Navidad:</i> se obsequiaron 362 mochilas a 6 instituciones de la zona. - <i>Fundación Manos Verdes:</i> son 30 colegios y 10.000 alumnos impactados. En 2014 capacitamos a 550 docentes y participamos en 50 eventos para la concientización e información del público general. - Fundación Aprendiendo bajo la Cruz del Sur. Año 2014. - Cantidad total de escuelas rurales conectadas y capacitadas: 15 - Cantidad de alumnos: 1860 - Cantidad total de docentes: 248 - Cantidad de km recorridos: 11.500
----------------------------	--	--

▶ ESTÁNDARES LABORALES.

Indicadores de Progreso	Indicadores 2013	Indicadores 2014
Programa mejora en el puesto de trabajo	Recertificación de OHSAS 18.001 en agosto	Recertificación de OHSAS 18.001 en octubre (semana 43)
Actividades Recreativas	14 Comisiones de diversas actividades recreativas	15 Comisiones de diversas actividades recreativas
Representación sindical	128 delegados (incluye CIR)	<ul style="list-style-type: none"> - 80% personal afiliado - 120 delegados SMATA - +14 delegados Comisión interna - 3 delegados ASIMRA

Campanas de Salud internas	<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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Campaña Antigripal en los diferentes medios. - Día mundial contra el HIV - Día internacional contra el cáncer de mama. - Campaña "prevención del dengue".
Capacitaciones para líderes de Planta	<ul style="list-style-type: none"> - 150 participantes - 9 talleres de comunicación implementados 	<ul style="list-style-type: none"> - 160 participantes - 11 talleres de comunicación implementados
Requisitos de sustentabilidad para proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Un workshop con proveedores, del cual participaron 55 personas en representación de 46 proveedores. - 87% de los proveedores productivos respondieron el Cuestionario de sustentabilidad - 71% de los proveedores respondieron el cuestionario de e-learning 	<p>Un workshop realizado con proveedores</p> <ul style="list-style-type: none"> - 38 personas asistieron al workshop en representación de 28 proveedores - 89% de los proveedores productivos respondieron el cuestionario de sustentabilidad - 70% de los proveedores productivos respondieron el cuestionario de e-learning
Visitas a plantas	<ul style="list-style-type: none"> - 115 entidades y 2665 visitantes en CIC - 115 entidades y 3361 visitantes en CIP 	<ul style="list-style-type: none"> - 91 entidades y 2672 participantes en CIC - 120 entidades y 2500 visitantes en CIP (por reformas en la planta).

► MEDIO AMBIENTE.

Indicadores de Progreso	Indicadores 2013	Indicadores 2014
Certificación según el Sistema de Gestión Ambiental bajo la Norma ISO 14.001	<ul style="list-style-type: none"> - Certificación CIC desde 2000 y recertificación octubre 2011 - Recertificación CIP noviembre 2013 	<ul style="list-style-type: none"> - CIC recertificación octubre 2011 - CIP Recertificación noviembre 2013

Recolección de residuos	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	Desde el 2005 hasta el 2014 se donaron 214.690 kg. de papel y 351 kgs de tapas de plástico (aguas y gaseosas) a la Fundación Garrahan.
Capacitación y concientización de los empleados en temas ambientales	559 hs de capacitación 429 participantes.	2206 hs de capacitación 1471 participantes
<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo de Indicadores Ambientales - Tratamiento de efluentes líquidos - Residuos Comunes - Residuos Especiales - Energía Eléctrica - 10. Gas Natural 	567.323 m3 2.303 toneladas 1.396 toneladas 79.519.630 mw/h 12.125.458 m3	El consumo se ve afectado a los 42 días de suspensión que sufrieron las Plantas 456.081 m3 1747 toneladas 1.312 toneladas 67.626.370 mw/h 9.440.382 m3
Presentación de automóviles Blue Motion	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	Durante 2014 no se presentaron nuevos modelos equipados con tecnología Blue Motion
Think Blue Factory	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Planta de Pacheco</i>: 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 - <i>Planta de Córdoba</i>: 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 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Planta de Pacheco</i>: reducción 11.894 MWh al año - <i>Planta de Córdoba</i>: reducción mayor al 5594 MWh, al año - <i>Planta de Pacheco + Córdoba (Argentina)</i>: reducción de 6.300 MWh al año lo que significa más de un millón euros al año, más de 2.205 toneladas de CO2 y más de 107.000 arboles
Desarrollo de una intranet de Think Blue	http://intranetwa/web/think-blue/think-blue-factory	http://intranetwa/web/think-blue/think-blue-factory

Think Blue acciones de comunicación Acciones de prensa en medios masivos Desarrollo de juegos con aplicaciones móviles	1 publicación en medios gráficos, 3 en medios radiales y 8 en digitales	- 2 publicaciones en medios gráficos - 6 comunicados de prensa en medios masivos en base al cuidado del medio ambiente
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	- Participación en los stands de Cariló y Pinamar con el concepto Think Blue - Running Team Think Blue - Aplicaciones en juegos
Carpooling	- 200 personas registradas - 1 campaña de comunicación en carteleras internas	- 2.691 personas registradas en 2014 - Campaña de comunicación en redes sociales a través de un concurso y banners.

▶ ANTICORRUPCIÓN.

Indicadores de Progreso	Indicadores 2013	Indicadores 2014
Distribución Guía LDC	7750 ejemplares entregados	Entregada a todos los nuevos ingresantes de las áreas de Suministros y Ventas & Marketing
Participación CAA	Participación en el 100% de las reuniones	Debido a cambios internos en la estructura de GRC se retomará la participación en 2015
Entrenamientos presenciales		230 personas fueron entrenadas sobre temas de Anticorrupción, Prevención de lavado de dinero y financiación del terrorismo y Defensa de la competencia y Antimonopolio

Entrenamientos On-line	E learning de anticorrupción implementado en su totalidad en 2014	Se realizaron 2438 entrenamientos online sobre Código de Conducta y Anticorrupción (ambos mandatorios).
Verificación Socios Comerciales	3 talleres realizados con Bussiness partners que implicaron a 152 personas	En 2014 fue Implementada la política sobre Verificación de la integridad de los socios comerciales (Proveedores y Distribuidores)
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 - Responsable de anti lavado de dinero asignado - 50 procedimientos revisados para la mejora del control interno 	<p>Todas las áreas de negocios fueron incluidas en el proceso de registración de riesgos estratégicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 50+ personas involucradas en el proceso. - 141 riesgos informados - 80+ procedimientos chequeados para asegurar los controles internos.
Asesoramiento	<ul style="list-style-type: none"> - 30 entrenamientos face to face realizados - 900 colaboradores sensibilizados en temas de Compliance - Dos notas realizadas en la revista interna Nosotros (7500 copías) sobre Compliance - 150 directivos de la empresa participaron en el Management Meeting, donde se les explica a los jefes los lineamientos en temas de Compliance para que ellos luego los bajen a sus equipos de colaboradores. - 500 mousse pad entregados para sensibilizar en Compliance - 1000 lapiceras entregadas para sensibilizar en Compliance - 1000 señaladores entregados para sensibilizar en Compliance 	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones de comunicación sobre temas de Compliance realizadas a través de diferentes medios (emails corporativos, carteleras, artículos en la revista de la compañía) - Participación de los ejecutivos de la compañía en el Management Meeting, con la visita del Director de GRC en el grupo VW donde se destacó la importancia de Compliance en el grupo. - Distribución de elementos de merchandising con mensajes sobre Compliance. - Linea de consultas sobre temas de Anti-corrupción y conflicto de Intereses, disponible para todos los empleados de la Compañía.

Sobre este documento



El presente documento fue elaborado por Blue Dot con base en la Comunicación sobre el Progreso de nivel Avanzado presentada al Pacto Global de Naciones Unidas en abril de 2014 // Blue Dot es una empresa joven que lleva la responsabilidad social al mundo digital. Nuestros productos innovan en la forma de diseñar, implementar y evaluar planes de RSE. Desarrollamos productos a medida en cada etapa de la estrategia de RSE // Entendemos los desafíos sociales y ambientales que enfrentan las empresas y las ayudamos a crear valor sostenible. Sabemos alinear la RSE con el modelo de negocios. Medimos y evaluamos resultados e impacto.

Facebook/bluedotsite
@Bluedotsite
+54 11 2053 3389

www.bluedotiste.com



Volkswagen Argentina

Asuntos Sociales

Tel: 011-4317-9134

asuntossociales@vw.com.ar

