RENAULT

Renault Argentina

Reporte de Sustentabilidad 2013 - 2014

Índice

CARTA DEL PRESIDENTE
PÁGINA 04

CARTA DE LA DIRECTORA DE COMUNICACIÓN Y RSE
PÁGINA 05

DESTACADOS
PÁGINA 06-07

1
ACERCA DE RENAULT
PÁGINA 08

2
NUESTRO ENFOQUE EN MATERIA DE SUSTENTABILIDAD
PÁGINA 20

3
GOBIERNO, ÉTICA E INTEGRIDAD
PÁGINA 30

INDICADORES DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE Y PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL
PÁGINA 86

4
DESEMPEÑO ECONÓMICO
PÁGINA 36

5
DESEMPEÑO AMBIENTAL
PÁGINA 44

6
DESEMPEÑO SOCIAL
PÁGINA 58

Carta del Presidente

INDICADOR GRI G4-1

Es un gran honor para mí poner a su disposición nuestro tercer Reporte de Sustentabilidad que abarca el período 2013-2014. En este documento compartimos nuestro desempeño económico, social y ambiental, reafirmando nuestro compromiso con la transparencia, la rendición de cuentas y los principios del Pacto Global de Naciones Unidas al que Renault adhiere.

Para Renault Argentina, la sustentabilidad consiste en asegurar, al mediano y largo plazo, su perennidad como gran empresa de este país. Esto significa que dentro de 5, 10 o 20 años, Renault pueda contar con empleados formados y motivados que reflejan la diversidad de la sociedad, con productos perfectamente integrados en su entorno y finalmente con clientes que los disfruten. Es un desafío mayor para una terminal automotriz, cuyo proceso de producción y productos pueden tener un impacto potencial importante, positivo y potencialmente negativo, sobre la sociedad y el medio ambiente.

Cada año, Renault Argentina se enfoca más en la reducción de su huella medioambiental, el desempeño de acciones de educación, sensibilización, mecenazgo y la promoción de la diversidad y del crecimiento de sus empleados. Las acciones de reciclaje en nuestra planta de Córdoba, el Instituto Técnico, la educación de miles de chicos a la seguridad vial, la construcción de casas en asentamientos vulnerables por los empleados, el programa Women@Renault, son pruebas concretas del compromiso de Renault Argentina con la Sustentabilidad.

Los años 2013 y 2014 fueron muy distintos uno del otro para nuestra industria. Después de un año 2013 récord a nivel de la venta de autos, 2014 fue más bajo. Renault Argentina logró mantener su nivel de actividad productiva y de empleo a un nivel adecuado, enfocando su actividad comercial en la venta de modelos populares y accesibles, producidos en Argentina. La coyuntura no socavó de ninguna manera la confianza que la empresa tiene en su futuro en Argentina y, precisamente en este contexto, Renault definió en el 2014 los proyectos que asegurarán su presencia industrial y comercial por los próximos 20 años, a través de la modernización de su planta y la producción de 6 nuevos modelos, representando una inversión de 700 millones de dólares.

Esto, también, es Sustentabilidad.

THIERRY KOSKAS
PRESIDENTE

THIERRY KOSKAS
Presidente y Director General
de Renault Argentina

Carta de la Directora de Comunicación y RSE

INDICADOR GRI G4-1

Estamos complacidos en presentarles nuestro tercer Reporte de Sustentabilidad, de acuerdo a los lineamientos del Global Reporting Initiative —GRI—, y elaborado "de conformidad" con la Guía G4, opción "Esencial", los principios del Pacto Global de Naciones Unidas y la guía de Responsabilidad Social ISO 26000. Este Reporte cuenta con la valiosa contribución que han realizado nuestros principales grupos de interés, a quienes agradecemos su participación, compromiso y dedicación en el proceso.

Responsabilidad Social Empresaria es el nombre que Renault le otorga a su estrategia de sustentabilidad. Con ella la compañía se propone maximizar su impacto social positivo y minimizar la huella medioambiental de su actividad en la comunidad.

Como automotriz profundizamos las acciones de prevención de las poluciones y el extremo cuidado en la utilización de los recursos naturales; nos planteamos cómo hacer cada vez más accesible los vehículos para las personas y buscamos satisfacer sus necesidades y expectativas. También nos comprometemos con las acciones que reorientan la utilización del vehículo como una herramienta tanto de trabajo como de placer, focalizando en un manejo y conducción cívico-responsable. Y, al interior de la organización, procuramos con especial atención el desarrollo de los colaboradores de la empresa: el gran motor que impulsa nuestro crecimiento.

En 2015 nuestra Fábrica Santa Isabel cumple 60 años de vida. Esta historia trajo consigo la fabricación y comercialización de más de 2.940.000 vehículos de 25 modelos diferentes, muchos de los cuales se convirtieron en íconos de la industria automotriz argentina. Trabajar profundamente en la sustentabilidad nos permite mejorar competitividad y performance para seguir siendo los elegidos por miles de clientes en el futuro.

Los invito a recorrer las páginas de nuestro informe y a que nos hagan llegar su valiosa opinión a:
comunicación-rse.argentina@renault.com

JULIETA ROTGER
Directora de Comunicación y RSE

JULIETA ROTGER

La SUSTENTABILIDAD en Renault Argentina

Un compromiso visible en todas las etapas

1. Fábrica Santa Isabel

- → **1 mes de consumo de agua en la Fábrica**, unos 28.072 m³, es el volumen total que fue reciclado durante 2014 para reutilizar en procesos de pintura de autos.
- → **36% fue la reducción en el consumo de agua** por unidad producida entre 2009 y 2014.
- → **79% de los residuos comunes** generados por la fabricación de vehículos son reciclados.
- → **2.940.000 vehículos** de 25 modelos diferentes fueron fabricados desde abril de 1956 cuando salió el primer auto de la línea de montaje.

2. Sede Administrativa y Comercial

- → **33% de la terna final de postulantes seleccionados** para ocupar una posición vacante, en cualquier área y nivel en Renault, deben ser mujeres.
- → **13,5 horas es el promedio de tiempo de formación** que la compañía destina a cada empleado por año.
- → **3,7, en una escala de 1 a 4, es el resultado promedio de las encuestas de satisfacción** que responden todos los colaboradores sobre la formación recibida.
- → **51% de los pasantes** fue efectivizado en los dos últimos años.

3. Clientes

- → **20.000 clientes** se contactan cada año para obtener sus opiniones, elaborar mejoras en la atención y verificar el cumplimiento de los estándares de atención.
- → **93,6% de los clientes** recomiendan a nuestros concesionarios en cuanto a la calidad de las ventas.
- → **91,1% de los clientes** recomiendan a nuestros concesionarios respecto de la calidad de sus servicios.
- → **93% de las consultas** que llegan al servicio de atención al cliente son resueltas de forma inmediata.

4. Comunidad

- → **60.000 chicos** de 480 escuelas participaron durante los últimos dos años de nuestros programas educativos de Seguridad Vial.
- → **25.000 chicos de escuelas** de Córdoba y Buenos Aires participaron desde 2009 a la fecha en el programa "Educación Ambiental para Todos".
- → **11 casas** fueron construidas por los colaborares de Renault en apoyo a la labor de la ONG TECHO.
- → **10 Centros de Prevención de la Desnutrición Infantil** donó la Fundación Renault desde 2002 en apoyo a la labor de la ONG CONIN, Cooperativa para la Nutrición Infantil.

5. Proveedores

- → **463 empresas** ubicadas en diferentes puntos del país es la cantidad de proveedores locales de Renault.
- → **21 % de los contenedores** que llegan a nuestra fábrica con piezas se comparten con otras empresas de Córdoba, logrando reducir las emisiones de CO_2 asociadas al transporte de piezas.
- → **44% de nuestros proveedores** productivos se encuentran certificados con la norma ambiental ISO 14.001-2004.
- → **13 aspectos vinculados a la sustentabilidad** integran las diferentes auditorías por las que pasan los proveedores de Renault.

6. Instituto Técnico Renault (ITR)

- → **53 años** cumplió en 2015 este colegio ubicado dentro del predio de Fábrica Santa Isabel.
- → **1.100 alumnos** entre estudiantes secundarios, terciarios y de cursos de perfeccionamiento profesional pasan anualmente por las aulas del ITR.
- → **18 % de alumnos del nivel secundario** cuenta con una beca de estudio solventada por la Fundación Renault.
- → **8 mujeres** son alumnas del Instituto Técnico Renault desde que en 2012 se abrió la matrícula femenina.

Acerca de RENAULT

EL GRUPO RENAULT EN EL MUNDO
PÁGINA 09

RENAULT ARGENTINA
PÁGINA 11

NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS
PÁGINA 13

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA
PÁGINA 15

DIMENSIONES DE NUESTRA ORGANIZACIÓN
PÁGINA 17

COMPROMISO CON INICIATIVAS Y ASOCIACIONES EXTERNAS
PÁGINA 19

El Grupo Renault en el mundo

Las tres marcas del Grupo, Renault, Dacia y Renault Samsung Motors, están generando en todo el mundo un número cada vez mayor de clientes. Durante sus 117 años de existencia, el Grupo se ha transformado en una empresa innovadora y cercana a la gente, haciendo la movilidad sostenible accesible para todos.

RENAULT

DACIA

RENAULT SAMSUNG MOTORS

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS EN EL MUNDO

117.395

COLABORADORES

355

INICIATIVAS SOCIALES EN 31 PAÍSES

CANTIDAD DE PROVEEDORES POR SECTOR

2.493

AUTOPARTES

12.152

BIENES Y SERVICIOS, LOGÍSTICA

549

POSTVENTA

ACCIONISTAS

- **63,53%** Particulares
- **15,01%** Estado Francés
- **15%** Nissan Finance
- **3,10%** Daimler AG
- **2,5%** Empleados
- **0,86%** Treasury stock

HUELLA DE CARBONO

3,3%

DE REDUCCIÓN POR AÑO ENTRE 2010 Y 2014 EN EL MUNDO, POR VEHÍCULO

VOLUMEN TOTAL DE VENTAS EN EL MUNDO, 2014

2.712.432

VEHÍCULOS EN 125 PAÍSES

12.116

PUNTOS DE VENTA

4.373 Francia
4.833 Europa
526 Eurasia
1.076 África, Medio Oriente e India
995 América
313 Asia Pacífico

- Automóviles
- Empresa asociada
- No incluido en el perímetro consolidación grupo
- Ventas financiadas

Renault Argentina

Perfil de nuestra organización

INDICADOR GRI G4-5

Somos una empresa que tiene como principal actividad la fabricación y comercialización de vehículos, que se complementan con actividades y servicios que buscan satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Como constructores responsables de automóviles, nuestros ejes prioritarios están abocados a mejorar la seguridad del uso del vehículo en las ciudades, disminuir el impacto ambiental de nuestros productos y de nuestra actividad, y contar con productos innovadores y sustentables accesibles para el consumidor. Nuestras oficinas centrales se encuentran ubicadas en el barrio de Palermo, en la calle Fray Justo Santa María de Oro 1744, Capital Federal, y nuestra Fábrica Santa Isabel, a 10 kilómetros de la capital de la provincia de Córdoba, en el barrio del mismo nombre.

Fábrica Santa Isabel
Desde 1956 a la fecha se produjeron, en nuestra Fábrica Santa Isabel, 2.940.000 vehículos, tanto para el mercado local como para el de exportación, alcanzando en 2013 y 2014 la fabricación de 117.753 y 80.854 vehículos, respectivamente. Nuestra Fábrica cuenta con una superficie de 197,3 hectáreas, dentro de las cuales la edificación alcanza, aproximadamente, 400.000 metros cuadrados.

En 2013, Renault Argentina se posicionó como la terminal automotriz que más vehículos fabricó en el país: **117.753 unidades.**

MODELOS QUE SE PRODUCEN EN LA FABRICA SANTA ISABEL:

CLIO MÍO

KANGOO

FLUENCE

El Grupo Renault Argentina

INDICADOR GRI G4-3, G4-6, G4-7, G4-17

Los accionistas de Renault Argentina SA son: Renault sas, con el 98,83% del capital social, y Renault Développement Industriel et Commercial (RDIC), con el 1,17% del capital social.

A su vez, desde Renault Argentina tenemos participación accionaria en un grupo de sociedades, principalmente, identificadas como filiales comerciales (concesionarios propios), filiales industriales y otras. Estas sociedades forman parte de los Estados Contables consolidados al 31 de diciembre de 2014 y 2013.

Nuestros productos y servicios

ASPECTO MATERIAL Nº11
INDICADOR GRI G4-4, G4-8

Modelos comercializados

AUTOMÓVILES Y SPORTS

CLIO MÍO
http://www.renault.com.ar/automoviles/cliomio

NUEVO LOGAN
http://www.renault.com.ar/automoviles/nuevologan

DUSTER
http://www.renault.com.ar/automoviles/duster

NUEVO FLUENCE
http://www.renault.com.ar/automoviles/nuevofluence

SANDERO
http://www.renault.com.ar/automoviles/nuevosandero

KANGOO
http://www.renault.com.ar/automoviles/kangoo

NUEVO KOLEOS
http://www.renault.com.ar/automoviles/nuevokoleos

SANDERO STEPWAY
http://www.renault.com.ar/automoviles/nuevostepway

UTILITARIOS

MASTER CHASIS
http://www.renault.com.ar/utilitarios/masterchasis

KANGOO EXPRESS
http://www.renault.com.ar/utilitarios/kangooexpress

MASTER FURGÓN
http://www.renault.com.ar/utilitarios/masterfurgon

MASTER MINIBUS
http://www.renault.com.ar/utilitarios/masterminibus

En 2013 fuimos la segunda marca más vendida en Argentina, se patentaron **141.216 vehículos Renault.**

Seguridad

La seguridad es un eje fundamental de nuestra marca. Nuestros vehículos vienen equipados con la última tecnología en seguridad activa y pasiva, y lo certifican los excelentes resultados que obtienen en las pruebas de impacto. Una historia de desarrollo e investigaciones para proteger cada vez mejor a los pasajeros.

A partir de 2013, y alineados a los requisitos de la legislación en materia de seguridad vial hemos elevado el nivel de seguridad de todos nuestros modelos, incorporando de serie los frenos ABS, Airbags y dirección asistida en todos nuestros modelos y versiones.

FRENOS ABS DE SERIE

AIRBAGS DE SERIE

DIRECCIÓN ASISTIDA

Agencia Nacional de Seguridad Vial. Auditoría exitosa

En marzo de 2014 se realizó, en Fábrica Santa Isabel, una auditoría por parte de representantes de la Agencia Nacional de Seguridad Vial, y Renault Argentina aprobó la evaluación con "Cero no conformidades", según el informe expedido por el organismo de control. La visita de cinco auditores tuvo por objetivo verificar el cumplimiento de la Disposición 166/2010, enfocada en las medidas de seguridad activa y pasiva que deben tener los vehículos fabricados. Desde el 1 de enero de 2014, todos los autos producidos en la Argentina deben contar con el sistema de frenado ABS, airbags para el conductor y el acompañante, y apoyacabezas en las plazas delanteras y las traseras laterales.

Mercado de exportación
En 2014, aproximadamente el 56% de nuestra producción de vehículos se destinó al mercado interno. El 44% restante se destinó al de exportación, lo que representa una baja del 29,6% con respecto al 2013. Brasil tuvo la mayor participación en las exportaciones de 2014, 88,3%, seguido por México, Colombia, Chile, Uruguay y Paraguay.

En lo que respecta al mercado de piezas, el volumen de exportación fue de 70.404 m^3 en el año 2014. Las principales exportaciones de piezas fueron destinadas para la producción de los modelos Logan, Sandero, Duster fabricados en Brasil; Clio en Colombia, Eslovenia y cárteres para cajas de velocidad para Chile, además de repuestos y piezas serie enviadas a Francia y Brasil. Los volúmenes exportados a Colombia se incrementaron en un 100 % para la producción de Clio.

Servicios
La fabricación y comercialización de nuestros vehículos se complementa con una serie de servicios destinados a satisfacer plenamente la demanda de nuestros clientes.

→ **Renault Empresas**
www.renault.com.ar/empresas

→ **Plan Rombo**
www.renault.com.ar/planrombo

→ **Post Venta**
www.renault.com.ar/servicios

→ **Financiación**
www.renault.com.ar/financiacion

→ **Promociones**
www.renault.com.ar/promociones

Innovación y tecnología

ASPECTO MATERIAL Nº12

Vehículo eléctrico

Desde Renault Argentina, continuamos avanzando en la etapa exploratoria del proyecto de vehículos eléctricos en la Argentina. En este sentido, hemos conformado un equipo de trabajo dedicado especialmente al análisis de la implantación de los vehículos eléctricos en el país, se mantienen las conversaciones y estudios con varios municipios, y estamos tomando contacto con potenciales clientes de flotas interesadas en la adquisición de este tipo de vehículos.

Test drive de vehículos eléctricos
Mediante pruebas dinámicas para clientes de flota y prensa especializada, realizamos, por primera vez en la Argentina, pruebas de manejo con nuestros vehículos eléctricos.

En un circuito (especialmente preparado) de 1.300 metros, representantes de 80 empresas clientes de Renault, periodistas especializados en la industria automotriz, algunos proveedores y nuestro público interno pudieron probar dos de los modelos eléctricos de la Gama Z.E. de Renault: Twizy y Kangoo Z.E.

"Desafío Renault Experience"
En 2014, lanzamos el concurso "Desafío Renault Experience", destinado a estudiantes del último año de la carrera de Ingeniería, tanto de universidades públicas como privadas. Su objetivo fue estimular a los estudiantes a mostrar su talento mediante ideas creativas e innovadoras para nuestra industria, y que contaran con el espacio para hacerlo. De todas las universidades participantes, alumnos de 6 de ellas presentaron diferentes propuestas atractivas relacionadas con la fabricación de automóviles. El tema del trabajo presentado fue elegido por cada grupo, teniendo en cuenta los criterios de innovación, aplicabilidad real en la industria, viabilidad técnica, factibilidad económica y sustentabilidad.

Los creativos ganadores fueron Ricardo Groppo y Francisco Perrone, de la carrera de Ingeniería Electrónica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Mar del Plata, quienes junto con su tutor académico, el profesor Walter Gemin, presentaron el proyecto denominado "Tablero Virtual Multifunción", una herramienta que incorpora tecnología móvil y que permitirá adicionar a la información tradicional que nos brinda el vehículo ítems de navegación y de seguridad, contando con una interface gráfica de acceso touchscreen, posibilitando al usuario configurar los indicadores del tablero de acuerdo con sus requerimientos de confort en la conducción.

Los creativos ganadores presentaron el proyecto denominado "Tablero Virtual Multifunción", una herramienta que incorpora tecnología móvil y que permitirá adicionar a la información tradicional que nos brinda el vehículo ítems de navegación y de seguridad.

Entrega de premios Desafío Renault Experience

Precursor de la movilidad cero emisiones

A nivel global, Renault siempre está buscando nuevas soluciones en materia de movilidad sostenible y en 2014 develó EOLAB, un vehículo que consume solo 1 litro cada 100 km Renault develó EOLAB, un prototipo que explora las vías del consumo ultra-reducido y logra un valor de 1 litro cada 100 km, lo que supone 22 g de emisiones de CO_2/km en ciclo mixto NEDC. Para alcanzar este nivel, los diseñadores trabajaron en tres ejes: el aligeramiento de materiales, la aerodinámica y la tecnología "Z.E Hybrid", totalmente inédita, que permite circular con "cero emisiones en los trayectos diarios".
Ejemplo por excelencia de la innovación de Renault en materia ambiental, EOLAB introduce múltiples avances tecnológicos, a fin de incorporarse progresivamente a los vehículos de la gama. De esta manera, EOLAB demuestra la voluntad de Renault Grupo, precursor de la movilidad cero emisiones con su gama de vehículos eléctricos, de llegar cada vez más lejos en materia de reducción del impacto medioambiental de sus vehículos.

Dimensiones de nuestra organización

INDICADOR GRI G4-9, G4-10, G4-11, G4-12, G4-13, G4 EC9

GRUPO RENAULT ARGENTINA EN NÚMEROS

CONCEPTO[1]	2013	2014
Activos totales	6.071.160.275	7.990.624.497
Pasivos totales	5.303.967.444	5.684.686.514
Patrimonio neto	766.162.616	2.315.555.051
Ventas netas de bienes y servicios	16.649.707.469	13.187.640.456
Resultado neto del ejercicio	(601.110.535)	(90.641.752)

CONCEPTO		
Empleados	3.126	2.722
% de género femenino	8%	9%
% de empleados bajo convenio	65%	63%

[1]En pesos argentinos. Estado Consolidado al 31 de diciembre de 2014 comparativo con el ejercicio anterior.

Cadena de suministro

Nuestra red de proveedores está integrada por, aproximadamente, 463 empresas que se clasifican en proveedores productivo, no productivo y de repuestos.

BASE ACTIVA DE PROVEEDORES	Cantidad	Porcentaje
De repuestos	118	25%
No productivos	250	54%
Productivos	95	21%
Total base activa de proveedores	463	100%

PROVEEDORES PRODUCTIVOS	Porcentaje
Córdoba	25%
Buenos Aires	57%
Otras provincias	8%
Exterior	10%
Total proveedores productivos	100%

PROVEEDORES NO PRODUCTIVOS	Porcentaje
Córdoba	63%
Buenos Aires	30%
Otras provincias	5%
Exterior	2%
Total proveedores no productivos	100%

Del total del presupuesto de la Dirección de Compras, aproximadamente el 94% corresponde a compras de proveedores locales. Este presupuesto no incluye las compras de piezas CKD, las cuales abastecen a la Argentina desde otras plantas de Renault del mundo.

Red comercial

Nuestra red comercial[1], concesionarios, se distribuye a lo largo de todo el país y cuenta con 299 puntos de contacto con el cliente distribuidos en:

3 concesionarios propios —denominados Filiales Comerciales—.

43 concesionarios privados.

89 puntos de venta y servicios.

62 Renault Minuto.

102 Red secundaria de **102 puntos** de venta y servicios.

Compromiso con iniciativas y asociaciones externas

INDICADOR GRI G4-15, G4-16

Con el propósito de potenciar nuestro crecimiento, participamos en diferentes cámaras y asociaciones, entre las cuales podemos destacar:

ORGANIZACIÓN	Cargo directivo	Aporte de fondos	Grupo de trabajo
Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas	-	•	•
CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible)	-	•	•
IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria)	-	•	•
Década de Acción para la Seguridad Vial 2011–2020(*)	•	•	•
ADEFA (Asociación de Fábrica de Automotores de Argentina)	•	•	•
ACARA (Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina)	-	•	•
CCI FA (Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina)	-	•	•
UIA (Unión Industrial Argentina)	-	-	-
UIC (Unión Industrial de Córdoba)	-	-	-
CPA (Consejo Publicitario Argentino)	-	-	-

(*)El Grupo Renault respalda plenamente la Década de Acción para la Seguridad Vial 2011–2020, una iniciativa a escala mundial lanzada por Naciones Unidas.

El CEADS cerró el año en Renault

Nuestra organización es miembro del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (CEADS), capítulo local del World Business Council for Sustainable Development, desde el año 2013. A lo largo del año se realizan reuniones mensuales con los grupos de trabajo clasificados en: Enlace Ambiental, Legales, RSE, Energía & Clima, Negocios Inclusivos, Residuos, Gestión de Riesgo de Desastres y Agro Sustentable. En diciembre pasado, y con motivo de cierre de todos los grupos de trabajo, se realizó el último encuentro en las oficinas de Renault Argentina en Buenos Aires.

Durante la jornada, dentro de los temas desarrollados, y dando respuesta al compromiso que la marca tiene con el cuidado medioamiental y la conducción innovadora, Federico Goyret, Brand Manager de los Renault Z.E., presentó la gama de los vehículos eléctricos. En dicho evento también disertaron miembros de la Mesa de Trabajo Agro Sustentable, quienes recopilaron un conjunto de buenas prácticas enmarcadas en la Visión 2050 Agro. Como cierre de la actividad el Grupo de Trabajo de Negocios Inclusivos presentó los avances realizados en el desarrollo de una guía de primeros pasos para el diagnóstico y la puesta en marcha piloto de un modelo de negocios de inclusión.

Encuentro de gerentes de RSE en la planta Santa Isabel

El Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) del que Renault Argentina es miembro, organizo en noviembre de 2014 su XXIX encuentro de gerentes y responsables de áreas de RSE y sustentabilidad, en el auditorio de nuestra planta industrial Santa Isabel, donde se abordó el tema "Género y mundo empresarial: El aporte de la mujer en la Gestión Responsable y Sustentable de las Organizaciones". Una de las disertaciones de la jornada estuvo a cargo de la Directora Financiera de Renault Argentina, Silvina Mesa, quien presentó el Programa Women@Renault, compartiendo sus actividades y planes de acción a futuro. Por su parte Andrés Thompson, Coordinador del Proyecto ELLAS: Mujeres y Filantropía en el CEDES (Centro de Estudios de Estado y Sociedad) comentó su últimos analices realizados en la materia.

Nuestro ENFOQUE en materia de Sustentabilidad

VISIÓN Y DESAFÍOS
PÁGINA 21

PARÁMETROS DEL REPORTE
PÁGINA 23

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS
PÁGINA 28

Visión y desafíos

ASPECTO MATERIAL Nº 20, 13

La movilidad es un componente clave del desarrollo económico y social. Es el camino hacia la libertad, un placer para algunos y una forma de combatir la exclusión social para otros. Sin embargo, el automóvil también es responsable de problemas globales importantes como los accidentes de tránsito y los efectos negativos sobre la salud y el medioambiente.

El desafío para el grupo Renault, como fabricante responsable de vehículos y pionero de la movilidad sustentable para todos, es concebir ofertas nuevas y accesibles de movilidad, desarrollar tecnologías innovadoras, el uso responsable de los recursos y acompañar los cambios en los comportamientos y en las costumbres de nuestra sociedad.

En este sentido, entendemos que el compromiso con la sustentabilidad forma parte de un modelo de gestión que conlleva una mirada de largo plazo que apunta a promover el crecimiento y que incluye conceptos relacionados con:

- **La ética y la transparencia**
- **El respeto por los Derechos Humanos y del trabajador**
- **La lucha contra la pobreza y a favor de la inclusión social**
- **La defensa y el cuidado del medio ambiente**
- **La construcción de ciudadanía**

Como constructor y comercializador responsable de automóviles, nuestro objetivo es asegurar el desarrollo y el progreso para todos a través de la movilidad sustentable, y para ello hemos definido cuatro objetivos estratégicos que nos ayudan a atenuar los impactos de nuestra gestión cotidiana:

MOVILIDAD SOSTENIBLE

SEGURIDAD VIAL

PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y USO RAZONABLE DE LOS RECURSOS

DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO, INTEGRANDO LA EDUCACIÓN Y LA DIVERSIDAD

Nuestra gestión en materia de RSE

Alineados a la estrategia del Grupo, desde Renault Argentina, adoptamos la ISO 26.000 como documento de referencia en materia de Responsabilidad Social. Esta guía proporciona a las organizaciones una herramienta para integrar e implementar mejores prácticas de responsabilidad social en su gestión cotidiana. Como no se trata de una norma de sistema de gestión, no aplica para propósitos de certificación.

Renault Argentina reconoce a la ISO 26.000 como un documento de referencia que ofrece orientación sobre responsabilidad social.

La ISO 26.000 aborda siete materias fundamentales, las cuales pretenden ser un instrumento para que las organizaciones puedan contribuir al desarrollo sustentable. En este sentido, desde Renault Argentina, hemos avanzado en un proceso de medición e identificación de brechas con cada una de las áreas involucradas en el proceso, alcanzando un grado de cumplimiento, de acuerdo con el siguiente detalle:

Gracias al trabajo transversal propuesto por el equipo de Sustentabilidad, pudimos generar actividades de intercambio con nuestros colaboradores y la comunidad. El hecho de poder compartir jornadas de trabajo, experiencias y objetivos con organizaciones como la Unión Industrial de Córdoba, el IARSE y la CCIFA, es una gran ventaja para el desarrollo de todas las partes y, sin duda, es fundamental para llegar a la visión compartida sobre el desarrollo sostenible en la comunidad en la que estamos todos insertos.

MATERIAS FUNDAMENTALES - ISO 26.000
— Grado de cumplimiento

Gobernanza de la organización
Es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos.

Participación activa y desarrollo de la comunidad
La participación activa ya sea de manera individual, o a través de asociaciones que busquen aumentar el bien público, ayuda a fortalecer la sociedad civil.

Derechos humanos
Son los derechos básicos a los que todos los seres humanos tienen derecho por el hecho de ser seres humanos.

Asunto de consumidores
Las organizaciones que proporcionan productos y servicios a consumidores así como a otros clientes tienen responsabilidades hacia ellos.

Prácticas laborales
Comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por y en nombre de la organización, es decir incluido el trabajo subcontratado.

Prácticas justas de operación
Se refieren a la conducta ética de una organización en sus negocios con otras organizaciones e individuos.

Medioambiente
Hace referencia a las actuaciones de una empresa que contribuyen a mejorar la calidad ambiental al reducir el impacto de la actividad empresarial sobre el medio ambiente.

Desde Renault Argentina respetamos las Directrices de la OCDE para empresas Multinacionales. Estas obedecen a recomendaciones de los gobiernos hacia las empresas multinacionales en temas de transparencia, laborales, medio ambiente, lucha contra la corrupción, intereses de consumidores, entre otros.

Equipo de Sustentabilidad
El equipo de Sustentabilidad de Fábrica Santa Isabel, que funciona desde 2013, está integrado por un grupo interdisciplinario de representantes de diferentes áreas de la organización: Compras, Ingeniería, Medio Ambiente, RRHH., Calidad FSI, Comunicación Interna, Fabricación y RSE, especialmente seleccionados por la Dirección de Fábrica. El trabajo transversal, permite al equipo perseguir objetivos concretos, entre ellos el de intercambiar con el grupo de interés los programas y acciones realizadas.

En agosto de 2014, en conjunto con el equipo de sustentabilidad de la UIC (Unión Industrial de Córdoba), se realizó en las instalaciones de Fábrica Santa Isabel, el taller de "Buenas Prácticas Ambientales y de Calidad en la Gestión Industrial", donde aproximadamente 60 participantes de empresas miembros de la UIC se dieron cita para promocionar las buenas prácticas de gestión en materia de ambiente, calidad y seguridad ocupacional en la industria cordobesa. Así fueron expuestos 5 casos empresarios:

- Fluorita Córdoba S.A. (Sector Minería)
- Gastaldi Hnos. (Sector Alimentación)
- Neoscrap S.A. (Sector Plástico) y
- Arcor (Sector de la Alimentación)
- Renault Argentina (Sector Automotriz)

Parámetros del Reporte

INDICADOR GRI G4-14, G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-22, G4-23, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-32, G4-33, G4-48

Perfil del Reporte
El Reporte de Sustentabilidad 2013-2014 ha sido elaborado "de conformidad" con la Guía G4 del Global Reporting Initiative —GRI—, opción "Esencial". Tiene una frecuencia bienal, abarca el período comprendido entre el 1 de enero de 2013 y el 31 de diciembre de 2014, y se presenta junto a la Memoria y Balance 2014.

El Reporte contempla las principales operaciones del grupo Renault Argentina S.A. y de la Fundación Renault Argentina. No hemos identificado la existencia de limitaciones significativas en el alcance o en la cobertura del Reporte de Sustentabilidad 2013 - 2014, como así tampoco efectos significativos en la reexpresión de la información respecto de años anteriores. El último reporte emitido fue el Reporte de Sustentabilidad 2011 - 2012.

En la sección 7 se incluye el índice que indica la localización de los contenidos del presente Informe, el cual no ha sido sometido a un proceso de verificación externa.

Comunicación de progreso
Desde Renault Argentina S.A. declaramos la continuidad del apoyo a los diez principios del Pacto Mundial referente a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la Lucha contra la Corrupción.

Apoyamos la transparencia y la rendición de cuentas. A partir del presente Reporte de Sustentabilidad, presentamos nuestra Comunicación del Progreso Anual, con la cual expresamos nuestra intención de continuar apoyando y desarrollando los principios dentro de nuestra esfera de influencia como también del compromiso de hacer, del Pacto Mundial y sus principios, parte de la estrategia, la cultura y las acciones cotidianas de nuestra compañía, así como en involucrarnos en proyectos cooperativos que contribuyan a los objetivos más amplios de Desarrollo de las Naciones Unidas, y de comunicar este documento a nuestras partes interesadas y al público en general.

PRINCIPIOS PARA DETERMINAR EL CONTENIDO DEL REPORTE

- PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS
- CONTEXTO DE SOSTENIBILIDAD
- EXHAUSTIVIDAD
- MATERIALIDAD

PRINCIPIOS PARA DETERMINAR LA CALIDAD DEL REPORTE

- EQUILIBRIO
- COMPARABILIDAD
- PRECISIÓN
- PUNTUALIDAD
- CLARIDAD
- FIABILIDAD

THE GLOBAL COMPACT
WE SUPPORT

Red Pacto Mundial Argentina

ESTOS SON LOS PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL

- DERECHOS HUMANOS
- ESTÁNDARES LABORALES
- MEDIOAMBIENTE
- ANTICORRUPCIÓN

Aspectos materiales y cobertura
Uno de los principales aspectos que hace al proceso de elaboración del Reporte de Sustentabilidad tiene que ver con la definición de aquellos aspectos materiales que serán comunicados por la organización. En este sentido, el Global Reporting Initiative pone a disposición una serie de principios diseñados para ser usados en forma combinada, a fin de definir el contenido del presente Informe.

PROCESO DE IDENTIFICACIÓN ASPECTOS MATERIALES

1ER PASO IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS

- Asuntos materiales identificados por empresas líderes del sector
- Global Reporting Initiative
- Principios del Pacto Global
- ISO 26.000
- Visión 2050 CEADS
- Grupos de interés
- Asuntos materiales identificados por otras terminales locales

Impactos, riesgos y oportunidades identificados por expertos y organizaciones líderes del sector	Temas sugeridos por los principales Grupos de Interés	Temas incorporados por Renault Argentina

Listado de aspectos a ser considerados en el Reporte de Sustentabilidad
46 aspectos identificados

2DO PASO PRIORIZACIÓN DE ASPECTOS

Todos los aspectos identificados en el 1er paso son sometidos a un Test de Materialidad

Listado de aspectos materiales y alcance
20 aspectos seleccionados

3ER PASO VALIDACIÓN

El proceso de definición de aspectos materiales, fue llevado adelante por la Dirección de Comunicación y RSE y el equipo de sustentabilidad, y aprobados por la Dirección de Renault Argentina.

4TO PASO REVISIÓN

Listado de aspectos materiales identificados
A continuación, detallamos los aspectos materiales identificados en el punto anterior:

ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS

Nº	ASPECTO RELEVANTE	IMPACTO		GRUPO DE INTERÉS	
		INTERNO	EXTERNO	INTERNO	EXTERNO
1	Atracción y retención de talentos	•		•	•
2	Calidad del servicio a clientes		•	•	•
3	Comunidad		•	•	•
4	Desempeño económico	•		•	•
5	Diversidad e igualdad de oportunidades	•	•	•	•
6	Educación		•	•	•
7	Formación y desarrollo	•		•	•
8	Gestión del clima	•		•	•
9	Gestión eficiente de los residuos	•		•	•
10	Gestión eficiente de recursos	•			•
11	Impacto ambiental de los productos	•	•	•	•
12	Innovación y tecnología	•		•	•
13	Política y concientización ambiental	•	•	•	•
14	Prácticas de adquisición y derechos humanos	•		•	•
15	Reducción de las emisiones	•			•
16	Salud		•	•	•
17	Salud y seguridad de los clientes		•	•	•
18	Salud y seguridad en el trabajo	•		•	•
19	Seguridad vial		•	•	•
20	Transparencia, ética y anticorrupción	•	•	•	•

Durante 2014 se realizaron reuniones con periodistas, proveedores, colaboradores, quienes aportaron su visión sobre la sustentabilidad en la compañía.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	SECCIÓN
Desarrollo del capital humano	6.1 Prácticas laborales
Movilidad Sostenible	6.3 Responsabilidad sobre productos
Seguridad Vial	6.2 Programas de acción con la comunidad. Inversión social
Movilidad Sostenible	4. DESEMPEÑO ECONÓMICO
Desarrollo del capital humano	6.1 Prácticas laborales
Desarrollo del capital humano	6.2 Programas de acción con la comunidad. Inversión social
Desarrollo del capital humano	6.1 Prácticas laborales
Desarrollo del capital humano	6.1 Prácticas laborales
Protección del medio ambiente	5. DESEMPEÑO AMBIENTAL
Protección del medio ambiente	5. DESEMPEÑO AMBIENTAL
Movilidad Sostenible	1. ACERCA DE RENAULT
Movilidad Sostenible	1.4 Innovación y tecnología
Protección del medio ambiente	5. DESEMPEÑO AMBIENTAL
Movilidad Sostenible	4. DESEMPEÑO ECONÓMICO
Movilidad Sostenible	5. DESEMPEÑO AMBIENTAL
Desarrollo del capital humano	6.2 Programas de acción con la comunidad. Inversión social
Seguridad Vial	6.3 Responsabilidad sobre productos
Desarrollo del capital humano	6.1 Prácticas laborales
Seguridad Vial	6.2 Programas de acción con la comunidad. Inversión social
Movilidad Sostenible	3. GOBIERNO, ÉTICA E INTEGRIDAD

" Como colaborador de la empresa, es muy interesante poder participar en mesas de diálogo sobre sustentabilidad, y poder proponer ideas sobre el tema." **Paula Camogli,** dirección Asuntos Jurídicos.

"Una buena idea sería que los colaboradores de un proveedor, puedan visitar la fábrica de Renault y ver in situ como se usa en el automóvil lo que ellos producen." **Ignacio Sabino,** Comunicación Corporativa de Henkel, proveedor de Renault.

Participación de los grupos de interés

ASPECTO MATERIAL Nº20

INDICADOR GRI G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

La participación de los grupos de interés, tanto internos como externos, es un elemento clave en el proceso de diálogo para la definición de los aspectos relevantes. En Renault Argentina tenemos una relación y comunicación permanente con nuestros principales grupos de interés. Para poder identificar y clasificar a los que se ven afectados y que afectan a la Compañía, en el habitual ejercicio de sus operaciones y actividad, y a partir de los lineamientos que ofrece la guía AA1000SES de Accountability, hemos construido un sistema de análisis que abarca determinadas dimensiones (por responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia y representación) para identificar a nuestros principales grupos de interés.

Los grupos de interés son entidades o individuos a los que las actividades, los productos o los servicios de la organización pueden afectar de manera significativa, y cuyas acciones pueden afectar dentro de lo razonable a la capacidad de la organización para desarrollar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos.

GRI G4 - GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

Grupos de interés	Canales de diálogo y/o comunicación
CONCESIONARIOS Y CLIENTES	→ Plan satisfacción clientes, servicio de relación al cliente, encuesta de calidad, MiRenault.com, redes sociales
COLABORADORES	→ Blog del Presidente, encuesta del Colaborador del Grupo Renault Argentina, Focus Group, intranet y newsletters, evaluación de desempeño. Open Forum, entrevistas de conocimiento
SINDICATOS	→ Reuniones periódicas con la Comisión Gremial Interna, reuniones mensuales entre el consejo directivo de SMATA y la Dirección de Recursos Humanos, reuniones periódicas entre las cámaras empresarias (ADEFA, ACARA) y el Gremio
ACCIONISTAS	→ Reunión de Accionistas y Directores, diálogo continuo entre áreas y gerencia de RSE
PROVEEDORES	→ Focus Group, reuniones periódicas, personal específico para atención a proveedores, portal de proveedores
COMUNIDAD Y ONG	→ Publicación de las actividades de la Fundación Renault, comunicados de prensa, redes sociales, reuniones periódicas. Participación en Foros y Congresos http://www.fundacionrenault.org.ar/
AUTORIDADES DE GOBIERNO	→ Reuniones con los diferentes organismos municipales, provinciales y nacionales, participación en comisiones y grupos de trabajo con diferentes áreas de la administración nacional y provincial
MEDIOS	→ Comunicados de prensa, web y redes sociales, Focus Group, reuniones con prensa nacional y provincial, eventos especiales para periodistas y medios

Gobierno, ética e INTEGRIDAD

GOBIERNO
PÁGINA 31

ÉTICA E INTEGRIDAD
PÁGINA 32

Gobierno

INDICADOR GRI G4-34, G4-38, G4-39, G4-LA12

Composición del Directorio

El órgano de gobierno de Renault Argentina es la Asamblea de Accionistas. La estructura de gobierno es ejercida por un Directorio que tiene a su cargo la dirección y administración de la organización. Está compuesto por un número de miembros, fijado por la Asamblea de Accionistas, que debe ser entre un mínimo de tres y un máximo de siete, con mandato por un año. Por otra parte todos los directores de Renault integran el comité de dirección, denominado C.D.A. (Comité de Dirección Argentina) y está compuesto por los siguientes miembros:

THIERRY GABRIEL KOSKAS
PRESIDENTE DE RENAULT ARGENTINA Y DIRECTOR GENERAL[1]

SILVINA PAULA MESA
VICEPRESIDENTE DE RENAULT ARGENTINA Y DIRECTORA FINANCIERA[1]

ALEJANDRO JUAN REGGI
DIRECTOR COMERCIAL[1]

JAVIER NOVO GARCÍA
DIRECTOR INDUSTRIAL[1]

PEDRO BAYLAC
DIRECTOR DE ASUNTOS JURÍDICOS

JULIETA ROTGER
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN Y RSE

DARÍO RODRIGANEZ
DIRECTOR DE ASUNTOS PÚBLICOS Y RELACIONES INSTITUCIONALES

EDUARDO LAPORTE
DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS

JUAN-CAMILO VÉLEZ
DIRECTOR-GERENTE GENERAL DE RTA ARGENTINA

LUCAS RAFFAELLI
GERENTE DE PROGRAMAS REGIÓN AMÉRICA[2]

MARIO BURLAC
DIRECTOR DE COMPRAS

[1] Director Titular designado por Asamblea de Accionistas
[2] Miembro invitado permanente al C.D.A.

Visión y misión

MISIÓN

OFRECER VEHÍCULOS ATRACTIVOS Y ACCESIBLES ADAPTADOS A LAS NECESIDADES PARTICULARES, HACIENDO DEL AUTOMÓVIL, UNA VEZ MÁS, UNA HERRAMIENTA DE PROGRESO PARA LA GENTE.

En 2014, se creó el Comité de Ética y Conformidad Argentina, encargado de tratar todos los asuntos que comprometen la ética y las buenas costumbres de la Empresa.

VISIÓN

RENAULT, UNA COMPAÑÍA CERCANA, INNOVADORA Y CONFIABLE QUE OFRECE MOVILIDAD DE CALIDAD PARA TODOS. RENAULT ES LA MARCA CÓMPLICE DE LOS ARGENTINOS.

El Directorio se reúne en forma periódica, por lo menos una vez cada tres meses. Entre los deberes y atribuciones del Directorio, regulado por la Ley de Sociedades Comerciales 19.550, se destacan las funciones de: ejercer la representación legal de la Sociedad, cumplir y hacer cumplir las resoluciones de las Asambleas de Accionistas y las disposiciones del Estatuto, el manejo de conflictos de interés, los aspectos que hacen a la transparencia, fluidez e integridad de la información, administrar los negocios y los bienes de la Sociedad y conferir poderes generales o especiales y revocarlos.

Ética e integridad

ASPECTO MATERIAL Nº 20
INDICADOR GRI G4-56, G4-57, G4-58 G4-41, G4-HR12, G4-HR3, G4 EC6, G4-SO4

Nuestros comités

Tanto para la definición de estrategias de mediano y largo plazo como para el funcionamiento cotidiano de la organización, se forman Comités de diferentes áreas y temáticas que se reúnen con la periodicidad que la función requiera. Se trata de equipos (en su mayoría interdisciplinarios y transversales) que involucran a todas las áreas y a los funcionarios que exija la actividad.

El principal es el Comité de Dirección se denomina internamente "CDA" (Comité de Dirección Argentina), que está presidido por el Presidente y Director General e integra todas las Direcciones que representan las diferentes áreas de la Empresa. El CDA es la máxima unidad responsable de definir las estrategias de la organización y se reúne semanalmente para analizar el estado de situación Comercial, Industrial y Financiera,

y cualquier otro asunto de la sociedad que requiera ser analizado. El CDA, además de fijar el marco estratégico, asegura su comprensión en toda la Empresa, creando una organización efectiva y eficiente con un organigrama y una estructura que responda a los objetivos marcados.

La composición del CDA reúne las siguientes características:

- Mujeres: 18%, Hombres: 82%
- Entre 30 y 50 años de edad: 73%, Más de 50 años de edad: 27%
- De nacionalidad argentina: 73%, De nacionalidad extranjera: 27%

En 2014 se creó el Comité de Ética y Conformidad Argentina, impulsado por la Dirección de Ética Central, que se encarga de tratar todos los asuntos o las denuncias recibidos que comprometen la ética y las buenas costumbres de la Empresa. Dicho Comité está conformado por el Presidente y Director General de Renault Argentina (Presidente del Comité), Directora Financiera, Director Jurídico, Director de Recursos Humanos, Directora de Comunicación & RSE, coordinado por el Gerente de Auditoría Interna.

El grupo Renault Argentina posee un **canal ético**, brindado por un proveedor externo, donde se pueden realizar denuncias de manera anónima, confidencial y segura, la existencia de irregularidades o de cualquier tipo de situación contraria al buen clima ético y laboral.

Normas de buenas conductas
Quienes formamos parte de Renault Argentina creemos que la prosperidad y el desarrollo sustentable de una empresa se fundamentan, en gran medida, en la confianza que inspira a sus colaboradores, clientes, proveedores, su comunidad y sus grupos de interés en general.

La existencia y el mantenimiento de esta confianza requieren el cumplimiento, en todos los niveles, de una serie de normas de buena conducta. Se trata del respeto que debemos todos a las normas legales y reglamentarias vigentes, así como a los principios morales intangibles que dejan su impronta tanto en las relaciones de negocios como en todas las relaciones humanas.

Auditoría Interna

La misión de la auditoría interna de Renault Argentina está sujeta a los siguientes objetivos:
- Asegurar el cumplimiento de las normas de control interno de la compañía.
-Preparar informes imparciales e independientes que protejan los intereses de la Empresa.
-Recomendar acciones para el mejoramiento de los métodos y procedimientos de control interno.
-Verificar el cumplimiento de las normas de la UIF por las empresas del grupo.
-Realizar un plan de Auditoria que cubra la totalidad de las actividades operativas de la empresa.

"Desde el área hemos alcanzado importantes logros en estos últimos años, entre ellos, el lanzamiento de la línea de denuncias, el soporte al comité de Ética y el despliegue en la Dirección Financiera de PMI (manejo de información confidencial), mientras que en materia de desafíos, principalmente estamos trabajando en el despliegue de la cartografía de riesgos mayores de Renault Argentina y en la formalización de todos los procesos del área de Compliance".

CANALES DE REPORTE

FAX
0-800-999-4636

E-MAIL
ETICARENAULT@RESGUARDA.COM

WEB SITE
WWW.RESGUARDA.COM

LÍNEA GRATUITA
0-800-999-4636

MARCELO LADNER
Gerente de Auditoría Interna

NORMAS DE BUENAS CONDUCTAS

ADOPTAR UN PAPEL PROTAGONISTA A LA PREVENCIÓN DE RIESGOS

Se invita a los miembros del personal del Grupo a comunicar directamente cualquier irregularidad en los ámbitos: contable, financiero, bancario y de lucha contra la corrupción, al Comité de Ética y conformidad país "Cumplimiento Normativo del Grupo o al Departamento Jurídico".

RESPETAR LA NORMATIVA LEGAL

Deberá prestarse especial atención al cumplimiento de la normativa legal relativa a la competencia, el trabajo y el empleo, la seguridad y la protección del medio ambiente.

EVITAR CUALQUIER TIPO DE CONFLICTO DE INTERESES

Es posible que los miembros del personal del Grupo se encuentren frente a situaciones en las cuales su interés personal, entre en contradicción con el interés del Grupo.

- Trabajos remunerados
- Participación en una empresa externa
- Ofrecimiento y recepción de regalos
- Actividades políticas[4]

RENAULT

RESPETAR EL MEDIO AMBIENTE

El compromiso de todo el personal del Grupo Renault de tener en cuenta y reducir los efectos negativos de su actividad para con el medio ambiente es una garantía de desarrollo sostenible para la Empresa.

TRANSPARENCIA E IMPARCIALIDAD

- Lealtad a los clientes
- Lealtad a los accionistas
- Uso de información privilegiada
- Lealtad y equidad a los socios comerciales
- Anticorrupción
- Cuentas financieras y auditoría

LEALTAD AL GRUPO RENAULT Y A LOS MIEMBROS DEL PERSONAL

- Respeto y protección de las personas
- Protección de los activos
- Protección de la imagen del Grupo Renault
- Fiabilidad y veracidad de la información
- Respeto de la confidencialidad

[4] El Grupo Renault no realiza contribuciones para financiar partidos políticos.

El despliegue y el respeto de estos principios se garantizan mediante normas y procedimientos de funcionamiento, que constituyen un corpus y un procedimiento de normas de conformidad ("Cumplimiento Normativo") exigibles a todos.

Los compromisos suscriptos por el Grupo Renault, en los ámbitos social y medioambiental, forman parte integrante del Código Deontológico al adherirse oficialmente al Pacto Global de Naciones Unidas y al firmar la Declaración de Derechos Sociales Fundamentales de Renault.

Todo nuevo empleado recibe el Código Deontológico de la Empresa, y se refuerza cada año mediante la entrevista individual, que le sirve como guía de la forma en que deben manejarse en los temas a que hace referencia. Adicionalmente, existen códigos de ética específicos para determinadas funciones críticas como: Compras, Gobernanza, Auditoría, Servicios de Informática, etc.

Los compromisos suscriptos por el grupo Renault en los ámbitos social y medioambiental forman parte del Código Deontológico

INTRODUCCIÓN DEL PRESIDENTE

Estimado colaborador,

En el marco de la sesión del 3 de octubre de 2012, el Consejo de Administración de Renault aprobó el texto del Código Deontológico del Grupo.

Este Código no sólo completa las leyes, textos y reglamentos que nos rigen y que rigen nuestra empresa, sino que también debe fomentar una actuación ejemplar y dignas de los hombres y mujeres que componen el Grupo Renault.

Concierne a cada miembro del Grupo, indistintamente de su posición jerárquica, su cargo o del país en el que trabaja.

Describe de forma sintética los valores fundamentales de nuestra empresa, de los que somos defensores, continuadores y responsables. Son unos valores que todos nosotros debemos hacer nuestros.

De esta forma, todos somos garantes del cumplimiento de las leyes, los reglamentos y las normas.

También somos defensores de los principios morales y éticos en los que se sustentan nuestras distintas profesiones.

Y somos responsables del prestigio y de la valorización de la imagen interna y externa de nuestro Grupo. El Código Deontológico se ha establecido para recordárnosla, guiarnos y ayudarnos a adoptar las decisiones acertadas. Por lo tanto, si tuviese alguna duda a la hora de decidir, no deje de comunicármosla para poder resolverla lo antes posible.

Carlos GHOSN
PRESIDENTE DIRECTOR GENERAL

COMITÉ EJECUTIVO DEL GRUPO

Carlos Tavares
Director General Delegado

Jean-Michel Billig
Director de Ingeniería y de Calidad del Grupo

Thierry Bolloré
Director de Fabricación y de la Supply Chain

Marie-Françoise Damesin
Directora de Recursos Humanos del Grupo

Philippe Klein
Director de Planificación, Productos y Programas del Grupo

Gérard Leclercq
Director de Operaciones Francia

Stefan Mueller
Director de Operaciones de la región Europa

Moana Segafol
Directora Delegada de la Presidencia de Renault

Jérôme Stoll
Director Comercial del Grupo y Vehículos Comerciales

Dominique Thormann
Director Financiero del Grupo y Presidente Director General de RCI Banca

CÓDIGO DEONTOLÓGICO RENAULT 1

DESEMPEÑO ECONÓMICO

CONTEXTO ECONÓMICO
PÁGINA 37

PRODUCCIÓN DE NUEVOS MODELOS EN ARGENTINA
PÁGINA 37

INDICADORES ECONÓMICOS
PÁGINA 38

PLANTA DE FUNDICIÓN DE ALUMINIO
PÁGINA 39

PLANTA DE ASIENTOS
PÁGINA 40

NUESTRA CADENA DE VALOR
PÁGINA 41

PROVEEDORES CERTIFICADOS
PÁGINA 41

REQUISITOS DE CONTRATACIÓN
PÁGINA 42

AUDITORÍA EN MATERIA DE DESARROLLO SUSTENTABLE A PROVEEDORES
PÁGINA 42

PROMOTORES DE LA EXCELENCIA
PÁGINA 43

Contexto económico

ASPECTO MATERIAL N. º 4
INDICADOR GRI G4-EC1, G4-EC7

Los años 2013 y 2014 fueron muy distintos uno del otro para nuestra industria. Después de un año 2013 con un nivel récord de ventas de autos, el nivel del 2014 fue más bajo. El mercado automotor en nuestro país cerró, en 2014, con 594.188 unidades comercializadas, donde, desde Renault Argentina, obtuvimos una participación de mercado del 11,7%.

En relación a la producción de vehículos, logramos mantener la actividad productiva y de empleo a un nivel adecuado, enfocando nuestra actividad comercial en la venta de modelos populares y accesibles, producidos en Argentina. La producción nacional automotriz finalizó el 2014 con un volumen total de 617.329 unidades, y, nuestra Fábrica Santa Isabel alcanzó un volumen de producción de 80.855 vehículos. El nivel de exportaciones fue de un 44%, siendo Brasil el destino con mayor volumen, seguido por México, Colombia, Chile, Uruguay y Paraguay.

En materia de inversiones, en 2014, se definieron proyectos que aseguraran nuestra presencia industrial y comercial por los próximos 20 años, a través de la modernización de nuestra planta y la producción de 6 nuevos modelos, representando una inversión de 700 millones de dólares.

Producción de nuevos modelos en Argentina

Con un monto total de 100 millones de dólares, se comenzará a trabajar en 2015 en la instalación del equipamiento, que permitirá la producción local de los modelos Logan, Sandero y Sandero Stepway.

226.143

VEHÍCULOS PATENTADOS POR RENAULT ARGENTINA EN EL PERÍODO 2013- 2014

198.607

VEHÍCULOS PRODUCIDOS EN FÁBRICA SANTA ISABEL EN EL PERIODO 2013-2014

86.950

VEHÍCULOS EXPORTADOS POR RENAULT ARGENTINA EN EL PERIODO 2013-2014

Indicadores económicos

El siguiente cuadro de "VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO" propuesto por el indicador EC-1 de la Guía G4 del Global Reporting Initiative, plasma el flujo de capital entre los distintos grupos de interés.

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO [1]

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO	GDI [2]	2013	2014
Ventas netas	Clientes	15.568.514.435	12.043.854.936
Resultados financieros y por tenencia, neto	Otros	(154.629.283)	(86.643.417)
Resultados por ventas de bines de uso y otros	Otros	16.134.663	24.723.042
TOTAL VALOR ECONÓMICO GENERADO		15.430.019.815	11.981.934.561

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	GDI [2]	2013	2014
Gastos de funcionamiento	Proveedores y otros	14.366.136.495	10.688.786.652
Sueldos y prestaciones de los empleados	Colaboradores	786.566.703	849.000.901
Pagos a los proveedores de capital	Proveedores de crédito	3.023.745	4.544.887
Impuestos	Gobierno	631.094.552	448.971.052
TOTAL VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO		**15.786.821.495**	**11.991.303.492**
VALOR ECONÓMICO RETENIDO		**(356.801.680)**	**(9.368.931)**

[1] En pesos Argentinos. Estados Contables al 31 de diciembre de 2014 comparativos con el ejercicio anterior.
[2] Grupos de Interés

CONCILIACIÓN CON EL RESULTADO DEL EJERCICIO CONTABLE

Impuesto a las Ganancias y a la Ganancia Mínima y Presunta	(244.308.855)	(81.272.821)
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	**(601.110.535)**	**(90.641.752)**

Planta de Fundición de Aluminio
Desde 1964, en la provincia de Córdoba funciona la Planta Fundición de Aluminio (PFA), una de las tres plantas en todo el mundo —junto con la francesa de Cléon y la rumana de Pitesti—, que se especializa en la inyección de aluminio a alta presión. En PFA, este proceso permite la fabricación de piezas para las cajas de velocidad y las tapas de válvulas para motores de diversos modelos de la marca. Las piezas producidas se exportan a Chile y a Brasil, donde se ensamblan con otros componentes para lograr el producto final. El equipo de la planta cordobesa cuenta con una dotación de 125 personas.

En la actualidad, la planta cuenta con una capacidad instalada de producción de 7.000 toneladas anuales de piezas de aluminio. Las instalaciones industriales ocupan 25.000 m² (11.000 m² cubiertos). En febrero de 2014, obtuvimos la Recertificación de los Sistemas de Gestión de Calidad (ISO TS 16.949) y Medioambiente (ISO 14.001), realizada por la empresa SGS.

$50 millones fue la inversión en 2013 para modernizar nuestra Planta de Fundición de Aluminio, lo que permite trabajar con la totalidad de la capacidad instalada, de manera de aumentar el volumen de exportación a Chile y a Brasil.

PFA es una de las tres plantas de RENAULT en el mundo que se especializa en la inyección de aluminio a alta presión

Planta de Asientos
Con la incorporación de la Planta de Asientos (PDA), en Renault Argentina sumamos un nuevo métier que nos permitirá abastecer la fabricación del Fluence. Un proyecto que nació de una urgencia, a finales de 2013, y que se convirtió rápidamente en un desafío para nuestra Fábrica Santa Isabel.

Actualmente, en PDA, hay 26 operadores trabajando. La planta cuenta con cuatro naves, dos destinadas a las líneas de producción (más un banco de stock equivalente a un día y medio de producción) y dos para logística (depósito de materiales).

Actualmente, sólo cuatro usinas de Renault en el mundo fabrican asientos; Tánger en Marruecos, Moscú en Rusia, Flins en Francia y, recientemente, la ciudad de Córdoba en Argentina.

RENAULT
FÁBRICA DE ASIENTOS

CON LA INCORPORACIÓN DE LA PLANTA DE ASIENTOS, RENAULT ARGENTINA SUMÓ UN NUEVO METIER QUE LE PERMITE ABASTECER LA FABRICACIÓN DE SUS MODELOS.

EL ARMADO DE ASIENTOS ES UNA TAREA DONDE CONFLUYEN PROCESOS DE FABRICACIÓN EN SERIE CON UN COMPONENTE DE ELABORACIÓN ARTESANAL

EN EL ACABADO FINAL DE LOS ASIENTOS LA DESTREZA DE LOS COLABORADORES HACE LA DIFERENCIA PARA ENTREGAR UNA PIEZA CON CALIDAD PERCIBIDA TAMBIÉN POR LOS CLIENTES.

Nuestra cadena de valor

ASPECTO MATERIAL N º14
INDICADOR GRI G4-EC9, G4-HR1, G4-EN32, G4-LA14

La comunicación con nuestra red de proveedores es permanente y muy fluida. Se instrumenta por medio de comunicaciones directas, vía telefónica, mail o personalizada, también a través de Internet desde nuestro portal de proveedores y la convención anual de proveedores.

Convención Anual de Proveedores

El Servicio Calidad de Proveedores (SQF) de Fábrica Santa Isabel organizó, en mayo y diciembre de 2014, dos encuentros denominados "Convención Anual de Proveedores 2014", en la que participaron (entre ambos encuentros) más de 149 personas de 96 proveedores, en representación de Argentina, Brasil y Uruguay.

Las convenciones buscan el perfeccionamiento constante de la calidad, el entendimiento de los objetivos, los planes de trabajo y, entre otros aspectos, generar un vínculo cercano con los proveedores. Durante las jornadas, fueron los mismos proveedores los que resaltaron la importancia para ayudar al fortalecimiento entre las partes y la generación de compromiso.

Proveedores certificados

La certificación ISO 14.001 no es un requisito obligatorio para los proveedores de Renault Argentina. No obstante ello, en el panel actual, hay 34 proveedores certificados ISO 14.001, que representan alrededor de un 44% de los proveedores productivos. La industria automotriz exige niveles de primera categoría para la calidad de los productos, los procesos productivos, la competitividad y la mejora continua. En Renault Argentina, a los proveedores críticos (denominados como rango 1) se les requiere la certificación ISO TS 16.949[1].

CERTIFICACIÓN

56% No certificados
44% ISO 14.001-2004

ESTADO DE CERTIFICACIONES TS

85% TS 16.949 – ISO 9.001-2008
15% Planificación TS

[1] ISO/TS16949 es el estándar internacional de sistemas de gestión de calidad de la industria automotriz

Requisitos de contratación

En todo el mundo, Renault se compromete a respetar las reglas establecidas por sus códigos, en coherencia con el enfoque global de desarrollo sostenible. De esta forma, cumplimos con las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo y los principios universales que constituyen el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, particularmente, vinculados a los Derechos Humanos.

En este sentido, y respecto a la relación con nuestros proveedores, desde el pedido de cotización hasta el momento en que se produce la contratación, se incluyen requisitos corporativos donde se hace referencia, específicamente, a la declaración de los Derechos Sociales del Grupo Renault y donde, en adhesión a las condiciones generales de compras, se incluyen cuestiones referentes al control de proveedores y subproveedores en cuanto a aspectos laborales y previsionales, de seguridad industrial y medioambiente.

Auditoría en materia de Desarrollo Sustentable a proveedores

En Renault Argentina tenemos implementado un proceso de auditorías a proveedores. Los proveedores reciben una evaluación de A, B o C (de mejor a peor) en relación con su desempeño en estos aspectos. A todos aquellos que obtienen una evaluación C se les requiere un plan de acción de mejora.

DERECHOS SOCIALES	MEDIOAMBIENTE
Trabajo menores	Contaminación en planta
Trabajo forzoso	Políticas ambientales /certificación ISO 14.000
Seguridad de equipos y máquinas	Tratamiento de sustancias químicas
Información de HyS a empleados	Identificación de residuos
Conducción autoelevadores	Reciclado
Elementos protección personal	Certificación ISO 14.000
Ruido, ventilación, luz, temperatura, equipo contra incendio, etc.	

DENSO MANUFACTURING ARGENTINA Un proveedor de calidad

El proveedor local Denso Manufacturing Argentina fue reconocido por Renault Corporate en la categoría "Calidad" como una de las mejores empresas que trabajan con la terminal. Es la primera vez que un proveedor argentino recibe esta distinción, que se otorgó en el año 2014 a un selecto grupo de 12 en todo el mundo por su desempeño en Calidad, Innovación y RSE. Denso produce para Renault piezas para los sistemas de climatización.

Promotores de la excelencia

Nuestro Instituto Renault Buenos Aires es el centro neurálgico de la transmisión de conocimiento. En el Instituto se desarrollan formaciones Técnicas, Comerciales y de temáticas específicas ligadas a determinados proyectos. Estas formaciones surgen de los programas que fueron concebidos en la Academia Renault y adaptados por el Instituto para toda nuestra red de concesionarios e importadores.

Los programas que fueron concebidos en la Academia Renault, son adaptados por el Instituto para toda nuestra red de concesionarios e importadores.

10.000

HORAS DE FORMACIÓN

765

PERSONAS FORMADAS

91%

NIVEL DE SATISFACCIÓN

FORMACIÓN	PARTICIPANTES	HORAS	%
Especial	15	105	2%
Técnicas	67	3.927	9%
Comerciales	673	5.592	88%
Externas	10	400	1%
TOTAL	765	10.004	

AÑO	CANTIDAD COLABORADORES	HORAS DE FORMACION
2014	765	10.004
2013	2.041	34.585
2012	2.025	35.035
2011	3.673	66.002
2010	3.196	36.120
2009	1.251	31.489

Desempeño AMBIENTAL

GESTIÓN DE RECURSOS, RESIDUOS Y EMISIONES
PÁGINA 45

POLÍTICA AMBIENTAL
PÁGINA 46

CONSUMO DE AGUA
PÁGINA 47

CONSUMO DE ENERGÍA
PÁGINA 48

EMISIONES DE CO_2
PÁGINA 49

RESIDUOS COMUNES Y PELIGROSOS
PÁGINA 51

EMISIONES COV
PÁGINA 55

PLANTA DE EFLUENTES
PÁGINA 56

VISITAS EDUCATIVAS EN PLANTA SANTA ISABEL
PÁGINA 57

Gestión de recursos, residuos y emisiones

ASPECTO MATERIAL Nº 10, 15, 9, 11 Y 13

En las etapas de fabricación de los vehículos, los impactos ambientales más importantes son:

Para minimizar estos impactos, nos inscribimos en una gestión de mejora continua, enfocados en el desempeño y en la integración de la gestión ambiental en el trabajo cotidiano.

No obstante el consumo de agua y energía, y la generación de emisiones y residuos por unidad producida han disminuido desde la publicación de nuestro primer Reporte en 2009, durante el último año se han incrementado; principalmente, debido a un cambio del perímetro industrial, ya que se puso en marcha la nueva Planta de Pintura de Paragolpes, y también debido a la disminución del volumen de fabricación de vehículos, que el último año fue 31% menor que en 2013, con el consiguiente efecto negativo sobre los ratios de consumo de recursos y generación de emisiones y residuos.

El 100% de las plantas industriales del Grupo Renault en el mundo están certificadas bajo la norma ISO 14.001

Política ambiental

Partimos de la visión de una Fábrica integrada al medio ambiente y a la comunidad, a la cual debemos respetar con profundo convencimiento de no dañar el lugar en el que vivimos y en el que vivirán nuestros descendientes.

Definido por la Dirección General del Grupo Renault, nuestro objetivo global es asegurar, en cualquier momento, las buenas prácticas ecológicas de nuestras actividades. Los ocho ejes principales para cumplir nuestra Política son:

1. Comunicar, formar y sensibilizar a todo el personal, a fin de disminuir los impactos ambientales que se desprenden de las actividades desarrolladas en la Fábrica Santa Isabel.
2. Cumplir con los requisitos legales aplicables a la actividad que se desarrolla y con las normativas del Grupo Renault.
3. Desarrollar las estrategias para interactuar con los entes gubernamentales y no gubernamentales relacionados con el medio ambiente.
4. Prevenir la contaminación y asegurar la mejora continua de nuestro Sistema de Gestión Ambiental.
5. Generar planes de progreso del consumo de energía y de fluidos para el aprovechamiento racional y responsable de los recursos naturales.
6. Involucrar y comprometer a todo el personal de Renault y a los proveedores de servicios internos, con los objetivos ambientales fijados.
7. Generar los recursos técnicos y económicos que permitan realizar los programas de acción definidos para cumplir con la Política Ambiental de la Fábrica.
8. Hacer del medio ambiente un eje de progreso de la performance económica de la planta.

POLÍTICA AMBIENTAL FÁBRICA SANTA ISABEL

POLÍTICA AMBIENTAL DEL GRUPO RENAULT

- Prevenir y reducir de forma continua la huella ambiental y el impacto sanitario de nuestros productos, servicios y actividades, integrando los principios del análisis del ciclo de vida y de la economía circular.
- Contribuir activamente a la competitividad del Grupo Renault y a la protección de sus activos materiales e inmateriales.
- Implementar la gestión ambiental en todo el Grupo Renault y en toda su cadena de valor, con el fin de asegurar el progreso continuo así como el cumplimiento de la reglamentación y de los compromisos voluntarios.

Los ámbitos de acción prioritarios son:

1. Cambio climático y eficacia energética.
2. Recursos y economía circular competitiva.
3. Salud y ecosistemas.
4. Servicios y sistemas de movilidad innovadores.
5. Gestión ambiental, transparencia y responsabilidad de la comunicación, así como diálogo con las partes interesadas.

DE ACUERDO CON LA POLÍTICA AMBIENTAL DEL GRUPO RENAULT, FÁBRICA SANTA ISABEL SE COMPROMETE A:

- Prevenir y reducir de manera continua la huella ambiental y el impacto sanitario de nuestras actividades, contribuyendo al mismo tiempo a la competitividad del Grupo Renault y a la protección de sus activos, mediante:
  - El control del consumo energético y de las emisiones a la atmósfera.
  - La utilización de las materias primas en su justa medida.
  - La reducción en origen y la maximización de la valoración de los residuos.
  - La prevención de la contaminación de los suelos y de las aguas subterráneas.
  - El control del consumo de agua y de los vertidos al medio acuático.
  - La prevención de contaminaciones accidentales.
  - El control del riesgo químico.
- Implementar un Sistema de Gestión Ambiental certificado ISO 14001 con el objetivo de garantizar la mejora continua de la eficiencia ambiental y adecuarse a las reglamentaciones y compromisos voluntarios del Grupo Renault.
- Sensibilizar a sus colaboradores sobre los retos medioambientales y comunicar los resultados conseguidos.
- Integrar la Fábrica al medio ambiente natural y a la comunidad, con el convencimiento de no dañar el lugar donde vivimos y donde vivirán nuestros descendientes.
- Hacer del medio ambiente un eje de progreso de la performance económica de FSI.

Para lograr estos objetivos, Fábrica Santa Isabel define cada año su Programa Ambiental y los medios asociados, de acuerdo con el Esquema Director y los aspectos ambientales significativos.

LA DIRECCIÓN SE COMPROMETE A APLICAR DICHA POLÍTICA Y ANIMA A TODOS AQUELLOS QUE TRABAJEN PARA O EN NOMBRE DE LA EMPRESA, A COLABORAR EN SU APLICACIÓN.

Javier Novo
Director Fábrica Santa Isabel
Córdoba, 11 de septiembre de 2014

Versión 08
RPK/CERTIS/000/06/A7 A.0 11/09/2012
Gráficas M. Lacalle / Revisa: J. Rodríguez / Aprueba: J. Novo.

RENAULT eco

El grupo Renault define 5 ámbitos de acción ambiental:

→ Cambio climático y eficacia energética

→ Recursos y economía circular competitiva

→ Salud y ecosistemas

→ Servicios y sistemas de movilidad innovadora

→ Gestión ambiental, transparencia y responsabilidad de la comunicación, así como diálogo con las partes interesadas

Comité de Medio Ambiente
Contamos con un Comité de Medio Ambiente que tiene como misión principal seguir periódicamente la implementación de la política ambiental. Está conformado por representantes de las diferentes áreas de la Fábrica y reporta al Director de Fábrica. Los sistemas de gestión certificados y la disminución del impacto ambiental que genera nuestra Planta Santa Isabel es prioridad de todos los días.

Desde noviembre de 1999, asumimos el compromiso, en la Fábrica Santa Isabel, con los procesos de certificación de su sistema de gestión ambiental. En ese año, obtuvimos la primera certificación del Sistema de Gestión Ambiental bajo la Norma ISO 14.001/96, que es evaluada y certificada periódicamente en cuanto al cumplimiento de los requisitos de la ISO 9.000:2004 y la ISO 14.000:2004.

En términos reales, el consumo de agua por unidad producida bajó un 36% en el período 2009-2014.

Consumo de agua

INDICADOR GRI G4-EN8, G4-EN9, G4-EN10

Un eje central de nuestra política es reducir el consumo de agua durante la fase de fabricación de nuestros productos.

En nuestra planta existen cuatro tipos de sistemas de distribución de agua, todos alimentados por la red de agua potable de la ciudad. El agua potable e industrial, proveniente de la red pública suministrada por Aguas Cordobesas[1], es distribuida a todos los sectores productivos y administrativos. El agua blanda se utiliza en los sistemas de refrigeración de la Fábrica, previo proceso de ablandamiento para disminuir el potencial de incrustación. El agua desmineralizada es generada y distribuida a los departamentos de soldadura, montaje y pintura. Este último es el principal consumidor. En el caso del agua de pozo se utiliza únicamente para abastecer al sistema contra incendios y como reserva en caso de corte del suministro de agua potable.

El volumen total de agua que hemos reciclado o reutilizado, durante 2014, fue de 28.072 m³, aproximadamente, un 12% sobre el consumo total de agua, el cual representa el equivalente a un mes de consumo de agua en la Fábrica.

4,57

CONSUMO ANUAL DE AGUA POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2009

2,90

CONSUMO ANUAL DE AGUA POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2014

"Best practice" Implementación de nuevas tecnologías en proceso de pintura de bajo consumo de agua

En 2013, se lanzó la fabricación de la nueva Planta de Pintura Paragolpes. Este proceso requirió instalación de diversos equipamientos: cabinas de pintura, robot aplicación de pintura, línea transportadora, equipos acondicionamiento de aire de cabinas, hornos de sacado y equipamiento de soporte. La particularidad de este proyecto consistió en instalar la última tecnología disponible a este proceso. En particular, los equipos de acondicionamiento de aire que ingresa a las cabinas de pintura instalados se destacan en cuanto a su bajo consumo de agua y energía. Principalmente, por tres motivos: equipos más eficientes, bombas de calor y la recirculación del aire de cabina, con lo cual el consumo de agua es muy bajo en relación con la solución convencional. Otro punto destacable fue la reutilización de agua de condensado de los acondicionadores de aire de cabina en el proceso de floculación del agua de las cabinas de pintura.

CONSUMO DE AGUA	1º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		2º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		3º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD	
AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	**2014**
Producción (veh.)	65.458	93.374	110.039	109.669	117.753	**80.854**
Consumo (m³)	299.274	325.740	301.135	258.482	284.788	**234.105**
(m³/veh.)	4,57	3,49	2,74	2,36	2,42	**2,90**

[1] http://www.aguascordobesas.com.ar/

Consumo de energía

INDICADOR GRI G4-EN3, G4-EN6, G4-EN7

Nuestra Planta se abastece, principalmente, de energía eléctrica y de gas natural. En 2014, los procesos productivos demandaron 113.814 MWh de energía, de los cuales el 40,5% corresponde a energía eléctrica y el 59,5% a energía generada por gas natural.

El proveedor de la energía eléctrica de la Fábrica, EPEC (Empresa Provincial de Energía de Córdoba), genera la energía a partir de sus Centrales Hidroeléctricas y Termoeléctricas.

1,41

CONSUMO ANUAL DE ENERGÍA POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2009

1,41

CONSUMO ANUAL DE ENERGÍA POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2014

CONSUMO DE ENERGÍA	1º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		2º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		3º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD	
AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	**2014**
Producción (veh.)	65.458	93.374	110.039	109.669	117.753	**80.854**
Consumo gas (MWh)	46.542	77.714	67.844	62.878	87.676	**67.745**
Consumo energía eléct. (MWh)	45.782	54.428	52.008	51.253	55.981	**46.068**
Consumo total (MWh)	92.324	132.143	119.853	114.132	143.657	**113.814**
(MWh/veh.)	1,41	1,42	1,09	1,04	1,22	**1.41**

MWh expresado en MWh PCI (Poder Calorífico Inferior).

Si bien la producción de vehículos se incrementó un 23,5% entre 2009 y2014, se mantuvo el consumo anual de energía por unidad.

Emisiones de CO_2

INDICADOR GRI G4-EN15, G4-EN16, G4-EN19

Nuestros lineamientos de trabajo están directamente relacionados con los planes de disminución de consumo de energía.

En el período 2009–2014, la reducción de CO_2 por unidad producida fue del 6,3%.

0,47

EMISIONES ANUALES DE CO_2 POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2009

0,44

EMISIONES ANUALES DE CO_2 POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2014

EMISIONES DE CO_2	1º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		2º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		3º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD	
AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	**2014**
Producción (veh.)	65.458	93.374	110.039	109.669	117.753	**80.854**
(t equiv. CO_2)	30.863	39.983	37.863	36.102,3	43.853,1	**35.863,5**
(t equiv. CO_2/veh.)	0,47	0,43	0,34	0,33	0,37	**0,44**

T EQUIV. CO_2 TOTALES (EMISIONES DIRECTAS + INDIRECTAS)

EMISIONES CO_2	2013	%	2014	%
Combustión gas natural	18.257,8	78,3	14.107	78,3
Pérdidas de fluidos refrigerantes[1]	3.477,6	14,9	2.443	13,6
Emisiones de vehículos internos[2]	1.572,5	6,7	1.338	7,4
Subtotal directas	23.308	53,1	17.889	49,9
Subtotal indirectas	20.545	46,9	17.975	50,1
Total emisiones	**43.853**		**35.863**	

[1] Durante el relleno de climatizadores de vehículos.
[2] Vehículos de flota, autoelevadores, etc.

"Best practice" Disminución de emisiones de CO_2 asociadas al transporte de piezas

Desde el área de Supply Chain, se han llevado a cabo acciones tendientes a disminuir las emisiones de CO_2 asociadas al transporte de piezas compradas a nuestros proveedores, tanto locales como del exterior; entre ellas:

→ **Sinergia de contenedores:** antes se devolvían los contenedores vacíos excedentes al Puerto de Buenos Aires. A partir de una sinergia realizada con exportadores locales (IVECO, FIAT, ARCOR, FORWARDERS), se le transfieren a estas empresas estos contenedores para que sean llenados con sus productos de exportación, con la consecuente reducción de emisiones de CO_2 y de costos. En 2014, Renault logró un récord en contenedores compartidos, el 21% del volumen total de FSI (alrededor de 700 contenedores). Para los próximos años se espera duplicar esta cantidad.

→ **Aumento sostenido en tasa de llenado de camiones:** para aprovechar mejor el espacio dentro de los camiones, se ahorra volumen transportado, utilizando menos camiones.

→ **Mix tren/camión:** en el transporte terrestre de contenedores desde el Puerto de Bs. As. a la Fábrica, tenemos, como objetivo, 70% tren y 30% camión. Esto permite una reducción de emisiones de CO_2 al aumentar el volumen transportado vía tren respecto de camiones dedicados al transporte de contenedores.

→ **Reducción de kilómetros:** se analizan, de forma continua, los circuitos logísticos, con el fin de reducir los kilómetros recorridos.

Residuos comunes y peligrosos

INDICADOR GRI G4-EN23

La disminución de los residuos totales por unidad producida fue de alrededor de un 35% en términos reales, no obstante la cantidad de vehículos producidos por año creció más de un 23,5% entre 2009 y 2014.

En línea con nuestra política ambiental, gestionamos nuestros residuos bajo estrictos lineamientos. Todos los residuos generados en Fábrica son diferenciados desde su punto de origen y clasificados para su posterior tratamiento en dos categorías: comunes y peligrosos.

Concepto	Entrada	Salida
Residuos comunes	→ Madera, cartón y plásticos → Chatarra y metales en desuso → Otros residuos comunes varios → Recortes de los procesos de estampados de chapa	→ Reciclados → Reciclados en acerías → Compactados y enviados a relleno sanitario de la ciudad de Córdoba → Compactados y reutilizados en las fundiciones de hierro
Residuos peligrosos	→ Barros de pintura, de fosfato y cataforesis → Solventes → Aceites usados → Otros	→ Llevados a una planta de tratamiento

Residuos comunes
El Ir (Impacto Residual = residuos enviados a enterramiento) de los residuos comunes es de 17,6 kg/veh., que, comparado con los 83 kg/veh. de residuos comunes totales, nos indica que el 79% de los residuos comunes son reciclados.

128
KG
ANUALES DE RESIDUOS COMUNES POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2009

83
KG
ANUALES DE RESIDUOS COMUNES POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2014

RESIDUOS COMUNES	1º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		2º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		3º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD	
AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	**2014**
Producción (veh.)	65.458	93.374	110.039	109.669	117.753	**80.854**
Generación (t)	8.414	10.205	12.662	11.210	9.937	**6.683**
(kg/veh.)	128	105	115	102	84	**83**

79% de los residuos comunes generados por vehículos son reciclados.

Las cajas, contenedores y envoltorios en los que llegan las piezas que se utilizan para la producción de vehículos son reciclados y/o reutilizados

Residuos peligrosos
El Ir (Impacto Residual = residuos enviados a celda de seguridad) es el índice de residuos peligrosos enviados a confinamiento en celdas de seguridad; en 2014, fueron enviadas 50,56 t, por lo que el 93,8% de los residuos peligrosos fueron reciclados o coprocesados.

12,4
KG
ANUALES DE RESIDUOS PELIGROSOS POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2009

10,2
KG
ANUALES DE RESIDUOS PELIGROSOS POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2014

RESIDUOS PELIGROSOS	1º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		2º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		3º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD	
AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	**2014**
Producción (veh)	65.458	93.374	110.039	109.669	117.753	**80.854**
Generación (t)	815	1.041	1.140	921	1.070,3	**822,3**
(kg/veh.)[1]	12,4	11,1	10,3	8,4	9,1	**10,2**

[1] Al incorporar el proceso de pintura de paragolpes en las tareas de la Fábrica Santa Isabel (hasta mediados de 2013 proceso externo realizado por un proveedor), se incrementó el nivel de residuos.

El 93,8% de los residuos peligrosos fueron reciclados o coprocesados.

Disposición de Residuos
De acuerdo con nuestra Política Ambiental, permanentemente, buscamos alternativas de disposición de reciclado o —en su defecto— coprocesamiento. Algunos de nuestros residuos se utilizan en la fabricación y en el proceso productivo de otras industrias, como es el caso de aceites, barros de pinturas y sólidos contaminados con adhesivos. El proceso utilizado es el coprocesamiento, que se realiza por medio de una empresa especializada en la materia e implica la integración (ambientalmente segura) de residuos generados por nuestra actividad a otro proceso productivo. La industria cementera, a través del coprocesamiento, recupera la energía contenida en algunos residuos para utilizarla en la fabricación del clinker (componente principal del cemento).

Otros residuos, como las baterías en desuso y los solventes usados, son reciclados. En el caso de los solventes sucios, estos son destilados en un proveedor externo y retornan a la Fábrica para su reutilización en la planta de pintura.

Síntesis por categoría de los principales residuos peligrosos y comunes:

RESIDUOS COMUNES	DISPOSICIÓN FINAL	MEDIDA	2013	2014
Madera	Reciclado	t	4.473,25	2.966,98
Plásticos	Reciclado	t	271,23	159,52
Cartón-papel	Reciclado	t	3.502,96	2.303,99
Chatarra	Reciclado	t	121,49	378,42
Recortes de chapa	Reciclado	t	637,84	500,90
Barros cloacales planta efluente	Incineración por coprocesamiento	t	-	9,48
Residuos varios comunes, incluyendo orgánicos del restaurante	Relleno sanitario municipal	t	1.689,7	1.181,65

RESIDUOS PELIGROSOS	DISPOSICIÓN FINAL	MEDIDA	2013	2014
Aceites	Incineración por coprocesamiento(*)	t t	18,44	30,94
Solventes	Destilado + Reciclado	t	236,53	218,17
Barros pintura	Incineración por coprocesamiento	t	249,68	163,94
Sólidos contaminados con adhesivos	Incineración por coprocesamiento	t	66,66	59,52
Fluorescentes-lámparas	Celda de seguridad	t	0,52	-
Baterías	Reciclado	t	24,2	47,68
Tambores vacíos (con restos de aceites y pinturas)	Celda de seguridad	Und.	169,70	50,56
Barros físico-químicos planta efluente	Incineración por coprocesamiento	T	304,52	229,84

Emisiones COV

INDICADOR GRI G4-EN 21

Adoptamos el compromiso de controlar, monitorear y reducir las emisiones que se generan desde nuestros procesos productivos. Entre los principales objetivos de reducción, se encuentran las emisiones de los Compuestos Orgánicos Volátiles (COV), sustancias que se encuentran en los solventes, pinturas, algunos adhesivos y selladores, que se calculan por balance de masas.

Incinerador Planta de Paragolpes
Gracias al Oxidador Térmico Regenerativo (RTO por sus siglas en inglés) con que cuenta la Planta de Paragolpes, los compuestos orgánicos volátiles son destruidos con un 99% de eficiencia, además de reutilizar el calor.

8,15
KG
DE EMISIONES COV POR CARROCERÍAS PRODUCIDAS EN 2009

7,11
KG
DE EMISIONES DE COV POR CARROCERÍAS PRODUCIDAS EN 2014

EMISIONES CO V	1º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		2º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		3º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD	
AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	**2014**
Producción (veh.)	65.506	93.256	110.432	109.669	117.873	**80.854**
Generación (kg)	534.200	693.310	774.018	784.758	855.061	**575.610**
(kg/veh.)	8,15	7,43	7,01	7,13	7,25	**7,11**

En el período 2009–2014, la disminución de emisiones por unidades producidas fue del 12,7% en términos reales.

Planta de Efluentes

INDICADOR GRI G4-EN22

Los procesos industriales y domésticos de la Fábrica generan 3 tipos de efluentes:

- Efluentes de pintura y cataforesis
- Efluentes industriales
- Efluentes cloacales

Estos son tratados en nuestra planta de tratamiento de efluentes antes de ser descargados en el curso de agua superficial del arroyo La Cañada, afluente del Río Suquía, bajo un riguroso control y monitoreo del Laboratorio de Ingeniería de Planta. Con esto se da estricto cumplimiento a las exigencias municipales y provinciales en lo que respecta a su concentración y composición.

2,87
M^3

DE EFLUENTES ANUALES POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2009

1,69
M^3

DE EFLUENTES ANUALES POR UNIDAD PRODUCIDA EN 2014

PLANTA DE EFLUENTES	1º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		2º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD		3º REPORTE DE SUSTENTABILIDAD	
AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	**2014**
Producción (veh.)	65.458	93.374	110.039	109.669	117.753	**80.854**
Generación (m^3)	188.072	228.214	221.704	202.608	161.697	**136.730**
(m^3/veh.)	2,87	2,44	2,01	1,84	1,37	**1,69**

En el período 2009-2014, la disminución de los efluentes anuales por unidad producida fue del 41% en términos reales.

Visitas educativas en Santa Isabel

A lo largo de 2014 recibimos a más de 700 personas, entre jóvenes y adultos, alumnos de escuelas y universidades, que pudieron visitar nuestra planta, recorrer la linea de montaje e interiorizarse sobre las acciones que se llevan a cabo como parte de la política ambiental de la fábrica.

Algunos de los grupos que visitaron la fábrica fueron trabajadores de YPF de Mendoza, de Sancor, Gerentes de RSE convocados por IARSE y alumnos de la escuela EETP N° 619 "Pbro. Luis Sponton", Villa Ocampo-Santa Fe.

Desempeño SOCIAL

PRÁCTICAS LABORALES
PÁGINA 59

NUESTROS COLABORADORES
PÁGINA 59

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL
PÁGINA 66

FORMACIÓN Y DESARROLLO
PÁGINA 68

GESTIÓN DE CLIMA
PÁGINA 69

PROGRAMAS DE ACCIÓN CON LA COMUNIDAD. INVERSIÓN SOCIAL
PÁGINA 72

SEGURIDAD VIAL
PÁGINA 73

EDUCACIÓN
PÁGINA 76

MEDIO AMBIENTE
PÁGINA 76

SALUD
PÁGINA 79

COMUNIDAD
PÁGINA 81

EL SERVICIO RELACIÓN CLIENTE
PÁGINA 82

ENCUESTA DE CALIDAD
PÁGINA 83

PLAN DE SATISFACCIÓN CLIENTE
PÁGINA 85

PLAN PROMESA CLIENTE
PÁGINA 85

Prácticas laborales

ASPECTOS MATERIALES Nº 1, 5, 7,8 Y 18

Nuestros colaboradores

INDICADORES DEL GRI G4-LA1, G4-LA2,

Desde 2010 utilizamos el Código de Conducta llamado Renault Way para los colaboradores de todo el mundo. De esta forma, sintetizamos los valores esperados de todos los empleados del Grupo Renault:

El compromiso /
La confianza /
La promoción
de la solidaridad /
La aceptación
de la diversidad

Una síntesis de los conceptos primordiales de este Código de Conducta son:

4

SABER SER

IMPLICACIÓN
CONFIANZA
SOLIDARIDAD
APERTURA

3

SABER ACTUAR

HACER SIMPLE Y EFICAZ
SER GENERADOR DE PROPUESTAS
APLICAR LAS DECISIONES

Todos los managers animan este referencial de conducta en la vida laboral cotidiana y alientan el desarrollo de competencias en los colaboradores para obtener una mejor motivación y performance en el desarrollo de sus actividades diarias.

A lo largo de los años, el número de colaboradores ha ido variando en virtud de las necesidades de fabricación, la demanda del mercado y las medidas económicas adoptadas:

CANTIDAD DE COLABORADORES

TOTAL DOTACIÓN
POR ZONA DE RESIDENCIA

- **20%** CABA y Gran Buenos Aires
- **73%** Córdoba
- **5%** Tandil
- **2%** Salta

CONCEPTO	2013	2014
Mensualizados	1.331	1.085
Jornalizados	1.795	1.637
Total	**3.126**	**2.722**
Pasantes y expatriados	66	40

EMPRESAS	2013	2014
Renault Argentina	2.511	2.291
Metalúrgica Tandil	178	164
Filiales Comerciales	356	199
Plan Rombo	36	28
RCI – RCF – Courtage	45	40
Total	**3.126**	**2.722**

Del total de colaboradores que integran Renault Argentina, alrededor del 63% está directamente relacionado con el proceso de fabricación, bajo el convenio colectivo de trabajo del Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor de la República Argentina (SMATA).

El diálogo con el sindicato es un compromiso asumido para garantizar una convivencia armoniosa. Por ello, todas las semanas se realizan reuniones con el cuerpo de delegados de la Fábrica para atender reclamos internos; y mensualmente hay reuniones con las seccionales de la provincia para dialogar sobre reivindicaciones sociales.

Todos los salarios de Renault Argentina se encuentran por encima del Salario Mínimo, Vital y Móvil, siendo que el salario inicial estándar de la organización supera en un 133% el SMVM.

Reunión del Presidente de Renault Argentina con los delegados del sindicato SMATA de la Fábrica de Córdoba.

Antigüedad y promedio de edad
El mayor porcentaje de colaboradores se concentra en el grupo "Más de 21 años de antigüedad en la empresa" (31%)

El mayor promedio de edad se concentra en los sitios industriales y el mayor porcentaje de colaboradores se encuentra en la franja "Entre 30 y 39 años" (37%).

12
AÑOS

PROMEDIO ANTIGÜEDAD ADMINISTRATIVOS

40
AÑOS

PROMEDIO TOTAL DE EDAD

14
AÑOS

PROMEDIO ANTIGÜEDAD OPERARIOS

Grupo de empresas por la igualdad de Naciones Unidas

"La red Argentina del Pacto Global de la organización de las Naciones Unidas en conjunto con el PNUD Argentina, (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) y la empresa Carrefour organizaron un grupo de trabajo que se denominó "Empresas por la Igualdad". Esto se realizó durante varias jornadas en las que participaron más de 20 empresas de primera linea durante 2014. Para Renault Argentina fue muy interesante poder compartir las experiencias de otras organizaciones que están trabajando el tema de la diversidad. El objetivo de este grupo es llegar a comprender y aplicar los principios para el Empoderamiento de las Mujeres que proponen el Pacto Global y ONU Mujeres. En nuestro caso en particular, pudimos dar cuenta de los primeros resultados que ha obtenido el programa Women@Renault dentro del Grupo."

DOTACIÓN POR ANTIGÜEDAD

ETHEL ZULLI,
Gerente de Responsabilidad Social Empresaria

TOTAL GRUPO RENAULT	%
Menos de 1 año	2
Entre 1 y 5 años	26
Entre 6 y 10 años	28
Entre 11 y 20 años	13
Más de 21 años	31

TOTAL MOI + MOD [1]	%
Menos de 1 año	1
Entre 1 y 5 años	25
Entre 6 y 10 años	31
Entre 11 y 20 años	9
Más de 21 años	34

TOTAL MOM [1]	%
Menos de 1 año	4
Entre 1 y 5 años	27
Entre 6 y 10 años	23
Entre 11 y 20 años	19
Más de 21 años	27

[1] MOM: Mano de obra mensualizada, MOD: Mano de obra directa, MOI: Mano de obra indirecta.

¡25 años de trabajo en Renault!

"...¡25 años no es poco! Son 25 años de compromiso con nuestra empresa, 25 años de trabajo, a veces en el mismo rubro, pasando por años buenos y malos. Los homenajeados, que tienen alrededor de 50 años, pertenecen (como yo) a una generación de mucho compromiso con la empresa. Y no dejo de mencionar que fue, para las esposas, 25 años de escuchar las historias de Renault y de dar ánimo a sus maridos: ¡muchas gracias a ellas!".

FUENTE: BLOG DEL PRESIDENTE DE RENAULT ARGENTINA

Thierry Koskas, Presidente de Renault Argentina, en Planta Santa Isabel, en un pequeño agasajo para celebrar los 25 años de trabajo de 10 empleados de nuestra empresa.

THIERRY KOSKAS,
Presidente y Director General de Renault Argentina

Women@Renault
En Renault Argentina contamos con una política de reclutamiento que exige que al menos el 33% de la terna final seleccionada para ocupar una posición vacante, en cualquier área y nivel, sean mujeres. Esto denota el interés de nuestra empresa en garantizar la igualdad de oportunidades.

Animamos a todas las Gerencias a que colaboren en la detección y postulación de mujeres con perfiles de alto potencial, para que en un futuro puedan ocupar posiciones de liderazgo. Los salarios se definen en función de las responsabilidades del cargo y de las necesidades del perfil, independientemente del género del colaborador.

EVOLUCIÓN

TOTAL DE MUJERES	CANT.	%
Mensualizados	215	87%
Personal en planta	31	13%
Total de mujeres	**246**	**100%**

TOTAL MOM

WOMEN@RENAULT

Liderado por Silvina Mesa, Directora Financiera de Renault Argentina, el programa global Women@Renault tuvo un 2013 y 2014 de mucha actividad. Este fue un periodo intenso que buscó consolidar las primeras acciones realizadas de cara a los desafíos trazados por Renault para 2016: lograr que el 10% de los cargos jerárquicos y del staff total estén ocupados por mujeres. El programa tiene tres focos de acción que buscan generar mayor integración. El primero de ellos es atraer potenciales talentos mediante la implementación de un cupo femenino en la terna de postulantes de búsquedas internas y externas. El segundo es la promoción del desarrollo de carrera dentro de la organización a través de capacitaciones, cursos, coaching, entre otras alternativas. Por ultimo el programa trabaja en la incorporación del punto de vista femenino al momento de definir estrategias comerciales.
A partir de 2015 quien tiene a su cargo la coordinación del programa Women@Renault es Julieta Rotger, Directora de Comunicación y RSE de Renault Argentina.

10%

ES EL PORCENTAJE DE MUJERES EN CARGOS JERÁRQUICOS Y EN EL STAFF TOTAL QUE SE PROPONE ALCANZAR RENAULT ARGENTINA PARA 2016.

3

SON LOS FOCOS DE ACCIÓN DE WOMEN@RENAULT:
→ CUPO DE RECLUTAMIENTO
→ DESARROLLO DE CARRERA
→ INTEGRACIÓN A LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES

Programa de pasantías
Nuestro programa de pasantías tiene como objetivo atraer, desarrollar y retener jóvenes talentos con potencial de crecimiento para la cobertura de nuestro pool de búsquedas internas.

Buscamos estudiantes de carreras afines al negocio que se encuentren cursando los dos últimos años de la carrera, que cuenten con un perfil de liderazgo, innovación, trabajo en equipo, flexibilidad y orientación a resultados. Cada pasante cuenta con un plan de desarrollo y con un tutor (que es su jefe directo), quien debe informar acerca de sus actividades.

Algunos números del programa

51%

DE LOS PASANTES FUE EFECTIVIZADO EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS.

58%

DE LOS PASANTES ACTIVOS SON MUJERES.

Política de outplacement
Este programa forma parte del paquete de salida que se negocia entre la empresa y el desvinculado, destinado a mandos directivos. La asignación de este tipo de programas ayuda al colaborador, que debe dejar la organización por razones ajenas a su voluntad, a reinsertarse más rápidamente en el mercado de trabajo.

Beneficios a colaboradores
Contamos con un programa de beneficios para los colaboradores, en el que intervienen varias empresas de primer nivel en todo el país. El programa se renueva y se actualiza mes a mes, y se accede desde una página web flexible, que permite conectarse desde cualquier lugar y en cualquier momento, y que da la posibilidad de que la familia del empleado pueda consultar los beneficios.

El espectro de beneficios puestos a disposición es muy amplio:

Nuestros productos
Descuentos para la compra de Vehículos 0 km, vehículos de ocasión (usados de la flota interna).

- Facilidades de financiación con tasas preferenciales de Renault Credit.
- Bonificaciones en cuotas para suscripciones a Plan Rombo.
- Descuentos en repuestos y servicios en Renault Minuto.
- Facilidades y descuentos en Talleres de la red de concesionarios.
- Descuentos en Seguros de Courtage SA.

Otros beneficios

- Estacionamiento sin cargo en el sitio de trabajo.
- Minibanco y cajero automático.
- Servicio de comedor.
- Máquinas de café, gaseosas y snacks.
- Posibilidad de jornada laboral reducida para madres.
- Otorgamiento de días adicionales de licencia por paternidad y matrimonio.
- Horario de trabajo flexible.
- Viernes flexible.
- Ajuares por nacimiento de hijos, kits escolares para hijos de entre 4 y 18 años, etc.
- Bonificación en las cuotas del Instituto Técnico Renault de Córdoba.
- Obsequios por graduación y casamiento.
- Descuentos en Universidades para cursos y postgrados, etc.

Salud y seguridad ocupacional

INDICADORES DEL GRI G4-LA6

La ergonomía y la seguridad son factores clave de nuestra empresa. De allí se desprende una serie de compromisos asumidos por el Grupo en materia de garantizar óptimas condiciones de trabajo para todos nuestros colaboradores.

VALORES

OPTIMIZAR
MEJORAR
ASEGURAR
INTEGRAR
RESPETAR

Educación, prevención y control de enfermedades y accidentes
Las personas que integran Renault Argentina, con su capacidad de iniciativa y creatividad, constituyen el principal valor de la empresa y, por tanto, sus óptimas condiciones de trabajo son un factor estratégico para mejorar los niveles de calidad y de competitividad.

A partir del objetivo de promover la salud y de garantizar la prevención de riesgos, se organizan diferentes programas educativos tendientes a:

- Responsabilizar individual y colectivamente
- Implicar al Management
- Optimizar la organización y el tiempo de trabajo
- Garantizar la seguridad de los equipos de trabajo
- Mejorar los espacios y el lugar de trabajo
- Gestionar las sustancias peligrosas
- Adaptar los puestos de trabajo
- Controlar los riesgos mayores
- Especificar las reglas a nivel internacional

Nuestros valores respecto a las condiciones de trabajo

- Optimizar la eficacia individual y colectiva mediante condiciones de trabajo motivadoras que favorezcan el rendimiento.
- Mejorar la seguridad y las condiciones de trabajo en el marco del progreso continuo.
- Asegurar que no se ejerza prioridad alguna en detrimento de la integridad física, la salud y los derechos fundamentales del personal.
- Integrar sistemáticamente los criterios de salud, seguridad y condiciones de trabajo en las decisiones de creación o evolución de productos, procesos, implantaciones, organizaciones y tiempo de trabajo.
- Respetar imperativamente las legislaciones nacionales y considerar las exigencias internacionales como una referencia absoluta del Grupo, para proteger la integridad física, la salud y los derechos sociales fundamentales del personal.

Tasa de accidentes y enfermedades profesionales
Desarrollamos los procedimientos necesarios para conformar un sistema de gestión de prevención, orientado a la eficacia, que busca una tasa de siniestralidad de cero accidentes y de cero enfermedades profesionales, además de disponer de lugares de trabajos dignos y saludables, logrando la adhesión de los trabajadores en materia preventiva.

Buscamos eliminar o, en su defecto, minimizar la probabilidad de que se produzcan daños derivados del trabajo, no solamente por una obligación legal, sino también por razones éticas y económicas. Por ello, es necesario actuar sobre las causas de los accidentes, enfermedades profesionales y demás daños derivados del trabajo, incluyendo la gestión de la prevención de riesgos laborales, con la misma importancia que otros aspectos fundamentales de la empresa.

La tasa de accidentes de la Fábrica Santa Isabel está agrupada en cuatro categorías:

5,6%

FUE LA DISMINUCIÓN DE LA TASA MENSUAL DE PASES A SERVICIO MÉDICO (F0), SEA CUAL FUERA LA GRAVEDAD, EN 2014 RESPECTO DEL AÑO ANTERIOR.

8%

FUE EL INCREMENTO DE LA TASA DE ACCIDENTES DECLARADOS (F1) QUE DEBIERON RECIBIR ATENCIÓN MÉDICA EXTERNA EN 2014 RESPECTO DEL AÑO ANTERIOR.

45%

FUE LA DISMINUCIÓN DE LA TASA DE ACCIDENTES QUE PROVOCARON AUSENTISMOS (F2) EN 2014 RESPECTO DEL AÑO ANTERIOR.

72%

FUE LA DISMINUCIÓN DEL INDICADOR DE GRAVEDAD DE ACCIDENTES EN FUNCIÓN DE LOS DÍAS DE AUSENTISMOS (G1) EN 2014 RESPECTO DEL AÑO ANTERIOR.

Formación y desarrollo

INDICADORES DEL GRI G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11

Formación

A través de nuestros planes de formación, buscamos que los colaboradores puedan desarrollar sus conocimientos y competencias, como así también prepararlos para nuevas oportunidades de carrera que puedan generarse internamente. La formación y el desarrollo profesional de los colaboradores es un aspecto fundamental para el crecimiento continuo de nuestra empresa.

El porcentaje de colaboradores que accedieron al menos a una formación por año se incrementó en relación con 2013.

En 2014 se incrementó notablemente la cantidad de managers que recibieron formaciones, lo que denota el especial interés en brindar herramientas para nuestros líderes de equipos de trabajo. Asimismo, se incrementó el promedio de satisfacción sobre el total de formaciones realizadas.

También se puso especial foco en las formaciones e-learning, cursos virtuales ofrecidos para desarrollar herramientas informáticas y gerenciales.

13,5

PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO

35.229

HORAS DE FORMACIÓN

Desarrollo

La evaluación de desempeño de los colaboradores se realiza todos los años a través de la herramienta de entrevista individual. Se aplica a todo el personal de Renault Argentina que se encuentra fuera de convenio (administrativos). Esta instancia es una oportunidad de intercambio entre el colaborador y su jerarquía, que permite fijar objetivos, analizar el desempeño, verificar su cumplimiento y detectar aspectos por mejorar en el desarrollo profesional de cada empleado. Tiene un impacto directo en la aplicación de los diferentes dispositivos de desarrollo profesional, remuneración y compensación.

A partir de 2012, se incorporó la herramienta Talent@Renault, en la cual cada colaborador puede completar —en formato digital— el alcance de sus resultados y consignar los desafíos para el año siguiente. Talent@Renault tiene como objetivo principal administrar de manera más eficiente y global los recursos humanos con un nuevo enfoque:

- Reglas claras y compartidas.
- Evaluación más objetiva de la contribución individual al éxito de la empresa.
- Fortalecer la relación entre el rendimiento y la compensación.

Las principales funcionalidades del sistema son: la integración de toda la información referida al desarrollo individual en una única base de datos y el acceso on-line a la información de los colaboradores.

Gestión de clima

Encuesta de clima
A fines de 2013 y 2014, como todos los años, se llevó a cabo la "Encuesta del Colaborador" del Grupo Renault. El objetivo es conocer la opinión de todos los colaboradores con respecto a diferentes temas y asuntos que hacen a nuestro clima laboral, los cuales pueden resumirse en dos principales:

Las encuestas de clima destacaron algunos puntos positivos como:

→ El orgullo de trabajar en Renault
→ El compromiso con el trabajo
→ La recomendación de la empresa como buen lugar de trabajo

1 **Medir el nivel de compromiso de los colaboradores.** Identificar fortalezas y áreas de oportunidades mediante la comparación de los resultados tanto en forma interna (dentro del Grupo) como externa (benchmark con la industria industria y el mercado).

2 **Desarrollar planes de acción para abordar áreas de mejora.** La encuesta es anónima, confidencial y administrada en su totalidad por la consultora Hay Group. Con una tasa de respuesta del 85% se han identificado oportunidades de progreso que recibirán toda la atención de la dirección de la empresa y que comenzarán a ser implementadas en el año 2015.

Canales de comunicación con el personal
Actuar estratégicamente consiste en detenernos a pensar qué queremos transmitir, a quiénes, a través de qué medios y/o acciones, cuándo, dónde, con qué inversión, con qué resultados y buscando cubrir las expectativas de nuestros colaboradores.

En los tiempos actuales, es el personal el que resulta crítico y estratégico para asumir los retos empresariales y, por ende, queremos cuidarlo, respetarlo y mantenerlo al tanto de los cambios y de las novedades de manera planificada y ordenada. Fue a partir de allí que se desarrollaron diferentes canales para acercar novedades e información al personal:

→ Intranet
→ Newsletters
→ Mailings
→ Exposiciones
→ Cartelería
→ Folletería
→ Encuestas y concursos

CANALES
→ INTRANET
→ NEWSLETTERS
→ MAILINGS
→ EXPOSICIONES
→ CARTELERÍA
→ FOLLETERÍA
→ ENCUESTAS Y CONCURSOS

Comunicación Interna
Algunos de los dispositivos de publicación se encuentran en permanente actualización con la información global y local, tanto enviada desde Casa Matriz como producida por el equipo de la Dirección de de Comunicación y RSE, y la Dirección de Recursos Humanos.

- Módulos de comunicación interna: Blog del presidente de la compañía, abierto a comentarios de los colaboradores.
- Carteleras.
- Sitio web de comunicación interna.
- Comunicaciones internas vía mail.
- Resumen de prensa diario vía mail.
- Informes especiales sobre producto e industria en general.
- Información con el desempeño mensual de la Compañía en Intranet.
- Revista de publicación bimestral. A partir de 2013, se trata de la misma publicación para todos los empleados del Grupo en el mundo, traducida al idioma de cada sitio y con el agregado de un suplemento especial " para el el despliegue de la información específicamente local.
- Open Forums con el Presidente, donde se informa a todo el personal sobre la situación de la empresa en el mundo, la región y el país, y se explican los objetivos y el rumbo de la Compañía.
- KIT R'EFLEX, documento de actualización mensual, que se recibe de Casa Matriz.
- La voz de Renault formula la posición de la empresa sobre un tema específico y difunde mensajes estratégicos.

Programa "Viví Renault"
En 2013 realizamos el lanzamiento del programa "Viví Renault", una marca estructural que crea valor a cada comunicación, promoviendo y desarrollando el bienestar de los colaboradores, haciéndolos partícipes de las actividades desde un lado más cercano y vivencial.

Un nuevo concepto, con más información, más actividades, más beneficios, más integración, que permita:

CONOCER

PRÁCTICAS Y NOVEDADES

CRECER

FORMACIÓN Y DESARROLLO

PROYECTAR

PROXIMIDAD Y OPORTUNIDADES

DISFRUTAR

BENEFICIOS Y EVENTOS

APROVECHAR

SERVICIOS A LA EMPRESA

Producto de este programa nació nuestra nueva Intranet de RH, un sitio con acceso para el 100% de los colaboradores, que incluso pueden consultar desde sus casas. Toda la información está disponible allí: políticas, novedades legales y de administración, formaciones, búsquedas internas, beneficios, cumpleaños, fotos de nacimientos, graduaciones y casamientos, información de servicios, entre otros temas.

Trabajar en Renault es vivir una vida Renault

Viví RENAULT Enjoy the way

Programas de acción con la comunidad. Inversión social

ASPECTOS MATERIALES Nº 19, 3,16 Y 6
INDICADORES DEL GRI G4-S01

Nuestros programas de inversión social y relaciones con la comunidad, realizados en conjunto con la Fundación Renault, coinciden con las competencias básicas de la organización y la estrategia de sostenibilidad del Grupo en su conjunto. En el contexto de las operaciones, se desarrollan acciones organizadas en los siguientes ejes de trabajo:

El compromiso con la sustentabilidad forma parte de un modelo de gestión que conlleva una mirada de largo plazo que apunta a promover el crecimiento.

SEGURIDAD VIAL
El gran objetivo de los programas educativos de Seguridad vial de Renault es movilizar a niños, jóvenes y maestros a reconocer los problemas y los riesgos cotidianos de la circulación en las calles.

MEDIO AMBIENTE
Creemos en la necesidad de aportar con la sensibilización y educación respecto del cuidado de nuestro entorno.

EDUCACIÓN
Desde sus orígenes, Renault Argentina, con la Fundación, puso a la educación como el pilar fundamental a la hora de colaborar con el desarrollo y el crecimiento del país.

SALUD
Construir y equipar Centros de Prevención de la Desnutrición Infantil se ha convertido en un potente motor que impulsa a la Fundación Renault cada año. Brindando el apoyo de la movilidad a través de la donación de un vehículo para el traslado de pacientes como de profesionales.

COMUNIDAD
Representa nuestro compromiso con distintas fundaciones y asociaciones que tienen un amplio compromiso social en ámbitos como la educación, la salud y el deporte.

Seguridad vial

Nuestros programas promueven la idea de encontrar soluciones en conjunto y la posibilidad de que cada actor pueda crear propuestas para reducir al máximo los peligros y las situaciones riesgosas de la circulación en las ciudades modernas.

Seguridad y movilidad para todos
"Seguridad Vial para Todos" es una propuesta que se despliega, en los colegios públicos y privados de las ciudades de Buenos Aires y Córdoba, en dos niveles: NIVEL PEQUEÑOS, para niños de 7 a 8 años y NIVEL GRANDES, para niños de 9 a 11 años. Se busca que los pequeños aprendan a detectar los peligros que los afectan como peatones, pasajeros o ciclistas en la vida cotidiana y a que se preparen para ser, en el futuro, conductores cívicos y responsables.

Convenio de coparticipación público-privada
A través de la Fundación Renault, se establecieron convenios específicos de coparticipación con diferentes empresas que manifestaron ser conscientes del problema de seguridad vial que afecta a su zona de injerencia, entre ellas: concesionarios que forman parte de nuestra Cadena de Valor; Pergamino Automotores, Capillitas Córdoba, Circular Rosario.

"El Vicedirector nos planteó sumarnos a un nuevo programa de educación vial; nosotros ya veníamos trabajando con un proyecto institucional en la escuela, y nos pareció muy buena idea poder incorporarnos a este nuevo proyecto que nos proponía la empresa Renault. Se nos entregó una serie de cuadernillos, con los cuales los chicos trabajaron y aprendieron durante varios meses, para plasmar en un dibujo al final del proceso todo lo que habían aprendido. Surgieron una serie de ideas muy lindas de los chicos, las cuales reflejaban todo lo que habíamos trabajado y aprendido en los temas de educación vial...".

SOLEDAD SORIA GARCÍA, docente de 2do. grado B de la Escuela Nro 4761 " Roberto Romero" de la ciudad de Salta.

56.500

CHICOS PARTICIPARON EN DIFERENTES PUNTOS DEL PAÍS DE LOS PROGRAMAS DE SEGURIDAD VIAL PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES EN EL PERÍODO 2013 Y 2014

SEGURIDAD Y MOVILIDAD PARA TODOS RENAULT

LA CALLE Y YO

TUS ideas TUS iniciativas
Acciones de seguridad vial para un entorno mejor

Desde sus inicios en 2007, el programa se implementa, en escuelas primarias de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y la Ciudad de Córdoba, para alumnos de 2do, 3er, 4to y 5to grado, en 2013 se sumaron escuelas de las provincias de Salta y Santa Fe. El ganador en el 2013 fue la Escuela Nº 4761 "Roberto Romero", 2º grado B, de la ciudad de Salta.

La escuela ganadora de la Edición 2014 es la nro. 224 "Domingo Faustino Sarmiento", de la ciudad de Rosario que fuera apadrinada por el Concesionario Renault Circular Rosario, el grupo ganador perteneció a 3er grado.

Seguridad Vial para Todos es uno de los programas de sensibilización sobre seguridad vial más importante desarrollado por un fabricante de automóviles a nivel mundial, un modo de concientizar sobre la responsabilidad en esta materia.

AÑOS	CANTIDAD ESCUELAS	CANTIDAD DOCENTES	CANTIDAD ALUMNOS
2007	46	403	9.981
2008	55	420	9.932
2009	37	320	8.000
2010	80	419	9.955
2011	84	441	9.809
2012	53	476	9.968
2013	422	1677	54.809
2014	20	211	4.124
Total general	**797**	**4.367**	**116.578**

ACUERDOS DE RSE ENTRE RENAULT Y OTRAS EMPRESAS

GOBERNACIÓN PROVINCIA DE BS.AS	CANTIDAD ESCUELAS	CANTIDAD DOCENTES	CANTIDAD ALUMNOS
2013	400	1.428	50.000

INGREDION S.A.	CANTIDAD ESCUELAS	CANTIDAD DOCENTES	CANTIDAD ALUMNOS
2014	Escuelas primarias Distrito Escolar Baradero y Chacabuco, prov. de Bs. As.	28	1.000

GRUPO RUHO	CANTIDAD ESCUELAS	CANTIDAD DOCENTES	CANTIDAD ALUMNOS
2014	1	6	134

Cada año, 3 concesionarios se suman al desafío de apadrinar a escuelas primarias para que participen en "La Calle y Yo". El intercambio que realiza el concesionario con la escuela es altamente gratificante y enriquecedor para todas las partes. Estamos convencidos de que la SUSTENTABILIDAD es un camino que seguiremos recorriendo integrando a quienes tienen la tarea fundamental del contacto diario con el cliente y la comunidad.

ALEJANDRO REGGI
Director Comercial

Tus Ideas Tus Iniciativas
La Fundación Renault desarrollo el proyecto "Tus Ideas Tus Iniciativas" buscando ampliar a nuevos públicos la difusión y concientización en materia de seguridad vial. Así este proyecto se dirige especialmente a los adolescentes que se encuentran próximos a obtener su registro de conducir.

Este proyecto permite que los jóvenes puedan entrar en acción y promuevan, de una manera creativa, la concientización sobre la importancia de respetar las normas de seguridad vial.
Tus Ideas Tus Iniciativas, propone 2 grandes objetivos:

1. Reflexionar sobre los principales problemas que afectan a la seguridad vial y la movilidad sostenible "tus Ideas"
2. Llevar a cabo una campaña de sensibilización en el centro escolar y/o el entorno local "tus Iniciativas".

El programa se implementó en escuelas secundarias donde adolescentes de 15 y 17 años fueron protagonistas. De esta forma, se los motivó a que asumieran una actitud proactiva proponiendo soluciones a las problemáticas existentes, tanto en su rol de futuros conductores como en la difusión del mensaje de prevención a familiares y amigos.

AÑOS	CANTIDAD ESCUELAS	CANTIDAD DOCENTES	CANTIDAD ALUMNOS
2012	13	20	955
2013	8	29	794
2014	5	12	500
Total general	**26**	**61**	**2.249**

Entre los proyectos ganadores de los diferentes años, se destacan los que mostraron su interés por combatir el flagelo del alcohol eligiendo un conductor alternativo y por incrementar los controles de alcoholemia a la salida de lugares bailables; especialmente, durante los fines de semana y en horarios nocturnos.

Educación

Instituto Técnico Renault
Desde sus orígenes, nuestra Fundación puso a la educación como el pilar fundamental a la hora de colaborar con el desarrollo y crecimiento del país. Por esto, hace 53 años que promueve y fomenta la formación técnica y humana de adolescentes y jóvenes que, como egresados del Instituto Técnico Renault, se insertan satisfactoriamente en emprendimientos industriales de todo el país, así también como los preparan para seguir estudios superiores.

Su currícula contempla un nivel secundario de 7 años que otorga el título de Técnico Mecánico y un nivel terciario con el título de Técnico Superior en Motores, con cursada de 3 años. Nuestro Instituto Técnico Renault cuenta con un promedio anual de más de 260 alumnos que cursan el nivel secundario, aproximadamente un 18% de los alumnos se encuentran becados y otros 750 estudiantes regulares en los niveles terciarios y cursos de extensión.

A partir de 2011 hemos abierto la inscripción para mujeres, y ya son 8 las alumnas que se están formando en el nivel secundario. Desde el pasado año 2014, la Fundación Renault aporta becas de tipo sociales para los alumnos cuyas familias han tenido alguna situación económica por la cual se dificulta el cumplimiento de las cuotas.

Medioambiente

Educación Ambiental para Todos
El programa busca formar, sensibilizar y concientizar a los niños acerca de los principios básicos de respeto al medio ambiente. Educación Ambiental para Todos es un programa donde compartimos información acerca de agua, biodiversidad, energía, consumo y basura.

Los docentes a cargo del programa desarrollan los contenidos propuestos y logran reflexionar en clase sobre la temática ambiental. Una vez finalizada esta etapa, los chicos y sus docentes participan de un concurso de "Campañas de bien público", que promueven el mensaje de cuidado y respeto por el ambiente.

Tanto los autores de los trabajos ganadores como sus respectivos docentes reciben como premio una cámara digital, y la escuela a la que pertenecen recibe una computadora.

23.000

CHICOS PARTICIPARON DEL PROGRAMA EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA TODOS DESDE SU CREACIÓN

PROYECTO GANADOR EN 2014
Colegio Santísima Trinidad - 6to grado A, Córdoba.

En 2014 el programa tuvo la particularidad de que fue apadrinado en su totalidad por colaboradores de Renault Argentina que voluntariamente accedieron al padrinazgo, eligiendo a su gusto la escuela participante, ya sea por zona, por historia o porque es la utilizada por un familia. De este modo, 18 voluntarios de nuestra Fábrica de Santa Isabel, redoblando el compromiso con el cuidado ambiental, fueron los representantes de esta cruzada

AÑOS	CANTIDAD ESCUELAS	CANTIDAD DOCENTES	CANTIDAD ALUMNOS
2009	35	135	2.746
2010	86	356	5.645
2011	78	399	5.999
2012	82	348	5.811
2013	21	84	1.454
2014	19	59	1.395
Total general	321	1.381	23.050

Eco Conducción
Es nuestro programa de conducción sustentable. Se realiza en conjunto con la red de concesionarios de todo el país, y tanto la parte teórica como la prueba de manejo son de participación absolutamente gratuita.

¿Qué significa ser un Eco Conductor?
Significa tener una conducta de manejo que reduzca el consumo de combustible y las emisiones de CO_2. Usar y mantener el vehículo en su mayor estado de eficiencia. Elegir el auto más eficiente, aquel que se ajusta a las necesidades de cada cliente en particular.

¿Qué logra un Eco Conductor?
Logra ahorrar energía y dinero. Limita la polución y las emisiones de CO_2 que provocan el efecto invernadero, además de mejorar la seguridad de todos.

En 2013 Renault realizó el Eco Tour Solidario en las ciudades de Mendoza, Jujuy, Salta, Tucumán y Córdoba. Toda la acción se realizó en conjunto con la red de concesionarios de la marca. En esta oportunidad, la marca donó útiles escolares a diferentes escuelas de las ciudades por donde pasó el Eco Tour.

En 2014 la travesía solidaria se unió al programa de Eco Conducción. En esta oportunidad, el club de los fanáticos del Duster se plegó a una cruzada en asistencia de dos escuelas rurales de la provincia de Mendoza. El equipo de fans de Duster, junto con los invitados de la cadena de valor del concesionario Mediterráneo (clientes – proveedores – comunidad) de Mendoza recibieron la capacitación de la eco conducción previo al inicio del viaje. Los niños de las escuela No 1748 de Posta de los Médanos, a la cual asisten 25 chicos de 4 a 13 años, y la escuela 8468, Elipirio González de Lagunas del Rosario, a la que asisten 75 niños.

4º

AÑO CONSECUTIVO DEL PROGRAMA DE ECO CONDUCCIÓN EN CONJUNTO CON LA RED DE CONCESIONARIOS APLICADO EN ARGENTINA.

3

INICIATIVAS SOLIDARIAS ACOMPAÑARON EL PROGRAMA DE ECO CONDUCCIÓN:

→ Agua para Villa la Angostura 2012
→ Leche para los Centros CONIN 2013
→ Útiles escolares, libros y zapatillas para escuelas de frontera 2014

Acciones para el medio ambiente
Para generar conciencia sobre el cuidado de nuestro entorno, en coincidencia con el día, la semana y el mes del Medio Ambiente, se generan diferentes y variadas actividades para todos los colaboradores de nuestra empresa.

Realizamos varias acciones con el propósito de continuar generando conciencia acerca de los temas de medio ambiente entre nuestros principales grupos de interés. Entre ellos:

1 **Comunicación de valores ambientales:** flyer para todos los colaboradores sobre: reciclado de papel, política medioambiental de la Fábrica Santa Isabel, tips de eco conducción y difusión del programa "Educación Ambiental para Todos". Individuales temáticos, folletos informativos y una trivia con sorteo.

2 **Concurso de dibujos:** "Nosotros y Renault cuidamos el planeta": para hijos, nietos, sobrinos o hermanos de hasta 15 años de todos los colaboradores.

Desde 2003, la Fundación Renault lleva construidos 10 Centros de Prevención de la Desnutrición Infantil en las provincias de Mendoza, Córdoba, Chaco, Santa Fe, Corrientes y Buenos Aires.

Salud

Hemos definido como aliado para trabajar en este eje a CONIN, la Cooperadora para la Nutrición Infantil, que desarrolló un método de trabajo sostenido y efectivo en las zonas del país que más lo necesitan.

El programa de CONIN se enfoca en la rehabilitación y prevención de la desnutrición infantil desde cuatro ámbitos profesionales: pediatría, nutrición, estimulación temprana y trabajo social. Trabaja tanto con el niño como con su madre, convirtiéndola en el principal agente educativo de su hijo. El programa resulta vital para que el niño crezca sano y saludable, y para que no recaiga.

Los fondos y recursos que aportamos al programa se destinan íntegramente a la construcción y apertura de nuevos Centros CONIN en las zonas donde más se necesitan. Durante 2013 se realizó, en Tierra del Fuego, Rosario e Ituzaingó (este último en la provincia de Corrientes) un exhaustivo análisis de cada zona, teniendo en cuenta la ubicación, características demográficas, indicadores sociales, población en riesgo, entre otros índices fundamentales. En paralelo, la ONG, designada por CONIN en llevar adelante el proyecto, presentó a la Fundación sus carpetas y documentación administrativa solicitada. En 2014 se llevó a cabo la inauguración del Centro No, 10 ubicado en la localidad de Ituzaingó, Corrientes.

CENTRO	AÑO	ORGANIZACIÓN	BENEFICIARIOS
Centro de Prevención CONIN, Las Heras, Provincia de Mendoza	2002	Hospital	Atención general a la comunidad
Centro CONIN CDP1 (Rosario, Provincia de Santa Fe)	2003	Fundación Camino	46 niños / 38 madres / 88 beneficiarios indirectos.
Centro CONIN-CEPAN (Tigre, Provincia de Buenos Aires)	2004	Municipio de Tigre y Fundación Nordelta	198 niños / 211 madres
Centro CONIN Corrientes Capital	2005	Fundación para la Promoción Humana S.J.I.V.	35 niños y 25 madres
Centro CONIN Barranqueras (Provincia de Chaco)	2006	Cooperativa para la Nutrición Infantil Chaco	35 niños / 30 madres
Centro CONIN SENDAS (González Catán, Provincia de Buenos Aires)	2007	ICIED	10 niños / 5 madres
Centro CONIN Villa El Libertador (Provincia de Córdoba)	2008	Asociación Ética y Economía (CAPREDI)	25 niños / 16 madres / 48 beneficiarios indirectos.
Centro CONIN José C Paz (Provincia de Buenos Aires)	2009	Fundación San Martin de Tours	80 niños / 60 madres
Centro CONIN Pilar (Derqui, Provincia de Buenos Aires)	2010	Asociación Civil Conin Pilar	71 niños / 66 madres / 87 beneficiarios indirectos
Centro CONIN, Ituzaingó (Provincia de Corrientes)	2014	Centro de Prevención Jerovia Cooperadora para la Nutrición Infantil	55 niños / 35 madres

Programa con Fundación Garrahan
Desde 2002 en Renault Argentina estamos participando del programa de reciclado de papel que desarrolla la Fundación Garrahan.

De esta forma, estamos contribuyendo para:

- Obtener recursos económicos para apoyar el desarrollo integral del Hospital Garrahan.
- Contribuir a la protección del medio ambiente.
- Estructurar un proyecto solidario donde la sociedad civil participa como protagonista fundamental.
- Alentar la formación de alianzas estratégicas entre las instituciones y empresas de los diversos sectores de nuestra sociedad.

Comunidad

Como todos los años, desde la Fundación Renault Argentina colaboramos con distintas fundaciones y asociaciones que tienen un amplio compromiso social en temas como la educación, la salud y el deporte.

Ente ellas podemos destacar la ONG TECHO, donando la construcción de 11 casas realizadas en Ezeiza y La Plata (Pcia. de Buenos Aires) y en Córdoba con la colaboración de más de 100 voluntarios de Renault Argentina, las asistencias a Fundación PRADIER, Unión Cordobesa para Ciegos, Fundación Cruzada Patagónica, Fundación Vanesa Durán, Fundación Luchemos por la Vida, Fundación Haciendo Camino, Misión Educando en Nutrición, de Fundación River Plate y otras redes culturales, entre otros.

ROMBO DE ORO 2014
En diciembre de 2014 realizamos la entrega número 30 del Rombo de Oro, en el cual se premia a los mejores deportistas cordobeses de todos los deportes profesionales, incluyendo los adaptados. El evento es organizado por el Círculo de Periodistas Deportivos de Córdoba con la colaboración y auspicio de Renault Argentina y la Fundación Renault.

Este año se cumplieron 30 años de la primera vez que se entregó el Rombo de Oro al deportista cordobés del año, allá por 1985, que lo ganó Fernando Esteban Prato, jugador de básquet. Este año el Rombo fue para José María "pechito" López, quien tuvo un excelente desempeño en el automovilismo, consagrándose Campeón Mundial de Turismo, categoría en la que consiguió 10 triunfos en las 23 carreras del calendario de la WTCC, FIA World Touring Car Championship, hazaña que antes sólo había obtenido un argentino: Juan Manuel Fangio.

11

VIVIENDAS CONSTRUYERON LOS COLABORADORES DE RENAULT ARGENTINA EN APOYO A LA ACCIÓN DE LA ONG TECHO.

"Hubiéramos podido hacer una donación y listo, pero decidimos hacer más: participar directamente en la construcción de casas. Ver las casas terminadas fue para mí y para todo el equipo un momento de gran emoción. El momento en que cada familia entra a su nueva casa es algo que nunca olvidaré".
Thierry Koskas, Presidente y Director General de Renault Argentina.

Responsabilidad sobre productos

ASPECTOS MATERIALES Nº 17 Y 2
INDICADOR GRI G4-PR1, G4-PR5

El Servicio Relación Cliente

Nuestro equipo del Servicio Relación Cliente es el encargado de brindar soluciones satisfactorias para los usuarios de Renault y es quien realiza las Encuestas de Calidad de Servicio y Ventas para conocer el nivel de satisfacción del cliente durante el proceso de compra o reparación de su vehículo. Como área responsable del contacto con el cliente por un lado, atiende ya sean consultas o reclamos, y recibe alrededor de 6.000 contactos por mes, que llegan por:

TELÉFONO

0810-666-7362 (RENAULT)

REDES SOCIALES

FACEBOOK
TWITTER

CONTACTO ON-LINE

WWW.RENAULT.COM.AR/SRC/SUBSRC/CONTACTENOS

3

NUESTRA POLÍTICA RELACIÓN CLIENTE TIENE 3 EJES DE DESARROLLO:

1. Facilitar el acceso a la marca: ofrecer la posibilidad de un contacto directo y multicanal interactuando con la Red comercial Renault.
2. Conocer y Reconocer al Cliente en todo punto de contacto.
3. Asegurar la continuidad de la Relación con el Cliente y construir una línea de contacto personalizada y diferenciada.

CONSULTAS (FRONT OFFICE)

93%

ES RESUELTO DE FORMA INMEDIATA

90%

DE LOS CLIENTES QUE LLAMA ESTÁ SATISFECHO CON LA RESPUESTA RECIBIDA

Especialmente pensando en sus clientes, la marca creó el programa Mi Renault. De esta manera, los clientes obtienen beneficios exclusivos que premian su fidelidad.

RECLAMOS (BACK OFFICE)

800

RECLAMOS SE ATIENDEN POR MES, REFERIDOS PRINCIPALMENTE A LA DISPONIBILIDAD DE REPUESTOS Y A CUESTIONES VINCULADAS A PRODUCTO Y COMERCIALES

9

DÍAS ES EL PLAZO MEDIO DE RESOLUCIÓN DE UN RECLAMO

Encuesta de calidad

A través de la encuesta de calidad contactamos telefónicamente y de manera aleatoria, aproximadamente, a 20.000 clientes por año. Esta encuesta es la fuente de información para los procesos internos de mejora en la atención, y uno de los pilares para verificar el cumplimiento de los estándares de atención.

4.000

CLIENTES QUE COMPRARON UN RENAULT SON CONTACTADOS ANUALMENTE

16.000

CLIENTES DE POSTVENTA SON CONTACTADOS ANUALMENTE

CLIENTES QUE RECOMIENDAN CON SEGURIDAD
AL CONCESIONARIO

RESULTADOS EN CALIDAD DE VENTAS:

8

PUNTOS PORCENTUALES ES LO QUE CRECIÓ LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN CUANTO A LA CALIDAD DE VENTAS

RESULTADOS EN CALIDAD DE SERVICIO:

2

PUNTOS PORCENTUALES ES LO QUE CRECIÓ LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN CUANTO A LA CALIDAD DE SERVICIO

Plan de Satisfacción Cliente

Con el objetivo de "satisfacer y ser reconocido", implementamos el Plan Satisfacción Cliente (PSC) que busca mejorar la calidad percibida, tanto por los públicos externos como internos. El objetivo del proceso es contactar al 80% de los clientes en 24hs. y al 100 % en un plazo máximo de 3 días.

SATISFACER Y SER RECONOCIDO

Garantizar	Durar	Servicio	Movilizar	Escuchar
Que nuestros clientes se vean beneficiados por todos nuestros progresos en materia de calidad	Satisfacer a nuestros clientes a través de productos fiables a lo largo del tiempo	Asegurar la tranquilidad de los clientes en toda circunstancia	Hacer de nuestros colaboradores los !ros embajadores de la calidad de nuestras marcas	Comprometer lo que significa la satisfacción y la imagen de calidad para el público
↓	↓	↓	↓	↓
Mantener el rumbo y amplificar	Permanecer y perennizar la marca	Asegurar la tranquilidad	Ser los primeros embajadores	Convencer al publico
TOP 3 Calidad de producto + servicio			**TOP 3** Imagen Calidad	

Plan Promesa Cliente

Atender cada vez mejor a sus clientes, tener en cuenta sus expectativas, cumplirlas y superarlas, son los grandes objetivos que se traducen en los 7 compromisos del nuevo plan Promesa Cliente.

La red se compromete a:

- Responder a sus consultas efectuadas vía internet en menos de un día hábil.
- Proponer un test drive de un vehículo de nuestra flota de demostración.
- Restituir su vehículo, luego de una intervención de servicio, a la hora y al precio convenidos
- Bonificar íntegramente toda intervención de servicio efectuada sin su aprobación.
- Garantizar por 12 meses toda intervención realizada a su cargo en nuestros puntos de servicio (repuestos y mano de obra incluidos)
- Recompensar su fidelidad haciéndole gozar de ventajas privilegiadas en "Mi Renault".
- Garantizar un precio de servicio de mantenimiento competitivo y homogéneo en todo el país.

Tabla Indicadores del GRI

IND.	INDICADORES GRI G4	PAGINA	PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS
	CONTENIDOS BÁSICOS		
	ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización.	4 y 5	"Declaracion de
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	4 y 5	apoyo continuo"
	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	Nombre de la organización.	12	
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	13	
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	11	
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	12	
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	12	
G4-8	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	13	
G4-9	Determine la escala de la organización.	17	
G4-10	Composición de los empleados de la organización.	17	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	17	
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	17	
G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	17	
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	23	Principio N° 7
G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	19	
G4-16	Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: ostente un cargo en el órgano de gobierno; participe en proyectos o comités; realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; considere que ser miembro es una decisión estratégica.	19	
	ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	12	
G4-18	"Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el Contenido de la memoria".	25	
G4-19	Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	26	
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	26	
G4-21	Indique la Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	26	
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	26	
G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	26	
	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	29	
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	29	
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	29	
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	29	
	PERFIL DE LA MEMORIA		
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	23	
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	23	
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	23	
G4-31	"Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria".	5	
G4-32	Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización.	23	
G4-33	"a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización".	23	
	GOBIERNO		
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	31	

IND.		PAGINA	PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	31	
G4-39	"Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	31	
G4-41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés.	33	
	ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	33	
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	33	
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	33	
	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN		
G4 - DMA	Enfoque de Gestión.	20	
	CATEGORÍA: ECONOMÍA		
	Desempeño económico		
G4-ECI	VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO.	38	Principio N° 7
	Presencia en el mercado		
G4-EC6	PORCENTAJE DE ALTOS DIRECTIVOS PROCEDENTES DE LA COMUNIDAD LOCAL EN LUGARES DONDE SE DESARROLLAN OPERACIONES SIGNIFICATIVAS.	33	
	Prácticas de adquisición		
G4-EC9	PORCENTAJE DEL GASTO EN LOS LUGARES CON OPERACIONES SIGNIFICATIVAS QUE CORRESPONDE A PROVEEDORES LOCALES.	17	
	CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE		
	Materiales		
G4-EN1	MATERIALES POR PESO O VOLUMEN.	54	Principio N° 8
G4-EN2	PORCENTAJE DE LOS MATERIALES UTILIZADOS QUE SON MATERIALES RECICLADOS.	54	Principio N° 8 y 9
	Energía		
G4-EN3	CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO.	48	Principio N° 8
G4-EN6	REDUCCIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO.	48	Principio N° 8 y 9
G4-EN7	REDUCCIONES DE LOS REQUISITOS ENERGÉTICOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	48	Principio N° 8 y 9
	Agua		
G4-EN8	CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA SEGÚN LA FUENTE.	47	Principio N° 8
G4-EN9	FUENTES DE AGUA QUE HAN SIDO AFECTADAS SIGNIFICATIVAMENTE POR LA CAPTACIÓN DE AGUA.	47	Principio N° 8
G4-EN10	PORCENTAJE Y VOLUMEN TOTAL DE AGUA RECICLADA Y REUTILIZADA.	47	Principio N° 8 y 9
	Biodiversidad		
G4-EN11	INSTALACIONES OPERATIVAS PROPIAS, ARRENDADAS, GESTIONADAS QUE SEAN ADYACENTES, CONTENGAN O ESTÉN UBICADAS EN ÁREAS PROTEGIDAS Y ÁREAS NO PROTEGIDAS DE GRAN VALOR PARA LA BIODIVERSIDAD.	46	Principio N° 8
	Emisiones		
G4-EN15	EMISIONES DIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (ALCANCE 1).	49	Principio N° 8
G4-EN16	EMISIONES INDIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO AL GENERAR ENERGÍA (ALCANCE 2).	49	Principio N° 8
G4-EN19	REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO.	49	Principio N° 8
G4-EN21	NOX, SOX Y OTRAS EMISIONES ATMOSFÉRICAS SIGNIFICATIVAS.	55	Principio N° 8
	Efluentes y residuos		
G4-EN22	VERTIDO TOTAL DE AGUAS, SEGÚN SU CALIDAD Y DESTINO.	56	Principio N° 8
G4-EN23	PESO TOTAL DE LOS RESIDUOS, SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO.	51	Principio N° 8
	Productos y servicios		
G4-EN27	GRADO DE MITIGACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	13	Principio N° 8 y 9

IND.		PAGINA	PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS
	Transporte		
G4-EN30	"IMPACTOS AMBIENTALES SIGNIFICATIVOS DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS Y OTROS BIENES Y MATERIALES UTILIZADOS PARA LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN, ASÍ COMO DEL TRANSPORTE DE PERSONAL".	50	Principio N° 8 y 9
	Evaluación ambiental de los proveedores		
G4-EN32	PORCENTAJE DE NUEVOS PROVEEDORES QUE SE EXAMINARON EN FUNCIÓN DE CRITERIOS AMBIENTALES.	41	Principio N° 8 y 9
	CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL		
	Empleo		
G4-LA1	NÚMERO Y TASA DE CONTRATACIONES Y ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS, DESGLOSADOS POR GRUPO ETARIO, SEXO Y REGIÓN.	59	Principio N° 6
G4-LA2	PRESTACIONES SOCIALES PARA LOS EMPLEADOS A JORNADA COMPLETA QUE NO SE OFRECEN A LOS EMPLEADOS TEMPORALES O A MEDIA JORNADA, DESGLOSADAS POR UBICACIONES SIGNIFICATIVAS DE ACTIVIDAD.	65	
	Salud y seguridad en el trabajo		
G4-LA6	TIPO Y TASA DE LESIONES, ENFERMEDADES PROFESIONALES, DÍAS PERDIDOS, ABSENTISMO Y NÚMERO DE VÍCTIMAS MORTALES RELACIONADAS CON EL TRABAJO POR REGIÓN Y POR SEXO.	66	Principio N° 1
	Capacitación y educación		
G4-LA9	PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN ANUALES POR EMPLEADO, DESGLOSADO POR SEXO Y POR CATEGORÍA LABORAL.	68	
G4-LA10	PROGRAMAS DE GESTIÓN DE HABILIDADES Y DE FORMACIÓN CONTINUA QUE FOMENTAN LA EMPLEABILIDAD DE LOS TRABAJADORES Y LES AYUDAN A GESTIONAR EL FINAL DE SUS CARRERAS PROFESIONALES.	68	
G4-LA11	PORCENTAJE DE EMPLEADOS QUE RECIBEN EVALUACIONES REGULARES DEL DESEMPEÑO Y DE DESARROLLO PROFESIONAL, DESGLOSADO POR SEXO Y POR CATEGORÍA PROFESIONAL.	68	
	Diversidad e igualdad de oportunidades		
G4-LA12	COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO Y DESGLOSE DE LA PLANTILLA POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y SEXO, EDAD, PERTENENCIA A MINORÍAS Y OTROS INDICADORES DE DIVERSIDAD.	31 y 59	Principio N° 1 y 6
	Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores		
G4-LA14	PORCENTAJE DE NUEVOS PROVEEDORES QUE SE EXAMINARON EN FUNCIÓN DE CRITERIOS RELATIVOS A LAS PRÁCTICAS LABORALES.	41	
	DERECHOS HUMANOS		
	Inversión		
G4-HR1	NÚMERO Y PORCENTAJE DE CONTRATOS Y ACUERDOS DE INVERSIÓN SIGNIFICATIVOS QUE INCLUYEN CLÁUSULAS DE DERECHOS HUMANOS O QUE HAN SIDO OBJETO DE ANÁLISIS EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS.	41	"Principio N° 1, 2, 3, 4, 5 y 6"
	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humano		
G4-HR12	NÚMERO DE RECLAMACIONES SOBRE DERECHOS HUMANOS QUE SE HAN PRESENTADO, ABORDADO Y RESUELTO MEDIANTE MECANISMOS FORMALES DE RECLAMACIÓN.	33	"Principio N° 1, 2, 3, 4, 5 y 6"
	SOCIEDAD		
	Comunidades locales		
G4-SO1	PORCENTAJE DE CENTROS DONDE SE HAN IMPLANTADO PROGRAMAS DE DESARROLLO, EVALUACIONES DE IMPACTOS Y PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL.	72	
G4-SO2	CENTROS DE OPERACIONES CON EFECTOS NEGATIVOS SIGNIFICATIVOS, POSIBLES O REALES, SOBRE LAS COMUNIDADES LOCALES.	72	
	Lucha contra la corrupción		
G4-SO4	POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN Y CAPACITACIÓN SOBRE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN.	33	Principio N° 10
	RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
	Salud y seguridad de los clientes		
G4-PR1	PORCENTAJE DE CATEGORÍAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGNIFICATIVOS CUYOS IMPACTOS EN MATERIA. DE SALUD Y SEGURIDAD SE HAN EVALUADO PARA PROMOVER MEJORAS.	82	Principio N° 1
	Etiquetado de los productos y servicios		
G4-PR5	RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.	82	Principio N° 1

En sus **117 años** de histo
la innovación ha sido un
constante para RENAULT.
Para nosotros la **innovaci**
significado preciso: Hacer
automóvil en sentido de
Así se desarrollan produc
accesibles y con un valor
único. RENAULT innova p
movilidad sostenible pa

ria,
desafío

ón tiene un
progresar el
una **vida mejor.**
tos y servicios
agregado
ara promover la
ra todos.

Encontrá más infomación sobre el Reporte
de Sustentabilidad y otros temas relacionados
en nuestro sitio interactivo online:

sustentabilidad.renault.com.ar

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD
Renault ARGENTINA
©2015 RENAULT ARGENTINA S.A.
Fray Justo Santa María de Oro 1744,
(C1414DBB), Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Contenidos
Renault Argentina

Edición y coordinación
Dirección de Comunicación y RSE.
Renault Argentina

Asesores externos
AG Sustentable
www.agsustentable.com

COMUNICACIÓN VISUAL
Tholön Kunst

Fotografía
El Santuario - Mosy Obadia
Renault Argentina