



## Reporte de Sustentabilidad 2013-2014



Mercedes-Benz

# Cifras destacadas

GRI G4-9, GRI G4-10, GRI G4-11

Perfil corporativo	Unidad	2014	2013	2012	2011
Unidades producidas - Camiones	Cantidad	1.152	2.431	1.225	478
Unidades producidas - Buses	Cantidad	1.274	1.794	1.612	2.189
Unidades producidas - Vans/Utilitarios	Cantidad	14.998	16.307	14.079	16.379
<b>Total unidades producidas</b>		<b>17.424</b>	<b>20.532</b>	<b>16.916</b>	<b>19.046</b>
Unidades vendidas - Camiones	Cantidad	3.610	5.552	5.033	4.820
Unidades vendidas - Buses	Cantidad	2.175	3.489	3.432	3.718
Unidades vendidas - Autos	Cantidad	700	5.860	3.418	3.021
Unidades vendidas - smart	Cantidad	163	389	308	445
Unidades vendidas - Vans/Utilitarios - Mercado local	Cantidad	3.755	5.105	3.990	3.615
Unidades vendidas - Vans/Utilitarios - Exportación	Cantidad	11.991	12.222	9.565	12.131
<b>Total unidades vendidas</b>		<b>22.394</b>	<b>32.617</b>	<b>25.746</b>	<b>27.750</b>
Ventas netas	Millones de pesos	9.389	9.575	6.091	5.597
Exportaciones	Millones de pesos	3.621	2.758	1.643	1.578
Activos totales	Millones de pesos	5.111	4.425	3.636	3.101
Pasivos totales	Millones de pesos	2.603	2.786	2.590	2.219
Patrimonio neto	Millones de pesos	2.508	1.639	1.046	882
Ganancia del ejercicio	Millones de pesos	445	593	123	317
Total valor económico generado	Millones de pesos	9.480	9.707	6.107	5.618
Total valor económico distribuido	Millones de pesos	8.898	9.230	6.004	5.404

Protección ambiental operacional	Unidad	2014	2013	2012	2011
Gastos en mantenimiento ambiental	Millones de pesos	9,5	7,0	5,6	2,6
Inversión ambiental	Millones de pesos	1,4	1,8	0,7	1,5
Consumo de energía eléctrica por unidad producida	MWh/unidad producida	1,9	1,7	2,1	1,7
Consumo de agua por unidad producida	M³/unidad producida	20,7	18,7	10,4	6,3
Emisiones de GEI	T CO <sub>2</sub>	23.860	25.274	25.066	23.129
Emisiones de GEI por unidad producida	T CO <sub>2</sub> /unidad producida	1,4	1,2	1,5	1,2
Material reciclado (residuos)	Toneladas	5.095	6.447	5.289	4.957
Porcentaje de residuos reciclados sobre el total de residuos	Porcentaje	79%	80%	69%	80%

Nuestros empleados	Unidad	2014	2013	2012	2011
Cantidad total de empleados	Cantidad	2.154	2.064	2.045	1.855
Empleo femenino	Porcentaje	9%	8%	8%	7%
Empleo femenino en puestos gerenciales	Porcentaje	20%	21%	16%	16%
Empleo mayor a 40 años de edad	Porcentaje	34%	36%	35%	33%
Promedio de edad	Años	40	41	38	38
Empleados dentro de convenio colectivo de trabajo	Porcentaje	93%	94%	94%	94%

Compromiso Social	Unidad	2014	2013	2012	2011
Total Inversión en Compromiso social	Millones de pesos	13,6	9,5	5,6	4,5

Ver más en <http://sustentabilidad.mercedes-benz.com.ar>

# Reporte de Sustentabilidad 2013-2014



Mercedes-Benz

# Análisis de materialidad

GRI G4-13, GRI G4-17, GRI G4-18, GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21, GRI G4-22, GRI G4-23, GRI G4-48

La elaboración del Reporte requiere de la evaluación de los aspectos significativos en relación al impacto económico, social y ambiental de la compañía.

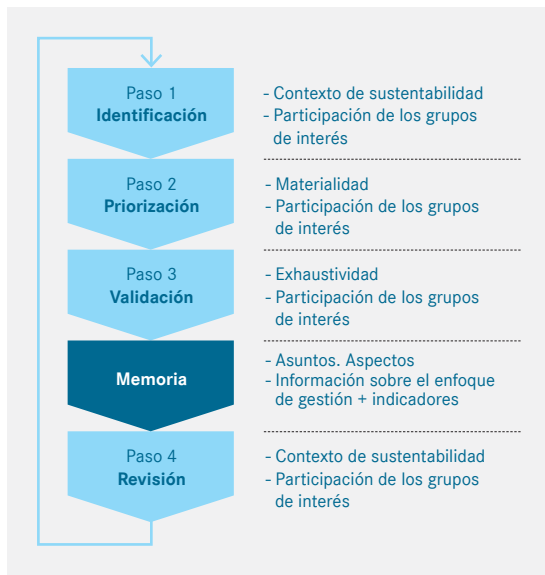
La Guía G4 del *Global Reporting Initiative* (GRI) define, en sus documentos “Principios y contenidos básicos” y “Manual de aplicación”, los pasos para identificar, valorizar y comunicar los aspectos y asuntos relevantes en el Reporte, como así también los principios sobre los que se basan estos pasos y la calidad de los contenidos.

Principios para definir los contenidos:

1. Materialidad
2. Participación de los grupos de interés
3. Contexto de sustentabilidad
4. Exhaustividad

Principios para determinar la calidad de los contenidos:

1. Equilibrio
2. Comparabilidad
3. Precisión
4. Periodicidad
5. Claridad
6. Fiabilidad



## Paso 1: Identificación

Identificamos diversos aspectos y asuntos relevantes para evaluar su inclusión en el Reporte. Para este paso, trabajamos sobre los principios de Contexto de sustentabilidad y Participación de los grupos de interés, de los cuales surgieron:

- Asuntos identificados por la Dirección de Mercedes-Benz Argentina, la estrategia de Sustentabilidad del grupo Daimler, además de políticas internas, el Código de Integridad, la misión, la visión y los valores, entre otros documentos internos.
- Aspectos establecidos y propuestos en la Guía G4 del GRI.
- Principios y criterios propuestos por el Pacto Global de las Naciones Unidas y las directrices OCDE para empresas multinacionales.
- Asuntos y temas que surgieron del diálogo con los grupos de interés y de las reuniones con las áreas que participaron en la elaboración del Reporte.
- Asuntos relevantes en materia de desarrollo sustentable identificados del *benchmark* con empresas del sector y de la región.
- Asuntos relevantes en materia de sustentabilidad que surgen de documentos e informes globales para el sector.

## Paso 2: Priorización

De la lista de aspectos obtenidos en el paso anterior, se realizó un ejercicio interno de valorización y priorización de éstos con el objetivo de determinar cuáles son los aspectos que serán incluidos en el Reporte. Una vez obtenidas las conclusiones, se estimó un umbral de relevancia para identificar los temas más relevantes y materiales (Materialidad). Finalmente, el procedimiento y los temas que surgieron, y su inclusión en este reporte, fueron revisados y aprobados por la Dirección de Relaciones Institucionales, quién también aprobó el presente reporte.

Para este paso, se trabajó sobre los principios de *Materialidad* y *Participación de los grupos de interés*, y se realizó un análisis de materialidad que consistió en la evaluación de los temas identificados en el paso anterior, considerando:

- su influencia e impacto en los grupos de interés
- y la importancia en el impacto del desempeño de la compañía.

**Paso 3: Validación**

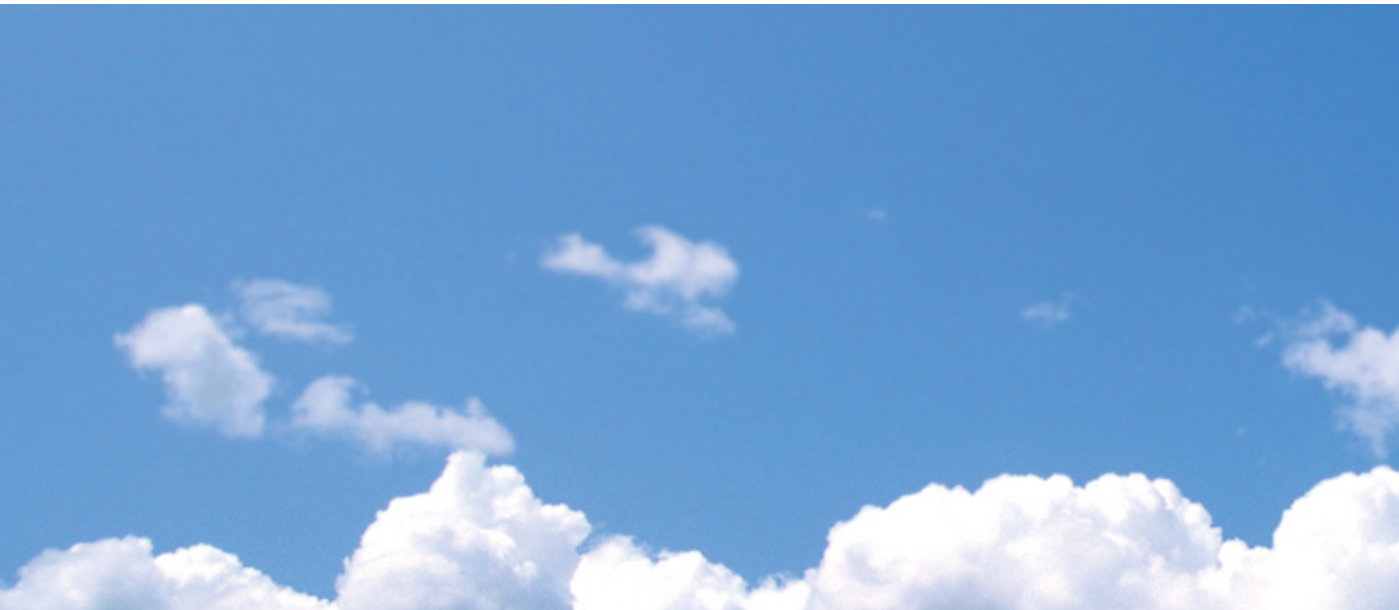
Una vez concluido el análisis, procedimos a la validación de los aspectos y asuntos materiales identificados en relación con los principios de *Exhaustividad y Participación de los grupos de interés*, para garantizar el alcance, la cobertura y los tiempos del relevamiento de la información.

Como conclusión del análisis de materialidad, realizado en el paso 2, obtuvimos los siguientes asuntos y aspectos materiales para nuestro Reporte de Sustentabilidad

Todos aspectos y asuntos descriptos han sido determinados materiales para Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina S.A., y Círculo Cerrado S.A. de ahorro para fines determinados (Círculo Mercedes-Benz), ambas compañías controladas por Mercedes-Benz Argentina S.A. No existieron cambios significativos, durante el periodo, en la estructura, ni propiedad, entre otros. Tampoco existen cambios significativos en el alcance, cobertura, o en la información expuesta con respecto al reporte anterior, más allá del cambio de la guía del GRI utilizada.

**Análisis de Materialidad**

Aspectos materiales	Grupos de interés	Compañía	Capítulos
Compliance e Integridad	92	104	3
Derechos Humanos	92	96	10
Desempeño económico de la compañía	89	107	Cifras destacadas, 1
Impacto ambiental de la planta	108	102	6
Impacto ambiental de los vehículos	109	97	5
Impacto de los vehículos en la sociedad	105	94	1, 5
Impacto económico en proveedores y clientes	94	98	8, 9
Impacto económico en la comunidad	92	93	1, 10
Integridad-Compliance Cadena de valor	91	101	3, 8, 9
Inversiones y gastos en medioambiente	91	89	6
Movilidad sustentable	91	91	5
Políticas públicas	107	104	1
Salud y seguridad en el trabajo	90	100	7
Satisfacción del cliente	85	103	5, 9
Seguridad Vial	101	84	5



# Índice

- Cifras destacadas
- Análisis de Materialidad
- 06 Carta del Presidente
- 07 Carta del Director de Relaciones Institucionales

- 08 1 Acerca de Daimler y Mercedes-Benz
  - 09 Grupo Daimler en el Mundo
  - 10 Mercedes-Benz Argentina
  - 11 Marcas, Vehículos y Servicios
  - 14 Performance del negocio
  - 16 Servicios financieros - Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina
- 18 2 Gestión Sustentable
- 24 3 Ética e Integridad
  - 25 Compliance
  - 28 Gobierno Corporativo



30 **4 Responsabilidad  
de productos**

- 33 Movilidad Sustentable
- 35 Seguridad Vial

36 **5 Medioambiente**  
38 Gestión de Recursos y Materiales  
40 Gestión de Emisiones Gaseosas  
41 Gestión de Residuos

44 **6 Nuestros empleados**  
45 Empleo y Diversidad  
46 Prácticas Laborales  
51 Salud y Seguridad Ocupacional

54 **7 Proveedores**

56 **8 Clientes**  
59 Red de Concesionarios  
63 Centro de Atención al Cliente

64 **9 Compromiso  
Social**

- 66 Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio
- 68 Nuestra Comunidad
- 72 Informe de Verificación Externa
- 75 Sobre el Reporte
- 76 Indicadores GRI y Principios de Pacto Global

# DIALÓGO SOCIAL



# EN MOVIMIENTO



Desde que inventamos el automóvil, nuestro deseo es conectar a las personas, acercarlas y generar un diálogo social. Fabricamos vehículos pero también construimos vínculos con la comunidad. Nos apasiona ofrecer soluciones de movilidad sustentable al alcance de todos. Buscamos ser los mejores porque tenemos el compromiso de mover al mundo.

## EQUIPAMIENTO

QUE INCLUYE AIRBAGS  
FRONTALES Y LATERALES,  
EN LA ZONA DE LAS  
RODILLAS DEL CONDUCTOR  
Y WINDOWBAGS



## BLUEEFFICIENCY

TECNOLOGÍA  
DE OPTIMIZACIÓN  
DE CONSUMO  
Y EMISIONES



## INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA DE SEGURIDAD

## ASISTENCIA A LA CONDUCCIÓN

CON EL SISTEMA ATTENTION ASSIST  
QUE MONITOREA EL CANSANCIO  
DEL CONDUCTOR

### Auto

Todos los modelos Mercedes-Benz cuentan con un equipamiento que no resigna componentes tecnológicos para un desempeño de bajo impacto ambiental y alta seguridad.

ÍCONO DE  
SUSTENTA-  
BILIDAD



ECOLÓGICO  
EN TODO  
SU CICLO  
DE VIDA



TIEMPO RÉCORD  
DE BIODEGRADACIÓN

100%  
DE SUS PARTES  
PLÁSTICAS  
RECICLABLES

**smart**

Es el vehículo naftero con menor emisión de CO<sub>2</sub> del mercado y completamente ecológico en toda su vida útil. El proceso de producción se documenta sin uso de papel, tiene un proceso de abastecimiento con escasas emisiones contaminantes y sus componentes son de bajo impacto ambiental.



EMISIONES  
REDUCIDAS

DE

CO<sub>2</sub>

Y

NO<sub>x</sub>

MATERIALES  
RECICLABLES CASI  
EN LA TOTALIDAD



Nº1

DESDE 1951  
EN ARGENTINA

TRANSPORTE  
URBANO

#### Buses

El transporte público y semi-público representa una gran parte de nuestras ventas en Argentina. Consideramos que un transporte público que funciona con productos de calidad, le brinda al usuario final una experiencia de viaje mejor, más eficiente y segura.

250.000

UNIDADES FABRICADAS  
HASTA 2014

INDUSTRIA  
NACIONAL


+1.500

PUESTOS DE  
TRABAJO DESTINADOS  
A SU PRODUCCIÓN



#### **Sprinter**

Un vehículo que contribuye al dinamismo de la economía local  
por el crecimiento constante de toda la cadena de producción.



MÁXIMA POTENCIA  
Y CUIDADO  
AMBIENTAL

19,44

LITROS DE DIÉSEL  
CADA 100KM  
ES EL RÉCORD  
DE ACTROS

ECÓMETRO

PARA OPTIMIZAR  
EL CONSUMO DE COMBUSTIBLE



#### Camiones

Todos los camiones Mercedes-Benz se caracterizan por su fiabilidad, rentabilidad, confort a la hora de conducir y un nivel de seguridad ejemplar.



97%

FUE EL ÍNDICE DE SATISFACCIÓN  
AL CLIENTE 2014

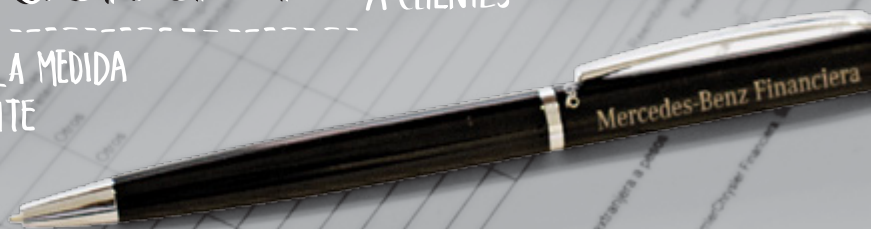
+1.800

MILLONES DE PESOS FUE  
EL MONTO DE LA CARTERA EN 2014



APROBACIÓN ONLINE DE PRÉSTAMOS  
A CLIENTES

SOLUCIONES A LA MEDIDA  
DE CADA CLIENTE



**Daimler servicios financieros**

Mediante Mercedes-Benz Financiera y Círculo Mercedes-Benz, la compañía ofrece facilidades a concesionarios y clientes finales para que puedan acceder a los vehículos de la marca.

# VIAJES COMPARTIDOS AL TRABAJO

## 10.000

EMPLEADOS BENEFICIADOS  
CON LA INICIATIVA



EMPRESAS  
PARTICIPANTES



MOVILIDAD  
SUSTENTABLE  
PARA AHORRAR  
DINERO Y COMBUSTIBLE



**teneslugar.com**

La plataforma de carpooling corporativo inaugurada en 2013 continúa creciendo y ofreciendo soluciones de movilidad a cada vez más colaboradores de distintas empresas.

# Carta del Presidente

GRI G4-1

Estimados lectores,

Tengo el gusto de presentarles nuestro cuarto Reporte de Sustentabilidad, donde compartimos el desarrollo del negocio durante 2013 y 2014, con el detalle de los esfuerzos por asegurar un crecimiento económico sostenible a lo largo del tiempo.

En esta ocasión, comunicamos nuestra adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas y el apoyo a los diez principios de esta iniciativa, alineados a nuestra Casa Matriz, pionera en integrar el Grupo LEAD. Junto a ellos, tenemos como objetivo mejorar nuestra gestión orientada a la sustentabilidad a través de la cadena de valor.

Por otra parte, nos propusimos fortalecer nuestra capacidad para aprender y transformarnos a través de foros de discusión con clientes, concesionarios, proveedores y representantes de la comunidad, para potenciar la comunicación y nutrirnos de opiniones. Estos diálogos nos permiten definir un plan de mejoras en cuanto a la satisfacción de nuestros clientes y en lo relacionado a la gestión de los impactos en el medioambiente, en lo económico y en lo social.

Con mucho orgullo, reafirmamos nuestro compromiso con el país, tanto en la producción como en la calidad de nuestros vehículos. Desarrollamos el plan de inversión de 170 millones de dólares, que incluye la fabricación de 5 modelos de camiones y buses —ya lanzados al mercado—, además del nuevo utilitario mediano VITO, cuya presentación está programada para 2015. A estas inversiones, estamos sumando 50 millones de dólares adicionales para mejorar la eficiencia y la capacidad de producción de la planta, incluyendo además obras civiles y desarrollo de proveedores.

Durante 2013 y 2014, lanzamos 17 nuevos modelos de nuestra amplia gama de productos, que va de los vehículos comerciales (muchos de ellos producidos en el país) —camiones, buses y utilitarios— hasta los autos de alta gama. Renovamos así nuestra vocación de brindar a la sociedad la más innovadora movilidad, con grandes avances en la seguridad y en el cuidado del medioambiente. En esta publicación, ilustramos cada capítulo con interesantes datos sobre nuestros productos.

En cuanto a servicios, nuestra plataforma de carpooling corporativa [teneslugar.com](http://teneslugar.com) ya cuenta con más de 10.000 usuarios al sumarse cada vez más empresas a la red de compañías que ofrecen esta facilidad de movilidad sustentable a sus empleados.

Como leerán en el Reporte, nuestra mayor inversión social es la educación. Continuamos apoyando el acceso a la escolarización en la comunidad de Virrey del Pino, la Matanza, a través de nuestra Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio. También, impulsamos el desarrollo de nuevas tecnologías de transporte público junto al Instituto Tecnológico de Buenos Aires y desarrollamos programas de voluntariado que fomentan acciones de la mano de Instituciones expertas en trabajo social. Además, junto a la Fundación Laureus Sport for Good y el Smata apoyamos proyectos sociales que utilizan el deporte para ayudar a más de 1.750 chicos que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Sabemos que nuestra responsabilidad comienza desde adentro hacia afuera, con una sólida conducta ética en todas nuestras relaciones. Estamos convencidos de que solamente podemos lograr el éxito como empresa si actuamos en forma íntegra.

Espero que tengan una lectura placentera del Reporte. Les envío mis cordiales saludos.



Joachim Maier  
Presidente

## Carta del Director de Relaciones Institucionales

Estamos orgullosos de presentarles el cuarto Reporte de Sustentabilidad de Mercedes-Benz Argentina, publicación que nos brinda la valiosa oportunidad de integrar las distintas acciones que hemos llevado a cabo durante 2013 y 2014, y llegar a todos nuestros públicos.

Seguimos afianzando la estrategia de sustentabilidad, fundada en el diálogo con quienes componen nuestra cadena de valor y con una firme intención de contribuir a los desafíos globales de la sociedad: movilidad sustentable, reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, gestión energética eficiente y compromiso social.

A través de un trabajo continuo con representantes de las distintas áreas de nuestra empresa, desarrollamos un interesante análisis de los temas relevantes del negocio, los objetivos estratégicos y los temas detectados de importancias en los foros de discusión desarrollados con clientes, concesionarios, proveedores y representantes de la comunidad. Como resultado de este proceso, además de un excelente aprendizaje, conseguimos orientar mejor el foco en los aspectos prioritarios en Argentina, tales como: impacto ambiental de nuestra planta y de nuestros vehículos, Compliance e integridad, movilidad sustentable, seguridad vial, entre otros.

Este año, hemos dado un gran paso en la comunicación de nuestro desempeño económico, social y ambiental, utilizando la guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI). Destacamos que esta mejora no significa solamente un avance con respecto a nuestro Reporte anterior en cuanto al contenido, sino que además nos ha posibilitado fortalecer nuestra estrategia de gestión sustentable.

Nuestro reporte constituye un espacio para dar a conocer el impacto de los vehículos en la vida diaria de todas las personas, y también como una herramienta de diálogo con nuestros grupos de interés.

Los invitamos a leer este Reporte en formato digital, donde ofrecemos un canal de comunicación directo para enviarnos sus opiniones y consultas.

Agradecemos a nuestros colaboradores, clientes, concesionarios, proveedores y comunidad en general por su cercanía y confianza.



**Gustavo Castagnino**  
Director de Relaciones  
Institucionales



# Acerca de Daimler y Mercedes-Benz

Somos parte del Grupo Daimler, que opera en todo el mundo con plantas productoras en Europa, América, Asia y África, vendiendo vehículos y servicios en casi todo el mundo. En 2014, vendió más de 2,5 millones de vehículos, empleando a más de 279.000 personas alrededor del mundo, generando ingresos totales de 129.872 millones de euros, además fortaleció su posición de liderazgo en aspectos de seguridad, eficiencia de combustible y conducción autónoma.

Nuestros vehículos se ven a diario en la Sociedad, a través de automóviles particulares, utilitarios comerciales, colectivos de líneas urbanas e interurbanas y camiones de carga.



## 17 modelos

Entre 2013 y 2014, lanzamos 17 nuevos modelos de automóviles, vans y camiones.

## > 60% producción

En 2014 iniciamos un plan de inversión en el Centro Industrial para la producción de la VITO, nuestra nueva Van mediana, e incrementar un 60% la producción de la Sprinter.



## Servicio integral

A través de Mercedes-Benz Financiera y Círculo Mercedes-Benz, brindamos un servicio integral para que cada vez más argentinos puedan acceder a un vehículo de nuestra marca.



Dos de nuestros vehículos fueron premiados en Argentina por sus cualidades de equipamientos y principalmente por aspectos de seguridad.

## 250.000 Sprinters

En 2014 celebramos la producción en el Centro Industrial de la Sprinter número 250.000.



# Grupo Daimler en el Mundo

GRI G4-3, GRI G4-5, GRI G4-6, GRI G4-7

Con más de 125 años de trayectoria, Daimler AG está situada en Stuttgart, Alemania. Su negocio principal es el desarrollo, la producción y la venta de automóviles, camiones, buses y vans para todo el mundo a través del Grupo Daimler.

Como creadores del automóvil, sus fundadores, Gottlieb Daimler y Carl Benz, la han convertido en una de las empresas más exitosas a nivel global, al punto de que figura entre los principales productores de vehículos *premium*. Sus divisiones de negocios son: Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses y Daimler Financial Services.

El Grupo Daimler opera a nivel internacional, con plantas productoras en Europa, América, Asia y África, vendiendo vehículos y servicios en casi todo el mundo. En 2014, se avanzó a nivel global, haciendo foco en el crecimiento absoluto de todas las divisiones, sumando programas de mejoramiento y eficiencia. El grupo vendió durante el año más de 2,5 millones de vehículos, empleando más de 279.000 personas alrededor del mundo, generando ingresos totales por 129.872 millones de euros.

El grupo fortaleció su posición de liderazgo en aspectos de seguridad, eficiencia de combustible, y conducción autónoma.

## ¿Sabías qué?

Desde sus inicios, en 1886, Gottlieb Daimler y Carl Benz buscaron brindar soluciones de movilidad desarrollando en Alemania sus propios motores de combustión interna, muy parecidos entre sí. La fusión de ambas empresas se produjo recién en 1926, cuando decidieron aunar fuerzas para poner en marcha un negocio de magnitud internacional. A pesar del tiempo transcurrido, el lema de Daimler sigue vigente hasta hoy y es el sostén de la filosofía de la empresa: "Lo mejor o nada".

## Nuestras marcas a nivel global

### Mercedes-Benz Automóviles



### Daimler Camiones



### Mercedes-Benz Vans



### Daimler Buses



### Servicios financieros



# Mercedes-Benz Argentina

Mercedes-Benz Argentina S.A. es una filial de Daimler AG, siendo la primera fábrica en instalarse fuera de Alemania, en 1951. Contamos con una planta industrial localizada en Virrey del Pino, Partido de la Matanza, Provincia de Buenos Aires. Es un centro de alta tecnología para la fabricación de vehículos comerciales denominado “Centro Industrial Juan Manuel Fangio”.

En el mismo predio funciona la “Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio” y un polo educativo para la zona. También contamos con oficinas en la ciudad de Buenos Aires, donde operan las áreas administrativas, Mercedes-Benz Financiera y Círculo Mercedes-Benz. Además, tenemos un centro de capacitación en la localidad de Tortuguitas, Provincia de Buenos Aires.

En la actualidad, el Centro Industrial Juan Manuel Fangio tiene tres líneas de producción: una destinada a la fabricación de la Sprinter, otra centrada en la fabricación de chasis para buses y camiones, y, finalmente, una línea destinada a la producción del nuevo utilitario (VITO). Si bien nuestras operaciones se desarrollan en el país, la comercialización de nuestros productos y servicios abarca tanto el mercado nacional como algunos mercados extranjeros.

Para alcanzar la excelencia en nuestras operaciones, la estructura operativa de la Compañía se encuentra desarrollada en las siguientes Unidades de Negocio:

- **Mercedes-Benz Automóviles:** Comercialización de automóviles de alta gama.
- **Mercedes-Benz Buses:** Comercialización de chasis de buses para el mercado local.

## ¿Sabías qué?

Un paso adelante en materia de tecnología e innovación es la gama de camiones pesados Axor de hasta 20 toneladas de Mercedes-Benz, que ahora tiene un exponente con caja automatizada de serie y un nuevo eje trasero con un significativo ahorro de combustible (aproximadamente un 5%), entre otras ventajas como el confort y la seguridad. Además, el nuevo Axor presenta todo lo que un camión de este nivel necesita para distinguirse como uno de los más seguros de su segmento.

- **Mercedes-Benz Manufactura:** Producción de vehículos comerciales de segmento vans para el mercado local e internacional.
- **Mercedes-Benz Camiones:** Comercialización de camiones para el mercado local.
- **Mercedes-Benz Vans:** Comercialización de vans para el mercado local.

## Plan de Inversiones en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio

GRI G4-DMA, GRI G4-2, GRI G4-13, GRI G4-EC7

Para la producción de nuevos modelos y la creación de más puestos de trabajo anunciamos el aumento de la inversión en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio a 220 millones de dólares para el período 2013-2015. Este incremento – de 50 millones de dólares- lo destinamos a mejorar la eficiencia y capacidad de nuestra producción y desarrollar obras civiles



## “Nuestra Planta en Argentina nos asegura la calidad Mercedes-Benz de la VITO.

Tenemos un equipo de trabajo excelente que junto con nuestros proveedores argentinos tienen gran profesionalidad. Este nuevo modelo será un gran referente en el mercado de utilitarios medianos en nuestro país y en América Latina.”

**Manuel Mantilla, Director de Marketing y Ventas de Mercedes-Benz Vans en Argentina**

y mayores de desarrollos de proveedores. Nos encontramos en plena ejecución del plan de inversión que consiste en la fabricación de 5 modelos de camiones y buses -ya lanzados al mercado-, además del nuevo utilitario mediano VITO, cuya presentación está programada para 2015.

Estos números confirman una vez más nuestra posición en Argentina como mayor fabricante de vehículos comerciales y uno de los principales empleadores de la región.

Con relación a lo que incluyen los 50 millones adicionales, inauguramos a comienzos de 2015 la nueva planta de producción de ejes pesados (destinada a buses y camiones), la cual había sido interrumpida en 1991 y que ahora recuperamos para la producción en Argentina, dentro del compromiso de localización asumido con el Gobierno Nacional. Esto implica una inversión de más de 10 millones de dólares que se suma al actual plan de inversiones en proveedores locales. Es una gran satisfacción la posibilidad de volver a producir, luego de más de veinte años, ejes de pesados en el país.

También para 2015 estamos invirtiendo 3 millones de dólares en la construcción de un nuevo banco de rodaje y frenado para la línea de camiones y de buses, con vistas al inicio de producción Euro V. Además, con una inversión superior a los 12 millones de dólares, se está trabajando en la ampliación del depósito de componentes y repuestos, sumando 7000 m<sup>2</sup> a los 15.000 existentes, una obra clave para hacer frente a la mayor producción esperada para los próximos años. Por último, ya se encuentra en plena construcción una nueva playa para descarga, almacenamiento, preparación y entrega de unidades. Con una inversión de más de 8 millones de dólares, la

nueva playa multiplicará por 10 la capacidad actual y contará con una superficie de 135.000 m<sup>2</sup>, equivalentes a 20 canchas de fútbol.

Además, seguimos trabajando en el Programa de regionalización de piezas y componentes estratégicos para los vehículos producidos en nuestra planta. Por otra parte, es importante destacar la excelente calidad y profesionalidad de los proveedores argentinos, a la altura de importantes competidores internacionales, lo que asegura la calidad Mercedes-Benz de la VITO.

## Marcas, Vehículos y Servicios

GRI G4-4, GRI G4-8, GRI G4-9

Contamos con una variada gama de marcas y vehículos para uso personal y comercial:

Automóviles	Sedán	Sports Tourer	Coupé	Cabrio/ Roadsters	Todo Terreno	smart
Modelos	Clase A	Clase B	Clase C	Clase SLK	Clase GL	City
Mercedes-Benz	Clase C		Clase CLA		Clase GLA	Passion
	Clase E		Clase CLS		Clase GLK	Coupé
	Clase S		Clase E		Clase M	Passion Cabrio
Modelos AMG	C63		C63	SLK55		
	CLS63		CLS63			
	E63		SLS			

Vans			
Sprinter	Furgón	Combi y Minibus	Chasis

Camiones	Actros	Axor	Atego	Atron	Accelo	Tradicionales
Modelos	1841	1933	1418	1624	915 C/37	L710/42
	2041	2035	1725	1634		
	2046	2040	2425	1720		
	2636	2831				
	2646					
	3336					
	3341					
	3344					
	4144					

Buses (chasis)	Minibuses	Urbanos	Interurbanos	Larga distancia
Modelos	LO915	OH 1618	OF 1418	O 500 RS
		OH 1718	OH 1518	O 500 RSD
		O 500 U	OF 1722	
		O 500 UA	O 500 M30	



### ¿Sabías qué?

La nueva generación de van mediana (VITO) se producirá en la planta de Virrey del Pino a partir de 2015, con el objetivo de convertirla en líder del segmento de las vans. Por dentro y por fuera, su calidad es superlativa y se trata de un utilitario moderno, sumamente confortable, óptimamente equipado, con gran versatilidad y acertadas propuestas de carrocería, tracción y motorización para satisfacer distintas necesidades del transportista. En materia de seguridad se destacan como novedad los *airbags* de cortina, que en el caso de la versión Tourer protegen al total de los pasajeros.



#### Nuestros servicios

Con la visión de *ser siempre la mejor opción*, brindamos una solución integral a la movilidad. Además de producir vehículos, ofrecemos servicios de asistencia como forma de dar al mercado la posibilidad de acceder a la compra de toda la gama de vehículos que comercializamos a través de nuestros concesionarios.

#### Servicios financieros:

- Mercedes-Benz Financiera
- Círculo Mercedes-Benz

#### Servicios de postventa

- MB Assistance 24 horas
- Talleres especializados con mano de obra calificada por Mercedes-Benz
- Repuestos originales y accesorios
- Service Plus: programa de mantenimiento para camiones y Sprinters

#### Capacitación permanente

- Asistencia y capacitación a flotas de vehículos comerciales
- Capacitación a concesionarios: ventas, postventa y gerenciamiento



“Un Mercedes-Benz Clase S contiene sistemas que requieren alrededor de 100 millones de líneas de código. El automóvil es probablemente el producto de tecnología más complejo hoy en día.

Una aplicación de iPhone consiste en alrededor de 50.000 líneas de código en promedio. El sistema operativo Android de Google cuenta con alrededor de 12 millones de líneas de código, y un Boeing 787 con 14 millones. Un Mercedes-Benz Clase S, sin embargo, contiene sistemas con 100 millones. Esto es equivalente a 1,8 millones de páginas de papel A4.”

**Dieter Zetsche – Presidente de Daimler AG**

## Innovación y Lanzamientos

Modelo	Fecha	Características <sup>(*)</sup>
<b>Clase C350</b>	Marzo 2013	Con más potencia, equipamiento y sistemas de seguridad
<b>Clase GLK</b>	Abril 2013	Con sistema avanzado de asistencia a la conducción
<b>Clase M</b>	Abril 2013	Equipado con un paquete completo de sistemas y medidas de seguridad activa y pasiva Emisiones: 199 g CO <sub>2</sub> /km
<b>Clase CLS</b>	Mayo 2013	Numerosas innovaciones tecnológicas, equipamiento y seguridad Emisiones: 159 g CO <sub>2</sub> /km
<b>Clase A</b>	Mayo 2013	Diseño sugestivo, alta eficiencia con las emisiones y el mejor coeficiente de resistencia aerodinámica Por cada unidad vendida, se hizo un aporte a Fundación Laureus, totalizando \$ 300.000 en 2013 Emisiones: 127 g CO <sub>2</sub> /km
<b>Clase E Coupé</b>	Junio 2013	Una técnica inteligente y eficiente y un equipamiento lujoso y confortable son expresión visible de un concepto optimizado Emisiones: entre 159 y 209 g CO <sub>2</sub> /km, según la versión
<b>Clase E Sedán</b>	Junio 2013	Se ha incrementado sensiblemente el confort, el nivel de equipamiento de alta calidad, la eficiencia y el placer de conducción, incluyendo nuevos sistemas de asistencia a la conducción Emisiones: 159 g CO <sub>2</sub> /km
<b>Sprinter Street 411</b>	Junio 2013	El modelo reúne todo el equipamiento, la seguridad y el diseño a un precio muy atractivo
<b>E 63 AMG</b>	Junio 2013	Se distingue por su gran eficiencia, su bajo consumo y las escasas emisiones Emisiones: 230 g CO <sub>2</sub> /km.
<b>Clase GL</b>	Agosto 2013	Establece nuevos parámetros en cuanto a confort, dinamismo, seguridad, elegancia y eficiencia Emisiones: 262 g CO <sub>2</sub> /km
<b>SLK 55 AMG</b>	Septiembre 2013	Combinación de dinamismo, deportividad, alta tecnología y bajo consumo, bajo el lema de "Driving Performance" Emisiones: 195 g CO <sub>2</sub> /km
<b>Clase CLA</b>	Noviembre 2013	Con el mejor coeficiente aerodinámico del mundo y un diseño vanguardista. Obtuvo la máxima puntuación (cinco estrellas) en las pruebas de choque del consorcio Europeo de seguridad EuroNCAP y el premio "Crash Test" 2014 en la categoría "Auto grande", en la 8ª edición de "Los autos más seguros" organizada por CESVI Emisiones: entre 127 y 142 g CO <sub>2</sub> /km, según la versión
<b>Clase S</b>	Noviembre 2013	Concebido según los ejes de desarrollo "Conducción inteligente", "Tecnología eficiente" y "Esencia del lujo", Recibió el premio "Crash Test" 2014 en la categoría "Excelencia en seguridad", en la 8ª edición de "Los autos más seguros" organizada por CESVI Emisiones: 199 g CO <sub>2</sub> /km
<b>Sprinter Silver Edition</b>	Marzo 2014	Se suma a la amplia familia de utilitarios que se producen en nuestro Centro Industrial, con sistemas de velocidad crucero
<b>Axor 2035</b>	Marzo 2014	Con un aumento considerable en el rendimiento mecánico de la transmisión, optimiza el consumo de combustible y mejora la calidad de conducción. También se destaca el confort que percibe el chofer
<b>Sprinter Fest!</b>	Septiembre 2014	Lanzada en el marco de los festejos por la producción de la Sprinter número 250.000, es una edición especial de la cual se producen 90 unidades
<b>Clase GLA</b>	Noviembre 2014	Es manejable en ciudad, ágil en rutas secundarias y de montaña y dinámico y eficiente en autopista. Además, cuenta con equipamiento de alta calidad, acabado de precisión en todos sus detalles y flexibilidad de habitáculo Emisiones: entre 135 y 151 g CO <sub>2</sub> /km, según la versión

(\*) El cálculo de las emisiones de CO<sub>2</sub> en vehículos comerciales varía según la carga.

## Nuestros Vehículos en la Sociedad

Diariamente, por las calles y las rutas del país circula la amplia gama de nuestros productos:

- Automóviles para uso personal o familiar
- smart: nuestro vehículo ícono en términos de movilidad sustentable
- Automóviles para uso comercial
- Colectivos urbanos, interurbanos y de larga distancia
- Camiones para transporte de mercaderías
- Vans para transporte de mercaderías
- Vans para transporte de personas
- Vans para logística
- Ambulancias
- Camiones de bomberos

🌐 Ver video en: [www.mercedes-benz.com.ar](http://www.mercedes-benz.com.ar)

Cada vehículo con la estrella en su frente tiene una característica distintiva: Calidad, Solidez, Confiabilidad y Respuesta a las necesidades de los clientes.



### ¿Sabías qué?

Todas las Sprints que vendemos son fabricadas con mano de obra argentina y bajo los mismos estándares de calidad que en Alemania, donde la producción es más robotizada. Esta forma de producción más artesanal nos permite ser una planta flexible a la hora de adaptarnos a las distintas necesidades de cada cliente.

## Performance del negocio

GRI G4-DMA, GRI G4-2, GRI G4-EC1, GRI G4-EC4, GRI G4-8

El 2014 ha sido un gran año, ya que por primera vez, nos consagramos líderes en todos los segmentos de mercado: Automóviles Premium (con 30,2% de market share); Vans (con 34,1%); Camiones (con 28,1%); Buses (con 70%).

Además, luego del éxito de la Sprinter “Silver Edition”, festejamos la fabricación de la Sprinter número 250.000 con una nueva edición especial: la Sprinter Fest, al mismo tiempo que también celebramos la fabricación de 185.000 camiones.

Como perspectivas para 2015, con las ventas al exterior de los modelos VITO y Sprinter, incrementaremos el volumen de exportaciones en dos años, lo que representa un significativo ingreso de divisas para el país. El modelo VITO tendrá su foco de exportación en América Latina y la Sprinter, con su volumen adicional, mantendrá su tradicional presencia en la región.

En cuanto a camiones y buses, con la ejecución de la nueva planta de producción de ejes pesados, se logra un recupero para la industria nacional, dentro del compromiso de localización asumido con el Gobierno Nacional.

En el siguiente cuadro, exponemos las principales magnitudes del desempeño económico a través del cuadro de Valor Económico directo Generado y Distribuido (VEG+D), propuesto

por la guía GRI, con el fin de reflejar el modo en que creamos valor económico para nuestros grupos de interés.

#### Valor económico directo<sup>(\*)</sup>

Valor económico generado	GDI	2014	2013	2012	2011
Ventas de bienes y servicios	Clientes	9.389	9.575	6.091	5.597
Ingresos por inversiones financieras y venta de activos		91	132	16	20
<b>Total valor económico generado</b>		<b>9.480</b>	<b>9.707</b>	<b>6.107</b>	<b>5.618</b>

Valor económico distribuido	GDI	2014	2013	2012	2011
Costos operativos	Proveedores	7.321	7.516	5.008	4.602
Salarios y beneficios	Colaboradores	896	664	535	377
Pagos a proveedores de capital	Accionistas y Bancos	210	318	153	63
Pagos al gobierno por tasas e impuestos, entre otros	Gobierno	457	722	302	357
Inversión social	Comunidad	14	10	6	5
<b>Total valor económico distribuido</b>		<b>8.898</b>	<b>9.230</b>	<b>6.004</b>	<b>5.404</b>

<b>Valor Económico Retenido</b>	<b>582</b>	<b>477</b>	<b>103</b>	<b>214</b>
---------------------------------	------------	------------	------------	------------

<sup>(\*)</sup>La información se presenta en millones de pesos argentinos y surge de los Estados Contables de Mercedes-Benz Argentina S.A. al 31 de diciembre de 2014, presentados en forma comparativa con 2013 y auditados por KPMG. No se recibieron ayudas económicas por parte de entes del Gobierno.

#### Premiaciones y Reconocimientos Recibidos

Durante el transcurso del período, hemos recibido premios y reconocimientos en diversas categorías, los cuales son un orgullo para nosotros, ya que reflejan la excelencia y la calidad de nuestros productos y la labor diaria de nuestros empleados.

	2014	2013	2012	2011
Ranking Premio Randstad <sup>(**)</sup>	1°	1°	(*)	(*)
Ranking Merco (100 empresas con mejor reputación de la Argentina)	7°	9°	11°	27°
Ranking Merco (ranking sectorial-automotriz)	1°	2°	2°	4°
Ranking Merco (100 empresas más atractivas para trabajar en el país)	11°	(*)	(*)	(*)
Ranking de Prestigio CEOP	8°	7°	8°	7°
Ranking Apertura "Las 100 mejores empresas en imagen"	27°	15°	16°	20°
Ranking Apertura "Las 50 marcas top"	(*)	7°	6°	(*)
Ranking Apertura "Mejores empleadores" (empresas de más de 1.000 empleados)	32°	(*)	32°	38°
El Olimpo de las marcas de la revista Mercado (en camiones y utilitarios)	6°	15°	5°	7°
Top ten de "Best Global Brands"	10°	11°	(*)	(*)

<sup>(\*)</sup> No se realizó o no se participó del ranking en dicho año.

- **El Centro de Experimentación y Seguridad Vial (CESVI)** de Argentina nos entregó, en 2013, el premio de Oro por el renovado Clase B de Mercedes-Benz, que se impuso por conservar un altísimo equipamiento y una estructura de máxima protección. En 2014, fuimos premiados en la 8ª edición de "Los autos más seguros" con dos estatuillas del "Crash Test": el CLA recibió el premio en la categoría "Auto grande" y el Clase S fue premiado en la categoría "Excelencia en seguridad" con un puntaje perfecto.

- **El Foro Ecuménico Social** nos otorgó el premio al Emprendedor Solidario XIII, en la categoría "Educación-Empresas", por la labor de nuestra Escuela Técnica Fundación Fangio.

- **La Fundación Cimientos** nos reconoció por acompañarlos en el programa de becas y contribuir a la mejora de los procesos de aprendizaje de niños y jóvenes de bajos recursos socioeconómicos de la Argentina.

- **En los Premios Randstad 2013**, Mercedes-Benz Argentina ocupó la primera ubicación entre las empresas más atractivas para los trabajadores. En 2014, en el marco de la 2ª edición de los Randstad Awards, nuevamente ocupamos el primer lugar, recibiendo el premio *Employer Branding*, el más reconocido a nivel mundial.

- **La Revista Apertura** reconoció a las 50 compañías "green friendly" de nuestro país, entre las que destacó a Mercedes-Benz Argentina.

- Según el estudio realizado por **SocialBakers** en 2014, nos ubicamos entre las 4 automotrices con mayor crecimiento en las redes sociales.

Compromiso con Iniciativas en Sustentabilidad  
y Participación en Asociaciones Comerciales y del Sector  
GRI G4-15, GRI G4-16

Participamos de diferentes asociaciones y cámaras comerciales, y, también, de iniciativas en materia de sustentabilidad:

Organización	Interlocutor de Mercedes-Benz	Participa en el Órgano de Gobierno	Participa en Grupo de trabajo o Comité	Aportes
ADEFA (Asociación de Fabricantes de Automotores)	Varias áreas	✓	✓	✓
AFIMA (Asociación de Financieras de Marcas Automotrices)	Mercedes-Benz Compañía Financiera	✓	✓	✓
AGUERA (Asociaciones de Grandes Usuarios de Energía)	Mantenimiento	-	-	✓
AHK (Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana)	Presidencia y otras áreas	✓	✓	✓
ALA (Asociación de Leasing de Argentina)	Mercedes-Benz Compañía Financiera	-	-	✓
AMCHAM (Cámara de Comercio de los Estados Unidos)	Relaciones Institucionales	-	✓	✓
CAPA (Cámara de Planes de Ahorro)	Círculo Mercedes-Benz	✓	✓	✓
CERA (Cámara de Exportadores de la República Argentina)	Relaciones Institucionales	-	-	✓
IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria)	Varias áreas	-	-	✓
IDEA (Instituto para Desarrollo Empresario Argentina)	Varias áreas	-	-	✓
UAP (Unión Argentina de Proveedores del Estado)	Ventas especiales	-	-	✓
UIA (Unión Industrial Argentina)	Varias áreas	-	✓	✓
Pacto Global de Naciones Unidas	Varias áreas	-	-	✓

Servicios financieros -  
Mercedes-Benz Compañía  
Financiera Argentina  
GRI G4-DMA, GRI G4-4, GRI G4-8, GRI G4-EC8

Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina S.A. está presente en el mercado argentino de financiamiento, para dar apoyo a Mercedes-Benz Argentina y a la Red de Concesionarios, en cada rincón del país, brindando un servicio integral con productos prendarios, leasing y seguros.

Ofrecemos planes de financiación que abarcan una gama de productos que cubren las necesidades del mercado, lo que nos convirtió en la opción más utilizada para las compras financieras de ómnibus, camiones, utilitarios y autos de la marca en el país. Brindamos flexibilidad en nuestros productos, adaptándolos a las necesidades del cliente final, además de un servicio de administración que nos diferencia.

Gestión del negocio en 2013 y 2014

En noviembre de 2013, alcanzamos un récord de portafolio de 2.000 millones de pesos, logro que se suma al de ser el servicio financiero N° 1 del mercado. Somos la primera opción financiera para los clientes en cada segmento. Este récord es producto de un crecimiento de más del 50%, de la cartera en solo 12 meses, resultado de los récords de ventas en

campañas conjuntas y de penetración en el mercado. También, fue acompañado por otros récords, como el obtenido en abril y agosto de 2013, en el que logramos la mayor colocación de bonos de nuestra historia, con 150 millones de pesos y 143 millones de pesos, respectivamente.

Este éxito fue consecuencia de la responsabilidad de continuar trabajando con los mejores estándares de calidad y de eficiencia, renovando los procesos internos y asegurando los mejores servicios para clientes y concesionarios.

En 2013 lanzamos Fast Credit 2.0, una aplicación crediticia online que otorga el “aprobado” en el momento, y es una herramienta de gran aceptación por nuestros concesionarios y clientes finales.

El 2014 estuvo marcado por importantes cambios a nivel macroeconómico, comenzando en enero con una devaluación del 23% de la moneda. Bajo este contexto, la Compañía lanzó programas de financiación a tasa variable y programas flexibles, de manera tal de acompañar en el crecimiento a nuestros clientes y concesionarios. Si bien no fue un año marcado por récords de ventas, lo fue en la mejora de procesos y en la rapidez de respuesta a las necesidades de nuestros clientes.



Logramos cerrar el año con un portafolio por encima de los 1,8 mil millones. En noviembre de 2014, alcanzamos un récord histórico de 97% en el Customer Satisfaction Index (CSI), que mide la satisfacción general experimentada por clientes, producto de los servicios brindados.

En 2014, una de las iniciativas clave, para nuestros procesos internos y su digitalización fue el mejoramiento del Portal de Autogestión Digital (PAD), que es nuestro portal de autoservicio para clientes y concesionarios en Argentina. Las mejoras resultaron en una mayor aceptación de los usuarios, llegando a aproximadamente 2.500 transacciones, que implica una reducción del 30% de las llamadas al Centro de Atención a Clientes.

Por último, pero no menos importante, todo se basa en las personas que trabajan para que alcancemos estos logros y que, además, se refleja en el resultado récord de la encuesta GPTW (Great Place to Work), con un 98% de satisfacción de los empleados de Mercedes-Benz Financiera en 2013 y uno de los más altos resultados en la encuesta en 2014.

### Círculo Mercedes-Benz - Plan de Ahorro

Desde 1978, brindamos a los clientes el servicio de plan de ahorro a través de Círculo Mercedes-Benz. Es una herramienta que le permite a muchos clientes tener la posibilidad de acceder a un Mercedes-Benz para su uso personal o para su actividad comercial, siendo —en muchos casos— el único medio para obtener nuestros vehículos con cuotas más accesibles.

Ofrecemos la manera más simple y rápida de subirse a un vehículo de la marca, con el mejor servicio de atención, asesoramiento y absoluta transparencia en nuestros procedimientos.

Durante 2014, suscribimos más de 2.000 contratos y se facturaron más de 1.600 unidades por plan de ahorro, lo que representa casi un 20% de la facturación total de unidades.

Al cierre del año, la cartera de operaciones administradas registró 6.719 contratos activos, con la siguiente composición:

Cartera	2014	
	Cantidad	%
Autos Mercedes-Benz & smart	528	8%
Buses	512	8%
Camiones	1.699	25%
Vans	3.980	59%
<b>Total</b>	<b>6.719</b>	<b>100%</b>

# Gestión Sustentable

GRI G4-DMA, GRI G4-2, GRI G4-14, GRI G4-15, GRI G4-56

Daimler es una empresa abierta que se involucra activamente en diálogos de sustentabilidad para responder a los requerimientos de los grupos de interés internos y externos. La Gestión Sustentable de nuestro negocio está orientada a la creación de valor en lo económico, social y ambiental. Nos posicionamos como empresa de buenas prácticas de ciudadanía corporativa, sobre la base de nuestros valores, además del diálogo transparente con nuestros grupos de interés.

## Diálogo

En el marco del Programa “Clientes para Siempre” realizamos 2 encuentros de diálogo, con clientes de flota, concesionarios y 68 empleados, moderados por Joachim Maier, Presidente de Mercedes-Benz Argentina.

## 2020

Junto con nuestra casa matriz, el grupo Daimler, nos alineamos a la estrategia global de energía 2020.



En 2014 iniciamos nuestros encuentros de diálogo con grupos de interés, en cuestiones de Sustentabilidad.

## 4°

Somos el cuarto país, fuera de Alemania, en realizar los diálogos de Sustentabilidad del Grupo Daimler a nivel global.



Realizamos 4 focus groups, con la participación de 40 personas, representando a empleados, medios de comunicación, diversas ONG, proveedores, concesionarios, clientes y universidades.

En Argentina, adherimos al Pacto Global de las Naciones Unidas, alineados a Daimler, quienes fueron pioneros en seguir estos principios, e integran el Grupo LEAD de esta iniciativa.





Misión, Visión y Valores

**Misión**

Ofrecer una experiencia automotriz única y apasionante.

**Visión**

Siempre ser la mejor opción.

**Valores**

**Pasión.** Somos flexibles, capaces de aprender y de dar todo de nosotros. Nuestro espíritu de liderazgo se sustenta en nuestra capacidad de innovación y en nuestra predisposición de cambiar.

**Respeto.** Tratamos con agradecimiento y respeto a nuestros colegas, clientes, proveedores y socios. Confiamos los unos en los otros de forma individual y colectiva, actuando como un equipo y viendo a la diversidad como una oportunidad.

**Integridad.** Nuestro comportamiento se basa en la honradez, el juego limpio y la confianza. Nuestra conducta se rige por las más estrictas normas éticas, siempre y en todo lugar. Cumplimos con nuestra palabra, valorando positivamente cualquier relación basada en la confianza mutua.

**Disciplina.** Nos centramos en los resultados, buscando soluciones con determinación y tenacidad para conseguirlos. Centramos nuestros esfuerzos en aquellos problemas cruciales y ponemos en práctica soluciones con rapidez. Aceptamos las soluciones tomadas y, con ello, los plazos acordados.

La Gestión Sustentable de nuestro negocio está orientada a la creación del valor en lo económico, social y ambiental. Queremos posicionarnos como empresa de buenas prácticas de ciudadanía corporativa, sobre la base de nuestros valores, y alineados en pilares que atraviesan transversalmente todas las operaciones y áreas de la Compañía.

En este sentido, proponemos incentivar la concientización acerca de la importancia de un negocio sustentable. Como herramienta fundamental, ampliamos los espacios de diálogo con los grupos de interés de manera permanente. Apoyar diversas iniciativas locales e internacionales vinculadas con el desarrollo sustentable, entre las cuales podemos destacar:

- Nos reunimos con nuestros grupos de interés para conocer su opinión sobre Mercedes-Benz y sobre la sustentabilidad. Hemos desarrollado 6 diálogos de sustentabilidad con la participación de 68 personas, representando a empleados, medios de comunicación, diversas ONG, proveedores, concesionarios, clientes y universidades.
- Realizamos junto a la Fundación Manos Verdes un diálogo sobre temas ambientales en la comunidad cercana a la fábrica, del que participaron escuelas y el Municipio.
- Lanzamos la campaña de promoción del cuidado del medioambiente: #GreenStrategy.
- Fortalecimos luego de 14 años la donación de papel en el Centro Industrial junto a la Fundación Garrahan.
- Patrocinamos la presentación del Global Reporting Initiative de la nueva guía G4 en Buenos Aires.
- Lanzamos como miembros fundadores del Centro Universitario Argentino-Alemán (CUAA-DAHZ), carreras binacionales en pos del desarrollo de innovación en torno a temas de impacto ambiental como energía renovable, etc.
- Patrocinamos el evento del IARSE: Sustentabilidad a través de la cadena de valor.
- Desarrollamos un acuerdo con el ITBA para el desarrollo de un bus híbrido hidrógeno-eléctrico y donamos material didáctico para el nuevo desarrollo en tecnologías de transporte green friendly.
- Apoyamos los encuentros organizados por la revista *Ecomanía*.

#### ¿Sabías qué?

En 2015, nos hemos adherido al Pacto Global de las Naciones Unidas, apoyando los diez principios referentes a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medioambiente, y la Lucha contra la Corrupción. Esta iniciativa internacional, es la más amplia en materia de desarrollo sustentable, buscando que las organizaciones adheridas apoyen y desarrollen estos principios, como parte de la estrategia, cultura, y actividades cotidianas de la organización y de su esfera de influencia.



## LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS

### Derechos Humanos

**Principio 1:** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

**Principio 2:** Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

### Estándares laborales

**Principio 3:** Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

**Principio 4:** Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

**Principio 5:** Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

**Principio 6:** Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

### Medioambiente

**Principio 7:** Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.

**Principio 8:** Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

**Principio 9:** Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

### Anticorrupción

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

## Objetivos y Desafíos

Definimos objetivos que marcan nuestros desafíos comunes. Cada empleado contribuye desde su puesto y su área con el éxito de la compañía y la satisfacción de nuestros clientes. Somos un equipo de trabajo talentoso y comprometido.

Objetivos 2013	Cumplimiento
1. Alcanzar las metas planificadas de crecimiento sustentable.	Cumplido
2. Incrementar la productividad y eficiencia de la planta.	Cumplido
3. Cumplir con los estándares de calidad establecidos para el Proyecto VITO.	Cumplido <sup>(1)</sup>
4. Cumplir con los objetivos de calidad (CPA y BPA).	Cumplido
5. Lanzar 5 nuevos modelos de producción local de Buses & Trucks, que representarán la mayor parte de las ventas locales.	Cumplido
6. Alcanzar las metas de participación de mercado planificadas por cada unidad de negocio.	Cumplido
7. Introducir con éxito el nuevo Clase A y demás modelos del Proyecto MB Attack.	Cumplido
8. Promover la venta de servicios de postventa y mantener los altos estándares de calidad y la satisfacción del cliente.	Cumplido
9. Contribuir al crecimiento sustentable de ventas de vehículos, utilizando los productos financieros ofrecidos por Mercedes-Benz Financiera y Círculo Mercedes-Benz.	Cumplido
10. Generar un equipo motivado con sentido de pertenencia.	Cumplido
Objetivos 2014	Cumplimiento
1. Asegurar los objetivos de Customer Dedication, enfocados al cliente.	Cumplido
2. Maximizar nuestra participación de mercado, buscando siempre el liderazgo.	Cumplido
3. Alcanzar las metas planificadas de crecimiento sustentable.	Cumplido
4. Mantener la productividad y eficiencia de la planta y del MPC.	Cumplido
5. Cumplir con los estándares de calidad establecidos para el Proyecto VITO.	Cumplido <sup>(1)</sup>
6. Asegurar los objetivos de calidad.	Cumplido
7. Lograr la nacionalización de piezas de acuerdo con los objetivos fijados en los proyectos VITO y Foot Print LA (step 2).	En proceso
8. Promover la venta de servicios de postventa, manteniendo los altos estándares de calidad y la satisfacción del cliente.	Cumplido
9. Contribuir al crecimiento sustentable de ventas de vehículos, utilizando los productos financieros de Mercedes-Benz Financiera y Círculo Mercedes-Benz.	En proceso
10. Promover un equipo profesional, altamente identificado con los valores de la Compañía.	Cumplido

<sup>(1)</sup>La producción del proyecto iniciará en diciembre de 2015, pero se encuentra todo en condiciones óptimas dando cumplimiento con el objetivo.



### ¿Sabías qué?

A principios de 2015, apoyamos el objetivo estratégico de Daimler de realizar el primer Diálogo de Sustentabilidad de Daimler con stakeholders en Latinoamérica, liderado por la Dra. Hohmann-Dennhardt, Miembro de la Junta Directiva de Daimler AG y máxima directiva de Sustentabilidad a nivel global.



Estrategia 2020

En la estrategia global de energía y clima de la Unión Europea se actualizaron los objetivos a 2020, para los cuales continuaremos trabajando desde Daimler y Mercedes-Benz Argentina sumando nuestro esfuerzo y nuestra participación. Para trabajar articuladamente a nivel local, en 2015 creamos el Energy Team.

Campos	Formulación del Objetivo	2020
Emisiones de gases de efecto invernadero	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero de la EU (comparado con 1990)	- 20%
Energía renovable	Incremento de la participación de la energía renovable en el consumo final de energía europea	20%
Eficiencia energética	Aumento de la eficiencia energética (disminución en consumo de energía primaria)	20%

Diálogo con los Grupos de Interés

GRI G4-18, GRI G4-24, GRI G4-25, GRI G4-26, GRI G4-27, GRI G4-37, GRI G4-45

Mapeamos y clasificamos a nuestros grupos de interés a través de un análisis desarrollado sobre la base de la guía AA1000SES de Accountability y del Global Reporting Initiative. Este análisis abarcó distintas dimensiones, como responsabilidad, influencia, cercanía, y representación, entre otras variables. Los principales grupos de interés que surgieron de este trabajo son:



“Los encuentros de diálogo de sustentabilidad con los distintos grupos de interés

nos brindan la oportunidad de entender los desafíos de sustentabilidad en los mercados que operamos. Son una vital forma de analizar nuestro enfoque de gestión sobre temas específicos que luego trabajamos a través de los representantes de las áreas.”

Josefina Furlong, Responsable de RSE

GRUPO DE INTERÉS	Quiénes lo componen	Canales de comunicación
EMPLEADOS	Empleados jerárquicos, especialistas y jornalizados (tanto de fábrica como de casa central).	Reuniones, encuentros informativos, desayunos, revista interna, carteleras, e-mailings, Intranet, redes sociales.
CLIENTES	Clientes en general, clasificados por productos y servicios.	Revista Institucional y Mi Mercedes, eventos, e-mailings, call center, encuestas, redes sociales.
PROVEEDORES	Proveedores por compras productivas, compras anexas y no productivas, tanto de bienes y como de servicios.	Plataforma de sistemas específicos, reuniones, visitas regulares.
CONCESIONARIOS	La red de concesionarios de terceros que distribuyen nuestros productos y servicios.	Reuniones con la Cámara de Concesionarios, workshops anuales y revista Mundo Benz, extranet, e-mailings, reuniones.
ACCIONISTAS	Daimler AG y las otras compañías del Grupo Daimler.	Reuniones de Asamblea y reportes gerenciales directos.
COMUNIDADES, MEDIOS, UNIVERSIDADES Y OTROS	Comunidades vecinas a la planta, la comunidad en general, asociaciones sin fines de lucro con las cuales trabajamos, universidades, y medios especializados, entre otros.	Eventos de RSE, reuniones de diálogo, visitas de relevamiento, conferencias, e-mailings.
ORGANISMOS DE CONTROL	Autoridades gubernamentales, nacionales, provinciales y municipales y otros organismos de contralor.	E-mailings, reuniones.
SINDICATOS	Organizaciones sindicales que representan a nuestros empleados.	Reuniones periódicas.

En Mercedes-Benz Argentina creemos que es importante escuchar distintas opiniones y puntos de vista. Por eso, estamos abiertos al diálogo permanente con nuestros grupos de interés.

Los canales de comunicación con cada grupo son usados frecuentemente, y los temas que surgen a través de ellos, son evaluados por las áreas correspondientes, y son quienes implementan las mejoras en caso de corresponder.

También, utilizamos las redes sociales como otra forma de relacionarnos. Además de nuestra página web: [www.mercedes-benz.com.ar](http://www.mercedes-benz.com.ar), tenemos presencia en:

**f Perfil de Mercedes-Benz en Facebook (252.660 seguidores):**  
[facebook.com/MercedesBenz.Argentina](https://facebook.com/MercedesBenz.Argentina)

**in Perfil de Mercedes-Benz en LinkedIn (9.657 seguidores):**  
[linkedin.com/company/mercedes-benz-argentina?trk=top\\_nav\\_home](https://linkedin.com/company/mercedes-benz-argentina?trk=top_nav_home)

**▶ Canal de Mercedes-Benz en YouTube (16.346 seguidores):**  
[youtube.com/MercedesBenzArg](https://youtube.com/MercedesBenzArg)

**🐦 Cuenta de Mercedes-Benz en Twitter (8.460 seguidores):**  
[twitter.com/MercedesBenzArg](https://twitter.com/MercedesBenzArg)

**🌐 Página web de smart:**  
[www.smart.com.ar](http://www.smart.com.ar)

**f Perfil de smart en Facebook (1.896.824 seguidores):**  
[facebook.com/mundosmart](https://facebook.com/mundosmart)

**▶ Canal de smart en YouTube (323 seguidores):**  
[youtube.com/smartArgentina](https://youtube.com/smartArgentina)

**🐦 Cuenta de smart en Twitter (5.142 seguidores):**  
[twitter.com/smartArg](https://twitter.com/smartArg)

### Diálogos por el Reporte de Sustentabilidad

Como parte del proceso de este Reporte de Sustentabilidad, iniciamos nuestros diálogos con los grupos de interés; específicamente, por cuestiones de Sustentabilidad y Reporte y para relevar sus inquietudes y expectativas. Para entablar diálogo, utilizamos las directrices AA1000SES de Accountability, que definen los lineamientos, objetivos, alcance y categorías de grupos de interés.

Durante el último año, realizamos una serie de encuentros, enfocados en cuestiones que hacen a nuestra gestión en Sustentabilidad y a la identificación de temas para evaluar en los contenidos de este Reporte.

- Realizamos 4 focus groups, con la participación de 40 personas, representando a empleados, medios de comunicación, diversas ONG, proveedores, concesionarios, clientes y universidades. Todos estos encuentros fueron moderados por el Director de Relaciones Institucionales.

- También, realizamos 2 encuentros, dentro del programa “Clientes para siempre”, donde clientes de flota y concesionarios dialogaron con 68 empleados de todas las áreas. Estos encuentros fueron moderados por Joachim Maier, Presidente de Mercedes-Benz Argentina.

# Ética e Integridad

Estamos convencidos de que la integridad en los negocios conduce al éxito a largo plazo. Por eso generamos una cultura corporativa basada en la integridad, para la creación de valor. Consideramos que esta actitud debe ser compartida por todos nuestros empleados y, también, por todos nuestros socios comerciales.

## +33.000

En 2014 se lanzó el juego interactivo online “Monster Mission” en temáticas de Compliance con el objeto de reflexionar sobre distintas situaciones a las que nos enfrentamos en nuestro trabajo diario. Participaron más de 33.000 empleados de 47 países a nivel global.

## 8 Workshops

En 2014 coordinamos 8 workshops para distintas áreas, con la participación de los especialistas en Compliance locales y del exterior del grupo Daimler, para entrenar en aspectos de transparencia.



Constantemente realizamos actividades, diálogos y workshops de Integridad con empleados y Directores, en el marco de trabajo del grupo Daimler.



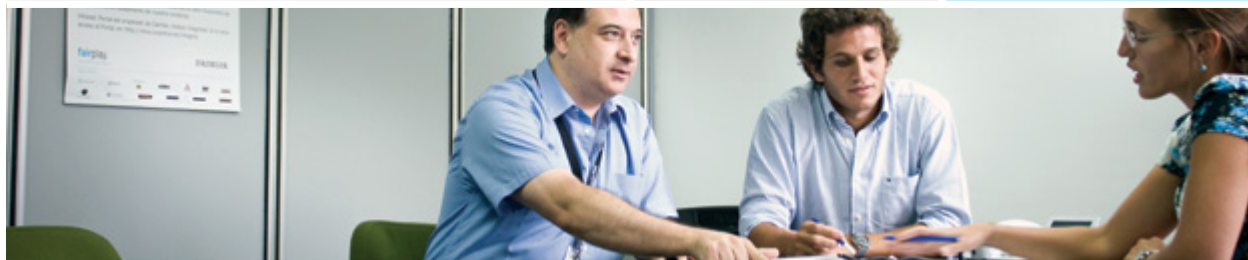
## Integridad

La campaña FAIRPLAY tiene como fin fortalecer la integridad como valor corporativo, afianzarla en la conciencia de los empleados y directivos, y promover una conducta ética.



Nuestro Código de Integridad, es nuestro pilar en Compliance.

La elaboración y redacción del Código, es resultado de los **Diálogos de Integridad** realizados globalmente, con representantes del negocio.



# Compliance

GRI G4-DMA, GRI G4-41, GRI G4-56, GRI G4-57, GRI G4-58, GRI G4-SO3, GRI G4-SO4, GRI G4-SO6, GRI G4-HR3

Estamos convencidos de que la integridad en los negocios conduce al éxito a largo plazo. Para concretarlo, un principio básico de nuestro negocio es el cumplimiento de las leyes nacionales e internacionales y de los reglamentos y las directrices internas de la empresa.

Consideramos que esta actitud debe ser compartida por todos nuestros empleados y, también, por todos nuestros socios comerciales.

Además del cumplimiento normativo, hemos creado la cultura corporativa basada en la integridad, dentro de un sistema de valores compartidos y que son útiles para lograr la creación de valor en conjunto.

## Código de Integridad

Su objetivo es propiciar las conductas honestas y éticas, al tiempo de disuadir las indebidas, definiendo normas de conducta y orientaciones para la actuación en la actividad comercial diaria.

El Código describe lo que entendemos por una actuación íntegra y justa, y establece una escala común de valores, basados en los principios básicos: respeto, honradez, responsabilidad y cumplimiento de las leyes.

En el proceso de elaboración y redacción, se han tenido en cuenta los resultados de los *Diálogos de Integridad* realizados globalmente. Se tomaron en consideración las opiniones y la escala de valores de varios miles de empleados, orientados, principalmente, a la responsabilidad, respeto mutuo, transparencia y franqueza.

También, contamos con el *Business Practice Office* (BPO), que se encarga de la recepción, documentación y tratamiento de denuncias e informaciones, suministrado por los empleados y/o por terceros de la cadena de valor. Este medio asegura la posibilidad de denunciar en idioma local, de forma anónima y con un tratamiento confidencial de toda la información, e identifica requerimientos de capacitación y comunicación dentro de la empresa. Lo anterior sin perjuicio de otras formas de denuncia como ser el reporte al superior directo y/o el reporte al área de Recursos Humanos.

Cabe destacar, que por cuestiones de Compliance a nivel global, no están permitidas las contribuciones políticas, de ninguna forma, en ninguno de los países donde opera Daimler. Por otra parte, no ha habido incidentes de discriminación por raza, color, sexo, religión, etc.

## Campaña “FAIRPLAY” Vivir Valores. Crear Valores

Vigente desde hace varios años, la campaña *FAIRPLAY* tiene como fin fortalecer la integridad como valor corporativo, afianzarla en la conciencia de los empleados y directivos, y promover una conducta ética. Los contenidos de las campañas buscan impulsar la reflexión sobre temas como el respeto, la honradez y la rectitud en todas las áreas y actividades de la empresa.

Las campañas individuales siguen el modelo *Tone from the Top*<sup>1</sup>, y son presentadas y lideradas por cada uno de los directores titulares; buscando incrementar la conciencia acerca de los principales riesgos a los cuales se enfrentan la Compañía y sus empleados. Se brindan recomendaciones a emplear tanto en la vida profesional como individual, mediante folletos, carteles en espacios comunes y sesiones con todos los colaboradores.

Desde el inicio de la campaña, se abordaron los siguientes tópicos:

- “Lanzamiento de FairPlay”: en pos del respeto, la honestidad y la rectitud del Grupo Daimler.
- “Corrupción”: buscando el compromiso de lucha contra la corrupción y el soborno.
- “Comportamiento correcto en el puesto de trabajo”: sobre conductas incorrectas, acoso laboral o moral, acoso sexual y discriminación, y los pasos a seguir en caso de ser testigo o víctima.
- “Protección de datos”: sobre normas de Daimler en cuanto a la protección de datos personales, consejos para directivos y canales de consulta.
- “Uso correcto de las redes sociales”: comunicación de las directrices de una conducta íntegra, relativa a la seguridad de la información, protección de datos personales y de clientes y asociados, a través del uso de las redes sociales.
- “Robo y protección de bienes corporativos”: buscando el compromiso y la responsabilidad con los bienes propiedad de la Compañía.
- “Protección del medioambiente”: por la protección activa del medioambiente entre todos.

<sup>1</sup> Es un modelo en cascada que comienza en la Dirección y continúa al resto de la compañía.

## Entrenamientos de Compliance

Con el objetivo de fortalecer los conocimientos acerca de las conductas orientadas a nuestro Código de Integridad, en 2014, iniciamos la Campaña de Integridad, destinada a generar encuentros con áreas de especial interés, para propiciar un diálogo abierto acerca de los temas de Compliance dentro de la organización. Allí participaron especialistas en Compliance locales y del exterior, pertenecientes al grupo Daimler. Los workshops de diálogo se realizaron con:

- Socios comerciales (dentro del programa C-Management)
- Controlling: MPC y PLZ
- Compras: IPS y Productivas
- Nuevos empleados (3 workshops)
- Importación y Logística
- Ventas

## Juego Monster Mission

Se realizó un juego interactivo online con temáticas de Compliance para ejercitar la toma de decisiones de acuerdo con nuestros valores corporativos. El juego plantea la oportunidad de reflexionar sobre distintos dilemas que se nos pueden presentar en nuestro trabajo diario, y encarar la respuesta dentro del marco de nuestra cultura corporativa de conducirnos con Integridad Comercial. Los dilemas se plantean a través de la caracterización de personajes monstruosos, buscando resolverlos de la mejor forma posible. Finalmente, a través de puntajes obtenidos en los juegos y de un ranking global, se logra la participación por premios como tickets para ver la Formula 1, tablets, mini mp3 y otros.

Monster Mission es una continuación innovadora de los diálogos de integridad que se han realizado en Daimler en los últimos años. La compañía está buscando adoptar nuevos enfoques para la discusión de temas relacionados con la integridad y trasladarla a un juego, fue una de las elecciones como uno de los métodos posibles.

Más allá de los requisitos mínimos: Daimler está adoptando nuevos enfoques con respecto a la integridad y el cumplimiento.



### Non-Feria-Rator

No trata a los demás de manera justa



### Egoistus Corruptus

Siempre buscando su propia ventaja



### Intoleranzia

Sólo cuenta su opinión



### Passivaro

Nunca asume su responsabilidad y culpa a todo el mundo



### ¿Sabías qué?

33.000 empleados de 47 países se volcaron a la caza de monstruos en el *Juego Monster Mission* con el objetivo de reflexionar sobre temáticas de Compliance y ejercitar la toma de decisiones de acuerdo con los valores corporativos.



### ¿Sabías qué?

Como resultado de una encuesta en intranet después del lanzamiento del *juego Monster Mission*:  
72% piensa que el enfoque de juego es adecuado para abordar los problemas graves.  
66% se divirtió jugando al juego.  
75% cree que la situaciones presentadas son realistas.



#### Otras acciones de Compliance

##### **Universidad Austral: Centro Gobernabilidad y Transparencia**

Participamos en el Centro Gobernabilidad y Transparencia de la Universidad Austral, donde los miembros del equipo interno de Compliance asisten periódicamente y colaboran en los talleres brindados por el centro y cooperan como disertantes en dichos eventos, presentando el rol que desempeña la función de Compliance para la organización, a los fines de compartir mejores prácticas.

##### **Congreso Latinoamericano Compliance**

En 2013, participamos en el Congreso, a través de la Sra. Deborah Luchetta (Directora de Legales) como expositora de las principales actividades de Mercedes-Benz Argentina en relación con Compliance.

##### **Conferencia Anual de Compliance**

También, participamos de la Conferencia Anual de Compliance, realizada en 2014 en Buenos Aires, organizado por el Centro de Gobierno, Riesgo y Cumplimiento del IAE en el tema "Gestión del riesgo de cumplimiento". Como panelistas de la conferencia, participaron la Sra. Deborah Luchetta y el Sr. Bolz

(Director de Compliance en la división de camiones en Daimler latinoamerica), quien presentó los Sistemas de Asistencia, basados sobre los 7 elementos del Sistema de Gestión de Cumplimiento de Daimler, mientras que la Sra. Deborah Luchetta presentó el Nuevo Concepto DSP y el proceso de certificación relacionados.

##### **Programa de certificación internacional en Compliance (LPEC)**

En diciembre de 2013, miembros del equipo local y regional de Compliance recibieron la primera certificación de Compliance que se ofrece en la Argentina, organizada por ECOA (Ethics and Compliance Officer Association) y el IAE.

##### **Jornadas de "Empresas para Empresas" negocios éticos**

En noviembre de 2014, dos de nuestros empleados, participaron de las jornadas de capacitación realizadas en la Cámara Argentino-Alemana de Comercio, en conjunto con la Red Argentina y la Red Alemana del Pacto Global de Naciones Unidas. El objetivo de este programa es lograr que las pequeñas y medianas empresas puedan desarrollar sistemas efectivos de anticorrupción, a través de la capacitación por parte de grandes empresas.

## Anticorrupción y Cumplimiento Normativo

GRI G4-DMA, GRI G4-EN29, GRI G4-SO5, GRI G4-SO8, GRI G4-PR9

Hemos implementado oportunamente, la resolución 31/2012 de la UIF, en materia de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo. A partir de la cual realizamos un sistema de relevamiento de información y análisis de las operaciones con nuestros clientes. También, realizamos capacitaciones que incluyen aspectos relacionados al proceso de lavado de dinero y marco regulatorio, entre otros.

Durante 2014, realizamos capacitaciones de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo para el Directorio y la Alta Gerencia y para el personal que trabaja en temas de prevención de lavado.

Para el período del reporte no se conocen denuncias o procesos judiciales relacionados con casos de corrupción. Además, no hemos recibido multas ni sanciones no monetarias significativas, por incumplimientos de la legislación o normativa vigente, tanto en materia ambiental o relacionada a los productos vendidos y servicios prestados.

## Gobierno Corporativo

GRI G4-34, GRI G4-38, GRI G4-39, GRI G4-47

El gobierno de la sociedad es ejercido por un Directorio que tiene a su cargo la dirección y administración de Mercedes-Benz Argentina. Los directores se reúnen en forma periódica, por lo menos, una vez por mes y, dentro de sus deberes y atribuciones, se destacan las funciones de ejercer la administración y representación legal de la sociedad, y cumplir y hacer cumplir las resoluciones de las Asambleas de Accionistas, entre otras.

Los miembros del Directorio son:

---

### Presidente:

**Joachim Maier** – Presidente y Director de Ventas & Marketing

---

### Vicepresidente:

**Diego Tyburec** – Director de Recursos Humanos

---

### Directores:

**Roberto López García**, Director de Producción

**Christian Kimelman**, Director de Finanzas & Controlling

**Gustavo Castagnino**, Director de Relaciones Institucionales, Comunicación y RSE

**Deborah Luchetta**, Directora de Legales

**Manuel Mantilla**: Director de Ventas y Marketing de Vans

**Matthias Laznik**: Director de Ventas

y Marketing de Automóviles



## “Muchos de quienes acceden a la compra de un vehículo en nuestro país lo hacen gracias a un crédito.

En Mercedes-Benz queremos ser proveedores de soluciones integrales, y por eso no nos conformamos con ofrecer los mejores vehículos, sino que también ponemos en el mercado variadas alternativas de financiación, a través de Mercedes-Benz Compañía Financiera. Esa relación directa que genera con los clientes finales, le permite a la financiera tener una comunicación personal y un mayor conocimiento de ellos y de sus necesidades. Pero, al mismo tiempo, requiere de la implementación de procesos diferentes que velen por el cumplimiento de los altos estándares de Daimler, y asegurar que hagamos muchos negocios, pero siempre dentro de las leyes y respetando nuestro valor corporativo de Integridad.”

**Marcelo Paletta**, Legal & Compliance Management  
Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina S.A.



Los directores cumplen funciones ejecutivas, y son los responsables máximos de las áreas respectivas. También, existen dependencias corporativas transnacionales, que están alineadas a diferentes unidades de negocios a nivel global. Esta organización permite la estandarización de procesos e implementación de políticas corporativas para todo el Grupo Daimler. En las reuniones de Directorio, participa, como miembro permanente, el Sr. David Velázquez, Presidente de Mercedes-Benz Compañía Financiera.

### Diálogo con la Dirección

GRI G4-37, GRI G4-45, GRI G4-49

Creemos que el diálogo participativo de todas las categorías de la organización favorece la integración, por lo que realizamos encuentros para conocer las opiniones de todos los equipos de trabajo. Si bien los directores siempre están presentes en la apertura o en el cierre de actividades de capacitación y de diversos programas, existen lugares de encuentro creados, especialmente, para propiciar la comunicación entre los empleados y el Directorio:

**1) Charlas con el presidente:** Participan los empleados de Mercedes-Benz Argentina, Circulo Mercedes-Benz y Mercedes-Benz Financiera, buscando crear un espacio de charla informal entre empleados de distintas áreas con el Presidente. Los participantes son seleccionados aleatoriamente, de todas las áreas, funciones, categorías, género, edad y antigüedad.

**2) Encuentros informativos:** El objetivo es fortalecer la comunicación directa de la Alta Dirección. En estos encuentros, participan los miembros del Directorio y todo el personal de cada locación, y se da información acerca de resultados y objetivos de los negocios. También, se busca motivar el interés de los empleados en la orientación a resultados, generar compromiso de todos a través de la idea de trabajo en equipo, captar la atención para llegar con los mensajes principales del Directorio y, así, lograr acercar e integrar los niveles gerenciales a todas las categorías del personal.

**3) Encuentros con la Dirección:** Es la oportunidad de los empleados de reunirse con los directores de las distintas unidades de negocios que residen en Alemania, para conversar sobre temas de su área en forma directa. El director, por su parte, puede conocer las sensaciones de bienestar y malestar de los empleados, y es un ámbito en donde estos pueden expresar sus ideas y opiniones y recibir feedback de parte de los altos ejecutivos corporativos de la Compañía a nivel global. Cada directivo tiene un objetivo de 6 reuniones anuales.

**4) Tutorías:** En el marco del programa de desarrollo de empleados con potencial, aquellos que forman parte de este grupo tienen como mentor a un director, que sigue su plan de desarrollo individual a través de reuniones mensuales.

# Responsabilidad de productos

GRI G4-DMA, GRI G4-14, GRI G4-EN27, GRI G4-PR1

Para nosotros, la responsabilidad del producto requiere una combinación de tres elementos: el mayor beneficio posible para el cliente, los más altos estándares de seguridad, y el máximo respeto al medioambiente y la eficiencia.

Nuestros vehículos cuentan con tecnologías innovadoras como Bluetec y Blue Efficiency, enfocados en medioambiente.



## 10.000 usuarios

En 2015, se lanzó la segunda etapa de la red de carpooling teneslugar.com, por lo que somos una solución de movilidad sustentable para más de 10.000 empleados de 8 compañías, abarcando la ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires.

## Seguridad

En el marco de la octava edición de los Autos Más Seguros, fuimos premiados con dos estatuillas Crash Test 2014. La categoría Grande fue para el Mercedes-Benz CLA 200 Urban y la categoría Excelencia en Seguridad tuvo como ganador al Mercedes-Benz Clase S 500.

## Tecnología

Apoyamos y cooperamos en el desarrollo de nuevas tecnologías con el Instituto Tecnológico Buenos Aires (ITBA) para el desarrollo del proyecto del bus híbrido (hidrógeno-eléctrico) que reduzca la emisión de ruidos y gases.



Nuestro camión Actros obtuvo el Récord Mundial Guinness como el camión de más bajo consumo en su categoría.

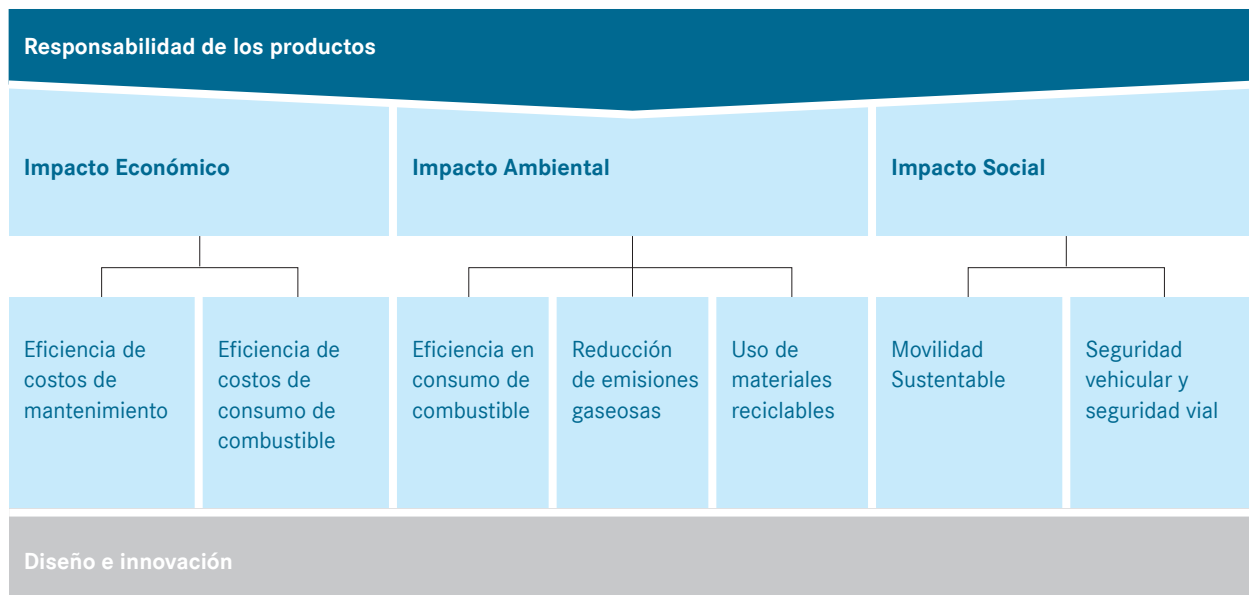


La concepción de nuestros vehículos nace bajo los parámetros del Diseño e Innovación.



La responsabilidad en nuestros productos significa ofrecer utilidad al cliente manteniendo los estándares más altos de seguridad y compatibilidad con el medioambiente. En el diseño de nuestros productos, evaluamos el impacto ambiental a lo largo de su vida útil, desde el desarrollo, la producción y el uso del producto hasta el reciclaje y la disposición final.

Para nosotros, la responsabilidad del producto requiere una combinación de tres elementos: el mayor beneficio posible para el cliente, los más altos estándares de seguridad, y el máximo respeto al medioambiente y la eficiencia.



Todos los vehículos que producimos y comercializamos cumplen las normativas legales vigentes en el país<sup>2</sup>, tanto en lo referente a emisiones sonoras y gaseosas como en lo que respecta a materiales reciclables.

Nuestros vehículos livianos (PBT -peso bruto total - menor o igual a 3.500 kg: Automóviles de pasajeros) cumplen con la norma de emisiones Euro 6. Mientras que los vehículos Comerciales (PBT mayor a 3.500 kg: Sprinter, camiones y buses) cumplen con la norma de emisiones Euro 3, que es la que establece la legislación Argentina.

En Daimler la inversión para la evolución de nuevas tecnología es estratégica, por lo que contamos con productos equipados para disminuir la contaminación. Sin embargo, debido a restricciones de mercado y costos, en Argentina se comercializan e importan vehículos que cumplen con la norma Euro 3.



#### ¿Sabías qué?

Todos los automóviles que vendemos cuentan con la función de parada y arranque Eco. Esta función reduce el consumo de combustible y las emisiones, ya que apaga automáticamente el motor si el vehículo está detenido.

<sup>2</sup> Actualmente en la Argentina, rige la norma Euro 3. La Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación emitió la Resolución 1464/2014, en la que establece un nuevo piso en los límites de emisiones contaminantes gaseosas para vehículos livianos y pesados, equivalente a la norma Euro 5 y es obligatorio a partir de enero de 2016 en la Argentina.

Tecnologías Mercedes-Benz para la eficiencia en los vehículos

En Mercedes-Benz damos respuesta a la normativa Euro 5 a través de dos tecnologías innovadoras:

Más que un concepto, ¡una tecnología de éxito!

- Eficaz
- Confiable
- Económica
- Excelente Desempeño
- Ambientalmente Amigable
- Alta prestación
- Bajo Costo Operacional
- Menos Emisiones

¿Cuáles son las diferencias entre estas tecnologías?

	BlueTec 5	Blue Efficiency
Material particulado	Eliminado dentro del motor	Eliminado fuera del motor, en el escape vía DPF
Combustión	Optimizada para obtener menor consumo de combustible	Optimizada para balancear consumo/emisiones
Medidas extras	Reducción del consumo vía la optimización de componentes	Reducción del consumo vía la optimización de componentes
NOx	Eliminado fuera del motor, en el escape vía SCR	Eliminado dentro de motor, en el escape vía EGR

Nuestros Productos del Centro Industrial

Todas las unidades de nuestra marca están equipadas con motores Mercedes-Benz, que cumplen con la normativa Euro 3, vigente actualmente en Argentina, sobre emisiones permitidas de CO<sub>2</sub>, NOx y otras emisiones de los motores en la combustión interna. Se trata de motores de 4 ó 6 cilindros con gerenciamiento electrónico y sistema auxiliar de freno “Top Brake”, que garantiza menor desgaste y mayor efectividad en los componentes del freno de servicio.

La potencia de nuestros motores van desde los 100 CV hasta los 460 CV aproximadamente y, en todos los casos, se garantizan los valores de emisión que corresponden a la norma.

Recientemente se incorporó electrónica más avanzada que permite reducir considerablemente la utilización de cables de cobre en las unidades.

La sustentabilidad es desde hace mucho tiempo un objetivo estratégico de Mercedes-Benz.

En nuestra búsqueda de una mayor eficiencia para el transporte, podemos destacar:

- En lo que respecta a innovaciones tecnológicas que contribuyen a la seguridad en el transporte y la disminución en el consumo de combustible, se suministran —según el modelo— transmisiones semiautomatizadas y automatizadas que permiten al conductor un proceso de conducción más eficiente y con menor riesgo de accidentes.
- En relación con los ejes traseros, existen distintos tipos según función de las prestaciones que debe suministrar cada vehículo, atendiendo las diversas necesidades del transporte con ejes de relación simple, doble o con desmultiplicación planetaria, en cubos de rueda para usos más exigentes.
- Como accesorios tendientes a disminuir el consumo, algunas series están equipadas con dispositivos especiales, que permiten al conductor optimizar el consumo de combustible, como el Ecómetro, Ecoroll, control de velocidad crucero y limitación de velocidad máxima según la necesidad.
- En cuanto a elementos de freno, se utilizan mecanismos para maximizar la seguridad y el desempeño de nuestros camiones.



¿Sabías qué?

Nuestro camión Actros, que todavía no se comercializa en la Argentina, obtuvo el Récord Guinness Mundial en la categoría “el más bajo consumo de combustible de camiones de 40 toneladas”, ya que consume exactamente 19,44 litros de diésel cada 100 km (equivalente a menos de 0,8 litros por cada cien toneladas-kilómetros). Esto fue comprobado por Guinness World Records, en la prueba de manejo de 12.728,94 kilómetros en la pista de pruebas en Nardo, Italia.



## Movilidad Sustentable

GRI G4-DMA, GRI G4-EC2,

Como productores de vehículos, asumimos el compromiso de trabajar día a día en concientización de movilidad responsable, a través del desarrollo de tecnologías o innovaciones que amplíen las opciones de movilidad sostenible.

Innovación, desarrollo y cuidado del entorno son algunos de nuestros principales desafíos hoy en día.

Un punto clave de nuestro trabajo de investigación y desarrollo es la mejora continua de la compatibilidad de nuestros productos y servicios con los objetivos económicos, sociales y ambientales. Por eso, no solo trabajamos para el desarrollo de nuevas tecnologías sobre la producción de nuestros vehículos, sino que, también, trabajamos en la creación de servicios innovadores.

### Business Innovation. Filial Buenos Aires

En respuesta a nuestro compromiso con la movilidad sustentable, en 2012, inauguramos en Buenos Aires, la primera filial de Business Innovation en Latinoamérica. Se trata de una plataforma para identificar y desarrollar nuevas iniciativas de negocios para Daimler, creando nuevos productos y proyectos en áreas como movilidad, servicios digitales, infraestructura de proyectos, energía, educación, entre otros. El objetivo final es una mejor solución de movilidad para las personas.

### teneslugar.com

En marzo de 2013, lanzamos la plataforma de carpooling corporativo, mediante la cual todos los empleados de las empresas adheridas a la red teneslugar.com, pueden compartir viajes en sus vehículos, ahorrando tiempo, dinero y espacio, de manera segura y confiable, ofreciendo asientos disponibles o solicitándolos, dependiendo de sus necesidades de movilidad.

Debido a que nuestro principal objetivo es brindar –tanto a los usuarios como a las empresas– una solución que promueva la optimización de recursos de movilidad, consideramos importante ofrecer beneficios adicionales, como así también tener un feedback actualizado por parte de los usuarios a través de:

- Programa de beneficios teneslugar.com
- Encuesta a los usuarios de teneslugar.com
- Talleres de Innovación

🌐 Para más información visite: [www.teneslugar.com](http://www.teneslugar.com)

Mercedes-Benz es un referente del carpooling corporativo como una nueva solución de movilidad.

### Evolución desde el inicio

2013: Se realizó la primer prueba interna dentro de Mercedes-Benz, casa central, en Puerto Madero, con el fin de probar el concepto de carpooling. Más del 20% de los empleados utilizaron la plataforma a diario (280 inscriptos).

2014: Se rediseñó la plataforma modernizándola y haciéndola más rápida. De esta fase participaron Bayer, con sus sedes de Munro, Pilar y Zárate y Mercedes-Benz Argentina en Puerto Madero. Hubo 500 inscriptos totales y se concretaron más de 110 viajes, con más de 60 conductores y 30 pasajeros.

2015: Las perspectivas para este año son excelentes, ya que se unieron seis empresas más y actualmente la red cuenta con ocho, lo que nos convierte en una solución de movilidad para más de 10.000 empleados.

2443 viajes publicados.

+ de 7329 asientos ofrecidos.

48 zonas recorridas.

2060 km en viajes compartidos.

8 empresas en la red.

Una solución de movilidad para 10.000 personas.

### Proyecto del Bus Híbrido Hidrógeno-Eléctrico

Nos asociamos con el Instituto Tecnológico Buenos Aires (ITBA) en un proyecto con miras a 2025 que busca generar un colectivo que reduzca la emisión de ruidos y gases, liberando únicamente oxígeno al medioambiente.

El ITBA comenzó a desarrollar un ómnibus híbrido a base de hidrógeno sin celdas combustibles, que permitirá reducir las emisiones de gases contaminantes y los ruidos, además de que bajarían los costos de producción de las unidades, haciéndolos más accesibles.

El hidrógeno es el combustible ideal, ya que tiene siete veces más poder calórico que el gas natural y se puede obtener en cualquier lugar del mundo, mientras que no tiene contaminantes ni material particulado, ni emite dióxido de carbono ni hidrocarburos.

### Movilidad Sustentable de la Ciudad de Buenos Aires

Formamos parte de los programas “Empresas Amigas de la Movilidad Sustentable” y “Ciudad Verde”, ambos lanzados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

En Casa Central fomentamos el uso de la bicicleta para venir al trabajo, donde contamos con espacio para guardar las bicicletas, vestuarios y casilleros. Este año, aproximadamente, un 8% utiliza al menos 2 veces por semana esta forma de movilidad.



“El servicio de teneslugar.com es para nosotros una muestra concreta de que pequeñas acciones pueden tener grandes impactos. Hoy brindamos una solución de movilidad sustentable a más de 10.000 empleados.”

Verónica Pagniez, Gerente de Business Innovation  
de Mercedes-Benz Argentina.

# Seguridad Vial

Uno de nuestros pilares es la responsabilidad de nuestros productos y, también, su uso responsable. Por lo que nos caracterizamos en la innovación en cuanto a la implementación de dispositivos de seguridad, cada vez más demandados por los clientes. Esa mayor exigencia por parte de los consumidores nos estimula a incorporar tecnología de punta disponible en Europa en nuestros productos.

Nuestros productos estrella en materia de seguridad vial son los camiones Actros. Fabricados en Alemania, cumplen las más exigentes normas europeas y poseen control de estabilidad y los sistemas electrónicos ABS y ESP. Otra gran apuesta por estos tiempos es el VITO, un utilitario que fabricaremos en nuestro Centro Industrial bajo condiciones de producción europeas.

## Acciones en seguridad vial

En 2014, desarrollamos varios programas e iniciativas para concientizar sobre los conceptos de la seguridad vial, tanto a nuestros empleados como al resto de los grupos de interés y al público en general. Nuestro objetivo es crear nuestro programa de seguridad vial.

Algunos ítems destacados de nuestra gestión en seguridad vial:

- Capacitamos, en conjunto con RR.HH., a 500 operarios en conducción segura.
- Capacitamos, en conjunto con el área de Posventa, a técnicos de los talleres de clientes de flota en conducción económica y segura.
- Difundimos micros televisivos de seguridad vial en el canal El Garage.
- Apoyamos, junto a FlechaBus, la Jornada de Capacitación a los bomberos de Marcos Paz.
- Realizamos una campaña a través de Facebook, Twitter y YouTube. Los videos del Conductor Inteligente y de Infomanejo tuvieron más de 746.000 reproducciones en las redes sociales.
- Difundimos conceptos de seguridad vial a los clientes de teneslugar.com dentro del sitio web.



## ¿Sabías qué?

En el marco de la 8ª edición de “Los autos más seguros”, fuimos premiados con dos estatuillas “Crash Test” 2014. El premio en la categoría “Auto grande” fue para el Mercedes-Benz CLA 200 Urban y la categoría “Excelencia en seguridad” tuvo como ganador al Mercedes-Benz Clase S 500.

El CLA recibió el premio en la categoría Auto Grande. Este sedán de perfil acupesado alcanzó un puntaje casi ideal en seguridad activa y comportamiento estructural. Recibió cinco estrellas en las pruebas de impacto del EuroNCAP, donde obtuvo 91% en protección de adultos, 75% en protección de niños, 74% en protección del peatón y 81% en sistemas de asistencia a la conducción.

Por otro lado, el Clase S fue premiado en la categoría Excelencia en Seguridad con un puntaje perfecto. Se destacan, su estructura conformada por aceros de ultra alto límite elástico, con zonas de absorción y deformación programada, controles de estabilidad y tracción, asistente dinámico en curvas y sistema de frenos adaptive break. Por otra parte, en seguridad pasiva, sobresale su conjunto de 13 airbags, donde sorprenden las innovadoras bolsas de aire en los cinturones de seguridad laterales traseros.

# Medioambiente

GRI G4-DMA, GRI G4-EN31

Como empresa fabricante de automóviles, otorgamos especial importancia al desarrollo de productos limpios que combinen la conservación y el uso eficiente de los recursos con el desarrollo de procesos de producción sustentables.

## Diálogo

Desarrollamos espacios de diálogo sobre aspectos de disposición de basura, con la Comunidad de Virrey del Pino y la Escuela Técnica, de la mano de la Fundación Manos Verdes.

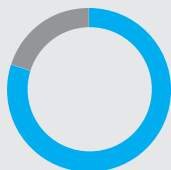
En nuestro **Sistema de Gestión Ambiental** para las operaciones en el Centro Industrial, nos proponemos reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> directas e indirectas, hacer uso racional de los recursos evitando los derroches y reducir la generación de residuos comunes y especiales.



En 2014 logramos mejorar el proceso de destrucción y disposición del material scrap de la producción, mejorando la gestión de todo el material reciclable.



**Reciclamos aproximadamente 75% de los residuos comunes** que se generan en las operaciones de nuestro Centro Industrial como madera de los embalajes, chatarra plástica y metálica, además de papel, cartón, plástico film, entre otros.



Acompañando la iniciativa de Daimler en Alemania, lanzamos la campaña **Green Strategy** de concientización ambiental en nuestros empleados.

## 50

Fuimos reconocidos por la Revista Apertura, dentro de las 50 compañías “Green friendly”.



En nuestra estrategia de sustentabilidad, la protección del medioambiente cumple los requisitos de las directrices ambientales del Grupo. Esta tarea se sostiene en el compromiso de cada área de la compañía y también en nuestra exigencia a los proveedores para que hagan frente a los desafíos ambientales.

Nuestra política ambiental, integrada en las decisiones estratégicas de la empresa, incluye la evaluación del impacto que tienen nuestra producción y nuestros productos en el medioambiente. Esta política es comunicada y cumplida por todos los que trabajan en Mercedes-Benz Argentina o en nombre de ella, y está a disposición de todos nuestros grupos de interés.

### Sistema de Gestión Ambiental

Nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA) cubre todas las operaciones de fabricación de vehículos en el Centro Industrial. Desde la recepción de insumos hasta el despacho de los vehículos al concesionario, sean por actividades del personal propio o de terceros. También, abarca las actividades de Casa Central y del Centro de Capacitación.

Desde 2001, contamos con la certificación ISO 14001, que es uno de los elementos centrales para el Sistema de Gestión Ambiental, y se utiliza de guía para la gestión y las capacitaciones en temas ambientales.

Trabajamos fuertemente en asegurar una calidad de productos y servicios de excelencia, cumpliendo estándares de protección ambiental y conservando los recursos naturales.

### Green Strategy

Acompañando la iniciativa de Daimler en Alemania, lanzamos a nivel local la campaña de concientización ambiental para empleados llamada *GreenStrategy*, la cual propone que todos cuidemos el medioambiente a través de pequeñas acciones cotidianas.

Como parte del despliegue de la campaña, junto con la Fundación Manos Verdes comenzamos un ciclo de charlas, proyecciones y jornadas de trabajo para la totalidad de los empleados y los alumnos de la Escuela Técnica Fundación Fangio, buscando fomentar el ahorro de energía, agua y papel.

Hemos ambientado todas nuestras instalaciones siguiendo el espíritu de *GreenStrategy*, con consejos sustentables sobre los modos de colaborar con el medioambiente y advertencias vinculadas al uso eficiente del agua, electricidad y papel en espacios comunes, oficinas y salas de reunión.

Esta campaña también se ha viralizado a través de las redes sociales, buscando extender los mensajes de concientización a todos los seguidores de la marca bajo el lema “Vivir 100 días con mensajes sustentables”. A esto se sumó la posibilidad de participar de un sorteo por el préstamo de un smart durante una semana. En Twitter, por cada tuit realizado por los seguidores de @MercedesBenzArg nos comprometimos a realizar una donación económica a la Fundación Manos Verdes.

#### Sistema de Gestión Ambiental

- ISO 14001
- Política Ambiental
- Monitoreo y Mediciones
- Capacitaciones y Concientización

#### Compromiso ambiental en operaciones

- Reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> directas e indirectas
- Reducir las emisiones de solventes
- Conservar los recursos y evitar derroches
- Reducir la generación de residuos (comunes y especiales)

Principales inversiones y gastos ambientales

Las inversiones y los gastos ambientales, en pesos, realizados a lo largo del período del reporte, fueron:

Gastos en mantenimiento ambiental (en pesos)	2014	2013
Agua: Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos <sup>(*)</sup>	1.056.053	643.646
Aire: Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos <sup>(*)</sup>	1.056.053	643.646
Residuos: Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos <sup>(*)</sup>	1.056.053	643.646
Agua: Gastos, tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales	90.249	50.930
Aire: Gastos, tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales	-	74.781
Residuos: Gastos, tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales	49.710	55.636
Suelo: Gastos, tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales	-	8.366
Agua: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones	865.337	243.918
Aire: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones	394.343	394.600
Residuos: Costo del tratamiento de disposición final	4.314.065	3.820.573
Suelo: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones	625.213	201.009
Conservación de la Naturaleza: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones	-	268.660
Total	9.507.076	7.049.413

Inversión Ambiental (en pesos)	2014	2013
Agua: Nuevo equipo para la protección del agua	378.000	193.962
Aire: Nuevo equipo para el control de la contaminación del aire	680.000	-
Residuos: Nuevo equipo para la gestión de residuos	259.000	402.990
Protección del clima: Aumento de la eficiencia energética y el ahorro de energía	140.000	1.230.687
Total	1.457.000	1.827.639

(\*) Gasto promedio prorrateado por rubro

Gestión de Recursos y Materiales

GRI G4-DMA, GRI G4-EN1, GRI G4-EN5, GRI G4-EN6, GRI G4-EN7

Siguiendo con nuestro enfoque de gestión ambiental, realizamos un seguimiento y control de los recursos que consumimos en la fabricación de los vehículos.

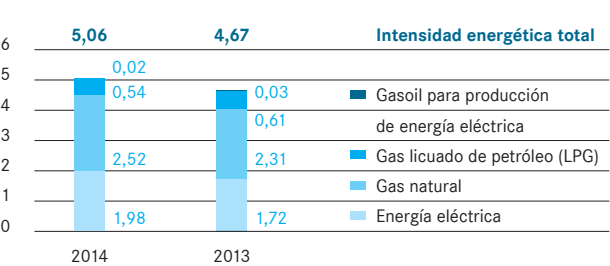
Los materiales más relevantes, utilizados en el proceso de producción, son: piezas de chapa estampada (con las que se hace el ensamble de la carrocería), esmaltes, selladores, pinturas, cera, desengrasantes, cables, revestimientos internos, el motor y sus piezas periféricas, piezas plásticas y neumáticos.

El material de embalaje surge de fuentes certificadas en manejo responsable de bosques y el papel utilizado en las oficinas cuenta con la misma certificación (FSC o similar).

Consumo de Energía en Planta

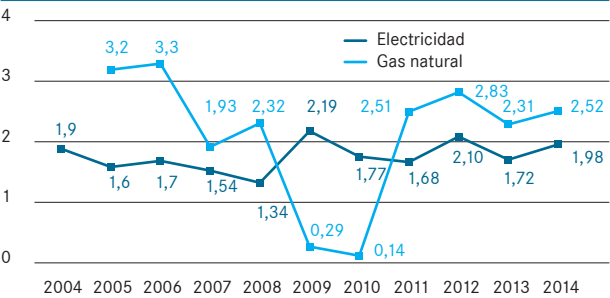
A continuación, presentamos nuestros consumos de energía medidos a razón de unidad producida (vehículo fabricado) en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio, ya que es nuestra unidad de medida de gestión interna.

Consumo de energía por unidad producida [MWh/unidad]



Si bien hubo una reducción de la producción entre 2013 y 2014, existen instalaciones que demandan igual consumo de recursos para mantenerse en régimen, como calefacción e iluminación.

Consumo de energía por unidad producida (MWh/unidad)





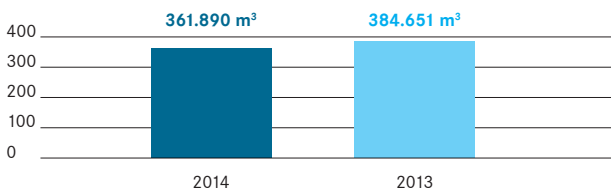
## Compromiso con el Agua en Planta

GRI G4-EN8, GRI G4-EN9, GRI G4-EN22, GRI G4-EN26

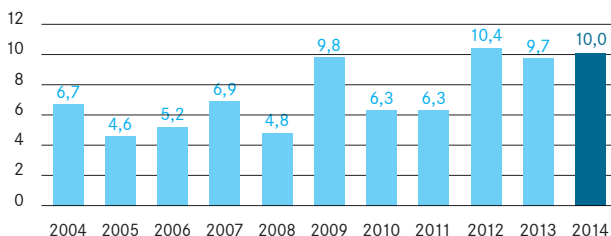
Por tratarse de un valioso recurso, una de nuestras preocupaciones principales es su correcto uso y conservación. Es por ello que nos esforzamos en reducir al mínimo el consumo de agua e implementamos técnicas ecoeficientes, tales como circuitos cerrados, y mejoras en procesos productivos de nuestras Plantas

El agua utilizada es extraída del acuífero Puelche. Este yacimiento de agua dulce confinada por arenas, cuenta con 40 km<sup>3</sup> de extensión.

### Extracción de agua para la producción (m<sup>3</sup>/año)



### Consumo de agua por unidad producida (m<sup>3</sup>/unidad)



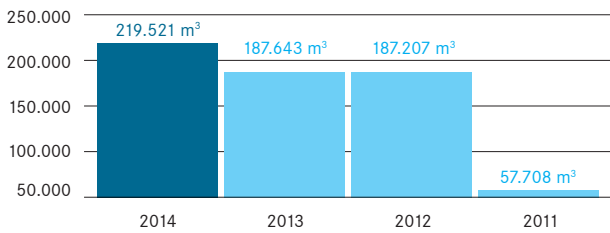
### Planta de tratamiento de efluentes

A raíz de la instalación de la Planta de tratamiento biológico de efluentes industriales en el Centro Industrial, fue necesario construir dos sistemas de desagües identificados y separados entre sí (uno cloacal y otro industrial), lo que requiere un proceso diferente para cada uno. De este modo, la planta depuradora trata los efluentes en su totalidad.

El desagüe industrial (que contiene líquidos con productos químicos), converge separadamente del desagüe cloacal (descarga de baños y vestuarios), a piletas de compensación o depósitos transitorios. Desde allí, los efluentes son volcados a las piletas de tratamiento y, luego, mediante la utilización de bacterias, se logra purificarlos. Finalmente, estos efluentes son vertidos en el Río Matanza, de acuerdo con las condiciones establecidas en la legislación aplicable. Además estamos sujetos a las inspecciones de ACUMAR.



Los valores de aguas residuales, volcadas al final del proceso del tratamiento de efluentes, fueron:



Durante el período del reporte, generamos las siguientes mejoras en el tratamiento de aguas de la Planta de Pintura:

- Reemplazo de elementos filtrantes en el filtro prensa de la sala de pretratamiento.
- Reducción y mejora en los barros inorgánicos generados por el filtrado de aguas neutralizadas.

## Gestión de Emisiones Gaseosas

GRI G4-DMA, GRI G4-EN6, GRI G4-EN7, GRI G4-EN19, GRI G4-EN21  
Nuestro objetivo es reducir la generación de emisiones gaseosas contaminantes como así también los gases de efecto invernadero, como resultado de las operaciones en el Centro Industrial. Por este motivo desarrollamos medidas correctivas y preventivas, enfocándonos en los procesos y operaciones, que nos permitan minimizar el impacto sobre el medioambiente.

Para controlar las emisiones gaseosas realizamos monitoreos constantes del estado de los conductos y mediciones de la calidad del aire, en tres puntos estratégicos alrededor del

perímetro de la Planta. Las mediciones de distintos parámetros nos permiten conocer el impacto de nuestras emisiones en el entorno. De acuerdo con la legislación provincial, los parámetros que se miden son: material particulado, compuestos orgánicos volátiles, monóxido de carbono y diferentes tipos de hidrocarburos.

Emisiones gaseosas (kg/unidad)	COV <sup>1</sup>	NOx <sup>2</sup>	CO <sup>3</sup>	MP <sup>4</sup>
2014	0,4	2,3	0,5	0,3
2013	0,4	0,2	1,7	1,6
2012	0,4	0,4	0,8	0,3
2011	1,5	0,6	2,6	0,6
2010	1,7	1,1	1,9	0,7
2009	1,9	1,6	4,2	1,2
2008	0,3	0,4	2,6	0,5
2007	1,1	0,6	1,7	1,3
2006	0,7	0,4	0,9	0,2
2005	3,5	0,1	0,8	0,2
2004	0,5	0,1	0,1	0,5

<sup>1</sup> COV Compuestos orgánicos volátiles. <sup>3</sup> CO Monóxido de carbono  
<sup>2</sup> NOx Óxidos de nitrógeno <sup>4</sup> MP Material particulado

### Gases de efecto invernadero en Planta

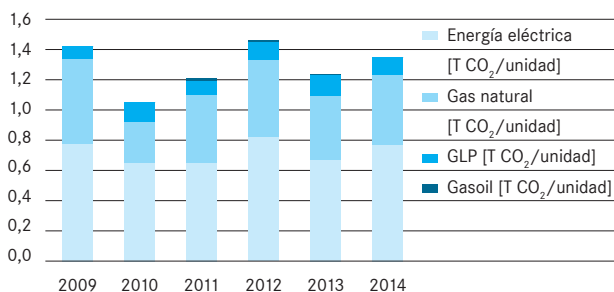
GRI G4-EN15, GRI G4-EN16, GRI G4-EN18  
Para la gestión de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), en el Centro Industrial, realizamos mediciones y cálculos sobre la base de los diferentes tipos de energía que usamos para las operaciones.

Para el cálculo de las emisiones directas se consideran el gas natural, gas licuado (GLP), y el gasoil utilizado para generar energía eléctrica. En cuanto a las emisiones indirectas, se considera como parámetro el consumo de energía eléctrica comprada a la red pública.

Emisiones de GEI	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Energía eléctrica [T CO <sub>2</sub> ]	13.599	13.783	14.053	12.487	11.260	10.250
<b>Total emisiones indirectas</b>	<b>13.599</b>	<b>13.783</b>	<b>14.053</b>	<b>12.487</b>	<b>11.260</b>	<b>10.250</b>
Gas natural [T CO <sub>2</sub> ]	8.067	8.565	8.776	8.693	4.671	7.387
GLP [T CO <sub>2</sub> ]	2.114	2.773	2.135	1.637	2.327	1.113
Gasoil [T CO <sub>2</sub> ]	80	153	102	312	65	3
<b>Total emisiones directas</b>	<b>10.261</b>	<b>11.491</b>	<b>11.013</b>	<b>10.642</b>	<b>7.063</b>	<b>8.502</b>
<b>Total emisiones de GEI</b>	<b>23.860</b>	<b>25.274</b>	<b>25.066</b>	<b>23.129</b>	<b>18.323</b>	<b>18.753</b>

Intensidad de emisiones de GEI	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Energía eléctrica [T CO <sub>2</sub> /unidad]	0,77	0,67	0,82	0,65	0,65	0,78
Gas natural [T CO <sub>2</sub> /unidad]	0,46	0,42	0,51	0,45	0,27	0,56
GLP [T CO <sub>2</sub> /unidad]	0,12	0,14	0,12	0,09	0,13	0,08
Gasoil [T CO <sub>2</sub> /unidad]	0	0,01	0,01	0,02	0	0
<b>Total [T CO<sub>2</sub>/unidad]</b>	<b>1,35</b>	<b>1,23</b>	<b>1,46</b>	<b>1,21</b>	<b>1,06</b>	<b>1,43</b>

Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero



Con el objetivo de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en las operaciones del Centro Industrial, hemos implementado en 2013 y 2014 las siguientes medidas:

- Reemplazo de luminarias: las lámparas existentes fueron cambiadas por luminaria LED (este proceso sigue en marcha hasta abarcar todas las áreas).
- Calibración de hornos y caldera en la Planta de Pintura, para reducir y hacer más eficiente el consumo de gas natural.
- Detección y reparación de pérdidas en cañerías de agua para evitar el bombeo extra innecesario, reduciendo el consumo de energía eléctrica.

## Gestión de Residuos

GRI G4-DMA, GRI G4-EN23

En cuanto a la gestión de residuos, priorizamos el reciclado y la minimización de la generación frente a la disposición. Es por ello que el reciclado y la reutilización de material de descarte se han convertido en una práctica habitual desde hace varios años.

En la planificación de los procesos de producción, es clave la utilización de tecnologías innovadoras y amigables con el medioambiente, de manera de minimizar la generación de residuos. La clasificación de los mismos, además del cumplimiento normativo, nos permite identificar mejoras en su tratamiento.

### Residuos especiales:

Los residuos especiales son generados en el Centro Industrial por manipulación de aceites, combustibles, lubricantes y diferentes productos químicos. En estado sólido, se disponen en recipientes amarillos y son enviados a disposición final en un relleno de seguridad. En el caso de los residuos semisólidos y líquidos, se disponen en envases de 200 y 1.000 litros, de acuerdo con sus características, son destinados a dos tratamientos diferentes:

- Aquellos que tengan poder calorífico elevado, como los barros de pintura y líquidos inflamables, son utilizados como combustible alternativo en hornos de cemento.
- Los barros de la Planta de tratamiento de efluentes y barros resultantes del tratamiento de superficie son inertizados y confinados en rellenos de seguridad.

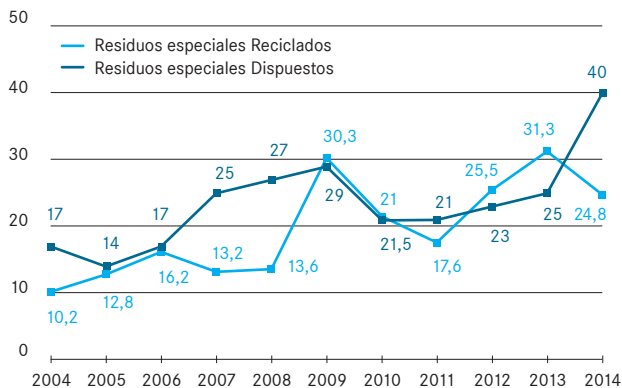
Para una mejor trazabilidad de los residuos, todos estos recipientes son rotulados de acuerdo con la peligrosidad y categoría designada por la legislación aplicable.



### ¿Sabías qué?

Reciclamos aproximadamente el 75% de los residuos comunes que se generan en las operaciones de nuestro Centro Industrial, mediante el reciclado de la madera de los embalajes, la chatarra plástica y metálica, el papel, el cartón y el plástico film, entre otros materiales.

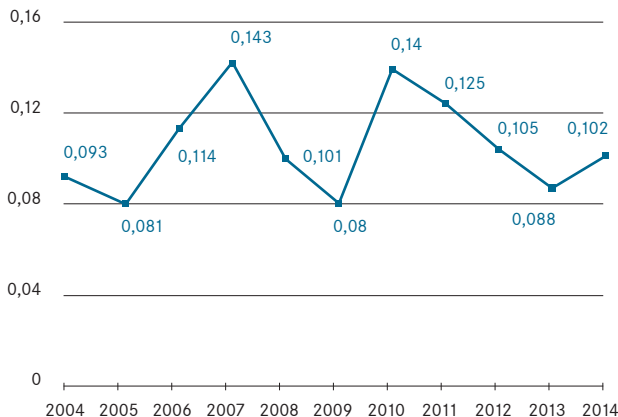
#### Generación de residuos especiales [kg/unidad]



#### Residuos patogénicos:

Los residuos patogénicos son generados durante la atención de pacientes en el servicio médico de la empresa. Estos residuos son dispuestos en bolsas y cajas provistas por el proveedor de tratamientos de residuos patogénicos, tal como lo exige la legislación; y, finalmente, son destinados a termodestrucción por un operador habilitado.

#### Generación de residuos patogénicos [kg/empleado]



#### Residuos comunes:

Existen dos tipos de residuos de acuerdo con su tratamiento:

- Los asimilables a domiciliarios, que son los generados por actividades personales de los empleados, y se disponen en contenedores y recipientes azules con bolsas negras y pueden ser reciclados o disponerse en rellenos sanitarios (CEAMSE).
- Los residuos comunes industriales, que son los generados en la actividad industrial y difieren de los especiales por su condición no tóxica, y pueden disponerse en contenedores y recipientes verdes, grises y naranjas (de acuerdo con el caso) y son recuperados por un operador de residuos industriales no especiales.

De todos los residuos comunes industriales que se generan en el Centro Industrial, entre el 70% y el 80% se recicla (cartón, papel, madera, plástico en film, chatarra plástica y metálica). Este porcentaje está compuesto —en gran medida— por los embalajes. De los tipos de embalaje, con los que recibimos las piezas, tenemos dos categorías:

- Metálicos y de madera: se reutilizan, ya que ingresan y vuelven al proveedor.
- Cartón y madera: se reciclan al 100%.

#### Generación de residuos comunes dispuestos (CEAMSE) [kg/unidad]



## Tratamiento de los residuos en Planta

Industriales	Especiales			Comunes	
Chatarra metálica Chatarra plástica Destrucción de piezas	Solventes Emulsiones de aceite Barros de pintura Barros de pulmones Ceras	Barros y sólidos con hidrocarburos	Barros de vertido Barros de planta Depuradora Barros de fosfato	Papel, cartón, madera	Asimilables a domiciliarios
Reciclado	Reciclado como combustible alternativo	Incineración y disposición final	Celda de seguridad	Reciclado	Relleno sanitario

## Tratamiento de residuos por tipo

Método	Tipo de residuo	2014	2013	2012	2011
de tratamiento		Peso	Peso	Peso	Peso
		(t/año)	(t/año)	(t/año)	(t/año)
Reciclado	Chatarra metálica	920	654	877	710
	Residuos especiales (combustible alternativo)	438	643	437	863
	Papel <sup>(*)</sup>	5	0	4	9
	Cartón	667	819	872	402
	Madera <sup>(**)</sup>	2.947	4.208	3.014	2.887
	Plástico de embalaje	66	57	52	57
	Chatarra plástica	52	66	33	29
	<b>Total reciclado</b>	<b>5.095</b>	<b>6.447</b>	<b>5.289</b>	<b>4.957</b>
Disposición	Residuos especiales	709	514	964	407
	Residuos comunes	522	721	755	565
Incineración + Disposición	Residuos especiales	116	352	696	251
<b>Total de residuos especiales y comunes</b>		<b>6.442</b>	<b>8.034</b>	<b>7.704</b>	<b>6.180</b>
<b>Porcentaje de residuos reciclados sobre total de residuos</b>		<b>79%</b>	<b>80%</b>	<b>69%</b>	<b>80%</b>

(\*) Los cantidades de papel reciclado son reportados por el Programa de reciclado de la Fundación, y solo reflejan lo generado en el Centro Industrial. En 2013 hubo un intervalo en el que se interrumpió la donación por temas logísticos.

(\*\*) Toda la madera que recibimos como embalajes, y se reutiliza, tiene certificación FSC por parte de nuestros proveedores.

## Gestión de Scrap

A mediados de 2014, iniciamos una nueva gestión de material reciclable, que consiste en el desarrollo de nuevos proveedores que logren mayor eficiencia en la segregación y separación de la basura común reciclable, y que cumplan con el marco legal de los Residuos Industriales No Especiales (RINES).

Entrevistamos a 20 empresas candidatas hasta encontrar a las que reunieran las condiciones técnico-legales suficientes para cumplir con el objetivo, de acuerdo con las reglamentaciones del Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible (OPDS), máxima autoridad ambiental de la Provincia de Buenos Aires. Como resultado, seleccionamos dos proveedores: uno de ellos, se ocupa del *scrap* plástico, metálico, cartón y film y, el otro, de la madera. Para el caso de la madera, la firma se encuentra empadronada en ACUMAR.

También se realizaron tareas de adecuación en la zona de chatarra que comprendieron, entre otras, el hormigonado del terreno transitado por autoelevadores y camiones, el alambrado del sector donde operan los proveedores que recuperan el *scrap* y la instalación de una nueva oficina de seguridad para el control de la mercadería y del personal.

## Reciclado de papel y cartón con la Fundación Hospital Garrahan

Desde hace casi 15 años, nos sumamos al programa de reciclado de la Fundación Hospital Garrahan, a través de la donación del papel resultante de las actividades de la empresa. Esto permite obtener recursos para satisfacer muchas de las necesidades que son prioritarias tanto en el hospital como en la Casa Garrahan. A continuación exponemos las cantidades de papeles reciclados en Casa Central y en el Centro Industrial:

	2014	2013
Papel reciclado	9.419 kg	7.394 kg
Árboles que se evitó talar <sup>(*)</sup>	160	126

(\*) Según el programa de reciclado de papel de la Fundación Hospital Garrahan, por cada tonelada de papel reciclado se logra salvar 17 árboles medianos, que demoran entre 10 y 20 años en crecer.

# Nuestros empleados

Nuestros empleados son los protagonistas de gestionar con éxito nuestras actividades del negocio. La gestión de la diversidad es un factor de progreso en términos del negocio y en sentido social, además es un factor de valor en los recursos humanos y en nuestra cultura corporativa de integridad.

## 20%

Ya alcanzamos el objetivo, definido a nivel global, de aumentar el porcentaje de **mujeres en posiciones de mando** a un 20% propuesto para 2020.



## 83%

En las encuestas de clima laboral, incrementamos el índice de compromiso de nuestros colaboradores a un 83%.



Por dos años consecutivos, fuimos elegidos como la empresa más atractiva para trabajar en Argentina, según el ranking Randstad.

## 78%

En 2014 el 78% de los puestos gerenciales se cubrieron con potenciales internos.



## Capacitaciones

Seguimos incrementando la cantidad y tiempo de capacitaciones para nuestros empleados. En 2014 aumentamos un 28% la cantidad de horas de capacitaciones para empleados mensualizados.

A nivel global, contamos con el premio Presidente (President's Award) para los empleados de Mercedes-Benz Financiera, creado para reconocer a los empleados más meritorios y de más alto rendimiento.



## Empleo y Diversidad

GRI G4-DMA, GRI G4-LA12, GRI G4-9, GRI G4-11

Trabajamos para hacer de la diversidad un factor de valor en los recursos humanos y en nuestra cultura corporativa de integridad, ya que es clave para el progreso en términos del negocio y en sentido social.

La industria automotriz es predominantemente masculina, y a través de la Política de Diversidad, se definieron objetivos de promoción de mujeres a puestos gerenciales y su incorporación en áreas de producción, entre otros criterios de diversidad. Uno de los pilares para esta gestión es la Política de Protección de la Maternidad, que tiene como objetivo retener a las empleadas mensualizadas, permitiéndoles que, durante los dos primeros años de edad de su hijo, tengan la posibilidad de cumplir la jornada laboral incorporando el teletrabajo.

### La diversidad en cifras

Empleo por género	Total 2014	% 2014	Total 2012	% 2012
Femenino	191	9%	163	8%
Masculino	1.963	91%	1.882	92%
<b>Total empleados</b>	<b>2.154</b>		<b>2.045</b>	
Empleo femenino por categoría	% 2014		% 2012	
Total compañía	9%		8%	
Operarias	2%		2%	
Centro Industrial	10%		12%	
Casa Central	14%		33%	
Puestos gerenciales	20%		5%	

Empleo por edad	Total 2014	% 2014	Total 2012	% 2012
Menor a 40 años	1.422	66%	1.330	65%
Mayor a 40 años	732	34%	715	35%
Promedio de edad por categoría	Total 2014	Total 2012		
Jornalizados	38	36		
Especialistas	40	41		
Jerárquicos	43	44		
<b>Total compañía</b>	<b>40</b>	<b>38</b>		
Tipo de empleo	Total 2014	% 2014	Total 2012	% 2012
Jornalizados	1.470	68%	1.443	71%
Pasantes	49	2%	30	1%
Jerárquicos	67	3%	56	3%
Especialistas	568	26%	516	25%
<b>TOTAL</b>	<b>2.154</b>		<b>2.045</b>	
Tipo de contrato	Total 2014	% 2014	Total 2012	% 2012
Temporal	104	5%	293	14%
Permanente	2.050	95%	1.752	86%
Por ubicación	Total 2014	% 2014	Total 2012	% 2012
Casa Central	283	13%	268	13%
Centro Industrial	1.871	87%	1.777	87%
Por convenio colectivo	Total 2014	% 2014	Total 2012	% 2012
Fuera de convenio	94	5%	91	4%
Pasantes	49	2%	30	2%
Smata	1.486	69%	1.471	72%
APS	525	24%	453	22%

### ¿Sabías qué?

Alcanzamos en Argentina el objetivo definido a nivel global de aumentar el porcentaje de mujeres en posiciones de mando a un 20% propuesto para 2020.



“Trabajo desde 1994 en la Planta y lo que más me gusta es estar encargado del comedor en todos los sectores.

Me divierte mucho trabajar con todos mis compañeros y tener mucha gente que me quiere y cumplir con todas mis tareas de todos los días.”

**Edgardo Pezzettoni**, Asistente de Comedor Industrial  
Cookins S.A.

# Prácticas Laborales

Nuestros empleados son los protagonistas de gestionar con éxito las actividades de nuestro negocio. Por eso, consideramos que las prácticas laborales deben regirse por la ética, equidad y confianza, más que por una obligación legal.

La Política de Recursos Humanos es el marco de las relaciones laborales basadas en los derechos y en las necesidades de los empleados, y también en sus talentos y aptitudes. Los principios fundamentales de esta política incluyen: remuneración adecuada, altos estándares de salud y de seguridad ocupacional, modelos flexibles y favorables a la familia, y capacitación intensiva.

## HR Compliance<sup>1</sup>

Dentro de la organización, Compliance posee un aspecto transversal y abarca a todas las áreas de la Compañía, siendo una de ellas Recursos Humanos. Así HR Compliance se ocupa de velar por la observancia de las leyes, políticas internas y regulaciones en materia de Recursos Humanos, así como por la prevención y la sanción de violaciones a estas.



<sup>1</sup> La palabra "Compliance" " se define como cumplimiento, conformidad, asentimiento y adhesión. En términos de nuestra compañía, entendemos por *compliance* el cumplimiento con todas las leyes, normas y regulaciones relevantes para el negocio en el desarrollo de las actividades de Daimler, así como también lo referido a políticas internas y directrices.

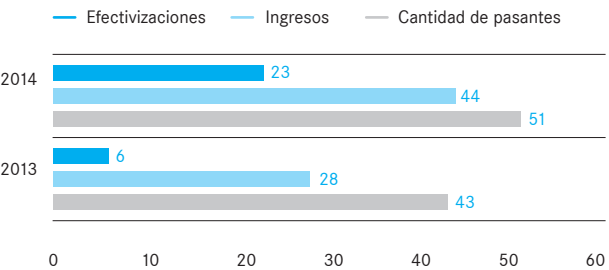
## Compliance check

El *Compliance check* es una evaluación de riesgos sobre el personal que se realiza al momento del reclutamiento, la transferencia o la promoción. Los objetivos de este procedimiento son comprobar la idoneidad de los candidatos según los riesgos de su función, a fin de minimizarlos, y evitar inconvenientes en Compliance y posibles conflictos de intereses.

Desde Daimler, se introducen continuamente mejoras a este proceso. Actualmente, se está trabajando en una política que reúne los estándares mínimos, a nivel mundial, que la función de Recursos Humanos debe cumplir en cuanto a aspectos de *Compliance*.

## Política de Pasantías

Hemos generado vínculos con algunas universidades con la intención de descubrir futuros empleados. Nuestra Política de Pasantías nos permite aportar a la formación del estudiante en su vida profesional y contribuir a su orientación vocacional. De esta iniciativa participan estudiantes de los dos últimos años de carreras de universidades con las cuales tenemos convenio. Dado que consideramos a las pasantías como una instancia de aprendizaje para el pasante, garantizamos que cada pasante disponga en su sector de un tutor que guíe su práctica, le enseñe las tareas del área y evalúe su desempeño.



## Motivación y Liderazgo

Daimler realiza a nivel global encuestas que le permiten relevar las percepciones y expectativas de sus empleados y directivos. Estas mediciones y algunos *workshops* se realizan periódicamente y son de participación voluntaria y anónima. Para garantizar la transparencia del procesamiento de datos se contrata un consultor externo para este proceso.



La gestión del clima organizacional apunta a la consolidación de una cultura de integridad y tiene como punto de partida la evaluación interna. De esta manera es posible conocer las fortalezas y debilidades en materia de liderazgo, motivación, clima laboral y la percepción de la incorporación de los valores corporativos.

Se realizan tres tipos de encuestas internas, en diversos períodos y con diversas modalidades:

- I. Daimler Pulse Check (DPC) (efectuado mediante un muestreo aleatorio)
- II. Daimler Employee Survey (DES) (realizada a través de un censo completo)
- III. Encuesta Great Place to Work (para el plantel de Mercedes-Benz Financiera Argentina)

Estas se realizan según el siguiente cronograma y con las siguientes características:

		2010	→	2011	→	2012	→	2014
Encuesta		Daimler Pulse Check		Daimler Employee Survey		Daimler Pulse Check		Daimler Employee Survey
Resultados								
Participación	Daimler	72%		73%		77%		70%
	Mercedes-Benz Argentina	68%		87%		76%		75%
Índice de compromiso	Daimler	64%		63%		66%		63%
	Mercedes-Benz Argentina	86%		70%		78%		83%

### Premio Presidente (President's Award)

El Premio Presidente (President's Award), iniciativa de Servicios Financieros de Américas, es el reconocimiento de mayor prestigio, ya que fue creado para distinguir a los empleados más meritorios y de más alto rendimiento de nuestra organización. Existen cuatro categorías de reconocimiento y son los empleados los responsables de nominar a sus colegas en las diferentes categorías:

- **Premio individual (Individual Award).**

Se eligen tres ganadores.

- **Premio de equipo (Team Award).** Se seleccionan dos equipos de dos a siete miembros.

- **Premio líder senior del año.** Se elige un solo ganador.

- **Voluntario del año.** Se premia a un ganador.

En 2014, el equipo de la Gerencia de Créditos, Cobranzas y Operaciones de Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina ganó en la categoría "Premio de equipo" por su trabajo en el Portal de Autogestión Digital (PAD), que es una herramienta a través de la cual los clientes pueden gestionar y supervisar online los servicios digitales.

### Beneficios

Como complemento a la remuneración, brindamos a nuestros colaboradores, permanentes y temporales, varios beneficios, con el objeto de mejorar la calidad de vida en el trabajo:

- Horario flexible y viernes cortos.
- Plan médico privado de primer nivel
- Comedor en planta
- Transporte para los empleados que trabajan en la planta
- Transfer para acceder a Casa Central
- Días de estudios adicionales
- Programas de descuentos especiales para empleados en comercios minoristas
- Campo deportivo "El Ateneo" para empleados, ubicado en el complejo industrial Juan Manuel Fangio
- Política de venta de autos nuevos
- Política de venta de vehículos usados
- Préstamos de emergencia y anticipos de sueldo
- Política de Protección de la Maternidad
- Puestos livianos en manufactura en caso de enfermedad
- Reconocimientos especiales
- Reconocimiento por antigüedad



“Agradezco a mis compañeros y superiores porque entre todos formamos un verdadero equipazo.

A través de mi experiencia como abastecedora logística en ventas he tenido la oportunidad de trabajar en equipo y la experiencia es extraordinaria, dentro de un ambiente de compañerismo e integración hace que todo sea más simple y eficaz. Como en toda relación humana uno no tiene nada garantizado, en el día a día el aporte y esfuerzo de cada uno de los integrantes es fundamental para que todo se fortalezca. Además es de mucha importancia que desde la jefatura se ponga énfasis a distintos valores como el respeto, la confianza, la integración.”

**Claudia Lorena Valle, Especialista de Logística de Abastecimiento y Ventas Especiales**

Programa de Bienestar

El programa promueve espacios de integración y bienestar, a través de algunas de las siguientes propuestas:

- 1) Running Team:** es un equipo de 100 aficionados al atletismo, que participan en carreras de calle del calendario anual de maratones. Se brinda a los participantes un servicio de gestión de inscripciones, asistencia durante la carrera (profesores de educación física y una carpa de apoyo). Este programa ha crecido y logra fomentar el espíritu de integración entre las distintas áreas y la vida saludable.
- 2) Mejor en bici:** en nuestra Casa Central contamos con vestuarios y espacios para la guarda de bicicletas, con el objetivo de fomentar hábitos de vida saludable y promover el uso de medios de transporte sustentables entre nuestros colaboradores. A lo largo de los últimos años aumentamos la cantidad de colaboradores que utilizan la bicicleta para viajar a la oficina al menos dos veces por semana.
- 3) Desayunos Cheers:** Son desayunos de integración que se realizan mensualmente para el equipo de Mercedes-Benz Financiera.

Desarrollo y Formación de Empleados

Para evaluar y gestionar el desarrollo de los empleados, Daimler a nivel global utiliza la evaluación de desempeño como la herramienta que le permite medir el grado de cumplimiento anual de objetivos y el potencial de cada uno de los colaboradores.

Además en el marco de nuestra cultura de integridad, en las conductas de liderazgo, se incluye la promoción del comportamiento de integridad a través de la evaluación a cada empleado en: “Cumplimiento de las normas éticas, asumir la responsabilidad y ser un modelo de integridad y valores corporativos”.

Etapas del Proceso LEAD

LEAD significa Leadership Evaluation And Development y es la base de la evaluación de Desempeño y potencial para los empleados mensualizados.



Proceso corporativo anual.  
Procedimiento estandarizado en todos los niveles de la organización.

Respecto de la evaluación de desempeño, se aplican dos metodologías:

- El Proceso LEAD (Leadership Evaluation And Development): A través de este proceso, buscamos promover el desarrollo de nuestros empleados. Es anual y está estandarizado en todos los niveles de la organización (empleados mensualizados de la empresa y niveles ejecutivos).
- El proceso PV44 (Assessment Center o Evaluación de Potencial): Es un proceso estandarizado en el proceso LEAD, cuyo objetivo es validar el potencial de un empleado para ocupar una posición gerencial, así como aportar un mayor grado de objetividad al incluir observadores adicionales al supervisor directo.

Los resultados del PV44, al igual que los del proceso LEAD, se utilizan para hacer los planes de sucesión de puestos gerenciales, privilegiando, siempre, al recurso interno.

Formaciones y Capacitaciones

El área de capacitación asiste a los gerentes para diseñar —junto a sus empleados— una estrategia de capacitación a medida de cada persona, según el momento de su desarrollo:

Grupo	Programa	Periodicidad
Ready + 1 step	Assessment Center	AC: 2 años
	Programa de Desarrollo de Profesionales	PEP: 2 años
	Mentoring	PDI: anual
	Opción para ser candidato al Master IAE	
	Idioma	
Talento Promisorio	Programa de Talentos	Anual
	Opción para ser candidato a un posgrado	1 año
	Idioma	Anual
Mismo nivel + Todos	Plan Anual de Capacitación (PAC)	Anual
	Plan de capacitación específico (No PAC)	
	Idioma	

Desempeño y Desarrollo en un mismo proceso.  
Validación de las evaluaciones de desempeño con la Dirección.



En cuanto a las temáticas de las capacitaciones, podemos destacar, principalmente:

- **Fabricación de productos:** En 2013, especialistas y operarios viajaron a la planta de Vitoria, España, para capacitarse acerca del nuevo producto que comenzaremos a producir en Mercedes-Benz Argentina a partir de 2015.
- **Técnicas:** Calidad, Seguridad e Higiene, Finanzas, Contabilidad, Control de gestión, Comercio exterior, Logística, Marketing, Responsabilidad de producto, Plan de Negocios y Proyectos.
- **Actitudinal:** Trabajo en equipo, Comunicación, Liderazgo, Negociación, Toma de decisiones, Relaciones interpersonales, Innovación y creatividad, Relación con clientes, Atención al cliente, Instrucción a instructores y Administración del tiempo.
- **Informática:** uso de herramientas de informática.
- **Idiomas:** inglés, alemán y portugués. Los empleados mensualizados participan de clases de idioma en la empresa durante el horario laboral.

A lo largo de 2013 y 2014, hemos brindado capacitaciones a todos los niveles de la organización, independientemente del género y del tipo de contrato:

Empleados mensualizados	2014	2013
Cantidad de horas por empleado	10	16
Cantidad de horas de capacitación	7.385	5.781
Empleados jornalizados	2014	2013
Cantidad de horas por empleado	12	1
Cantidad de horas de capacitación	17.324	1.251

### Programa Recursos Humanos + Cerca

Diseñamos un esquema de asesoramiento para empleados, que, a través de varios programas, los analistas de Recursos Humanos buscan brindar transparencia en el proceso de desarrollo, colaborar con el crecimiento del personal en posiciones claves y optimizar el porcentaje de turnover (egresos).



## Desarrollo de Profesionales *progresando juntos*

- Evaluación LEAD y Porfolio de potenciales.
- Programa Corporativo PV44. Assessment Center con evaluadores internos capacitados para la detección e identificación de competencias de liderazgo.
- Programa Corporativo PEP - Módulos de disertación y preparación de las competencias y habilidades de los futuros líderes. Coaching.
- Mentoring.
- Master in Business Administration (75% del costo a cargo de Mercedes-Benz Argentina).

En 2013, el 62,5% de los puestos gerenciales se cubrieron con potenciales internos y, en 2014, el 77,78%.

## Talentos Mercedes-Benz *sumando futuro*

- Evaluación LEAD y Porfolio de talentos.
- Programa de Talentos - detección de empleados con habilidades y competencias superiores a la media. Módulos orientados al desarrollo significativo de sus habilidades profesionales y personales (ya sean técnicas y/o de liderazgo).
- Plan individual de desarrollo profesional y personal. Coaching individual.
- Posgrados (50% del costo a cargo de MBA).

## Formación de Maestros *supervisando el futuro*

- Programa de Maestros (supervisores de Producción).
- Desarrollo para empleados con perfiles técnicos que ocupan posiciones claves liderando grupo de trabajo en la línea de producción.
- Módulos orientados al desarrollo de habilidades de liderazgo, interpersonales e incorporación de metodologías y técnicas de trabajo LEAN.
- Certificación otorgada por la Cámara Argentino Alemana en conjunto con Mercedes-Benz Argentina.

63 maestros certificados.

	Benchmark	2014	2013	2012	2011
Porcentaje de egresos	3%	2,04%	1,62%	1,26%	2,81%

## Salud y Seguridad Ocupacional

GRI G4-DMA, GRI G4-LA5, GRI G4-LA6, GRI G4-LA7, GRI G4-LA8

La Seguridad e Higiene Ocupacional son prioritarias, y trabajamos constantemente para evitar la ocurrencia de accidentes de trabajo y el desarrollo de enfermedades profesionales.

En el Centro Industrial contamos con:

- Servicio médico de 24 horas: brinda respuesta a emergencias en el lugar de trabajo y realiza estudios ambulatorios de rutina, que son demandados por nuestros empleados.
- Servicio de rehabilitación y kinesiología.
- Profesionales idóneos para ofrecer servicios de prevención y atención en salud, y para afrontar cualquier contingencia médica en el ámbito del trabajo.
- Actividades de promoción de la salud y medicina preventiva, como por ejemplo: capacitaciones en reanimación cardiopulmonar (RCP), primeros auxilios para brigadistas y simulacros de incendio y de evacuación en distintos edificios del Centro Industrial y en Casa Central.

### Política de Seguridad y Salud Ocupacional

La Política de Seguridad y salud ocupacional tiene como objetivos:

- Contar con un plantel en condiciones de aptitud psicofísica para sus tareas.
- Contribuir a la salud de los empleados mediante acciones médicas eficientes en los campos asistencial y el preventivo.
- Generar condiciones y promover prácticas adecuadas de trabajo, para evitar o acotar (de modo continuo) la ocurrencia de accidentes y enfermedades profesionales.
- Incluir la gestión de Salud y Seguridad entre las responsabilidades prioritarias de todo el personal de conducción.
- Involucrar a nuestros empleados en el cuidado de su salud y en la ejecución de operaciones seguras.
- Cumplimentar las acciones exigidas por la legislación y por otras normativas aplicables a las que adhiera la organización.

### Seguridad e Higiene

El área de Seguridad e Higiene en el trabajo funciona como asesora y soporte de cada sector a través de:

- Detección, corrección y control de las condiciones inseguras y de los actos inseguros de las personas, como medio para la prevención de accidentes.
- Detección, corrección y control de las condiciones ambientales y requerimientos ergonómicos, como medio para la preservación de la salud.
- Participar en la habilitación del ingreso de contratistas, verificando el cumplimiento legal en seguridad.

Durante 2014, se han brindado 1.543 horas de capacitación a 944 personas sobre temas de Seguridad como: RCP, Seguridad e Higiene, Seguridad Personal y Primeros Auxilios, entre otros.

*Comité Mixto de Higiene y Seguridad (COHISE)*

Allí se resuelven temas relacionados con la salud y la seguridad ocupacional, fortaleciendo nuestra relación con los sindicatos. En el Comité están representados todos los trabajadores de Smata, a través de sus delegados especializados en el tema, y la empresa. También se reciben los reclamos y las peticiones del personal, que se analizan técnicamente para encontrar soluciones y luego implementarlas.

*Comité de Ergonomía*

Su objetivo es tratar temas que afectan la salud laboral pero que requieren un análisis desde el punto de vista ergonómico. Para esto se trabaja en forma conjunta con el Servicio Médico, mediante reuniones mensuales o ante alguna situación en particular.

*Programa de Formación en Seguridad en el Lugar de Trabajo*

Se implementó con el fin de acompañar la introducción de los cambios y mejoras en Seguridad, además de desarrollar el programa anual de capacitación en inducción a los nuevos colaboradores. La instrucción apunta a obtener una actitud favorable del empleado en el respeto de las normas y de las pautas preestablecidas, a fin de evitar los riesgos asociados al trabajo.

*Puestos para Capacidades Diferentes o Limitadas*

Estamos trabajando con los sectores de Producción e Ingeniería y con el Servicio Médico para desarrollar puestos para el personal con capacidades diferentes o con limitaciones.

**Salud Ocupacional**

Desde el Servicio Médico, se realizan varias campañas de prevención y promoción de la salud para los empleados. Entre ellas, podemos destacar:

- Examen médico, audiométrico, electrocardiográfico (en mayores de 40 años), visual, radiológico y de laboratorio (en forma anual al personal del Centro Industrial).
- Exámenes médicos específicos para el personal expuesto a algún riesgo.
- Vacunación antigripal anual.
- Programa de entrenamiento en reanimación cardiopulmonar básica.
- Programa de reducción del riesgo coronario.
- Campaña de prevención del cáncer de mama.
- Campaña antitabaco.

En cuanto a las enfermedades profesionales que se presentan en la industria automotriz, la más frecuente es la hipoacusia. Para prevenir su incidencia, realizamos controles semanales a cargo de un especialista en la Planta.

El indicador “Sickness rate” (tasa de enfermedad) muestra el porcentaje acumulado de horas perdidas por enfermedad y accidentes en relación con las horas teóricas de trabajo del personal.

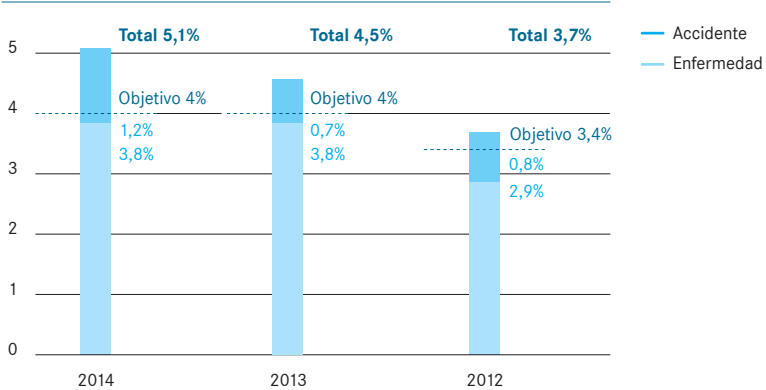
Año	Unidad de negocio	Total de horas laborales	Accidentes en el trabajo			Días laborales perdidos	Accidentes fatales de empleados de Mercedes-Benz Argentina	Accidentes fatales de contratistas	Frecuencia de accidentes*	Tensión de accidentes**
			Total	Sin pérdida de días laborales	Con al menos un día laboral perdido					
2012	Vans	2.370.490	185	122	63	1.212	0	0	26,6	511
	Buses	209.808	33	21	12	406	0	0	57,2	1.935
2013	Vans	2.358.054	183	106	77	1.167	0	0	32,7	495
	Buses	355.083	18	9	9	312	0	0	25,3	879
2014	Vans	2.341.871	209	117	92	2.418	0	0	39,3	1.033
	Buses	250.241	20	11	9	156	0	0	36	623

\* Cantidad de accidentes con al menos un día laboral perdido por 1 millón de horas de asistencia.

\*\* Número de días laborales perdidos a causa de accidentes de trabajo por cada 1 millón de horas de asistencia.



Tasa de enfermedad



# Proveedores

GRI G4-DMA, GRI G4-12, GRI G4-EC9, GRI G4-HR4, GRI G4-HR5, GRI G4-HR6, GRI G4-HR10

Somos un grupo que opera globalmente y damos una alta prioridad al aseguramiento de que los estándares de sostenibilidad sean sistemáticamente cumplidos a lo largo de la cadena de suministro.

Exigimos que nuestros proveedores productivos se encuentren certificados bajo las normas de gestión de calidad ISO 9001 e ISO TS 16949.



## +800 proveedores

Durante 2014 trabajamos con más de 800 proveedores activos, de los cuales más del 80% son proveedores locales.

## 30% certificados

Casi el 30% de nuestros proveedores productivos se encuentran certificados en ISO 14001 de Gestión Ambiental.



## Evaluación

Las evaluaciones a proveedores para trabajar con nosotros incluyen aspectos ambientales, laborales, derechos humanos, ética y Compliance.



Daimler es un grupo que opera globalmente, y da una alta prioridad asegurando que los estándares de sostenibilidad sean sistemáticamente cumplidos a lo largo de la cadena de suministro. En esa línea, nuestra intención es crear y mantener una red de proveedores eficaces y fiables, que contribuyan al éxito del negocio por medio de una gestión sustentable.

Por este motivo, los proveedores, con quienes trabajamos, deberán —en todo momento— cumplir con las disposiciones legales vigentes y adherir a las normas y exigencias del Grupo Daimler en materia de sustentabilidad y de protección de medioambiente, según los requerimientos de Mercedes-Benz Special Terms (MBST 36).

La norma interna que se aplica a todo tipo de compra implica el cumplimiento de los siguientes estándares de sustentabilidad:

- **Condiciones laborales:** Salarios, beneficios y horas de trabajo en concordancia con las convenciones de la OIT, prohibición de trabajo infantil, prohibición de trabajo forzoso o esclavo, libertad de asociación sindical y salud y seguridad ocupacional, de acuerdo con los estándares locales.
- **Ética en los negocios:** Anticorrupción y Compliance, no discriminación de ninguna clase, y calidad y seguridad en los productos y servicios.
- **Medioambiente:** Responsabilidad ambiental en cuanto a las actividades productivas y sus productos, consideración del reciclado de sus productos, confirmación de adhesión a prohibiciones de sustancias, enfoque de mejora continua de productos y la producción.
- Promoción de estos estándares de Daimler en su propia cadena de suministros.

### Proceso de selección de proveedores

La liberación de un nuevo proveedor productivo a la cadena de suministros de Daimler se encuentra supeditada, sin excepción, a la aprobación de un assessment realizado en la planta del proveedor liderado por Calidad y acompañan las áreas de Desarrollo, Logística, Compras y Cost Planning.

Además se cumple con el procedimiento global en materia de sustentabilidad bajo el análisis en 6 cuestiones:

- Prevención del trabajo infantil
- Libre elección de empleo
- Salarios, beneficios y horas de trabajo
- Libertad de asociación sindical
- Protección ambiental
- Ética en los negocios y Compliance

### Nuestros proveedores

Las actividades de abastecimiento en Mercedes-Benz Argentina están gestionadas por dos departamentos:

- Materiales de producción
- Compras auxiliares

Durante 2013 y 2014, en promedio hemos trabajado con alrededor de 800 proveedores nacionales y extranjeros, de los cuales entre el 80% y 90% corresponden a proveedores locales. Parte del trabajo realizado en el Centro Industrial por nuestros proveedores, implica la generación de empleo indirecto de aproximadamente 880 personas promedio.

Para las compras productivas, exigimos que los proveedores estén certificados por las normas ISO TS 16949 e ISO 9001 y recomendamos que estén certificados por la norma ISO 140001.

Para compras no productivas, se recomiendan las certificaciones ISO 14001, en lo que hace a materia ambiental, e ISO 9001, para el gerenciamiento de la calidad.

Dentro de los estándares de producción de vehículos en el Grupo Daimler, se definió una norma técnica que tiene en cuenta el cuidado de emisiones en las piezas interiores de los vehículos, en relación con el cuidado de la salud de los ocupantes. Esta norma interna se sigue estrictamente para las compras productivas en Mercedes-Benz Argentina, y tiene en cuenta aspectos como la utilización de sustancias peligrosas, explosivas e incluso protección contra las radiaciones.

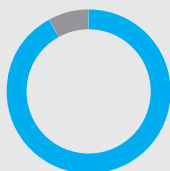
# Clientes

GRI G4-DMA, GRI G4-PR5

Nuestra máxima meta es la satisfacción del cliente, buscando cubrir sus expectativas en relación con nuestros productos, ventas, servicio y soporte asociado. Trabajamos bajo las premisas de Mejora Continua, Calidad, Innovación y Vocación de Servicio.

## 92%

Nuestros índices de satisfacción de clientes superan el 92% en diversos aspectos.



## 2.000 participantes

Contamos con un Centro de Capacitación a talleres y concesionarios con instructores certificados a nivel mundial. Anualmente se dictan más de 200 cursos con la asistencia de más de 2.000 participantes.



En 2014 creamos el programa “Clientes para Siempre”, para mejorar y potenciar nuestra relación con la red de concesionarios y con los clientes.



Para el programa “Clientes para Siempre”, se crearon varias actividades como: “La voz del cliente”, una actividad con el Call Center, Paneles de discusión, Talleres de experiencia con el cliente y Charlas con el Presidente. Entre todas las actividades, alcanzamos un 74% de participación.

## Concesionarios

Nuestra red de concesionarios y talleres autorizados, cubren toda la Argentina, con más de 54 puntos de venta y 59 puntos de postventa.





Nuestro objetivo es satisfacer las expectativas de los clientes, en relación con nuestros productos, ventas, servicio y soporte asociado. Nos acercamos a nuestros clientes con apertura para identificar sus deseos y necesidades, porque que sus expectativas varían mucho, en términos de necesidades individuales, consideraciones regionales y grupos de productos.

Trabajamos bajo las siguientes premisas:

- Mejora continua
- Calidad
- Innovación
- Vocación de servicio

### Mejora Continua

Para hacer realidad el concepto de mejora continua, el área de Ingeniería de Servicio realiza estudios y análisis permanentes sobre el desempeño de los vehículos comercializados y fabricados en la Argentina. Así, se logran identificar, de manera preventiva, problemas que puedan afectar a los vehículos durante su vida útil.

El trabajo es realizado en forma conjunta con el área de Ingeniería de Servicio y el área de Calidad, involucrando, de acuerdo a las necesidades, a la Coordinación de Atención al Cliente, la Gerencia de Operaciones Técnicas, la Gerencia de Repuestos, asesores de productos, especialista de repuestos y asesor legal, entre otros. El resultado de este trabajo en equipo permite obtener mejoras aplicadas en la serie o línea de producción, así como también decidir si es necesario el saneamiento de los vehículos en servicio.

Nuestro valor agregado pasa por el arduo trabajo en estos ejes:

- La búsqueda de la satisfacción del cliente (interno y externo).

- La orientación al “cero defecto” a través de la mejora continua de los procesos.
- El profundo conocimiento de la tarea de cada uno de nosotros, producto del entrenamiento y del trabajo en equipo.
- La tecnología de última generación en nuestros productos.
- La comunicación fluida con la red de concesionarios, lo que nos acerca más a nuestros clientes.

### Programa “Clientes para Siempre”

Nuestra máxima meta es la satisfacción del cliente, y su logro depende —en gran medida— del rol de los concesionarios, ya que son nuestros ojos y oídos ante nuestros clientes. Para lograr este objetivo, en 2014 creamos el programa *Clientes para Siempre*, para mejorar y potenciar nuestra relación con la red de concesionarios y con los clientes.

*Clientes  
para siempre*

### Visión

Posicionamos a Mercedes-Benz Argentina como el mejor partner de nuestros clientes y concesionarios.

### Compromiso

Ponemos al cliente en el centro de cada cosa que hacemos.

### Competencia

Somos reconocidos como los mayores expertos en nuestro negocio.

### Confiabilidad

Brindamos respuestas veloces y certeras.

### Responsabilidad

Orientamos nuestros procesos y actividades para contribuir con la cadena de valor del negocio.

Dentro de este programa, creamos varias actividades para fortalecer nuestra relación:

#### La Voz del Cliente

Consiste en visitas al *call center* por parte de empleados de otras gerencias para conocer las actividades realizadas y escuchar, in situ, reclamos, asistencias y ventas, entre otros. Se realizaron 15 ediciones con la participación de 48 empleados.



#### Paneles de Discusión

En estos ámbitos de intercambio participan los titulares de los concesionarios de nuestra red y directivos de la división Trucks, con el CEO de Mercedes-Benz Argentina como moderador. Allí se han tratado temas sobre el negocio de camiones y la relación entre la compañía y la red, a fin de mejorar la atención a los clientes. En dos paneles realizados, en los meses de octubre y noviembre de 2014, participaron más de 60 empleados de distintas áreas y gerencias de la compañía.



#### Taller Experiencia Cliente

Es una actividad de media jornada cuyo objetivo es sensibilizar y comprometer a los participantes con el valor del servicio al cliente, profundizar el concepto de foco en el cliente y construir una agenda de mejora por área. El taller comprende la participación de los gerentes con sus equipos, con la participación de 121 empleados de todas las áreas.



#### Charlas con el Presidente

Estos encuentros se producen para que los participantes presenten los aprendizajes recogidos y la síntesis del ejercicio realizado en el Taller Experiencia Cliente. A su vez, el Presidente desafía lo trabajado y se construyen acuerdos y compromisos a futuro. En la primera charla realizada tuvo participación la Gerencia de Tesorería.



## “Clientes para Siempre’ fue lanzado en 2014 con el objetivo de posicionar a Mercedes-Benz Argentina

como el mejor partner de nuestros clientes y concesionarios, y además porque creemos firmemente que la satisfacción de sus necesidades se logra anticipándonos a sus expectativas”.

**Joachim Maier**, Presidente de Mercedes-Benz Argentina

## Red de Concesionarios

GRI G4-12

Trabajamos en conjunto con la red de concesionarios en busca de nuevas estrategias comerciales que contribuyan a potenciar el valor de nuestra marca.

A través de una adecuada gestión de nuestra red comercial, nos aseguramos el alineamiento del concesionario con las necesidades de la Compañía, y de los valores y estándares de calidad y medioambiente de la marca Mercedes-Benz.

Contamos con políticas comerciales que fusionan nuestros objetivos y los concesionarios, partiendo de normas de convivencia y de reglas claras. En este sentido, los concesionarios firman una carta antibribery (anticorrupción), que incluye normas y códigos de conducta específicos para promover la transparencia en sus prácticas y mantener el prestigio de la marca Mercedes-Benz en nuestro mercado, mediando la relación cliente-concesionario. Además, capacitamos a la Red Comercial en términos de Compliance.

Para afianzar la relación y la fidelidad de nuestros concesionarios, hemos desarrollado programas de incentivos, con el fin de premiar la excelencia y la calidad.

StarClass Argentina: En 2009 desarrollamos este sistema de incentivos para todos los concesionarios y talleres autorizados por Mercedes-Benz Argentina, alineado a una estrategia de agregar valor al producto.

Respaldo por una organización y un trabajo orientados hacia la excelencia y la satisfacción del cliente, “StarClass Argentina” tiene por objetivos: lograr la satisfacción del cliente; mejorar los procesos e imagen de marca; reconocer la labor profesional del concesionario con un sistema de recompensas y bonificaciones; alinear los objetivos con reglas claras y desarrollar un sistema de mejora continua dentro de las posibilidades del mercado y en pos de la sustentabilidad del negocio.

Punto Benz: También desarrollamos este programa de puntos destinado para colaboradores de la Red de Concesionarios Oficiales de Mercedes-Benz Argentina, a través del cual pueden sumar puntos que luego canjean por interesantes premios. Tiene tres objetivos: motivar e incentivar a la fuerza de Venta y Postventa; acompañar la capacitación y la profesionalización de los vendedores de unidades y de postventa; y retener y fidelizar la fuerza de venta y postventa en la marca. Actualmente, participan vendedores, asesores de servicio, mecánicos técnicos en diagnóstico certificados y jefes de taller. El desafío es involucrar a todos los colaboradores de la red de concesionarios Mercedes-Benz Argentina.

Dealer Assistance Center: En 2014, relanzamos una red de soluciones para nuestros concesionarios. Es un programa de atención exclusivo para que los concesionarios resuelvan todas sus inquietudes y puedan hacer un seguimiento de todas las consultas hasta su resolución.



## “En el año 2006 comenzamos el camino de la certificación ISO 14001 que tiene como principal objetivo el cuidado del medioambiente.

Al año siguiente obtuvimos el certificado y de ahí en adelante mantuvimos renovándolo periódicamente mediante la mejora continua de nuestros procesos y la reducción progresiva del impacto ambiental de nuestras actividades. A esto se suma la toma de conciencia de que la prevención de la contaminación ambiental es una tarea que nos involucra a todos en todas nuestras actividades, más allá del horario laboral o de las paredes de nuestra empresa, y es lo que nos asegura mantener el camino de la sustentabilidad ambiental y multiplicarlo en la comunidad.”

**Mario Luis Guerini**, Gerente de Postventa de Cigliutti Guerini S.A.



#### ¿Sabías qué?

Todos nuestros clientes cuentan con el respaldo de la más extensa red de concesionarios y talleres autorizados.

Concesionarios: 29 (incluye 1 de smart)

Talleres autorizados: 8

Puntos de venta: 54

Puntos de postventa: 59

Rectificadoras: 2

#### Capacitación a Concesionarios

Brindamos, a los concesionarios y sus empleados, capacitaciones en ventas, además del desarrollo de programas para la certificación de vendedores, diseñado por el grupo Daimler. A partir de marzo de 2013, se creó la gerencia de Training Center, con el objetivo de unificar la capacitación de venta y postventa en una misma coordinación.

Los principales programas son:

- Programas de certificación del Grupo Daimler a nivel mundial, realizados en la Argentina:
  - C-Sales (certificación de los vendedores).
  - C-Management (certificación de Gerentes de Venta y Postventa).
- Conocimiento de producto:

En todos los lanzamientos de cada producto, con capacitaciones previas para los vendedores y gerentes de venta, incluyendo, prueba de vehículos y comparativo con la competencia.
- Entrega profesional de vehículos:


Se capacita al responsable de entrega del 0 km del concesionario, asegurando que el cliente tenga una experiencia única al momento de retirar su vehículo nuevo.
- Procesos de ventas:

Implementamos un trabajo de consultoría en los concesionarios, para profesionalizar el proceso de venta, CRM y gestión. Los principales aspectos son: prospección, asesoramiento, entrega del vehículo, seguimiento, tasación del vehículo usado, gestión de ventas perdidas, gestión de reclamos, gestión de satisfacción de clientes, control y planificación de ventas, gestión del stock.

### Centro de Capacitación a Talleres y Concesionarios

Contamos con un centro de capacitación integrado por instructores certificados a nivel mundial que tiene una superficie de 1.000 m<sup>2</sup> dedicados exclusivamente a la capacitación de postventa. Está compuesto por dos salas para el dictado de cursos teóricos, una sala de informática para prácticas sobre los sistemas que deben utilizar los concesionarios y talleres autorizados, y tres talleres para el dictado de cursos teórico/prácticos sobre toda la gama de productos, los conjuntos y sistemas que los equipan.

Trabajamos sobre el sistema de capacitación mixta que es una combinación de cursos presenciales y cursos a distancia multimedia vía Web. El Centro de Capacitación, también cuenta con Programas de entrenamiento certificados por el Global Training de Alemania para garantizar el nivel de conocimientos de la red de concesionarios a nivel mundial. Anualmente se dictan más de 200 cursos, con una asistencia superior a los 2.000 participantes.

 [Ver más detalle en nuestro canal de youtube:](https://www.youtube.com/watch?v=tFCB9JwOG2E)  
<https://www.youtube.com/watch?v=tFCB9JwOG2E>

### Encuestas de Satisfacción de Clientes y Concesionarios

GRI G4-PR5

Regularmente, evaluamos la satisfacción de los clientes con nuestros concesionarios, y de nuestros concesionarios con Mercedes-Benz Argentina:

Satisfacción de clientes	2014	2013	2012	2011
Volverían a comprar en el mismo concesionario	94%	92%	93%	92%
Satisfacción general en ventas	93%	92%	92%	91%
Satisfacción general en postventa	92%	92%	92%	92%

Satisfacción de concesionarios de automóviles	2014
Satisfacción general con Mercedes-Benz Argentina	82%
Nivel de satisfacción con la calidad de los vehículos	92%
Evaluación positiva de la relación con Mercedes-Benz Argentina	77%
Satisfacción general con Mercedes-Benz Financiera	83%

### Certificaciones en la Red de Concesionarios: Proyecto Mercedes-Benz Retail Certification

A partir de regulaciones de la Comisión Europea, las actividades de los distribuidores de productos automotrices están afectadas por la necesidad de implementar gestiones relacionadas con la calidad y el medioambiente en su trabajo diario. Esto generó que el Grupo Daimler se focalice en su red de distribución para cumplir con la normativa europea y así se logró el primer objetivo, que tenía como fecha límite enero de 2016, expandiendo la tarea a nivel global a través de sus subsidiarias y sus representantes generales.

Desde 2010, en Mercedes-Benz Argentina, incluimos la gestión de calidad de los proveedores y distribuidores en nuestra Política de Calidad; y en 2011 y 2012, comenzamos a implementar procesos en servicios, ventas/CRM y repuestos.

En 2013, en línea con las buenas prácticas de Daimler, implementamos –junto con la red de concesionarios– el proyecto Mercedes-Benz *Retail Certification* en los concesionarios oficiales y talleres autorizados, cuyo objetivo principal es lograr una red comercial certificada bajo las normas de Calidad ISO 9001.

Los principales objetivos del proyecto son:

- Aumentar la satisfacción del cliente.
- Realzar la reputación del concesionario y de la marca.
- Atraer clientes que estén certificados y que requieran proveedores en esa situación.
- Mejorar las operaciones, permitiendo reducir costos directos, reducir tiempos ociosos, aumentar la productividad y mejorar el volumen de estas.
- Promover un desarrollo constante mediante el uso de un proceso de mejora continua.

El objetivo de Mercedes-Benz Argentina es tener una red de concesionarios certificados en la norma ISO 9001, por lo que, a través del Proyecto Mercedes-Benz Retail Certification, pretendemos lograr que en el segundo semestre de 2015 se concrete este objetivo.

Por requerimiento del Grupo, debemos informar anualmente, en el *Management Review Report*, la cantidad de concesionarios habilitados y cuántos están certificados bajo la norma ISO 9001. A la fecha, ya obtuvieron su certificación 8 concesionarios.



Asistencia y capacitación a flotas

En colaboración con el área de Ventas elaboramos el plan anual de visitas y capacitaciones para empresas poseedoras de camiones semipesados y pesados que deseen mejorar la capacitación del personal de conducción buscando optimizar el rendimiento general de la flota. Las actividades se basaron principalmente en dos de nuestros modelos de camiones:

- Actros 2044 - Telligent II con equipamiento extra para medición de consumo de combustible, sensores que registran conductas de manejo, entre otras mejoras.
- El nuevo Axor 2035 S con cambio automatizado de 12 marchas.

La asistencia a flotas abarca:

- Visita técnica y seguimiento del producto
- Asesoramiento técnico
- Asistencia primaria de reclamos y contención
- Acciones de campo (recall y saneamientos)
- Ensayo de productos (instalaciones prototípicas, test de componentes, etc.)
- Nexa de asistencia con Fate

En cuanto a las capacitaciones, ofrecemos:

- Cursos de conducción económica, segura y ecológica
- Cursos de mantenimiento vehicular
- Cursos de electricidad y diagnóstico
- Cursos sobre componentes mayores (motores, cajas, ejes)
- Actividades conjuntas con proveedor de neumáticos (Fate)

Las formaciones se organizaron en conjunto con los concesionarios de todo el país, abarcando unas 24 sedes en total, lo que equivale a más de 42.000 kilómetros recorridos en ruta y en ciudad.

Además de brindar capacitaciones a medida de cada cliente, más de 200 empresas participaron en diversos cursos:

	2014		2013	
	Cursos	Participantes	Cursos	Participantes
Conducción Económica	67	543	102	400
Cursos técnicos (mantenimiento, diagnóstico, electrónica, etc.)	54	511	38	300
Total	121	1.054	140	700

# Centro de Atención al Cliente

GRI G4-DMA, GRI G4-PR5

Una de las formas de relacionarnos con el público es a través del Centro de Atención al Cliente (CAC), cuyo objetivo principal es crear la mejor imagen posible de la compañía a los ojos del cliente, asegurando que la información requerida y sus quejas sean gestionadas de manera profesional y según los procedimientos establecidos para cada caso. La visión del CAC es convertirse en la opción más eficiente ante cualquier inconveniente, inquietud o consulta de los usuarios.

Entre sus funciones principales se destacan:

- Atender en tiempo y forma al 100% de los clientes que se contacten.
- Centralizar y canalizar las consultas y reclamos, a fin de solucionarlas de la manera más rápida y coordinada posible.
- Contener al cliente en situaciones críticas o de emergencias.
- Generar un feedback permanente con el cliente.

El CAC cubre la atención a reclamos, consultas, solicitudes de información, inquietudes o sugerencias, realizadas a través de nuestra línea telefónica gratuita, vía web, e-mail o carta, sobre productos y servicios de Mercedes-Benz Argentina, Mercedes-Benz Financiera y Círculo Mercedes-Benz. Además de la atención al cliente, se realizan encuestas de calidad, se atiende el programa Mercedes-Benz Assistance, y el Dealer Center (para atención a concesionarios), además de Telemarketing, entre otras.

## Actividad del Centro de Atención al Cliente

Tipos de contacto	2014	2013
Telefónico	77.536	74.069
Web/mail	36.588	23.328
Legales	46	60

Nivel de servicio	Objetivo	MB Argentina	Círculo MB	MB Financiera
		2014	2014	2014
Nivel de atención	Al menos 85%	91%	79%	79%
Nivel de servicio	Al menos 80%	90%	67%	67%
Tasa de abandono	Hasta 5%	1%	9%	7%

El primer nivel de atención del CAC recae en un proveedor que presta servicios de *call center*, mientras que en un segundo nivel intervienen nuestros empleados para la ejecución de la estrategia corporativa y la coordinación de las operaciones. Internamente, se realizan monitoreos *online* y talleres de *coaching* y se otorgan premios por alcance de objetivos de monitoreo.

Como estadísticas generales, el 60% de las inquietudes de los contactos se resuelve dentro de las primeras 24 horas, y el 4% de los reclamos son cartas documentos o mediaciones legales. Dentro del equipo de atención, contamos con menos del 1% de rotación anual del personal.

También, hemos desarrollado el Manual del Centro de Atención al Cliente, destinado a todos aquellos involucrados en la atención al cliente, con el objetivo de brindar información uniforme y consistente, para proveer a los clientes asistencia de alta calidad.

## Mercedes-Benz Assistance 24 Horas

Es un programa de asistencia para solucionar cualquier problema eventual que pueda presentarse en todo el territorio de la Argentina y países limítrofes, las 24 horas, los 365 días del año. Es un servicio, brindado a través del CAC y destinado a automóviles, camiones y sprinters, por asistencia mecánica, talleres móviles, remolque y traslado, custodia de vehículo, asistencia médica, reemplazo de vehículo, entre otros varios servicios.

## MB Assistance 24 horas:

Talleres móviles	32
Concesionarios adheridos	30

## Utilización por vehículos

Automóviles	30%
Sprinter	24%
Camiones	46%

## Encuesta de calidad al 100% de los clientes

Satisfecho del servicio en general	71%
Satisfecho de la atención telefónica	69%
Satisfecho con la gestión de los talleres móviles	71%
Recomendación del servicio	91%

# Compromiso Social

GRI G4-DMA, GRI G4-EC7, GRI G4-SO1, GRI G4-SO2

Como uno de los pilares más importantes en nuestra gestión sustentable, nuestro compromiso social tiene el objetivo fundamental de promover los beneficios sociales creando valor compartido para la sociedad. Nuestro compromiso social comprende programas y acciones en educación, voluntariado corporativo, arte, cultura y deporte, entre otros.

## 1.600 Egresados

Nuestra Escuela Técnica cuenta con más de 200 estudiantes y ya egresaron más de 1.600 alumnos. Actualmente 128 ex-alumnos forman parte de nuestro equipo de trabajo como operarios, supervisores, gerentes, empleados o proveedores.

Dentro del predio del Centro Industrial, contamos con un Polo educativo abierto a la Comunidad. Allí funcionan dos Escuelas públicas con más de **2000 alumnos**, un Centro de Formación Profesional del sindicato SMATA, con más de **800 estudiantes**, y un Ateneo en el que el Sindicato SMATA y voluntarios de la empresa brindan clases de fútbol a **250 chicos** de la zona que viven en situación de vulnerabilidad.

Somos socios fundadores del Centro Universitario Argentino-Alemán, a través del cual se han lanzado 6 carreras binacionales que fomentan el desarrollo académico y la integración cultural de las naciones.



## 1.500

Junto a Laureus apoyamos a proyectos sociales que llegan a 1.500 chicos en situación de vulnerabilidad en nuestro país a través de actividades deportivas.

Afianzamos nuestro Programa de Voluntariado con **50 voluntarios** y participando en **15 proyectos** sociales que impactan en más de **100 instituciones**.

## 13,6 millones

En 2014 hemos invertido en la Comunidad más de 13,6 millones de pesos.

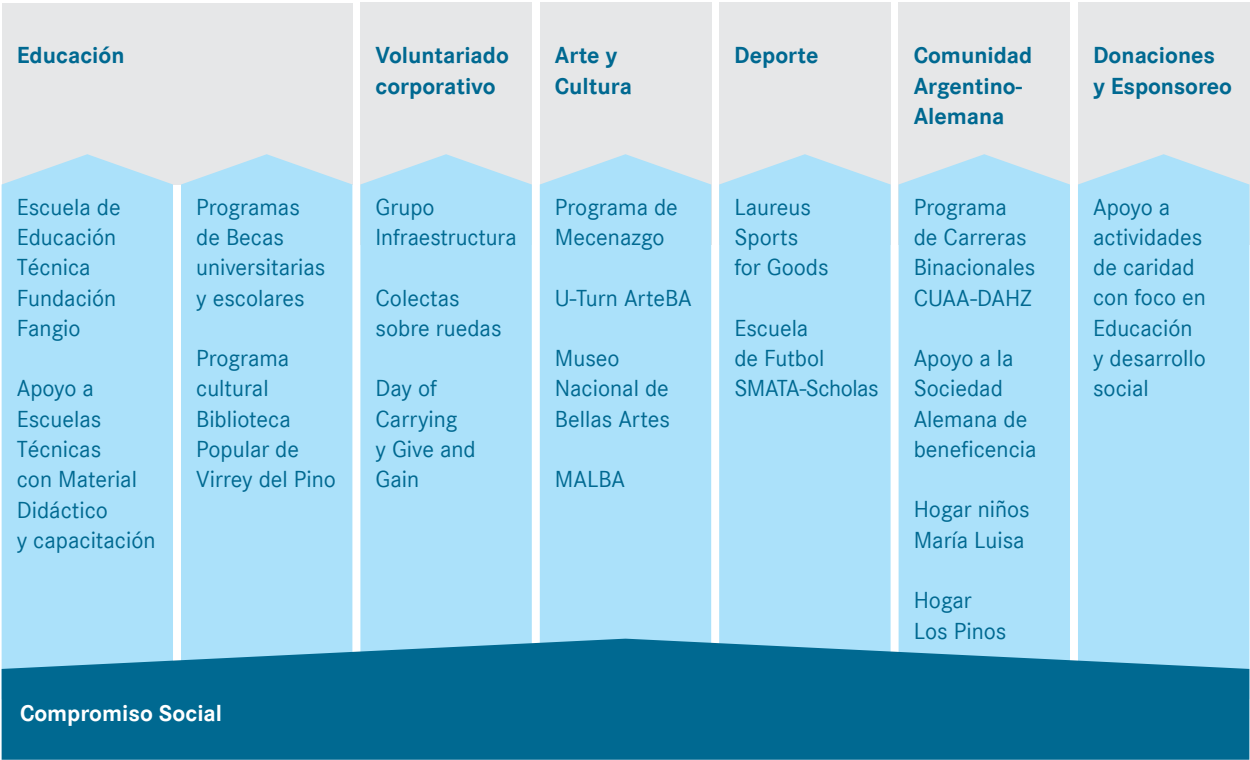


En 2014 nuestra labor en la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio, fue premiada con el premio Emprendedor Solidario del Foro Ecuménico.



El compromiso social es uno de los pilares más importantes en nuestra gestión sustentable y su objetivo fundamental es promover beneficios sociales, creando un valor compartido con la sociedad. Apoyamos iniciativas que promueven mejoras sociales a través de los siguientes ejes de acción:

En Mercedes-Benz el éxito económico y la responsabilidad social van de la mano. Para nosotros la acción responsable significa involucrarnos en el futuro de la sociedad.

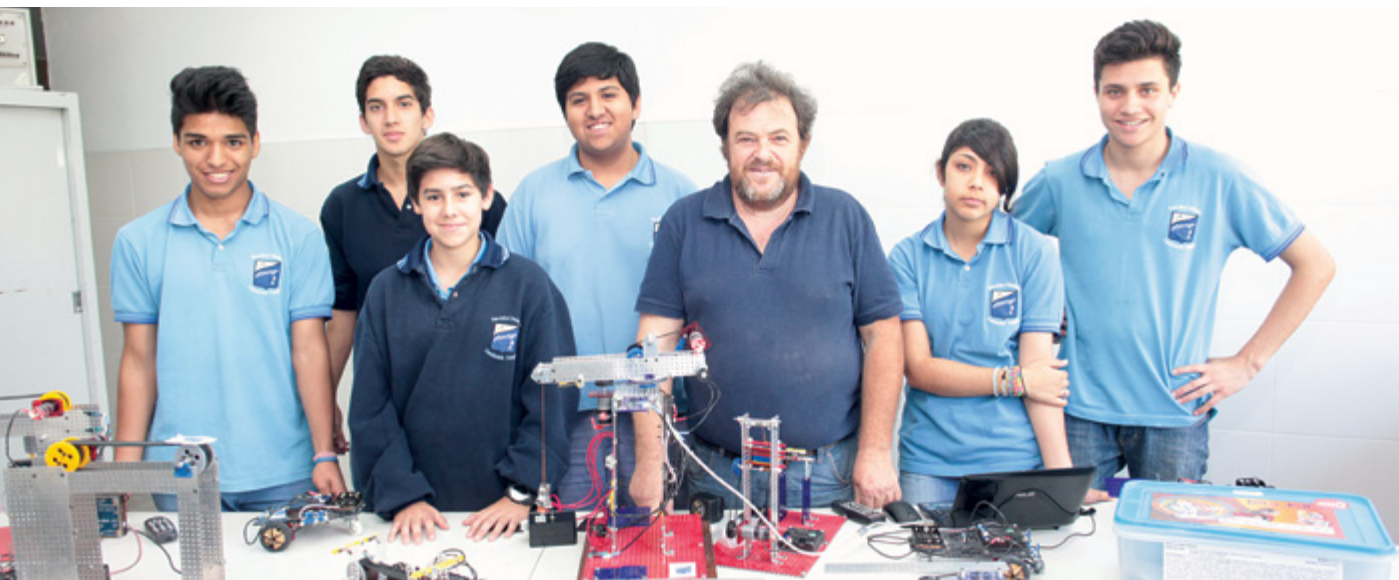


La evolución de la inversión social en aportes monetarios fue:

Inversión social (en millones de pesos)	2014	2013
<b>Compromiso social</b>	6,5	5,3
Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio	7,1	4,2
<b>Total</b>	<b>13,6</b>	<b>9,5</b>

Para 2015, buscaremos fortalecer nuestra contribución a la educación y a la formación técnica a través de:

- Inicio de un Programa de Becas Universitarias de Ingeniería en el ITBA, para egresados de la Escuela Técnica.
- Brindar apoyo al Centro de Formación Profesional de SMATA, a través del Taller de la Escuela Técnica, para el desarrollo de sus capacitaciones.
- Desarrollar charlas específicas en escuelas técnicas a cargo de especialistas de la marca.
- Impulsar un programa de promoción de estudios universitarios orientados a Ingeniería, en estudiantes de nivel secundario.
- Continuar apoyando el Programa de Formación en Valores, de la mano de Fundación Laureus y Fundación Cimientos, orientado a la inserción laboral de los jóvenes.



## Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio

La Escuela es una institución educativa privada gratuita de fábrica, creada por Mercedes-Benz Argentina en 1962, con el objetivo de fomentar la igualdad en el acceso a los conocimientos y a las competencias. Es considerada una de las escuelas de fábrica de más alto nivel en el país.

La Escuela prepara alumnos con una formación integral, con una amplia capacitación técnica, orientada a los valores de respeto, integridad, pasión y disciplina, con el fin de generar recursos humanos que puedan estar en condiciones de ingresar al mercado laboral y, así, también continuar con estudios superiores.

Funciona dentro del predio del Centro Industrial, con capacidad para más de 200 alumnos, y está abierta a toda la comunidad de Virrey del Pino y zonas aledañas, donde habita una población de más de

25.000 personas, siendo la única Escuela Técnica del lugar. El 70% de la matrícula está radicada en la localidad de Virrey del Pino.

La Escuela es gratuita y brinda títulos de técnico en electro-mecánica, formando parte del ciclo secundario, e incluye, además, comedor de Planta, materiales, uniformes y prácticas profesionalizantes en el centro industrial.

[Ver video titulado Mercedes-Benz - Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio en: https://www.youtube.com/watch?v=s2Bw4Ynj3Qk](https://www.youtube.com/watch?v=s2Bw4Ynj3Qk)

Egresaron más de 1.600 alumnos de nuestras aulas y, hoy, más de 128 de ellos forman parte de nuestro equipo de trabajo como: operarios, supervisores, gerentes, empleados o proveedores, siendo que el 50% ocupa posiciones claves de supervisores y gerentes. Actualmente, cuenta con una matrícula de 223 alumnos, compuesta por 196 varones (88%) y 27 mujeres (12%). Además, cuenta con un plantel de 36 docentes y 2 personas administrativas.

Desde 2005, la administración de la Escuela es realizada por la Fundación Museo del Automovilismo Juan Manuel Fangio, y Mercedes-Benz Argentina aporta los fondos para solventar los gastos de la Escuela, además de colaborar con la logística y otros recursos necesarios para su funcionamiento.

### ¿Sabías qué?

Un estudiante de nuestra escuela técnica participó en 2014 en la Olimpiada de Informática de la Universidad de San Martín, compitiendo con posibilidades de acceder a instancias preolímpicas, con el apoyo de la Universidad de La Matanza.

Aparte de la educación técnica, los alumnos de la Escuela participan de otras actividades:

- **Desafío ECO - Pequeño Flecha de Plata:** en 2012 y 2013, se desarrolló el proyecto de incentivar y promocionar la concientización acerca del cuidado del medioambiente, a partir de su rol como futuros técnicos en electromecánica. Este proyecto se desarrolló por la participación del “Desafío ECO”, en el cual la Escuela compitió en la primera carrera de prototipos de autos ecológicos, de emisión cero. Es un programa educativo del Gobierno de la Ciudad y del Automóvil Club Argentino (ACA), en donde los automóviles son diseñados y construidos por estudiantes de escuelas técnicas y sus profesores de todo el país. Este programa generó excelentes repercusiones, ya que la Escuela fue convocada por varias Universidades del país para presentar su prototipo y sus experiencias.

Ver video titulado Mercedes-Benz - Spot “Desafío ECO” en: [https://www.youtube.com/watch?v=Wcp7wu\\_yEYM](https://www.youtube.com/watch?v=Wcp7wu_yEYM)

- **Concierto abierto de música clásica:** en 2013 el Atos Piano Trio, una de las más destacadas agrupaciones de música de cámara de la nueva generación, ofreció un concierto frente a una audiencia de más de 700 personas (alumnos y padres de la Escuela Técnica, escuelas públicas de la zona, instituciones culturales y educativas de la comunidad de Virrey del Pino), coordinado por el Mozarteum Argentino, la Biblioteca Popular de Virrey del Pino, la Fundación Museo del Automovilismo Fundación Juan Manuel Fangio y Mercedes-Benz Argentina.



“Para mí es muy importante estar acá, ya que es una escuela que está a la vanguardia con respecto a la educación técnica en el país.

Contamos con todos los equipos necesarios para nuestras enseñanzas y la puesta en práctica, por lo que cada chico puede palpar y comprobar lo que aprende. Muchos egresados nos dicen que aquí no sólo se formaron para trabajar, sino para transitar por la vida, y eso es muy valioso. En Mercedes-Benz, lo importante es la calidad y lo inculcamos a todos los que forman parte de esta escuela”.

**Norberto Rolle, Director de la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio**



#### ¿Sabías qué?

En 2014, recibimos una distinción por parte del Foro Ecueménico Social. Se trata del Premio al Emprendedor Solidario XIII, en la categoría Educación-Empresas, por la labor de nuestra Escuela Técnica Fundación Fangio. Este premio se otorgó en el marco del Atrio de los Gentiles, que es la iniciativa vaticana en la que participó el Cardenal Gianfranco Ravasi, presidente del Pontificio Consejo de la Cultura, enviado por el Papa Francisco, quien impulsa ese programa.

- **Taller “Qué hacemos con nuestros residuos”:** junto a la Fundación Manos Verdes, el Municipio de La Matanza, la Cooperativa del Barrio Mercedes-Benz y Mercedes-Benz Argentina, desarrollamos un programa con el objetivo de concientizar a los alumnos sobre el impacto ambiental de los residuos y la importancia de la aplicación del principio de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar).

- **Apoyo del Banco Galicia a la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio:** en el marco del trabajo conjunto orientado a la Responsabilidad Social Corporativa en la cadena de valor, junto al Banco Galicia apoyo a la Escuela Técnica a través de una donación de \$300.000, para la incorporación de equipamiento y elementos tecnológicos para una mejora en la calidad educativa.

# Nuestra Comunidad

Nos comprometemos con la comunidad a través de la articulación con organizaciones civiles, buscando generar relaciones de largo plazo y accionando mediante patrocinios, aportes económicos, de materiales y de productos y servicios, y del aporte en horas de nuestros voluntarios, entre otras formas de apoyo.

## Polo Educativo en el Predio del Centro Industrial

En 2009, como consecuencia de la búsqueda de mayor empleabilidad en la zona, ampliamos nuestro apoyo entregando, en comodato, un espacio dentro del perímetro del Centro Industrial, para la creación del Centro de Formación Profesional de SMATA N° 413 Arturo Gillig, emprendimiento social que hoy cuenta con 800 alumnos jóvenes y adultos de la comunidad de La Matanza, capacitando y brindando títulos oficiales en cursos orientados a la industria automotriz, y al servicio de mantenimiento y reparación de automotores.

Este espacio de interacción con la comunidad es muy importante en cuanto a la extensión de las posibilidades de integración e inclusión de niños, ya que también se encuentran las escuelas Nro. 106 y 55, lindantes a la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio.

En articulación con Linser y su Programa “Limpios y sanos cuidamos el Planeta” se realizó la Obra de Teatro “Locos por la Basura”, en la Escuela N° 106 ubicada en nuestro Polo Educativo.

## Voluntariado Corporativo

Desde 2001 hemos comenzado a trabajar con la comunidad a través del aporte de horas de nuestros voluntarios. Estamos abiertos a las propuestas de nuestros colaboradores, que actúan como agentes perceptivos de las necesidades de nuestra comunidad y de donde surgen algunas iniciativas. Algunas de las actividades son:

- El Grupo Infraestructura apoyó a distintas instituciones a través de la selección, separación, reacondicionamiento, carga y traslado de materiales en desuso del Centro Industrial.
- Jornada de Construcción de vivienda “Hábitat para la Humanidad” en conjunto entre Mercedes-Benz Argentina y Mercedes-Benz Financiera.
- Programa “Futuros Egresados” de Fundación Cimientos.
- Programa “La Diabetes Va a la Escuela”, junto a la Fundación CUIDAR, desarrollando charlas para capacitar a docentes y a familiares.

- “Colecta sobre ruedas”. Desarrollamos colectas para acercar donaciones de ropa, útiles escolares, libros y juguetes, entre otros, para organizaciones civiles de la zona.
- Desarrollo local de iniciativas de voluntariado globales del Grupo, como “*Day of Carrying MB Financiera*” y “*Give&Gain Day 2014*”.

## Fundación Laureus

Somos Socio Fundador de Laureus Sport for Good Foundation en Argentina, desde la cual apoyamos organizaciones comunitarias que fomentan el deporte como herramienta para tratar problemáticas sociales de niños y jóvenes. Nuestra interacción con la Fundación comprende el patrocinio y el voluntariado corporativo.

Un ejemplo del trabajo en esta área es el programa “A Ganar Argentina: Juventud & Empleo”, cuyo objetivo es incrementar las oportunidades de inclusión de los jóvenes en el mundo laboral. Este programa contó con la participación de 250 personas que recibieron:

- 310 horas de formación en valores
- 310 horas de formación en deporte
- 756 horas de capacitación técnica
- 12 cursos técnicos
- 26 horas de voluntariado

## Educación

Además del trabajo que realizamos con la Escuela de Educación Técnica, también contribuimos con otras organizaciones para el desarrollo de niños y jóvenes, a través de:

- **Programa de becas con la Fundación Cimientos:** desde hace varios años apoyamos a la Fundación a través del aporte para becas de alumnos que asisten a escuelas en contextos socioeconómicos vulnerables, con el fin de apoyarlos tanto en lo económico como en lo académico. En 2014, por ejemplo, apoyamos a una colaboradora de la ONG con una beca en un posgrado de la Universidad de San Andrés.
- **Programa de becas con la Fundación Puentes:** en 2014, colaboramos apoyando a 6 becarios. Dentro de grupo total de becarios de la ONG, 8 chicos se han insertado en trabajos y 5 becarios desarrollan pasantías y prácticas laborales.



- **Biblioteca Popular de Virrey del Pino:** apoyamos a la institución como articulador clave para el trabajo comunitario en la localidad y hemos becado a su directora, Clarisa Abaúnza, en capacitaciones de la ONG Comunia. Como hecho a destacar, en la 8ª edición de la Feria del Libro organizada por la biblioteca participaron importantes referentes de la literatura argentina.

#### - **Otros programas**

- Encuentro con becarios de las fundaciones Cimientos y Puentes.
- Junto al Centro Universitario Argentino-Alemán, apoyamos la creación de carreras binacionales.
- Donamos un chasis de Bus al ITBA para el desarrollo de un Bus Híbrido / Hidrógeno-Eléctrico. Apoyamos sus conferencias: South American Business Forum / Supply Chain Sustainability / TEDxITBA Talk.
- Visitas al Centro Industrial de estudiantes de Universidades y Escuelas Técnicas.
- Apoyamos el programa Abanderados y el posgrado de RSE en la Universidad de San Andrés y en el IAE; apoyamos el Centro Automotriz y el Centro de Entrepreneurship.
- Otorgamos becas a la Fundación Universitaria del Río de la Plata.
- Junto con las empresas Siemens y Transfarmaco, colaboramos con motores y elementos de mecánica, con el centro de formación para el trabajo N°6-506 "Dr. Ramón H. Lemos" de la provincia de Mendoza.
- Día de la Diversidad Daimler - Charla interna "Liderazgo de Mujeres".

#### **Con la Comunidad Vecina**

Participamos activamente en el desarrollo de la comunidad en la que operamos, fomentando la formación de valores y permitiéndoles acceder a un mayor bienestar personal y del entorno. Algunas de nuestras acciones fueron:

- Donamos una ambulancia del Centro Médico de la planta al Hospital Simplemente Evita del Municipio de La Matanza, con el fin de que sea utilizada para el traslado de pacientes ambulatorios y de materiales, entre otras necesidades del Hospital. La ambulancia fue reacondicionada por operarios voluntarios.
- Donamos equipamiento de electrónica a la Cooperativa del Barrio Mercedes-Benz.
- Apoyamos a través de donaciones de madera de descarte de la producción, entre otras instituciones, al Programa Sume Materiales de la Fundación Sagrada Familia.
- Realizamos una "Práctica de rescate en accidentes de transporte de pasajeros de larga distancia", entrenando a más de 60 bomberos de distintos cuarteles en la zona de Marcos Paz en conjunto con la participación de la Fundación Flechabus. Esta iniciativa surgió de un empleado que se desempeña como bombero voluntario en el Centro Industrial.
- Realizamos charlas a docentes de la comunidad de La Matanza, sobre la promoción de la diversidad y la inclusión, junto con la DAIA.

### Comunidad Argentino-Alemana

Parte de la relación con la comunidad, incluye a las organizaciones que vinculan a la comunidad alemana que vive en el país. Por esto, permanentemente, apoyamos varias iniciativas y programas de instituciones de interés para la comunidad alemana.

- Apoyo anual a la Sociedad alemana de beneficencia (DWG).
- Cooperación con la Cámara de Industria y Comercio Argentino Alemana (AHK Argentina).
- Donaciones al Hogar de Niños María Luisa.
- Somos miembros fundadores del Centro Universitario Argentina-Alemania (CUAA-DAHZ).
- Apoyo al Hospital Alemán.
- Trabajo en conjunto con Fundación Manos Verdes.

### Donaciones de vehículos

En relación con nuestras operaciones, realizamos donaciones de vehículos según criterios y estándares internos, y de acuerdo con las necesidades de las distintas organizaciones. Las donaciones, principalmente de utilitarios, atraviesan un análisis que contempla el presupuesto interno, el perfil, la zona y el eje de trabajo de la organización que se va a beneficiar, y la decisión final le corresponde al Directorio. En cuanto al pedido de descuentos, no se realizan ventas directas pero sí se analiza el caso según *Compliance* y la normativa legal vigente.

Algunas acciones realizadas:

- En 2013, donamos un smart al Hospital Alemán y en 2013 y 2014 dos unidades a ALPI para apoyar sus eventos de recaudación de fondos.
- Apoyamos a la Fundación Banco de Alimentos, con un descuento significativo para la compra de un camión Mercedes-Benz 710, y sus costos de patentamiento, con capacidad para traslado de alimentos frescos.
- Donamos una Sprinter a la DWG- Asociación Alemana de Beneficencia para apoyar su trabajo en el hogar Los Pinos.

### Arte y Cultura:

Nuestro interés por el arte surge paralelamente con los deseos de promover la cultura y el bienestar de la comunidad. Este interés se multiplica en todos los países en los que opera Daimler.

En Mercedes-Benz, concebimos al diseño como una forma de expresar conceptos; por eso, asumimos un fuerte compromiso apoyando iniciativas de fomento del arte, la creatividad y la cultura, entre los que destacamos:

- En 2013 y 2014, fuimos sponsors del Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba), de la Fundación Costantini.



## “El Centro Universitario Argentino-Alemán es un emprendimiento educativo de carácter público-privado

creado gracias al esfuerzo y articulación entre los gobiernos argentino y alemán y la Asociación Argentino Alemana de Ciencia y Tecnología que nuclea empresas alemanas con base en Argentina. Hace casi 5 años trabajamos en la creación de carreras binacionales con doble titulación para formar profesionales multilingües con capacidad intercultural para desempeñarse en entornos altamente internacionalizados. Promovemos actividades conjuntas académico-científicas y fomentamos las culturas de ambos países.”

**Dra. Graciela Humbert Lan**, Directora del Centro Universitario Argentino-Alemania (CUAA)



- En 2013, auspiciamos el Mozarteum Argentino.
- Somos partners de arteBA, la Feria de Arte Contemporáneo más importante de América Latina.
- Creamos el Fashion Edition Buenos Aires junto al Faena Group, para el desarrollo de diseñadores locales.
- Desarrollamos distintas actividades de promoción e intercambio cultural con los alumnos de la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio, a través de visitas a las Exposiciones y Museos de Arte Contemporáneo.

También fuimos nombrados Socio Gran Mecenaz del Museo Nacional de Bellas Artes y de esta manera pasamos a ser un socio institucional de la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes (AAMNBA), que acompaña al Museo en su misión de promover, conservar y proteger los más significativos exponentes nacionales y universales de las artes plásticas que componen su colección.

Alineados con la estrategia mundial de expandir la visibilidad de la marca Mercedes-Benz, junto a la sociedad Fan Zone licitamos y nos adjudicaron la concesión del bar y el restaurant ubicados en la planta baja del pabellón anexo al Museo, Mercedes Haus.



#### ¿Sabías qué?

Adherimos a la Ley de Mecenazgo como empresa benefactora para contribuir al financiamiento de proyectos culturales aprobados por el Consejo de Promoción Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La Ley de Mecenazgo viene a cumplir una función de complemento al plan de apoyo y promoción del arte, contribuyendo al Régimen de Promoción Cultural en la Ciudad de Buenos Aires. De esta manera destinamos parte del pago del Impuesto a los Ingresos Brutos para apoyar Proyectos Culturales.

Durante 2013, nuestro primer año dentro de este régimen, apoyamos a proyectos como:

- Gira y presentación del CD "Con Cuerda Propia" del dúo Color a Nuevo
- Publicación del Segundo volumen del libro "Of Bridges and Borders"
- Publicación del libro "Music Stand Still"
- Fondo de Becas 2013-2014 de Mozarteum Argentino
- Residencias de Arte URRRA de la Fundación VERIA

# Informe de Verificación Externa

GRI G4-33



Pistrelli, Henry Martin y Asociados S.R.L.  
25 de Mayo 487 - C1002A8B  
Buenos Aires - Argentina

Tel: +54 11 4318 1600  
Fax: +54 11 4510 2220  
ey.com

## Informe de Verificación Limitada Independiente

A los señores Directores de  
**MERCEDES-BENZ ARGENTINA S.A.**

### Introducción

1. Hemos efectuado una verificación limitada de los indicadores GRI contenidos en el Reporte de Sustentabilidad 2013-2014 (el "Reporte") de MERCEDES-BENZ ARGENTINA S.A. ("la Sociedad") para el ejercicio finalizado el 31 de Diciembre de 2014 únicamente. Los indicadores contenidos en el Reporte son los que la Dirección de la Sociedad ha considerado como de mayor relevancia atendiendo a sus grupos de interés y a los lineamientos establecidos en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative, versión 4 (GRI 4).

### Responsabilidades del Directorio

2. El Directorio de la Sociedad es responsable de establecer las bases y criterios para la preparación del Reporte de acuerdo con la Guía GRI 4 para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Dicha responsabilidad incluye definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.

### Responsabilidades de Pistrelli, Henry Martin y Asociados S.R.L.

3. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente sobre los indicadores GRI incluidos en el Reporte identificado en el párrafo 1., basados en los procedimientos de verificación limitada listados en el párrafo 4. y en las evidencias obtenidas. Los procedimientos aplicados en una verificación limitada varían en su naturaleza y son menores en extensión de los que se realizan en un encargo destinado a expresar una opinión que brinde seguridad sobre la razonabilidad de la información.

Ex miembros de Ernst & Young Global Limited



- 2 -

Por consiguiente, no expresamos tal opinión sobre los indicadores GRI contenidos en el Reporte mencionado en el párrafo 1.

Nuestras conclusiones detalladas en el párrafo 5, se refieren exclusivamente a la información correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de Diciembre de 2014. La información correspondiente a ejercicios anteriores no ha sido objeto de nuestra verificación limitada.

#### Procedimientos realizados

4. Nuestra verificación limitada fue efectuada de acuerdo con la Norma de Verificación Internacional para Auditorías de Información No Financiera ISAE 3000, establecida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y adoptada por la "RT 35 – Adopción de las normas internacionales de encargos de aseguramiento y servicios relacionados del IAASB de la IFAC", y ha consistido en la formulación de preguntas a la Gerencia de Relaciones Institucionales de la Sociedad, así como a los diversos sectores de la Sociedad que han participado en la elaboración del Reporte de Sustentabilidad 2013-2014, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo, para lo cual se visitó la Planta de Virrey del Pino, como también la oficina central de la Sociedad. El trabajo realizado se describe a continuación:
  - a) Entrevistas con la Gerencia de Relaciones Institucionales para conocer y comprender el proceso de elaboración del Reporte. Asimismo, se han realizado entrevistas con el personal clave de las gerencias transversales de Legales; Seguridad, Higiene y Medio Ambiente y Calidad, que participan en la elaboración y la definición del contenido del Reporte.
  - b) Revisión de los procesos para recopilar y validar los indicadores GRI incluidos en el Reporte.
  - c) Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Reporte a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI 4.
  - d) Revisión de la información cuantitativa y cualitativa relevante, a través de pruebas analíticas y otros procedimientos de revisión realizados en base a muestreos, de los indicadores GRI incluidos en el Reporte y su adecuada recopilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de la Sociedad.



- 3 -

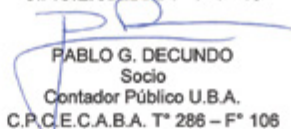
- e) Verificación de la coherencia de la información reportada y publicada en el Reporte con respecto a información relevante incluida en los Estados Contables de la Sociedad por el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2014.

#### Conclusiones

- 5. Basados en el trabajo realizado descripto en el párrafo 4., nada ha llamado nuestra atención que nos hiciera pensar:
  - a) Que los indicadores GRI incluidos en el Reporte mencionado en el párrafo 1 no estén preparados, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI 4
  - b) Que la autodeclaración efectuada por la Sociedad sobre la conformidad de la Guía 4 en su opción "esencial", no cumpla, en todos sus aspectos significativos, con los criterios correspondientes a dicha opción según el GRI 4.
  - c) Que los indicadores GRI del Reporte contengan errores significativos.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires,  
16 de julio de 2015

PISTRELLI, HENRY MARTIN Y ASOCIADOS S.R.L.  
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 - F° 13

  
PABLO G. DECUNDO  
Socio  
Contador Público U.B.A.  
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 286 - F° 106

## Sobre el Reporte

GRI G4-28, GRI G4-29, GRI G4-30, GRI G4-31, GRI G4-32, GRI G4-33

Nuestro cuarto Reporte de Sustentabilidad fue elaborado según los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI), de conformidad con la Guía G4, según la opción “Esencial”, sobre la base de sus documentos “Principios y Contenidos Básicos” y “Manual de Aplicación”.

Asumiendo nuestro compromiso de emitir reportes bienalmente, este comprende el período entre el 1 de enero de 2013 y el 31 de diciembre de 2014, plazos coincidentes con nuestros ejercicios económicos 2013 y 2014, siendo el último emitido el correspondiente a los años 2011 y 2012.

A partir de este año, sometemos a verificación externa los indicadores reportados en la tabla GRI. Dicho informe se incluye en el reporte.

Creemos que la mejor manera de seguir avanzando en el desarrollo sustentable de nuestra actividad, es a través del diálogo. Invitamos a completar una encuesta digital sobre este Reporte ubicada en:  
[sustentabilidad.mercedes-benz.com.ar](http://sustentabilidad.mercedes-benz.com.ar)

Para comentarios, sugerencias o consultas relativas al Reporte o a su contenido, el punto de contacto es: [comunicaciones@daimler.com](mailto:comunicaciones@daimler.com)

A continuación, incluimos el índice de indicadores del GRI según la opción “esencial”, donde brindamos la referencia que da respuesta a los indicadores de la guía, indicando la página correspondiente.

Este reporte también es nuestra primera Comunicación de Progreso (COP) requerido por la participación del Pacto Global de las Naciones Unidas.

Indicadores	Página	Verificación externa	Pacto Global	
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES				
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS				
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	6-7	✓	Requerimiento mínimo para COP
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	10-11, 14, 18-22	✓	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN				
G4-3	Nombre de la organización	9-10	✓	PRINCIPIO 6 PRINCIPIO 3
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	11-14, 16-17	✓	
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	9-10	✓	
G4-6	Países en los que opera la organización	9-10	✓	
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	10	✓	
G4-8	Indique a qué mercados se sirve	11-14, 16-17	✓	
G4-9	Determine la escala y dimensiones de la organización	cifras destacadas, 11-14, 45	✓	
G4-10	Composición de los empleados de la organización.	cifras destacadas	✓	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	cifras destacadas, 45	✓	
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	54-55, 59-62	✓	
G4-13	Cambios significativo que haya tenido lugar durante el periodo, en el tamaño, la estructura, la propiedad, entre otros	Análisis de materialidad, 10-11	✓	
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	18-22, 30-32	✓	
G4-15	Elabora una lista de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	16, 20	✓	
G4-16	Elabora una lista de las asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	16	✓	
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA				
G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización, y señale si alguna de estas entidades no figuran en la memoria.	Análisis de materialidad	✓	
G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	Análisis de materialidad, 22-23	✓	
G4-19	Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	Análisis de materialidad	✓	
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	Análisis de materialidad	✓	
G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material	Análisis de materialidad	✓	
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	Análisis de materialidad	✓	
G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	Análisis de materialidad	✓	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS				
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	22-23	✓	
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	22-23	✓	
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés	22-23	✓	
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.	22-23	✓	
PERFIL DE LA MEMORIA				
G4-28	Periodo objeto de la memoria	75	✓	
G4-29	Fecha de la última memoria	75	✓	
G4-30	Ciclo de presentación de memorias	75	✓	
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	75	✓	
G4-32	Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización, facilite el Índice de GRI de la opción elegida y facilite la referencia al informe de Verificación externa, si procede.	75-78	✓	
G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria	72-74	✓	
GOBIERNO				
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, los comités del órgano superior de gobierno.	28-29	✓	
G4-37	Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales.	22-23, 29	✓	
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	28-29	✓	
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo.	28	✓	
G4-41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.	25-27	✓	
G4-45	Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Además indicar si se efectúan consultas a los grupos de interés en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	22-23, 29	✓	
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	28-29	✓	
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	Análisis de materialidad	✓	
G4-49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	29	✓	

Indicadores		Página	Verificación externa	Pacto Global	
ÉTICA E INTEGRIDAD					
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	19, 25-27	✓	PRINCIPIO 10	
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.	25-27	✓	PRINCIPIO 10	
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	25-27	✓	PRINCIPIO 10	
CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS					
CATEGORÍA: ECONOMÍA					
Desempeño económico					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	14-15, 18-22, 33-34	✓	PRINCIPIO 7	
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido	15	✓		
G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático	33-34	✓		
G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno	15	✓		
Consecuencias económicas indirectas					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	10-11, 16-17, 18-22, 64-67	✓	PRINCIPIO 7	
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras	10-11, 64-67	✓		
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	16-17	✓		
Prácticas de adquisición					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 54-55	✓		
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	54-55	✓		
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE					
Materiales					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 36-38	✓	PRINCIPIO 7 Y 8	
G4-EN1	Materiales por peso o volumen	38	✓		
Energía					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 36-38	✓	PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 8 Y 9 PRINCIPIO 8 Y 9	
G4-EN5	Intensidad energética	38	✓		
G4-EN6	Reducción del consumo energético	38, 40	✓		
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios	38, 40	✓		
Agua					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 36-38	✓	PRINCIPIO 7 Y 8 PRINCIPIO 8	
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente	39-40	✓		
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	39-40	✓		
Emisiones					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 36-38, 40	✓	PRINCIPIO 7 Y 8 PRINCIPIO 7 Y 8 PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 8 Y 9 PRINCIPIO 7 Y 8	
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (fuentes dentro de la organización)	40-41	✓		
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	40-41	✓		
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	40-41	✓		
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	40	✓		
G4-EN21	NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas	40	✓		
Efluentes y residuos					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 36-38, 41-43	✓	PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 8	
G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino	39-40	✓		
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento	41-43	✓		
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos procedentes de la organización	39-40	✓		
Productos y servicios					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 30-35	✓	PRINCIPIO 7,8 Y 9	
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	30-35	✓		
Cumplimiento normativo					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 25-28	✓	PRINCIPIO 8	
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	28	✓		
General					
G4 - DMA	Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 36-38	✓	PRINCIPIO 7,8 Y 9	
G4-EN31	Desglose de los gastos y las inversiones ambientales	38	✓		

Indicadores	Página	Verificación externa	Pacto Global
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>			
<b>SUBCATEGORIA: PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>			
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 51-52	✓	
G4-LA5 Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral	51-53	✓	
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	51-53	✓	
G4-LA7 Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad	51-53	✓	
G4-LA8 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos		✓	
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 45-51	✓	
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	45	✓	PRINCIPIO 6
<b>SUBCATEGORIA: DERECHOS HUMANOS</b>			
<b>No discriminación</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 25-27	✓	
G4-HR3 Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	25	✓	PRINCIPIO 6
<b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 54-55	✓	
G4-HR4 Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	54-55	✓	PRINCIPIO 3
<b>Trabajo infantil</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 54-55	✓	
G4-HR5 Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil	54-55	✓	PRINCIPIO 5
<b>Trabajo forzoso</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 54-55	✓	
G4-HR6 Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	54-55	✓	PRINCIPIO 4
<b>Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 54-55	✓	
G4-HR10 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos	54-55	✓	PRINCIPIO 2
<b>SUBCATEGORIA: SOCIEDAD</b>			
<b>Comunidades locales</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 64-65	✓	
G4-SO1 Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	64-71	✓	PRINCIPIO 1
G4-SO2 Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales	64-71	✓	PRINCIPIO 1
<b>Lucha contra la corrupción</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 25-28	✓	
G4-SO3 Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	25	✓	PRINCIPIO 10
G4-SO4 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	25-27	✓	PRINCIPIO 10
G4-SO5 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	28	✓	PRINCIPIO 10
<b>Política pública</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 25-27	✓	
G4-SO6 Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	25	✓	PRINCIPIO 10
<b>Cumplimiento normativo</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 25-28	✓	
G4-SO8 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	28	✓	
<b>SUBCATEGORIA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>			
<b>Salud y seguridad de los clientes</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 30-35	✓	
G4-PR1 Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras	30-35	✓	
<b>Etiquetado de los productos y servicios</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 56-58, 63	✓	
G4-PR5 Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	61, 63	✓	
<b>Cumplimiento normativo</b>			
G4 - DMA Descripción del enfoque de gestión de cada aspecto material.	18-22, 25-28	✓	
G4-PR9 Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios	28	✓	

**Coordinación y contenidos**

Josefina Furlong

Responsable de RSE

Mercedes-Benz Argentina S.A.

**Asesores externos**

AG Sustentable

[www.agsustentable.com](http://www.agsustentable.com)

**Diseño y producción**

Tholón Kunst, comunicación visual

[tholon.com](http://tholon.com)

**Fotografía**

Claudio Arena de Revista Supertruck

Malcolm Mac Gibbon

Nicolas Huerin

Víctor Álvarez

Información adicional sobre  
el reporte de sustentabilidad  
y otros archivos relacionados se  
encuentran disponibles en nuestro  
reporte interactivo online:  
[sustentabilidad.mercedes-benz.com.ar](http://sustentabilidad.mercedes-benz.com.ar)



Mercedes-Benz