



Mercedes-Benz

**COMUNICACIÓN DE PROGRESO**  
**DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS**

**MERCEDES-BENZ ARGENTINA S.A.**

**Año 2015**



Mercedes-Benz

## **Contenidos de la COP 2015**

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Declaración de continuidad del apoyo al Pacto Global .....</b> | <b>3</b>  |
| <b>2</b> | <b>Perfil y Estrategia de Mercedes-Benz .....</b>                 | <b>5</b>  |
| <b>3</b> | <b>Apoyo a los Objetivos y Temas de Naciones Unidas .....</b>     | <b>17</b> |
| <b>4</b> | <b>Gobernanza y Transparencia .....</b>                           | <b>28</b> |
| <b>5</b> | <b>Comunidad y Derechos Humanos .....</b>                         | <b>37</b> |
| <b>6</b> | <b>Prácticas laborales .....</b>                                  | <b>40</b> |
| <b>7</b> | <b>Medioambiente .....</b>  | <b>53</b> |
| <b>8</b> | <b>Anticorrupción .....</b>                                       | <b>64</b> |



Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.



Mercedes-Benz

## 1 Declaración de continuidad del apoyo al Pacto Global

**H.E. Ban Ki-moon**

**Secretario General**

**Naciones Unidas**

**New York, NY 10017**

**USA**

Estimado Sr. Secretario General,

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el fin de declarar la continuidad del apoyo de **Mercedes-Benz Argentina** a los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, referente a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la Lucha contra la Corrupción.

En **Mercedes-Benz Argentina** apoyamos la transparencia y la rendición de cuentas, por lo que presentamos nuestra Comunicación de Progreso anual, donde describimos nuestras acciones para la integración del Pacto Mundial y sus principios a nuestra estrategia de negocios, cultura y operaciones diarias, además de en nuestra esfera de influencia. También incluimos nuestro involucramiento en proyectos cooperativos que contribuyan a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Nos comprometemos a compartir y comunicar esta información a nuestras partes interesadas y al público en general.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Joachim Maier'.

Joachim Maier

Presidente



## **LOS 10 PRINCIPIOS**

### ***Derechos Humanos***

1. Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos universalmente.
2. No ser cómplice de abusos de los Derechos Humanos.

### ***Normas Laborales***

3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva.
4. Eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

### ***Medio Ambiente***

7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.
8. Promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

### ***Anticorrupción***

10. Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.



Mercedes-Benz

## 2 Perfil y Estrategia de Mercedes-Benz

### 2.1 Perfil de Mercedes-Benz

#### Grupo Daimler en el Mundo

Daimler AG fue fundada en 1886 por Gottlieb Daimler y Carl Benz. La fusión de ambas empresas se produjo en 1926, cuando decidieron aunar fuerzas para poner en marcha este negocio a magnitud internacional.

Como creadores del automóvil y como uno de los principales productores de vehículos Premium a nivel mundial, el Grupo Daimler tiene como negocio principal, el desarrollo, la producción y la venta de automóviles, camiones, buses y vans; Y opera a nivel internacional, con plantas productoras en Europa, América, Asia y África, vendiendo vehículos y servicios en casi todo el mundo.

El Grupo Daimler opera en todo el mundo con plantas productoras en Europa, América, Asia y África, vendiendo vehículos y servicios en casi todo el mundo. En 2015, el grupo vendió más de 2,9 millones de vehículos, empleando más de 284.000 personas alrededor del mundo, generando ingresos totales de 149,5 millones de euros.

**Con 130 años de trayectoria, el lema de Daimler sigue vigente hasta hoy, y es el sostén de la filosofía de la empresa: “Lo mejor o nada”**

#### Mercedes-Benz Argentina

Mercedes-Benz Argentina S.A. es una filial de Daimler AG. Cumplimos más de 65 años de operaciones en Argentina. Somos la primera fábrica del Grupo en instalarse fuera de Alemania.

Nuestra planta, localizada en Virrey del Pino –Provincia de Buenos Aires–, se transformó en un centro de alta tecnología para la fabricación de camiones, utilitarios y buses, denominado Centro Industrial Juan Manuel Fangio.



Mercedes-Benz

En la actualidad, 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 una línea destinada a la producción del utilitario VITO.

La comercialización de nuestros productos y servicios abarca el mercado nacional y algunos mercados extranjeros.

También contamos con un centro de capacitación, localizado en Tortuguitas, oficinas administrativas en la ciudad de Buenos Aires y la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio, ubicada en el predio de la fábrica, que lleva 54 años de actividad.

### **Nuestros productos:**

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

- Automóviles para uso personal o familiar
- smart: vehículo ícono en términos de movilidad sustentable.
- Automóviles para uso comercial
- Colectivos de líneas urbanas e interurbanas
- Camiones para transporte de mercaderías
- Vans para transporte de mercaderías
- Vans para transporte de personas
- Vans para logística
- Ambulancias
- Camiones de bomberos

### **Unidades de Negocio:**

Nuestra estructura operativa 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.
- Mercedes-Benz Manufactura: Producción de vehículos 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.

Además de producir vehículos, ofrecemos los siguientes servicios de asistencia:

- Servicios financieros: Mercedes-Benz Financiera y Círculo Mercedes-Benz
- Servicios de postventa: MB Assistance 24 horas, Talleres especializados con mano de obra calificada por MB, Repuestos originales y accesorios y Service Plus (programa de mantenimiento para camiones y Sprinter).



Mercedes-Benz

- Capacitación permanente: Asistencia y capacitación a flotas y Capacitación a concesionarios (ventas, postventa y gerencial).

### **Nuestro Año 2015**

El 2015, ha sido un gran año para nosotros: Por una parte, se implementaron mejoras e innovaciones en Planta para optimizar la eficiencia y capacidad de producción, reafirmando así, el compromiso con la industria nacional. Pero hubo más:

- El lanzamiento de VITO, nuestra van mediana, al mercado local y para exportación;
- La fabricación de ejes pesados delanteros y traseros para camiones y buses en Planta, luego de su interrupción en 1991;
- La inauguración de la Playa de Almacenamiento, Preparación, Pre-entrega y Exportación de Vehículos con una superficie de 135.000 m2, cuya operatoria está a cargo de la empresa Transportes Furlong.
- La fabricación de buses y camiones bajo la normativa de emisiones EURO V con tecnología BlueTec 5 en sus motores;
- La inauguración de Mercedes Haus, el nuevo lugar de encuentro en Buenos Aires ubicado dentro del predio de la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes.
- El lanzamiento del nuevo Clase C en el Mercedes Haus, espacio gastronómico de la marca; de la Sprinter combi 9+1 en la edición 2015 de Expoagro; y la edición limitada de la Sprinter: "Black Edition";

### **Acuerdo de cooperación estratégica entre Nissan-Renault y Daimler**

Mediante este acuerdo, produciremos en Argentina la nueva pick-up de Mercedes-Benz, en la planta Santa Isabel de Renault ubicada en Córdoba. Nuestra pick-up compartirá arquitectura con la nueva Nissan NP300, pero será diseñada y desarrollada por Daimler con todas las características y prestaciones de Mercedes-Benz con el fin de cubrir las necesidades específicas de nuestros clientes. Los principales mercados a donde se destinará la pick-up son América Latina -a donde se exportará desde Córdoba.

### **Inversiones en el Centro Industrial**

La empresa está finalizando la inversión para el período 2013-2015 de 220 millones de dólares que incluye la fabricación de 5 modelos de camiones y buses, y de la nueva van mediana VITO, presentado al mercado en septiembre pasado y que está superando ampliamente las expectativas de ventas. Además, continúa con la producción del utilitario Sprinter, líder absoluto en su segmento.



Mercedes-Benz

## **Reconocimientos**

Al igual que en 2014, nuestra marca se consagró como la más valiosa del año. En el **Best German Brands 2015**, un *ranking* efectuado entre 50 empresas germanas y desarrollado por la consultora de marketing global Interbrand, en el cual obtuvimos el primer puesto entre las compañías alemanas.

En la **edición 2015 del Ranking de Mercado**, denominado El Nuevo Olimpo 2015, obtuvimos el segundo puesto entre las automotrices.

Hemos obtenido el puesto 8 en el **Ranking de imagen elaborado por el Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP)**, que consulta la opinión de los altos ejecutivos de las principales compañías del mercado.

Por último, en **Revista Apertura: “Las 100 mejores empresas en imagen”**, obtuvimos el 19° puesto.

En 2015, ocupamos el primer lugar en la tercera edición del **premio Randstad Award** para distinguir a las **compañías más atractivas para trabajar en la Argentina**. Al igual que en las premiaciones 2013 y 2014, alcanzamos la máxima posición.

En 2015, ocupamos la 6ta posición en el Ranking Merco Argentina 2015, ascendiendo una posición con respecto al año anterior. También lideramos la subcategoría de los preferidos de los stakeholders, Población general (consumidores).

## **Perspectivas 2016**

Pese a un panorama de incertidumbre, el 2015 fue un año de importantes anuncios de inversión en el país. Mercedes-Benz será la **primera terminal en exportar unidades producidas en Argentina a los mercados de Estados Unidos y Canadá**. Para poder responder a las altas exigencias de calidad y equipamiento, además del cumplimiento de las normas técnicas exclusivas de dichos mercados, se encaró un ambicioso plan de adecuación de la línea de producción, incluyendo nuevas tecnologías y capacitación de los operarios.

Por su parte, la Casa Matriz Daimler, informó que Mercedes-Benz ingresará al mercado de las pick-ups en el marco de un acuerdo de **cooperación estratégica entre Nissan-Renault y Daimler**. El vehículo se producirá en la Argentina y en España, y estará dirigido a los mercados de América Latina, Europa, Australia y Sudáfrica.

## **2.2 Gestión Sustentable**

En 2015, nos adherimos al **Pacto Global de las Naciones Unidas** y con ello, al compromiso de incorporar a nuestra gestión, los 10 Principios.





Mercedes-Benz

Incorporamos el concepto de Sustentabilidad dentro de nuestro objetivo estratégico corporativo, impactando firmemente en las operaciones del negocio. El fin, es alcanzar un crecimiento económico y sostenible a lo largo del tiempo, aumentando el valor de la Compañía.

Para alcanzar esta meta, se ha definido un marco de trabajo que se basa en **seis dimensiones estratégicas** y en la consolidación de los **valores corporativos**.

#### **Pilares de la Gestión Sustentable:**

1. Integridad en los Negocios,
2. Responsabilidad de los Productos,
3. Protección del Medioambiente en Operaciones,
4. Cuidado de los Empleados,
5. Promoción de una Cadena de Valor Integrada y
6. Compromiso Social.

#### **Visión:**

Siempre ser la mejor opción.

#### **Misión:**

Ofrecer una experiencia automotriz única y apasionante.

#### **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.



Mercedes-Benz

### 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.

**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 2015  | Cumplimiento |
|---|--------------|
| 1) Mantener nuestro liderazgo de mercado, en todas las unidades de negocio.   | Cumplido     |
| 2) Alcanzar las metas planificadas de crecimiento sustentable.  | Cumplido     |
| 3) Contribuir al desarrollo del enfoque al cliente de la organización en los proyectos “Clientes para siempre” y “Orgullo y Optimismo”, a través de acciones concretas de mejora. | Cumplido     |
| 4) Mantener la productividad y eficiencia de la planta.   | Cumplido     |
| 5) Asegurar los Objetivos de Calidad – “2015 Año de la calidad”.  | Cumplido     |
| 6) Iniciar exitosamente la producción del VS-20 en nuestro centro industrial.   | Cumplido     |
| 7) Iniciar exitosamente la producción de ejes para camiones y buses en el Centro Industrial.  | Cumplido     |
| 8) Promover la venta de servicios de postventa, manteniendo los altos estándares de calidad y satisfacción de los clientes.   | Cumplido     |
| 9) Contribuir al crecimiento de ventas de vehículos utilizando los productos financieros de Mercedes-Benz Financiera y Círculo Mercedes-Benz.                                     | Cumplido     |
| 10) Promover un equipo profesional, altamente identificado con los valores de la compañía.  | Cumplido     |

**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

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 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%   |

**Primer Encuentro de Diálogo de Sustentabilidad Daimler en Mercedes-Benz:** En mayo de 2015 realizamos el primer Encuentro de Diálogo de Sustentabilidad Daimler en nuestra sede central de Argentina. Iniciamos con una reunión plenaria que contó con la visita Dra Christine Hohmann-Dennhardt, Directora de Integridad y Asuntos Legales de Daimler AG, Joachim Maier, Presidente de Mercedes-Benz Argentina, Gustavo Castagnino, Director de Relaciones Institucionales de Mercedes-Benz Argentina y Flavio Fuertes, Coordinador de Naciones Unidas, de la Red Argentina del Pacto Global.

Posteriormente, se realizaron los diálogos divididos en tres grupos de trabajo: 1) Integridad y Compliance; 2) Movilidad Sustentable y 3) Relaciones con la Comunidad, que fueron moderados por especialistas de la Compañía.

Para el encuentro invitamos a representantes de ONGs, fundaciones, instituciones educativas, empleados, directivos y organizaciones de nuestra cadena de valor.

Este tipo de reuniones constituyen un espacio de intercambio entre los distintos grupos de interés y los representantes de la Dirección y del personal de las áreas de los temas relevantes relacionados con la estrategia sustentabilidad.

El objetivo corporativo es conocer los temas y desafíos que se plantean por parte de ellos y con ese aporte trabajar la mejora de la gestión desde los impactos de medio ambiente, económico y social.



Mercedes-Benz

## 2.3 Prácticas en Cadena de Valor

La contratación de nuevos proveedores se realiza por medio de una evaluación del área de Calidad y Técnica, concluyendo en una evaluación de las áreas de Compras, Logística, Calidad, Desarrollo y *Cost Planning*, con la cual se aprueba la incorporación de dicho proveedor a la cadena de suministros de Daimler.

## Auditoría en materia de Desarrollo Sustentable a proveedores

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 medio ambiente, según los requerimientos de Mercedes-Benz Special Terms (MBST 36).

**Mercedes-Benz *Special Terms*:** 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 contratación de nuevos proveedores se realiza por medio de una evaluación del área de Calidad y Técnica, concluyendo en una evaluación de las áreas de compras, Logística, Calidad, Desarrollo y *Cost Planning*, con la cual se aprueba la incorporación de dicho proveedor a la cadena de suministros del Grupo.

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



Mercedes-Benz

- Libertad de asociación sindical
- Protección ambiental
- Ética en los negocios y *Compliance*

## Nuestra red de concesionarios

A través de una adecuada gestión de nuestra red comercial, nos aseguramos el alineamiento de la red de concesionarios con nuestras necesidades, y fundamentalmente, con nuestros valores y estándares de calidad y medioambiente. Contamos con políticas comerciales que fusionan nuestros objetivos y la de los concesionarios, enmarcadas bajo normas de convivencia y reglas claras.

### Programas de incentivos:

**StarClass Argentina:** Respaldado por una organización y un trabajo orientados hacia la excelencia y la satisfacción del cliente, “StarClass Argentina” tiene por objetivos los siguientes:

- 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:** Es un programa de puntos destinado a colaboradores de la Red de Concesionarios Oficiales de Mercedes-Benz Argentina, a través del cual pueden sumar puntos que luego canjean por 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.



Mercedes-Benz

**Dealer Assistance Center:** Es una red de soluciones para nuestra red de concesionarios. Es un programa de atención exclusivo para que ellos resuelvan todas sus inquietudes y puedan hacer un seguimiento de todas las consultas hasta su resolución.

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

## Relación con clientes

**Centro de Atención al Cliente Mercedes-Benz (CAC):** Ubicado en las oficinas de Casa Central, funciona de lunes a viernes de 8 a 20 Hs. para Mercedes-Benz Argentina y de 9 a 18hs. para Mercedes Benz Financiera y Círculo Mercedes-Benz.

La misión del CAC es crear la mejor imagen posible de la compañía a los ojos del cliente; asegurando que la información requerida y las quejas de los clientes sean gestionadas de manera profesional y según los procedimientos establecidos para cada caso.

La visión es ser la mejor opción ante cualquier inconveniente, inquietud o consulta.

Entre las funciones u objetivos principales, podemos detallar las siguientes:

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

### **Gestión de Reclamos**

El proceso de Gestión de Reclamos, implica las siguientes acciones:

- Atención personalizada
- *Follow up*: seguimiento de casos
- Proceso de atención al cliente definido
- Vehículo sustituto



Mercedes-Benz

- Acciones de mejora
- Toma de decisiones
- Planilla de mejora
- Seguimiento de casos de mayor complejidad
- Seguimiento de acciones de mejora
- Presentaciones por unidades de negocio

|  |  | Puntuación<br>2014 | Puntuación<br>2015 |
|--|--|--------------------|--------------------|
| RECLAMACIONES  | Índice de reclamación: número de reclamaciones/número de clientes                    | 1725/<br>23,07%    | 1684/<br>21,78%    |
| RECLAMACIONES/<br>RESOLUCIONES                                 | Resolución de incidencias: número de reclamaciones resueltas/número de reclamaciones | 100%               | 100%               |
| TIEMPO MEDIO<br>EMPLEADO EN LA<br>RESOLUCIÓN DE<br>INCIDENCIAS | Días   | 5                  | 5                  |

**MB Assistance:** Es el servicio de asistencia que se brinda a los clientes durante el período de garantía para solucionar cualquier eventual problema que pueda presentarse en Argentina y

Países limítrofes, las 24 Hs. los 365 días del año. Entre los principales servicios que incluye los programas se destacan los siguientes:

- Asistencia mecánica (ligera y talleres móviles que realizan reparaciones in situ)
- Remolque/Traslado
- Asistencia Legal
- Transmisión de mensajes urgencia
- Custodia del vehículo
- Alojamiento por inmovilización del vehículo
- Desplazamiento por inmovilización/Robo
- Desplazamiento para búsqueda del vehículo reparado
- Vehículo sustituto
- Asistencia médica
- Conductor profesional.

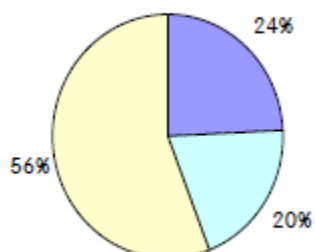
**Nivel de Cumplimiento Talleres Móviles:** El 85 % de los Concesionarios responde al llamado de la Asistencia.



Mercedes-Benz

### Intervención de Taller Móvil:

Performance T. Móviles



■ Resolución telefónica ■ Reparación insitu ■ Remolques

### Encuesta de calidad de Mercedes-Benz Assistance:

La encuesta de calidad se realizó al 100% de los clientes. Los resultados que arrojaron son los siguientes:

- ❖ El 70 % está satisfecho con el Servicio en general
- ❖ El 75 % está satisfecho con la atención telefónica
- ❖ El 77 % está satisfecho con gestión de talleres móviles
- ❖ El 95 % recomendaría el servicio

**Encuestas de Satisfacción de Clientes y Concesionarios:** Regularmente, evaluamos la satisfacción de los clientes con nuestros concesionarios, y de nuestros concesionarios con Mercedes-Benz Argentina:

|  | Escala utilizada | Puntuación 2014 | Puntuación 2015 |
|--|------------------|-----------------|-----------------|
| 1. Indicador de satisfacción global                  | 0-100            | 95              | 94              |
| 2. Indicador de la calidad de la atención al cliente | 0-100            | 97              | 93              |
| 3. Indicador de calidad del producto/ servicio       | -                | -               | -               |
| 4. Indicador de fidelización                         | 0-100            | 96              | 94              |
| 5. Indicador de recomendación                        | 0-100            | 95              | 93              |
| 6. NPS*  | 0-100            | 95              | 93              |





### **Customer Satisfaction Index (CSI):**

En noviembre de 2015, en Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina, alcanzamos un 95% en el Customer Satisfaction Index (CSI), que mide la satisfacción general experimentada por nuestros clientes de servicios financieros.

Consideramos que, una de nuestras principales ventajas competitivas para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos impuestos, es el profesionalismo, la experiencia y el conocimiento del sistema de financiación del mercado automotriz que posee nuestro Directorio, los propios Accionistas y los funcionarios que tienen a su cargo las distintas gerencias, contando con procesos ágiles y una diversidad de productos que permitieron satisfacer, ampliamente, las necesidades de financiación de los consumidores de la marca.

Nuestra estrategia comercial es consolidar a la compañía, y alcanzar la visión de ser la primera alternativa de servicios financieros de los clientes Mercedes-Benz.

## **3 Apoyo a los Objetivos y Temas de Naciones Unidas**

### **3.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible**

A lo largo de toda esta Comunicación, podrán evidenciar no solo los progresos que hemos llevado adelante en respuesta a los compromisos asumidos sobre los 10 Principios del PGNU, sino que esperamos también, puedan apreciar la alineación de nuestros objetivos estratégicos, a la agenda global en materia de sustentabilidad.

Es por ello que presentamos a continuación, algunos Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas asociadas, que las acciones que presentamos en esta Comunicación acompañan hacia su logro:

#### **ODS 3 y a las siguientes metas asociadas:**

- Reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo

#### **ODS 4 y a las siguientes metas asociadas:**



Mercedes-Benz

- Velar por que todas las niñas y todos los niños terminen los ciclos de la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados escolares pertinentes y eficaces
- Asegurar el acceso en condiciones de igualdad para todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria
- Aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento
- Eliminar las disparidades de género en la educación y garantizar el acceso en condiciones de igualdad de las personas vulnerables, incluidas las personas con discapacidad, los pueblos indígenas y los niños en situaciones de vulnerabilidad, a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional

**ODS 5 y a las siguientes metas asociadas:**

- Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública

**ODS 8 y a las siguientes metas asociadas:**

- Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrando la atención en sectores de mayor valor añadido y uso intensivo de mano de obra
- Reducir sustancialmente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación
- Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y protegido para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios

**ODS 11 y a las siguientes metas asociadas:**

- Proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación vulnerable, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad
- Para 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo

**ODS 12 y a las siguientes metas asociadas:**

- Adoptar prácticas sostenibles e incorporar información sobre la sostenibilidad en el ciclo de presentación de informes

**ODS 13 y a las siguientes metas asociadas:**



Mercedes-Benz

- Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional en relación con la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana

## 3.2 Apoyo a las actividades de la Red Argentina del Pacto Global

Proponemos incentivar la concientización acerca de la importancia de un negocio sustentable; Y como herramienta fundamental para ello, apoyamos diversas iniciativas vinculadas con esta temática, entre las cuales podemos destacar:

Como entrenadores, participamos en el **Programa “De Empresas para Empresas” (DEPE)**. DEPE es uno de los programas regionales de capacitación en prevención de la corrupción de la acción colectiva global: *Alliance for Integrity*. Esta iniciativa empresarial, tiene como objetivo, promover las capacidades de *compliance* y de la integridad entre las empresas, sus socios y otros actores del sistema económico.

Marcelo Paletta, Legal & Compliance Manager de Mercedes-Benz Financiera y Matías Brener, Local Compliance Manager de Mercedes-Benz Argentina S.A. nos representaron como docentes y brindaron su experiencia a las empresas pymes participantes del programa. Y en otra edición, los destinatarios fueron compañías de Seguros.

También nos representó en la **“X Cátedra del Pacto Mundial de Naciones Unidas: RSE y sostenibilidad”**. Nuestra presentación fue en la Clase N° 7: “Anticorrupción y ética en los negocios”. A lo largo del programa de la Cátedra, se buscó la comprensión y posterior implementación de los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, proponiéndose distintas iniciativas tendientes a aumentar la sostenibilidad corporativa, mediante un espacio de reflexión, aprendizaje y conocimiento colectivo.

## 3.3 Movilidad Sostenible

Contaminación del aire, consumo excesivo de energía, efectos negativos sobre la salud, saturación de las vías de circulación, son los problemas principales surgidos del transporte urbano.

Como productores de vehículos, asumimos el compromiso de trabajar día a día para ayudar a reducir dichos efectos negativos, ya sean prácticas de concientización de movilidad



Mercedes-Benz

responsable, o a través del desarrollo de tecnologías o innovaciones que amplíen las opciones de movilidad sostenible.

Somos la primera automotriz premiada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires junto al ITDP (*Institute for Transportation and Development Policy*), y la APrA (*Agencia de Protección Ambiental*) por las prácticas implementadas para promover la movilidad sustentable dentro de su organización y hacia la comunidad.

**Productos y Movilidad Sustentable:** Para lograrlo, se 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 eficiencia.

Buscamos disminuir el consumo de combustible, las emisiones gaseosas y la frecuencia en los servicios de conservación y mantenimiento de los vehículos. Asimismo, teniendo en cuenta el ciclo de vida del producto, consideramos el impacto en la utilización de materiales reciclables en la fabricación de los vehículos.

Somos promotores de la venta de camiones y buses en Argentina bajo la norma EURO 5. Todos los modelos de camiones y buses que se comercializan en el mercado local incluyen esta tecnología en sus motores.

Nuestra tecnología BlueTec 5 satisface las exigencias de la normativa EURO 5, con motores más potentes, cuidadosos del medioambiente y con una reducción de hasta un 6% del consumo de combustible.

Luego de la exitosa presentación de los nuevos camiones Euro V, realizamos una gira por los concesionarios del interior del país, para comunicar y promocionar a nuestros clientes, las novedades respecto a las motorizaciones.

**Business Innovation Center:** 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 los productos y servicios con los objetivos económicos, sociales y ambientales.

No solo trabajamos para el desarrollo de nuevas tecnologías sobre la producción de vehículos, sino que también trabajamos en la creación de servicios innovadores a través del área global



Mercedes-Benz

de negocios *Business Innovation*, que cuenta con una filial en Argentina. Desde esta área trabajamos para identificar y crear nuevas soluciones de movilidad para el país y la región.

Numerosos proyectos a nivel global se han generado en los últimos años y hoy son unidades de negocio independientes, como los casos de *Car2go*, *Moovel* y *Mercedes-Benz Driving Academy*.

En Argentina, la principal innovación que surgió es la plataforma de *carpooling corporativo* [teneslugar.com](http://teneslugar.com).

**teneslugar.com**: El objetivo de esta plataforma de *carpooling* es ofrecerle a las compañías participantes una herramienta digital que brinde a sus usuarios una solución en su viaje diario al trabajo, para que estos puedan compartir su auto y con ello optimizar recursos de movilidad, reducir gastos, favorecer la descongestión del tránsito, disminuir las emisiones de la huella de carbono, optimizar áreas de estacionamiento, compartir recursos, ahorrar tiempo y dinero, mejorar su calidad de vida y su comodidad, etc.

La plataforma se utiliza en Argentina, generando una red de *carpooling* entre compañías para que sus empleados puedan ofrecer y/o solicitar asientos vacíos en sus vehículos.

Son 8, las empresas que conforman la red de *carpooling* corporativo [teneslugar.com](http://teneslugar.com), lo que nos convierte en una solución de movilidad aproximadamente 7500 empleados.

Como pioneros de nuestra industria, estamos orgullosos y comprometidos a diseñar un futuro seguro y sustentable en cuando a la movilidad. Cada vez más personas quieren moverse en mejores condiciones, por lo que atendemos estas necesidades con nuestra [teneslugar.com](http://teneslugar.com). Sin embargo, sabemos que esto requiere un cambio cultural colectivo, lo que significa que es un proceso extenso que requiere una adaptación por parte de los usuarios, un camino que recién está comenzando para nosotros.

Al estar hablando de un nuevo paradigma, nuestro equipo intenta facilitarle el proceso a las empresas que utilizan nuestro servicio, organizando distintas actividades y acciones que tienen como objetivo incentivar su uso. Las mismas incluyen:

- Mejoras en la plataforma para estar al día con las últimas tecnologías.
- Organización de charlas informativas para capacitar y concientizar a los usuarios sobre el servicio, sus beneficios y su funcionamiento.
- La creación de piezas de comunicación que se comparten con el resto de las compañías para que estas puedan utilizar y compartir utilizando distintos canales de comunicación.
- El denominado programa de beneficios que consiste en sorteos que se realizan periódicamente para premiar a quien genere mayor actividad dentro de la plataforma. El



Mercedes-Benz

beneficio máspreciado por los usuarios consiste en el préstamo de un automóvil smart por una semana para que el usuario pueda vivir la experiencia de manejar el auto naftero más ecológico del mercado.

teneslugar.com genera resultados en los tres aspectos básicos de la sustentabilidad: Lo económico, lo social y lo ambiental, a través de un ahorro económico en el traslado de las personas, la reducción del impacto ambiental de los vehículos y evitando problemas de estacionamiento y una forma de transporte más sociable.

**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 medio ambiente.

**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.

### 3.4 Salud

En materia de salud podemos comentar que, 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 medica 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.

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



Mercedes-Benz

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.

**Programa de Bienestar:** Este programa promueve espacios de integración y bienestar, a través de algunas de diferentes propuestas. Las acciones que impulsan prevención en materia en salud, son las siguientes:

- ✚ **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.

- ✚ **Programa de Movilidad Sustentable:** 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.

**Salud en la Comunidad:** en términos de salud, se continuó con las diferentes acciones de apoyo a instituciones como Hospital Garrahan, ALPI, Hospital Alemán, COAS. INECO, Hospital de Clínicas, Hospital Simplemente Evita, etc.

Hospital Garrahan: En 2015, hemos recuperado 196 kilos de tapitas y 9.068 kilos de papel. Desde el año 2000, fecha en que nos adherimos al Programa, hemos recuperado 474 kilos de tapitas y en cuanto a la recuperación de papel, hemos acumulado 3.209.306 kilos.

Los recursos económicos generados, permiten apoyar el desarrollo integral del Hospital, institución de referencia para los problemas más graves y complejos de la salud de los niños de todas las regiones de nuestro país.

## 3.5 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.





Mercedes-Benz

Nuestro producto 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, es la van VITO. Este utilitario lo fabricamos en nuestro Centro Industrial, bajo condiciones de producción europeas.

En 2015, fuimos premiados por CESVI; en la 9° edición de “*Crash Test*: Los autos más seguros”. El Clase C, recibió el premio en la categoría “Excelencia en seguridad”.

También logramos la segunda ubicación, en el resultado de las pruebas de choque realizadas por la NCAP (Programa Europeo de Evaluación de Seguridad de Automóviles Nuevos). El vehículo testeado fue el GLC.

### 3.6 Ciclo de vida

A continuación, describiremos como en Mercedes-Benz Argentina, gestionamos nuestro negocio a lo largo de las siguientes etapas del ciclo de vida: Creación del concepto de producto o servicio, Desarrollo y fabricación de los productos/ servicios, Marketing y promoción, Utilización de productos/servicios y Disposición post-consumo, reutilización o reciclaje.

**Creación del concepto:** La innovación y el medio ambiente son ejes fundamentales en el concepto de nuestros productos. Buscamos disminuir el consumo de combustible, las emisiones gaseosas y la frecuencia en los servicios de conservación y de mantenimiento de todos nuestros productos. Po ejemplo, nuestro camión Actros es Récord Guinness Mundial como “el más bajo consumo de combustible de camiones de 40 toneladas.

En los últimos 20 años, los camiones pasaron a ser 1.000 veces más limpios, desde la norma Euro 0 a la Euro 6 (emisiones en g/kWh) y la amplia mejora de la eficiencia en el transporte de camión en los últimos 50 años, tuvo como consecuencia un 65% menos de emisiones de CO<sub>2</sub>-por camión.

Todas las unidades de nuestra marca están equipadas con motores Mercedes-Benz, que cumplen con la normativa Euro 3, vigente actualmente en Argentina. Las potencias 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.





Mercedes-Benz

**Desarrollo y fabricación:** Consideramos el impacto en la utilización de materiales reciclables en la fabricación de los vehículos. Somos promotores de la venta de camiones y buses en Argentina bajo la norma EURO 5. Todos los modelos de camiones y buses que se comercializan en el mercado local, incluyen esta tecnología en sus motores.

Nuestra tecnología BlueTec 5 satisface las exigencias de la normativa EURO 5, con motores más potentes, cuidadosos del medioambiente y con una reducción de hasta un 6% del consumo de combustible. Los camiones Euro V son un ejemplo exitoso de ello.

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 semi-automatizadas y automatizadas que permiten al conductor un proceso de conducción mucho 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:
- En el futuro, nuestros vehículos podrán cumplir con las normas Euro 5, dado que las condiciones tecnológicas que cumplen con esta normativa ya se encuentran disponibles, pues han sido desarrolladas oportunamente por nuestra ingeniería a nivel global, para atender los mercados que así lo requieran.

**Marketing y promoción:** 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 de 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*.



Mercedes-Benz

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

**Utilización de productos/servicios:** Consideramos que el uso responsable de nuestros productos son claves para mejorar nuestro impacto socio-ambiental.

En colaboración con el área de Ventas, elaboramos el plan anual de visitas y capacitaciones para empresas poseedoras de camiones semi-pesados 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: El Actros 2044 - Telligent II, con equipamiento extra para medición de consumo de combustible, sensores que registran conductas de manejo, entre otras mejoras; y 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)
- Nexos 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)

## 3.7 Educación

Nuestro principal proyecto educativo en la Argentina y uno de los cinco más importantes, del Grupo Daimler a nivel mundial, es nuestra **Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio**. La Escuela es una institución educativa privada de fábrica, creada por Mercedes-Benz



Mercedes-Benz

Argentina en 1962, con el objetivo de fomentar la igualdad en el acceso a los conocimientos y a las competencias.

Brinda títulos de técnico en electromecánica, formando parte del ciclo secundario, con un plan de estudios de siete años, de los cuales dos incluyen prácticas profesionalizantes en la Planta de Mercedes-Benz Argentina. Y, también, a lo largo de estos años, hemos articulado, con alumnos de la Escuela Técnica y empleados de Mercedes-Benz Argentina, algunos de nuestros programas de inversión social.

La finalidad básica de la Escuela es preparar alumnos con una formación integral orientada a los valores de respeto, integridad, pasión y disciplina, y con una amplia capacitación técnica, con el objetivo de generar los recursos humanos para que puedan estar en condiciones de ingresar al mercado de trabajo, como así también para poder continuar con estudios superiores.

Se espera que los alumnos comprendan la producción de conocimientos científicos y tecnológicos que impactan profundamente en la vida de las personas, su vinculación con la investigación e innovación productiva y tecnológica, así como los procesos y prácticas científicas.

La Escuela es gratuita y está abierta a toda la comunidad; por ello, sus alumnos, mayoritariamente, provienen de la localidad de Virrey del Pino y zonas aledañas. Actualmente, la administración es realizada por La Fundación Museo del Automovilismo Juan Manuel Fangio.

Para poder ingresar, se exige, como requisito, el primario completo y un examen académico de asignación de beca. La integración e inclusión de niños, sobre la base del sistema de ingreso por examen para asignación de beca, incluye: educación, comedor, materiales y uniformes.

En 2015, suministramos los fondos para brindar educación gratuita a 208 alumnos.

Además de las tareas educativas correspondientes, también realizamos otras actividades con los alumnos:

- ❖ La Escuela desarrolla un programa de campamentos, que los consideramos relevante para mejorar la integración con la Escuela y la política de convivencia. Los principales son:
  - 1.<sup>er</sup> año: Actividad de “Convivencia” en la Escuela.
  - 2.<sup>do</sup> año: Tres días de campamento en Máximo Paz, Bs. As.
  - 3.<sup>er</sup> año: Cinco días de campamento en San Clemente del Tuyú, Bs. As.



Mercedes-Benz

4.º año: Cinco días de campamento en Balcarce, Bs. As. (Identificación con la Fundación Fangio).

5.º año: Cinco días de campamento en Tandil, Bs. As.

- ❖ La Escuela ha incorporado en forma extracurricular, el idioma alemán, además del inglés obligatorio.
- ❖ Desde 2013, se han incorporado las prácticas profesionalizantes, donde los alumnos están todo un día desarrollando tareas en la empresa. Si bien la currícula obligatoria establece un total de 200 horas anuales, en nuestro caso, los alumnos cursan 288 horas.
- ❖ Todos los años, la Escuela realiza el “Expo Fangio”, en el cual se presenta una muestra integral de las actividades y los proyectos desarrollados por los alumnos.
- ❖ Hace un año, hemos incorporado una impresora 3D, para lo cual estamos trabajando con nuestros docentes para su uso intensivo.
- ❖ Incorporamos, como política, la participación en las Olimpiadas de Matemática, habiendo llegado a competir en la instancia final a nivel nacional. Asimismo, tenemos un alumno en la Olimpiada de Informática, que organiza la Universidad de San Martín, compitiendo con posibilidades de acceder a instancias preolímpicas, con el apoyo de la Universidad de La Matanza.

Uno de los datos más relevantes de nuestra consideración es la cantidad de alumnos que se reciben según el año de ingreso a la Escuela. Esta tasa está en el orden del 70%, o sea que se reciben 7 de cada 10 alumnos que ingresan.

Para más información consultar en: [www.esctecnicafangio.edu.ar](http://www.esctecnicafangio.edu.ar)

Videos sobre la Escuela Técnica:

[https://www.youtube.com/watch?v=Wcp7wu\\_yEYM](https://www.youtube.com/watch?v=Wcp7wu_yEYM)

<https://www.youtube.com/watch?v=PG5udSYOO8Q>

<https://www.youtube.com/watch?v=s2Bw4Ynj3Qk>

## 4 Gobernanza y Transparencia

### 4.1 Gobierno Corporativo

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 cada tres meses y, dentro de sus deberes y atribuciones, se destacan las



Mercedes-Benz

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** (al momento de presentar este documento) son:

Joachim Maier – Presidente

Diego Tyburec – Director de Recursos Humanos

Christian Kimelman - Director de Finanzas y Controlling

Matthias Laznik - Director de Marketing y Ventas Automóviles Argentina

Deborah Luchetta - Directora de Legales

Gustavo Castagnino - Director de Asuntos Públicos, Comunicaciones y RSE

Manuel Mantilla - Director de Marketing y Ventas Vans Argentina

Marc Ernest Kurt Sperling - Director de Manufactura

Los directores cumplen funciones ejecutivas, y son los responsables máximos de las áreas respectivas. También, existen dependencias corporativas trasnacionales, 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, participan, como miembro permanente, el Sr. David Velázquez, Presidente de Mercedes-Benz Compañía Financiera.

## Compromiso con cámaras y asociaciones comerciales

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

| Organización   | Interlocutor de Mercedes-Benz     |
|--|-----------------------------------|
| 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 |



Mercedes-Benz

|   |                            |
|---|----------------------------|
| AMCHAM<br>(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<br>(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               |

## 4.2 Cultura de Integridad

Integridad y *compliance* son dos términos que marcan un sello diferenciador en Daimler. Son valores y principios básicos corporativos.

El término *compliance* hace referencia al cumplimiento de las leyes y normativas. La integridad, implica además, hacer lo correcto por convicción y actuar de acuerdo con unos valores comunes: **Creamos una cultura corporativa basada en la integridad.**

Dentro de la organización, *Compliance* posee un aspecto transversal y abarca a todas las áreas, siendo una de ellas, la de Recursos Humanos. Entre las políticas internas y los procedimientos con los que **HR Compliance** trabaja, podemos destacar:

- Código de Integridad;
- Política sobre el Sistema de Denuncias (BPO) y tratamiento de violaciones;
- Política de regalos a empleados internos y de entretenimiento;
- Políticas de relaciones comerciales entre concesionarios
- Instrucción en "Compliance Checks";
- Instrucción en "Funciones relevantes de Compliance";
- Instrucción en "La distribución de documentos relevantes de Compliance";
- Instrucción en "Performance validation".

Todos los empleados pueden, en cualquier momento y ante cualquier situación, acceder al **Sistema de preguntas e información para Compliance**, además de que, siempre, pueden dirigirse con el área de *Compliance* local.



Mercedes-Benz

**Código de Integridad:** El Grupo Daimler ha desarrollado el Código de Integridad. Su objetivo es propiciar las conductas honestas y éticas, al tiempo de disuadir las conductas indebidas, y describir lo que entendemos por una actuación íntegra y justa.

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.

En cuanto a su contenido, se incluyen aspectos como:

- La defensa de los Derechos Humanos sobre la base de los principios del Pacto Global.
- La conciencia de la responsabilidad social y solidaria en las actividades diarias.
- La práctica de un trato justo entre todos los empleados y hacia terceros.
- La búsqueda del éxito en conjunto con los socios comerciales y los clientes, a través de la competencia leal.
- La prohibición de la corrupción.
- La prevención y la solución de los conflictos de interés en todos los niveles de la organización, incluidos los miembros de la Dirección.

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.

**Business Practice Office (BPO):** El sistema de denuncias BPO 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.

En 2015, se realizó una campaña gráfica con posters en carteleras, stickers en los teléfonos y un correo electrónico del Presidente a todos los empleados, informando el funcionamiento de la línea de denuncias de la compañía.

**Carta antibribery (anticorrupción) para concesionarios:** Los concesionarios firman una carta que incluye normas y códigos de conducta específicos para promover la transparencia en sus prácticas y mantener el prestigio de nuestra marca en nuestro mercado.





Mercedes-Benz

Complementariamente, capacitamos a la Red Comercial en términos de *Compliance*.

**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. 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.

**Entrenamientos de Compliance:** Se desarrollan con el objetivo de fortalecer los conocimientos acerca de las conductas orientadas a nuestro Código de Integridad. Para ello, durante el 2015, continuamos con la Campaña de Integridad, destinada a generar encuentros con áreas de especial interés (comercial, compras, nuevos empleados, *controlling*, importación y logística, entre otros), para propiciar un diálogo abierto acerca de los temas de *Compliance* dentro de la organización. Allí participan especialistas en *Compliance* locales y del exterior, pertenecientes al grupo Daimler. En 2015 realizamos las siguientes:

---

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





Mercedes-Benz

- ✓ Desayunos de Integridad: Mediante un entrenamiento interno en forma de Diálogo, organizado por el área de *Compliance*, se trataron los siguientes temas: línea de denuncias, protección de datos personales y prevención de la corrupción. Se hicieron 7 rondas con diferentes grupos, cubriendo el 100% de los empleados. (de agosto a diciembre).
- ✓ Presentación en la Reunión “Town Hall” convocada por el Presidente y con la participación de todos los empleados. Se realizó un Concurso de Preguntas sobre temas de Integridad: invitaciones, protección de datos personales y línea de denuncias.

**Integridad Comercial - Juego Monster Mission:** Es 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 diferentes premios.

Iniciado en el 2014, con el primer episodio del juego, durante el 2015 se completaron los restantes 3 episodios, donde unos 33.000 empleados de más de 47 países participaron activamente durante las horas de trabajo, algo que está expresamente permitido por la empresa.

**Academia de Compliance de Daimler:** Daimler quiere compartir su conocimiento y experiencia en el área de la integridad y el cumplimiento con otros actores. Un ejemplo de esto es la Academia de *Compliance* de Daimler, que se ofrece a los oficiales de cumplimiento de otras compañías. La atención se centra en una discusión interactiva de las tendencias y el cumplimiento actuales, además de la transferencia de conocimientos prácticos mediante estudios de casos ficticios.

**Participación del equipo de Compliance en actividades de capacitación externa:** Con el objetivo es compartir y fomentar mejores prácticas y presentar el rol estratégico que desempeña la función de *Compliance* en nuestra organización, realizamos las siguientes actividades durante el 2015:

Como entrenadores/oradores:



Mercedes-Benz

- ❖ Continuamos nuestra participación 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.
- ❖ Participamos en el **Programa “De Empresas para Empresas” (DEPE)**, organizado por la AHK, “Alliance for Integrity” y Pacto Global de Naciones Unidas, para PYMEs.
- ❖ Participamos en la **“X Cátedra del Pacto Mundial de Naciones Unidas: RSE y sostenibilidad”**. Clase N° 7: “Anticorrupción y ética en los negocios”
- ❖ Participamos de las **“Jornadas sobre negocios éticos y responsables”**, organizadas por la Cámara de Industria y Comercio Argentino-alemana (AHK) y la Universidad de San Andrés.
- ❖ Participamos del **Programa “De Empresas para Empresas” (DEPE)**, organizado por la AHK, “Alliance for Integrity” y Pacto Global de Naciones Unidas, para compañías de Seguros.
- ❖ Fuimos miembro del **Comité de Compliance de la AHK**, que se reúne mensualmente para tratar temas relacionados con la actividad.

Como participantes:

- ❖ Asistimos a la **Exposición “Nuevas tendencias en Datos Personales”** realizada por Allende & Brea.
- ❖ Cursamos el **Taller “Academia Anticorrupción Buenos Aires”**, en el IAE Business School.
- ❖ Cursamos el **Taller “Prevención de lavado de dinero”**, en el IAE Business School.
- ❖ Asistimos a la **Exposición “Plan anti-fraude y línea ética”** realizada por KPMG.
- ❖ Asistimos a la **Global Group Compliance Conference** de Daimler, en Berlin.
- ❖ Asistimos a la **Conferencia Anual del Centro de Gobernabilidad y Transparencia** del IAE Business School.

## 4.3 Grupos de interés y diálogo

Seguimos la **Guía AA1000SES de Accountability**, para identificar y clasificar a los grupos de interés con los que interactuamos diariamente, realizamos un análisis según distintas dimensiones: por responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia y representación, entre otros.

Los siguientes, son los grupos de interés con los que mantenemos un diálogo permanente a través de diferentes canales de comunicación:



Mercedes-Benz

| <b>GRUPO DE INTERÉS</b>                           | <b>CANAL DE COMUNICACIÓN</b>  |
|---|---|
| <b>EMPLEADOS</b>                                  | Reuniones, encuentros informativos, desayunos, revista interna, carteleras, e-mailings, Intranet, redes sociales.   |
| <b>CLIENTES</b>                                   | Revista “Mundo Benz”, eventos, e-mailings, call center, encuestas, redes sociales.                                  |
| <b>PROVEEDORES</b>                                | Plataforma de sistemas específicos, reuniones, visitas regulares.   |
| <b>CONCESIONARIOS</b>                             | Reuniones con la Cámara de Concesionarios, workshops anuales y revista Mundo Benz, extranet, e-mailings, reuniones. |
| <b>ACCIONISTAS</b>                                | Reuniones de Asamblea y reportes gerenciales directos.  |
| <b>COMUNIDADES, MEDIOS, UNIVERSIDADES Y OTROS</b> | Eventos de RSE, reuniones de diálogo, visitas de relevamiento, conferencias, e-mailings.                            |
| <b>ORGANISMOS DE CONTROL</b>                      | E-mailings, reuniones.  |
| <b>SINDICATOS</b>                                 | 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.

Para comentarios, sugerencias o consultas relativas a nuestra Comunicación del Progreso, comuníquese a: [comunicaciones@daimler.com](mailto:comunicaciones@daimler.com).



Mercedes-Benz

Los datos correspondientes a la COP abarcan el período comprendido entre el 1 de Enero y 31 de Diciembre de 2015. Para aquellos casos donde, por su relevancia y actualidad, se incluya información específica de 2016, se indica citada explícitamente.

**Diálogos de Sustentabilidad de Daimler:** Se desarrollaron diversos encuentros con empleados, clientes, concesionarios, proveedores, ONG, universidades y otros grupos de interés, relacionados a temas de Sustentabilidad.

En mayo de 2015, realizamos el **primer diálogo de sustentabilidad de Daimler en Mercedes-Benz Argentina**, siendo el primero realizado en Latinoamérica y el cuarto a nivel global fuera de Alemania, con la presencia de la Directora de Sustentabilidad del Grupo Daimler.

**Diálogo con la Dirección:** Creemos que el diálogo entre todas las categorías de la organización favorece la integración. 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 todos los empleados, seleccionados aleatoriamente, de Mercedes-Benz Argentina, Circulo Mercedes-Benz y Mercedes-Benz Financiera, buscando crear un espacio de charla informal con el Presidente.

**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.



Mercedes-Benz

**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.

## 5 Comunidad y Derechos Humanos

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:

- ✚ Educación
- ✚ Voluntariado Corporativo
- ✚ Arte y Cultura
- ✚ Deporte
- ✚ Comunidad Argentino – Alemana
- ✚ Donaciones y Sponsoreos

Apoyamos iniciativas que promueven mejoras sociales a través de los siguientes ejes de acción: Educación, Voluntariado Corporativo, Deporte, Arte y Cultura, Comunidad Argentina-Alemana, y Donaciones y Sponsoreos.

✚ **Educación:** A través de la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio, el apoyo a Escuelas Técnicas con material didáctico y visitas, Programas de becas universitarias y escolares y de la Biblioteca Popular de Virrey del Pino, contribuimos con el desarrollo de la educación. Acompañamos así a jóvenes y adultos en su formación (tanto técnica como humanística) basada en nuestros valores: Respeto, Integridad, Disciplina y Pasión.

Tenemos la plena seguridad de que la educación es la fuerza multiplicadora de oportunidades, apoyamos a la educación en una localidad donde la demanda de instituciones escolares de acceso gratuito es creciente.

La educación abre puertas. Fortalece a individuos, familias y a la sociedad como un todo.

**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.º 413 Arturo Gillig**, emprendimiento social que hoy cuenta con alumnos jóvenes y adultos de la comunidad de La Matanza, capacitando y



Mercedes-Benz

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 N° 106 y 55, lindantes a la Escuela Técnica Fundación Fangio.

✚ **Voluntariado Corporativo:** Fomentamos la participación voluntaria de los colaboradores de la Compañía, dándoles la posibilidad de ayudar a quienes más lo necesitan y generando —en ellos— el valor de la satisfacción y el crecimiento personal. Algunos de nuestros programas son: Grupo Infraestructura, Colectas sobre ruedas y Day of carrying Give a Smile.

En 2015, voluntarios de Mercedes-Benz participaron nuevamente del Programa “A Ganar Argentina: Juventud & Empleo” de Fundación Laureus Sports for Goods, realizando dos jornadas lúdicas y reflexivas con 50 chicos de escuelas de la zona de Virreyes.

En total, fueron 10 las actividades de voluntariado realizadas por la empresa durante 2015 en articulación con el Hogar de Niños María Luisa, la Asociación Civil De Todos para Todos y la Biblioteca Popular de virrey del Pino, que representaron 45 horas de voluntariado e implicó la participación de 60 colaboradores de nuestra empresa.

#### ✚ **Deporte:**

- A través de la Fundación Laureus Sports for Goods, del cual somos socios fundadores, y la Escuela de Fútbol Smata- Scholas fomentamos el deporte como herramienta para tratar problemáticas sociales de niños y jóvenes. La iniciativa de la escuela de Fútbol nació de voluntarios empleados de fábrica del Smata, en conjunto con el Sindicato, más de 140 chicos de la comunidad de Virrey del Pino aprenden valores humanos a través del fútbol en el Predio Industrial y con la metodología de Scholas Occurrentes.

✚ **Arte y Cultura:** A través del Programa de Mecenazgo, UTurn ArteBA y el Museo Nacional de Bellas Artes, estamos abocados al desarrollo de la innovación y la tecnología. Somos promotores de las iniciativas culturales y de las artes como base fundamental de la capacidad humana de la creación.

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.



Mercedes-Benz

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.

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**. Durante el 2015, podemos destacar los siguientes:

- Auspiciamos el Buenos Aires International Fashion Film Festival (BAIFFF);
- 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 Museo de Arte Contemporáneo.

✚ **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.
- Miembros fundadores del Centro Universitario Argentina-Alemania (CUAA-DAHZ).
- Apoyo al Hospital Alemán.
- Trabajo en conjunto con Fundación Manos Verdes.

✚ **Donaciones y Sponsoreos:**

**Donación 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.

En 2015, donando la primera Vito fabricada en Argentina a la Fundación Scholas Ocurrentes, ONG impulsada por el Papa Francisco que trabaja por la integración y la inclusión de todos los chicos de bajos recursos a través del deporte, el arte y la tecnología. También se apoyó a la Fundación Cruzada Patagónica para renovar su Sprinter que traslada alumnos en sus instituciones educativas del sur.





Mercedes-Benz

**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.

En 2015, mantuvimos la colaboración económica otorgada a la Biblioteca Popular de Virrey del Pino, para asegurar el funcionamiento de esta Institución, y seguimos acompañando, además, a las Escuelas N° 55 y 106 con donaciones y capacitación.

**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 2015, apoyamos a 45 chicos del partido de La Matanza que se encuentran cursando sus estudios secundarios.

- **Becamos dos personas en el Posgrado en Dirección y Gestión de Organizaciones Sociales, Escuela de Administración y Negocios Universidad de San Andrés**
- **Apoyamos al Programa de Comunicación para Organizaciones de la Sociedad Civil.**
- **Apoyamos con una beca anual completa en el Programa Abanderados Argentinos Universidad de San Andrés**
- **Programa de becas con la Fundación Puentes:** Colaboramos apoyando a 60 becarios, 10 de los cuales consiguieron trabajo. También colaboramos con dos actividades: “Crecer en Red” y “Semana de la educación”.
- **Biblioteca Popular de Virrey del Pino:** apoyamos a la institución como articulador clave para el trabajo comunitario en la localidad.
- **Programa de Becas Universitarias de Ingeniería en el ITBA:** Gestionamos becas para los egresados de nuestra Escuela Técnica.
- **Centro de Formación Profesional de SMATA:** Prestamos el taller de nuestra Escuela Técnica para que el Sindicato SMATA que nuclea nuestra actividad, pueda realizar sus programas de capacitación.

## 6 Prácticas laborales

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.





Mercedes-Benz

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.

Durante 2015, hemos participado del **Ranking Merco Talento**. Este ranking analiza las empresas que mejor atraen y retienen el talento; en el cual hemos logrado posicionarnos en el 12° puesto.

## 6.1 RRHH Compliance

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 sanción de violaciones a estas.

Esta función se desarrolla en todo el Grupo Daimler y, también, a nivel local, en forma paralela a todas las etapas de la administración de los recursos humanos, como reclutamiento, desarrollo y finalización del contrato laboral.

A continuación, desarrollaremos algunos procedimientos a destacar:

**Compliance Welcome Package:** Este paquete de bienvenida contiene el curso de formación *online Integrity@Work*, el Código de Integridad y la normativa de infracciones.

Cada empleado, al incorporarse a nuestra empresa, o cuando ha asumido una nueva tarea o bien se ha reincorporado a la empresa después de una fase de inactividad, lo recibe.

La intención del *Compliance Welcome Package*, es que el empleado se familiarice – o vuelva a familiarizarse - con la normativa en vigor y las cuestiones de integridad que hacen a su trabajo diario.

El curso de formación *online Integrity@Work* tiene por objeto ayudar a los empleados a sentirse seguros para que puedan decidir por sí mismos en temas de *compliance*, por ejemplo, a la hora de aceptar regalos o invitaciones. Las informaciones relevantes para ello se presentan de manera ilustrativa y se explican mediante ejemplos prácticos. El curso tiene una estructura modular y dura aproximadamente 30 minutos. En caso de que el participante sea un directivo, a partir del nivel 4, recibirá adicionalmente un módulo de formación sobre la legislación antimonopolio.

Se pide cumplimentar el *Compliance Welcome Package* durante las próximas seis semanas y confirmar que ha leído y comprendido sus contenidos. Este requisito es obligatorio. Y una vez finalizado el cursillo *Integrity@Work*, se expide un certificado como comprobante de que ha cursado dicha formación, el cual el empleado podrá imprimir.



**Compliance Check:** Es una evaluación de riesgos sobre el personal, se realiza al momento del reclutamiento, de la transferencia o de la promoción. Los objetivos de este procedimiento son: comprobar la idoneidad de los candidatos según los riesgos de su función, minimizándolos; evitar inconvenientes en *Compliance* y posibles conflictos de intereses.

**Evaluación de Desempeño:** 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”.

## 6.2 Diversidad

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.

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.

Desde el 2015 conformamos la Red de Empresas por la Diversidad de la Universidad Di Tella con el objetivo de promocionar activamente Iniciativas, experiencias y prácticas sobre Diversidad en empresas.

## 6.3 Composición de la dotación

| Empleo por género             | Total 2015   | % 2015 | Total 2014   | % 2014 |
|-------------------------------|--------------|--------|--------------|--------|
| Femenino                      | 209          | 9%     | 191          | 9%     |
| Masculino                     | 2.069        | 91%    | 1963         | 91%    |
| Total empleados               | <b>2.277</b> |        | <b>2.154</b> |        |
| Empleo femenino por categoría | Total 2015   | % 2015 | Total 2014   | % 2014 |



Mercedes-Benz

|                                       |                   |               |                   |               |
|---------------------------------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| Total compañía                        | 209               |               |                   | 9%            |
| Operarias                             | 34                | 16%           |                   | 2%            |
| Centro Industrial                     | 70                | 33%           |                   | 10%           |
| Casa central                          | 91                | 44%           |                   | 14%           |
| Puestos gerenciales                   | 14                | 7%            |                   | 20%           |
| <b>Empleo por edad</b>                | <b>Total 2015</b> | <b>% 2015</b> | <b>Total 2014</b> | <b>% 2014</b> |
| Menor a 40 años                       | 1.521             | 67%           | 1.422             | 66%           |
| Mayor a 40 años                       | 756               | 33%           | 732               | 34%           |
| <b>Promedio de edad por categoría</b> | <b>Total 2015</b> | <b>% 2015</b> | <b>Total 2014</b> |               |
| Jornalizados                          | 38                |               | 38                |               |
| Especialistas                         | 39                |               | 40                |               |
| Jerárquicos                           | 44                |               | 43                |               |
| Total compañía                        | 37                |               | 40                |               |
| <b>Tipo de empleo</b>                 | <b>Total 2015</b> | <b>% 2015</b> | <b>Total 2014</b> | <b>% 2014</b> |
| Jornalizados                          | 1.574             | 69%           | 1.470             | 68%           |
| Pasantes                              | 45                | 2%            | 49                | 2%            |
| Jerárquicos                           | 67                | 3%            | 67                | 3%            |
| Especialistas                         | 591               | 26%           | 568               | 26%           |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>2.277</b>      |               | <b>2.154</b>      |               |
| <b>Tipo de contrato</b>               | <b>Total 2015</b> | <b>% 2015</b> | <b>Total 2014</b> | <b>% 2014</b> |
| Temporal                              | 284               | 12%           | 104               | 5%            |
| Permanente                            | 1.993             | 88%           | 2.050             | 95%           |
| <b>Por ubicación</b>                  | <b>Total 2015</b> | <b>% 2015</b> | <b>Total 2014</b> | <b>% 2014</b> |
| Casa Central                          | 273               | 12%           | 283               | 13%           |



Mercedes-Benz

|                               |                   |               |                   |               |
|-------------------------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| Centro Industrial             | 2.004             | 88%           | 1.871             | 87%           |
| <b>Por convenio colectivo</b> | <b>Total 2015</b> | <b>% 2015</b> | <b>Total 2014</b> | <b>% 2014</b> |
| Fuera de convenio             | 99                | 4%            | 94                | 5%            |
| Pasantes                      | 45                | 2%            | 49                | 2%            |
| Smata                         | 1.586             | 70%           | 1.486             | 69%           |
| APS                           | 547               | 24%           | 525               | 24%           |

## 6.4 Beneficios a colaboradores

Como complemento a la remuneración, brindamos a nuestros colaboradores, permanentes y temporales, varios beneficios, algunos de ellos son:

- ✓ 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

## 6.5 Salud y seguridad ocupacional

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

Nuestra **Política de Seguridad y Salud Ocupacional** tiene como objetivos los siguientes:

- ✓ Contar con un plantel en condiciones de aptitud psicofísica para sus tareas.



Mercedes-Benz

- ✓ 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.

El área de **Seguridad e Higiene** 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.

A estos efectos, sus instrumentos principales son:

- ✓ Promover el funcionamiento de grupos de trabajo de Seguridad, por sector de trabajo.
- ✓ Realizar análisis de riesgos, procedimientos seguros de trabajo, fichas de seguridad, proponiendo y definiendo dispositivos de seguridad de las instalaciones.
- ✓ Especificar el tipo y el uso de elementos de protección personal en los puestos de trabajo.
- ✓ Efectuar auditorías de áreas de trabajo.
- ✓ Analizar accidentes y recomendar medidas correctivas pertinentes.
- ✓ Integrar los criterios de Seguridad a proyectos nuevos y a modificaciones de procesos y medios existentes.
- ✓ Organizar y controlar los programas de medición de ambiente laboral.
- ✓ Definir características de los elementos de protección personal y realizar pedidos.
- ✓ Colaborar con el control de la documentación, las medidas de seguridad propuestas y auditando la tareas u obras de contratistas, proveedores y asesores externos.
- ✓ Capacitar al personal en forma general y específica en temas de Seguridad en el trabajo, estimulando el desarrollo de una actitud favorable al respecto.



Mercedes-Benz

**Indicador “Sickness Rate”:** Muestra el porcentaje acumulado de horas perdidas por enfermedad y accidentes en relación con las horas teóricas de trabajo del personal.

| Sickness Rate | 2015       | 2014       |
|---------------|------------|------------|
| Enfermedad    | 3,83       | 3,8        |
| Accidente     | 0,79       | 1,2        |
| <b>Total</b>  | <b>4,6</b> | <b>5,1</b> |
| Objetivo      | 4,5        | 4,0        |

**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. Las minutas y conclusiones de las reuniones del Comité son incorporadas a los acuerdos colectivos de trabajo.

**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.

**Capacitaciones:** Durante 2015, se han brindado 4.439 horas de capacitación a 1.527 personas sobre temas de Seguridad como: aspectos ambientales, autoelevadores, brigadistas, manejo seguro, fbk y fallas, mig mag, plan de emergencia, post accidente, seguridad e higiene, primeros auxilios, entre otros



## 6.6 Desarrollo de personal

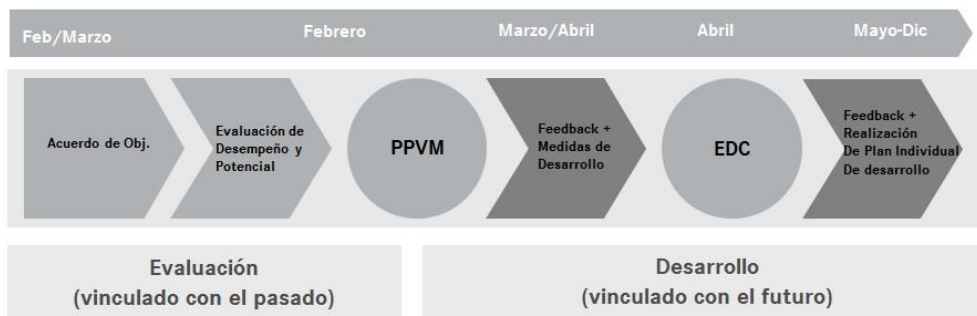
Para evaluar y gestionar el desarrollo de los empleados, Daimler a nivel global utiliza la evaluación de desempeño como la herramienta que le permite medir el grado de cumplimiento anual de objetivos y el potencial de cada uno de los colaboradores.

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).

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

- ✚ **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:



Mercedes-Benz

| Grupo              | Programa  | Periodicidad   |       |                   |
|--------------------|---|--|-------|-------------------|
| Ready + 1-Step     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Assessment Center</li><li>• Programa de Desarrollo de Profesionales</li><li>• Mentoring</li><li>• Opcion para ser candidato al Master del IAE.</li><li>• Idioma</li></ul> | AC: 2 años<br>PEP: 2 años<br>PDI: anual  |       |                   |
| Talento Promisorio | <ul style="list-style-type: none"><li>• Programa de Talentos</li><li>• Opción para ser candidato a un posgrado.</li><li>• Idioma</li></ul>  | Programa <table><tr><td>Anual</td></tr></table><br><table><tr><td>Programa de 1 año</td></tr></table><br>Programas Anuales | Anual | Programa de 1 año |
| Anual              |   |  |       |                   |
| Programa de 1 año  |   |  |       |                   |
| Same Level + Todos | <ul style="list-style-type: none"><li>• Plan Anual de Capacitación (PAC)</li><li>• Plan de capacitación específico (NO PAC)</li><li>• Idioma</li></ul>  | Programas Anuales  |       |                   |

A lo largo de 2015, hemos brindado capacitaciones a todos los niveles de la organización:

| Empleados  | 2015 | 2014 |
|--|------|------|
| Horas de formación al año de cualquier tipo por empleado | 12   | 11   |
| Inversión en formación por empleado y por año            | 569  | 438  |

**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).

### Evaluación LEAD y Portfolio 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.





Mercedes-Benz

- ✓ Mentoring.
- ✓ MBA (75% del costo a cargo de MBA).

En 2015, el % de la plantilla promocionada distribuida por género fue siguiente:

| <b>% promociones por género</b> | <b>2015</b> | <b>2014</b> |
|---------------------------------|-------------|-------------|
| Masculino                       | 36%         | 33%         |
| Femenino                        | 37%         | 37%         |

### **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).

### **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.

### **Formaciones en competencias actitudinales – sociales:**

|   |              | <b>2015</b> | <b>2014</b> |
|---|--------------|-------------|-------------|
| % de empleados que han participado en el último año en programas de coaching  | % empleados  | 2%          | 1%          |
| % de directivos que han participado en el último año en programas de coaching | % directivos | 23%         | 21%         |
| % de empleados que han participado en el último año en programas de mentoring | % empleados  | 9%          | 9%          |



Mercedes-Benz

|   |              |     |     |
|---|--------------|-----|-----|
| % de directivos que han participado en el último año en programas de mentoring                      | % directivos | 40% | 40% |
| % de empleados que se han acogido en el último año a programas de desarrollo individual de carrera  | % empleados  | 16% | 15% |
| % de directivos que se han acogido en el último año a programas de desarrollo individual de carrera | % directivos | 81% | 80% |

## 6.7 Encuesta de clima

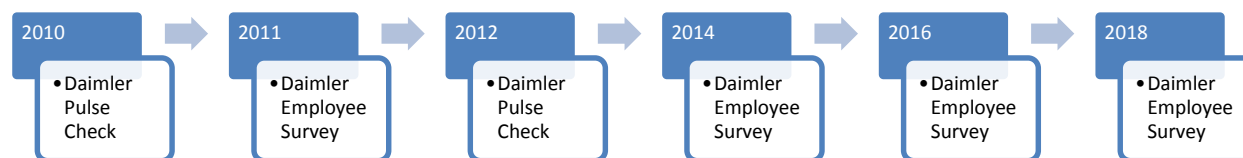
Daimler realiza a nivel global encuestas que le permiten relevar las percepciones y expectativas de sus empleados y directivos. Estas mediciones y algunos *workshops* se realizan periódicamente y son de participación voluntaria y anónima. Para garantizar la transparencia del procesamiento de datos se 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, en diversos períodos y con diversas modalidades:

- **Daimler Pulse Check (DPC)** (efectuado mediante un muestreo aleatorio)
- **Daimler Employee Survey (DES)** (realizada a través de un censo completo)
- **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:





Mercedes-Benz

|                      |                         | 2014 | 2012 | 2011 | 2010 |
|----------------------|-------------------------|------|------|------|------|
| Encuesta             |                         | DES  | DPC  | DES  | DPC  |
| Resultados           |                         |      |      |      |      |
| Participación        | Daimler                 | 70%  | 77%  | 73%  | 72%  |
|                      | Mercedes-Benz Argentina | 75%  | 76%  | 87%  | 68%  |
| Índice de compromiso | Daimler                 | 63%  | 66%  | 63%  | 64%  |
|                      | Mercedes-Benz Argentina | 83%  | 78%  | 70%  | 86%  |

### **Premios y reconocimientos:**

- En 2015, el resultado de la encuesta GPTW (Great Place to Work) realizado en Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina, fue del 83% de satisfacción de los empleados.
- Internamente, desarrollamos el Premio Presidente (*President's Award*). Este premio es el reconocimiento interno 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



**Prácticas de conciliación entre vida laboral – familiar:** a continuación, detallaremos el tipo de práctica y el % de empleados beneficiaria de las mismas.

| Tipo de Práctica  | % empleados |
|---|-------------|
| Flexibilidad Jornada (entrada – salida, almuerzos, intensiva, part-time, etc.)  | 36%         |
| Teletrabajo (remoto, en domicilio, deslocalizado, etc.)   | 11%         |
| Flexibilidad vacaciones   | 32%         |
| Apoyo a la familia de los empleados (hijos, padres, familiares dependientes, etc.)  | 10%         |
| Relacionados con la maternidad (permisos, lactancia, flexibilidad, etc.)  | 11%         |
| Relacionados con la promoción de la salud y bienestar de los colaboradores (actividad física, deportiva, nutricional, etc.)   | 45%         |
| Relacionadas con las actividades de voluntariado y servicios sociales del colaborador (proporcionar tiempo de trabajo, modificar horarios, apoyos económicos, etc.) | 10%         |
| Beneficios sociales (coche, medicina privada, tickets restaurantes, etc.)   | 10%         |

## 6.8 Canales de comunicación con el personal

Contamos con canales de comunicación que se dan entre los miembros de un mismo nivel jerárquico o de un mismo departamento, o sea, horizontalmente. Entre ellos podemos nombrar:

- ❖ Reuniones,
- ❖ Desayunos de trabajo



Mercedes-Benz

- ❖ Círculos de calidad
- ❖ Desayunos Cheers (Son desayunos de integración que se realizan mensualmente para el equipo de Mercedes-Benz Financiera)

También contamos con canales de comunicación verticalistas, ya sea que se dan de manera ascendentes o descendientes. Entre los cuales podemos mencionar:

- ❖ Las encuestas de clima: Daimler Pulse Check (DPC), Daimler Employee Survey (DES) y Encuesta Great Place to Work
- ❖ Canal de denuncias y consultas de Compliance
- ❖ Focus group en el marco de los análisis de materialidad
- ❖ Entrevistas de feedback de las evaluaciones de desempeño
- ❖ Los diálogos con la Dirección: Charlas con el presidente, encuentros con la Dirección, las tutorías y encuentros informativos
- ❖ Revista interna, carteleras, e-mailings, Intranet

## 7 Medioambiente

### 7.1 Política Ambiental

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, integradas a las decisiones estratégicas del negocio.

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.

#### **Los lineamientos principales de nuestra política ambiental son:**

- Afrontamos el futuro cumpliendo la legislación y trabajando continuamente en la mejora del desempeño ambiental y energético de la empresa.
- Producimos vehículos que asocian compatibilidad ambiental y eficiencia energética.
- Desarrollamos nuestra producción teniendo en cuenta la preservación del ambiente y haciendo un uso racional de la energía.
- Ofrecemos a nuestros clientes información y servicios orientados a la conservación del ambiente y al uso de la energía.
- Informamos a nuestros empleados y a la opinión pública sobre la protección del medio ambiente y el uso de la energía.

Nuestro compromiso ambiental se centra en la prevención de la contaminación de todo cuerpo receptor (aire, suelo y agua) y la conservación de los recursos. Nuestros esfuerzos están puestos en:

- Reducir las emisiones directas e indirectas de CO<sub>2</sub>



Mercedes-Benz

- Reducir las emisiones de solventes
- Conservar los recursos y evitar derroches
- Reducir la generación de residuos, tanto comunes como especiales

## 7.2 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 utilizan de guía para la gestión y las capacitaciones en temas ambientales.

En cuanto a capacitaciones internas en temas ambientales, para nuestros empleados y para el personal de terceros, en los últimos dos años hemos desarrollado las siguientes:

**Green Strategy:** Es una campaña de concientización ambiental para empleados que propone que todos cuidemos el medioambiente a través de pequeñas acciones cotidianas.

Hemos ambientado todas nuestras instalaciones siguiendo el espíritu de *GreenStrategy*, con consejos sustentables sobre los modos de colaborar con el medio ambiente y advertencias vinculadas al derroche de 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”.

En el marco de esta campaña de concientización, durante el 2015, se instalaron tachos de reciclaje en todos los pisos de Casa Central. De esta forma, los materiales reciclables son donados a la Cooperativa El Ceibo, mientras que los papeles y cartones a la Fundación Garrahan, tal como hace 14 años.

**Principales Inversiones y Gastos Ambientales:** Las inversiones y los gastos ambientales, en pesos, realizados a lo largo del período 2015, fueron:

| Inversión Ambiental (en pesos)   | 2015    | 2014    | 2013    |
|--|---------|---------|---------|
| Rubro Agua: Inversión para el nuevo equipo para la protección del agua | 184.543 | 378.000 | 193.962 |



Mercedes-Benz

|  |                  |                  |                  |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Rubro Aire: Inversión para el nuevo equipo para el control de la contaminación del aire                | 539.999          | 680.000          | -                |
| Rubro Residuos: Inversión para el nuevo equipo para la gestión de residuos                             | -                | 259.000          | 402.990          |
| Rubro Protección del clima: Inversión en el aumento de la eficiencia energética y el ahorro de energía | 555.716          | 140.000          | 1.230.687        |
| <b>Total</b>   | <b>1.280.263</b> | <b>1.457.000</b> | <b>1.827.639</b> |

| <b>Gastos en mantenimiento ambiental (en pesos)</b>  | <b>2015</b> | <b>2014</b> | <b>2013</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Rubro Agua: Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos  | 1.599.078   | 1.056.053   | 643.646     |
| Rubro Aire: Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos  | 1.599.078   | 1.056.053   | 643.646     |
| Rubro Residuos: Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos                                    | 1.599.078   | 1.056.053   | 643.646     |
| Rubro Agua: Tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales     | 138.874     | 90.249      | 50.930      |
| Rubro Aire: Tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales     | 30.874      | -           | 74.781      |
| Rubro Residuos: Tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales | 83.595      | 49.710      | 55.636      |
| Rubro Suelo: Tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales    | 30.874      | -           | 8.366       |
| Rubro Agua: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones  | 1.466.267   | 865.337     | 243.918     |
| Rubro Aire: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones  | 913.950     | 394.343     | 394.600     |
| Rubro Residuos: Costo del tratamiento de disposición final   | 8.461.327   | 4.314.065   | 3.820.573   |
| Rubro Suelo: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones   | 1.036.042   | 625.213     | 201.009     |



Mercedes-Benz

|  |                   |                  |                  |
|--|-------------------|------------------|------------------|
| Rubro Conservación de la naturaleza: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones | -                 | -                | 268.660          |
| <b>Total</b>   | <b>16.959.045</b> | <b>9.507.076</b> | <b>7.049.413</b> |

## 7.3 Gestión de recursos, emisiones y residuos

**Gestión de Recursos y Materiales:** 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).

## 7.4 Agua

**Compromiso con el Agua en Planta:** Nos esforzamos en reducir al mínimo el consumo de agua e implementamos técnicas ecoeficientes, tales como circuitos cerrados, como toda mejora a los procesos productivos de nuestras Plantas.

El agua utilizada es extraída del acuífero Puelche; el mismo no es considerado un área protegida ni tiene alto valor significativo en términos de biodiversidad para la comunidad.

Extracción de agua para la producción:

|                  | 2015                   | 2014                   | 2013                   |
|------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Volumen extraído | 372.649 m <sup>3</sup> | 361.890 m <sup>3</sup> | 384.651 m <sup>3</sup> |

## 7.5 Energía

**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.





Mercedes-Benz

| Intensidad energética              | 2015                    | 2014                    | 2013                    |
|------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Energía eléctrica                  | 2,04 MWh/unidad         | 1,98 MWh /unidad        | 1,72 MWh /unidad        |
| Gas natural                        | 2,67 MWh /unidad        | 2,52 MWh /unidad        | 2,31 MWh /unidad        |
| Gas licuado (GLP)                  | 0,46 MWh /unidad        | 0,54 MWh /unidad        | 0,61 MWh /unidad        |
| Gasoil para producción de EE       | 0,02 MWh/unidad         | 0,02 MWh /unidad        | 0,03 MWh /unidad        |
| <b>Intensidad energética total</b> | <b>5,19 MWh /unidad</b> | <b>5,06 MWh /unidad</b> | <b>4,67 MWh /unidad</b> |

## 7.6 Emisiones

**Gestión de Emisiones:** 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, esto nos permiten conocer el impacto de nuestras emisiones en el entorno.

| Emisiones gaseosas (kg/unidad)       | 2015 | 2014 | 2013 |
|--------------------------------------|------|------|------|
| Compuestos orgánicos volátiles (COV) | 2,48 | 0,4  | 0,4  |
| Óxidos de nitrógeno (NOx)            | 0,6  | 2,3  | 0,2  |
| Monóxido de carbono (CO)             | 5,2  | 0,5  | 1,7  |
| Material particulado (MP)            | 0,4  | 0,3  | 1,6  |

**Gases de efecto invernadero en Planta:** 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.

| Emisiones de GEI                       | 2015          | 2014          | 2013          |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Energía eléctrica [t CO <sub>2</sub> ] | 12.415        | 13.599        | 13.783        |
| <b>Total emisiones indirectas</b>      | <b>12.415</b> | <b>13.599</b> | <b>13.783</b> |



Mercedes-Benz

|                                  |        |        |        |
|----------------------------------|--------|--------|--------|
| Gas natural [t CO <sub>2</sub> ] | 7.915  | 8.067  | 8.565  |
| GLP [t CO <sub>2</sub> ]         | 1.658  | 2.114  | 2.773  |
| Gasoil [t CO <sub>2</sub> ]      | 95     | 80     | 153    |
| <b>Total emisiones directas</b>  | 9.668  | 10.261 | 11.491 |
| <b>Total emisiones de GEI</b>    | 22.083 | 23.860 | 25.274 |

En 2015, con el objetivo de reducir la cantidad de gases de efecto invernadero en las operaciones del Centro Industrial, hemos implementado las siguientes acciones:

- Concientización a personal en cuanto al ahorro energético a través de grupo de trabajo *Energie Team*.
- Mejora en el control del encendido y apagado de luminarias y equipos (eléctricos y a gas).
- Reemplazo de luminarias: las lámparas existentes fueron cambiadas por luminaria LED (este proceso sigue en marcha hasta abarcar todas las áreas).
- Instalación de medidores de electricidad de forma tal de sectorizar y mejorar el control del consumo en las áreas de Repuestos, Sanidad, IT, Logística.

## 7.7 Residuos

**Gestión de Residuos:** 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.

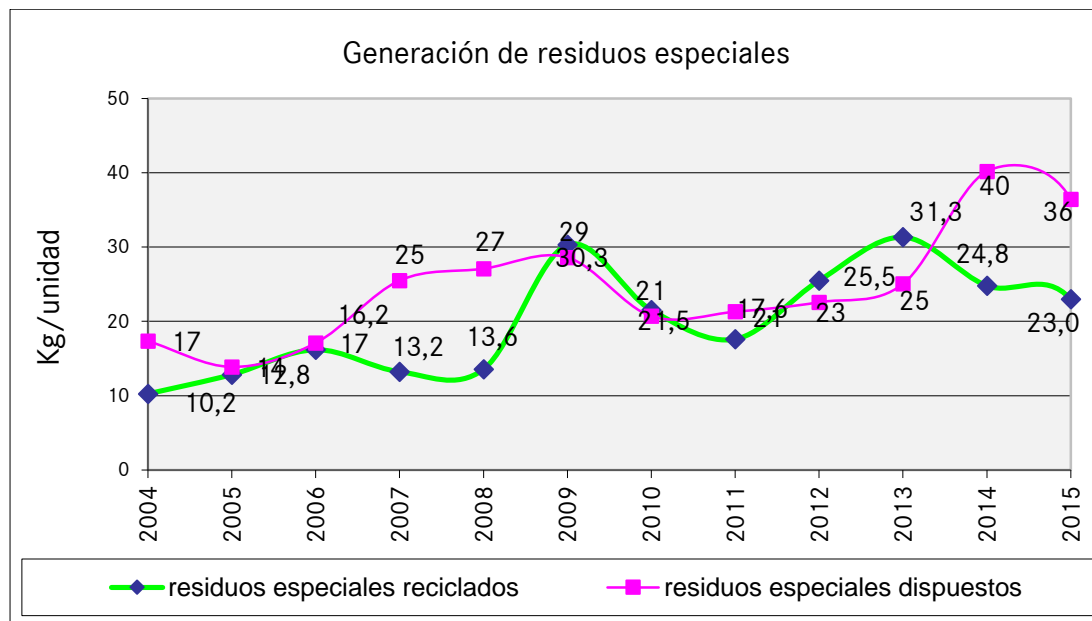
La utilización de tecnologías innovadoras y amigables con el medio ambiente es la clave que nos permite minimizar la creación de residuos.

**Residuos especiales:** Los residuos especiales son generados en el Centro Industrial por manipulación de aceites, combustibles, lubricantes y diferentes productos químicos. En estado sólido, son enviados a disposición final; los semisólidos y líquidos son destinados a dos tratamientos diferentes:

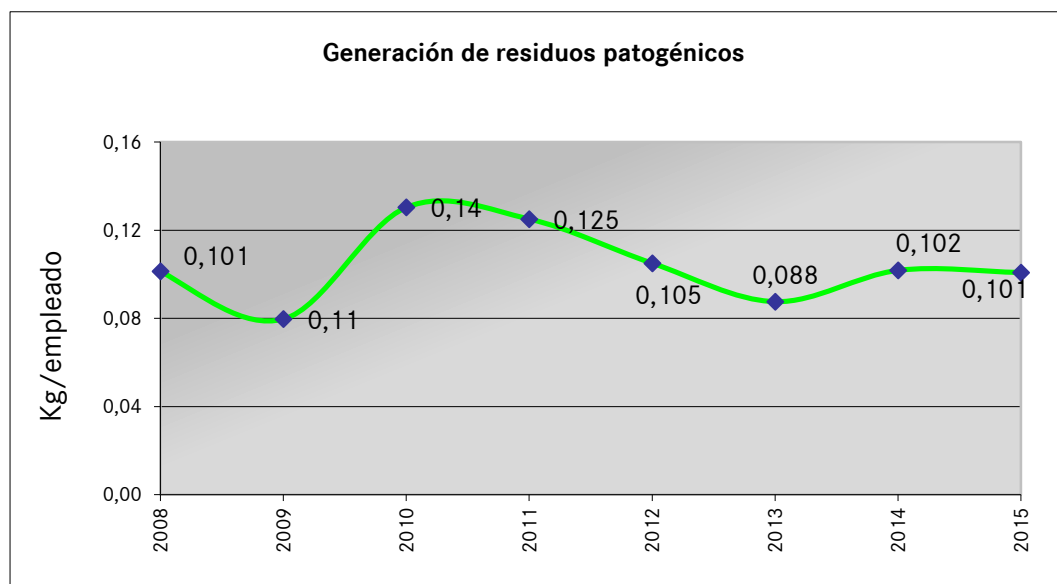
- ❖ Aquellos que tengan poder calorífico elevado, como los barros de pintura y líquidos inflamables, son utilizados como combustible alternativo en hornos de cemento.
- ❖ Los barros de la Planta de tratamiento de efluentes o barros de vertidos son inertizados y confinados en rellenos de seguridad.



Mercedes-Benz



**Residuos patogénicos:** generados durante la atención de pacientes en el servicio médico de la empresa y en los baños del Centro Industrial, son destinados a termo destrucción por el operador habilitado.



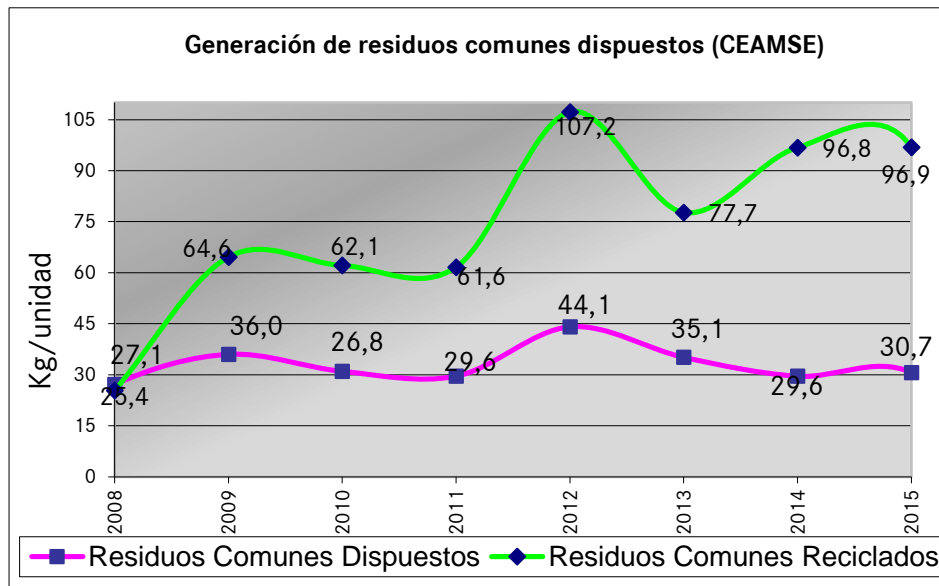
**Residuos comunes:** Existen dos tipos de acuerdo con su tratamiento, Los asimilables a domiciliarios y los residuos comunes industriales. Los primeros pueden ser reciclados o disponerse en rellenos sanitarios y los segundos, son recuperados por un operador de residuos industriales no especiales.



Mercedes-Benz

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%.



### Tratamiento de los residuos en Planta:





|  |   | 2015         | 2014         | 2013         |
|--|---|--------------|--------------|--------------|
| Método de tratamiento  | Tipo de residuo                               | Peso (t/año) | Peso (t/año) | Peso (t/año) |
| Reciclado  | Chatarra metálica                             | 740          | 920          | 654          |
|  | Residuos especiales (combustible alternativo) | 375          | 438          | 643          |
|  | Papel (*)                                     | 5            | 5            | 0            |
|  | Cartón  | 674          | 667          | 819          |
|  | Madera (**)                                   | 4.095        | 2.947        | 4.208        |
|  | Plástico de embalaje                          | 108          | 66           | 57           |
|  | Chatarra plástica                             | 56           | 52           | 66           |
|  | <b>Total reciclado</b>                        | <b>6.053</b> | <b>5.095</b> | <b>6.447</b> |
| Disposición Directa  | Residuos especiales                           | 595          | 709          | 514          |
|  | Residuos comunes                              | 501          | 522          | 721          |
| Incineración (y luego Disposición)                               | Residuos especiales                           | 140          | 116          | 352          |
| <b>Total de residuos</b>   |   | <b>7.289</b> | <b>6.442</b> | <b>8.034</b> |
| <b>Porcentaje de residuos reciclados sobre total de residuos</b> |   | <b>83%</b>   | <b>79%</b>   | <b>80%</b>   |

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%.



Mercedes-Benz

**Gestión de Scrap:** La nueva gestión de material reciclable implicó la selección de 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 realizamos tareas de adecuación en la zona de chatarra que comprendieron, entre otras, el hormigonado del terreno transitado por auto elevadores 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.

Durante 2015 se continúa con la gestión de scrap a través de los mismos operadores que iniciaron sus operaciones en 2014.

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

|                                | <b>2015</b>     | <b>2014</b> | <b>2013</b> |
|--------------------------------|-----------------|-------------|-------------|
| Papel reciclado                | <b>9.068 kg</b> | 9.419 kg    | 7.394 kg    |
| Árboles que se evitó talar (*) | <b>154</b>      | 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.

Desde nuestra adhesión al Programan en 2000 y hasta la fecha, hemos reciclado 3.209.306 kilos de papel. Esto significa que se evitaron la tala de 54.558 árboles medianos.

## **7.8 Planta de efluentes**

**Planta de Tratamiento de Efluentes:** Contamos con dos sistemas de desagües identificados y separados entre sí, uno cloacal y otro industrial. De este modo, la planta depuradora trata los efluentes sanitarios en su totalidad.

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

|                           | <b>2015</b>            | <b>2014</b>            |
|---------------------------|------------------------|------------------------|
| Aguas residuales volcadas | 188.412 m <sup>3</sup> | 219.521 m <sup>3</sup> |

Durante 2015 generamos las siguientes mejoras en el tratamiento de aguas residuales:

- Instalación de aireadores en los reactores de la planta de tratamiento de efluentes que mejoran la eficiencia del proceso.



Mercedes-Benz

- Reemplazo de filtro prensa para el pretratamiento de las aguas residuales provenientes de la línea de fosfatizado.



## 8 Anticorrupción

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.

Desde el 2014, realizamos capacitaciones sobre esta temática para el Directorio y la Alta Gerencia y para el personal que trabaja en temas de prevención de lavado.

En 2015, desarrollamos el Curso de “Prevención del Lavado de Activos”, organizado por “Prevenciondelavado.com”. Participaron 37 empleados. Y todos los Jefes y Gerentes de las áreas involucradas, participaron de la Charla de actualización sobre “Código Civil y Comercial de la Nación”, organizada por el Estudio Barilati.

Cabe destacar que, en nuestra organización, no se reconocen denuncias o procesos judiciales relacionados con casos de corrupción. Tampoco 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.

### 8.1 Canal de denuncias y consultas

El sistema de denuncias **Business Practice Office (BPO)** 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.

### 8.2 Programa “De Empresas Para Empresas” en prevención de la corrupción

Participamos activamente en el **Programa “De Empresas para Empresas” (DEPE)**. DEPE es uno de los programas regionales de capacitación en prevención de la corrupción de la acción colectiva global: *Alliance for Integrity*. Esta iniciativa empresarial, tiene como objetivo,





Mercedes-Benz

promover las capacidades de *compliance* y de la integridad entre las empresas, sus socios y otros actores del sistema económico.

Marcelo Paletta, Legal & Compliance Manager de Mercedes-Benz Financiera, nos representó como docente y brindó su experiencia a las empresas pymes participantes del programa. Y en otra edición, los destinatarios fueron compañías de Seguros.

## 8.3 Certificación en 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:** El Grupo Daimler a nivel mundial, desarrolla programas de certificación. En Argentina, realizamos el programa C-Sales (certificación de los vendedores) y el 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, y tiene una superficie de 1.000m<sup>2</sup> dedicados exclusivamente a la capacitación de postventa.



Mercedes-Benz

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.

### **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, desde 2010, en Mercedes-Benz Argentina, incluyamos 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, implementamos el proyecto Mercedes-Benz Retail Certification en los 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 proyecto fue presentado en la última reunión de la Cámara de Concesionarios e incluye la implementación de los procesos *Retail Consulting* (RC), *Logistics Process Retail* (LPR) y *Workshop Process Consulting* (WPC), además de la certificación ISO 9001 con el TÜV Rheinland Argentina (la misma firma que certifica a Daimler a nivel global).



Mercedes-Benz

Asimismo, contempla etapas de consultorías y la certificación final, por lo que asumimos parte de los costos del proyecto con la intención de que tenga un desarrollo exitoso. La consultoría, específicamente diseñada según nuestros requisitos, queda a disposición de toda la red comercial para lograr la certificación una vez que se hayan implementado los procesos mencionados.

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.

## 8.4 Auditoría a proveedores

Durante 2015, hemos trabajado con más de 800 proveedores activos, de los cuales más del 80% 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.

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.

Para las compras productivas, exigimos que los proveedores estén certificados por la norma ISO TS 16949 e ISO 9000 y recomendamos que estén certificados por la norma ISO 14001. A fin de supervisar los requerimientos exigidos a nuestros proveedores, completamos el circuito con auditorías de sus procesos.

Para compras no productivas, se recomiendan las certificaciones ISO 14000, en lo que hace a materia ambiental, e ISO 9000, para el gerenciamiento de la calidad.

**Mercedes-Benz *Special Terms*:** 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



Mercedes-Benz

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.

