



Reporte de Sustentabilidad 2015-2016



Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz >

Gestión
Sustentable >

Ética
e Integridad >

Movilidad
Sustentable >

Clientes
para Siempre >

Protección
Ambiental en
Operaciones >

Nuestra Gente >

Compromiso
social >

Informe Panel
Multi-Expertos >

Sobre el reporte >

Pasión, Respeto, Integridad, Disciplina



Tabla de contenido

04	Carta del Presidente	09	1 Acerca de Daimler	45	5 Clientes para Siempre	86	Sobre el reporte
05	Carta del Director de Relaciones Institucionales	22	2 Gestión Sustentable	57	6 Protección Ambiental en Operaciones	87	Informe Panel Multi-Expertos
06	Cifras Claves	32	3 Ética e Integridad	66	7 Nuestra Gente	90	Índice de contenido GRI
07	Análisis de Materialidad	37	4 Movilidad Sustentable	77	8 Compromiso Social		



Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



Carta del Presidente

GRI G4-1



Estimados lectores,

Es un gusto presentarles el quinto reporte de sustentabilidad. En esta publicación podrán descubrir dónde estamos hoy, el desarrollo del negocio en el período 2015-2016 en todas nuestras actividades, y nuestro compromiso con un futuro con una sociedad que vive grandes desafíos por los cambios constantes, que vemos como nuevas oportunidades y que implican nuevas responsabilidades que asumimos enfáticamente. Nuestro objetivo es dar forma a estos cambios en beneficio de nuestros clientes, socios comerciales, partes interesadas y empleados.

Cumplimos 65 años de presencia ininterrumpida en el país. En 1951 inauguramos la primera fábrica de Mercedes-Benz fuera de Alemania, el Centro Industrial Juan Manuel Fangio. Desde ese entonces hasta hoy, casi 600.000 vehículos han salido de sus líneas de producción, incluyendo camiones, buses, automóviles y vans, y hemos llegado a exportar nuestros productos a más de 80 destinos en todo el mundo. Tal vez por esa razón, hoy somos la única empresa automotriz argentina que exporta sus productos a Estados Unidos y Canadá.

Más de 2.300 empleados trabajan hoy en forma directa en nuestra empresa, y más de 25.000 familias conforman el mundo Mercedes-Benz en Argentina, incluyendo concesionarios, carroceros y proveedores. Una cadena de valor que se suma activamente a nuestra política de sustentabilidad, que empieza por casa, con nuestro grupo de voluntariado corporativo, continúa con nuestra querida Escuela Técnica Fundación Fangio, única escuela privada de fábrica gratuita del país, con más de 1.500 egresados, sigue con nuestro apoyo a fundaciones como Laureus, que a través de la educación y el deporte apoya a niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad, y termina en nuestro programa de carpooling corporativo, teneslugar.com, que hoy ofrece esta plataforma de manera gratuita a las empresas, con el objetivo de reducir la utilización del automóvil, reducir el consumo de combustible y ayudar al medio ambiente. Una iniciativa que nos entusiasma muchísimo.

Con orgullo anunciamos nuevas inversiones en el país para fabricar el sucesor de nuestro exitoso utilitario Sprinter. 150 millones de dólares y 500 nuevos empleos se suman a nuestro plan de inversiones en Argentina, que desde 2013 a la fecha ya supera los 370 millones de dólares, destinados a nuevos productos, incluyendo el lanzamiento del utilitario VITO, los nuevos modelos de camiones y buses EURO V, el facelift de la Sprinter, nuevas instalaciones logísticas y de distribución de repuestos, una nueva línea de producción de ejes, nuevos bancos de rodaje y una planta de producción de componentes remanufacturados.

En resumen, estamos muy orgullosos de estar en Argentina y renovar nuestro compromiso con nuevos proyectos, como la Pick Up, con nuevas inversiones, con el liderazgo en vehículos comerciales, tanto en buses, camiones y vans, y de haber comenzado el año liderando el tan competitivo mercado de automóviles de alta gama. Agradecemos el compromiso de nuestros socios comerciales y proveedores del Grupo por contribuir con nosotros en nuestra gestión y la confianza de nuestros clientes. Además quiero reconocer la dedicación de nuestros colaboradores que con su compromiso hacen posible un futuro sustentable.

Joachim Maier
Presidente de Mercedes-Benz
Argentina



Carta del Director de Relaciones Institucionales



Les presentamos nuestro quinto informe sobre el desempeño económico, social y ambiental de Mercedes-Benz Argentina, elaborado con la guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI). En esta oportunidad decidimos incluir para el proceso de su elaboración, el aporte de un Panel Multi-Expertos especializados en las materias fundamentales aportadas por la Guía ISO 26000, sobre el estado, las oportunidades y los desafíos de nuestra organización en base a los contenidos que les presentamos. Con este valioso aporte, buscamos fortalecer nuestra estrategia de gestión sustentable liderada por el Directorio y definida en base a nuestros lineamientos corporativos y las necesidades del mercado local.

Hemos trabajado fuertemente en la ampliación de nuestros canales de diálogo en base a la realización de encuentros de discusión y análisis con foco en el cliente, en la gestión orientada a la integridad a través de la cadena de valor y en la integración de nuestro negocio con la sociedad. Estamos convencidos de que el trabajo colaborativo es el camino y lo vamos viviendo así en base a nuestros resultados.

Con teneslugar.com, reafirmamos nuestro rol social de cambio frente a las problemáticas actuales de la movilidad urbana. Cada vez más personas quieren moverse en mejores condiciones, por ello brindamos esta alternativa de movilidad sustentable mediante la cual los empleados de las empresas adheridas pueden compartir asientos en sus vehículos para mejorar su calidad de vida, el cuidado ambiental y una conducta urbana colaborativa.

Sin embargo, esto requiere de un cambio cultural colectivo y consideramos que el sector empresarial constituye un espacio importante de promoción. Por ello buscamos ampliar la red y nuestras alianzas para promocionar esta solución digital que se ofrece gratuitamente para el beneficio de la comunidad urbana.

En cuanto al desempeño social, con nuestro Polo Educativo ubicado en el predio del Centro Industrial de Virrey del Pino, La Matanza, apoyamos el acceso gratuito a más de 3.400 familias a educación, formación profesional y deportiva a través de la Escuela Técnica Fundación Fangio, la Escuela Primaria 106, la Escuela Secundaria 55, el Centro de Formación Profesional de Smata y el Ateneo Mercedes-Benz.

Queridos lectores, les agradecemos continúen apoyándonos a través de sus críticas constructivas a medida que avanzamos juntos hacia el futuro.

Gustavo Castagnino
Director
Relaciones Institucionales

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



Cifras Claves

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

Perfil Corporativo	Unidad	2016	2015	2014	2013
Unidades producidas - Camiones	Q	1.073	1.109	1.152	2.431
Unidades producidas - Buses	Q	939	1.419	1.274	1.794
Unidades producidas - Vans/Utilitarios	Q	16.119	14.029	14.998	16.307
Total unidades producidas		18.131	16.557	17.424	20.532
Unidades vendidas - Camiones	Q	3.887	4.111	3.610	5.552
Unidades vendidas - Buses	Q	2.288	2.310	2.175	3.489
Unidades vendidas - Autos	Q	2.643	619	700	5.860
Unidades vendidas - Smart	Q	271	132	163	389
Unidades vendidas - Vans/Utilitarios - Mercado local	Q	4.777	6.145	3.755	5.105
Unidades vendidas - Vans/Utilitarios - Exportación	Q	10.362	7.656	11.991	12.222
Total unidades vendidas		24.228	20.973	22.394	32.617
Ventas netas	Millones de pesos	16.522	10.899	9.389	9.575
Exportaciones	Millones de pesos	5.115	2.720	3.621	2.758
Activos totales	Millones de pesos	10.256	9.023	5.111	4.425
Pasivos totales	Millones de pesos	7.866	6.285	2.603	2.786
Patrimonio neto	Millones de pesos	2.390	2.738	2.508	1.639
Ganancia del ejercicio	Millones de pesos	349	231	445	593
Total valor económico generado	Millones de pesos	16.630	11.353	9.480	9.707
Total valor económico distribuido	Millones de pesos	16.202	10.608	8.898	9.230
Protección ambiental en operaciones	Unidad	2016	2015	2014	2013
Gastos en Mantenimiento ambiental	Millones de pesos	22,1	16,9	9,5	7,0
Gastos en Inversión ambiental	Millones de pesos	4,9	1,3	1,4	1,8
Consumo de energía total - Intensidad	MWh/unidad producida	5,39	5,19	5,06	4,67
Consumo de agua por unidad producida	M³/unidad producida	13,38	11,63	10,39	9,74
Emisiones de GEI	T CO ₂	26.036	22.083	23.860	25.274
Emisiones de GEI por unidad producida	T CO ₂ /unidad producida	1,4	1,4	1,4	1,2
Material reciclado (residuos)	T	6.734	6.053	5.095	6.447
Porcentaje de residuos reciclados sobre total residuos	Porcentaje	82%	83%	79%	80%
Nuestros empleados	Unidad	2016	2015	2014	2013
Cantidad total de empleados	Q	2.364	2.277	2.154	2.064
Empleo femenino	Porcentaje	10%	9%	9%	8,20%
Empleo femenino en puestos gerenciales	Porcentaje	22%	20,9%	20,9%	21%
Empleo mayor a 40 años de edad	Porcentaje	34%	33%	34%	36%
Promedio de edad	Años	38	37	40	41
Empleados dentro de convenio colectivo de trabajo	Porcentaje	94%	94%	93%	94%
Compromiso social	Unidad	2016	2015	2014	2013
Inversión en compromiso social	Millones de pesos	17	11	14	10

Análisis de Materialidad

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

La Guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI) define los pasos para identificar y comunicar los temas relevantes en el reporte, como así también los principios sobre los que se basan estos pasos y la calidad de los contenidos.

- Principios para definir los contenidos: materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de Sustentabilidad y exhaustividad.
- Principios para determinar la calidad de los contenidos: equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, claridad y fiabilidad.

Paso 1: Identificación

Identificamos diversos aspectos y asuntos relevantes para evaluar su inclusión en el reporte; dichos temas surgen de:

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

- Asuntos relevantes en materia de desarrollo sustentable, identificados del benchmark con empresas del sector y de la región.
- Asuntos relevantes en materia de sustentabilidad, que surgen de documentos e informes globales para el sector.

Paso 2: Priorización

De la lista de aspectos obtenidos en el paso anterior, realizamos una valoración de estos, a través de encuestas a los distintos grupos de interés, con el objetivo de determinar cuáles son los aspectos más relevantes para incluir en el reporte. Una vez obtenidas las conclusiones, estimamos un umbral para identificar los 15 temas más relevantes (Materialidad). Finalmente, el procedimiento y los temas que surgieron, y su inclusión en este reporte, fueron revisados y aprobados por la Dirección de Relaciones Institucionales, quien también aprobó el presente reporte.

Paso 3: Validación

Una vez concluido el análisis, procedemos a la validación de los temas relevantes identificados, para garantizar el alcance, la cobertura y los tiempos del relevamiento de la información.

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

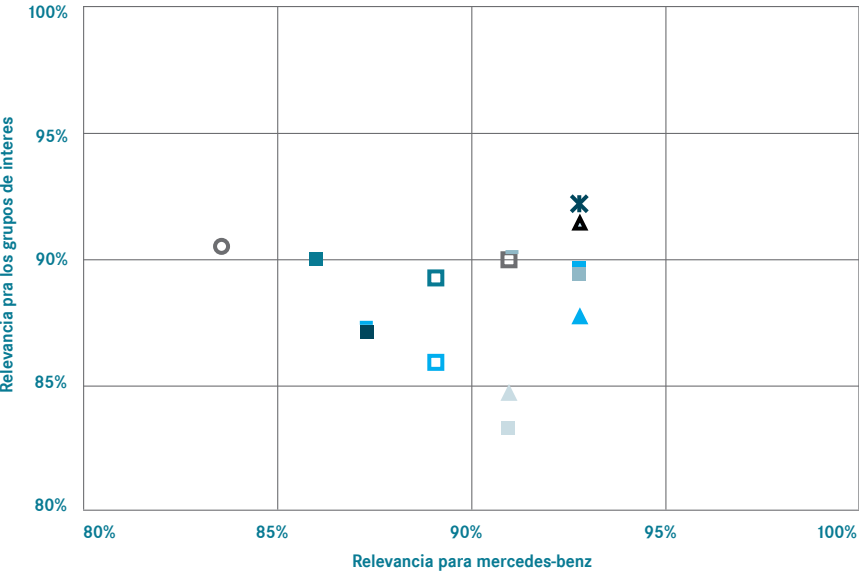
#	Aspectos materiales	Grupos de Interés	Mercedes-Benz Argentina	Referencia – capítulo	Cobertura
1	Agua	88%	87%	6.4 Gestión de residuos	Interno
2	Apoyo a las comunidades locales	87%	87%	8 Compromiso social	Externo
3	Emisiones gaseosas industriales	90%	91%	6.6 Emisiones	Interno
4	Emisiones gaseosas vehiculares	91%	93%	1.5 Desempeño del negocio 4 Movilidad sustentable	Interno-Externo
5	Empleo	90%	86%	7.1 Empleo y diversidad	Interno
6	Energía	90%	91%	6.5 Energía	Interno
7	Formación y educación	90%	93%	7.3 Capacitación y desarrollo	Interno
8	Gestión de los residuos y efluentes	89%	93%	6.4 Gestión de recursos 6.7 Residuos	Interno
9	Impacto de los vehículos en la sociedad y el transporte	85%	91%	1.5 Desempeño del negocio 4 Movilidad sustentable	Externo
10	Impacto económico en la comunidad	88%	93%	1.5 Desempeño del negocio 4 Movilidad sustentable	Interno-Externo
11	Integridad y Compliance del negocio	92%	93%	3 Ética e integridad	Interno
12	Integridad y Compliance en cadena de valor	89%	89%	3 Ética e integridad	Interno-Externo
13	Movilidad sustentable	83%	91%	4 Movilidad sustentable	Externo
14	Salud y seguridad en el trabajo	86%	89%	7.4 Salud y seguridad ocupacional	Interno
15	Seguridad vial	90%	84%	4 Movilidad sustentable	Interno-Externo

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Clientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

Todos los aspectos y asuntos descriptos han sido determinados materiales para Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina S.A. y Mercedes-Benz Plan de Ahorro, ambas compañías controladas por Mercedes-Benz Argentina S.A. Durante el período, no existieron cambios significativos en la estructura y en la propiedad, entre otros. Asimismo, no existen cambios significativos en el alcance, en la cobertura o en la información expuesta con respecto al reporte anterior.

Al realizar un nuevo ejercicio de temas relevantes para este reporte, han surgido algunas modificaciones con respecto a los temas relevantes del reporte anterior.

Matriz de materialidad - Reporte Sustentabilidad 2015-2016



- Agua

■ Apoyo a las Comunidades locales

□ Emisiones gaseosas industriales

▲ Emisiones gaseosas vehiculares

■ Empleo

— Energía

■ Formación y educación

■ Gestión de los residuos y efluentes
- ▲ Impacto de los vehículos en la Sociedad y el transporte

▲ Impacto económico en la Comunidad

✕ Integridad y Compliance del negocio

□ Integridad y Compliance en cadena de valor

■ Movilidad sostenible

□ Salud y seguridad en el trabajo

○ Seguridad Vial



1 Acerca de Daimler y Mercedes-Benz



Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social

1.1 Grupo Daimler en el Mundo

1.2 Mercedes-Benz Argentina

1.3 Nuestras Marcas, Vehículos y Servicios

1.4 Gobierno Corporativo

1.5 Desempeño del Negocio

1.6 Nuestros proveedores

1.7 Premiaciones y Reconocimientos



GRI G4-3, GRI G4-4, GRI G4-5, GRI G4-6, GRI G4-7, GRI G4-8, GRI G4-EC8

1.1 Grupo Daimler en el Mundo

Daimler AG tiene sede en Stuttgart, Alemania, y su negocio principal es diseñar soluciones de movilidad más seguras, inteligentes y limpias. Desarrolla, produce y distribuye automóviles, camiones, buses y vans, en Alemania y en el mundo, a través del Grupo Daimler.

Como la compañía creadora del automóvil, de la mano de sus inventores Gottlieb Daimler y Carl Benz, es una de las empresas más exitosas a nivel global. Con sus divisiones Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses y Daimler Financial Services, es el más grande productor de automóviles *premium* del mundo. El Grupo Daimler opera con plantas productoras en Europa, América, Asia y África, vendiendo vehículos y servicios en casi todo el mundo.

Para Daimler, 2016 fue el mejor año en su historia de más de 130 años. Nunca antes tantos clientes han decidido a favor de un vehículo del Grupo Daimler: **más de tres millones de vehículos**. Se alcanzaron ingresos de 153,3 mil millones de euros, superando en un tres por ciento al año anterior, e incrementamos el EBITDA en un tres por ciento, a 14,2 mil millones de euros; el resultado final fue una ganancia neta de 8,8 mil millones de euros. Estas buenas cifras son el resultado del enorme compromiso de los **más de 282.000 empleados alrededor del mundo**.

1.2 Mercedes-Benz Argentina

Mercedes-Benz Argentina S.A. es una filial de Daimler AG, siendo la primera fábrica en instalarse fuera de Alemania, en 1951. Luego vinieron Sudáfrica en 1955 y Brasil en 1956.

La instalación de la fábrica de Mercedes-Benz en Argentina fue un testimonio de confianza y esperanza en el futuro del país y de la empresa. Los logros que alcanzamos fueron, y son posibles, solamente gracias al trabajo apasionado de nuestros colaboradores.

El Centro Industrial Juan Manuel Fangio, localizado en Virrey del Pino, partido de La Matanza –Provincia de Buenos Aires–, se transformó en un centro de alta tecnología para la fabricación de camiones, utilitarios y buses.

Con tres líneas de producción para la fabricación de Vans Sprinter, Vito y chasis para buses y camiones. La comercialización de nuestros productos y servicios abarca el mercado nacional y mercados extranjeros.

En el predio del Centro Industrial, contamos con un polo educativo para la zona en el que funciona la “Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio”, que lleva 55 años brindando acceso gratuito a la educación técnica.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social



Centro Industrial J. M. Fangio



Training Center



Casa Central



Escuela Técnica Fundación Fangio

Además de las oficinas en la ciudad de Buenos Aires, donde funcionan las áreas administrativas, también contamos con un Centro de Capacitación, localizado en Tortuguitas.

Para alcanzar la excelencia en nuestras operaciones, desarrollamos una estructura operativa con las siguientes Unidades de Negocio:






- **Mercedes-Benz Automóviles:** Comercialización de automóviles de alta gama.
- **Mercedes-Benz Buses:** Comercialización de buses para el mercado local.
- **Mercedes-Benz Camiones:** Comercialización de camiones para el mercado local.
- **Mercedes-Benz Vans:** Comercialización de vans para el mercado local.
- **Mercedes-Benz Manufactura:** Producción de vehículos de segmento vans para el mercado local e internacional.
- **Mercedes-Benz Camiones:** Producción de camiones y chasis de buses para el mercado local e internacional







El 6 de septiembre de 2016, festejamos los 65 años de la llegada al país, con el orgullo de haber sido la primera planta de Mercedes-Benz fuera de Alemania.



1.3 Nuestras Marcas, Vehículos y Servicios




GRI G4-4, GRI G4-8

Nuestras marcas a nivel global

Mercedes-Benz Automóviles
 Mercedes-Benz    

Daimler Camiones
 Mercedes-Benz     

Mercedes-Benz Vans
 Mercedes-Benz 


Daimler Buses
 Mercedes-Benz  

Servicios financieros





Mercedes-Benz Bank





Mercedes-Benz Financial

Daimler Truck Financial

Mercedes me


Mobility Services

Bus Rapid Transit    



Nuestros vehículos en Argentina

Automóviles para uso personal o familiar	smart: vehículo ícono en términos de movilidad sustentable	Automóviles para uso comercial	Colectivos de larga distancia, 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



En toda la historia productiva en Argentina hemos fabricado, en nuestro Centro Industrial Juan Manuel Fangio, casi 600.000 vehículos, incluyendo automóviles, camiones, chasis de buses, las vans Sprinter y Vito. Reafirmamos nuestra apuesta por la industria nacional, con nuevos proyectos para seguir creciendo y ampliar los mercados de destino.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social

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

Automóviles	Sedán	Sports Tourer	Coupé	Cabrio/ Roadsters	Todo Terreno
Modelos Mercedes-Benz	Clase A Clase C Clase E Clase S	Clase B	Clase C Clase CLA Clase CLS Clase E Clase GLE	Clase SLC	Clase GLA Clase GLC Clase GLE Clase GLS Clase G
Modelos AMG	C 63 S		A 45 4MATIC GTs	SLC 43	GLA 45 GLC 43 GLC Coupé 43 GLE 63s GLE Coupé 63s
smart	Fortwo Forfour				

Vans	Furgón	Combi y Minibus	Chasis
Sprinter	Furgones cortos Furgones medianos Furgones largos Furgones mixtos cortos Furgones mixtos cortos y medianos Chasis Combis	Combi 15+1 3665 TE Combi 9+1 3665 TE Minibus 19+1 4325 TE	Chasis 3665 AA Chasis 4325 AA
Vito	Furgón Furgón Mixto Combi Tourer	Vito 111 CDI TOURER 7+1 (sólo Tierra del Fuego) Vito 119 CDI COMBI 8+1 Vito 119 CDI TOURER 7+1	

Camiones	Livianos	Medianos	Semipesados	Pesados
Modelos	Accelo	Atego	Atron Atego	Atron Axor Actros

Buses (chasis)	Minibuses	Urbanos	Interurbanos	Larga distancia
Modelos	LO	OH	OF O500 M O500 U O500 UA O500 R	O 500 RS O 500 RSD

Nuestros servicios

Con la visión de *ser siempre la mejor opción*, brindamos una solución integral a la movilidad a través de servicios en nuestra red de concesionarios.



Servicios de postventa

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



Capacitación permanente

- Asistencia y capacitación a flotas
- Capacitación a concesionarios - ventas, postventa y gerencial



Servicios financieros

- Mercedes-Benz Financiera
- Mercedes-Benz Plan de Ahorro

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social



Directorio de Mercedes-Benz. De izq. a der. (primera fila): Leonardo Piccinini, Deborah Luchetta, Gustavo Castagnino. (segunda fila): Marc Ernest Kurt Sperling, Manuel Mantilla, Christian Kimelman, Joachim Maier, Diego Tyburec y David Velázquez

Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina

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

Es la opción más utilizada para las compras financiadas de ómnibus, camiones, utilitarios y autos de la marca en el país.

Ofrecemos planes de financiación, con una gama de productos que cubren las necesidades del mercado, lo que nos convirtió en la opción más utilizada para las compras financiadas de ómnibus, camiones, utilitarios y autos de la marca en el país.

Mercedes-Benz Plan de Ahorro

Desde 1978 brindamos esta herramienta que le permite a nuestros clientes tener la posibilidad de acceder a un Mercedes-Benz para su uso personal o para su actividad comercial, siendo –en muchos casos– el único medio para obtener nuestros vehículos con cuotas más accesibles.

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

1.4 Gobierno Corporativo

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

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

Directorio de Mercedes-Benz Argentina

Los miembros del Directorio (al momento de presentar este documento) son:

- Joachim Maier - Presidente
- Diego Tyburec - Vicepresidente y Director de Recursos Humanos
- Gustavo Castagnino - Director de Relaciones Institucionales
- Christian Kimelman - Director de Marketing y Ventas Automóviles Argentina
- Marc Ernest Kurt Sperling - Director de Manufactura
- Deborah Luchetta - Directora de Legales
- Manuel Mantilla - Director de Marketing y Ventas Vans Argentina
- Leonardo Piccinini - Director de Finanzas y Controlling

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

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Clientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

1.5 Desempeño del Negocio

GRI G4-DMA, GRI G4-2, GRI G4-EC7, GRI G4-EC8, GRI G4-EC1, GRI G4-EC4


La industria automotriz finalizó el 2016 con un panorama alentador. Los indicadores del sector comenzaron a mostrar signos de recuperación.

De acuerdo con el informe de la Asociación de Fábricas de Automotores (ADEFA), en el acumulado anual, el sector automotor produjo 472.776 unidades, un 10,2% menos respecto de las 526.657 que se fabricaron en el mismo período de 2015. En la misma línea, el sector exportó 190.008 vehículos, un 20,8% menos respecto de las 240.015 unidades que se enviaron a diversos mercados en el mismo período de 2015. Con un total de 721.411 vehículos comercializados durante el año, el sector concluyó 2016 con una suba interanual de 22,9% en lo que respecta a las ventas totales.

Por nuestro lado, en 2016 lideramos una vez más el segmento de vehículos comerciales, alcanzando el primer lugar en ventas de camiones, buses y utilitarios, reafirmando así el liderazgo de nuestra marca. En lo que respecta a camiones, fuimos líderes en el acumulado anual con 26,8% de participación de mercado y 3.887 unidades vendidas.

En el segmento de buses, también nos ubicamos como máximo líder, con un acumulado anual de 2.288 patentamientos y una participación de mercado de 57,1%.

Nuestros utilitarios –con Sprinter y Vito a la cabeza– fueron también líderes; Sprinter registró 3.365 unidades en el acumulado anual y una participación de mercado de 43,0%, y Vito registró 412 unidades vendidas, con una participación de mercado de 60,6%.



“El repunte en las ventas locales de camiones se está dando, sobre todo, en los sectores del campo y, especialmente, en la construcción, para el cual estamos comercializando camiones hormigoneros y volcadores. Igualmente, la recuperación se da en cada uno de los segmentos, tanto en el urbano como en el de media y larga distancia. Además, el agro es el principal cliente de los camiones semipesados, que hoy en día representa el 41% del mercado total. Estos resultados son un claro indicativo de la reactivación paulatina de la actividad, ya que el mercado de camiones está directamente relacionado con la economía del país. Así como en febrero y marzo (postdevaluación), solo se patentaban en el mercado total 700 camiones por mes, haber alcanzado las 1.257 unidades –es decir, un aumento mayor al 80%– marca un claro cambio de tendencia para el negocio de la industria automotriz”.

Joachim Maier, Presidente de Mercedes-Benz Argentina

Perspectivas:

Durante 2017 continuaremos con importantes proyectos que demuestran nuestro compromiso con Argentina. Entre ellos, el de preparar el **lanzamiento de la Pick-Up Mercedes-Benz** en el país a partir de 2019, y el desarrollo de un **nuevo Centro de Competencia Regional en Buenos Aires**, para fortalecer la gestión de marketing, las ventas y la postventa en Sudamérica y América Central, lo que permite focalizar más profundamente en las características particulares del negocio, y así acercarse aún más a los consumidores y mercados en América Latina.

Valor Económico directo Generado y Distribuido

En el siguiente cuadro, exponemos las principales magnitudes del desempeño económico a través del cuadro de Valor Económico directo Generado y Distribuido (VEG+D), propuesto por la guía GRI, con el fin de reflejar el modo en que creamos valor económico para nuestros grupos de interés.

Valor económico directo (*)

Valor económico generado	GDI	2016	2015	2014	2013
Ventas de bienes y servicios	Clientes	16.522	10.899	9.389	9.575
Ingresos por inversiones financieras y venta de activos		108	454	91	132
Total valor económico generado		16.630	11.353	9.480	9.707

Valor económico distribuido	GDI	2016	2015	2014	2013
Costos operativos	Proveedores	13.582	8.879	7.321	7.516
Salarios y beneficios	Colaboradores	1.801	1.191	896	664
Pagos a proveedores de capital	Accionistas y Bancos	98	52	210	318
Pagos al gobierno por tasas e impuestos, entre otros	Gobierno	704	475	457	722
Donaciones voluntarias	Comunidad	17	11	14	10
Total valor económico distribuido		16.202	10.608	8.898	9.230

Valor económico retenido	428	745	582	477
---------------------------------	------------	------------	------------	------------

(*) La información se presenta en millones de pesos argentinos y surge de los Estados Contables de Mercedes-Benz Argentina S.A. al 31 de diciembre de 2016, presentados en forma comparativa con 2015 y auditados por KPMG. No se recibieron ayudas económicas por parte de entes del gobierno.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social



Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina

La economía mundial atravesó durante 2016 un período de bajo crecimiento, pero las proyecciones apuntan a un repunte de la actividad económica en 2017 y 2018. Bajo este contexto, durante 2016, se evidenció un leve aumento de la actividad, manifestado, principalmente, en la cartera de préstamos prendarios del sector privado no financiero. Nos seguimos consolidando como principal opción de financiación para los vehículos de pasajeros y comerciales de las marcas *Mercedes-Benz* y *smart*.

El volumen de préstamos aumentó un 56,03%, pasando de una cartera de financiaciones, al 31 de diciembre de 2015, de \$2.281 millones, a una cartera de \$3.559 millones, al 31 de diciembre de 2016. En noviembre, alcanzamos un 87% en el Customer Satisfaction Index (CSI), que mide la satisfacción general experimentada por clientes, producto de los servicios brindados.

Una de nuestras principales ventajas competitivas son el profesionalismo, la experiencia y el conocimiento del sistema de financiación del mercado automotriz de nuestra gente, contando con procesos ágiles y diversidad de productos, que satisfacen ampliamente las necesidades de financiación de los consumidores de la marca.

Mercedes-Benz Plan de Ahorro

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

Durante 2016, la cantidad de adjudicaciones de sumas de dinero destinadas a la adquisición de unidades de la marca Mercedes-Benz, a través de nuestro sistema de ahorro, tuvo un considerable aumento del 23,17% respecto del año anterior.

En 2016 suscribimos más de 1.900 contratos, llegando a una cartera de operaciones administradas, al cierre de 2016, de 7.725 contratos activos.

Inversiones en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio

En 2017 anunciamos la inversión de 150 millones de dólares para el período 2017-2019, con el objetivo de comenzar a producir el sucesor de la Sprinter. Desde 2013 hemos anunciado, a su vez, inversiones en Argentina por 370 millones de dólares.

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Clientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------



Lanzamiento de la Vito

Vito fue lanzada en Argentina en el segundo semestre de 2015, como parte de un plan de inversiones de 250 millones de dólares, y su comercialización comenzó con sus versiones Furgón y Furgón Mixto, posteriormente, ampliado a sus versiones de pasajeros: Combi y Tourer.

Busca seguir innovando en un nuevo segmento de utilitarios medianos, destacándose por su agilidad para moverse libremente en la ciudad. La nueva Van se ajusta perfectamente a las necesidades particulares de cada trabajo y cada familia.



Iniciamos la producción del Atego 1726 con tecnología Euro V

En septiembre de 2016, anunciamos con orgullo la salida de línea de la primera unidad del Mercedes-Benz Atego 1726, Se trata de un camión que cuenta con la tecnología Euro V.

Para llevar a cabo el proyecto, fue necesario adecuar toda la producción con nuevos dispositivos y equipos y, lo más importante, con un nuevo banco de prueba para testear los nuevos sistemas de emisiones, así como también el sistema ABS de frenado.

“No solamente estamos modernizando, actualizando y mejorando nuestros productos; además, está surgiendo una nueva Mercedes-Benz, aún más fuerte y competitiva. Con la producción de vehículos bajo la norma Euro V, inauguramos una nueva era para nuestra empresa”.

Joachim Maier, Presidente de Mercedes-Benz Argentina

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Clientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

Lanzamientos e innovaciones en productos

Modelo	Características
GLE 400	Sienta nuevos referentes en cuanto a confort y dinamismo. Emisiones: 197-204 g/km
GLE 400 Coupé	Combinación perfecta de diseño y confort. Emisiones: 199-211 g/km
GLC 300	Numerosas innovaciones tecnológicas, equipamiento y seguridad. Motor más eficiente que su antecesor la GLK. Emisiones: 152-166 g/km
C 300 Coupé	Se distingue por su gran eficiencia, su bajo consumo y las escasas emisiones
Van Vito Combi 119 Nafta 8+1	Programa electrónico de estabilidad (ESP®), sistema de alerta por cansancio (Attention ASSIST), asistente para viento lateral (Side Wind ASSIST) y sistema de ayuda al arranque en pendiente (Hill Start ASSIST)
Van Vito Tourer 119 Nafta 7+1	
Pick-Up Concept CLASE X: Stylish Explorer, Powerful Adventurer	Somos el primer fabricante de automóviles de lujo que ofrecerá una pick-up: motores potentes, elevado confort de conducción y una seguridad ejemplar. Se fabricará a partir de 2018 mediante el régimen conjunto de producción con Renault-Nissan
Camiones Atego 1726	Reducción de hasta un 6% del consumo de combustible Del segmento de semipesados, producido bajo la Norma Euro 5
Clase G 500	Todoterreno exclusivo. Extraordinaria capacidad de aceleración y un consumo optimizado
Deportivo AMG GT R	Capacidad de aceleración longitudinal y transversal, respuesta precisa al volante y sensacional agarre de las ruedas al asfalto; Maniobrabilidad extremadamente ágil, permite trazar curvas a velocidades muy elevadas; Excelente relación peso/potencia. Emisiones de CO ₂ 259 g/km CO ₂
smart fortwo y forfour	Gran agilidad, diámetro de giro pequeño, mucho confort y funciones geniales; Autonomía de 680 kilómetros; Apenas mide 2,69 m. Emisiones de CO ₂ 104 - 93 g/km CO ₂



Cumplimos 20 años produciendo Sprinter

Con motivo de los 200 años de la Independencia Argentina y los 20 años de Sprinter, desarrollamos “El Camino de la Independencia”.

Con más de 280.000 unidades producidas en Argentina, la nueva Sprinter recorrió todo el país visitando a nuestros clientes, y levantando testimonios de lo que representa la Sprinter como herramienta laboral y de “independencia”, para el día a día en cada una de sus actividades.

Lanzamos al mercado la edición especial “Sprinter 20 años”, más segura, eficiente y atractiva que se presenta con numerosas innovaciones, siendo aún el referente de su categoría.

Acuerdo de cooperación estratégica: Daimler y Nissan-Renault

En el marco del acuerdo de cooperación estratégica entre Nissan-Renault y Daimler, nace el proyecto a través del cual nos convertimos en la primera marca premium en ingresar al segmento de las pick-ups. El proyecto conjunto de la pick-up es el último hito en la asociación estratégica entre Daimler y la Alianza Renault-Nissan, que celebró en abril 2016, su 5º aniversario.

La pick-up se producirá en la planta Santa Isabel de Renault en Córdoba (Argentina) y en la fábrica de Nissan en Barcelona (España).

La pick-up Mercedes-Benz comparte arquitectura con la nueva Nissan NP300, pero es diseñada y desarrollada por Daimler con todas las características y prestaciones de Mercedes-Benz, con el fin de cubrir las necesidades específicas de los clientes de la marca.

Los principales mercados de la pick-up son América Latina –donde se exportará desde Córdoba– Europa, Australia y Sudáfrica, regiones que serán abastecidas por la fábrica de España.



“Mercedes-Benz es la marca de pick-up premium, con el crecimiento más rápido del mundo. Ingresaremos a este segmento con nuestra identidad de marca y todos los atributos de los vehículos característicos de la marca en lo que hace a seguridad, confort, sistema de propulsión y valor”.

“La pick-up Mercedes-Benz contribuirá, en gran medida, con nuestros objetivos de crecimiento a nivel mundial”. “Entrar en el creciente segmento de las pick-ups medianas es un paso importante en nuestro proceso de crecimiento global. Gracias a nuestra sólida asociación con la Alianza Renault-Nissan, somos capaces de reducir drásticamente el tiempo y los costos necesarios para acceder a este segmento clave”.

Palabras del Dr. Dieter Zetsche, CEO de Daimler AG y Responsable de la División Mercedes-Benz Cars, Stuttgart, Alemania, 7 de abril de 2015



Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social



Exportaciones a Estados Unidos y Canadá

En un nuevo contexto, y en un clima más favorable a las inversiones, el Grupo Daimler definió a la Argentina como plataforma exportadora a mercados que nunca antes habían sido atendidos desde Argentina por ninguna terminal. **Por primera vez en la historia, abasteceremos los mercados de Estados Unidos y de Canadá.**

En marzo de 2016, realizamos el primer despacho de unidades Sprinter producidas en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio, hacia los puertos de Charleston y Baltimore, en Estados Unidos.

A lo largo de 2016 se exportaron 6.197 unidades de nuestro modelo Sprinter, lo que significaron exportaciones por más de 200 millones de dólares.

1.6 Nuestros proveedores

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

Daimler es un grupo que opera globalmente y da una alta prioridad a asegurar que los estándares de sustentabilidad sean sistemáticamente cumplidos a lo largo de la cadena de suministro.

Las actividades de abastecimiento en Mercedes-Benz Argentina están administradas por dos departamentos: Compras de Material Directo y Compras auxiliares.



El 96% de los proveedores gestionados por Compras de Material Directo cuentan con certificación de 3ª parte en ISO 9001 de Gestión de Calidad, e ISO TS16949 de Gestión de Calidad de la Industria Automotriz, y el 48% de ellos también alcanzaron la certificación en ISO 14001 de Gestión Ambiental.

En Compras de Material Directo, exigimos que los proveedores estén certificados por la norma ISO TS 16949 e ISO 9001, 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 auxiliares, se recomiendan alcanzar las certificaciones ISO 14000, en lo que hace a gestión ambiental, e ISO 9000, para el gerenciamiento de la calidad.



Dentro de los estándares de producción de vehículos en el Grupo Daimler, se definió esta 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.

Durante 2016, en Compras Auxiliares hemos trabajado con alrededor de 700 proveedores, con un volumen de compra aproximado de 1.538 millones de pesos, de los cuales el 80% corresponden a proveedores locales.

Compras con estándares de Sustentabilidad

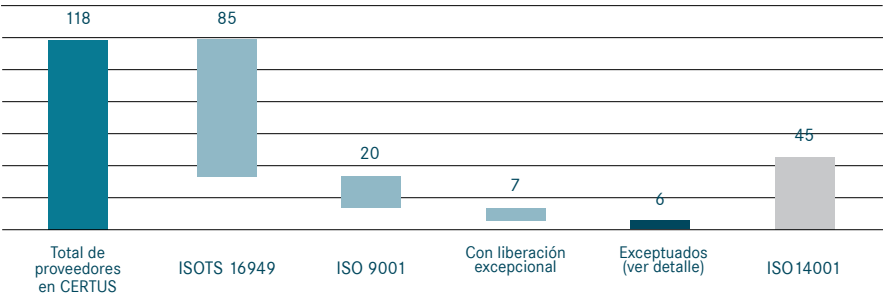
Nuestra intención es crear y mantener una red de proveedores eficaces y fiables, que contribuyan al éxito del negocio por medio de una gestión sustentable.

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

Esta 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, mejora continua de productos y producción.
- **Promoción de estos estándares** de Daimler en su propia cadena de suministros.

2016 Compras Productivas -Proveedores con Certificación de 3ª Parte-





Compras Reponsables y Cuidado del Medioambiente:
Como compromiso con el consumo responsable de papel para nuestras oficinas, utilizamos papel certificado de fibra de caña de azúcar.

Proceso de selección de proveedores para las Compras de Material Directo con criterio sustentable

Para la contratación de nuevos proveedores se realiza por una evaluación del área de Calidad y Técnica, que concluye 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.

Además, cumplimos con el procedimiento global en materia de sustentabilidad bajo el análisis de 6 cuestiones: prevención del trabajo infantil, libre elección de empleo, salarios, beneficios y horas de trabajo, libertad de asociación sindical, protección ambiental, ética en los negocios y compliance.

1.7 Premiaciones y Reconocimientos

Durante 2015 y 2016 hemos recibido premios y reconocimientos en diversas categorías, los cuales son un orgullo para nosotros, ya que reflejan tanto la excelencia y la calidad de nuestros productos, como la labor diaria de nuestros colaboradores.

- Distinción Programa Amigos de la Movilidad Sustentable del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2015)
- Crash Test de CESVI (2015)
- NCAP (Programa Europeo de Evaluación de Seguridad de Automóviles Nuevos)
- AmCham Argentina nos distinguió en 2015 y 2016, entre las 10 empresas líderes en gestión orientadas a la sustentabilidad
- El Foro Ecueménico Social nos otorgó una distinción en la 15a edición del Premio al Emprendedor Solidario (2016)
- Recibimos la mención al mérito en el Premio Conciencia, por el aporte a la generación de un cambio cultural mediante la incorporación de nuevos hábitos para la movilidad sustentable, mediante nuestra iniciativa teneslugar.com (2016)



Además, continuamos posicionándonos en los principales rankings, en distintas áreas y categorías:

	2016	2015	2014	2013
Ranking Premio Randstad (*)	Hall of Fame	1°	1°	1°
Ranking Merco	7°	6°	7°	9°
(100 empresas con mejor reputación de la Argentina)				
Ranking Merco: 100 empresas con mejor reputación en responsabilidad social	9°	30°	40°	31°
Ranking Merco (ranking sectorial-automotriz)	2°	6°	1°	2°
Ranking Merco	16°	12°	11°	(**)
(100 empresas más atractivas para trabajar en el país)				
Ranking de Prestigio CEOP	8°	8°	8°	7°
Ranking Apertura "Las 100 mejores empresas en imagen"	18°	19°	27°	15°
El Olimpo de las marcas de la revista Mercado	-	2°	6°	15°
(en camiones y utilitarios)				
Top ten de "Best Global Brands"	9°	12°	10°	11°
Top ten de "Best German Brands"	1°	1°	1°	-

(*) Siendo ganadores en las tres últimas ediciones, Mercedes-Benz Argentina ingresó al Hall de la Fama en 2016.

(**) No se realizó o no se participó del ranking en dicho año.

2 Gestión Sustentable



2.1 Pacto Global de Naciones Unidas

2.2 Objetivos y Desafíos de Nuestra Estrategia de Negocio Sustentable

2.3 Diálogo con los Grupos de Interés

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

La gestión sustentable de nuestro negocio está orientada a la creación del valor en lo económico, social y ambiental. Queremos posicionarnos como empresa de buenas prácticas de ciudadanía corporativa, sobre la base de nuestros valores, y alienados en pilares que atraviesan transversalmente todas las operaciones y los sectores de la compañía.

Siguiendo con nuestra visión y misión, incorporamos el concepto de sustentabilidad dentro de nuestro objetivo estratégico corporativo, y de las operaciones del negocio.

Visión:	Siempre ser la mejor opción.
Misión:	Ofrecer una experiencia automotriz única y apasionante.

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

Gestión Sustentable					
Pilares					
Ética e Integridad	Movilidad Sustentable	Clientes para Siempre	Protección Ambiental en Operaciones	Nuestra Gente	Compromiso Social
Cultura de Integridad y Compliance HR Compliance	Innovación y Tecnología teneslugar.com	Capacitación permanente a la red de concesionarios y talleres Centro de atención y asistencia	Sistema de Gestión Ambiental Green Strategy Energía Emisiones Residuos	Empleo y Diversidad Gestión de Clima Capacitación y Desarrollo Salud y Seguridad	Educación Voluntariado Arte y Cultura Deporte Comunidad Argentino-Alemana Donaciones y Patrocinio
Diálogo con Stakeholders					
Valores					
Pasión	Respeto	Integridad	Disciplina		



Premio Ciudadanía Empresaria AmCham

En el marco de la edición 18ª del “Premio Ciudadanía Empresaria”, que tiene como objetivo general reconocer a las empresas con operaciones en Argentina, cuya gestión está orientada a la Sustentabilidad, nuevamente, fuimos distinguidos entre las 10 empresas líderes en gestión orientadas a la Sustentabilidad.

2.1 Pacto Global de Naciones Unidas

A nivel global, el grupo Daimler es promotor del **Grupo Lead del Pacto Global de la Naciones Unidas** y, localmente, a partir de 2015, adherimos y participamos en la **Red Argentina del Pacto Global de las Naciones Unidas**. Con ello adherimos también al compromiso de incorporar a nuestra gestión los 10 Principios referidos a los Derechos Humanos, los derechos laborales, el medioambiente y la lucha contra la corrupción.

Esta iniciativa internacional es la más amplia a nivel global en materia de desarrollo sustentable, buscando que las organizaciones adheridas apoyen y desarrollen estos principios como parte de la estrategia, cultura y actividades cotidianas de la organización, y de su esfera de influencia.

En 2016, presentamos nuestra segunda Comunicación de Progreso (COP), la cual se encuadró en la categoría “COP Avanzada”, dando cumplimiento con 21 criterios establecidos sobre las siguientes áreas: Implementación de los 10 Principios en estrategias y operaciones, políticas y procedimientos de gestión en Derechos Humanos, políticas y procedimientos de gestión en estándares laborales, políticas y procedimientos de gestión en medioambiente, políticas y procedimientos de gestión en anticorrupción, acciones en apoyo a los objetivos más amplios de la ONU y gobernanza, y liderazgo sobre sostenibilidad corporativa.

Apoyo a las actividades de la Red Argentina del Pacto Global

Como entrenadores, participamos en el **Programa “De Empresas para Empresas” (DEPE)**, organizado por la AHK, “Alliance for Integrity” y Pacto Global de Naciones Unidas. DEPE es uno de los programas regionales de capacitación para prevenir la corrupción: Alliance for Integrity. Desde 2014, y a través de nuestro Local Compliance Manager, participamos de las actividades de este programa destinado a las pymes.

Marcelo Paletta, Legal & Compliance Manager de Mercedes-Benz Financiera, 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.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En septiembre de 2015, en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, los estados miembros de la ONU aprobaron una nueva Agenda Global 2030, conformada por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), para ser alcanzados en 2030. Para lograr estas metas, todos –gobiernos, sector privado, sociedades civiles y particulares– tenemos que ser parte.



A través de nuestra estrategia corporativa sustentable, hacemos contribuciones positivas para resolver los desafíos globales, por lo que, desde Mercedes-Benz Argentina, iniciamos nuestro análisis de contribución al desarrollo sustentable, de mano de estos objetivos.



Utilizando la herramienta SDG Compass, en 2016 iniciamos el análisis de los 17 objetivos y sus 169 metas, considerando e identificando los impactos reales o potenciales, positivos o negativos, tanto de nuestra actividad como de nuestra cadena de valor y su concordancia con los aspectos identificados como materiales para nuestro Reporte de Sustentabilidad.

2.2 Objetivos y Desafíos de Nuestra Estrategia de Negocio Sustentable

Definimos objetivos que marcan nuestros desafíos comunes. Cada colaborador 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.	✓
2) Alcanzar las metas planificadas de crecimiento sustentable.	✓
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.	✓
4) Mantener la productividad y eficiencia de la planta.	✓
5) Asegurar los Objetivos de Calidad – "2015 Año de la calidad".	✓
6) Iniciar exitosamente la producción del VS-20 en nuestro Centro Industrial.	✓
7) Iniciar exitosamente la producción de ejes para camiones y buses en el Centro Industrial.	✓
8) Promover la venta de servicios de postventa, manteniendo los altos estándares de calidad y satisfacción de los clientes.	✓
9) Contribuir al crecimiento de ventas de vehículos utilizando los productos financieros de Mercedes-Benz Financiera y Mercedes-Benz Plan de Ahorro.	✓
10) Promover un equipo profesional, altamente identificado con los valores de la compañía.	✓

Objetivos 2016	Cumplimiento
1) Maximizar nuestra participación de mercado, buscando siempre el liderazgo.	✓
2) Alcanzar las metas planificadas de crecimiento sustentable.	✓
3) Contribuir al desarrollo del enfoque al cliente de la organización, en el marco de los proyectos "Clientes para siempre" y "Orgullo y optimismo", a través de acciones concretas de mejora.	✓
4) Mejorar la productividad y la eficiencia de la planta.	✓
5) Iniciar exitosamente la producción del Sprinter MOPF para NAFTA y LA, en nuestro Centro Industrial.	✓
6) Introducir exitosamente la producción de camiones y buses Euro 5, en nuestro Centro Industrial.	✓
7) Asegurar los Objetivos de Calidad.	✓
8) Promover la venta de repuestos y ampliar nuestros servicios de postventa, mejorando los estándares de calidad y la satisfacción de nuestros clientes.	✓
9) Contribuir al crecimiento de ventas de vehículos, creando productos financieros competitivos de Mercedes-Benz Financiera y Mercedes-Benz Plan de Ahorro.	✓
10) Promover un equipo profesional, altamente identificado con los valores de la compañía.	✓



Estrategia Global Europa 2020

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

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

2.3 Diálogo con los Grupos de Interés

GRI G4-24, GRI G4-25, GRI G4-26, GRI G4-27, GRI G4-45, GRI G4-37, GRI G4-49

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

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

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



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

También, utilizamos las redes sociales como otra forma de relacionarnos, además de nuestra página web: www.mercedes-benz.com.ar; tenemos presencia en:

- **Perfil de Mercedes-Benz en Facebook:**
facebook.com/MercedesBenzArg/
- **Perfil de Mercedes-Benz en LinkedIn:**
ar.linkedin.com/company/mercedes-benz-argentina
- **Canal de Mercedes-Benz en YouTube:**
youtube.com/MercedesBenzArg
- **Cuenta de Mercedes-Benz en Twitter:**
twitter.com/MercedesBenzArg
- **Página web de smart:**
www.smart.com.ar
- **Perfil de smart en Facebook:**
facebook.com/mundosmart
- **Canal de smart en YouTube:**
youtube.com/smartArgentina
- **Cuenta de smart en Twitter:**
twitter.com/smartArg
- **Página web teneslugar.com**
www.teneslugar.com
- **Perfil de teneslugar.com en Facebook**
facebook.com/teneslugarcom-Carpooling-Corporativo-914276295280627/

Diálogos de Sustentabilidad de Daimler

Globalmente, el Grupo Daimler desarrolla 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.

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz	>	Gestión Sustentable	>	Ética e Integridad	>	Movilidad Sustentable	>	Clientes para Siempre	>	Protección Ambiental en Operaciones	>	Nuestra Gente	>	Compromiso social	>
-----------------------------------	---	---------------------	---	--------------------	---	-----------------------	---	-----------------------	---	-------------------------------------	---	---------------	---	-------------------	---

El encuentro se inició con una sesión plenaria cuyos participantes fueron: Dra. Christine Hohmann-Dennhardt, Directora de Integridad y Asuntos Legales de Daimler AG, además de Joachim Maier, Presidente de Mercedes-Benz Argentina. 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.

Algunas temas relevantes planteados fueron los siguientes, cuyos avances se reflejan a lo largo de este reporte:

Integridad y Compliance: El rol de Mercedes-Benz como multiplicadores de la integridad en los negocios. Necesidad de crear espacios de reflexión para entender las diferencias del trabajo en ética entre las grandes empresas y las pymes o empresas familiares. Los empleados tienen que tener el tema de integridad en claro en primera instancia. El trabajo en integridad en el sector privado tiene que apoyarse y guiarse por las políticas públicas del Estado, además de otras conclusiones.

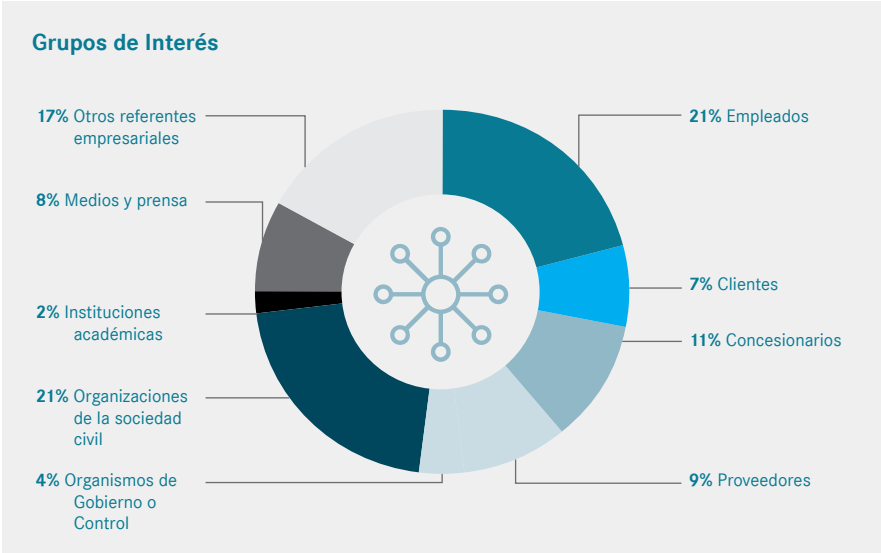
Movilidad Sustentable: Mercedes-Benz como nexo entre sectores y con la cadena de valor para impulsar mejoras en el medioambiente. Implementación de prácticas sustentables, para generar un cambio en la producción y en la tecnología de los productos. Trabajar en tecnologías para la gestión más eficiente del transporte público. Concientización y sensibilización de los clientes finales en sustentabilidad, entre otros temas.

Relaciones con la Comunidad: Tener un rol protagónico como nexo entre sectores (público y privado) y las ONG, además como intermediario entre la comunidad y el estado. Ser modelo a seguir, que contagie prácticas sustentables en las empresas de similar envergadura. Impulsar el desarrollo de programas que logren sinergias, complementariedad y articulación público-privada. Federalización de los programas, entre otras conclusiones.

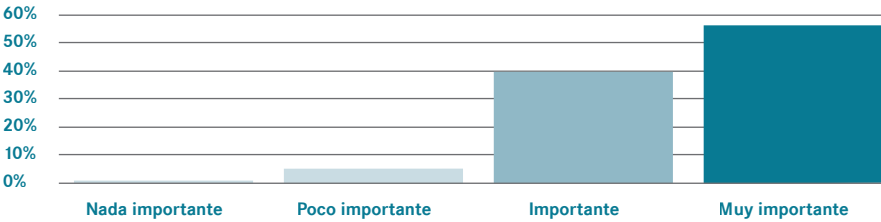
Diálogo para el Reporte de Sustentabilidad

Sobre la base de las definiciones del Global Reporting Initiative (GRI) para el análisis de temas relevantes, realizamos encuestas de valoración de los temas por incluir en el presente Reporte de Sustentabilidad. También incluimos la percepción de la importancia de un reporte de estas características, además de su percepción sobre nuestra posible contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aprobados por las Naciones Unidas.

Con un total de 52 respuestas recibidas, se incluyen a colaboradores, clientes, proveedores, concesionarios y a la comunidad, entre otros. A continuación, exponemos algunas conclusiones, excepto por los temas relevantes y los ODS, que se contemplaron en los análisis correspondientes:



Importancia del Reporte de Sustentabilidad





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) **Encuentros informativos:** Para fortalecer la comunicación directa de la Alta Dirección con todo el personal. Los miembros del Directorio presentan información acerca de resultados y objetivos de los negocios. Se busca motivar el interés de los empleados en la orientación a resultados, generar compromiso, trabajo en equipo, y así lograr acercar e integrar los niveles gerenciales a todas las categorías del personal.
- 2) **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. Es un ámbito en donde estos pueden expresar sus ideas y opiniones, como también recibir feedback de parte de los altos ejecutivos corporativos de la compañía a nivel global. Cada directivo tiene un objetivo de 6 reuniones anuales.
- 3) **Programa de Mentoring:** 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.

- 4) **Manager Dialog Vans:** Reuniones mensuales convocadas por el Director de la planta para informar sobre todas las novedades de Vans Argentina y de las de la división Vans. El objetivo es que todos los empleados están interiorizados de los avances de los objetivos estratégicos de la división Vans (Programa VanOlympic).

Otros espacios de diálogo

Durante 2015 y 2016, llevamos diversos proyectos que implicaron, directa o indirectamente, un espacio de intercambio y debate de las problemáticas relevantes, y de tendencia en materia de Sustentabilidad. Ellas fueron:

- Realizamos **diálogos sobre temas ambientales en la comunidad** cercana a la fábrica, del que participaron escuelas y el Municipio.
- Apoyamos la **Conferencia Internacional del IARSE**.
- Charlas de **calidad de vida y deporte**, por **Hugo Porta** y el Lic. **Claudio Grecco**, psicólogo deportivo. Dos líderes especializados en deportes compartieron sus experiencias y aprendizajes sobre cómo el deporte y sus valores constituyen un medio generador de bienestar y calidad de vida, de educación e integración.
- Como participantes/conferencistas/oradores en **diferentes actividades de Compliance y anticorrupción** (ver más detalle en capítulo correspondiente).
- Actividades y encuentros del **Programa Clientes para Siempre**, donde nos reunimos regularmente con clientes, concesionarios, entre otros actores de nuestra cadena de valor (ver más detalle en capítulo correspondiente).

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social



Ciudad Colaborativa

Desde 2016 participamos de este espacio creado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que, junto a la Fundación Cambio Democrático, facilitan espacios de trabajo colaborativos entre el Gobierno de la Ciudad, empresas y organizaciones de la sociedad civil, para generar –en conjunto– una Agenda Público Privada en temas de sustentabilidad. Esto se logra a través de mesas de trabajo, sobre la base de los ejes de Educación, Movilidad, Inclusión Social, y Uso y Disfrute del Espacio Público.

Red de empresas por la diversidad

Recientemente nos sumamos a la R.E.D. de empresas por la diversidad, que es un espacio que desarrolla y promueve la diversidad y la inclusión dentro de las organizaciones empresariales, y las acompaña en la implementación de sus políticas. Es una iniciativa colectiva conformada por organizaciones empresariales, académicas y civiles, con sede en la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella.

Charlas de Movilidad Sustentable

En 2016, junto con la Secretaría de Transporte del Gobierno de la Ciudad, dictamos en nuestra Casa Central en Puerto Madero charlas sobre movilidad sustentable y el futuro de la movilidad. Se hizo especial foco en nuestra plataforma de carpooling corporativo, teneslugar.com. Por otro lado, el Gobierno de la Ciudad se basó en la promoción del uso de la bicicleta, las medidas que se tomaron y cuál es el plan a futuro. Se finalizó con las nuevas innovaciones que el Grupo Daimler tiene para nosotros, las nuevas tecnologías que vendrán y su plan a largo plazo.



Compromiso con iniciativas en sustentabilidad y participación en asociaciones empresariales y del sector

GRI G4-15, GRI G4-16

Participamos en diferentes asociaciones, cámaras empresariales, e iniciativas en materia de sustentabilidad.

En materia de sustentabilidad:

Alientan nuestro compromiso y participación activa lograr una visión compartida y alcanzar objetivos comunes, que maximicen el alcance de estos.

Organización	Misión	Interlocutor de Mercedes-Benz	Tipo de participación	Aportes
IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria)	Generar conocimiento público y herramientas de gestión, para promover y difundir el concepto y la práctica de la responsabilidad social empresaria, a fin de impulsar el desarrollo sustentable de argentina.	Varias áreas	-	Si
IDEA (Instituto para Desarrollo Empresario Argentina)	Integrar al empresariado y capacitarlo para que actúe en la sociedad contribuyendo al desarrollo institucional, económico y social del país.	Varias áreas	-	Si
RED de empresas por la diversidad de la UTD	Contribuir al ejercicio de la ciudadanía plena de los integrantes de empresas de Latinoamérica, mediante el aporte de soluciones concretas en temas de diversidad e inclusión.	RSE y Relaciones Institucionales	Grupo de trabajo	
Pacto Global de Naciones Unidas - Red Argentina	Movilizar al sector empresarial, así como al resto de actores, a comprometerse con los 10 principios universales de las Naciones Unidas y, en consecuencia, embarcarse en el propósito de contribuir a dar solución a los más grandes desafíos del planeta y la humanidad, de aquí al 2030: los Objetivos de Desarrollo Sostenible.	RSE y Relaciones Institucionales	Grupo de trabajo o Comité	Si

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social



Asociaciones y cámaras empresariales y comerciales:

Organización	Interlocutor de Mercedes-Benz	Tipo de participación	Aportes
ADEFA (Asociación de Fabricantes de Automotores)	Varias áreas	Órgano de Gobierno y Grupo de Trabajo o Comité	Si
AFIMA (Asociación de Financieras de Marcas Automotrices)	Mercedes-Benz Compañía Financiera	Órgano de Gobierno y Grupo de Trabajo o Comité	Si
AGUEERA (Asociaciones de Grandes Usuarios de Energía Eléctrica de la Rep. Arg.)	Mantenimiento	-	Si
AHK (Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana)	Presidencia y otras áreas	Órgano de Gobierno y Grupo de Trabajo o Comité	Si
ALA (Asociación de Leasing de Argentina)	Mercedes-Benz Compañía Financiera	-	Si
AmCham (Cámara de Comercio de los Estados Unidos)	Relaciones institucionales	Grupo de Trabajo (en AMCHAM)	Si
CAPA (Cámara de Planes de Ahorro)	Mercedes-Benz Plan de Ahorro	Órgano de Gobierno y Grupo de Trabajo o Comité	Si
CERA (Cámara de Exportadores de la República Argentina)	Relaciones institucionales	-	Si
UAP (Unión Argentina de Proveedores del Estado)	Ventas especiales	-	No
UIA (Unión Industrial Argentina)	Relaciones institucionales	-	Si
CAMBRAS	Relaciones institucionales	Órgano de Gobierno y Grupo de Trabajo o Comité (en CAMBRAS)	Si

3 Ética e Integridad



Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social

3.1 Cultura
de Integridad
y Compliance

3.2 HR Compliance

3.3 Anticorrupción
y Cumplimiento
Normativo



3.1 Cultura de Integridad y Compliance

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

Creamos una cultura corporativa basada en la 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.

Consideramos que estos valores y principios deben ser compartidos por todos nuestros colaboradores y, por todos nuestros socios comerciales.

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. Este código es el mismo que utilizamos en todas las compañías de Mercedes-Benz en Argentina.

En el proceso de elaboración y redacción, hemos tenido en cuenta los resultados de los Diálogos de Integridad realizados globalmente. Hemos considerado 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.

En cualquier momento, y ante cualquier situación, los empleados pueden acceder al Sistema de Preguntas e Información para Compliance, además de que, siempre, pueden dirigirse con el área de Compliance local.

Business Practices Office (BPO)

El **sistema de denuncias BPO** se encarga de la recepción, documentación y tratamiento de denuncias e informaciones, suministrado por los colaboradores y/o por terceros de la cadena de valor. Este medio identifica requerimientos de capacitación y comunicación dentro de la empresa, como también asegura la posibilidad de denunciar toda la información en idioma local, de forma anónima y con un tratamiento confidencial. 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 realizamos una campaña gráfica, informando el funcionamiento de la línea de denuncias de la compañía.

Campaña “FAIRPLAY” Vivir Valores. Crear Valores

Para fortalecer la integridad como valor corporativo, afianzarla en la conciencia de los empleados y directivos, y promover una conducta ética. Liderada por cada uno de los directores se difundieron recomendaciones para la vida profesional mediante folletos, carteles en espacios comunes y sesiones con todos los colaboradores.

Integridad Comercial - Juego Monster Mission

Juego interactivo online que plantea la oportunidad de reflexionar sobre distintos dilemas del trabajo diario, con respuestas posibles dentro del marco de la cultura corporativa para la Integridad Comercial.

Inició en 2014 con el primer episodio del juego y, durante 2015, se completaron los restantes 3 episodios donde unos 33.000 empleados, de más de 47 países, participaron activamente durante las horas de trabajo.

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 2015 y 2016, continuamos con la campaña de integridad, se generaron encuentros con áreas de especial interés (comercial, compras, nuevos empleados, 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.

- **Desayunos de Integridad:** Entrenamiento interno en forma de diálogo, organizado por el área de Compliance (alcanzando al 100% de los empleados de Mercedes-Benz Financiera).

Año	Desayunos de integridad	Temáticas desarrolladas
2016	16	Código de integridad, línea de denuncias, prácticas anticompetitivas, Derechos Humanos, regalos e invitaciones y protección contractual.
2015	7	Línea de denuncias, protección de datos personales y prevención de la corrupción.

En 2016 en **Encuentros informativos** convocados por el Presidente:

- Se realizó un Concurso de Preguntas sobre temas de Integridad: invitaciones, protección de datos personales y línea de denuncias.
- Se presentó Compliance como uno de los tópicos y se reforzó a toda la compañía. Temas como aceptación de invitaciones y regalos, los pilares de nuestro Código de Integridad y Antitrust.

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 externas

El objetivo es compartir y fomentar mejores prácticas y presentar el rol estratégico que desempeña la función de Compliance en nuestra organización. A través del Local Compliance Manager y el equipo de Compliance, participamos en las siguientes actividades durante el período 2015 y 2016:

- Como desde hace varios años, del **Centro Gobernabilidad y Transparencia del IAE**, donde los miembros del equipo interno de Compliance, asistimos periódicamente y colaboramos en los talleres brindados por este.
- **Programa “De Empresas para Empresas” (DEPE):** Orientado a Pymes para prevenir la corrupción. Aliados: Red Argentina del Pacto Global y Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana: 20 capacitaciones en 11 ciudades del país.
- **“X Cátedra del Pacto Mundial de Naciones Unidas: RSE y sostenibilidad”.** Clase N° 7: “Anticorrupción y ética en los negocios”.
- **“Jornadas sobre negocios éticos y responsables”,** organizadas por la Cámara de Industria y Comercio Argentino-alemana (AHK) y la Universidad de San Andrés.
- **Comité de Compliance de la AHK,** en calidad de miembros, que se reúne mensualmente para tratar temas relacionados con la actividad.
- **Feria “EduAlemania”,** sobre el tema “Compliance y anticorrupción en el mundo laboral”.
- **Postgrado Compliance, Ética y Derecho para Ejecutivos de Finanzas,** de la Universidad Católica Argentina.
- **Foro de Compliance “Transparencia y prevención de la corrupción”,** organizado por la AHK.
- **Global Group Compliance Conference** de Daimler, en Ulm y en Berlín.
- **Regional Group Compliance Conference** de Daimler, en Detroit y Portland.
- **Entrenamiento en “Prevención del Lavado de Dinero”,** dictado por el Estudio Allende y Brea y por el estudio Becar Varela. En ambos casos, los colaboradores de Mercedes-Benz Argentina, Mercedes-Benz Financiera y Mercedes-Benz Plan de Ahorro, participaron de los entrenamientos.
- **“Diálogo público-privado con expertos y partners de la AHK”,** para tratar el tema de “Compliance & Anticorrupción”.
- **Conferencia Anual del Centro de Gobernabilidad y Transparencia** del IAE Business School.
- **Diplomatura de Compliance y Derecho Penal** de la Universidad Austral.
- **Programa para especialistas en Compliance** organizado por el IAE Business School junto con ECI (Ethics & Compliance Initiative).
- **Programa de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo,** organizado por la Universidad Católica Argentina.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



3.2 HR Compliance

HR Compliance se ocupa de velar por la observación 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 como también a nivel local, en forma paralela a todas las etapas de la gestión de los 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”.

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, cuando ha asumido una nueva tarea, o bien se ha reincorporado a la empresa después de una fase de inactividad, lo recibe, se familiariza con la normativa en vigor y con las cuestiones de integridad que hacen a su trabajo diario.

Compliance Check

Es una evaluación de riesgos sobre el personal que 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.

3.3 Anticorrupción y Cumplimiento Normativo

GRI G4-DMA, GRI G4-EN29, GRI G4-SO5, GRI G4-SO8, GRI G4-PR9, GRI G4-HR3

Hemos implementado oportunamente la normativa de la UIF, en materia de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo. A partir de esta, 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.

En cuanto al cumplimiento de la legislación vigente, y de las políticas y códigos internos, cabe destacar que, en el período cubierto por este reporte, no se reconocen denuncias o procesos judiciales relacionados con casos de corrupción, ni denuncias por violación a los Derechos Humanos, ni ha habido incidentes de discriminación por raza, color, sexo, religión, etc. Tampoco hemos recibido multas ni sanciones no monetarias significativas por incumplimientos de la legislación o normativa vigente, tanto en materia ambiental o relacionada al suministro y uso de los productos vendidos y servicios prestados.

Capacitaciones en prevención de la corrupción

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”, del que participaron 37 empleados de Mercedes-Benz Financiera. Asimismo, todos los jefes y gerentes de las áreas involucradas participaron de la charla de actualización sobre “Código Civil y Comercial de la Nación”.

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. Además los concesionarios de la red comercial realizaron un web training sobre *Compliance*.



4 Movilidad Sustentable



Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Clientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

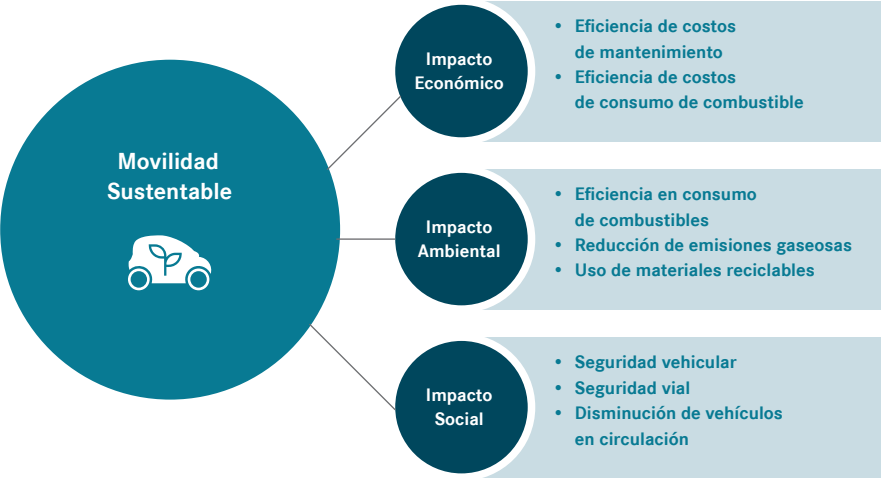
- 4.1 Innovación y Tecnología
- 4.2 teneslugar.com
- 4.3 Otras Acciones en Movilidad Sustentable

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

Como fabricantes de vehículos, ponemos las más altas exigencias en la calidad de nuestros productos. Esto también significa ofrecer vehículos excepcionalmente seguros, eficientes en combustible y de baja emisión.

Nuestras tecnologías innovadoras nos ayudan a asegurar que nuestros vehículos sean más atractivos y respetuosos con el medio ambiente.

Asumiendo la responsabilidad de nuestros productos, creemos en el concepto de una movilidad más responsable con el medioambiente y la sociedad, sin desestimar el impacto económico de nuestros clientes a lo largo de la vida útil de nuestros productos.



En este período, la gestión de nuestro compromiso con la movilidad sustentable dio sus frutos:

- Crash Test de CESVI: En 2015, fuimos premiados por CESVI en la 9a edición de “Crash Test: Los autos más seguros”. El Clase C recibió el premio en la categoría “Excelencia en seguridad”.
- NCAP (Programa Europeo de Evaluación de Seguridad de Automóviles Nuevos): 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.
- Programa Amigos de la Movilidad Sustentable: Distinción 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.

- 16ª Edición del Premio al Emprendedor Solidario: En 2016, nuestro proyecto de carpooling corporativo teneslugar.com fue distinguido por el Foro Ecuménico Social, que organiza el Premio al Emprendedor Solidario para empresas, instituciones y ONG que hayan realizado emprendimientos solidarios.
- Premio Conciencia 2016: Recibimos una mención al mérito en el Premio Conciencia, por nuestro aporte a la generación de un cambio cultural mediante la incorporación de nuevos hábitos para la movilidad sustentable, a través de la iniciativa teneslugar.com.



La movilidad, el futuro para Daimler

En el marco del Salón de París, Dieter Zetsche, CEO de Daimler, presentó la estrategia de la empresa en relación con la movilidad del futuro, afirmando:

“Conectividad, Conducción Autónoma, Compartir & Servicios y Conducción Eléctrica. Cada una de estas cuatro tendencias tiene el potencial de ubicar a Mercedes-Benz en lo más alto de la industria; y la verdadera revolución radica en poder vincular estos cuatro conceptos de manera inteligente”.

El futuro planteado llevará las siglas **CASE (Connectivity, Autonomus Driving, Shared & Service y Electric Drive)**, y en ellas se basarán los nuevos proyectos de la empresa. Hoy en día, la marca juega un papel principal en las cuatro áreas, orientado a la movilidad del futuro.

4.1 Innovación y Tecnología

Como resultado de la entrada en vigencia este año de la norma Euro V en la Argentina, fue necesario adecuar el portfolio de los camiones y buses producidos en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio. La transición comenzó hace unos meses con el inicio de la fabricación del Atron 1735, sucesor del Atron 1634; luego, siguió con la producción de la nueva familia Atego, cuyos modelos 1720 y 1726 reemplazaron a los modelos de Atron 1720 y 1624, respectivamente.

En la actualidad, todos los pesados Mercedes-Benz se comercializan bajo la norma Euro V. La tecnología BlueTec 5 de estas unidades satisface las exigencias de la normativa Euro V, con motores más potentes, cuidadosos del medioambiente y con una reducción de hasta un 6% del consumo de combustible así como ahorros importantes en el mantenimiento preventivo, reducción del 80% en las emisiones de material particulado y un 60% en las emisiones de óxidos de nitrógeno (NOx). También ofrecen mayor potencia y torque, lo que significa un mejor desempeño y menos costos operativos para el transportista.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social

En Mercedes-Benz damos respuesta a la normativa Euro V, a través de dos tecnologías innovadoras: BlueTec 5 y Blue Efficiency.

Charlas sobre las novedades de los Euro V de Mercedes-Benz

Estamos realizando una gira por los concesionarios del interior del país, para comunicar a nuestros clientes las nuevas novedades respecto a las motorizaciones.

Allí invitamos a nuestros clientes de camiones Euro V a participar de una charla personalizada con nuestros representantes y el concesionario oficial de la zona, con el objetivo de seguir conociendo la nueva tecnología de la familia de camiones.

La presentación pasó por localidades como Mar del Plata, La Plata, Olavarría, Tres Arroyos, Bahía Blanca, Córdoba, Río IV, Mendoza, Tucumán, Salta, Santa Fe, Paraná, Rosario y Posadas.

Nuevos smart fortwo y smart forfour

Ya están disponibles en el mercado local los nuevos smart fortwo y smart forfour, que siguen revolucionando la movilidad urbana. El famoso city car, considerado el auto naftero más ecológico, presenta sus modelos totalmente renovados. Además, luego de cumplirse cinco años de su exitoso desembarco en el país con el smart fortwo, la marca inicia la comercialización en Argentina de su modelo de cuatro puertas.

Con este lanzamiento, arrancó una caravana que recorrió todo el país: Rosario, Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Tucumán y Misiones, participando de esta acción clientes, personalidades y público en general.

El primer aceite original Mercedes-Benz

En 2016, presentamos nuestro nuevo aceite para los motores Mercedes-Benz. Se trata del primer aceite elaborado y desarrollado por los mismos expertos que construyen los motores, y que depositan toda su experiencia e ingenio en los vehículos de la marca.

El aceite original Mercedes-Benz reduce la fricción y optimiza el consumo de combustible. Esto significa que es posible disfrutar el máximo potencial del motor en casi todas las condiciones de manejo. También, al trabajar en conjunto con los sofisticados sistemas posteriores al tratamiento de los gases de escape, ayuda a reducir la emisión de toxinas ambientales, en comparación con otros aceites estándar.



Eficacia, Confiabilidad, Economía, Excelente desempeño, Ambientalmente amigable, Alta prestación, Bajo costo operacional y Menos emisiones.



Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Clientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
---	---------------------------------------	--------------------------------------	---	---	---	---------------------------------	-------------------------------------



Vision Van -
el utilitario del futuro

Se trata de un prototipo del utilitario Mercedes-Benz, creado como solución para la cadena de reparto de mercaderías que emplea un sistema plenamente interconectado. Posee espacio de carga totalmente automatizado, drones integrados, y comunicación efectiva entre el vehículo y su entorno. Ofrece un reparto silencioso y sin emisiones. Su espectacular diseño es un anticipo del utilitario del futuro, en donde se concentra toda la inteligencia de un centro logístico moderno. Ofrece un aumento de la eficiencia del reparto en hasta un 50%.

La Vision Van es fruto de la iniciativa estratégica de futuro. Así, Mercedes-Benz Vans deja de ser un mero fabricante de utilitarios y se convierte en un proveedor de soluciones integradas.



Urban eTruck -
Primer camión eléctrico

Seguimos reafirmando su liderazgo en el sector automotriz a partir de su continua innovación en los diferentes segmentos en donde es líder. En esta oportunidad, presentó en Alemania el primer prototipo de camión eléctrico urbano diseñado y pensado puramente para las grandes ciudades. El Urban eTruck tiene una autonomía de 200 km y se estima que llegará a las calles en 2020.

El Urban eTruck utiliza tres módulos de baterías de litio que componen todo el sistema proveyendo toda la energía necesaria para un día de trabajo. Este vehículo está basado en el ya existente camión de tres ejes de Mercedes-Benz que se utiliza como transporte de carga.



Future Bus -
Conducción autónoma

El Future Bus de Mercedes-Benz resulta ser la última novedad de la marca de la estrella que recorre las calles de Amsterdam, demostrando sus excelentes aptitudes. El futuro de los autobuses autónomos parece haber comenzado. Es un autobús semiautomático, con un diseño futurista, capaz de alcanzar una velocidad máxima de 70 km/h. Mediante un sistema wifi, se conecta a la red de los sistemas de tránsito, con el fin de conocer de antemano la información del tráfico, semáforos y cruces viales, y controlar, así, la velocidad.

La tecnología CityPilot, ya utilizada en el Future Truck, tiene la capacidad de reconocer semáforos y demás señales de tránsito, detectar obstáculos o peatones, y frenar automáticamente. Esto lo hace gracias a una docena de cámaras y un sistema de radar, que se encargan de monitorear el camino y sus alrededores.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



4.2 teneslugar.com

Durante el período, se fortaleció nuestro programa de Movilidad Sustentable más importante –teneslugar.com–, al trasladarse la responsabilidad de su gestión desde Business Innovation en Argentina, donde se creó con el objetivo de encontrar soluciones de movilidad en grandes ciudades, hacia el área de Responsabilidad Social. Esta concepción involucró un cambio de pensamiento entre los integrantes de la organización, buscando fomentar y promover la innovación en todas las áreas de la compañía.

El objetivo de teneslugar.com es ofrecerles 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, y 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.

teneslugar.com brinda uno de los medios más prácticos de racionalización del uso de vehículos, generando resultados en los aspectos económico, social y ambiental.

teneslugar.com

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Clientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------



“Adherimos a esta iniciativa a fin de promover una alternativa de movilidad sustentable y brindar a nuestros empleados una plataforma para viajar de manera confiable y segura.”
Viviana Barilá,
Jefa de Sustentabilidad MetroGAS



Al día de hoy:
9 empresas en la red
(Mercedes-Benz, Bayer, Edenor, ESET, La Caja, Metrogas, Nidera, Samsung y Smurfit Kappa)
+7.400 empleados potenciales usuarios
+1.700 usuarios registrados
+12.400 viajes ofrecidos
+1.200 viajes concretados
20% de los viajes fueron concretados este año
+380 conductores
+200 pasajeros
+350 usuarios recibieron premios
12 préstamos smart

Buscamos facilitarle el proceso a las empresas que utilizan nuestro servicio, organizando distintas **actividades y acciones**, cuyo objetivo consiste en incentivar su uso. Estas 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 a través de distintos canales de comunicación.
- El programa de beneficios, que consiste en sorteos que se realizan periódicamente para premiar a quien genere mayor actividad dentro de la plataforma. El 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.

Para más información, visite: www.teneslugar.com
o escribínos a teneslugar@daimler.com

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Clientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
---	---------------------------------------	--------------------------------------	---	---	---	---------------------------------	-------------------------------------



4.3 Otras Acciones en Movilidad Sustentable

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.

El ITBA recibió, en julio de 2015, un Chasis de Bus que donamos el cual será utilizado en el proyecto Bus Híbrido Hidrógeno-Eléctrico.

El ITBA desarrollará el motor diésel original, para ser alimentado con hidrógeno gaseoso. El motor convertido se acoplará a un generador, que almacenará electricidad en baterías conectadas a un sistema optimizado para tracción de vehículos eléctricos, con recuperación de energía de frenado. El vehículo así equipado será un Bus Híbrido, Hidrógeno-Eléctrico.

Programa Amigos de la Movilidad Sustentable, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Somos la primera compañía automotriz en formar parte de los programas “Empresas Amigas de la Movilidad Sustentable y Segura” 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, tanto para empleados como para invitados, vestuarios con duchas, compresor y casilleros.



Semana de la Movilidad Sustentable

Durante la semana, desarrollamos una fuerte campaña interna de promoción de soluciones de movilidad alternativa, dentro de nuestras oficinas y en la red de empresas adheridas a tenesugar.com. Al cierre de la semana, realizamos una charla abierta con representantes del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, para que presenten sus iniciativas y programas.



En el marco de la visita del Directorio de Vans del Grupo Daimler a la Argentina, se desarrolló una reunión de diálogo en el Ministerio de Transporte de la Ciudad de Buenos Aires. En la misma se presentó el plan de mejoras de la Ciudad de Buenos Aires con su estrategia de ordenamiento del Metrobus y de la Terminal de Combis, así como su visión de ciudad digital. Por nuestro lado se pudo hacer un relevamiento sobre los temas necesarios a mejorar desde la industria automotriz y de movilidad sustentable.

Seguridad Vial

Nos caracterizamos por la innovación en cuanto a la implementación de dispositivos de seguridad en nuestros productos, pero también trabajamos sobre el uso responsable de los vehículos.

Nuestros productos cumplen las más exigentes normas europeas en cuanto a seguridad, lo que se refleja en las menciones logradas, como la de CESVI, en la categoría “Excelencia en seguridad”, y también en las pruebas de choque realizadas por la NCAP (Programa Europeo de Evaluación de Seguridad de Automóviles Nuevos).

Por otro lado, desarrollamos varios programas e iniciativas para concientizar sobre los conceptos de la seguridad vial, tanto a nuestros empleados como al resto de los grupos de interés y al público en general.

- Elaboramos el plan anual de visitas y capacitaciones para empresas de camiones semipesados y pesados, que desean mejorar la capacitación del personal de conducción, buscando optimizar el rendimiento general de la flota. Entre ellas, ofrecemos cursos de conducción económica, segura y ecológica, y cursos de mantenimiento vehicular, ambos estrechamente ligados a cumplir con el objetivo de movilidad sustentable.
- A través de Fund TV, premiamos a los programas televisivos que promocionan la educación vial en el país.
- Dentro de las oficinas de Mercedes-Benz, en conjunto con la Secretaría de Transporte del Gobierno de la Ciudad, organizamos charlas de concientización, seguridad vial e innovación de nuestros productos en cuanto a seguridad. Al resultar un éxito, expandimos estas charlas, ofreciéndolas en las distintas empresas miembros de la red de teneslugar.com.
- Realizamos distintas encuestas en las charlas llevadas a cabo, dentro de las cuales se destaca lo siguiente:
 - Difundimos conceptos de seguridad vial a los clientes de teneslugar.com a través de charlas y campañas. Articulando el soporte del CESVI y de la Secretaría de Transporte del Gobierno de la Ciudad.
 - Seguridad vial en Planta:
 - Reordenamos la circulación en las calles de operación de autoelevadores.
 - Ampliamos la demarcación de 700 m lineales de sendas en planta 3.
 - Incorporamos defensas para estanterías en Planta 5 y 6.
 - Realizamos una campaña de restricción de circulación en las Plantas 5 y 6.



5 Clientes para Siempre



Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Cientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------	------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

- 5.1 Red de Concesionarios
- 5.2 Centro de Atención al Cliente (CAC)
- 5.3 Mercedes-Benz Assistance 24 Horas

GRI G4-DMA, GRI G4-PR5

Nuestro objetivo estratégico es satisfacer las expectativas de los clientes en relación con nuestros productos, ventas, servicio y soporte asociado.

Nos acercamos a nuestros clientes con apertura para identificar sus deseos y necesidades, porque sus expectativas varían mucho, en términos de necesidades individuales, consideraciones regionales y grupos de productos.

Nos guiamos por las siguientes premisas de trabajo:

- Mejora continua
- Calidad
- Innovación
- Vocación de servicio



El valor de la estrella

Cada automotor, con la estrella en su frente, tiene características distintivas:

- Respuesta a las necesidades y requerimientos de los clientes
- Calidad
- Solidez
- Confiabilidad de sus productos y servicios

Mejora continua: un trabajo en equipo

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

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

Nuestro valor agregado pasa por los siguientes ejes de acción:

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

Cientes
para siempre

Visión	Posicionamos a Mercedes-Benz Argentina como el mejor partner de nuestros clientes y concesionarios.
Compromiso	Ponemos al cliente en el centro de cada cosa que hacemos.
Competencia	Somos reconocidos como los mayores expertos en nuestro negocio.
Confiabilidad	Brindamos respuestas veloces y certeras.
Responsabilidad	Orientamos nuestros procesos y actividades para contribuir con la cadena de valor del negocio.

Dentro de este programa, creamos varias actividades para fortalecer nuestro relacionamiento:



La Voz del Cliente

Consiste en visitas al *call center* por parte de empleados de otras gerencias, para conocer las actividades realizadas y escuchar, in situ, reclamos, asistencias y ventas, entre otros. Hemos realizado 40 ediciones con la participación de 112 empleados.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Cientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



Paneles de Discusión

En estos ámbitos de intercambio participan los titulares de los concesionarios de nuestra red, directivos de la división Trucks, y el CEO de Mercedes-Benz Argentina. En los paneles realizados, participaron más de 100 empleados de distintas áreas y gerencias de la compañía.



Taller Experiencia Cliente

Es una actividad de media jornada, cuyo objetivo es sensibilizar y comprometer a los participantes, con el valor del servicio al cliente, profundizar el concepto de foco en el cliente y construir una agenda de mejora por área. Invitamos a los gerentes a venir con su equipo y, hasta ahora, contamos con la participación de 14 gerencias. En 2016, también recibimos a David Ruda, fundador de Tarjeta Naranja.



Charlas con el Presidente

Estos encuentros se producen para que los participantes presenten los aprendizajes recogidos y la síntesis del ejercicio realizado en el Taller Experiencia Cliente. A su vez, el presidente desafía lo trabajado, y se construyen acuerdos y compromisos a futuro. Participaron 22 gerencias y se invitaron a los clientes de otras marcas que no utilizan nuestros vehículos, para conocer sus motivaciones y preocupaciones.



Premio Clientes

Es un reconocimiento al compromiso y a la pasión de todo nuestro equipo. Está destinado a todos los equipos, por gerencia, que hayan implementado alguna mejora en el marco del Programa Cientes para Siempre. En 2015 y 2016, realizamos 16 proyectos en dos ediciones.



Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Cientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------	------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------



Premio Clientes: Proyecto “Que pueda seguir viaje”

El proyecto tiene el objetivo de aumentar la participación de los talleres móviles y de su eficacia, para convertirnos en verdaderos *partners* de nuestros clientes, acompañándolos para que puedan seguir viaje y cumplir con sus obligaciones de negocio.

Fue implementado durante 2016, con *workshops* en concesionarios, con visitas al proveedor de asistencia y con la creación del soporte técnico de MB Assistance, lo que brindó una atención personalizada y un monitoreo de la gestión de los concesionarios, los talleres y el proveedor. Se definieron las reparaciones que pueden realizarse in situ, como también el kit de herramientas necesario, kit de repuestos, nuevo sistema de pago de gestión a la red adherida, y nuevos indicadores y encuestas de calidad a clientes.

El trabajo en equipo y la metodología fueron inspiradores para otras iniciativas, destacando la sinergia entre MB Assistance, el CAC, la red comercial, proveedores y clientes.

El programa se ha convertido en *benchmark* para otros mercados, y ha superado las expectativas de muchos clientes.



FleetBoard

Implementamos Fleetboard. Servicio para clientes de vehículos comerciales que transmite datos de flota y permite maximizar la rentabilidad del negocio optimizando costos, teniendo en cuenta el ciclo de vida útil del vehículo, el consumo de combustible y el mantenimiento. Disponible a través de internet, utilizando servicio de telemática permite la comunicación permanente entre el vehículo y la central del usuario. La gestión de vehículos FleetBoard permite el acceso a los datos técnicos del vehículo (en principio disponible en Argentina en Actros).

Las funciones del Fleetboard:

- Evaluación del desempeño del vehículo y conductor relativos a los conceptos de conducción económica y defensiva
- Registro de viajes y pausas
- Geolocalización del vehículo
- Análisis y evaluación de los datos disponibles del vehículo a través de la comunicación remota e Internet
- Pronóstico de mantenimiento preventivo y fallas activas en el vehículo
- Datos relativos a las condiciones técnicas de la unidad (desgaste de frenos, nivel de aceite, etc.)



5.1 Red de Concesionarios

GRI G4-12

Nuestra máxima meta es la satisfacción del cliente, y su logro depende –en gran medida– del rol de los concesionarios, ya que son nuestros ojos y oídos ante nuestros clientes.

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

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

Contamos con **políticas comerciales** que fusionan nuestros objetivos y los 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.



Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Cientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



Programas de incentivos para concesionarios

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

StarClass Argentina: Respaldo por una organización y un trabajo orientados hacia la excelencia y la satisfacción del cliente, “StarClass Argentina” tiene los siguientes objetivos: lograr la satisfacción del cliente, mejorar los procesos e imagen de la 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 de 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.

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.

Centro de Capacitación a Talleres y Concesionarios

La Gerencia Training Center brinda a los concesionarios y sus empleados capacitaciones comerciales y técnicas para las áreas de ventas y postventa, además de los programas de certificación diseñados por el Grupo Daimler.

Contamos con un centro de capacitación, integrado por instructores certificados a nivel mundial y dedicados exclusivamente a la capacitación de postventa. Cuenta con 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.

**Anualmente dictamos cerca de 300 cursos,
con una asistencia superior a 2.300 participantes.**



Los principales programas que ofrecemos desde el Training Center son:

- **Programas de certificación:** C-Sales (certificación de los vendedores), C-Management (certificación de Gerentes de Venta y Postventa), C-Service (certificación de los asesores de servicio), C-Parts (certificación de los vendedores de repuestos y accesorios) y C-Diagnosis (certificación de los técnicos en diagnóstico).
- **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.

El Centro de Capacitación también cuenta con programas de entrenamiento de postventa, calificados por el Global Training de Alemania, para garantizar el nivel de conocimientos de la red de concesionarios a nivel mundial. Ellos son: jefe de taller, jefe de repuestos, especialista en procesos de repuestos, especialista en garantías, recepcionista de servicio, técnico en mantenimiento y cuatro perfiles de técnico en sistemas (tracción, suspensión, confort y seguridad, telemática).

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Cientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	-------------------------	------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------



Mercedes-Benz Retail Certification

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

En línea con las buenas prácticas de Daimler, implementamos –junto con la red de concesionarios– 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.

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).

Asimismo, contempla las 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.



4ª Edición de “Mercedes-Benz Global TechMasters”

Esta competencia premia a los mejores especialistas de Postventa de Automóviles de la red comercial, en el certamen que se realiza a nivel mundial entre las filiales del Grupo Daimler. Se trata de un programa de motivación, incentivo y calificación, que tiene como objetivo impulsar el máximo desempeño y la excelencia en el servicio a nuestros clientes.

En 2016, el área de Training Center Ventas y Postventa fue reconocida bajo el programa “Committed to Win, Global TechMasters”. El premio otorgado consistió en la entrega de la suma de 6.000 euros a una entidad benéfica de presencia global que trabaja en Argentina.

Así fue como el equipo de Training Center Ventas y Postventa seleccionó a la Fundación Médicos del Mundo. Gracias a esta colaboración, la fundación Médicos del Mundo recorrió la provincia de Tucumán con una Vito Furgón, brindando ayuda a las víctimas de las catástrofes climáticas.

Nuestro objetivo es tener una red de concesionarios certificados en la norma ISO 9001, por lo que a través del Proyecto Mercedes-Benz Retail Certification, pretendemos lograrlo.

- Los números de nuestro programa confirman nuestro compromiso:**
- **29 Concesionarios** (todos casas centrales y 2 de ellos versión 2015), certificados en ISO 9001: 2008 a la fecha
 - **14 Concesionarios certificados** en el período 2015-2016
 - **1 Concesionario** en proceso de certificación (etapa de consultoría)
 - **2 Nuevos concesionarios** próximos a iniciar proceso de certificación

Asistencia y capacitación a flotas

En colaboración con el área de Ventas, elaboramos el plan anual de visitas y capacitaciones para empresas de camiones semipesados y pesados, que desean mejorar la capacitación del personal de conducción, buscando optimizar el rendimiento general de la flota.



Las actividades se basaron en: mantenimiento general de camiones, electricidad y diagnóstico de camiones, mantenimiento general de buses, electricidad y diagnóstico de buses, actualización y novedades O 500 RSD y O 500 UA e implementación de Euro V - SCR (nuevo).

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.) y 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) y actividades conjuntas con proveedor de neumáticos (Fate).

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

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

	2016		2015	
	Cursos	Participantes	Cursos	Participantes
Conducción Económica	38	278	56	269
Cursos técnicos (mantenimiento, diagnóstico, electrónica, etc.)	40	450	15	200
Total	78	728	71	469

Encuestas de Satisfacción de Clientes y Concesionarios

Regularmente evaluamos la satisfacción de los clientes con nuestros concesionarios, así como también de nuestros concesionarios con Mercedes-Benz Argentina.

Satisfacción de clientes	2016
Volverían a comprar en el mismo concesionario	95%
Satisfacción general en ventas	92%
Satisfacción general en postventa	92%

Satisfacción de concesionarios de automóviles	2016
Satisfacción general con Mercedes-Benz Argentina	7,5
Nivel de satisfacción con la calidad de los vehículos	7,6
Satisfacción general con Mercedes-Benz Financiera	7,3

5.2 Centro de Atención al Cliente (CAC)

El CAC está ubicado en las oficinas de la Casa Central y cubre la atención a reclamos, consultas, solicitudes de información, inquietudes o sugerencias, realizadas a través de nuestra línea telefónica gratuita, vía web, e-mail o carta, sobre productos y servicios de Mercedes-Benz Argentina, Mercedes-Benz Financiera y Mercedes-Benz Plan de Ahorro.

Además de la atención al cliente, se realizan encuestas de calidad, se atiende el programa Mercedes-Benz Assistance y el Dealer Center (para atención a concesionarios), además de Telemarketing, entre otras.

El CAC funciona de lunes a viernes de 8 a 20 horas, para Mercedes-Benz Argentina, y de 9 a 18 horas, para Mercedes-Benz Financiera y Mercedes-Benz Plan de Ahorro.

Nuestros objetivos son detectar las necesidades de los clientes, mantener a los clientes satisfechos, atender en tiempo y forma al 100% de los clientes que se contactan, contribuir a su fidelización, brindar *feedback* a la organización, centralizar y canalizar, a través del CAC, todos los reclamos, consultas y otros contactos de clientes/prospectos, a fin de solucionarlos de la manera más rápida y coordinada posible, realizar seguimiento y control de los procedimientos aplicados por el personal involucrado en resolver cada uno de los casos, restablecer y promover la relación entre el cliente y el concesionario y fomentar una actitud de satisfacción al cliente.

Tipos de contacto		2016	2015
Telefónico		59.665	68.098
Web/mail		21.439	30.457
Legales		29	59

Nivel de servicio	Objetivo	MB Argentina 2016	MB Plan de Ahorro 2016	MB Financiera 2016
Nivel de atención	Al menos 85%	96%	89%	89%
Nivel de servicio	Al menos 80%	96%	78%	80%
Tasa de abandono	Hasta 5%	1%	6%	5%

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

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



“Mercedes-Benz, en conjunto con Automotores El Condor, recepcionó y solucionó nuestra inquietud poniendo a disposición la compra de un 0 km adaptado con un elevador para el ascenso y descenso de personas en sillas de ruedas o carros eléctricos, unidad que ya se encuentra operativa en nuestra empresa.”
Cliente Mariana Berro de “Caracol Internacional Viajes y Turismo” Puerto Iguazú.



Manual del Centro de Atención al Cliente

Destinado a todos aquellos involucrados en la atención al cliente, con el objetivo de brindar información uniforme y consistente para proveer a los clientes asistencia de alta calidad. A su vez, este manual especifica la metodología de trabajo del Centro de Atención al Cliente de Mercedes-Benz Argentina S.A. Para ello se definen las normas, funciones, objetivos, procesos, estándares y políticas para la unificación de criterios, y el óptimo funcionamiento del CAC. También, es el instrumento de apoyo para la inducción al sector, y se utiliza como fuente de consulta permanente para el equipo.

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, 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 2016	Puntuación 2015
Reclamaciones	Índice de reclamación:	1.454	1.684
	número de reclamaciones/ número de clientes	18,0%	21,8%
Reclamaciones/ resoluciones	Resolución de incidencias:	100	1
	número de reclamaciones resueltas/ número de reclamaciones		
Tiempo medio empleado en la resolución de incidencias	Días	10	5

Customer Satisfaction Index (CSI) de Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina

En Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina medimos la satisfacción general experimentada por nuestros clientes de servicios financieros con el Customer Satisfaction Index (CSI). Los resultados del período fueron los siguientes: 2016: 87% y 2015: 95%.

Consideramos que una de nuestras principales ventajas competitivas para llegar al 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.

Ellos 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.





5.3 Mercedes-Benz Assistance 24 Horas

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 la Argentina y en los países limítrofes, las 24 horas los 365 días del año.

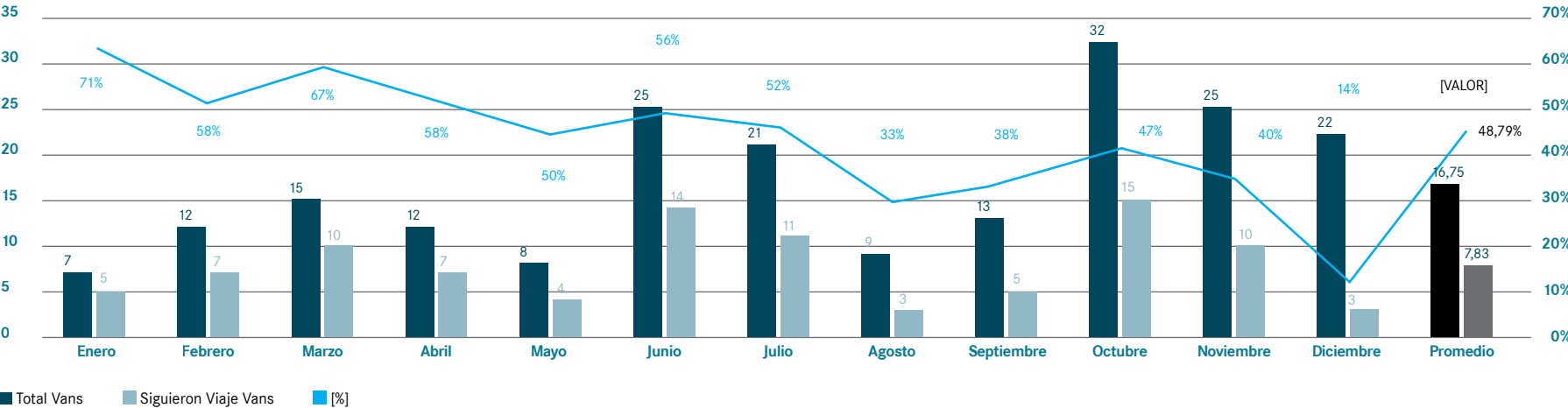
Entre los principales servicios que incluyen los programas se destacan: asistencia mecánica (ligera y talleres móviles que realizan reparaciones in situ), remolque/Traslado, asistencia legal, transmisión de mensajes urgencia, custodia del vehículo, alojamiento por

inmovilización del vehículo, desplazamiento por inmovilización/Robo o para búsqueda del vehículo reparado, vehículo sustituto, asistencia médica y conductor profesional.

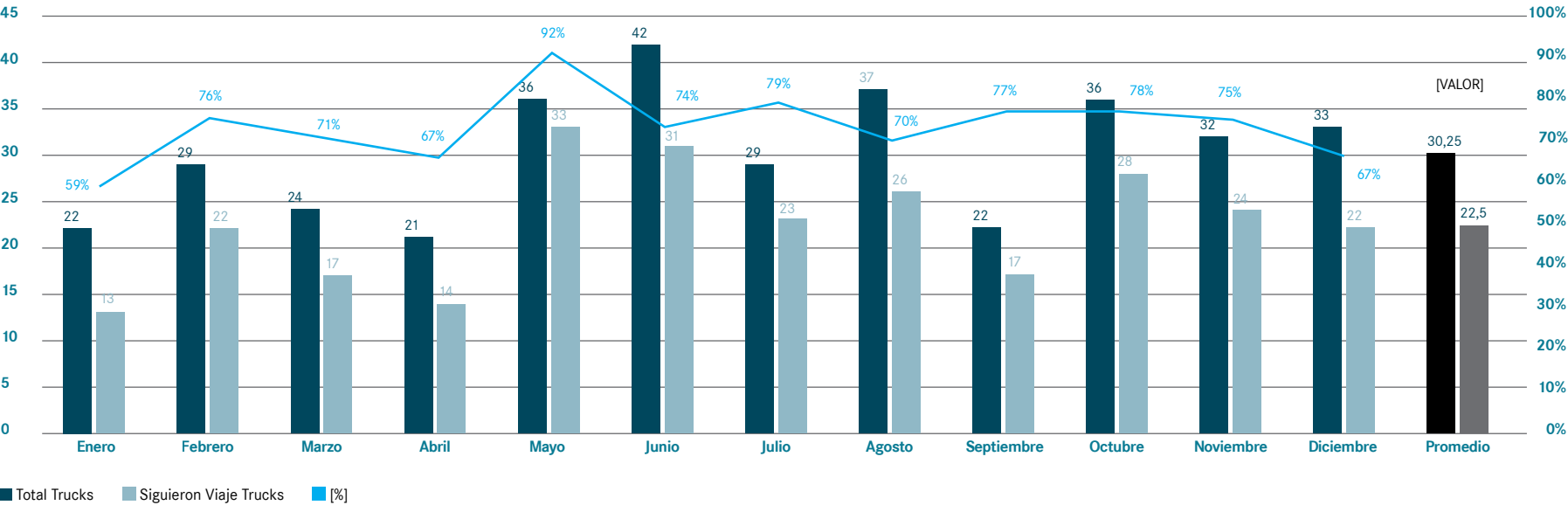
Nivel de Cumplimiento Talleres Móviles: El 85% de los concesionarios responde al llamado de la Asistencia.

Intervención de Taller Móvil: En los siguientes gráficos se detalla, mes a mes, la gestión del servicio *Assistance 24 horas*. Se podrá observar, en la columna “siguieron viaje”, la resolución inmediata del inconveniente frente al total de servicios solicitados.

Assistance 24hs Vans- 2016



Assistance 24hs Trucks - 2016



Encuesta de Satisfacción de Mercedes-Benz Assistance
La encuesta de calidad se realizó al 100% de los clientes. Los resultados que arrojaron fueron los siguientes:

71%

está satisfecho con el servicio en general

67%

está satisfecho con la atención telefónica

78%

está satisfecho con gestión de talleres móviles

92%

recomendaría el servicio

6 Protección Ambiental en Operaciones



6.1 Sistema de Gestión Ambiental

6.2 Green Strategy

6.3 Principales Inversiones y Gastos Ambientales

6.4 Gestión de Recursos

6.5 Energía

6.6 Emisiones

6.7 Residuos

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.

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

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.

6.1 Sistema de Gestión Ambiental

GRI G4-DMA

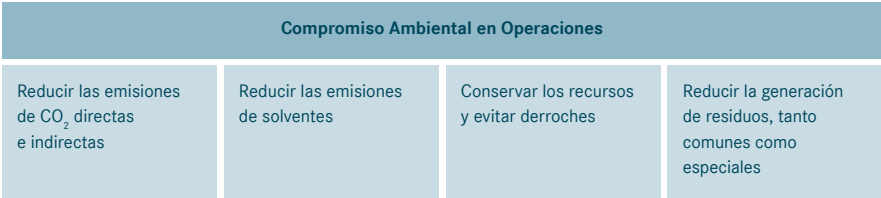
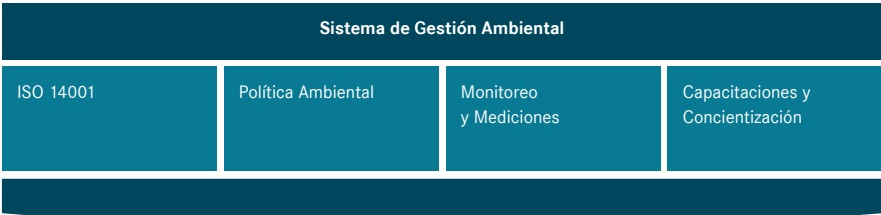
Nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA) cubre todas las operaciones de fabricación de vehículos en el Centro Industrial, desde la recepción de insumos hasta el despacho de los vehículos al concesionario, sean por actividades del personal propio o de terceros. También abarca las actividades de la Casa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

- Práctica y entrenamiento de incendio
- Concientización ambiental al personal ingresante
- Actividades ambientales / Actualización del Sistema de Gestión Ambiental (SGA)
- Capacitación a nuevos multiplicadores / Auditores
- Capacitación a operarios / Puestos con variables ambientales significativas
- Gestión ambiental para empresas contratistas de Mercedes-Benz Argentina
- Capacitación a auditores internos ISO 14001





6.2 Green Strategy

GRI G4-DMA

Es una **campana de concientización ambiental** para colaboradores, en el cuidado del medioambiente a través de pequeñas acciones cotidianas.

La campaña Green Strategy busca generar espacios de concientización y reflexión acerca del cuidado del medio ambiente. En otras palabras, nuestra ambición es llegar a todos nuestros públicos, impulsándolos a tomar conciencia sobre el cuidado ambiental, a través de pequeñas acciones cotidianas.

Acciones implementadas en el período:

- Ambientación de las instalaciones con buenas prácticas sobre como colaborar con el medio ambiente (temas agua, electricidad y papel, entre otros).
- Viralizamos Green Strategy en redes sociales: Twitter y Facebook, extendiendo la concientización a todos los seguidores de nuestra marca, bajo los *hashtags* #100Green-Days y #GreenStrategy.
- A través del mismo canal, ofrecimos la posibilidad de participar de un sorteo por el préstamo de un smart durante una semana.
- En 2015 instalamos tachos de reciclaje en todos los pisos de la Casa Central, y los materiales reciclados fueron donados a la **Cooperativa El Ceibo**, y los papeles y cartones a la **Fundación Garrahan**.
- Contamos con un programa de reciclado de pilas y baterías, que a través de un proveedor especializado en tratamiento de descartes contaminantes, realizamos la recolección de pilas y baterías de uso productivo y particular.



Programa MB VIDA

Incorporamos, para el uso del personal, tazas y vasos acrílicos en nuestro Centro Insutrial Juan Manuel Fangio, y cuencos artesanales en nuestra Casa Central. De esta manera logramos eliminar el consumo de más de 300.000 vasos de plástico por año

6.3 Principales Inversiones y Gastos Ambientales

GRI G4-DMA, GRI G4-EN31

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

Gastos en mantenimiento ambiental (en pesos)	2016	2015	2014
Rubro Agua: Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos	1.696.140	1.599.078	1.056.053
Rubro Aire: Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos	1.696.140	1.599.078	1.056.053
Rubro Residuos: Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos	1.696.140	1.599.078	1.056.053
Rubro Agua: Tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales	126.907	138.874	90.249
Rubro Aire: Tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales	82.500	30.874	-
Rubro Residuos: Tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales	58.306	83.595	49.710
Rubro Suelo: Tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales	-	30.874	-
Rubro Agua: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones	1.797.875	1.466.267	865.337
Rubro Aire: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones	991.692	913.950	394.343
Rubro Residuos: Costo del tratamiento de disposición final	12.615.194	8.461.327	4.314.065
Rubro Suelo: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones	1.353.673	1.036.042	625.213
Rubro Conservación de la Naturaleza: Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones	-	-	-
Total	22.114.567	16.959.045	9.507.076

Inversión ambiental (en pesos)	2016	2015	2014
Rubro Agua: Inversión para el nuevo equipo para la protección del agua	1.608.567	184.543	378.000
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	354.010	-	259.000
Rubro Suelo: Inversión para el nuevo equipo para la protección del suelo	962.707	-	-
Rubro Protección del Clima: Inversión en el aumento de la eficiencia energética y el ahorro de energía	1.955.328	555.716	140.000
Total	4.880.612	1.280.263	1.457.000

6.4 Gestión de Recursos

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

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

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

Para el período de 2017-2018, iniciamos un cambio estratégico muy importante, al reemplazar el actual sistema subterráneo de acopio de hidrocarburos por un sistema aéreo.

Compromiso con el Agua en Planta

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

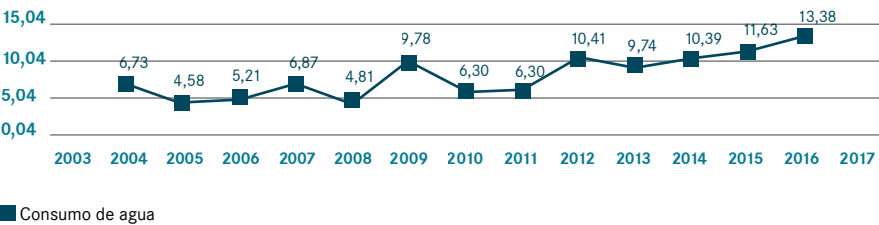
Nos esforzamos en reducir al mínimo el consumo de agua e implementamos técnicas ecoeficientes, tales como circuitos cerrados, como toda mejora a los procesos productivos de nuestras plantas.

Extracción de agua para la producción:

	2016	2015	2014
Volumen extraído	483.485 m³	372.649 m³	361.890 m³

En 2016 instalamos caudalímetros digitales en las bombas de extracción de agua de pozos, para llevar un mejor control del agua extraída. El agua utilizada es extraída del acuífero Puelche.

Consumo de agua [m³/unidad/año]



Planta de Tratamiento de Efluentes

Contamos con una Planta de Tratamiento Biológico de Efluentes Industriales en el Centro Industrial, integrada a 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.

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

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

	2016	2015	2014
Aguas residuales volcadas	213.928 m³	188.412 m³	219.521 m³

Durante el período, 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.
- Reemplazo de filtro prensa para el pretratamiento de las aguas residuales, provenientes de la línea de fosfatizado.
- Desde mediados de 2016, contamos con un equipo automático para el control del parámetro fósforo total en la salida de nuestra planta de tratamiento de efluentes. El mismo realiza un control en la cámara de toma de muestra (punto previo al vuelco) y, a partir de los resultados obtenidos, dosifica automáticamente el producto químico necesario para mantener el efluente dentro de los valores óptimos.



6.5 Energía

GRI G4-DMA, GRI G4-EN5, GRI G4-EN6

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.

INTENSIDAD ENERGÉTICA (MWh/unidad)	2016	2015	2014	2013
Energía eléctrica	1,96	2,04	1,98	1,72
Gas natural	3,06	2,67	2,52	2,31
Gas licuado (GLP)	0,35	0,46	0,54	0,61
Gasoil para producción de EE	0,01	0,02	0,02	0,03
Intensidad energética total	5,39	5,19	5,06	4,67

Energy Team

La protección del medioambiente constituye uno de nuestros principales desafíos actuales. El Energy Team materializa la estrategia global de energía y clima en Mercedes-Benz Argentina.

Un punto clave es la mejora continua de la compatibilidad de nuestros productos y servicios con los objetivos económicos, sociales y ambientales. Por eso, trabajamos para el desarrollo de nuevas tecnologías sobre la producción de nuestros vehículos y en la creación de servicios innovadores. La protección del medioambiente cumple con los requisitos de las **Directrices Ambientales del Grupo Daimler**, cada área contribuye a esta tarea común. Además, exigimos a nuestros proveedores hacer frente a los desafíos ambientales.

Adoptamos la **Estrategia 2020**, que es la estrategia global de energía y clima de la Unión Europea. Desde Daimler y Mercedes-Benz Argentina, trabajamos desde el 2015, creando el Energy Team.



6.6 Emisiones

GRI G4-DMA, GRI G4-EN6, GRI G4-EN15, GRI G4-EN16, GRI G4-EN18, GRI G4-EN19, GRI G4-EN21

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 permite conocer el impacto de nuestras emisiones en el entorno.

EMISIONES GASEOSAS [kg/unidad]	2016	2015	2014
Compuestos orgánicos volátiles (COV)	1,1	2,5	10,4
Óxidos de nitrógeno (NOx)	0,6	0,6	2,3
Monóxido de carbono (CO)	3,2	5,2	0,5
Material particulado (MP)	1,5	0,4	0,3

En 2016, finalizamos las obras de adecuación de conductos para la medición de las emisiones gaseosas. La obra implicó la mejora de las condiciones de acceso y la normalización de los orificios de toma de muestra.

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.

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

Emisiones de GEI	2016	2015	2014	2013
Energía eléctrica [t CO ₂]	14.260	12.415	13.599	13.783
Total emisiones indirectas	14.260	12.415	13.599	13.783
Gas natural [t CO ₂]	10.259	7.915	8.067	8.565
GLP [t CO ₂]	1.467	1.658	2.114	2.773
Gasoil [t CO ₂]	50	95	80	153
Total emisiones directas	11.776	9.668	10.261	11.491
Total emisiones de GEI	26.036	22.083	23.860	25.274

Intensidad de emisiones de GEI	2016	2015	2014	2013
Energía eléctrica [t CO ₂ /unidad]	0,8	0,8	0,8	0,7
Gas natural [t CO ₂ /unidad]	0,5	0,5	0,5	0,4
GLP [t CO ₂ /unidad]	0,1	0,1	0,1	0,1
Gasoil [t CO ₂ /unidad]	0,0	0,0	0,0	0,0
Total [t CO₂ /unidad]	1,4	1,4	1,4	1,2

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 al personal en cuanto al ahorro energético a través de grupo de trabajo *Energy 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.

En 2016, continuamos con el proceso de reemplazo de luminarias existentes por luminarias LED; también con el control diario de estado de las luminarias (encendido / apagado), a cargo del personal de vigilancia.

6.7 Residuos

GRI G4-DMA, GRI G4-EN23

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

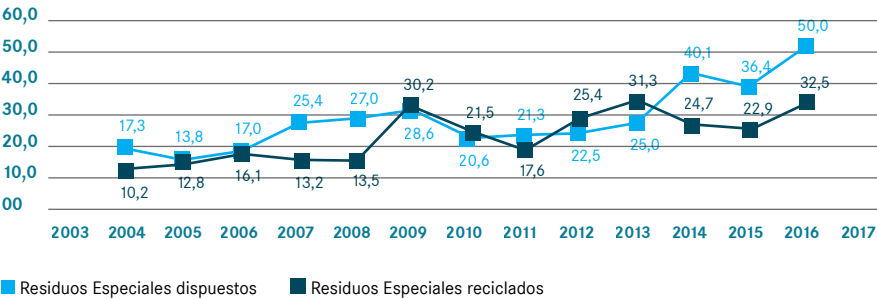
En la planificación de los procesos de producción, es clave la utilización de tecnologías innovadoras y amigables con el medioambiente para minimizar la creación de residuos. Su clasificación, además del cumplimiento normativo, nos permite identificar mejoras en su tratamiento.

Residuos especiales:

Los residuos especiales son generados en el Centro Industrial por la 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.

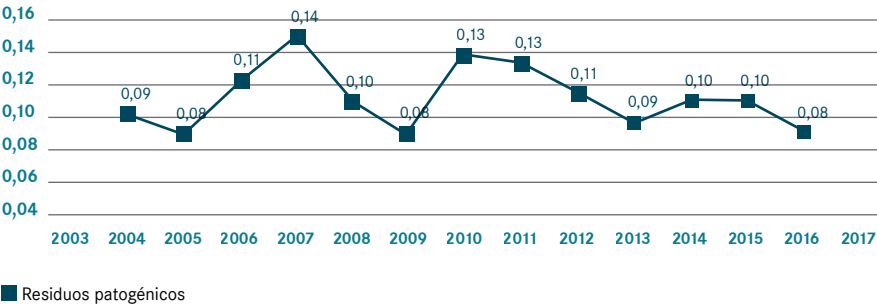
Residuos especiales [kg/unidad]



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 termodestrucción por el operador habilitado.

Residuos patogénicos (kg/empleado)



Residuos comunes:

Existen dos tipos de residuos de acuerdo con su tratamiento: los asimilables a domiciliarios y los residuos comunes industriales. Los primeros pueden ser reciclados o disponerse en rellenos sanitarios, los segundos son los generados en la actividad industrial. Estos difieren de los especiales por su condición no tóxica; pueden disponerse en contenedores y recipientes verdes, grises y naranjas (de acuerdo con el caso), y son recuperados por un operador de residuos industriales no especiales.

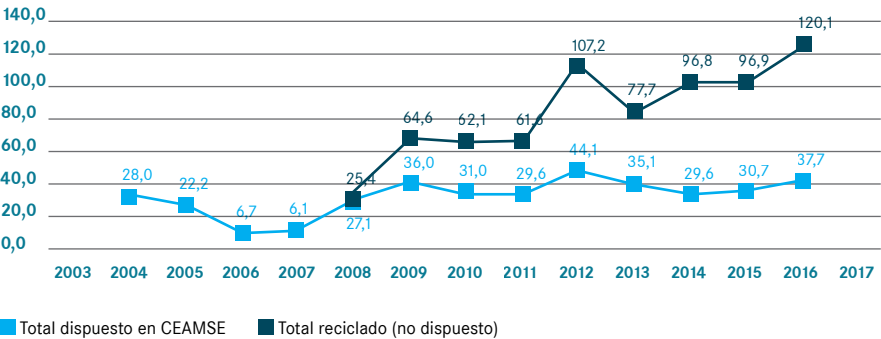


De todos los residuos comunes industriales que se generan en el Centro Industrial, entre el 70% y el 80% se recicla (cartón, papel, madera, plástico en film, chatarra plástica y metálica).

Este porcentaje está compuesto –en gran medida– por los embalajes. De los tipos de embalaje, con los que recibimos las piezas, tenemos dos categorías:

- Metálicos y de madera: se reutilizan, ya que ingresan y vuelven al proveedor.
- Cartón y madera: se reciclan al 100%. Toda la madera que recibimos como embalajes, se reutiliza, y tiene certificación FSC por parte de nuestros proveedores.

Residuos comunes [kg/unidad]



Tratamiento de los residuos en Planta

Industriales	Especiales			Comunes	
Chatarra metálica Destrucción de piezas Desmontajes	Solventes Emulsiones de aceite Barros de pintura Barros de pulmones Ceras	Barros y sólidos con hidrocarburos	Barros de vertido Barros de planta Depuradora	Cartón, madera	Asimilables a domiciliarios
Reciclado	Reciclado	Incineración	Celda de seguridad	Reciclado	Papel Relleno sanitario

		2016	2015	2014
Método de tratamiento	Tipo de residuo	Peso [t/año]	Peso [t/año]	Peso [t/año]
Reciclado	Chatarra metálica	904	740	920
	Residuos especiales (combustible alternativo)	525	375	438
	Papel	5	5	5
	Cartón	1.118	674	667
	Madera	3.995	4.095	2.947
	Plástico de embalaje	91	108	66
	Chatarra plástica	96	56	52
Total reciclado		6.734	6.053	5.095
Disposición directa	Residuos especiales	696	595	709
	Residuos comunes	694	501	522
Incineración (y luego disposición)		113	140	116
Total de residuos		8.237	7.289	6.442
Porcentaje de residuos reciclados sobre total de residuos		82%	83%	79%



Campaña VIDA

En el marco de nuestra política enfocada en reciclar, reducir y reutilizar, lanzamos en diciembre 2015 la Campaña VIDA, que busca conectar a todos nuestros colaboradores con la vuelta a lo artesanal y las costumbres de las antiguas comunidades.

Con el objetivo de evitar el consumo de vasos de plástico, que tardan unos 500 años en degradarse, optamos por reemplazarlos, y fue así que **distribuimos entre nuestros colaboradores tazas cuencos hechos en alfarería tradicional por la ONG “De Todos para Todos - Sumando Manos”**.

Esta campaña implicó bajar el insumo actual de 90.000 vasos de plástico al año.

La Asociación Civil De Todos para Todos - Sumando Manos desarrolla un proyecto productivo mediante el oficio de la cerámica, llamado “CeraM.I.A. (Manos-Ideas-Arte)”. Con la compra de los cuencos, ayudamos a brindar una alimentación saludable a más de 200 niños en su etapa de crecimiento, en el barrio Las Flores, de Villa Martelli.

Esta iniciativa se fortaleció a partir del inicio de la separación de los residuos reciclables en nuestras oficinas de Puerto Madero. Ello se inició gracias al apoyo de la Dirección General de Reciclado de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA) y su red de Cooperativas.

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, mientras que 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 autoelevadores y camiones, el alambrado del sector donde operan los proveedores que recuperan el scrap y la instalación de una nueva oficina de seguridad para el control de la mercadería y del personal.

Durante el período continuamos 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

	2016	2015	2014
Papel reciclado [kg]	11.605	9.068	9.419
Árboles que se evitó talar ^(*)	197	154	160

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

Desde nuestra adhesión al programa en 2000 y hasta la fecha, hemos reciclado 3.214.146 kilos de papel. Esto significa que se evitó la tala de 54.638 árboles medianos.

Incorporamos, para el uso del personal, tazas y vasos acrílicos. De esta manera logramos eliminar el consumo de más de 300.000 vasos de plástico por año.

7 Nuestra Gente



Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social

7.1 Empleo y Diversidad

7.2 Gestión de Clima Organizacional

7.3 Capacitación y Desarrollo

7.4 Salud y Seguridad Ocupacional



7.1 Empleo y Diversidad

GRI G4-DMA, GRI G4-LA 12, GRI G4-9

La **política de Recursos Humanos y HR Compliance** es el marco de las relaciones laborales basadas en los derechos y en las necesidades de los colaboradores, y también en sus talentos y aptitudes.

Los **principios fundamentales de esta política incluyen**: remuneración adecuada, altos estándares de salud y de seguridad ocupacional, modelos flexibles y favorables a la familia y capacitación intensiva.

También contamos con una **Política de Pasantías**, a través de la cual generamos vínculos con algunas universidades, con la intención de descubrir futuros empleados.

A través de la **Política de Diversidad** definimos 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.

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

Empleo por género	Total 2016	2016%	Total 2015	% 2015	Total 2014	% 2014
Femenino	236	10%	209	9%	191	9%
Masculino	2.128	90%	2.069	91%	1.963	91%
Total empleados	2.364		2.277		2.154	
Empleo femenino por categoría	Total 2016	% 2016	Total 2015	% 2015	Total 2014	% 2014
Total Compañía	236		209		-	9%
Operarias	51	22%	34	16%	-	2%
Centro Industrial	76	32%	70	33%	-	10%
Casa Central	93	39%	91	44%	-	14%
Puestos gerenciales	16	7%	14	7%	-	20%
Empleo por edad	Total 2016	% 2016	Total 2015	% 2015	Total 2014	% 2014
Menor a 40 años	1.566	66%	1.521	67%	1.422	66%
Mayor a 40 años	798	34%	756	33%	732	34%
Promedio de edad por categoría	Total 2016		Total 2015		Total 2014	
Jornalizados	38		38		38	
Especialistas	39		39		40	
Jerárquicos	45		44		43	
Total Compañía	38		37		40	
Tipo de empleo	Total 2016	% 2016	Total 2015	% 2015	Total 2014	% 2014
Jornalizados	1.648	70%	1.574	69%	1.470	68%
Pasantes	42	2%	45	2%	49	2%
Jerárquicos	73	3%	67	3%	67	3%
Especialistas	601	25%	591	26%	568	26%
TOTAL	2.364		2.277		2.154	
Tipo de contrato	Total 2016	% 2016	Total 2015	% 2015	Total 2014	% 2014
Temporal	145	6%	284	12%	104	5%
Permanente	2.219	94%	1.993	88%	2.050	95%
Por ubicación	Total 2016	% 2016	Total 2015	% 2015	Total 2014	% 2014
Casa Central	264	11%	273	12%	283	13%
Centro Industrial	2.100	89%	2.004	88%	1.871	87%
Por convenio colectivo	Total 2016	% 2016	Total 2015	% 2015	Total 2014	% 2014
Fuera de convenio	100	4%	99	4%	94	5%
Pasantes	42	2%	45	2%	49	2%
SMATA	1.661	70%	1.586	70%	1.486	69%
APS	561	24%	547	24%	525	24%

- En 2016 se organizó un desayuno cuyo lema fue “Motivados por la diversidad”, en el que participaron reconocidos disertantes que compartieron sus experiencias de vida, como una forma de concientizar y promocionar el respeto y la diversidad.

- Desde 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.

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >	Gestión Sustentable >	Ética e Integridad >	Movilidad Sustentable >	Clientes para Siempre >	Protección Ambiental en Operaciones >	Nuestra Gente >	Compromiso social >
---	---------------------------------------	--------------------------------------	---	---	---	---------------------------------	-------------------------------------



¿Qué es la diversidad en Daimler?

Valoramos diversas opiniones y estilos de vida. Nuestra gente le da a Daimler el poder de impulsar la innovación y de dar forma al futuro de nuestra empresa. Para nuestros negocios globales, aprovechamos al máximo las diferentes experiencias, habilidades y perspectivas. Ellas reflejan la diversidad de nuestros clientes, proveedores, inversores y nuestro entorno general. Todos en Daimler estamos comprometidos con un ambiente de trabajo de respeto mutuo. Es como **moldeamos el futuro de nuestra compañía**.

En Daimler somos más de 282.000 personas de más de 150 países, representando una mezcla vibrante de culturas, competencias y estilos de vida. Con el fin de que la diversidad sea más eficaz, enfocamos nuestros esfuerzos en tres áreas diferentes:

- Best mix:** Equipos mixtos para encontrar mejores soluciones.
- Cultura de trabajo:** La gente da lo mejor de sí en las condiciones de trabajo que se ajustan a sus necesidades.
- Acceso de clientes:** Los clientes son diversos. Estamos interesados en entender y acercarnos en su individualidad.

En 2016, el Grupo Daimler contó con un 17,7% de empleo femenino en toda la fuerza laboral alrededor del mundo, mientras que, a nivel regional, alcanzó el 13,2%. En cuanto a posiciones de Managment Ejecutivo, se alcanzó el 16,7% a nivel global.

7.2 Gestión de Clima Organizacional

GRI G4-DMA, GRI G4-LA2

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 percepción de la incorporación de los valores corporativos.

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

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



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

2012	2014	2016	2018
Daimler Pulse Check	Daimler Employee Survey	Daimler Employee Survey	Daimler Employee Survey

		2016	2014	2012
Encuesta		DES	DES	DPC
Resultados				
Participación	Daimler	76%	70%	77%
	Mercedes-Benz Argentina	61%	75%	76%
Índice de compromiso	Daimler	68%	63%	66%
	Mercedes-Benz Argentina	76%	83%	78%

Premios y reconocimientos en gestión del talento

- **Premio Randstad:** En 2016, los resultados nos ubican nuevamente como una de las mejores empresas donde los argentinos desean trabajar, por lo que siendo ganadores en las tres últimas ediciones, entramos en el Hall de la Fama.
- **Premio Presidente (*President's Award*):** El Premio Presidente (*President's Award*) es el reconocimiento interno de mayor prestigio, ya que fue creado para distinguir a los empleados más meritorios y de más alto rendimiento de Mercedes-Benz Financiera. Los empleados nominan a sus colegas en las diferentes categorías:

- Premio individual** (Individual Award): Se eligen tres ganadores.
- Premio de equipo** (Team Award). Se seleccionan dos equipos de dos a siete miembros.
- Premio líder senior del año:** Se elige un solo ganador.
- Voluntario del año:** Se premia a un ganador.

En 2016, el equipo de Argentina que ganó fue Liquidity Efficiency: Carlos Miret, Gustavo Jorge Díaz, Valeria Carolina Mon, Alejandra Gambaro y Christian Del Valle (Argentina).

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



- **DFS #1 Award:** Es un premio a nivel global que busca reconocer las ideas de los colaboradores de Mercedes-Benz Financiera, que buscan soluciones para motivar a los clientes a mantenerse cerca del mundo de Daimler.

- **Success Stories:** Para los colaboradores de Mercedes-Benz Financiera, y basada en una plataforma digital, este reconocimiento es una gran herramienta para reconocer a nuestros colegas por brindar servicios excepcionales al cliente. Los empleados pueden nominar a sus compañeros para apoyar nuestros valores centrales.

- **Encuesta GPTW (Great Place to Work):** En Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina, realizamos la medición y la gestión de clima interno. En 2016, el resultado fue del 83% de satisfacción de los colaboradores.

- **Ranking Merco Talento:** Empresas que mejor atraen y retienen el talento; en 2015, en el puesto 12° y en 2016, en el 16°.

- **Premio Clientes para Siempre** (ver capítulo Clientes para Siempre)

Prácticas de conciliación entre la vida personal y laboral

A continuación detallaremos las diferentes prácticas de conciliación entre la vida personal y laboral, de las cuales nuestros colaboradores son beneficiarios:

Beneficios vida personal-laboral: Plan médico privado de primer nivel, comedor en planta, transporte para los empleados que trabajan en la planta, días de estudios adicionales, descuentos especiales para empleados en comercios minoristas, política de venta de autos nuevos, política de venta de vehículos usados, préstamos de emergencia y anticipos de sueldo. Reconocimientos especiales y Reconocimiento por antigüedad.

Flexibilidad Jornada: Horario flexible y viernes cortos. Días de estudios adicionales.

Maternidad: Política de Protección de la Maternidad.

Promoción de la salud y bienestar de los colaboradores:

- “En buenas manos”: servicio de frutas para alimentación saludables.

- “Mejor en bici”: contamos con vestuarios con duchas, compresor y espacios para la guarda de bicicletas (tanto para empleados como invitados), con el objetivo de fomentar hábitos de vida saludable y promover el uso de medios de transporte sustentables.

- “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).

- Campo deportivo “El Ateneo”: para empleados, ubicado en el complejo industrial Juan Manuel Fangio.

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, es decir, horizontalmente: reuniones, desayunos de trabajo, 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 verticales, de manera ascendente o descendente: encuestas de clima, canal de denuncias y consultas de Compliance, entrevistas de *feedback* de las evaluaciones de desempeño, diálogos con la Dirección, revista interna, carteleras, e-mailings, Intranet y entrevistas de egreso.

7.3 Capacitación y Desarrollo

GRI G4-DMA, GRI G4-LA9, GRI G4-LA10, GRI G4-LA11

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

Evaluación de Desempeño

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



Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



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.

Programa Recursos Humanos + Cerca

Diseñamos un esquema de asesoramiento para empleados, en el cual, 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 turn over (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.

- Programa Corporativo de Talentos - Módulos de autodesarrollo, autoconocimiento y desarrollo de habilidades de liderazgo. Coaching.
- Programa Mentoring.
- MBA (75% del costo a cargo de Mercedes-Benz Argentina) y Postgrados (50% a cargo de Mercedes-Benz Argentina).

Evaluación LEAD y Portfolio 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.

Programa de Maestros (supervisores de producción)

- Desarrollo para empleados con perfiles técnicos, que ocupan posiciones claves liderando un 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.

Programas de Capacitación

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

Grupo	Programa	Periodicidad
Ready Programa + 1 Step	. Assessment Center	PV44: 2 años
	. Programa de Desarrollo de Profesionales	Programa de Desarrollo de Potenciales
	. Mentoring	(PEP): 2 años
	. Opción para ser candidato al Master del IAE	Plan de Desarrollo Individual (PDI): anual
Talento Promisorio	. Idioma	
	. Programa de Talentos	Programa 3 jornadas
	. Opción para ser candidato a un posgrado	Programa de 2 años
Same Level + Todos	. Idioma	Programas Anuales
	. Plan Anual de Capacitación (PAC)	
	. Plan de capacitación específico (NO PAC)	
	. Idioma	

A lo largo del período, hemos brindado capacitaciones a todos los niveles de la organización.

Empleados mensualizados	2016	2015	2014	2013
Cantidad de horas por empleado	15	11	11	10
Cantidad de horas de capacitación	9.660	6.264	7.385	5.781
Empleados jornalizados	2016	2015	2014	2013
Cantidad de horas por empleado	5	13	12	1
Cantidad de horas de capacitación	7.910	20.673	17.324	1.251
Inversión	2016	2015	2014	2013
Inversión en formación por empleado y por año	689	569	438	n/d

Algunas de las temáticas principales de nuestras capacitaciones fueron:

- **Técnicas:** Calidad, seguridad e higiene, finanzas, contabilidad, control de gestión, comercio exterior, logística, marketing, responsabilidad de producto, plan de negocios y proyectos.
- **Actitudinal:** Trabajo en equipo, comunicación, liderazgo, negociación, toma de decisiones, relaciones interpersonales, innovación y creatividad, relación con clientes, atención al cliente, instrucción a instructores y administración del tiempo.
- **Informática:** Uso de herramientas de informática.
- **Idiomas:** Inglés, alemán y portugués. Los empleados mensualizados participan de clases de idioma en la empresa durante el horario laboral.

Programa Leadership 2020

Continuando con el éxito del Grupo Daimler en la industria, tenemos un nuevo objetivo: establecer una nueva cultura de gestión, que nos asegure que seguiremos siendo exitosos aún en el futuro. Desde 2016, sumamos actividades y diálogos constantes en todas las jerarquías y fronteras nacionales, de manera digital, transparente y en red.

Daimler está impulsando este proyecto y, para esto, se determinaron ocho principios de liderazgo, que definen las actitudes y conductas que fomentan la cultura de liderazgo:

- Propósito: Basamos nuestro liderazgo en la definición de un propósito
- Agilidad: Cambiamos y nos adaptamos con rapidez
- Empoderamiento: confiamos unos en otros y nos inspiramos mutuamente
- Conducción al éxito: queremos ser los mejores en todo lo que hacemos
- Espíritu pionero: Forjamos un futuro visionario con creatividad e ingenio
- Aprendizaje: Aprendemos deprisa y solicitamos la comunicación de opiniones
- Cocreación: Creamos un entorno de interacción para fomentar la colaboración
- Orientación al cliente: Despertamos siempre entusiasmo entre nuestros clientes, y hacemos todo lo posible para que aprecien nuestras marcas

7.4 Salud y Seguridad Ocupacional

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

La seguridad e higiene ocupacional son prioritarias, y trabajamos constantemente para evitar la ocurrencia de accidentes de trabajo y el desarrollo de enfermedades profesionales.

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

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



El área de **Seguridad e Higiene** funciona como asesora y soporte de cada sector en:

- 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.
- Participación 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.

Comité Mixto de Higiene y Seguridad: Allí se resuelven temas relacionados con la salud y 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 las conclusiones de las reuniones del comité son incorporadas a los acuerdos colectivos de trabajo.

En 2015, de acuerdo con la legislación vigente, a este comité se le sumó el comité de Ergonomía, que funciona en el centro desde hace varios años, con el objetivo de tratar temas que afectan la salud laboral, pero que requieren un análisis desde el punto de vista ergonómico, realizado en forma conjunta con el Servicio Médico.

Comité de Salud: En 2015 creamos este comité, con el fin de analizar los puestos laborales, con posibilidades de incorporar personas con restricciones médicas. De esta forma, seguimos trabajando con los sectores de Producción e Ingeniería y con el Servicio Médico, para desarrollar puestos para el personal con capacidades diferentes o con cierto tipo de restricciones.

Ordenamiento de circulación en calles de operación de autoelevadores: En 2016 realizamos una campaña de comunicación y concientización llamada **#RESPETO. CONCIENCIA.ACCIÓN.** Su objetivo fue concientizar a los empleados sobre las acciones que hacemos para cuidar y respetar nuestro lugar de trabajo ante nuestros compañeros y nuestra propia vida.

Programa de Formación en Seguridad en el Lugar de Trabajo: Implementamos este programa para 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.

1.527

Entrenamientos en temas como: aspectos ambientales, autoelevadores, brigadistas, manejo seguro, fbk y fallas, mig mag, plan de emergencia, post accidente, seguridad e higiene, primeros auxilios, entre otros

4.439

Horas totales 2015

1.007

Entrenamientos a personal operarios (concientización en Seguridad Industrial)

592

Entrenamientos a personal operario en tareas específicas (manejo de vehículos industriales, trabajo en altura, riesgo eléctrico, etc.)

8.118

Horas totales 2016

500%

Incremento de acuerdo con el plan 2015 de Seguridad Industrial

Continuamos invirtiendo en el cambio cultural, con el objeto de llevar la seguridad como un valor.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

 Gestión
Sustentable

 Ética
e Integridad

 Movilidad
Sustentable

 Clientes
para Siempre

 Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

 Compromiso
social


Servicio Médico en el Centro Industrial

En materia de salud, en el Centro Industrial contamos con:

- **Servicio médico de 24 horas:** brinda respuesta a emergencias en el lugar de trabajo y realiza estudios ambulatorios de rutina, que son demandados por nuestros empleados.
- **Servicio de rehabilitación y kinesiología.**
- **Profesionales** idóneos para ofrecer servicios de prevención y atención en salud, y para afrontar cualquier contingencia médica en el ámbito del trabajo.
- Actividades de **promoción de la salud y medicina preventiva** como, por ejemplo: capacitaciones en reanimación cardiopulmonar (RCP), primeros auxilios para brigadistas y simulacros de incendio y de evacuación en distintos edificios del Centro Industrial y en Casa Central.
- En 2016 se incorporó un **servicio de ambulancia** con médico y enfermero durante el turno nocturno, fines de semana y feriados, de manera de garantizar la cobertura

de salud de todos nuestros empleados, incluyendo aquellos momentos en los que no estamos produciendo.

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.

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, no habiendo detectado casos en este período.

Año	Unidad de negocio	Total de horas laborales	Accidentes en el trabajo			Días perdidos de trabajo	Accidentes fatales de empleados Mercedes-Benz Argentina	Accidentes fatales de contratistas	Frecuencia de accidentes (cantidad de accidentes con, al menos, 1 día laboral perdido por 1 millón de horas de asistencia)	Tensión de accidentes (número de días de trabajo perdidos a causa de accidentes de trabajo por cada 1 millón de horas de asistencia)
			Total	Sin pérdida de días laborales	Con, al menos, un día laboral perdido					
2016	Vans	2.446.164	244	81	163	2.517	0	0	66,6	1.029
	Buses	263.941	31	13	18	186	0	0	68,2	704
2015	Vans	2.388.414	174	80	94	1.265	0	0	39,4	530
	Buses	246.297	31	13	18	219	0	0	73,1	889
2014	Vans	2.341.871	209	117	92	2.418	0	0	39,3	1.033
	Buses	250.241	20	11	9	156	0	0	36,0	623



Indicador “Sickness Rate”

Este indicador muestra el porcentaje acumulado de horas perdidas por enfermedad y accidentes, en relación con las horas teóricas de trabajo del personal.

Sickness Rate	2016	2015	2014
Enfermedad	4,0	3,8	3,8
Accidente	1,5	0,8	1,2
Total	5,5	4,6	5,1
Objetivo	4,5	4,5	4,0

8 Compromiso Social



- 8.1 Educación y Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio
- 8.2 Voluntariado Corporativo
- 8.3 Arte y Cultura
- 8.4 Deporte
- 8.5 Comunidad Argentino-Alemana
- 8.6 Donaciones y Patrocinio

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

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:

Compromiso Social					
Educación	Voluntariado Corporativo	Arte y Cultura	Deporte	Comunidad Argentino-Alemana	Donaciones y Patrocinio

8.1 Educación y Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio

Tenemos la plena seguridad de que la educación es la fuerza multiplicadora de oportunidades.

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. Es una institución educativa privada de fábrica, creada por Mercedes-Benz Argentina en 1962, con el objetivo de fomentar la igualdad en el acceso a los conocimientos y a las competencias.

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 profesionales en la Planta de Mercedes-Benz Argentina. A lo largo de estos años hemos articulado, también 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.



“Somos una Escuela Técnica que nació como una iniciativa de Mercedes-Benz Argentina hace 55 años en el marco de sus programas de Desarrollo Social. Brindamos la oportunidad de acceder a una educación técnica de calidad y contribuir a la igualdad de oportunidades en Virrey del Pino, La Matanza.”
Cristian Pallero,
Director de la Escuela Técnica Fundación Fangio

La Escuela es gratuita y está abierta a toda la comunidad; por ello, sus alumnos provienen mayoritariamente de la localidad de Virrey del Pino y zonas aledañas. La administración de la Escuela está a cargo de la Fundación Museo del Automovilismo Juan Manuel Fangio y Mercedes-Benz Argentina, quien también aporta los fondos para solventar los gastos de la Escuela, además de colaborar con la logística y otros recursos necesarios para su funcionamiento.

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.

Egresaron más de 1.500 alumnos de nuestras aulas. Hoy en día más de 128 de ellos forman parte de nuestro equipo de trabajo como: operarios, supervisores, gerentes, empleados o proveedores.

Actualmente, cuenta con una matrícula de 221 alumnos, compuesta por 184 varones (83%) y 37 mujeres (17%). Además, cuenta con un plantel de 39 docentes y 2 personas administrativas.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



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.
- La escuela ha incorporado, en forma extracurricular, el idioma alemán, además del inglés obligatorio.
- Desde 2013, se han incorporado las prácticas profesionales, 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%, es decir que se reciben 7 de cada 10 alumnos que ingresan.

Para más información consultar en: www.esctecnicafangio.edu.ar

Videos sobre la Escuela Técnica:

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

<https://www.youtube.com/watch?v=3CWpWsTpSvE&t=3s>



Una vez más, La Escuela participó del Desafío ECO

Dos de los alumnos de nuestra Escuela Técnica nos representó en la 5a edición de Desafío ECO. Se trata de un Campeonato Nacional, donde participan Instituciones Educativas de Nivel Medio y Polimodal, en la cual los alumnos constituyen un vehículo de emisión cero, basados en un reglamento supervisado por el ACA-FIA. El Desafío ECO es un evento que vincula la educación y la ecología, conservando los valores de la Sustentabilidad, el deporte y la fraternidad entre los jóvenes.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social

Polo Educativo en el Predio del Centro Industrial

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

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

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

Recibimos a más de 400 chicos en el Polo Educativo del Centro Industrial



En octubre de 2015, más de 400 chicos estuvieron en el Polo Educativo participando en tres iniciativas de RSE que promueven la educación y la inclusión social.

En articulación con la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio, la Fundación Cimientos y el sindicato SMATA, desarrollamos, en simultáneo, tres jornadas que fomentan la educación y el desarrollo de chicos con menos recursos de la zona.

La Escuela Técnica realizó la segunda fecha del curso de ingreso que efectúa anualmente, en el que asistieron más de 120 chicos de 11 a 12 años. Se trata de un ciclo de cuatro sábados de jornadas completas, en las que, los aspirantes a obtener una de las 36 becas para ingresar a estudiar en forma totalmente gratuita en la Institución, reciben clases y completan exámenes, que los habilitan con el único requisito de puntaje en su rendimiento.

En la misma jornada, recibimos a 180 chicos y 30 voluntarios, entre la ONG y nuestra empresa, que participaron en la **Jornadas de Encuentros de Becados 2015, del Programa Futuros Egresados de la Fundación Cimientos**.

El objetivo fue ofrecer, a los alumnos becados de La Matanza, un espacio para la exploración de los propios intereses y el desarrollo de actividades de integración.



Otras acciones en 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. Desde 2009 apoyamos a 45 estudiantes del partido de La Matanza, reciben asistencia económica y tutorial para concluir sus estudios secundarios.
- **Becamos dos personas pertenecientes a organizaciones de la sociedad civil, en el Posgrado en Dirección y Gestión de Organizaciones Sociales, Escuela de Administración y Negocios Universidad de San Andrés.**
- **A través de Comunia, promovemos las habilidades de comunicaciones 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 Asociación Civil Grupo Puentes:** Apoyamos a 6 becarios universitarios.
- **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.
- **Proyecto Pizarrones:** Junto a la Unidad Penitenciaria N° 43, localizada en la Matanza, y la Oficina Judicial dependiente de la Procuración General Provincial, realizamos una donación de madera de descarte del Centro Industrial para el proyecto "Pizarrones", que consiste en la realización de productos de carpintería para instituciones educativas, con el fin de mejorar la inclusión, la equidad educativa y colaborar activamente con la comunidad de Virrey del Pino.
- **Encuentro Anual de Directores de Escuelas Técnicas:** Con motivo del Encuentro Anual de Directores de Escuelas Técnicas, organizado por A.E.A (Asociación Empresaria Argentina), recibimos, en las instalaciones de nuestro Centro Industrial y la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio, a los representantes y directores de las escuelas técnicas de la Ciudad de Buenos Aires de la Provincia de Buenos Aires.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



8.2 Voluntariado Corporativo

YO SUMO Acciones que Transforman

Funciona gracias al tiempo y a la solidaridad de nuestros voluntarios, y, en conjunto con las organizaciones de acción social expertas, pudimos sumar acciones con:

- El apoyo a los chicos de **A GANAR Juventud & Empleo de Fundación Laureus**, que tiene el objetivo de mejorar las condiciones de empleabilidad de jóvenes de escasos recursos de 18 a 22 años; realiza cada año actividades de formación y deporte como herramienta de desarrollo social.
- Con la **Fundación Dale Vida**, inauguramos dos jornadas de donación voluntaria de sangre en nuestras oficinas, con casi 80 voluntarios en total. Aprendimos mucho sobre cómo ser donantes y la importancia de esta acción.

- Coordinamos jornadas de recreación y cerámica en el **Hogar de Niños María Luisa**.

- Nos unimos a **UMEWIN** para donar juguetes al **Hospital Garrahan**, en el marco de una campaña para donar juguetes por el Día del Niño (por cada tres personas que bajaron la aplicación, desde Mercedes-Benz, donamos un juguete).

UMEWIN es una revolucionaria plataforma de publicidad para dispositivos electrónicos, lanzada en Estados Unidos, que busca mejorar el mundo en que vivimos. Es una *Public Benefit Corporation* Americana.

De manera complementaria, gestionamos una colecta de juguetes, junto al SMATA y al Programa de Fútbol.

- En el marco de la integración de los programas de Responsabilidad Social, a través de la cadena de valor, colaboramos con la gestión de una colecta de alimentos no perecederos, para apoyar al proyecto de la Línea 45, integrante de la ONG **Choferes Solidarios de Lanús**. Fueron dos colectivos llenos de ayuda y voluntarios, para apoyar a la comunidad Toba del pueblo de Presidencia Roca, en la provincia de Chaco.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



8.3 Arte y Cultura

En Mercedes-Benz concebimos al diseño como una forma de expresar conceptos; por eso, asumimos el compromiso de apoyar iniciativas de fomento del arte, la moda, la creatividad y la cultura.

Mercedes-Benz posee, desde la década del '70, una de las colecciones corporativas más importantes del mundo, con más de 1.800 obras de artistas como Jeff Koons, Andy Warhol, Max Bill, Walter de María y Nam June Paik.

Somos **Socios Gran Mecenazgos 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.

Desde 2008 somos sponsor auspiciante del MALBA - Fundación Costantini. Los objetivos principales del MALBA son educar al público y despertar su interés por los creadores latinoamericanos; y contribuir al conocimiento de las producciones culturales de América Latina fomentando el reconocimiento de la diversidad cultural y artística de la región. Mercedes-Benz contribuye con el museo, no sólo a través del patrocinio anual, sino que también apoya el Programa de Educación y su Ciclo de Cine.

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.

Como partner de Fundación arteBA presentamos U-TURN PROJECT ROOMS BY MERCEDES-BENZ, un importante canal de entrada del arte contemporáneo internacional a la Argentina, que cuenta con la presencia de artistas locales y extranjeros. Este proyecto, nacido en 2011, significó un vuelco importante para la feria, en el que la empresa y arteBA pusieron, en manos de un curador independiente, la selección de las galerías y artistas participantes, con un concepto diferente al resto de la feria, y logrando posicionarse como un símbolo de arteBA en el mundo.

Mercedes-Benz Art Talk: Son charlas entre artistas, curadores, periodistas, o coleccionistas para un pequeño grupo de invitados (clientes, vips, prensa, celebrities). Entre 2015 y 2016 se hicieron encuentros en Ruth Bezacar Galería de Arte, con la artista Jazmín López; en la galería Nora Fisch con el artista Amadeo Azar; en la Galería Del Infinito con los artistas Beto de Bolder y Andrés Sobrino; en el MALBA por las muestras de: Pelesello Joven, Jorge Macchi y Yoko Ono; y en el Museo Nacional de Bellas Artes por las muestras de Orozco, Rivera y Siqueiros y de Julio Berni.

Mercedes-Benz Fashion Talks: Es un espacio que creamos donde diseñadores extranjeros brindan una charla para un auditorio lleno de prensa, celebrities, influencers, clientes y amigos de la marca. Desde 2015 se realizó encuentros con Oskar Metsavaht, director

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz >

Gestión Sustentable >

Ética e Integridad >

Movilidad Sustentable >

Clientes para Siempre >

Protección Ambiental en Operaciones >

Nuestra Gente >

Compromiso social >



creativos de la marca Osklen, con el diseñador español Adolfo Domínguez, con Carolina Herrera de Báez, directora creativa de fragancias Carolina Herrera y con Custo Dalmau, diseñador de la marca Custo Barcelona, quien en este evento presentó por primera vez una colección en Argentina.

Impulsamos el diseño emergente creando, junto con FAENA, el **Fashion Edition Buenos Aires (FEBA)**, la principal plataforma de proyección internacional para el diseño joven local.

En busca de la innovación y la experimentación, en FEBA se reconoce el potencial de jóvenes diseñadores locales, y exporta ese talento premiando al ganador con la posibilidad de vivir una experiencia única: desfilan en un Mercedes-Benz Fashion Week.

Buenos Aires International Fashion Film Festival (BAIFFF): Es el primer festival de fashion films de Argentina y la región. Surgió en 2015 y, tras la excelente recepción por parte del público y de la industria del cine, la moda y la publicidad, en 2016 se realizó la segunda edición, que tuvo su cierre con una fiesta en el Mercedes Haus.

Mercedes-Benz Fashion Item: es un espacio donde nuestros clientes pueden encontrarse con distintos diseñadores y vivir una experiencia única en sus talleres. En las ediciones de 2015 y de 2016, fueron protagonistas Nicolás Cuño, fundador de la marca Key Biscayne, Martín Churba y Pablo Ramírez.

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**.



En agosto de 2016, se realizó, en el **Teatro Colón**, el ensayo general para las **Comunidades de la West Eastern Divan Orchestra (WEDO)**, dirigida por el Maestro Daniel Barenboim. La actividad destacada del período fue que los **alumnos de la Escuela Técnica de Mercedes-Benz participaron del ensayo del maestro Barenboim**.

Los alumnos de 1^{er} año, los maestros y el director de la Escuela Técnica Fundación Fangio, participaron de dicho evento. Esta visita significó mucho más que conocer uno de los teatros más importantes del mundo, ya que los chicos aprendieron el mensaje de este gran músico pensador, un mensaje de paz y de unión.

Autoclásica 2016: En nuestro *stand*, a cargo del Club Mercedes-Benz de Argentina “Juan Manuel Fangio”, se le rindió tributo al primer automóvil de la historia, por cumplirse 130 años de su creación: el famoso Triciclo Benz 1886. Allí se expuso una de las 100 réplicas que hiciera Mercedes-Benz en Inglaterra en 1986, en conmemoración de los 100 Años del Automóvil, y que es la única unidad en su tipo que existe, hoy, en la Argentina.

Además, se celebró el 30o aniversario del Museo Fangio de Balcarce, ubicado entre los 25 mejores museos del mundo, exhibiendo el mítico Mercedes-Benz 300 SL 1958, conocido como “la celestita”, que recibiera Juan Manuel Fangio como reconocimiento a su gran trayectoria deportiva.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz

Gestión
Sustentable

Ética
e Integridad

Movilidad
Sustentable

Clientes
para Siempre

Protección
Ambiental en
Operaciones

Nuestra Gente

Compromiso
social



8.4 Deporte

A través de la **Fundación Laureus Sports for Goods**, de la cual somos socios fundadores, y la **Escuela de Fútbol SMATA**, fomentamos el deporte como herramienta para tratar problemáticas sociales de niños y jóvenes.

Los aportes que realizamos a la **Fundación Laureus** durante 2015 y 2016, fueron destinados principalmente a:

- Proyecto "A Ganar", en Virreyes, San Fernando, Gran Buenos Aires
- Proyecto "Granja Andar", en La Reja, Moreno, Gran Buenos Aires
- Proyecto "Mostrando Caminos", en Lobos, Provincia de Buenos Aires

La **iniciativa de la Escuela de Fútbol** nació de voluntarios empleados de la 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.

En Mercedes-Benz apostamos al deporte argentino desde hace años. Estamos presentes no solamente en el automovilismo, sino que también apoyamos disciplinas como fútbol, tenis, polo y golf. Con relación al golf, los **embajadores que tiene nuestra marca alrededor del mundo son los chaqueños Fabián Gómez y Emiliano Grillo**; ambos se destacaron por su desempeño en el período.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



8.5 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 iniciativas y programas de instituciones de interés para la comunidad alemana, como por ejemplo:

- Apoyo anual a la sociedad alemana de beneficencia (DWG).
- Cooperación con la Cámara de Industria y Comercio Argentino Alemana (AHK Argentina).
- Miembros fundadores del Centro Universitario Argentina-Alemania (CUAA-DAHZ).
- Apoyo al Hospital Alemán.

Centro Universitario Argentino-Alemania (CUAA-DAHZ): Además de ser miembros fundadores, brindamos apoyo económico. De esta manera apoyamos el lanzamiento de carreras binacionales, para el fortalecimiento de redes interuniversitarias argentino-alemanas.

Hogar de niños María Luisa: Apoyamos a los niños del hogar con fondos para la gestión administrativa de la organización. Además se realizó contención y acompañamiento a los niños del hogar a través de un taller de cerámica, sumado a la actividad “El árbol de la vida”, con mejoras en la infraestructura edilicia, además de arte como forma de expresión, de la mano de la Asociación Civil De todos para Todos.



8.6 Donaciones y Patrocinio

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. La decisión final le corresponde siempre 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.

Fundación Scholas Ocurrentes: En 2015 se donó 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.

Banco de Alimentos de Tandil: Se realizó un apoyo al Banco de Alimentos de Tandil para la adquisición de una Sprinter, que permitirá potenciar el Programa de Rescate de Frutas y Verduras que lleva adelante el Mercado Concentrador Procosud, de Mar del Plata, al incrementar, en 50 mil kilos anuales, los 100 mil recuperados en la actualidad.

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.

Mantuvimos la colaboración económica otorgada a la **Biblioteca Popular de Virrey del Pino** para asegurar el funcionamiento de esta Institución, y seguimos apoyando a las **Escuelas N° 55 y 106** con donaciones y capacitación.

Sobre el reporte



Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



Informe panel Multi-Expertos - Reporte de Sustentabilidad Mercedes Benz 2015/2016

Un panel de cinco especialistas en ISO 26000 y GRI G4, bajo la dirección de Valor RSE+Competitividad de AMIA-BID-FOMIN, realizaron un análisis en profundidad del borrador del Reporte de Sustentabilidad 2015-2016 de Mercedes Benz. Como resultado se presentó un informe calificado sobre el estado, los desafíos y las oportunidades detectadas en el proceso de reporte y gestión de la sostenibilidad de la empresa.

Los especialistas también trabajaron con ediciones anteriores del Reporte de Sustentabilidad de Mercedes Benz y con reportes de la competencia, con el objetivo de considerar el contexto de negocio de la empresa en el análisis de oportunidades de mejora. A continuación se presenta una síntesis de las conclusiones más destacadas de este trabajo:

Consideraciones generales: Los especialistas del panel coincidieron en destacar la inclusión en la Tabla GRI de una columna con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y esperan que en la próxima edición se reporte un mayor detalle de los ODS que ya se cumplen, y los que son metas futuras. También coincidieron en recomendar cambiar la frecuencia de publicación del reporte, para pasar de un reporte bienal a uno anual.

Coordinación técnica: María Julia Arana: Licenciada en Cs. de la Comunicación (UBA), con especialización del PROCARSSE de la UdeSA. Responsable del área de Relaciones Institucionales en Valor RSE + Competitividad AMIA-BID-FOMIN.

Gobernanza de la organización

El consultor destacó que el reporte incluya el cumplimiento de objetivos en la “estrategia de negocio sustentable”, pero sugiere que se reporten también los objetivos para el próximo periodo 2017-2018. Se recomienda aportar más información sobre la integración de la sostenibilidad dentro del sistema de gobernanza de la empresa. En Compliance, se sugiere incluir información cuantitativa para cumplir con algunos indicadores GRI, sobre todo en el tema de las denuncias y su tratamiento posterior. Se recomienda mejorar la integración de la cadena de valor en temas de Compliance, en especial porque ha sido definida como un asunto material.



Consultor responsable: Eduardo Furio, Contador público, con especialización en finanzas. Consultor independiente especialista en ISO 26000. Consultor certificado en Norma ISO 9001. Integra las comisiones de Sustentabilidad y Balance social del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad de Buenos Aires. Es miembro de la Comunidad Gold del Global Reporting Initiative (GRI).

Derechos Humanos y Prácticas laborales

Se recomienda la formalización de las acciones en una política exclusiva a los Derechos Humanos, en línea con las tendencias de la industria en Argentina. También se sugiere informar sobre el enfoque de gestión en DD.HH. y considerar la realización de un proceso de debida diligencia en DD.HH. en toda la cadena de valor para detectar impactos negativos reales y potenciales, y oportunidades de mejora.

En materia de Prácticas laborales, se destaca que la empresa reporte sobre la promoción e inclusión de género a través de políticas específicas, aunque se recomienda informar sobre la brecha salarial de género y los cambios en promociones con género del periodo. También se sugiere informar sobre salarios mínimos pagados al personal, en línea con las tendencias de la industria en Argentina. En retención de talento, se recomienda extender la encuesta Great Place to Work a todos los negocios de Mercedes. Finalmente se sugiere mejorar la información del personal sindicalizado y dar más información sobre el Comité de salud y seguridad con sindicatos.

Consultor responsable: Viviana Gallo, Consultora y capacitadora en gestión del capital humano. Docente de la cátedra público interno, prácticas laborales, análisis de clima organizacional en Diplomatura de RSE en Universidad de San Martín. Desde 2005 a la actualidad, se desempeña como orientadora familiar.

Gestión ambiental

Se destaca la inclusión de la Política Ambiental. Se sugiere reportar más información sobre la incorporación de tecnologías para reducir el consumo de combustible en los

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



automóviles, incluir indicadores de reducción de emisiones de estas acciones. Se sugiere mejorar la información cuantitativa de la gestión del agua, ya que fue definida como asunto material. Se sugiere mejorar la información sobre gestión ambiental de concesionarios y talleres, en línea con las tendencias de la industria en Argentina. Se recomienda mejorar los valores en relación al consumo energético, de agua, emisiones y residuos por unidad de producto ya que son más elevados que la competencia.

Consultor responsable: Natalia Lecca, Licenciada en Ciencias Ambientales de la Universidad del Salvador (USAL) y Diplomada en RS y Sustentabilidad (UNSAM). Se ha desempeñado como Coordinadora de la Unidad de Medio Ambiente (UMA) de la Secretaría de Industria de la Nación. Actualmente es asesora en la Subsecretaría de Responsabilidad Social del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y consultora independiente en gestión ambiental.

Participación y desarrollo de la comunidad

Se sugieren oportunidades de mejora como la definición de una Política específica de relacionamiento con la comunidad y un marco de planificación de las actividades. Además, se recomienda reportar información cuantitativa periódica de las acciones para asegurar la comparabilidad entre reportes y detectar la evolución del desempeño de la empresa. También se recomienda agregar información contextual de la comunidad a través de una evaluación de impacto social de las comunidades relacionadas con la empresa.

Consultor responsable: Laura Dellacasa, Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA), con posgrado en Organizaciones Sin Fines de Lucro (UdeSA). Se especializa en Diagnóstico, planificación y comunicación estratégica de RSE con enfoque en inversión social y desarrollo de la comunidad. Es consultora en desarrollo de programas de Inversión Social y alianzas con organizaciones de la Sociedad Civil.

Prácticas justas de operación y asuntos de consumidores

Se recomienda mejorar las especificaciones en relación a los procesos de debida diligencia en la cadena de valor en línea con los estándares internacionales. Se recomienda mejorar la información relativa a los programas para proveedores, concesionarios y clientes. Se recomienda detectar oportunidades la satisfacción del cliente, más allá del actor "concesionario", en línea con las tendencias de la industria en Argentina.

Consultor responsable: Cristina López, Contadora Pública, especialista en ISO 26000 y auditora social con amplia experiencia en el gerenciamiento de empresas y organizaciones privadas, tanto nacionales como internacionales. Desde hace 11 años, es presidente de Fundación El Otro y consultora asociada de IRAM.

Acerca
de Daimler y
Mercedes-Benz



Gestión
Sustentable



Ética
e Integridad



Movilidad
Sustentable



Clientes
para Siempre



Protección
Ambiental en
Operaciones



Nuestra Gente



Compromiso
social



Perfil del reporte

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

Este es nuestro quinto Reporte de Sustentabilidad, el cual es elaborado según los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI), de conformidad con la Guía G4, según la opción “Esencial”.

Asumiendo nuestro compromiso de emitir reportes bienalmente, este comprende el período entre el 1 de enero de 2015 y el 31 de diciembre de 2016, plazos coincidentes con nuestros ejercicios económicos 2015 y 2016, siendo el último emitido el correspondiente a 2013 y 2014 y alcanza a Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina S.A. y Mercedes-Benz Plan de Ahorro, ambas compañías controladas por Mercedes-Benz Argentina S.A.

Con este documento, también damos cumplimiento al requisito de nuestra participación en el Pacto Global de Naciones Unidas, de publicar anualmente la Comunicación de Progreso (COP), a modo de rendición de cuentas en cuanto a los 10 principios de esta iniciativa.

Con el espíritu innovador que nos caracteriza, en este reporte incluimos un informe de opinión elaborado por un panel de stakeholders expertos en distintas materias, con el objetivo de brindar un análisis más profundo a su elaboración, como así también de nuestra gestión sustentable.

Es por ello que, producto del mismo, se han identificado oportunidades de mejora en la exposición de determinada información de este reporte y otras, que serán consideradas en futuros planes de acción.

Para comentarios, sugerencias o consultas relativas al reporte o a su contenido, el punto de contacto es: sustentabilidad@daimler.com.

A continuación, incluimos el índice de contenidos del GRI según la opción “Esencial”, donde brindamos la referencia que da respuesta a los indicadores de la guía, indicando la página correspondiente. También, incorporamos una columna en referencia a los principios del Pacto Global, y la referencia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de acuerdo con los documentos de vinculación de dichas iniciativas.

Índice de contenido GRI





Índice de contenido GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES						
Contenidos básicos generales	Página	Descripción			Pacto Global	ODS
		ESTRATEGIA Y ANÁLISIS				
G4-1	4	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla				
G4-2	15, 21	Describe los principales efectos, riesgos y oportunidades				
		PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN				
G4-3	10	Nombre de la organización				
G4-4	10, 12	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización				
G4-5	10	Lugar donde se encuentra la sede de la organización				
G4-6	10	Países en los que opera la organización				
G4-7	10	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica				
G4-8	10, 12	Indique a qué mercados se sirve				
G4-9	6, 67	Determine la escala y las dimensiones de la organización				
G4-10	6	Composición de los empleados de la organización			PRINCIPIO 6	8. Trabajo decente y crecimiento económico
G4-11	6	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos			PRINCIPIO 3	8. Trabajo decente y crecimiento económico
G4-12	19, 49	Describe la cadena de suministro de la organización				
G4-13	7	Cambios significativo que haya tenido lugar durante el período en el tamaño, la estructura, la propiedad, entre otros				
G4-14	23, 38	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución				
G4-15	23, 30	Elabore una lista de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado				
G4-16	30	Elabore una lista de las asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece				
		ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA				
G4-17	7	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización, y señale si alguna de estas entidades no figura en la memoria				
G4-18	7	Describe el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto				
G4-19	7	Elabore una lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria				
G4-20	7	Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material				
G4-21	7	Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material				
G4-22	7	Describe las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas				
G4-23	7	Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores				
		PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS				
G4-24	26	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización				
G4-25	26	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja				
G4-26	26	Describe el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés				
G4-27	26	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés, y describa la evaluación hecha por la organización				
		PERFIL DE LA MEMORIA				
G4-28	89	Período objeto de la memoria				
G4-29	89	Fecha de la última memoria				
G4-30	89	Ciclo de presentación de memorias				
G4-31	89	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria				
G4-32	89	Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización, facilite el índice de GRI de la opción elegida y facilite la referencia al informe de verificación externa, si procede				
G4-33	87, 89	Describe la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria				

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz	Gestión Sustentable	Ética e Integridad	Movilidad Sustentable	Clientes para Siempre	Protección Ambiental en Operaciones	Nuestra Gente	Compromiso social
-----------------------------------	---------------------	--------------------	-----------------------	-----------------------	-------------------------------------	---------------	-------------------

GOBIERNO				
G4-34	14	Describa la estructura de gobierno de la organización, los comités del órgano superior de gobierno		
G4-37	26	Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno, con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales		16. Paz, justicia e instituciones sólidas 5. Igualdad de género
G4-38	14	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités [] ejecutivos y no ejecutivos; [] independencia; [] antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno; actividades significativas y naturaleza de tales actividades; competencias relacionadas con los efectos económicos, ambientales y sociales		16. Paz, justicia e instituciones sólidas
G4-39	14	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo		16. Paz, justicia e instituciones sólidas
G4-41	33	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses		16. Paz, justicia e instituciones sólidas
G4-45	26	Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Indicar si se efectúan consultas a los grupos de interés en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social		16. Paz, justicia e instituciones sólidas
G4-47	14	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social		
G4-48	7	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización, y que se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados		
G4-49	26	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno		
ÉTICA E INTEGRIDAD				
G4-56	23, 33	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos	PRINCIPIO 10	16. Paz, justicia e instituciones sólidas
G4-57	33	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pos de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento	PRINCIPIO 10	16. Paz, justicia e instituciones sólidas
G4-58	33	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas, y de asuntos relativos a la integridad de la organización	PRINCIPIO 10	16. Paz, justicia e instituciones sólidas
CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Descripción	Pacto Global	ODS
CATEGORÍA: ECONOMÍA				
G4 - DMA	15, 23	Aspecto material: Desempeño económico		
G4-EC1	15	Descripción del enfoque de gestión		
		Valor económico directo generado y distribuido		2. Hambre cero 5. Igualdad de género 7. Energía asequible y no contaminante 8. Trabajo decente y crecimiento económico 9. Industria, renovación e infraestructura
G4 - DMA	23, 75	Aspecto material: Consecuencias económicas indirectas		
G4-EC7	78	Descripción del enfoque de gestión		
		Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras		2. Hambre cero 5. Igualdad de género 7. Energía asequible y no contaminante 9. Industria, renovación e infraestructura 11. Ciudades y comunidades sostenibles
G4-EC8	10	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de estos		1. Fin de la pobreza 2. Hambre cero 3. Salud y bienestar 8. Trabajo decente y crecimiento económico 10. Reducción de las desigualdades 17. Alianzas para lograr los objetivos

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz	Gestión Sustentable	Ética e Integridad	Movilidad Sustentable	Clientes para Siempre	Protección Ambiental en Operaciones	Nuestra Gente	Compromiso social
G4 - DMA	19, 23	Aspecto material: Prácticas de adquisición Descripción del enfoque de gestión					1. Fin de la pobreza 5. Igualdad de género 8. Trabajo decente y crecimiento económico 12. Producción y consumo responsables
G4-EC9	19	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales					
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE							
G4 - DMA	23, 61	Aspecto material: Energía Descripción del enfoque de gestión				PRINCIPIO 8	7. Energía asequible y no contaminante 8. Trabajo decente y crecimiento económico 12. Producción y consumo responsables 13. Acción por el clima
G4-EN5	61	Intensidad energética					
G4-EN6	61, 59	Reducción del consumo energético				PRINCIPIO 8 Y 9	7. Energía asequible y no contaminante 8. Trabajo decente y crecimiento económico 12. Producción y consumo responsables 13. Acción por el clima
G4 - DMA	23, 60	Aspecto material: Agua Descripción del enfoque de gestión				PRINCIPIO 7 Y 8	6. Agua limpia y saneamiento
G4-EN8	60	Captación total de agua según la fuente				PRINCIPIO 8	6. Agua limpia y saneamiento
G4-EN9	60	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua					
G4 - DMA	23, 62	Aspecto material: Emisiones Descripción del enfoque de gestión				PRINCIPIO 7 Y 8	3. Salud y bienestar 12. Producción y consumo responsables 13. Acción por el clima 14. Vida submarina 15. Vida de ecosistemas terrestres
G4-EN15	62	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (fuentes dentro de la organización)					
G4-EN16	62	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)				PRINCIPIO 7 Y 8	3. Salud y bienestar 12. Producción y consumo responsables 13. Acción por el clima 14. Vida submarina 15. Vida de ecosistemas terrestres
G4-EN18	62	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero				PRINCIPIO 8	15. Vida de ecosistemas terrestres 13. Acción por el clima 14. Vida submarina
G4-EN19	62	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero				PRINCIPIO 8 Y 9	15. Vida de ecosistemas terrestres 13. Acción por el clima 14. Vida submarina
G4-EN21	62	NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas				PRINCIPIO 7 Y 8	15. Vida de ecosistemas terrestres 3. Salud y bienestar 12. Producción y consumo responsables 14. Vida submarina 15. Vida de ecosistemas terrestres
G4 - DMA	23, 63, 60	Aspecto material: Efluentes y residuos Descripción del enfoque de gestión				PRINCIPIO 8	3. Salud y bienestar 6. Agua limpia y saneamiento 12. Producción y consumo responsables 14. Vida submarina
G4-EN22	60	Vertido total de aguas, según su calidad y destino					
G4-EN23	63	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento				PRINCIPIO 8	3. Salud y bienestar 6. Agua limpia y saneamiento 12. Producción y consumo responsables
G4-EN26	60	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y de los hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos procedentes de la organización				PRINCIPIO 8	6. Agua limpia y saneamiento 14. Vida submarina 15. Vida de ecosistemas terrestres

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz		Gestión Sustentable		Ética e Integridad		Movilidad Sustentable		Clientes para Siempre		Protección Ambiental en Operaciones		Nuestra Gente		Compromiso social	

Acerca de Daimler y Mercedes-Benz		Gestión Sustentable		Ética e Integridad		Movilidad Sustentable		Clientes para Siempre		Protección Ambiental en Operaciones		Nuestra Gente		Compromiso social	



Para información adicional
sobre nuestra gestión sustentable
y el reporte de sustentabilidad, puede
acceder a nuestro reporte interactivo online:
sustentabilidad.mercedes-benz.com.ar

Coordinación y contenidos:

Josefina Furlong
Responsable
de Sustentabilidad
Mercedes-Benz Argentina S.A.

Asesores externos

AG Sustentable
www.agsustentable.com

Diseño Gráfico

Tholön Kunst,
comunicación visual
tholon.com