



Mercedes-Benz

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

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

**Año 2017**



APOYAMOS  
AL PACTO MUNDIAL

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

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.



Mercedes-Benz

## **Contenidos de la COP 2017**

<b>1</b>	<b>Declaración de continuidad del apoyo al Pacto Global.....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Apoyo a los Objetivos y Temas de Naciones Unidas.....</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Perfil y Estrategia de Mercedes-Benz.....</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>Gobernanza y Transparencia.....</b>	<b>10</b>
<b>5</b>	<b>Prácticas laborales.....</b>	<b>17</b>
<b>6</b>	<b>Prácticas en Cadena de Valor.....</b>	<b>28</b>
<b>7</b>	<b>Comunidad y Derechos Humanos.....</b>	<b>36</b>
<b>8</b>	<b>Medioambiente.....</b>	<b>47</b>



Mercedes-Benz

## 1 Declaración de continuidad del apoyo al Pacto Global

A nuestras partes interesadas:

Me complace confirmar que Mercedes-Benz Argentina reafirma su respaldo al Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y a sus Diez principios en las áreas de derechos humanos, estándares laborales, medioambiente y anticorrupción.

En esta Comunicación de progreso anual, describimos nuestras acciones para mejorar continuamente la integración del Pacto Mundial y sus principios a nuestra estrategia de negocios, cultura y operaciones diarias. También nos comprometemos a compartir esta información con nuestras partes interesadas a través de nuestros principales canales de comunicación.

Atentamente,

Roland Zey

Presidente de Mercedes-Benz Argentina



Mercedes-Benz

## 2 Apoyo a los Objetivos y Temas de Naciones Unidas

### Pacto Global Naciones Unidas

Desde 2015, adherimos y participamos en la Red Argentina del Pacto Global de las Naciones Unidas (el Grupo Daimler, pertenece al grupo *LEAD* del Pacto Global).

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

### Objetivos de Desarrollo Sostenible

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 sostenible, 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*, 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 nuestra gestión.

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



Mercedes-Benz



### 3 Perfil y Estrategia de Mercedes-Benz

#### Perfil de Mercedes-Benz

#### Grupo Daimler en el Mundo

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

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



Mercedes-Benz

## 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.

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 vans, camiones 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 Centro Industrial, contamos con un polo educativo para la zona en que funciona la “Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio”, que lleva 54 años brindando acceso gratuito a la educación técnica.

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

### **Nuestros productos:**

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

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

### **Unidades de Negocio:**

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

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

### **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, firmado en 2010.

La pick-up llamada Clase X 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.

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

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.

### **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, abastecemos los mercados de Estados Unidos y de Canadá.**



Mercedes-Benz

## Gestión Sustentable

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

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

### Pilares de la Gestión Sustentable:

1. Ética e Integridad
2. Movilidad sustentable
3. Clientes por siempre,
4. Protección ambiental en operaciones
5. Nuestra gente y
6. Compromiso Social.

#### Visión:

Siempre ser la mejor opción.

#### Misión:

Ofrecer una experiencia automotriz única y apasionante.

#### Valores:

##### **Pasión.**

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

##### **Respeto.**

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

##### **Integridad.**

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





Mercedes-Benz

### Disciplina.

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

## Objetivos y desafíos de sustentabilidad

Anualmente establecemos objetivos y desafíos para evaluar la sustentabilidad de nuestro negocio que consideran la triple cuenta de resultados. Cada colaborador contribuye desde su puesto y su área, con el cumplimiento de los mismos.

### 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, creamos el *Energy Team*.

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

### Panel Multi-Expertos

Destacamos que, hemos decidido seguir la recomendación del GRI, que propone: *las organizaciones pueden convocar a un panel de grupos de interés para revisar su enfoque general de elaboración de informes de sostenibilidad o para ofrecer asesoramiento sobre los contenidos del informe de sostenibilidad. (GRI. Directrices para el Contenido 102-56).*

Es por ello que incluimos en el proceso de elaboración del último reporte, los aportes de un Panel multi-expertos especializados en GRI y las materias fundamentales de la Guía ISO 26000 pertenecientes al equipo de profesionales del Programa VALOR, RSE+Competitividad.



Mercedes-Benz

De tal manera, nos constituimos en la primera compañía de Argentina, en realizar este tipo de revisión externa para nuestro proceso de elaboración del reporte, e incluso incluimos un resumen del informe recibido en el cuerpo del reporte.

Este panel realizó un análisis de la gestión de sustentabilidad de la empresa, a fin de presentar un informe calificado sobre el estado, los desafíos y las oportunidades detectadas en el proceso de reporte y gestión de sostenibilidad de la nuestra empresa.

Este panel también trabajó contrastando el contenido del reporte actual con ediciones anteriores y con reportes de otras Compañías de la industria, con el objetivo de considerar el contexto de negocios de nuestra empresa en el análisis de oportunidades de mejora.

## **4 Gobernanza y Transparencia**

### **Gobierno Corporativo**

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

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

Roland Zey – Presidente

Diego Tyburec – Director de Recursos Humanos

Leonardo Piccinini - Director de Finanzas y Controlling

Christian Kimelman - Director de Marketing y Ventas Automóviles Argentina

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, participan, como miembro permanente, el Sr. David Velázquez, Presidente de Mercedes-Benz Compañía Financiera.



Mercedes-Benz

## Compromiso con cámaras y asociaciones comerciales

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

### En materia de sustentabilidad:

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
R.E.D. 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 Unidad - 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

### Asociaciones y cámaras empresariales y comerciales:

Organización	Interlocutor de Mercedes-Benz	Tipo de participación	Aportes
ADEFA (Asociación de Fabricantes de Automotores)	Varias áreas	-	Si



Mercedes-Benz

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	Si
ALA (Asociación de Leasing de Argentina)	Mercedes-Benz Compañía Financiera	-	Si
AmCham (Cámara de Comercio de los Estados Unidos)	Relaciones Institucionales	-	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	-	Si

## Grupos de interés y diálogo

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
<b>EMPLEADOS</b>	Empleados jerárquicos, especialistas y jornalizados (tanto de fábrica como de casa central).	Reuniones, encuentros informativos, desayunos, revista interna, carteleros, <i>e-mailings</i> , Intranet, redes sociales.
<b>CLIENTES</b>	Clientes en general, clasificados por productos y servicios.	Revista "Mundo Benz", eventos, <i>e-mailings</i> , <i>call center</i> , encuestas, redes sociales.



Mercedes-Benz

<b>PROVEEDORES</b>	Proveedores por compras productivas, compras anexas y no productivas, tanto de bienes y como de servicios.	Plataforma de sistemas específicos, reuniones, visitas regulares.
<b>CONCESIONARIOS</b>	La red de concesionarios de terceros que distribuyen nuestros productos y servicios.	Reuniones con la Cámara de Concesionarios, <i>workshops</i> anuales y revista Mundo Benz, extranet, <i>e-mailings</i> , reuniones.
<b>ACCIONISTAS</b>	Daimler AG y las otras compañías del Grupo Daimler.	Reuniones de Asamblea y reportes gerenciales directos.
<b>COMUNIDADES, MEDIOS, UNIVERSIDADES Y OTROS</b>	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, <i>e-mailings</i> .
<b>ORGANISMOS DE CONTROL</b>	Autoridades gubernamentales, nacionales, provinciales y municipales y otros organismos de contralor	<i>E-mailings</i> , reuniones.
<b>SINDICATOS</b>	Organizaciones sindicales que representan a nuestros empleados.	Reuniones periódicas.

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

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

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

- ❖ **Perfil de Mercedes-Benz en Facebook:**  
[facebook.com/MercedesBenzArgentina](https://www.facebook.com/MercedesBenzArgentina)
- ❖ **Perfil de Mercedes-Benz en LinkedIn:**  
<https://www.linkedin.com/MercedesBenzArgentina>
- ❖ **Canal de Mercedes-Benz en YouTube:**  
[youtube.com/MercedesBenzArg](https://www.youtube.com/MercedesBenzArg)
- ❖ **Cuenta de Mercedes-Benz en Twitter:**  
[twitter.com/MercedesBenzArg](https://twitter.com/MercedesBenzArg)



Mercedes-Benz

- ❖ **Página web de smart:**  
[www.smart.com.ar](http://www.smart.com.ar)
- ❖ **Perfil de smart en Facebook:**  
[facebook.com/mundosmart](https://facebook.com/mundosmart)
- ❖ **Canal de smart en YouTube:**  
[youtube.com/smartArgentina](https://youtube.com/smartArgentina)
- ❖ **Cuenta de smart en Twitter:**  
[twitter.com/smartArg](https://twitter.com/smartArg)
- ❖ **Página web teneslugar.com**  
[www.teneslugar.com](http://www.teneslugar.com)
- ❖ **Perfil de teneslugar.com en Facebook**  
[facebook.com/teneslugar.com](https://facebook.com/teneslugar.com)

### **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 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.

Esta encuesta incluye a colaboradores, clientes, proveedores, concesionarios, a la comunidad, entre otros.

### **Ciudad Colaborativa**

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.

### **Diálogos con Clientes**

Contamos con el programa “Clientes por Siempre”, donde realizamos encuentros de diálogos con el presidente, concesionarios y empleados. También contamos con un Centro de Atención al Cliente (CAC), incluye la satisfacción de nuestros clientes, de la compañía y concesionarios.

### **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



Mercedes-Benz

capacitación y de diversos programas, existen lugares de encuentro creados especialmente para propiciar la comunicación entre los empleados y el Directorio:

- 1) Charlas con el presidente: Participan todos los empleados, seleccionados aleatoriamente, de Mercedes-Benz Argentina, Circulo Mercedes-Benz y Mercedes-Benz Financiera, buscando crear un espacio de charla informal con el Presidente.
- 2) Encuentros informativos: El objetivo es fortalecer la comunicación directa de la Alta Dirección. En estos encuentros, participan los miembros del Directorio y todo el personal de cada locación, y se da información acerca de resultados y objetivos de los negocios. También, se busca motivar el interés de los empleados en la orientación a resultados, generar compromiso de todos a través de la idea de trabajo en equipo, captar la atención para llegar con los mensajes principales del Directorio y, así, lograr acercar e integrar los niveles gerenciales a todas las categorías del personal.
- 3) Encuentros con la Dirección: Es la oportunidad de los empleados de reunirse con los directores de las distintas unidades de negocios que residen en Alemania, para conversar sobre temas de su área en forma directa. El director, por su parte, puede conocer las sensaciones de bienestar y malestar de los empleados, y es un ámbito en donde estos pueden expresar sus ideas y opiniones y recibir *feedback* de parte de los altos ejecutivos corporativos de la Compañía a nivel global. Cada directivo tiene un objetivo de 6 reuniones anuales.
- 4) Tutorías: En el marco del programa de desarrollo de empleados con potencial, aquellos que forman parte de este grupo tienen como mentor a un director, que sigue su plan de desarrollo individual a través de reuniones mensuales.

### **Diálogos con la comunidad**

Otros espacios que nos permiten discutir también, temas ambientales y sociales con el gobierno y la comunidad son: IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria), IDEA (Instituto para Desarrollo Empresario Argentina), PGNU Red Argentina (Pacto Global Naciones Unidas) y Grupo *LEAD* del Pacto Global de la Naciones Unidas a nivel grupo.

Asimismo, mantenemos un diálogo permanente con la comunidad a través de eventos de RSE, reuniones de diálogo, visitas de relevamiento, conferencias, *e-mailings*. Sobre todo, en la comunidad de Virrey del Pino, con la cual mantenemos estrechas relaciones.

## **Cultura de Integridad**

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



Mercedes-Benz

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.

También contamos con un Código de Conducta para Clientes y Proveedores y otro específico para la Gestión de RR.HH.

### **Directriz Sistema de Denuncias (BPO) y tratamiento de violaciones**

Este mecanismo se basa en la recepción, documentación y tratamiento de denuncias e informaciones suministrado por los empleados. Este medio asegura la posibilidad de denunciar de forma anónima y el tratamiento confidencial de toda la información e identifica requerimientos de capacitación y comunicación dentro de la empresa.

También contamos con **Directriz Obsequios e invitaciones para empleados**, **Directriz Contratación y utilización de intermediarios**, **Directriz Donaciones Caritativas**, **Directriz**





Mercedes-Benz

**Invitaciones a actividades recreativas, Directriz Protocolo de comidas y de actividades recreativas.**

### ***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.

### **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.

### **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.

### ***Compliance* en concesionarios**

Nuestros 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*.

## **5 Prácticas laborales**

La **Política de Recursos Humanos** es el marco de las relaciones laborales basadas en los derechos y en las necesidades de los empleados, y también en sus talentos y aptitudes.

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.



Mercedes-Benz

### **Distinciones en gestión de RR.HH.**

#### **Ranking Merco Talento**

Participamos del Ranking Merco Talento. Este ranking, analiza las empresas que mejor atraen y retienen el talento; en 2017, hemos logrado posicionarnos, considerando solo las empresas del sector automotriz, en el 2° puesto. Y si consideramos a todas las empresas participantes, logramos el 11° puesto en 2017.

#### **Randstad Awards**

Estos premios son un reconocimiento al atractivo laboral que se otorga a los empleadores más atractivos. Las empresas premiadas son las resultantes del Estudio Internacional de *Employer Branding*, realizado por TNS, empresa de investigación independiente.

En los *Randstad Awards*, permanecemos tres años consecutivos en la primera ubicación como la preferida entre 7.000 empresas atractivas donde los trabajadores desean desempeñarse en la Argentina, recibiendo el Premio *Employer Branding*, el más reconocido a nivel mundial.

### **Composición de la dotación**

<b>Empleo por género</b>	<b>Total 2017</b>	<b>% 2017</b>
Femenino	279	11%
Masculino	2214	89%
Total empleados	<b>2.493</b>	<b>100%</b>
<b>Empleo femenino por categoría</b>	<b>Total 2017</b>	<b>% 2017</b>
Total compañía	279	11%
Operarias	50	3%
Centro Industrial	77	19%
Casa central	135	41%
Puestos gerenciales	19	25%
<b>Empleo por edad</b>	<b>Total 2017</b>	<b>% 2017</b>
Menor a 40 años	1.540	62%
Mayor a 40 años	953	38%
<b>Por convenio colectivo</b>	<b>Total 2017</b>	<b>% 2017</b>
Fuera de convenio	114	5%
Pasantes	39	2%
SMATA	1.627	65%
APS	713	29%



## 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.

### ***Evaluación de Desempeño***

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

## Salud y seguridad ocupacional

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



Mercedes-Benz

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

- ✓ 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 a través de:

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

A estos efectos, sus instrumentos principales son:

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

### **Comité Mixto de Higiene y Seguridad (COHISE)**

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



Mercedes-Benz

encontrar soluciones y luego implementarlas. Las minutas y conclusiones de las reuniones del Comité son incorporadas a los acuerdos colectivos de trabajo.

### **Comité de Ergonomía**

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

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

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

## **Servicio Médico**

En el Centro Industrial contamos con:

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



Mercedes-Benz

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

#### **Promoción de la salud y bienestar de los colaboradores:**

- Servicio de frutas para alimentación saludable.
- 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.

## **Desarrollo de personal**

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

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

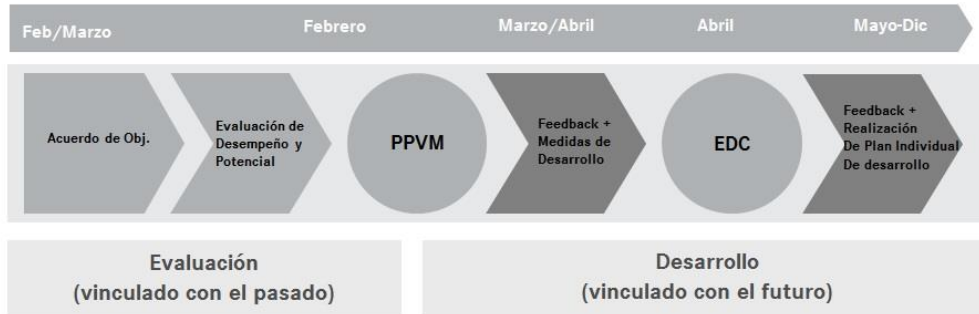
- ✚ **El Proceso LEAD** (Leadership Evaluation And Development): A través de este proceso, buscamos promover el desarrollo de nuestros empleados. Es anual y está estandarizado en todos los niveles de la organización (empleados mensualizados de la empresa y niveles ejecutivos).



Mercedes-Benz

### Etapas del Proceso LEAD

**LEAD** significa **L**eadership **E**valuation **A**nd **D**evelopment y es la base de la evaluación de Desempeño y potencial para los empleados mensualizados.



- ✓ Proceso corporativo anual.
- ✓ Procedimiento estandarizado en todos los niveles de la organización.
- ✓ Desempeño y Desarrollo en un mismo proceso.
- ✓ Validación de las evaluaciones de desempeño con la Dirección.

✚ **El proceso PV44** (Assessment Center o Evaluación de Potencial): Es un proceso estandarizado en el proceso LEAD, cuyo objetivo es validar el potencial de un empleado para ocupar una posición gerencial, así como aportar un mayor grado de objetividad al incluir observadores adicionales al supervisor directo.

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

### Formaciones y Capacitaciones

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



Mercedes-Benz

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

### Programas de capacitación

Los programas de capacitación se dividen entre las temáticas 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 e idiomas.

Asimismo, contamos con programas de desarrollo individual de carrera e implementamos prácticas de desarrollo de competencias actitudinales – sociales, como son los procesos de *mentoring* y *coaching*.

## Leadership 2020

Las empresas necesitamos evolucionar continuamente, siempre preparándonos para los cambios. Los líderes empresariales deben estar a la vanguardia, no sólo para reaccionar mejor a los cambios, sino para ayudar a moldear los cambios creados por las nuevas tecnologías y las prácticas empresariales de manera continua. Eso es lo que está detrás de la iniciativa global de Daimler que llamamos *Leadership 2020*.

Mediante esta iniciativa, se determinaron ocho principios de liderazgo, que definen las actitudes y conductas que fomentan la cultura de liderazgo:

1. Propósito: Basamos nuestro liderazgo en la definición de un propósito
2. Agilidad: Cambiamos y nos adaptamos con rapidez





Mercedes-Benz

3. Empoderamiento: confiamos unos en otros y nos inspiramos mutuamente
4. Conducción al éxito: queremos ser los mejores en todo lo que hacemos
5. Espíritu pionero: Forjamos un futuro visionario con creatividad e ingenio
6. Aprendizaje: Aprendemos deprisa y solicitamos la comunicación de opiniones
7. Co-creación: Creamos un entorno de interacción para fomentar la colaboración.
8. Orientación al cliente: Despertamos siempre entusiasmo entre nuestros clientes, y hacemos todo lo posible para que aprecien nuestras marcas.

### **Programa Recursos Humanos + Cerca**

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

### **Evaluación LEAD y Portfolio de Potenciales**

- ✓ Programa Corporativo PV44. *Assessment Center* con evaluadores internos capacitados para la detección e identificación de competencias de liderazgo.
- ✓ Programa Corporativo PEP - Módulos de disertación y preparación de las competencias y habilidades de los futuros líderes. *Coaching*.
- ✓ *Mentoring*.
- ✓ MBA (75% del costo a cargo de MBA).

### **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.
- ✓ Posgrados (50% del costo a cargo de MBA).

### **PROGRAMA DE MAESTROS (supervisores de Producción)**

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

## **Gestión de clima**

Daimler realiza a nivel global encuestas que le permiten relevar las percepciones y expectativas de sus empleados y directivos. Estas mediciones y algunos *workshops* se realizan



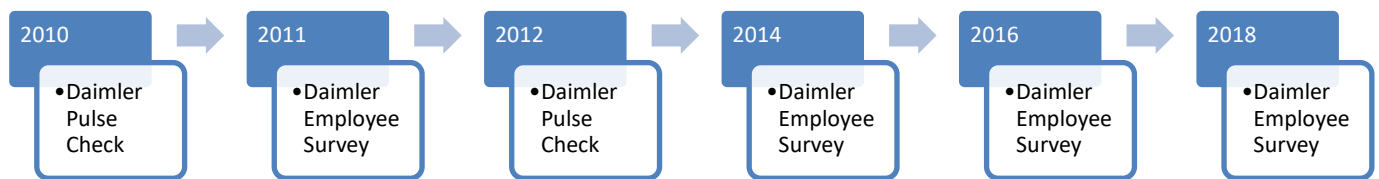
periódicamente y son de participación voluntaria y anónima. Para garantizar la transparencia del procesamiento de datos se contrata un consultor externo para este proceso.

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

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

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

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



## Gestión del reconocimiento

Gestionamos el reconocimiento interno a través de premios:

- Premio Presidente: 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 (Se eligen tres ganadores), \*Premio de equipo (Se seleccionan dos equipos de dos a siete miembros), \*Premio líder senior del año (Se elige un solo ganador) y \*Voluntario del año (Se premia a un ganador).

- DFS #1 Award: 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 colaboradores de Mercedes-Benz Financiera y basado en una plataforma digital; este reconocimiento es una gran herramienta para reconocer a colegas por brindar servicios excepcionales al cliente. Los empleados pueden nominar a sus compañeros para apoyar nuestros valores centrales.



Mercedes-Benz

## Comunicación interna

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

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

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

- ❖ Encuestas de clima: Daimler *Pulse Check* (DPC), Daimler *Employee Survey* (DES) y encuesta *Great Place to Work*
- ❖ Canal de denuncias y consultas de *compliance*
- ❖ *Focus group* en el marco de los análisis de materialidad
- ❖ Entrevistas de *feedback* de las evaluaciones de desempeño
- ❖ Los diálogos con la dirección: Charlas con el presidente, encuentros con la dirección, las tutorías y encuentros informativos.
- ❖ Revista interna, carteleras, *e-mailings*, *intranet*.

## Beneficios a colaboradores

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

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



## 6 Prácticas en Cadena de Valor

### Nuestros Proveedores

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

Las actividades de abastecimiento en Mercedes-Benz Argentina están gestionadas por dos departamentos: Materiales de producción y Compras auxiliares.

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.

#### **Mercedes-Benz *Special Terms* (MBST 36)**

La norma interna MBST 36 se aplica a todo tipo de compra e implica el cumplimiento de los siguientes estándares de sustentabilidad:

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

#### **Proceso de selección de proveedores con criterio sustentable**

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

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



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

## Nuestra red de concesionarios

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*.

### Programas de incentivos a 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:** Respaldado 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



Mercedes-Benz

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



Mercedes-Benz

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).

### **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.

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.

## **Relación con clientes**

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

### **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).





Mercedes-Benz

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.

### **Centro de Atención al Cliente Mercedes-Benz (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.

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.





Mercedes-Benz

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.

### **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 CAC. 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.

### **MB Assistance**

Es el servicio de asistencia que se brinda a los clientes durante el período de garantía para solucionar cualquier eventual problema que pueda presentarse en 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.

### **Programa “Que pueda seguir viaje”**

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

### ***FleetBoard***

Implementamos el *Fleetboard*. Es un servicio de adquisición de datos, disponible a través de internet, utilizando servicios de telemática, que permite la comunicación permanente entre el



Mercedes-Benz

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.)

### **Evaluación de la satisfacción**

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

***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)*.

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.



Mercedes-Benz

## Programa Clientes por 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:

	<p><b>La Voz del Cliente:</b> Consiste en visitas al <i>call center</i> por parte de empleados de otras gerencias, para conocer las actividades realizadas y escuchar, <i>in situ</i>, reclamos, asistencias y ventas, entre otros. Hemos realizado 40 ediciones con la participación de 112 empleados.</p>
	<p><b>Paneles de Discusión:</b> En estos ámbitos de intercambio participan los titulares de los concesionarios de nuestra red, directivos de la división <i>Trucks</i>, y el CEO de Mercedes-Benz Argentina.</p>
	<p><b>Taller Experiencia Cliente:</b> 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.</p>
	<p><b>Charlas con el Presidente:</b> 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.</p>



Mercedes-Benz



**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 Clientes para Siempre.

## 7 Comunidad y Derechos Humanos

### Inversión social

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

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

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

#### ✚ Educación

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** (única Escuela Técnica privada de fábrica gratuita del país, considerada una de las de más alto nivel) que responde al objetivo de contribuir a la integración, desarrollo y promoción de la comunidad donde operamos.



Mercedes-Benz

### **Voluntariado corporativo**

Fomentamos la participación voluntaria de los colaboradores de la Compañía, dándoles la posibilidad de ayudar a quienes más lo necesitan y generando —en ellos— el valor de la satisfacción y el crecimiento personal.

A través del programa ***Yo Sumo Acciones que Transforman***, contribuimos con la Fundación Laureus en varios proyectos para mejorar las condiciones de empleabilidad de jóvenes de escasos recursos, entre otros programas de voluntariado con diversas ONGs, como el Hogar de niños María Luisa, la Fundación Garrahan y la Fundación Dale vida.

### **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.

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.

### **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.

En Mercedes-Benz poseemos, 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.

#### **Museo Nacional de Bellas Artes**

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

#### **MALBA - Fundación Costantini**

Desde 2008, somos patrocinantes 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



Mercedes-Benz

reconocimiento de la diversidad cultural y artística de la región. Contribuimos con el museo no sólo a través del patrocinio anual, sino que, también, apoyamos el Programa de Educación y el Ciclo de Cine.

### **Ley de Mecenazgo**

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.

### **Fundación arteBA**

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*).

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.

### **Fashion Edition Buenos Aires (FEBA)**

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*.

Mercedes-Benz Fashion Item: Es un espacio donde nuestros clientes pueden encontrarse con distintos diseñadores y vivir una experiencia única en sus talleres.

Asimismo, 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, Museo de Arte Contemporáneo, entre otras.



**Comunidad Argentino-Alemana**



Mercedes-Benz

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

### **Centro Universitario Argentino-Alemán (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.

### **Donaciones y patrocinios**

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.

## **Educación**

Nuestro principal proyecto educativo en la Argentina y uno de los cinco más importantes, del Grupo Daimler a nivel mundial, es nuestra **Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio**. La Escuela es una institución educativa privada de fábrica, creada por Mercedes-Benz Argentina en 1962, con el objetivo de fomentar la igualdad en el acceso a los conocimientos y a las competencias.

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



Mercedes-Benz

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

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

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

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

Actualmente, cuenta con una matrícula de 222 alumnos, compuesta por 184 varones (83%) y 37 mujeres (17%). Además, cuenta con un plantel de 49 docentes y 1 persona administrativa. Además de las tareas educativas correspondientes, también realizamos otras actividades con los alumnos:

- ❖ La Escuela desarrolla un programa de campamentos, que los consideramos relevante para mejorar la integración con la Escuela y la política de convivencia. Los principales son:
  - 1.<sup>er</sup> año: Actividad de “Convivencia” en la Escuela.
  - 2.<sup>do</sup> año: Tres días de campamento en Máximo Paz, Bs. As.
  - 3.<sup>er</sup> año: Cinco días de campamento en San Clemente del Tuyú, Bs. As.
  - 4.<sup>to</sup> año: Cinco días de campamento en Balcarce, Bs. As. (Identificación con la Fundación Fangio).
  - 5.<sup>to</sup> año: Cinco días de campamento en Tandil, Bs. As.
- ❖ La Escuela ha incorporado en forma extracurricular, el idioma alemán, además del inglés obligatorio.
- ❖ Desde 2013, se han incorporado las prácticas profesionalizantes, donde los alumnos están todo un día desarrollando tareas en la empresa. Si bien la currícula obligatoria establece un total de 200 horas anuales, en nuestro caso, los alumnos cursan 288 horas.





Mercedes-Benz

- ❖ 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.
- ❖ Hemos incorporado una impresora 3D, para lo cual estamos trabajando con nuestros docentes para su uso intensivo.
- ❖ Incorporamos, como política, la participación en las Olimpiadas de Matemática, habiendo llegado a competir en la instancia final a nivel nacional. Asimismo, tenemos un alumno en la Olimpiada de Informática, que organiza la Universidad de San Martín, compitiendo con posibilidades de acceder a instancias preolímpicas, con el apoyo de la Universidad de La Matanza.

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

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

Videos sobre la Escuela Técnica y sus proyectos:

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

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

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

### **Polo Educativo en el Predio del Centro Industrial**

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. De esta manera, se fue desarrollando un polo educativo dentro del predio industrial.

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 la Escuela Primaria N° 106 y Escuela Secundaria Nro. 55 y el Centro de Formación de adultos Nro. 417 dependientes del SMATA y del Ministerio de Trabajo.

En el caso de la Escuela Primaria N°106, el establecimiento tiene la caracterización de escuela semi rural, siendo la única escuela primaria en un área de 10 km a la redonda. Los niños/as que concurren al establecimiento viven en comunidades cercanas y llegan a la escuela en bicicletas, a caballo, en auto-remis o transporte público, este último medio los deja a 10 cuadras de la escuela.



Mercedes-Benz

## Programa DinamicaMente

En alianza con la Fundación Laureus Argentina proponemos implementar un modelo de intervención pedagógica, denominado Programa *Dinamicamente, Innovación Metodológica en Escuelas Primarias*, en la Escuela Primaria N° 106, ubicada en el Polo Educativo de Virrey del Pino.

La presente propuesta desarrolla un programa educativo de 3 años de duración en la Escuela Primaria N° 106, y se propone acercar metodologías pedagógicas, que permitan mejorar la calidad educativa en la escuela primaria, en edades donde los niños forman sus valores y desarrollan sus habilidades socioemocionales.

Objetivo general: Aportar a que los niños y niñas mejoren su trayectoria educativa, incorporen valores y habilidades socioemocionales y se conviertan en ciudadanos comprometidos con la comunidad en la que viven.

Objetivos específicos:

- 1) Implementar una propuesta pedagógica a partir del juego y la actividad física, como herramientas privilegiadas para la incorporación de conocimiento, valores y habilidades socioemocionales en escuelas primarias públicas.
- 2) Contribuir positivamente en la generación de propuestas comunitarias que aporten, de forma comprometida y responsable, a hacer del contexto comunitario un mejor lugar para vivir.
- 3) Dejar capacidades instaladas en los miembros del equipo docente, para desarrollar sus propias herramientas de intervención.

El Programa se propone aportar en:

\*La dimensión didáctica, con los niños, introduciendo modalidades lúdicas en las prácticas de enseñanza, reflejando la idea según la cual el docente es un agente fundamental y necesario del proceso educativo.

\*La dimensión organizacional, con la escuela, impulsando experiencias que promuevan mejores prácticas hacia dentro y fuera de la institución, en su relación con otras instituciones, los padres de los alumnos y la comunidad aledaña.

\*La dimensión profesional, generando oportunidades para la formación y el desarrollo profesional del personal escolar.

## Programa GENIOS, comunidad de concesionarios de Mercedes-Benz

A través de este programa, decidimos donar piezas mecánicas en desuso o de nuestro Centro Industrial de Virrey del Pino, y utilizar el espacio de carga disponible a partir de la realización



Mercedes-Benz

de caravanas de lanzamiento de productos al interior del país. De esta manera, y en conjunto los concesionarios miembros de nuestra red, realizar las entregas en las distintas localidades.

Desde Mercedes-Benz buscamos alcanzar los siguientes objetivos: \*Ampliar nuestro apoyo a la educación técnica en el territorio argentino. \*Reducir la generación de residuos, tanto comunes como especiales, en respuesta al Compromiso Ambiental en Operaciones. \*Integrar la cadena de valor a nuestros programas de responsabilidad social y potenciar dichas prácticas, a través de sinergias con múltiples actores.

La implementación implica la convocatoria a los concesionarios de nuestra cadena de valor (principal socio), seleccionando y convocando, a su vez, a las escuelas técnicas de su comunidad. Las escuelas reciben un kit educativo compuesto por un motor Sprinter, un eje trasero, una caja de cambio y se acompaña de un pen drive con toda la información necesaria para implementar acciones didácticas con ellos.

Otro actor relevante en este proceso es la Fundación Compromiso. Cuyos roles son mantener la cobertura del programa en todo el país, asesorar en la consolidación de alianzas locales y relevar las acciones que se realicen en la comunidad.

20 fueron los concesionarios participantes y 20, las escuelas técnicas beneficiadas en 2018, y los kits educativos se entregaron en Tres Arroyo, Neuquén, Mendoza, Junín, Río IV, Bahía Blanca, Carlos Casares, Resistencia, Paraná, Santa Fe, Rosario, Tucumán, Córdoba, Haedo, San Miguel.

Además, se brindó asesoramiento a los referentes de cada concesionario en distintas temáticas que demandan la articulación entre sus empresas y la escuela apadrinada. Por ejemplo, cómo implementar programas de prácticas profesionalizantes y uso del crédito fiscal en educación.

Próximamente, para dar escalabilidad y continuidad al programa, contaremos con un acuerdo de trabajo con la firma Andreani. Esta compañía facilitará la logística de entrega a diferentes escuelas del país de manera gratuita.

Esta iniciativa, bajo el lema Más formación, más futuro, despierta la pasión por el conocimiento de la tecnología automotriz actualizada, a través de materiales de enseñanza e iniciativas de motivación para jóvenes y profesores.

### **Otras acciones en Educación**

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



Mercedes-Benz

- Programa de becas con la Fundación Cimientos.
- A través de Comunia, promovemos las habilidades de comunicaciones para Organizaciones de la Sociedad Civil.
- Programa de Becas con la Asociación Civil Grupo Puentes.
- 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 para los egresados de nuestra Escuela Técnica.

## 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](http://teneslugar.com).



Mercedes-Benz

## Diversidad

Con el fin de que la diversidad sea más eficaz, desde la gestión de RR.HH., 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.

### **Diversidad en la dotación**

El 11% del total de empleados es femenino, el 25% de los puestos gerenciales son mujeres y el 33% de la dotación total es mayor de 40. Alcanzamos el objetivo definido a nivel global, de aumentar el porcentaje de mujeres en posiciones de mando a un 20% propuesto para 2020.

### **Puestos para Capacidades Diferentes o Limitadas**

Estamos trabajando con los sectores de Producción e Ingeniería y con el Servicio Médico para desarrollar puestos para el personal con discapacidad.

### **Política de Diversidad y Política de Protección de la Maternidad**

Trabajamos para hacer de la diversidad un factor de valor en los recursos humanos y en nuestra cultura corporativa de integridad. La industria automotriz es predominantemente masculina y, por lo que contamos con la Política de Diversidad y Política de Protección de la Maternidad.

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

### **Prácticas de conciliación entre la vida personal y laboral**

Implementamos diferentes prácticas como son la flexibilidad de jornada, teletrabajo, flexibilidad en las vacaciones, apoyo a la familia de los colaboradores, relacionados con la maternidad (permisos, lactancia, flexibilidad, etc.), relacionados con la promoción de la salud y bienestar de los colaboradores, relacionadas con las actividades de voluntariado y servicios sociales del colaborador, beneficios sociales (coche, medicina privada, otros).



Mercedes-Benz

## **Otras acciones de diversidad e inclusión**

### **Compras inclusivas**

A través de la ONG “En buenas manos”, que brinda el servicio de frutas para alimentación saludable para nuestros colaboradores, brindamos inclusión laboral de discapacitados visuales.

Asimismo, en el marco de la Campaña VIDA, contratamos a la Asociación Civil De Todos para Todos - Sumando Manos, para la compra de cuencos para reemplazar vasos de plástico. Esta ONG desarrolla un proyecto productivo mediante el oficio de la cerámica, llamado “CeraM.I.A. (Manos-Ideas-Arte)” y, mediante la venta de cuencos, ayuda a brindar una alimentación saludable a más de 200 niños en su etapa de crecimiento, en el barrio Las Flores, de Villa Martelli.

### **Red de Empresas por la Diversidad de la Universidad Di Tella**

Conformamos parte de R.E.D. (Red de Empresas por la Diversidad de la Universidad Di Tella) 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.

### **Ciudad Colaborativa**

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.

### **Jornada de Voluntariado con la ONG Joven Levántate**

En 2018, organizamos una Jornada de Voluntariado con la ONG Joven Levántate. Esta actividad, significó no solo la manera de materializar nuestro compromiso con la comunidad, sino que, además, fue un espacio de integración entre dos culturas de nuestra organización. Junto a operarios de la planta de Charleston de Carolina del Sur, EE.UU., se realizó una actividad de voluntariado que consistió en construir parte de una casa para una familia compuesta por una madre víctima de violencia doméstica y sus dos hijos.

“Joven Levántate” trabaja por la promoción de los Derechos Humanos, apoyando a la comunidad de distintos barrios de la zona del Centro Industrial, en Virrey del Pino, bajo los valores del bien común, el de servicio y la entrega en la búsqueda de inserción laboral y equidad. La problemática de la vivienda, salud y educación son sus ejes de trabajo principales, así como las drogas y la discriminación. Cumple su misión a través de: Talleres de formación



Mercedes-Benz

profesional (construcción, carpintería), Programas para la finalización de estudios primarios y secundarios y Actividad deportiva y recreación para niños.

## 8 Medioambiente

### **Política Ambiental**

Nuestra política ambiental, integrada en las decisiones estratégicas de la empresa, incluye la evaluación del impacto que tienen nuestra producción y nuestros productos en el medioambiente, integradas a las decisiones estratégicas del negocio.

Esta política es comunicada y cumplida por todos los que trabajan en Mercedes-Benz Argentina, o en nombre de ella, y está a disposición de todos nuestros grupos de interés.

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.

## Sistema de Gestión Ambiental

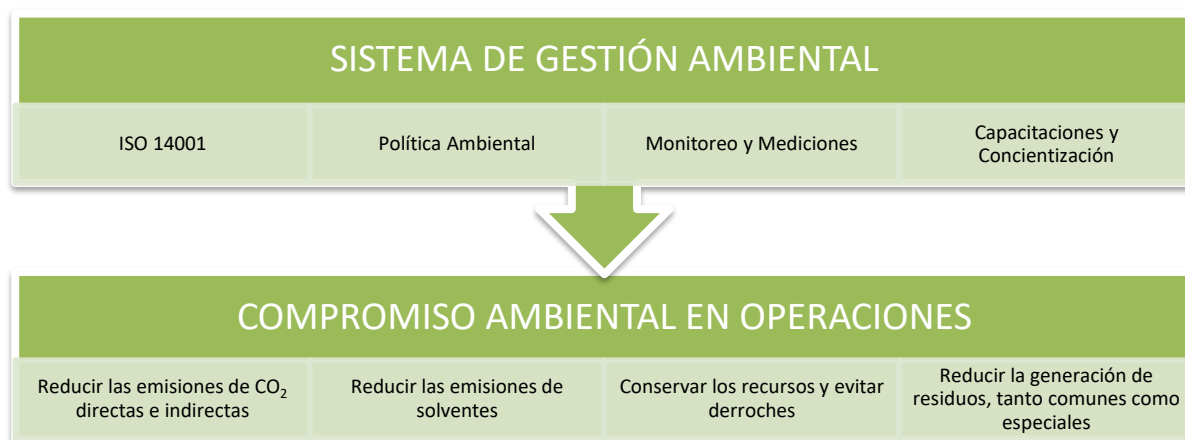
Nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA) cubre todas las operaciones de fabricación de vehículos en el Centro Industrial, desde la recepción de insumos hasta el despacho de los vehículos al concesionario, sean por actividades del personal propio o de terceros. También abarca las actividades de la Casa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





Mercedes-Benz

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.



## Green Strategy

*Green Strategy* es una campaña de concientización ambiental para colaboradores que propone que todos cuidemos el medioambiente a través de pequeñas acciones cotidianas, vinculadas al derroche de agua, electricidad y papel en espacios comunes, oficinas y salas de reunión. Además, procuramos viralizar la campaña a través de las redes sociales, y así extender la concientización a todos los seguidores de nuestra marca.

Bajo los *hashtags* #100GreenDays y #GreenStrategy proponemos vivir 100 días con mensajes sustentables que apuntan al uso racional del agua y la energía, y al reciclado de papel. A través del mismo canal, ofrecemos la posibilidad de participar de un sorteo por el préstamo de un Smart durante una semana.

Asimismo, por cada *tweet* realizado por nuestros seguidores nos comprometimos a realizar una donación económica a la Fundación Manos Verdes.





Mercedes-Benz

### **Principales Inversiones Ambientales**

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

<b><i>Inversión Ambiental (en pesos)</i></b>	<b>2017</b>
Rubro Agua: Inversión para renovación de pozos de monitoreo freático	348.365
Rubro Residuos: Inversión para mejoras en las zonas de almacenamiento de residuos especiales y en nuevos medios de almacenamiento	1.371.495
Rubro Suelo: Inversión para reemplazo de tanques de almacenamiento de combustibles (antes subterráneos, ahora aéreos)	4.177.791
Rubro Protección del clima: Inversión en el aumento de la eficiencia energética y el ahorro de energía	6.521.784
<b>Total</b>	<b>12.419.435</b>

## **Movilidad Sostenible**

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

Como productores de vehículos, asumimos el compromiso de trabajar día a día para ayudar a reducir dichos efectos negativos, ya sean prácticas de concientización de movilidad responsable, o a través del desarrollo de tecnologías o innovaciones que amplíen las opciones de movilidad sostenible.

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



Mercedes-Benz

## Productos y Movilidad sustentable

Para lograrlo, se requiere una combinación de tres elementos: el mayor beneficio posible para el cliente, los más altos estándares de seguridad y el máximo respeto al medioambiente, y eficiencia.

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

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

Como resultado de la entrada en vigencia 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 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.

### **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.



Mercedes-Benz

**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**

Nuestro nuevo aceite para los motores Mercedes-Benz fue 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.

***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.



Mercedes-Benz

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 *wi-fi*, 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.

### **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 un chasis de bus en donación, 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.

## **Comunidad y Movilidad sustentable**

### **Movilidad Sustentable de la Ciudad de Buenos Aires**

Formamos parte de los programas “Empresas Amigas de la Movilidad Sustentable” y “Ciudad Verde”, ambos lanzados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. En Casa Central, fomentamos el uso de la bicicleta para venir al trabajo, donde contamos con espacio para guardar las bicicletas, vestuarios y casilleros.

En el marco de este programa, fuimos distinguidos por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, junto *Institute for Transportation and Development Policy* (ITDP) y la Agencia de



Mercedes-Benz

Protección Ambiental (APrA), por las prácticas implementadas para promover la movilidad sustentable dentro de nuestra organización y hacia la comunidad.

Nuestra plataforma de *carpooling*: *teneslugar.com* fue uno de los pilares en esta mención, pero, también, influyó las restantes prácticas hacia el cuidado del medio ambiente, la promoción del uso de la bicicleta, la estrategia denominada *Green Strategy* y el reciclado, entre otros.

Se está logrando un “efecto multiplicador” de la iniciativa ya que, en 2016 y 2017, este premio fue recibido por empresas adheridas a *teneslugar.com*.

### **Ciudad Colaborativa**

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.

### **Charlas de Movilidad Sustentable**

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.

## **teneslugar.com**

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

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



Mercedes-Benz

Hoy en día, se cuenta con: 14 empresas en la red (Mercedes-Benz, Bayer, ESET, La Caja, Metrogas, Cofco, Samsung, Smurfit Kappa, Bristol-Myers Squibb, VIACOM, Groupe Renault, L'Oreal Argentina, Admifarm Group y AG Sustentable), más de 11.250 usuarios beneficiados, más de 18.000 viajes ofrecidos, 55% de los viajes ofrecidos este año fueron concretados, más de 380 conductores, más de 200 pasajeros.

Durante el 2017 más de 350 usuarios recibieron premios y se dieron hasta abril de 2018, 12 préstamos de Smart acumulados (se prestaba el Smart por ser un auto que permitía la experiencia *city car*, por contar con tecnología caracterizada por un sistema de conducción *eco stop star*, que permite la disminución de las emisiones de CO<sub>2</sub>).

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

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

- Mejoras en la plataforma para estar al día con las últimas tecnologías.
- Organización de charlas informativas para capacitar y concientizar a los usuarios sobre el servicio, sus beneficios y su funcionamiento.
- La creación de piezas de comunicación que se comparten con el resto de las compañías para que estas puedan utilizar y compartir utilizando distintos canales de comunicación.
- El denominado programa de beneficios que consiste en sorteos que se realizan periódicamente para premiar a quien genere mayor actividad dentro de la plataforma. El beneficio máspreciado por los usuarios consiste en el préstamo de un automóvil smart por una semana para que el usuario pueda vivir la experiencia de manejar el auto naftero más ecológico del mercado.

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



## Gestión de recursos, emisiones y residuos

### Gestión de Recursos y Materiales

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

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

### Compromiso con el agua

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

El agua utilizada es extraída del acuífero Puelche. Este yacimiento de agua dulce confinada por arenas, que cuenta con 40 km<sup>3</sup> de extensión, no es considerado un área protegida ni tiene alto valor significativo en términos de biodiversidad para la comunidad.

Extracción de agua en el Centro Industrial:

	<b>2017</b>
Volumen extraído	359.016 m <sup>3</sup>

### Gestión de energía

#### **Consumo de energía en planta**

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



Mercedes-Benz

<b>Intensidad energética</b>	<b>2017</b>
Energía eléctrica	1,943 MWh /unidad
Gas natural	2,970 MWh /unidad
Gas licuado (GLP)	0,188 MWh /unidad
Gasoil (producción de EE + vehículos propios)	0,100 MWh /unidad
Gasolina (vehículos propios)	0,058 MWh /unidad
<b>Intensidad energética total</b>	<b>5,259 MWh /unidad</b>

Desarrollamos un **programa de eficiencia energética**, con el fin de disminuir las emisiones de carbono generadas por el consumo de energía para las operaciones productivas del centro industrial (comunicación y concientización, implementación de sistemas de automatizados de iluminación y generación de aire comprimido; instalación de medidores de última tecnología para el control de consumo de electricidad, gas natural, agua y aire comprimido y la renovación de iluminación a LED y calibración de hornos y caldera en planta de pintura, para reducir y hacer más eficiente el consumo de gas natural).

### **Gestión de emisiones**

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

### **Gestión de Emisiones Gaseosas**

Para controlar las emisiones gaseosas realizamos monitoreos constantes del estado de los conductos y mediciones de la calidad del aire, en cuatro puntos estratégicos alrededor del perímetro de la Planta. Las mediciones de distintos parámetros nos permiten conocer el impacto de nuestras emisiones en el entorno. De acuerdo con la legislación provincial, los parámetros que se miden son: material particulado, compuestos orgánicos volátiles, monóxido de carbono y diferentes tipos de hidrocarburos.





Mercedes-Benz

<b>Emisiones gaseosas (kg/unidad)</b>	<b>2017</b>
Compuestos orgánicos volátiles (COV)	1,14
Óxidos de nitrógeno (NOx)	0,57
Monóxido de carbono (CO)	2,98
Material particulado (MP)	0,69

### **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 se consideran el gas natural, gas licuado (GLP), y el gasoil utilizado para generar energía eléctrica. A partir de 2017 también es considerado el uso de combustible (gasoil y gasolina) en vehículos propios de la compañía. En cuanto a las emisiones indirectas, se considera como parámetro el consumo de energía eléctrica comprada a la red pública.

<b>Emisiones de GEI</b>	<b>2017</b>
Energía eléctrica [t CO <sub>2</sub> ]	13.626
<b>Total emisiones indirectas</b>	<b>13.626</b>
Gas natural [t CO <sub>2</sub> ]	9.820
GLP [t CO <sub>2</sub> ]	761
Gasoil [t CO <sub>2</sub> ]	482
Gasolina [t CO <sub>2</sub> ]	267



Mercedes-Benz

<b>Total emisiones directas</b>	<b>11.330</b>
<b>Total emisiones de GEI</b>	<b>24.956</b>

<b>Intensidad de emisiones de GEI</b>	<b>2017</b>
Energía eléctrica [t CO <sub>2</sub> /unidad]	0,746
Gas natural [t CO <sub>2</sub> /unidad]	0,538
GLP [t CO <sub>2</sub> /unidad]	0,042
Gasoil [t CO <sub>2</sub> /unidad]	0,026
Gasolina [t CO <sub>2</sub> /unidad]	0,015
<b>Total [t CO<sub>2</sub>/unidad]</b>	<b>1,366</b>

Con el objetivo de reducir la cantidad de gases de efecto invernadero en las operaciones del Centro Industrial, hemos implementado en 2017 las siguientes medidas:

- Concientización a personal en cuanto al ahorro energético a través de campañas GreenStrategy
- Mejora en el control del encendido y apagado de luminarias y equipos (eléctricos y a gas), a través de automatismos.
- Reemplazo de luminarias: las lámparas existentes fueron cambiadas por luminaria LED (este proceso sigue en marcha hasta abarcar todas las áreas).

### **Gestión de residuos**

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

En la planificación de los procesos de producción, es clave la utilización de tecnologías innovadoras y amigables con el medio ambiente, de manera de minimizar la creación de



Mercedes-Benz

residuos. La clasificación de los mismos, además del cumplimiento normativo, nos permite identificar mejoras en su tratamiento.

### Tratamiento de los residuos en Planta





Mercedes-Benz

2017		
Método de tratamiento	Tipo de residuo	Peso (t/año)
Reciclado	Industriales: Chatarra metálica	947
	Industriales: Chatarra plástica	114
	Industriales: Plástico de embalaje	99
	Residuos especiales (combustible alternativo)	474
	Comunes: Cartón y Papel (*)	808
	Comunes: Madera (**)	4.365
<b>Total reciclado</b>		<b>6.807</b>
Disposición Directa	Residuos especiales	691
	Residuos comunes	627
Incineración (y luego Disposición)	Residuos especiales	151
<b>Total de residuos</b>		<b>8.276</b>
<b>Porcentaje de residuos reciclados sobre total de residuos</b>		<b>82%</b>

(\*) Los valores por el reciclado de papel, solo reflejan lo generado en el Centro Industrial.



Mercedes-Benz

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

### **Gestión de material reciclable**

En cuanto a la gestión de residuos, priorizamos el reciclado y la minimización de la generación frente a la disposición. En la planificación de los procesos de producción es clave la utilización de tecnologías innovadoras y amigables con el medioambiente, de manera de minimizar la creación de residuos. Reciclamos aprox. el 80% de los residuos comunes que se generan en las operaciones del Centro Industrial, (incluye madera de embalajes, chatarra plástica y metálica, papel, cartón, plástico *film*, entre otros). Contamos con un **Protocolo de gestión de material reciclable**.

La nueva gestión de material reciclable implicó la selección de dos proveedores: uno de ellos, se ocupa del *scrap* plástico, metálico, cartón y *film* y, el otro, de la madera. Para el caso de la madera, la firma se encuentra empadronada en ACUMAR.

### **Planta de efluentes**

A raíz de la instalación de la Planta de tratamiento biológico de efluentes industriales en el Centro Industrial, fue necesario construir dos sistemas de desagües identificados y separados entre sí (uno cloacal y otro industrial), lo que requiere un proceso diferente para cada uno. De este modo, la planta depuradora trata los efluentes 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. Desde allí, los efluentes son volcados a las piletas de tratamiento y, luego, mediante la utilización de bacterias, se logra purificarlos. Finalmente, estos efluentes son vertidos en el Río Matanza, de acuerdo con las condiciones establecidas en la legislación aplicable. Además estamos sujetos a las inspecciones de ACUMAR.

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

	<b>2017</b>
Aguas residuales volcadas	250.500 m <sup>3</sup>



## Medioambiente en el ciclo de vida

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

### Creación del concepto

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

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

Todas las unidades de nuestra marca están equipadas con motores Mercedes-Benz, que cumplen con la normativa Euro 3, vigente actualmente en Argentina. Las potencias de nuestros motores van desde los 100 CV hasta los 460 CV aproximadamente y, en todos los casos, se garantizan los valores de emisión que corresponden a la norma. Recientemente se incorporó electrónica más avanzada que permite reducir considerablemente la utilización de cables de cobre en las unidades.

### Desarrollo y fabricación

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

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

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



Mercedes-Benz

- En lo que respecta a innovaciones tecnológicas que contribuyen a la seguridad en el transporte y la disminución en el consumo de combustible, se suministran —según el modelo— transmisiones semiautomatizadas y automatizadas que permiten al conductor un proceso de conducción mucho más eficiente y con menor riesgo de accidentes.
- En relación con los ejes traseros, existen distintos tipos según función de las prestaciones que debe suministrar cada vehículo, atendiendo las diversas necesidades del transporte con ejes de relación simple, doble o con desmultiplicación planetaria, en cubos de rueda para usos más exigentes.
- Como accesorios tendientes a disminuir el consumo, algunas series están equipadas con dispositivos especiales, que permiten al conductor optimizar el consumo de combustible, como el Ecómetro, Ecoroll, control de velocidad crucero y limitación de velocidad máxima según la necesidad.
- En cuanto a elementos de freno, se utilizan mecanismos para maximizar la seguridad y el desempeño de nuestros camiones:
- En el futuro, nuestros vehículos podrán cumplir con las normas Euro 5, dado que las condiciones tecnológicas que cumplen con esta normativa ya se encuentran disponibles, pues han sido desarrolladas oportunamente por nuestra ingeniería a nivel global, para atender los mercados que así lo requieran.

### **Marketing y promoción**

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

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

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

### **Utilización de productos/servicios**

Consideramos que el uso responsable de nuestros productos son claves para mejorar nuestro impacto socioambiental.



Mercedes-Benz

En colaboración con el área de Ventas, elaboramos el plan anual de visitas y capacitaciones para empresas poseedoras de camiones semipesados y pesados que deseen mejorar la capacitación del personal de conducción buscando optimizar el rendimiento general de la flota. Las actividades se basaron principalmente en dos de nuestros modelos de camiones: El Actros 2044 - Telligent II, con equipamiento extra para medición de consumo de combustible, sensores que registran conductas de manejo, entre otras mejoras; y el nuevo Axor 2035 S, con cambio automatizado de 12 marchas.

La asistencia a flotas abarca:

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

En cuanto a las capacitaciones, ofrecemos:

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

## 9 Anticorrupción

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.

### Capacitaciones en prevención de la corrupción

Realizamos capacitaciones sobre esta temática, que incluyen aspectos relacionados al proceso de lavado de dinero y marco regulatorio, entre otros, para el Directorio y la Alta Gerencia, y para el personal que trabaja en temas de prevención de lavado.

### 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





Mercedes-Benz

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

Las demás prácticas se han desarrollado en el apartado “Cultura de Integridad”.

## Canal de denuncias y consultas

### **Directriz Sistema de Denuncias (BPO) y tratamiento de violaciones**

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.