



Mercedes-Benz

# Reporte de Sustentabilidad 2017-2018





## Carta del Presidente

**Manuel Mantilla**  
Presidente & CEO  
Mercedes-Benz Argentina



Estimados lectores,

Con mucho gusto los invito a conocer nuestro sexto reporte de sustentabilidad, en el que describimos el desempeño económico, social y ambiental del período 2017-2018. En Mercedes-Benz Argentina, como empresa de Daimler AG, consideramos que la única manera de lograr el éxito del negocio es en armonía con la comunidad y con foco en el largo plazo. Promovemos, en nuestro trabajo diario, la transparencia, asumiendo los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas. Este desafío no lo logramos solos, sino en continuo diálogo con nuestros colaboradores, concesionarios, proveedores y organizaciones de la sociedad civil. A cada uno de ellos les agradecemos por su rol clave de la cadena de valor.

Nuestro objetivo es claro: afianzar nuestro liderazgo como fabricantes de vehículos y convertirnos en un proveedor pionero de servicios de movilidad. Por eso nos basamos en un plan estratégico global centrado en las necesidades de nuestros CLIENTES. Buscamos fortalecer nuestro negocio central global, liderar en los cuatro campos de innovación tecnológica: Conectividad, Automatización, Servicios Compartidos y Propulsión Eléctrica. Con foco en una cultura de gran adaptación y principios de integridad que creemos son la forma de afianzar nuestra estructura organizacional.

En línea con el plan de negocio, mudamos nuestra Casa Central a un moderno complejo de oficinas en Munro. También, con una inversión que supera los 7,5 millones de dólares, iniciamos la construcción del nuevo *Global Training Center* en Tortuguitas, espacio de capacitación de vanguardia para nuestros concesionarios. Ambos se ubican en un punto estratégico del corredor norte, sobre Colectora Panamericana.

Por otro lado, con un gran compromiso con la industria local, confianza en un futuro exitoso y alcanzando los más altos niveles de calidad en nuestro Centro Industrial Juan Manuel Fangio realizamos importantes inversiones. Para el desarrollo de la tercera generación de la Sprinter, invertimos 150 millones de dólares. A este hito se sumó un plan de inversión de 10 millones de dólares que destinamos a la línea de producción de Camiones y Buses para comenzar a producir el camión liviano Accelo y la nueva línea de remanufactura REMAN. Este proyecto de innovación, consiste en la primera línea de remanufacturación de piezas genuinas de la industria automotriz local.

En relación con nuestras operaciones regionales de Vans, nos complace haber alcanzado el liderazgo de ventas en Brasil; y, a la vez, nos orgullece haber exportado la Sprinter número 10.000 al mercado de Estados Unidos, un hito comercial que nos posiciona como la primera y única empresa automotriz argentina con llegada al mercado norteamericano.

El exitoso lanzamiento de los camiones extrapesados Actros y Arocs incluyó una caravana que recorrió todos los concesionarios del país. Esta acción fue acompañada por una iniciativa de compromiso social llamada Genios, que contribuye con la educación de los jóvenes y su futuro profesional, desarrollando una visión compartida de responsabilidad social empresaria a través de nuestra Red Comercial.

En el marco de nuestro compromiso de incorporar nuevos productos y servicios con soluciones de movilidad más limpias y seguras, la división Autos lanzó la marca EQ. Ha sido un hito traer al país el primer vehículo híbrido con sistema *plug-in* (enchufable) para la recarga de batería.

Logramos profundizar nuestros estándares de integridad con un plan de capacitación y políticas de *Compliance*, que acompañan a los concesionarios con herramientas concretas y mejoran los procesos de gestión y relacionamiento con sus proveedores. Y, con gran orgullo, en términos de cuidado ambiental, logramos la certificación Mercedes-Benz *Retail Certification* de nuestra Red Comercial, bajo las normas de Calidad ISO 9.001.

En términos de nuestro plan de cuidado ambiental para los procesos productivos, adherimos nuestra estrategia local al plan corporativo llamado *GreenProduction*, con el que nos proponemos reducir, para 2030, un 25% el consumo de energía, un 33% la generación de residuos a disposición y un 28% el consumo de agua.

Por otra parte, seguimos consolidándonos como la principal opción de financiación para vehículos particulares y comerciales gracias a Mercedes-Benz Financiera.

Los invitamos a recorrer, a través de este Reporte, los desempeños alcanzados, resultado de un equipo que renueva su compromiso para ofrecer una experiencia de movilidad única y apasionante.

## Carta de la Gerente de Asuntos Públicos, Comunicación y RSE



**Verónica Niemann**  
Gerente de Asuntos Públicos,  
Comunicaciones y RSE

Querida comunidad de Mercedes-Benz de Argentina,

Mediante este Reporte de Sustentabilidad, reafirmamos el compromiso de gestionar nuestros impactos en materia económica, social y ambiental, generando valor compartido con todos nuestros grupos de interés.

Es nuestra intención mostrar con claridad los temas identificados como relevantes para nuestros grupos de interés, rendir cuentas del modelo de gestión definido para responder a estos temas, transparentar los resultados alcanzados y materializar, también, el compromiso de respetar y remediar los Derechos Humanos fundamentales, asumido a través de la adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas.

Asimismo, nos proponemos demostrar cómo hacemos contribuciones positivas para resolver los desafíos globales establecidos en la Agenda Global 2030, definidos en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Durante los últimos dos años, prestigiosas instituciones y programas reconocieron nuestro compromiso con la gestión sustentable, el apoyo a la educación y a la movilidad sustentable y segura. Estas distinciones reflejan tanto la excelencia y la calidad de nuestros productos como la labor diaria de todas las personas que integran la Organización.

Los logros alcanzados son el resultado del trabajo “codo a codo” de nuestros principales grupos de interés. Todos ellos permitieron el cumplimiento de los desafíos planteados, tanto económicos como socioambientales. En este sentido, queremos agradecer la labor de nuestros socios comerciales y proveedores, la confianza de nuestros clientes y de la comunidad de Virrey del Pino, y el agradecimiento especial es para todos los integrantes de Mercedes-Benz Argentina, Mercedes-Benz Financiera y Mercedes-Benz Plan de Ahorro, quienes, con su compromiso y dedicación diaria, construyen el camino hacia un futuro empresarial sostenible.

Les agradecemos que continúen apoyándonos a medida que avanzamos juntos hacia el futuro.



Mercedes-Benz

# Reporte de Sustentabilidad 2017-2018

## 05 1. Core

---

- 06 Sobre Nosotros
- 11 Estrategia Corporativa
- 13 Gestión Sustentable

## 45 3. Customer

---

- 46 Mejora Continua
- 47 Centro de Atención al Cliente
- 49 Red de Concesionarios
- 52 Servicios

## 64 5. Culture

---

- 65 Integridad y *Compliance*
- 71 Nuestra Gente
- 81 Compromiso Social

## 22 2. Company

---

- 23 Gobierno Corporativo
- 25 Desempeño del Negocio
- 29 Cadena de Suministro
- 31 Protección Ambiental

## 55 4. Case

---

- 56 Movilidad Sustentable
- 62 Seguridad Vial

## 90 Anexos

---

## 106 Índice de Contenido GRI

---

# Core





- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

## 1.1 Sobre Nosotros

Daimler es líder mundial en la producción de automóviles y es uno de los mayores fabricantes de vehículos comerciales en el mundo. Su historia se remonta a 133 años atrás, cuando Karl Benz y Gottlieb Daimler inventaron el auto en 1886.

El grupo comercializa la marca de automóviles Mercedes-Benz, junto con otras marcas tales como Smart, AMG, Maybach y EQ. En vehículos comerciales e industriales, el grupo comercializa la marca Mercedes-Benz junto con las demás marcas del grupo Daimler: Freightliner, Sterling, Western Star Trucks, Mitsubishi Fuso, Setra, Bharatbenz y Thomas Built Buses.

Daimler organiza la producción y comercialización de soluciones de transporte a través de cinco unidades de negocios: Mercedes-Benz Cars, Mercedes-Benz Trucks, Mercedes-Benz Buses, Mercedes-Benz Vans, y Mercedes-Benz Compañía Financiera.

Daimler es un grupo automotriz comprometido con la excelencia, que trabaja fuertemente para diseñar soluciones de movilidad más seguras, inteligentes y limpias.

## Mercedes-Benz Argentina

Mercedes-Benz Argentina es una filial de Daimler AG. Es la primera fábrica en instalarse fuera de Alemania en 1951. Rápidamente, el Centro Industrial Juan Manuel Fangio se transformó en un centro de alta tecnología para la fabricación de camiones, utilitarios y buses. También, en el mismo predio del centro industrial, en 1962 inició el Polo Educativo con la inauguración de la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio.

Además, contamos con las oficinas de Casa Central, un Centro de Capacitación y la nueva Unidad de Negocios de camiones usados, SelecTrucks.

## Locaciones de Mercedes-Benz Argentina

El Centro Industrial Juan Manuel Fangio se localiza en Virrey del Pino, Partido de La Matanza, Provincia de Buenos Aires. Vecino al predio, se encuentra el Polo Educativo donde se desarrolla la Escuela Técnica Fundación Fangio, entre otras Instituciones educativas. En 2018, mudamos nuestras oficinas de Casa Central que se encontraban en Puerto Madero a la localidad de Vicente López, dentro del Complejo Lumina Panamericana, el cual se encuentra certificado en la categoría “Gold” por U.S Green Bulding Council y verificado por Green Business Certification Inc. Además de estas oficinas, contamos con un Centro de Capacitación localizado en Tortuguitas y la nueva Unidad de Negocios de camiones usados, SelecTrucks, localizada en Pilar.





Este capítulo está alineado a los ODS:



- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

## Servicios y productos en Argentina

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

| Mercedes-Benz Cars  | Mercedes-Benz Buses  |
|---|--|
| <p>Comercialización de automóviles de alta gama, en donde se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Modelos Mercedes-Benz Hatch, Hatchback, Tourers, Sedan, Coupés, Estates, SUV y Cabrios/Roadsters.</li><li>• Modelos AMG Sedán, Coupés, Todoterreno y Cabrios/Roadsters</li><li>• EQ.</li></ul> <p> <a href="#">Ver tabla de Autos</a></p> | <p>Producción y comercialización de minibuses, urbanos, interurbanos y de larga distancia para el mercado local.</p> <p> <a href="#">Ver tabla de Buses</a></p>   |
| <p>Otros servicios de Mercedes-Benz Cars:</p> <p><b>Mercedes-Benz Assistance 24 Horas:</b> Servicio de asistencia en Argentina y países limítrofes, las 24hs, los 365 días del año. <a href="#">Más información.</a></p> <p><b>Service Plus:</b> Programa de mantenimiento para automóviles Mercedes-Benz. <a href="#">Más información.</a></p>   | <p>Otros servicios de Mercedes-Benz Buses:</p> <p><b>REMAN:</b> Operaciones de manufactura de motores. Somo la primera automotriz en manufacturar piezas en Argentina y contamos con una línea de producción de última tecnología. <a href="#">Más información.</a></p> <p><b>Repuestos y Accesorios Genuinos:</b> Fabricados de acuerdo con los más rigurosos parámetros de calidad según los estándares de Mercedes-Benz, nuestros repuestos genuinos aseguran el máximo desempeño, economía, seguridad y durabilidad de su vehículo. <a href="#">Más información.</a></p> |

- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

## Mercedes-Benz Trucks

Producción y comercialización de camiones para el mercado local e internacional.

 [Ver tabla de Trucks](#)

Otros servicios de Mercedes-Benz Trucks:

**Mercedes-Benz Service Plus:** Programa de mantenimiento de camiones, el cual permite programar los mantenimientos para obtener la mayor disponibilidad de su flota. [Más información](#)

**Mercedes-Benz Assistance 24 horas:** Servicio de asistencia en Argentina y países limítrofes, las 24hs, los 365 días del año. [Más información.](#)

**Fleetboard®:** Servicio de adquisición de datos, disponibles a través de Internet mediante la utilización de telemática. [Más información.](#)

**Mercedes-Benz TruckTraining:** Compartimos las mejores formas de manejar para aprovechar al máximo tu Mercedes-Benz. [Más información.](#)

**REMAN:** Operaciones de manufactura de motores. Somos la primera automotriz en manufacturar piezas en Argentina y contamos con una línea de producción de última tecnología. [Más información.](#)

**Repuestos y Accesorios Mercedes-Benz:** Únicos por su calidad y durabilidad, permiten hacer los vehículos tan únicos como cada cliente. [Más información.](#)

**SeleTrucks:** Canal de ventas dedicado a la compra y venta de camiones usados de todas las marcas, con garantía Mercedes-Benz. Permite que los clientes puedan comprar una unidad 0 km Mercedes-Benz, entregando en parte de pago su camión usado sin importar su marca. Asimismo, permite comprar un camión usado, acondicionado según los estándares de Mercedes-Benz. [Más información.](#)

**Mercedes-Benz Oil Recomendado:** Aceite original de Mercedes-Benz. Es el lubricante óptimo para un motor Mercedes-Benz. [Más información](#)



- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

### Mercedes-Benz Vans

Producción y comercialización de Vans para transporte de mercaderías y personas, Vans para logística y ambulancias para el mercado local e internacional.

 [Ver tabla de Vans](#)

Otros servicios de Mercedes-Benz Vans:

**Mercedes-Benz Assistance 24 Horas:** Servicio de asistencia en Argentina y países limítrofes, las 24hs, los 365 días del año. [Más información.](#)

**Mercedes-Benz Express Service:** En 90 minutos ya estás de nuevo en marcha. [Más información.](#)

**Mercedes Service Care:** Servicio de mantenimiento o garantía para Vans. [Más información.](#)

**Plan de mantenimiento Mercedes-Benz:** Para mantener la seguridad y el correcto funcionamiento de los vehículos en talleres especializados cualificados. [Más información.](#)

**Programa de Seguridad Vans:** Desarrollamos diferentes paquetes de trabajo enfocados en la seguridad del cliente, para brindarle un mantenimiento más seguro, fiable y calificado, con técnicos especializados y piezas originales Mercedes-Benz [Más información.](#)

### Mercedes-Benz Compañía Financiera

Nos comprometemos a brindar servicios financieros de excelencia, que creen valor para nuestras marcas, contribuyan al éxito financiero del grupo Daimler y provean oportunidades gratificantes, tanto a colaboradores como a la comunidad, a través de los programas de responsabilidad social.

 [Más información](#)

La unidad de servicios financieros brinda una variada gama de productos como:

- *Leasing*
- Seguros
- Financiación de vehículos
- Administración de flotas

### Mercedes-Benz Plan de Ahorro

Ofrecemos la posibilidad de acceder a la compra de vehículos de nuestra marca, a través del sistema de ahorro previo, brindando a los clientes el mejor servicio de atención y asesoramiento, y absoluta transparencia en sus procedimientos.

 [Más información](#)

|     |                        |
|-----|------------------------|
| 1   | Core                   |
| 1.1 | Sobre Nosotros         |
| 1.2 | Estrategia Corporativa |
| 1.3 | Gestión Sustentable    |

## Premios y Reconocimientos

Prestigiosas instituciones y programas reconocieron nuestro compromiso con la gestión sustentable, el apoyo a la educación y a la movilidad sustentable y segura.

Estas distinciones son un orgullo para nosotros, ya que reflejan tanto la excelencia y la calidad de nuestros productos como la labor diaria de todas las personas que forman parte de la Organización.

- Premio Ciudadanía Empresaria de AMCHAM, categoría Colaboradores internos.
- Distinción RSC: Tendencias e integración de la Cadena de Valor.
- Distinción RSC, en la categoría Empresas, por el Programa “Genios, Comunidad de conocimiento de Mercedes-Benz”.
- Premio Amigos de la Movilidad Sustentable y Segura 2018, Secretaría de Transporte de la Ciudad de Buenos Aires.
- Premio al Emprendedor Solidario del Foro Ecuménico Social, en la categoría Empresas – Ética por el Programa DinámicaMente.
- Mención de Honor en el Premio Conciencia por nuestro Programa “Genios, Comunidad de conocimiento de Mercedes-Benz” y mención al mérito por “teneslugar.com”.
- Premio Obrar del Consejo Publicitario Argentino, por “teneslugar.com”.
- Reconocimiento de la Fundación Compromiso en la Semana Internacional del Voluntariado Corporativo.
- Mención por el apoyo y acompañamiento a la Fundación Cimientos.
- Premio Crash Test a los autos más seguros de CESVI, otorgado al CLASE A como el “Auto más seguro 2018” y al CLASE E 400 por “Excelencia en seguridad 2017”.

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

“

*Mercedes-Benz está presente en Argentina, y somos conscientes de las responsabilidades relacionadas con nuestras operaciones de negocio. Con nuestro Programa de RSE, nos proponemos hacer nuestro aporte para promover el desarrollo social de la comunidad donde operamos.* ”

**Verónica Niemann,**  
Gerente de  
Asuntos Públicos,  
Comunicaciones y RSE.

| Ranking  | 2017                | 2018                |
|--|---------------------|---------------------|
| Premio Randstad Employer Brand Research (*)                          | <i>Hall of Fame</i> | <b>Hall of Fame</b> |
| Merco Empresas “100 empresas con mejor reputación de la Argentina”   | 6°                  | <b>8°</b>           |
| Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo                         | 9°                  | <b>8°</b>           |
| Merco - Sectorial Automotriz   | -                   | <b>2°</b>           |
| Merco Talento “100 empresas más atractivas para trabajar en el país” | 11°                 | <b>14°</b>          |
| Merco “Confianza de los consumidores en Argentina”                   | -                   | <b>2°</b>           |
| Prestigio CEOP   | 10°                 | -                   |
| Apertura “Las 100 mejores empresas en imagen”                        | -                   | <b>15°</b>          |
| Top ten de “Best Global Brands”                                      | 9°                  | <b>8°</b>           |
| Carrera de los sueños  | 10°                 | -                   |

(\*) Siendo ganadores en las tres últimas ediciones (2013, 2014 y 2015), ingresamos al *Hall de la Fame* en 2016, manteniendo esta posición hasta la actualidad.

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

- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

## 1.2 Estrategia Corporativa

Nuestro objetivo es claro: afianzar nuestro liderazgo como fabricantes de vehículos y convertimos en un proveedor pionero de servicios de movilidad. Cada acción estratégica gira en torno a un foco fundamental: el cliente.

Mediante cinco componentes estrechamente relacionados, estamos impulsando los cambios más importantes en la historia de nuestra Empresa.

Desde el Grupo Daimler, se establecieron cinco campos estratégicos, que guían nuestros esfuerzos para transformar con éxito a nuestra Empresa: *CORE, CASE, CULTURE, COMPANY* y *CUSTOMER*.

 [Más información sobre la Estrategia de Daimler](#)





**CORE** define el objetivo de fortalecer nuestro negocio central global en todos los segmentos de vehículos en los que estamos representados y en el segmento de servicios. Queremos apasionar a nuestros clientes con productos sobresalientes e innovadores, y con marcas fuertes. A través de nuestra sólida red global, estamos creando la base que nos permitirá reaccionar con flexibilidad ante las condiciones cambiantes del mercado y los deseos de los clientes.

**CULTURE** enmarca un plan de cooperación con nuestro capital humano, reforzando el espíritu emprendedor, volviéndonos más rápidos y creando más espacio para la innovación, en línea con los mercados y los clientes. Promovemos nuevos métodos de desarrollo y nuevos modelos de cooperación interdisciplinaria.



**CASE** implica nuevos campos de acción orientados al futuro: **C**onectividad, **A**utónomo, **S**ervicios **C**ompartidos y **E**léctrico. Apostamos a una transformación que responde a los desafíos de contribuir a ciudades más sustentables, con productos y servicios cómodos y fáciles de usar, que simplifican la vida y la movilidad de nuestros clientes.

**COMPANY** es el plan de la consolidación de tres compañías poderosas bajo un paraguas común; el Grupo Daimler se está transformando en una estructura más flexible y enfocada. Con la unión de Mercedes-Benz Cars y Mercedes-Benz Vans, y las divisiones Daimler Trucks y Daimler Buses, se unirán en Daimler Truck AG. Por otro lado, Daimler Financial Services AG continuará legalmente independiente.

Con esta nueva configuración, buscamos unidades de negocio con mayor libertad empresarial, con fortalecimiento de la orientación al mercado y al cliente, y capaces de generar nuevas asociaciones de manera más fácil y rápida. Además, Daimler cumple el objetivo de asegurar el compromiso a largo plazo de los inversores, y de socios actuales y futuros.

1 Core

1.1 Sobre Nosotros

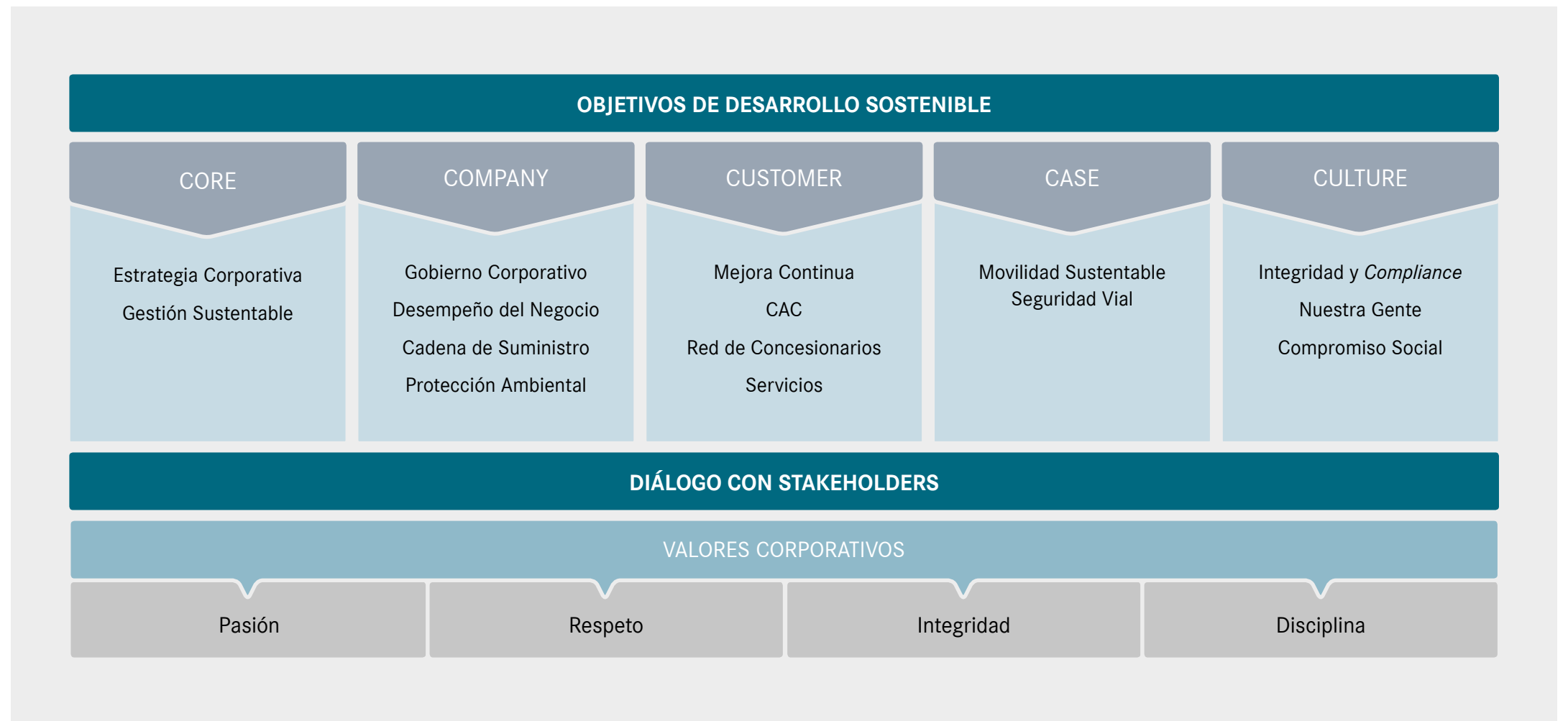
1.2 Estrategia Corporativa

1.3 Gestión Sustentable

## 1.3 Gestión Sustentable

La gestión sustentable de nuestro negocio está orientada a la creación del valor en lo económico, social y ambiental. Queremos posicionarnos como empresa de buenas prácticas de ciudadanía corporativa, sobre la base de nuestros valores y alienado a las dimensiones estratégicas (5C), que atraviesan transversalmente todas las operaciones y los sectores de la Compañía.

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



- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

## Pacto Global de Naciones Unidas (PGNU)

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

## Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

A través de la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa, hacemos contribuciones positivas para resolver los desafíos globales establecidos en la Agenda Global 2030.

En Mercedes-Benz Argentina, iniciamos el análisis e identificación de nuestra contribución al desarrollo sustentable de la mano de los 17 objetivos y sus 169 metas. Para ello, utilizamos la herramienta SDG Compass.

Considerando e identificando los impactos reales o potenciales, positivos o negativos, tanto de nuestra actividad como de nuestra cadena de valor y su concordancia con los aspectos identificados como materiales para nuestro Reporte de Sustentabilidad, el resultado fue el siguiente:





- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

## Matriz de Vinculación de Prácticas Relevantes y ODS Materiales

En el último año, iniciamos la segunda etapa de apropiación e integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a la gestión de nuestra Empresa.

| Pilar                            | Prácticas relevantes de MBA  | ODS 4 | ODS 5 | ODS 8          | ODS 9              | ODS 11     | ODS 12                       | ODS 13           | ODS 16     | Temas materiales                                 |
|----------------------------------|--|-------|-------|----------------|--------------------|------------|------------------------------|------------------|------------|--|
| COMPANY                          | Comité de Gestión y Participación en asociaciones empresariales y de Sustentabilidad     |       |       |                |                    |            | 12.6, 12.8                   |                  | 16.7, 16.8 | Integridad y <i>Compliance</i>                   |
|                                  | Exportaciones a Estados Unidos, Canadá y Brasil  |       |       | 8.1., 8.2, 8.3 |                    |            |                              |                  |            | Desempeño Económico                              |
|                                  | Reporte de Sustentabilidad   |       |       |                |                    |            | 12.6                         |                  | 16.6       | Integridad y <i>Compliance</i>                   |
|                                  | Requisito y recomendación para proveedores de tener certificaciones                      |       |       |                | 9.4                |            |                              |                  |            | Cadena de Valor                                  |
|                                  | Proceso de <i>Due Diligence</i> en alta de proveedores                                   |       |       |                |                    |            |                              |                  | 16.6       | Cadena de Valor                                  |
|                                  | <i>Green Production</i>  |       |       |                | 9.2, 9.4           |            | 12.2, 12.4, 12.5, 12.6       | 13.2, 13.a       |            | Emisiones, Energía, Residuos, y Agua y Efluentes |
|                                  | Sistema de Gestión Ambiental (SGA)   |       |       |                | 9.2, 9.4           |            | 12.2, 12.4, 12.5, 12.6, 12.8 | 13.2, 13.a       |            | Emisiones, Energía, Residuos, y Agua y Efluentes |
|                                  | Programas de gestión de energía  |       |       |                | 9.2, 9.4           |            | 12.2                         | 13.3, 13.a       |            | Energía  |
|                                  | Programa de gestión de emisiones   |       |       |                | 9.2, 9.4           |            | 12.2                         | 13.3             |            | Emisiones  |
|                                  | Programas de gestión del agua y efluentes  |       |       |                | 9.2, 9.4           |            | 12.2, 12.4                   |                  |            | Agua y Efluentes                                 |
| Programas de gestión de residuos |  |       |       | 9.2, 9.4       |                    | 12.4, 12.5 |                              |                  | Residuos   |  |
| CUSTOMER                         | <i>Fleetboard</i>  |       |       |                |                    | 11.2       | 12.2, 12.a                   | 13.2, 13.a       |            | Movilidad Sustentable y Energía                  |
|                                  | <i>Truck Training, Training Center</i> y Asistencia & Capacitación a flotas              |       |       | 8.2, 8.3, 8.4  | 9.2, 9.4, 9.5, 9.6 | 11.2       | 12.8, 12.a                   | 13.3             |            | Cadena de Valor                                  |
|                                  | Proyecto Mercedes-Benz <i>Retail Certification</i>                                       |       |       |                | 9.4                |            | 12.6                         | 13.2, 13.3, 13.a |            | Integridad y <i>Compliance</i> , Cadena de Valor |
|                                  | Plataforma <i>She's Mercedes</i>   |       |       |                |                    |            | 12.8                         | 13.3             |            | Movilidad Sustentable                            |
| CASE                             | REMAN  |       |       |                | 9.2, 9.4           |            | 12.4, 12.5                   | 13.2             |            | Movilidad Sustentable, Residuos                  |
|                                  | <i>EQ Electric Intelligence</i> y tecnología <i>plug-in hybrid</i>                       |       |       |                |                    | 11.2, 11.6 | 12.2, 12.a                   | 13.2, 13.a       |            | Movilidad Sustentable, Emisiones                 |
|                                  | Proceso de Regeneración en vehículos, Ecómetro y Ecoroll en <i>Trucks</i> y <i>Buses</i> |       |       |                |                    | 11.2, 11.6 | 12.2, 12.a                   | 13.2, 13.a       |            | Movilidad Sustentable, Emisiones                 |
|                                  | teneslugar.com   |       |       |                | 9.5, 9.b           | 11.2, 11.6 | 12.a                         | 13.2, 13.3       |            | Movilidad Sustentable, Seguridad Vial            |
|                                  | Innovación y Tecnologías de Seguridad en productos                                       |       |       |                | 9.5, 9.b           | 11.2, 11.6 |                              |                  |            | Seguridad Vial                                   |
|                                  | Vito Plus Accesible  |       |       |                | 9.2                | 11.2       |                              |                  |            | Seguridad Vial                                   |

- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

| Pilar   | Prácticas relevantes de MBA  | ODS 4              | ODS 5         | ODS 8         | ODS 9 | ODS 11 | ODS 12           | ODS 13 | ODS 16           | Temas materiales  |
|---------|--|--------------------|---------------|---------------|-------|--------|------------------|--------|------------------|---|
| CULTURE | Códigos, Directrices, Procedimientos, Comunicaciones y Capacitaciones  |                    |               |               |       |        |                  |        | 16.5, 16.6       | Integridad y <i>Compliance</i>  |
|         | Programa DEPE  |                    |               |               |       |        |                  |        | 16.5             | Integridad y <i>Compliance</i> , Cadena de Valor                        |
|         | Carta <i>antibribery</i> y Capacitación en <i>Compliance</i> para la Red de Consecionarios   |                    |               |               |       |        |                  |        | 16.5, 16.6, 16.7 | Integridad y <i>Compliance</i> , Cadena de Valor                        |
|         | Gestión de la Diversidad, Política de Protección de la Maternidad  |                    | 5.4, 5.c, 5.5 | 8.5, 8.8      |       |        |                  |        |                  | Empleo, Salud y Seguridad en el Trabajo                                 |
|         | Política de Pasantías, RRHH + Cerca, <i>Leadership 2020</i>  |                    |               | 8.5, 8.6, 8.b |       |        |                  |        |                  | Empleo, Formación y Educación   |
|         | Encuestas de Clima, Comité de Motivación y GPTW, Beneficios conciliación vida laboral-personal   |                    |               | 8.8           |       |        |                  |        |                  | Salud y Seguridad en el Trabajo   |
|         | Política y Programa de Formación de Seguridad y Salud Ocupacional, Comité Mixto de Higiene y Seguridad y de Ergonomía                        |                    |               | 8.8           |       |        |                  |        |                  | Salud y Seguridad en el Trabajo   |
|         | Servicio Médico en el Centro Industrial, Servicio de Kinesiología y Rehabilitación, Programa de Prevención de Trastornos Músculo Esquelético |                    |               | 8.8           |       |        |                  |        |                  | Salud y Seguridad en el Trabajo   |
|         | Escuela de Educación Secundaria Técnica Fundación Fangio   | 4.3, 4.4           |               | 8.5, 8.6, 8.b |       |        |                  |        |                  | Apoyo a las Comunidades Locales   |
|         | Polo Educativo del Centro Industrial   | 4.3, 4.4, 4.5      |               | 8.3           |       |        |                  |        |                  | Apoyo a las Comunidades Locales   |
|         | Programa Genios  | 4.3                |               | 8.5, 8.6, 8.b |       |        |                  |        |                  | Apoyo a las Comunidades Locales, Residuos, Cadena de Valor              |
|         | Programa DinamicaMente   | 4.5, 4.7           |               |               |       |        |                  |        |                  | Apoyo a las Comunidades Locales   |
|         | Voluntariado Corporativo, Donaciones y patrocinios   | 4.7                |               |               |       |        | 11.1, 11.4, 11.a |        |                  | Apoyo a las Comunidades Locales   |
|         | Apoyo de iniciativas y programas de educación en la comunidad  | 4.3, 4.4, 4.5, 4.7 |               | 8.6           |       |        | 11.4             |        |                  | Apoyo a las Comunidades Locales   |
|         | Programas de concientización en Movilidad Sustentable y Segura   |                    |               |               |       |        | 11.2, 11.6, 11.a |        |                  | Apoyo a las Comunidades Locales, Seguridad vial y Movilidad sustentable |

- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

## Diálogo con los Grupos de Interés

Mapeamos y clasificamos a nuestros grupos de interés a través de un análisis desarrollado sobre la base de la guía AA1000SES de *Accountability*.

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  |
|--|---|--|
| Colaboradores                              | Empleados jerárquicos, especialistas y jornalizados (tanto de fábrica como de Casa Central)   | Reuniones, encuentros informativos, desayunos, revista interna, carteleras, <i>e-mailings</i> , Intranet, redes sociales, Reporte de Sustentabilidad                                   |
| Clientes                                   | Clientes en general, clasificados por productos y servicios   | Revista "Mundo Benz", eventos, <i>e-mailings</i> , <i>call center</i> , encuestas, redes sociales, Reporte de Sustentabilidad  |
| Proveedores                                | Proveedores por compras productivas, compras anexas y no productivas, tanto de bienes como de servicios   | Plataforma de sistemas específicos, reuniones, visitas regulares, Reporte de Sustentabilidad   |
| Concesionarios                             | 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, <i>dealer extranet</i> , <i>e-mailings</i> , reuniones, Circular, Reporte de Sustentabilidad |
| Accionistas y otras compañías del grupo    | Daimler AG y las otras compañías del Grupo Daimler  | Reuniones de Asamblea y reportes gerenciales directos, Reporte de Sustentabilidad  |
| Comunidades, medios, universidades y otros | Comunidades vecinas a la planta, la comunidad en general, asociaciones sin fines de lucro con las cuales trabajamos, universidades y medios especializados, entre otros | Eventos de RSE, reuniones de diálogo, visitas de relevamiento, conferencias, <i>e-mailings</i> , gacetillas de prensa, encuestas, mesas de trabajo, Reporte de Sustentabilidad         |
| Organismos de control                      | Autoridades gubernamentales, nacionales, provinciales y municipales, y otros organismos de contralor  | <i>E-mailings</i> , reuniones  |
| Sindicatos                                 | Organizaciones sindicales que representan a nuestros empleados  | Reuniones periódicas, Reporte de Sustentabilidad   |

En Mercedes-Benz Argentina, consideramos de gran relevancia el diálogo permanente con nuestros grupos de interés. Los canales de comunicación con cada grupo son usados frecuentemente, y los temas que surgen a tra-

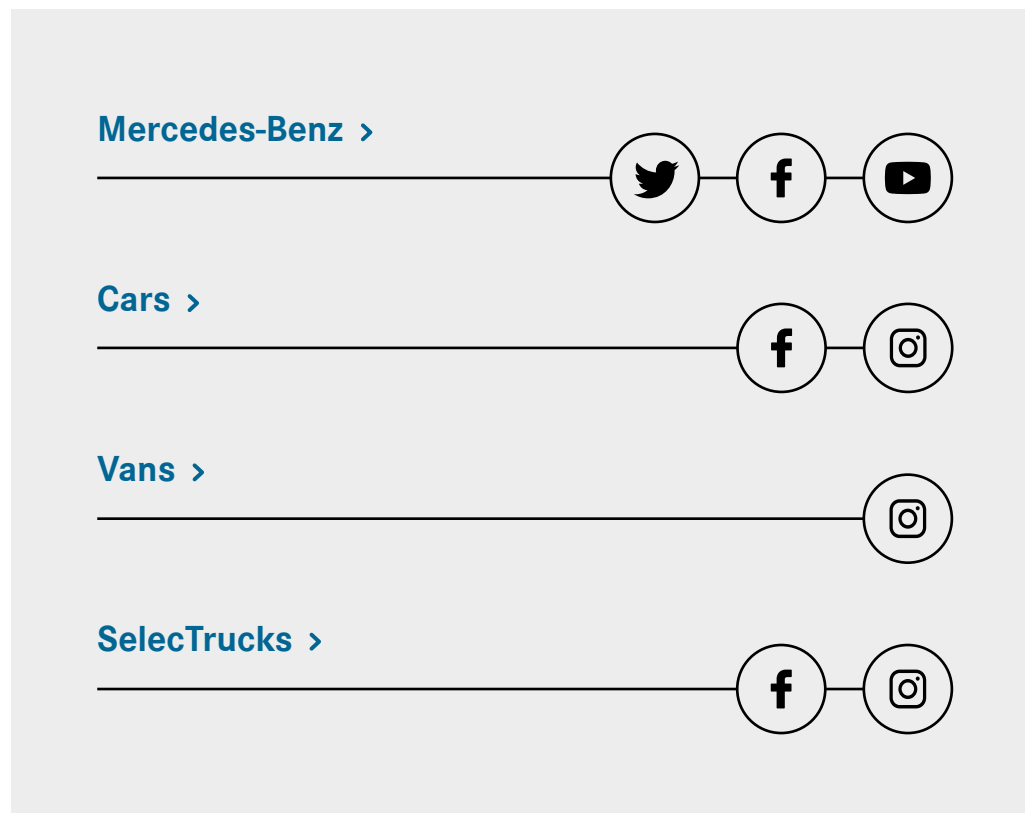
vés de ellos son evaluados por las áreas correspondientes y son quienes implementan las acciones consecuentes.



- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

## Redes sociales

Utilizamos las redes sociales como otra forma de relacionarnos con nuestros grupos de interés.



## Diálogo con la Dirección

Creemos que el diálogo entre todas las categorías de la Organización favorece la integración. Si bien la Dirección siempre está presente en la apertura o en el cierre de actividades de capacitación y de diversos programas, existen lugares de encuentro creados especialmente para propiciar la comunicación entre colaboradores y el Directorio:

- **Town Hall Informativos:** Para fortalecer la comunicación directa de la Alta Dirección con todas las personas que integran la Organización.  
  
Los miembros del Directorio presentan información acerca de resultados y objetivos de los negocios, se busca motivar el interés de la nómina en la orientación a resultados, generar compromiso, trabajo en equipo y, así, lograr acercar e integrar los niveles gerenciales a todas las categorías del personal.
- **Programa de Mentoring:** En el marco del programa de desarrollo de colaboradores 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.
- **Manager Dialog:** Reuniones mensuales convocadas por el director de la planta, para informar sobre todas las novedades con respecto a la producción.

- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

## Reporte de Sustentabilidad

Este es nuestro sexto Reporte de Sustentabilidad, el cual fue elaborado de conformidad con los estándares del *Global Reporting Initiative (GRI)*, opción esencial.

El Reporte de Sustentabilidad 2017-2018 implica la Comunicación del Progreso alcanzada durante 2018 y, también, complementa la presentación

anterior enriqueciendo, fundamentalmente, los contenidos en cuanto a la medición y los resultados alcanzados.

Entre las funciones del órgano superior de gobierno, se atribuye la de supervisar y asegurar el desarrollo del Reporte de Sustentabilidad de acuerdo con los estándares GRI.

### Reportes de Sustentabilidad anteriores:



2008  
[Ver reporte](#)



2009-2010  
[Ver reporte](#)



2011-2012  
[Ver reporte](#)



2013-2014  
[Ver reporte](#)



2015-2016  
[Ver reporte](#)

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

- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

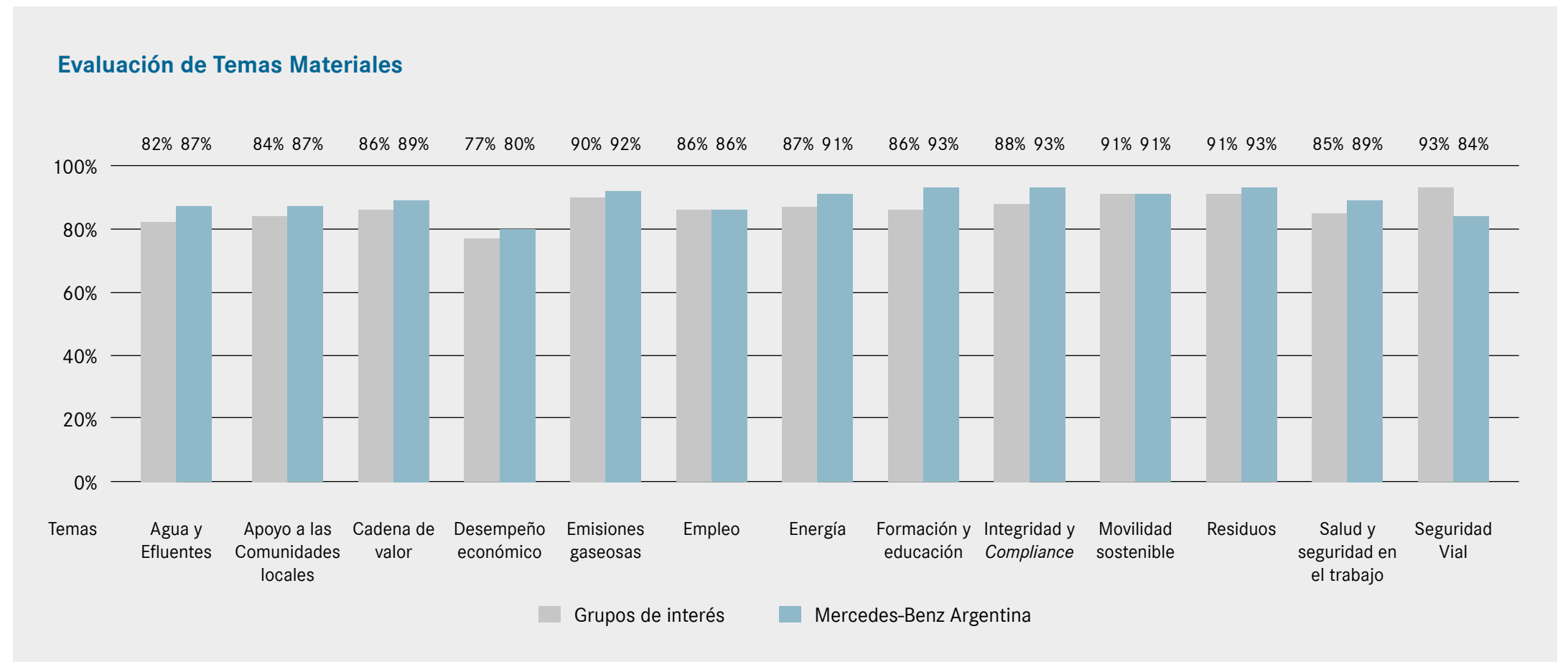
## Análisis de Materialidad

Los cambios en la estructura corporativa del Grupo Daimler, y la relocalización de las oficinas administrativas, demandarán un proceso de actualización de los grupos de interés prioritarios y un proceso de materialidad integral.

Por ello, sobre la base de las definiciones del *Global Reporting Initiative* (GRI), decidimos mantener la vigencia de los diferentes temas materiales identificados para el Reporte de Sustentabilidad anterior, actualizando solo su valoración, con miras de iniciar, en 2019-2020, el proceso integral de materialidad.

El análisis realizado incluyó la perspectiva de colaboradores, clientes, proveedores, concesionarios, organismos de gobierno y de control, organizaciones de la sociedad civil, instituciones académicas y otras empresas.

Como conclusión, obtuvimos la siguiente lista de temas materiales valorizados:



- 1 Core
- 1.1 Sobre Nosotros
- 1.2 Estrategia Corporativa
- 1.3 Gestión Sustentable

| #  | Temas materiales                | Referencia – Capítulo  | Alcance del impacto  |
|----|---------------------------------|--|--|
| 1  | Seguridad Vial                  | Capítulo 4 Case, 4.2 Seguridad Vial,<br>Capítulo 5 Culture, 5.3 Compromiso Social  | Incluye impacto de los vehículos en la sociedad y el transporte, en Clientes, Concesionarios y Comunidad   |
| 2  | Movilidad Sustentable           | Capítulo 3 Customer,<br>Capítulo 4 Case, 4.1 Movilidad Sustentable<br>Capítulo 5 Culture, 5.3 Compromiso Social                                      | Incluye impacto de los vehículos en la sociedad y el transporte, en Clientes, Concesionarios, Proveedores y Comunidad  |
| 3  | Emisiones                       | Capítulo 2 Company, 2.4 Protección ambiental en operaciones - Capítulo 4, 4.1 Movilidad Sustentable  | Incluye impactos en Planta y Vehículos, en Organismos de Control, Clientes y Comunidad   |
| 4  | Formación y Educación           | Capítulo 5 Culture, 5.2 Nuestra Gente<br>Capítulo 5 Culture, 5.3 Compromiso Social   | Incluye impactos en Colaboradores, Sindicatos y Comunidad  |
| 5  | Integridad y <i>Compliance</i>  | Capítulo 2 Company, 2.1 Gobierno Corporativo, 2.3 Cadena de Suministro<br>Capítulo 5 Culture, 5.1 Integridad y <i>Compliance</i>                     | Incluye impactos en la Compañía y Cadena de Valor, en Accionistas y otras Compañías del Grupo, Colaboradores, Clientes, Proveedores, Concesionarios, Organismos de Control y Comunidad |
| 6  | Residuos                        | Capítulo 4, 4.1 Movilidad Sustentable - Capítulo 2 Company, 2.4 Protección ambiental en operaciones  | Incluye impactos en Organismos de Control y Comunidad  |
| 7  | Energía                         | Capítulo 2 Company, 2.4 Protección ambiental en operaciones - Capítulo 3 Customer, 3.4 Servicios,<br>Capítulo 4 Servicios, 4.1 Movilidad Sustentable | Incluye impactos en Organismos de Control, Clientes y Comunidad  |
| 8  | Empleo                          | Capítulo 5 Culture, 5.2 Nuestra Gente  | Incluye Diversidad, impactos en Accionistas y otras Compañías del Grupo, Colaboradores y Comunidad   |
| 9  | Salud y Seguridad en el Trabajo | Capítulo 5 Culture, 5.2 Nuestra Gente  | Impacto impactos en Colaboradores, Sindicatos y Proveedores  |
| 10 | Apoyo a las Comunidades Locales | Capítulo 2 Company, 2.2 Desempeño del Negocio<br>Capítulo 5 Culture, 5.3 Compromiso Social   | Incluye impacto económico en comunidades, en Accionistas y otras Compañías del Grupo, Colaboradores, Clientes, Concesionarios y Comunidad  |
| 11 | Cadena de Valor                 | Capítulo 2 Company, 2.3 Cadena de suministro   | Incluye aspectos de DD. HH., impacto en Colaboradores y Proveedores  |
| 12 | Agua y Efluentes                | Capítulo 2 Company, 2.4 Protección ambiental en operaciones  | Incluye impacto en Organismos de control y Comunidad   |
| 13 | Desempeño Económico             | Capítulo 2 Company, 2.2 Desempeño del Negocio  | Incluye impactos en Accionistas y otras Compañías del Grupo, Colaboradores, Clientes, Proveedores, Concesionarios, Organismos de Control y Comunidad                                   |



# Company



2 Company

2.1 Gobierno Corporativo

2.2 Desempeño del Negocio

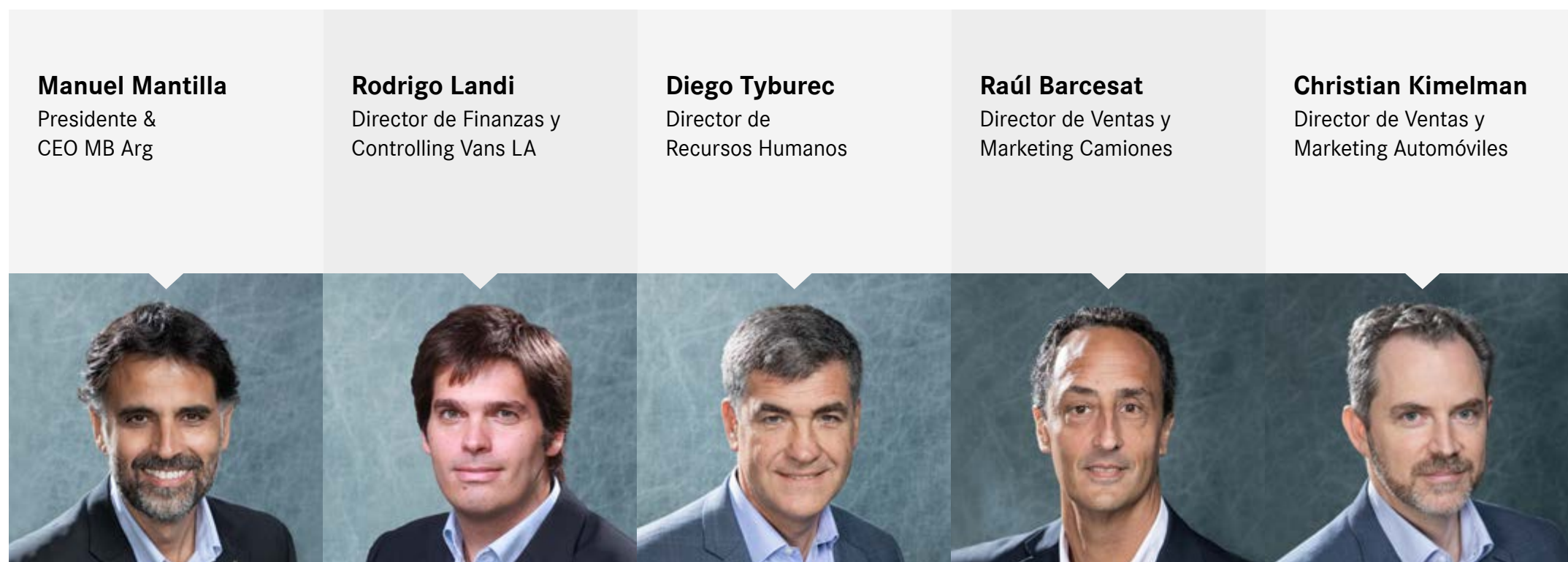
2.3 Cadena de Suministro

2.4 Protección Ambiental

## 2.1 Gobierno Corporativo

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

Mercedes-Benz Argentina S.A. es una sociedad controlada y pertenece al grupo Daimler AG. La participación de la sociedad controlante sobre el capital social y los votos es del 99,99%. Asimismo, las sociedades controladas de Mercedes-Benz S.A. y los porcentajes de participación de su capital y sus votos son las siguientes: 97% en Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina S.A. y 72,85% en Círculo Cerrado S.A. de Ahorro para Fines Determinados.



Este capítulo está alineado a los ODS:



Las personas que integran el Directorio 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 también participa, como invitado permanente, el Sr. David Velázquez, Presidente de Mercedes-Benz Compañía Financiera.

- 2 Company
- 2.1 Gobierno Corporativo
- 2.2 Desempeño del Negocio
- 2.3 Cadena de Suministro
- 2.4 Protección Ambiental

## Estructura de Sustentabilidad, Delegación de Autoridad y Participación en Asociaciones Empresariales y del Sector

Para la gestión específica de los aspectos económicos, sociales y ambientales, a nivel grupo, el órgano máximo está representado por el Consejo de Sustentabilidad de Daimler AG. A nivel local, gestionan estos aspectos de manera específica la Dirección de Asuntos Públicos, Comunicaciones y RSE, que comprende la Jefatura de RSE; trabaja en forma coordinada con todas las demás áreas de la Compañía y, además, se articula con la Dirección de Sustentabilidad del Grupo Daimler.

### Comité de Gestión

Los comités responsables de la toma de decisiones sobre temas económicos, ambientales y sociales mediante el cual se delega autoridad al personal son:

| Comité                                       | Periodicidad de reunión | Integrantes   |
|--|-------------------------|---|
| Comité Mixto de Higiene y Seguridad (COHISE) | Reuniones mensuales     | Delegados especializados, de los trabajadores de SMATA y MBA          |
| Comité de Ergonomía                          | Reuniones mensuales     | Servicio Médico   |
| Comité de Salud                              | Reuniones mensuales     | Servicio Médico   |
| Comité <i>GPTW</i> de MBF                    | Reuniones quincenales   | Colaboradores de distintas áreas de MBF                               |
| Comité de Medioambiente                      | Reuniones trimestrales  | Colaboradores de distintas áreas (Medioambiente - RSE- Mantenimiento) |

Asimismo, a través de la representación de referentes de diferentes áreas de la Compañía en espacios externos (asociaciones, cámaras empresariales e iniciativas en materia de sustentabilidad), también se logra el proceso de delegación de autoridad para temas económicos, ambientales y sociales del máximo órgano de gobierno a los altos ejecutivos y otros/as colaboradores/as.

Participamos en las siguientes:

#### Asociaciones Empresariales en Materia de Sustentabilidad:

- IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria).
- IDEA (Instituto para Desarrollo Empresario Argentina).
- R.E.D. de empresas por la diversidad de la UTD.
- Pacto Global de Naciones Unidas - Red Argentina.
- Cámara de la Industria y Comercio Argentino-Alemana (AHK).
- GDFE (Grupo de Fundaciones y Empresas).

#### Programas:

- Programa Amigos de la Movilidad Sustentable y Segura de la Nación.
- Programa Amigos de la Movilidad Sustentable y Segura de la Ciudad de Buenos Aires.
- Ciudad Colaborativa de la Ciudad de Buenos Aires.
- Ciudad Verde de Vicente López.

#### Asociaciones y Cámaras Empresariales y Comerciales:

- ADEFA (Asociación de Fabricantes de Automotores).
- AFIMA (Asociación de Financieras de Marcas Automotrices).
- AGUEERA (Asociaciones de Grandes Usuarios de Energía Eléctrica de la Rep. Arg.).
- AHK (Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana).
- ALA (Asociación de *Leasing* de Argentina).
- AmCham (Cámara de Comercio de los Estados Unidos).
- CAPA (Cámara de Planes de Ahorro).
- CERA (Cámara de Exportadores de la República Argentina).
- UAP (Unión Argentina de Proveedores del Estado).
- UIA (Unión Industrial Argentina).
- CAMBRAS (Cámara de Comercio, Industria y Servicios Argentino Brasileña de la Rep. Arg.)



- 2 Company
- 2.1 Gobierno Corporativo
- 2.2 Desempeño del Negocio
- 2.3 Cadena de Suministro
- 2.4 Protección Ambiental

## 2.2 Desempeño del Negocio

Cifras que muestran el desempeño de Daimler en el último año:



Daimler vendió más vehículos que nunca en 2018: un total de 3,4 millones.



Los ingresos alcanzaron los 167.400 millones de euros, un dos por ciento más que en el año anterior.



Sin embargo, con 11.100 millones de euros, el EBIT fue significativamente menor que en 2017.



El beneficio neto ascendió a 7.600 millones de euros.

 [Más información](#)



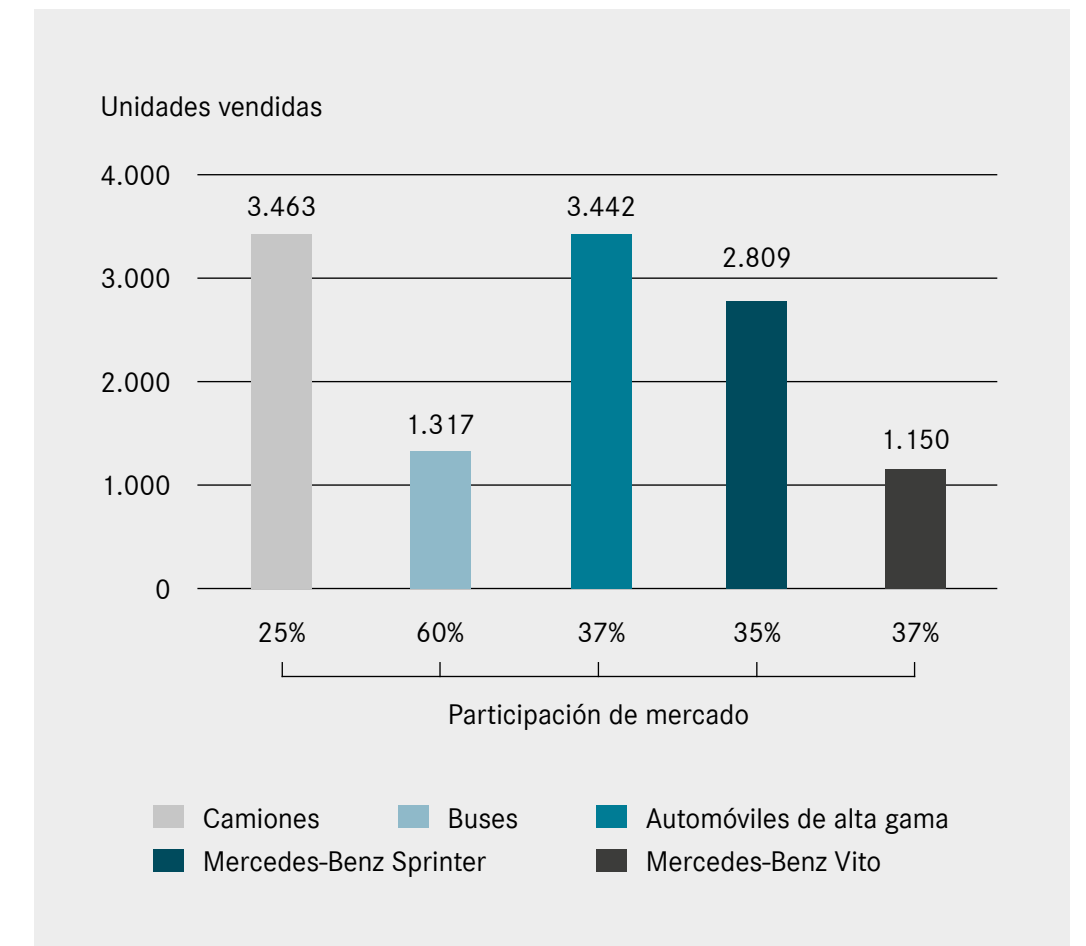
En anexo, podrán encontrar información cuantitativa que describe el contexto del sector automotriz argentino.

## Desempeño del Negocio en Argentina

Durante el período de reporte, lideramos la venta de autos de alta gama, camiones, buses y utilitarios.

El año 2018 ha sido un gran año, marcado por importantes hechos que hablan de los desafíos asumidos y el camino recorrido como equipo:

- Se iniciaron las operaciones de remanufactura de motores REMAN.
- Incorporamos nuevas sucursales a nuestra red de concesionarios.
- Alcanzamos la siguiente participación de mercado y unidades vendidas:





## 2 Company

## 2.1 Gobierno Corporativo

## 2.2 Desempeño del Negocio

## 2.3 Cadena de Suministro

## 2.4 Protección Ambiental

## Exportaciones

- **Sprinter, líder en Brasil:** En 2017, el utilitario Sprinter alcanzó el liderazgo de ventas en Brasil con un 36% de *market share*.

De los países latinoamericanos, Brasil es el mayor comprador de las Sprinter argentinas.

- **Exportación de la Sprinter número 10.000 a Estados Unidos:** En octubre de 2018, realizamos el despacho de la unidad número 10.000 del utilitario Sprinter, producido en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio de Virrey del Pino, La Matanza, a Estados Unidos. El primer envío se realizó en 2016.

En el marco de las exportaciones a Estados Unidos, para poder responder a las altas demandas de calidad y equipamiento, además del cumplimiento de las normas técnicas exclusivas de dicho mercado, se adecuó la línea de producción, que incluyó nuevas tecnologías y la capacitación de operarios. Esto ha sido posible gracias a las inversiones realizadas, con el fin de igualar el producto que sale desde Argentina con el fabricado a nivel mundial.

## Inversiones

Las inversiones anunciadas en los reportes anteriores se han visto ejecutadas en el lanzamiento de la tercera generación de la Sprinter Mercedes-Benz (uno de los proyectos de inversión más grandes del Grupo Daimler en Argentina y uno de los más ambiciosos de la industria).

**Plan de Desarrollo Industrial**

Es importante destacar que seguimos trabajando, en conjunto con los demás actores de la industria automotriz argentina y el Gobierno Nacional, en un Plan de Sustentabilidad para asegurar el crecimiento de la actividad industrial en el país.

Se busca mejorar la competitividad estructural en un esfuerzo de cooperación entre los sectores públicos y privados, incluida la participación de los sindicatos, sector universitario y otros miembros de la cadena de valor.

## 2 Company

## Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina

## 2.1 Gobierno Corporativo

## 2.2 Desempeño del Negocio

## 2.3 Cadena de Suministro

## 2.4 Protección Ambiental

El volumen de préstamos de la unidad de negocio financiera aumentó un 34,72%, pasando de una cartera de financiaciones al 31 de diciembre de 2017 de \$5.920 millones a una cartera de \$7.976 millones al 31 de diciembre de 2018.

Es de destacar que, desde Mercedes-Benz Financiera, se financió el 22,7% y 22,2% del total de unidades de las marcas Mercedes-Benz y Smart vendidas durante 2018 y 2017, respectivamente.

Seguimos consolidándonos como la principal opción de financiación para los vehículos de particulares y comerciales de las marcas Mercedes-Benz y Smart.

La estrategia por implementar, para enfrentar el contexto económico descrito anteriormente, es:

- ✓ Incrementar la cartera de financiaciones en 2019 sobre la base de un estricto control de la calidad crediticia, con foco en el crecimiento del segmento *retail*/pyme.
- ✓ Incrementar los gastos operativos.
- ✓ Alentar la colocación de productos sobre clientes con buen comportamiento y con un elevado nivel de fidelización.
- ✓ Foco en administrar la mora temprana y judicial.

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

Nuestra estrategia comercial busca mantener el liderazgo en el mercado, ofreciendo productos financieros altamente competitivos, acordes con las necesidades del mercado y con los niveles de excelencia en la calidad del servicio, alcanzando la visión de ser la primera alternativa de servicios financieros de los clientes Mercedes-Benz.



## 2 Company

## 2.1 Gobierno Corporativo

## 2.2 Desempeño del Negocio

## 2.3 Cadena de Suministro

## 2.4 Protección Ambiental

## Mercedes-Benz Plan de Ahorro

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

La cantidad de adjudicaciones de sumas de dinero, destinadas a la adquisición de unidades de la marca Mercedes-Benz, a través de nuestro sistema de ahorro, tuvo una disminución del 5,8%. Hubo un total de 1.333 adjudicaciones de solicitudes de contratos en 2018 y 1.416 adjudicaciones en 2017, con el siguiente destino de compra de vehículos Mercedes-Benz:

| Destino de compra | 2017  | 2018         |
|-------------------|-------|--------------|
| Autos             | 32    | <b>39</b>    |
| Smart             | 31    | <b>39</b>    |
| Sprinter          | 673   | <b>598</b>   |
| Camiones          | 411   | <b>323</b>   |
| Buses             | 38    | <b>43</b>    |
| Vito              | 231   | <b>291</b>   |
| <b>Total</b>      | 1.416 | <b>1.333</b> |

Las suscripciones concretadas durante 2018 fueron 2.858 solicitudes de contratos, lo que arroja un aumento del 15,7% respecto al año anterior (2.470 solicitudes de contratos).

Al cierre del ejercicio, se alcanzó una cartera activa total de 8.445 solicitudes de contratos administrativos, registrándose un aumento del 2,81% respecto de 2017 (8.214 solicitudes de contratos).



En anexo, encontrarán más cifras de nuestro desempeño económico.

## 2 Company

## 2.1 Gobierno Corporativo

## 2.2 Desempeño del Negocio

## 2.3 Cadena de Suministro

## 2.4 Protección Ambiental

## 2.3 Cadena de Suministro

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: Compras de material directo y Compras auxiliares.

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

### Compras con Criterios de Sustentabilidad

La certificación en las normas IATF 16.949 (Gestión de Calidad de la Industria Automotriz) o ISO 9.001 (Gestión de Calidad) es un requisito para los proveedores de material directo, mientras que, adicionalmente, se recomienda la certificación en la norma ISO 14.001. A fin de supervisar los requerimientos exigidos a los proveedores, realizamos auditorías de sus procesos e instalaciones regularmente.

En la actualidad, el 94% de los proveedores productivos cuentan con certificación IATF 16.949 o ISO 9.001, y el 42% también alcanzó la certificación en ISO 14.001 de Gestión Ambiental.

Para compras auxiliares, se recomiendan alcanzar las certificaciones ISO 14.000, en lo que hace a gestión ambiental, e ISO 9.000, para el gerenciamiento de la calidad.



En anexo, encontrarán detalle de los proveedores certificados.

## Mercedes-Benz *Special Terms*

Los proveedores con quienes trabajamos deben –en todo momento– cumplir con las disposiciones legales vigentes, y adherir a las normas y a las exigencias del Grupo Daimler en materia de sustentabilidad y protección del medio ambiente, según los requerimientos de Mercedes-Benz *Special Terms* (MBST 36).

Esta norma interna, que se aplica a todo tipo de compra, implica el cumplimiento de los siguientes estándares de Sustentabilidad:

- **Condiciones laborales:** Salarios, beneficios y horas de trabajo en concordancia con las convenciones de la OIT (Organización Internacional del Trabajo), 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, calidad y seguridad en los productos y servicios, evitar los conflictos de interés, observancia de las leyes y regulaciones vigentes, respeto a la libre competencia y respeto a los secretos comerciales.
- **Medioambiente:** Responsabilidad ambiental en cuanto a las actividades productivas y sus productos, consideración del reciclado de sus productos, confirmación de adhesión a prohibiciones de sustancias, mejora continua de productos y producción.
- **Promoción de estos estándares** de Daimler en su propia cadena de suministros.

Los Estándares de Producción de Vehículos de Daimler, alineados a los de Sustentabilidad, se reflejan en normas internas de las compras productivas, que fueron definidas con el propósito de **garantizar el cuidado de la salud de los ocupantes**. Entre ellas, se incluyen:

- Límites de emisiones en piezas interiores del vehículo.
- Evitar la utilización de sustancias peligrosas, explosivas.
- Protección del uso de sustancias radioactivas.



## 2 Company

## 2.1 Gobierno Corporativo

## 2.2 Desempeño del Negocio

## 2.3 Cadena de Suministro

## 2.4 Protección Ambiental

## Auditorías en el Proceso de Contratación

El proceso de contratación de nuevos proveedores requiere la realización de una auditoría conjunta *in situ* por parte de las áreas de Calidad, Compras, Logística, Desarrollo y Planificación de Precostos basada en la norma VDA 6.3, con la incorporación adicional de los Estándares de Sustentabilidad exigidos por Daimler.

Los Estándares de Sustentabilidad Corporativos exigen que todos los proveedores de Daimler cumplan los siguientes aspectos:

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

Se incorporó un **proceso de Due Diligence** en instancias de alta de un proveedor. Realizamos un análisis de diligencia debida antes del lanzamiento de solicitudes de cotización; o sea, se realiza antes que el proveedor sea registrado como tal, con el objetivo de evaluar el cumplimiento de cada uno de los aspectos anteriormente indicados.

El proceso se realiza mediante la observación directa y el pedido explícito de evidencias respaldatorias. En ciertos casos (por ejemplo, una compañía recién fundada), una verificación de la compañía matriz podría considerarse razonable. Esto se puede decidir a discreción del comprador; quien debe informar lo decidido.

Ética y *compliance* en los negocios son puntos de gran importancia en nuestras relaciones comerciales.

Daimler evalúa la existencia de políticas y directrices internas en el proveedor, verifica la existencia de responsables y los canales de reporte anónimo para las causas relativas a *compliance*, así como también los medios de comunicación utilizados para la difusión interna dentro de la Compañía.

## Directriz sobre Aprovisionamiento Externo de Material No Destinado a la Producción, Servicios y Bienes de Inversión

La directriz regula los procesos de aprovisionamiento y facturación de material no destinado a la producción, servicios y bienes de inversión. Establece que debe llevarse a cabo el control de integridad de proveedores antes de iniciar una relación comercial.

Este control es un proceso para identificar cuestiones relacionadas con la integridad de los proveedores que pudieran hacer desaconsejable el inicio de una relación comercial. En particular, aquellos que deben actuar en nombre del Grupo Daimler deben cumplir las máximas exigencias en relación con su reputación y con su conducta comercial.



En anexo, encontrarán información sobre las prácticas responsables y el desempeño alcanzado por nuestra cadena de suministro.

## 2 Company

## 2.1 Gobierno Corporativo

## 2.2 Desempeño del Negocio

## 2.3 Cadena de Suministro

## 2.4 Protección Ambiental

## 2.4 Protección Ambiental

La preservación de los recursos, junto con la protección del clima y la calidad del aire, son pilares fundamentales de la Estrategia de Sustentabilidad de Daimler.

Por ello, nuestra **política ambiental**, integrada en las decisiones estratégicas de la compañía, incluye la evaluación del impacto que tiene nuestra producción y productos en el medioambiente, integradas a las decisiones estratégicas del negocio.

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

En Mercedes-Benz 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.
- Producimos vehículos que asocian compatibilidad ambiental y eficiencia energética.
- Desarrollamos nuestra producción teniendo en cuenta la protección del medio ambiente, a través de la prevención de la contaminación y el uso sostenible de recursos materiales, hídricos y energéticos. Ofrecemos a nuestros clientes información y servicios orientados a la conservación del ambiente y al uso de la energía.
- Informamos a los equipos de trabajo y a la opinión pública sobre la protección del medio ambiente y el uso racional de los recursos hídricos y energéticos.

Nuestro **compromiso ambiental** se centra en proteger todo cuerpo receptor (aire, suelo y agua) y la conservación de los recursos materiales, hídricos y energéticos.

## 2 Company

*GreenProduction*

## 2.1 Gobierno Corporativo

## 2.2 Desempeño del Negocio

## 2.3 Cadena de Suministro

## 2.4 Protección Ambiental

Es una iniciativa global del Grupo Daimler para nuestros procesos productivos. Hemos definido, globalmente, objetivos de reducción por alcanzar en 2030, que consisten en disminuir un 25% el consumo de energía, un 33% la generación de residuos a disposición y un 28% el consumo de agua. Además de estos objetivos vinculados a la preservación de los recursos, también se ha establecido un plan relacionado a la protección del clima y a la calidad del aire en las operaciones. En particular, apunta a reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> y Compuestos Orgánicos Volátiles (COV).

En este contexto, estamos en proceso de definición de medidas concretas que apunten a la eficiencia de los procesos operativos y a prácticas más sustentables, tendientes a reducir estas variables en nuestro Centro Industrial.

*GreenStrategy*

Complementariamente a la iniciativa global *GreenProduction*, implementamos esta **acción de concientización ambiental**. Es una campaña con alcanza a todas las personas de la organización y su fin es el cuidado del medioambiente a través de pequeñas acciones cotidianas.

**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 de Ventas y Postventas.

Desde 2001, contamos con la certificación **ISO 14.001**. Consiste en uno de los elementos centrales para el Sistema de Gestión Ambiental, y se utiliza de guía para la gestión y para las capacitaciones en las temáticas relacionadas.



**Más información**

**Mejoras del período**

- Recertificamos nuestro SGA bajo la norma ISO 14.001, en su última versión 2015, de modo de mantener alineada a nuestra Organización a los estándares mundiales en materia de gestión ambiental.
- Actualizamos el SGA estableciendo los lineamientos de *GreenProduction*, en particular, estableciendo las metas por cumplir para 2030, en la gestión de Recursos, Energía, Emisiones y Residuos.

2 Company

2.1 Gobierno Corporativo

2.2 Desempeño del Negocio

2.3 Cadena de Suministro

2.4 Protección Ambiental

## Capacitaciones en materia ambiental

En los últimos dos años, hemos desarrollado las siguientes capacitaciones internas en temas ambientales, para nuestra nómina y para el personal de terceros:

30

personas realizaron la capacitación en práctica y entrenamiento contra incendio

200

personas realizaron actividades ambientales y de actualización del Sistema de Gestión Ambiental (SGA)

250

personas realizaron la inducción en concientización ambiental

25

personas realizaron la capacitación a multiplicadores del SGA

25

personas realizaron la capacitación en manejo seguro de sustancias peligrosas

22

participantes externos realizaron la capacitación de gestión ambiental para empresas contratistas de Mercedes-Benz Argentina



En anexo, podrán consultar el detalle desglosado de las capacitaciones en materia ambiental.

### Premio al Liderazgo Ambiental



A partir del compromiso a nivel global, “Ambition 2039”, el Grupo Daimler se suma al desafío de alcanzar objetivos y tareas relacionados con la reducción de la huella de CO<sub>2</sub>.

Sobre este marco, estableció el **Premio al Liderazgo Ambiental** que en 2020 premiará las mejores iniciativas en la materia. Se reconocerán las iniciativas que se destaquen por su compromiso, su creatividad y su fuerza innovadora para garantizar el cumplimiento de las responsabilidades ecológicas del grupo.

Este premio se otorgará en tres diferentes categorías:

- Protección ambiental relacionada con la producción y con el proceso.
- Protección ambiental relacionada con el producto.
- Compromiso ambiental excepcional.



- 2 Company
- 2.1 Gobierno Corporativo
- 2.2 Desempeño del Negocio
- 2.3 Cadena de Suministro
- 2.4 Protección Ambiental

## Energía

A continuación, presentamos nuestros consumos de energía totales:

| Consumo energético (MWh/unidad)  | 2015          | 2016          | 2017          | 2018           |
|--|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Energía eléctrica  | 33.465        | 36.194        | 35.485        | <b>37.654</b>  |
| Gas natural  | 43.731        | 56.675        | 54.251        | <b>61.207</b>  |
| Gas licuado (GLP)  | 7.473         | 6.618         | 3.434         | <b>1.395</b>   |
| Combustible líquido: Gasoil<br>(producción de EE + vehículos propios) – Alcance 1 <sup>[*]</sup> | 361           | 189           | 1.824         | <b>1.610</b>   |
| Combustible líquido: Gasolina<br>(vehículos propios) – Alcance 1 <sup>[*]</sup>                  | -             | -             | 1.068         | <b>771</b>     |
| <b>Total consumo energético</b>  | <b>85.029</b> | <b>99.676</b> | <b>96.062</b> | <b>102.637</b> |

<sup>[\*]</sup> A partir de 2017, las cantidades de combustible líquido de los vehículos propiedad de Mercedes-Benz Argentina se incluyen también en la cantidad de combustible líquido (Alcance 1). Hasta 2017, solo se incluía el consumo de combustible líquido para uso estacionario (por ej., generación de energía eléctrica en casos de emergencia).

Desde 2019, incorporamos en nuestro Centro Industrial Juan Manuel Fan-  
gio de Virrey del Pino, energía eléctrica proveniente de fuentes renovables.

Actualmente, el consumo diario de ese tipo de energía alcanza el 50%, del  
total de la energía adquirida por la Planta, cumpliendo y superando con  
creces lo dispuesto por la Ley 27.191.

|     |                       |
|-----|-----------------------|
| 2   | Company               |
| 2.1 | Gobierno Corporativo  |
| 2.2 | Desempeño del Negocio |
| 2.3 | Cadena de Suministro  |
| 2.4 | Protección Ambiental  |

## Consumos Energéticos por Unidades Producidas

Asimismo, presentamos los consumos energéticos 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 (este cálculo no incluye los combustibles líquidos):

| <b>Intensidad energética (MWh/unidad)</b> | <b>2015</b>  | <b>2016</b>  | <b>2017</b>  | <b>2018</b>  |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Energía eléctrica                         | 2,048        | 1,957        | 1,943        | <b>1,870</b> |
| Gas natural                               | 2,676        | 3,065        | 2,970        | <b>3,039</b> |
| Gas licuado (GLP)                         | 0,457        | 0,358        | 0,188        | <b>0,069</b> |
| <b>Intensidad energética total</b>        | <b>5,180</b> | <b>5,379</b> | <b>5,101</b> | <b>4,978</b> |

## Mejoras del Período

Principales actividades y mejoras en relación con el consumo de energía:

- Ampliación del reemplazo de luminarias incandescentes por luminarias LED.
- Reemplazo de pinzas de soldaduras por tecnología autoadaptativa, lo cual implica una reducción en el consumo de energía eléctrica.
- Ampliación de las instalaciones de control de consumo eléctrico.
- Renovación de equipos de aire acondicionado en algunos puntos del Centro Industrial, mejorando su eficiencia energética.

2 Company

2.1 Gobierno Corporativo

2.2 Desempeño del Negocio

2.3 Cadena de Suministro

2.4 Protección Ambiental

## Emisiones

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

Para controlar las emisiones gaseosas, realizamos monitoreos periódicos sobre los procesos e instalaciones, y realizamos mediciones de la calidad del aire circundante en cuatro puntos estratégicos alrededor del perímetro de la Planta. Estas mediciones se realizan de acuerdo con diferentes parámetros, que 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.
- ✓ Diferentes tipos de hidrocarburos.

## Mejoras del Período

Hemos implementado mejoras en los conductos de emisiones gaseosas, que incluyen, en algunos casos, filtros para la retención de humos de soldadura, lo que genera una mejora en la calidad del aire circundante.

| <b>Emisiones gaseosas (kg/unidad)</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Compuestos orgánicos volátiles (COV)  | 2,5         | 1,1         | 1,1         | <b>1,2</b>  |
| Óxidos de nitrógeno (NOx)             | 0,6         | 0,6         | 0,6         | <b>1,1</b>  |
| Monóxido de carbono (CO)              | 5,2         | 3,2         | 3,0         | <b>3,0</b>  |
| Material particulado (MP)             | 0,4         | 1,5         | 0,7         | <b>0,3</b>  |

## 2 Company

## 2.1 Gobierno Corporativo

## 2.2 Desempeño del Negocio

## 2.3 Cadena de Suministro

## 2.4 Protección Ambiental

## Gases de Efecto Invernadero (GEI)

Para la gestión de las emisiones (GEI) en el Centro Industrial, realizamos mediciones y cálculos sobre la base de los diferentes tipos de energía utilizadas en las operaciones.

Para el cálculo de las emisiones directas, se consideran el gas natural, el gas licuado (GLP) y el gasoil utilizado para generar energía eléctrica. A par-

tir de 2017, también consideramos el uso de combustible líquido (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.

| Emisiones de GEI (t CO <sub>2</sub> )                           | 2015   | 2016   | 2017   | 2018          |
|---|--------|--------|--------|---------------|
| Energía eléctrica   | 12.415 | 14.260 | 13.626 | <b>14.158</b> |
| <b>Total emisiones indirectas</b>                               | 12.415 | 14.260 | 13.626 | <b>14.158</b> |
| Gas natural   | 7.915  | 10.259 | 9.820  | <b>11.079</b> |
| GLP   | 1.658  | 1.467  | 761    | <b>309</b>    |
| Gasoil  | 95     | 50     | 749    | <b>618</b>    |
| <b>Total emisiones directas</b>                                 | 9.668  | 11.776 | 11.330 | <b>12.006</b> |
| <b>Total emisiones GEI</b>                                      | 22.083 | 26.036 | 24.956 | <b>26.164</b> |
| <b>Intensidad de emisiones de GEI (t CO<sub>2</sub>/unidad)</b> |        |        |        |               |
| Energía eléctrica   | 0,8    | 0,8    | 0,7    | <b>0,7</b>    |
| Gas natural   | 0,5    | 0,5    | 0,5    | <b>0,5</b>    |
| GLP   | 0,1    | 0,1    | 0,04   | <b>0,02</b>   |
| Gasoil  | 0,0    | 0,0    | 0,04   | <b>0,03</b>   |
| <b>Total</b>  | 1,4    | 1,4    | 1,4    | <b>1,3</b>    |

## Mejoras del Período

Hemos implementado diferentes medidas para la reducción de las emisiones gaseosas y para mejorar la calidad del aire, entre ellas:

- Optimizaciones en los conductos de emisiones gaseosas, garantizando condiciones más favorables para las mediciones y el control de estas.
- Instalación de filtros para la retención de partículas presentes en los humos de soldadura.
- Comenzamos con obras para la adecuación de conductos de emisiones gaseosas y de instalaciones para la extracción y filtrado de humos de soldadura. Estas actividades continúan a lo largo de 2019.

Asimismo, continuamos con mejoras relacionadas a la eficiencia energética que contribuyen a disminuir las emisiones de CO<sub>2</sub> equivalente:

- Reemplazo de luminarias. Las lámparas incandescentes fueron cambiadas por luminaria LED.
- Renovación de algunos equipos de acondicionamiento de aire en edificios del Centro Industrial.



2 Company

## Agua y Efluentes

2.1 Gobierno Corporativo

2.2 Desempeño del Negocio

2.3 Cadena de Suministro

2.4 Protección Ambiental

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

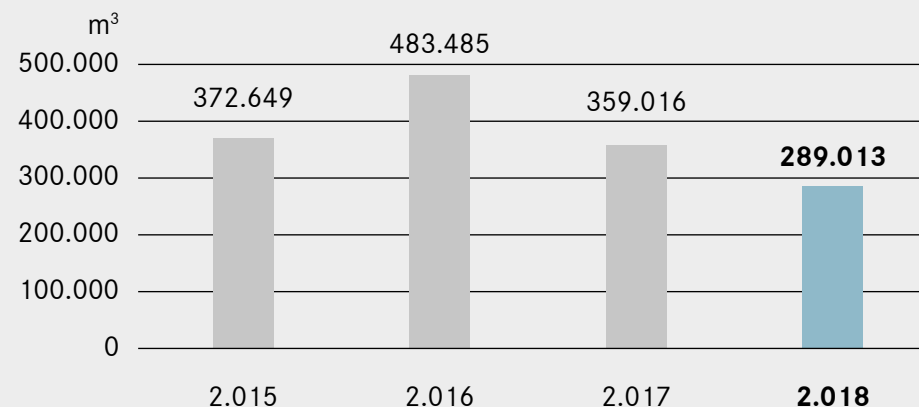
A fines de 2018, establecimos los lineamientos de *GreenProduction* en las operaciones de los sitios de producción. En cuanto al consumo de agua, esto implicó buscar opciones de consumo más eficientes en las nuevas instalaciones y procesos. Por ello, se espera obtener resultados más favorables en los próximos años.

El agua es extraída del acuífero Puelche. Este yacimiento de agua dulce, confinada por arenas, 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.

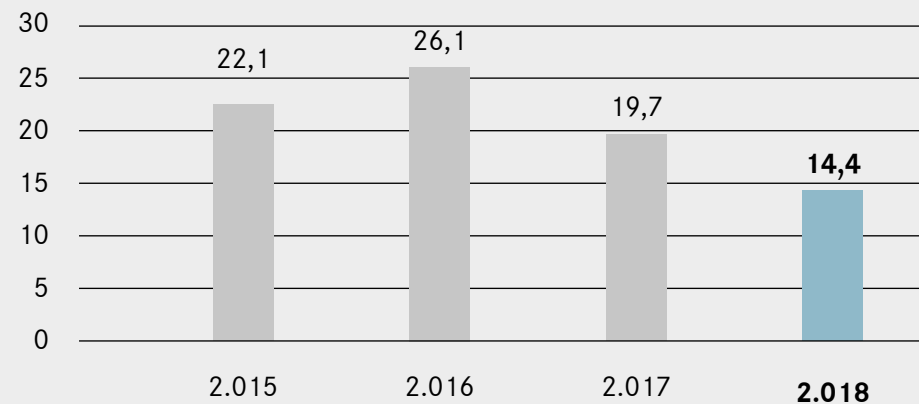
### Mejoras del Período

- Instalamos medidores de caudal de los afluentes a nuestra planta depuradora, discriminando los líquidos sanitarios de los industriales. Esto nos permite tener datos más precisos que soportan una mejor operación en el tratamiento de los efluentes.
- Renovamos distintos tramos de cañerías de distribución interna de agua potable. Esto mejora la calidad del agua de consumo y, además, evita pérdidas por filtraciones al terreno.
- Adecuamos las cisternas de almacenamiento de agua que permite su uso alternado; así, mejora la forma de explotación del acuífero.
- Avanzamos con un cambio estratégico muy importante, al reemplazar el actual sistema subterráneo de acopio de hidrocarburos por un sistema aéreo. Así, en 2018, se eliminaron todos los almacenamientos subterráneos de combustible, previniendo posibles impactos en el suelo y en el agua subterránea. Los próximos pasos incluyen la extracción y el tratamiento de los tanques subterráneos ya en desuso.

Volumen de agua extraída para la producción



Consumo de agua (m³/unidad/año)



## 2 Company

## 2.1 Gobierno Corporativo

## 2.2 Desempeño del Negocio

## 2.3 Cadena de Suministro

## 2.4 Protección Ambiental

## Planta de Tratamiento de Efluentes

Contamos con una **Planta de Tratamiento Biológico de Efluentes Industriales en el Centro Industrial**, integrada a dos sistemas de desagües identificados y separados entre sí, uno cloacal y otro industrial. De este modo, la planta depuradora trata los efluentes sanitarios en su totalidad.

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

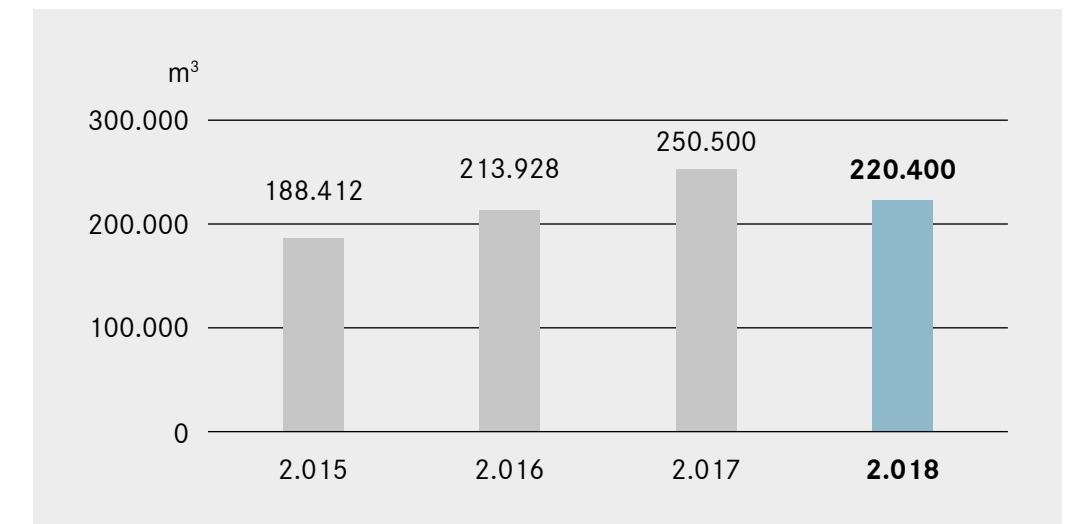
### Mejoras del Período

Generamos las siguientes mejoras en el tratamiento de aguas residuales:

- Reemplazo de los filtros prensa utilizados en los lechos de secado (barros activados) de la Planta de Tratamiento de Efluentes Líquidos, duplicando la capacidad de proceso en el filtrado.
- Optimizaciones en los sistemas de almacenamiento de agua, lo que permitió una forma de explotación del acuífero más equilibrada.
- Comenzamos con las tareas para el reemplazo de las estructuras para la sedimentación de barros en las diferentes etapas de depuración.

## Aguas Residuales Volcadas

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



2 Company

## Residuos

2.1 Gobierno Corporativo

2.2 Desempeño del Negocio

2.3 Cadena de Suministro

2.4 Protección Ambiental

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

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

El material de **embalaje** de madera surge de fuentes certificadas en manejo responsable de bosques, y el papel utilizado en las oficinas cuenta con la misma certificación (FSC o similar). En cuanto a los embalajes metálicos de las piezas que constituyen el vehículo, se prioriza la utilización de medios retornables.

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

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

2 Company

2.1 Gobierno Corporativo

2.2 Desempeño del Negocio

2.3 Cadena de Suministro

2.4 Protección Ambiental

## Residuos Especiales

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

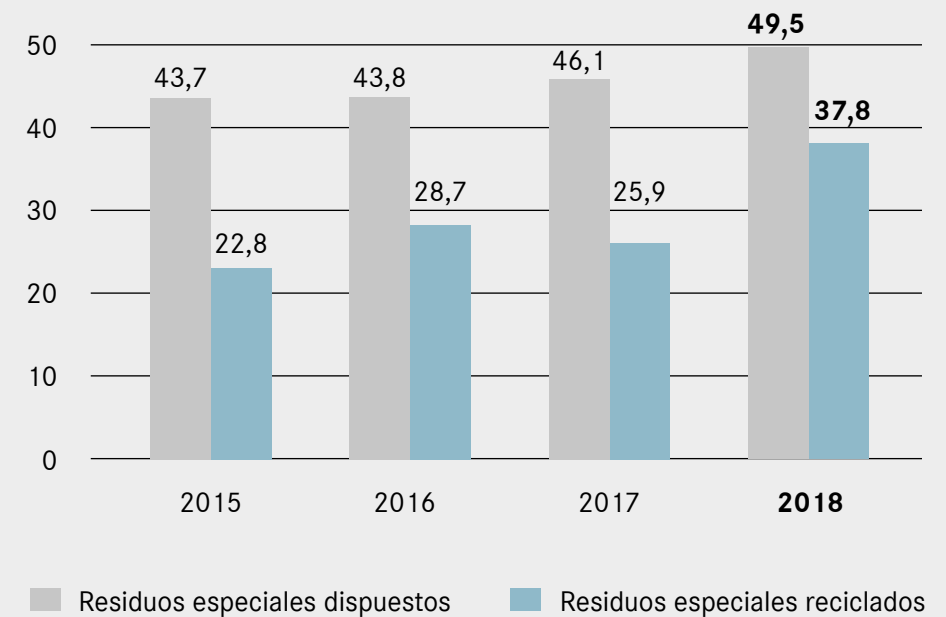
- Aquellos que tengan poder calorífico elevado, como los barros de pintura y líquidos inflamables, son utilizados como **combustible alternativo** en hornos de la industria cementera.
- Los barros de la Planta de tratamiento de efluentes, o barros de vertidos, son **inertizados y confinados** en rellenos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

## Mejoras del período

Realizamos mejoras en las instalaciones de acopio de residuos especiales. Ello permitió un mejor control en la gestión y en la minimización de los potenciales impactos ambientales.

### Residuos especiales reciclados y dispuestos

Kg./Unidad



**Residuos Especiales Reciclados:** Realizamos la limpieza de los pulmones de planta de pintura, especialmente, el de desengrase, para asegurar la calidad del proceso. Deberá tenerse en cuenta que parte del residuo generado (que se muestra en el gráfico) corresponde a tareas auxiliares que no impactan directamente en la producción.

**Residuos Especiales Dispuestos:** Los envases vacíos de sustancias químicas (bidones) se envían a incinerar en lugar de su limpieza y recupero. Asimismo, se produjeron cambios en el tipo de tratamiento de algunos residuos, que llevó a una mayor proporción de disposición.

2 Company

## Residuos Comunes

2.1 Gobierno Corporativo

2.2 Desempeño del Negocio

2.3 Cadena de Suministro

2.4 Protección Ambiental

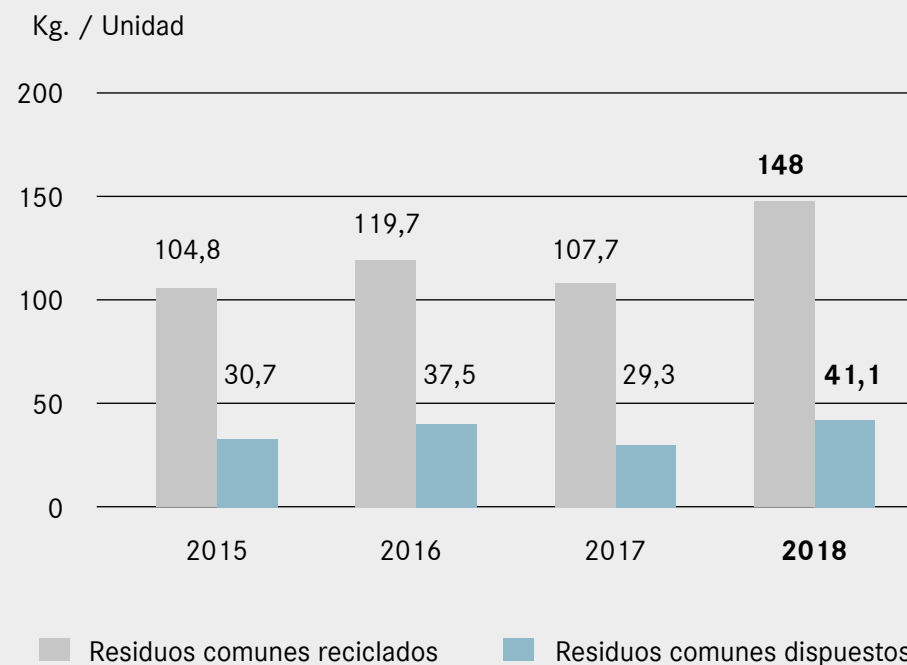
Existen dos tipos de residuos de acuerdo con su tratamiento: los asimilables a domiciliarios y los residuos comunes industriales. Los primeros pueden ser reciclados o pueden disponerse en rellenos sanitarios; los segundos son los generados en la actividad industrial. Estos difieren de los especiales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

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

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

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

### Residuos comunes reciclados y dispuestos



**Residuos Comunes Reciclados (incluyen Scrap):** Realizamos la limpieza de focos de acumulación en distintas partes de planta. Se incluyen los rezagos de la parada de planta, restos provenientes de la mudanza de Casa Central y la contratación de un compactador para la eliminación de una gran cantidad de residuos metálicos que llevaban almacenados hacía bastante tiempo.

**Residuos Comunes Dispuestos:** Fracción húmeda y/o no recuperable del scrap y residuo no especial mencionado anteriormente.



2 Company

## Scrap

2.1 Gobierno Corporativo

2.2 Desempeño del Negocio

2.3 Cadena de Suministro

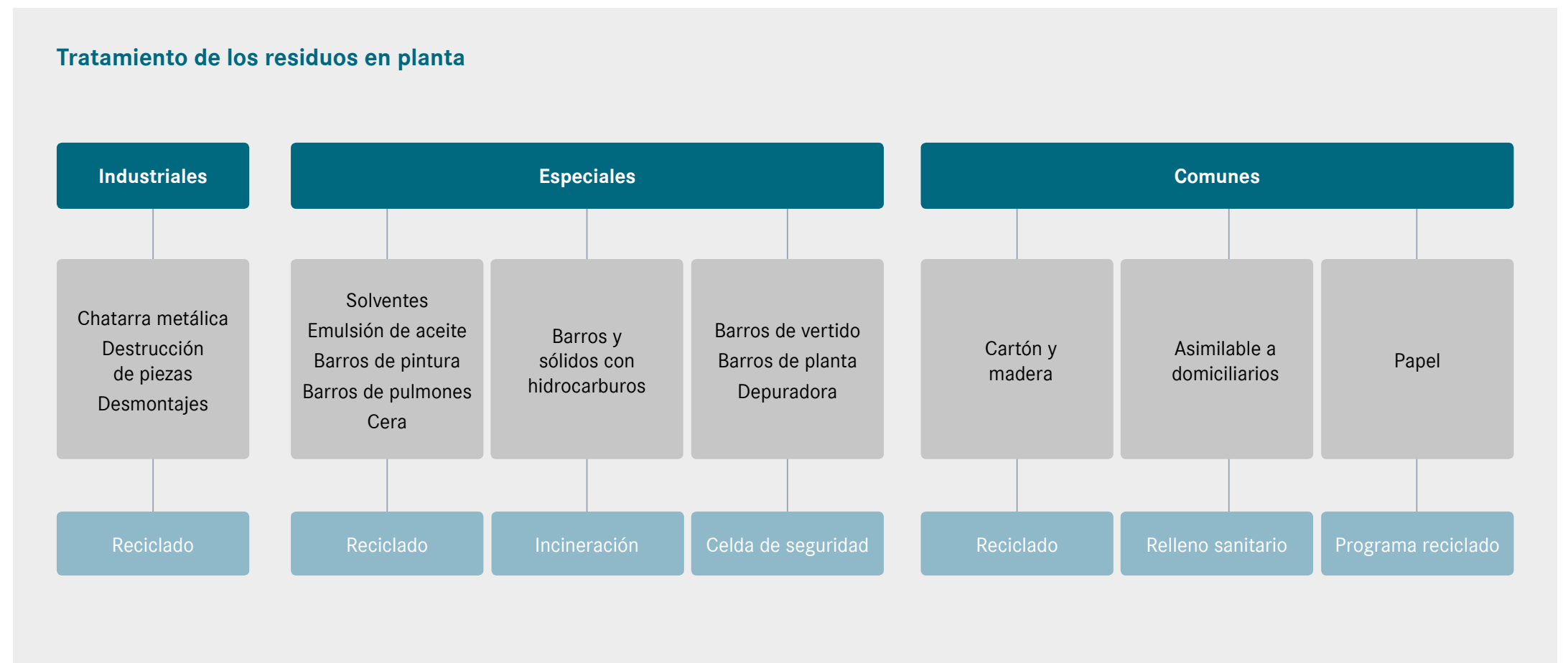
2.4 Protección Ambiental

La gestión de material reciclable es realizada por un proveedor que segrega y acondiciona el material *in situ*, para luego tratarlo en sus instalaciones o proveedores subsiguientes en el proceso. El material *scrap* que se recicla incluye descartes plásticos, metálicos, cartón, madera y film de embalaje.

En el transcurso del período en análisis, esta gestión se concentró en un único proveedor inscripto en la Autoridad de Aplicación Ambiental de la Provincia de Buenos Aires.

Esta decisión se basó en una evaluación realizada tanto en el sitio del proveedor como en sus clientes (receptores del material que procesa la firma), como parte del **análisis del ciclo de vida del material** que le entregamos en calidad de *scrap*.

El impacto ambiental positivo de esta gestión es la revalorización del material que se procesa y se transforma en materia prima para otras industrias (por ejemplo: madera y plástico para construcción de pallets, cartón para rearmado de cajas).



En anexo, encontrarán información sobre el método de tratamiento de residuos e información cuantitativa de los últimos 4 años.

2 Company

## Programas de Reciclado del Hospital Garrahan

2.1 Gobierno Corporativo

2.2 Desempeño del Negocio

2.3 Cadena de Suministro

2.4 Protección Ambiental

Desde el año 2000, colaboramos con el Hospital Garrahan por medio de programas de reciclado de papel, con el cartón y el papel proveniente del Centro Industrial y de las oficinas. Se alcanzó un acumulado de papel recolectado para reciclar de más de 3.200.000 kilos.

Bajo el programa *GreenStrategy*, promovemos el uso consciente y racional del papel, y su posterior reciclado; por ello, hemos digitalizado los procesos para reducir el uso del papel.

Durante 2018, como resultado de la mudanza de la Casa Central y la limpieza de archivos, esta conducta se ha visto incrementada.

# Customer



## 3 Customer

## 3.1 Mejora Continua

## 3.2 Centro de Atención al Cliente

## 3.3 Red de Concesionarios

## 3.4 Servicios

## 3.1 Mejora Continua

Para hacer realidad el concepto de mejora continua, las áreas de Calidad y *After Sales* realizan estudios y análisis permanentes sobre el desempeño de los vehículos comercializados y fabricados en la Argentina. Así, se logran identificar, de manera preventiva, problemas que puedan afectar a los vehículos durante su vida útil.

El trabajo es realizado en forma conjunta con el área de Ingeniería de Servicio y el área de Calidad, involucrando, de acuerdo con las necesidades, a la Coordinación de Atención al Cliente, la Gerencia de Operaciones Técnicas, la Gerencia de Repuestos, asesores de productos, especialista de repuestos y asesor legal, entre otros.

El resultado de este trabajo en equipo permite obtener mejoras aplicadas en la serie o en la línea de producción, así como también decidir si es necesario el saneamiento de los vehículos en servicio.

Generamos valor agregado a través de los siguientes ejes de acción:

- Búsqueda permanente de la satisfacción del cliente (interno y externo).
- Orientación al “cero defectos” a través de la mejora continua de los procesos.
- Profundo conocimiento de la tarea de cada uno de nosotros, mediante un permanente entrenamiento y el trabajo en equipo.
- Tecnología de última generación en nuestros productos.
- Comunicación fluida con la red de concesionarios, lo que nos acerca más a nuestros clientes.

Este capítulo está alineado a los ODS:





## 3 Customer

## 3.1 Mejora Continua

## 3.2 Centro de Atención al Cliente

## 3.3 Red de Concesionarios

## 3.4 Servicios

## 3.2 Centro de Atención al Cliente (C.A.C.)

Misión del C.A.C: Ser la mejor opción de nuestros clientes ante una urgencia o inconveniente.

Objetivos y funciones principales:

- Atender, en tiempo y forma, al 100% de los clientes que se contacten.
- Centralizar y canalizar todo lo referente a las urgencias, a fin de solucionarlas de la manera más rápida y coordinada posible.
- Realizar un seguimiento según los procedimientos estipulados para el programa MB Assistance 24 Horas.
- Crear la mejor imagen de la marca frente al cliente.
- Contener al cliente en situaciones críticas o de emergencia.
- *Feedback* permanente con el cliente.

El C.A.C está ubicado en las oficinas de la Casa Central. 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.

### Manual del Centro de Atención al Cliente

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

Los servicios ofrecidos por el C.A.C son:

- *Customer Service*
- Encuestas
- Venta telefónica
- Campañas salientes
- Soporte *Fleetboard*®

El primer nivel de atención del Centro recae en un proveedor que presta servicios de call center, mientras que en un segundo nivel intervienen nuestro equipo de trabajo 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.

El **Proceso de Gestión de Reclamos** implica la atención personalizada, 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.



3 Customer

3.1 Mejora Continua

3.2 Centro de Atención al Cliente

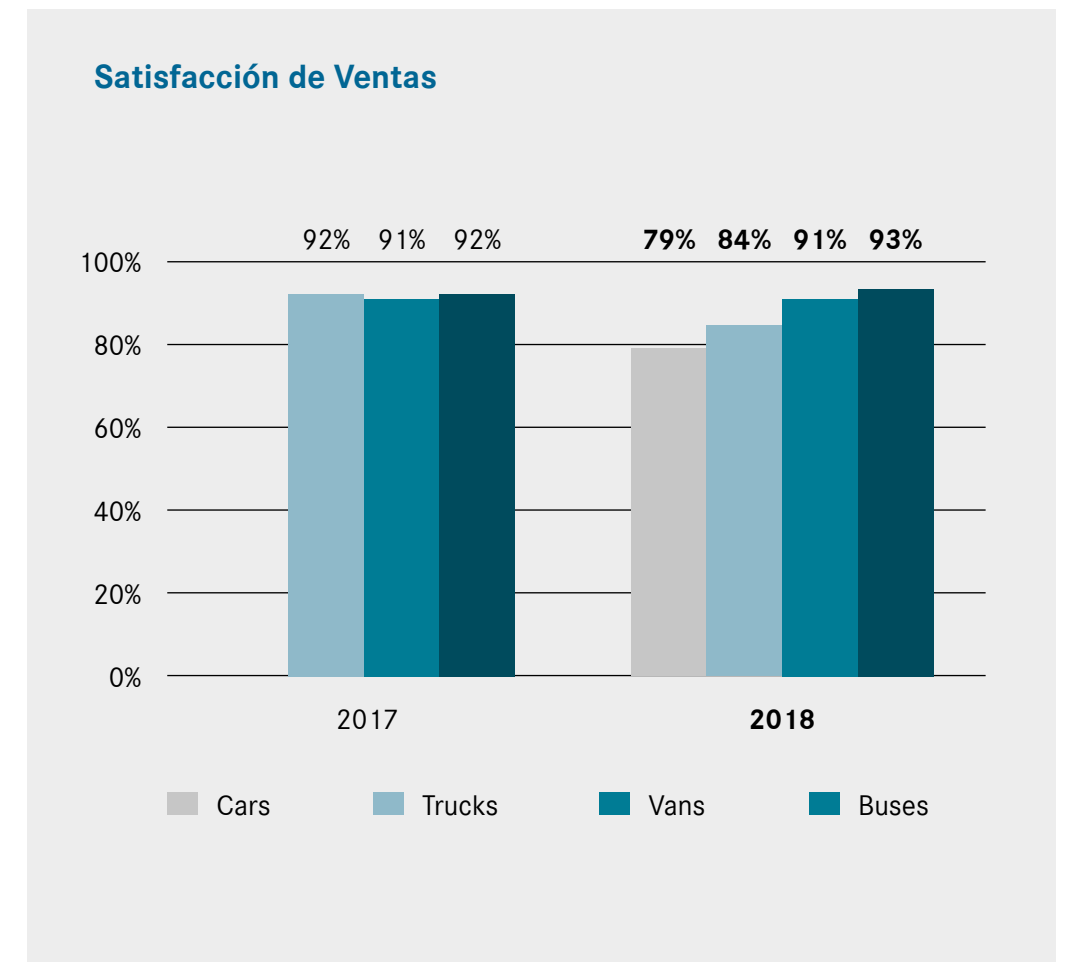
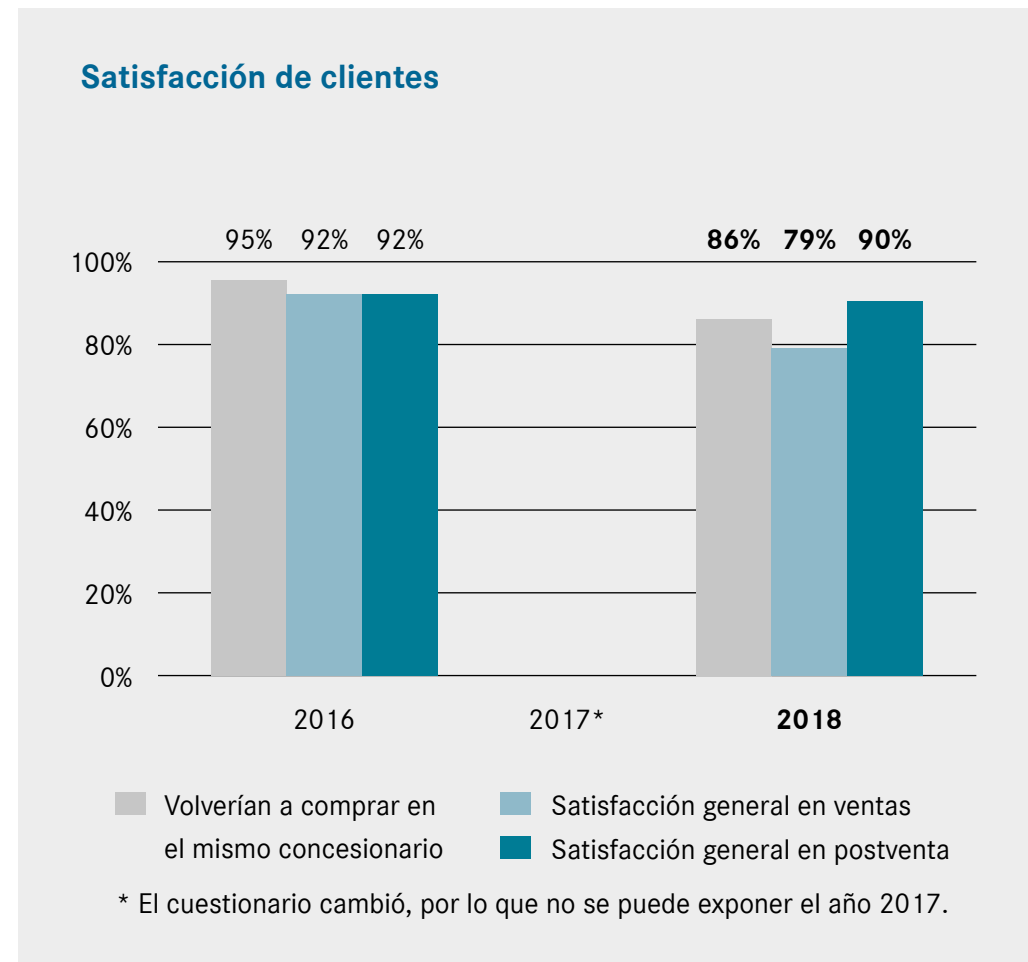
3.3 Red de Concesionarios

3.4 Servicios

## Evaluación de Satisfacción

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

Los resultados del período son los siguientes:



3 Customer

3.1 Mejora Continua

3.2 Centro de Atención al Cliente

3.3 Red de Concesionarios

3.4 Servicios

### 3.3 Red de Concesionarios

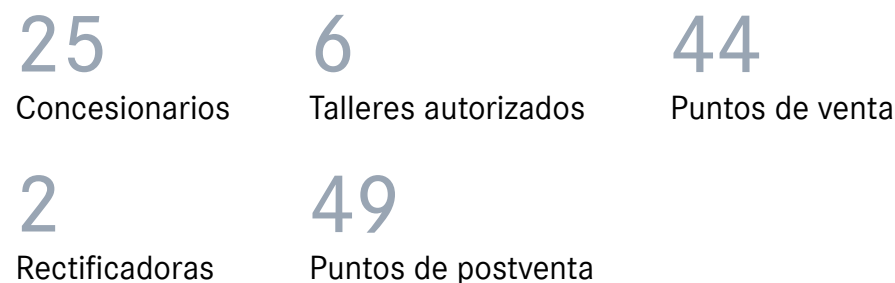
Nuestra máxima meta es la satisfacción del cliente y su logro depende, en gran medida, del rol de los concesionarios, ya que son nuestros ojos y oídos ante los clientes.

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

A través de una adecuada gestión de la Red Comercial, nos aseguramos el alineamiento del concesionario con las necesidades, los valores y los estándares de calidad y medioambiente de nuestra Compañía.

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), ya descrita en el Capítulo Cultura de Integridad y *Compliance*. Además, capacitamos a la Red Comercial en términos de *Compliance*.

Nuestra red de concesionarios oficiales y talleres autorizados cuentan con equipos de profesionales experimentados y continuamente entrenados, así como con stock propio de piezas y herramientas especiales para cada tipo de vehículo y de cada reparación.



### Programas de Incentivos para Concesionarios

Para afianzar el relacionamiento y la fidelidad de nuestros concesionarios, hemos desarrollado programas de incentivos que premian la excelencia y la calidad. El objetivo es 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.

- Orientado a Vans y Camiones, ofrecemos el programa **StarClass Argentina** y, específicamente, para los clientes de automóviles contamos con el programa **Dealer Performance Bonus (DPB)**.
- Programa de puntos “**Punto Benz**”, a través del cual los puntos acumulados se canjean por premios. Tiene como objetivo motivar e incentivar a la fuerza de venta y de postventa, acompañar la capacitación y la profesionalización de los vendedores de unidades y de postventa, y retener y fidelizar la fuerza de venta y postventa en la marca.
- **MAR2020**, cuyo fin es la búsqueda de la mejora de la satisfacción del cliente y crear una nueva experiencia de compra.
- **Greenstrategy** extendido hacia los concesionarios.
- **Daimler Assistance Center** 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.

## 3 Customer

## Centro de Capacitación a Talleres y Concesionarios

## 3.1 Mejora Continua

## 3.2 Centro de Atención al Cliente

## 3.3 Red de Concesionarios

## 3.4 Servicios

La Gerencia *Training Center* brinda, a los concesionarios y a sus colaboradores, 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 dedicado, 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 y 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*.

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, que incluyen 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.

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

A lo largo del período, hemos brindado capacitaciones a toda la red de concesionarias, alcanzando un total de 24.107 horas de capacitación brindadas a más de 2.600 personas.

## Mejoras del Período

Con una inversión estimada que supera los 7,5 millones de dólares, construimos un nuevo *Global Training Center* en la zona de Tortuguitas.

El centro, cuya obra estará terminada para fines de 2019, estará ubicado en un punto estratégico del corredor norte, sobre Colectora Panamericana, en Tortuguitas, cerca del actual centro de capacitación. Tendrá una dimensión de 3.400 metros cubiertos, sobre un terreno total de 9.000 metros. El proyecto incluye 10 aulas, 6 talleres, oficinas y salas de reuniones.

El desarrollo del lugar fue hecho de acuerdo con los actuales estándares de Daimler sobre *Global Training* y *Real Estate*.



En anexo, se presenta un desglose de la capacitación por temática realizada.

## 3 Customer

**Mercedes-Benz *Retail Certification***

## 3.1 Mejora Continua

## 3.2 Centro de Atención al Cliente

## 3.3 Red de Concesionarios

## 3.4 Servicios

En línea con las buenas prácticas de Daimler, junto con la red de concesionarios, implementamos el proyecto Mercedes-Benz *Retail Certification* en los talleres autorizados, cuyo objetivo principal es lograr una Red Comercial certificada bajo las normas de Calidad ISO 9.001.

El proyecto incluye la implementación de los procesos *Retail Consulting* (RC), *Logistics Process Retail* (LPR) y *Workshop Process Consulting* (WPC), además de la certificación ISO 9.001 con el TÜV Rheinland Argentina (la misma firma que certifica a Daimler a nivel global). Asimismo, contempla las etapas de consultorías y la certificación final, por lo que asumimos parte de los costos del proyecto, con la intención de que tenga un desarrollo exitoso. La consultoría, específicamente diseñada según nuestros requisitos, queda a disposición de toda la Red Comercial, para lograr la certificación una vez que se hayan implementado los procesos mencionados.

Nuestro objetivo es tener una red de concesionarios certificados en la norma ISO 9.001. Los números de nuestro programa confirman nuestro compromiso:

**25**

Concesionarios  
(todos Casas Centrales).

**4**

Concesionarios en  
proceso de certificación  
(etapa de consultoría).

3 Customer

3.1 Mejora Continua

3.2 Centro de Atención al Cliente

3.3 Red de Concesionarios

3.4 Servicios

## 3.4 Servicios

Nuestro objetivo es claro: tenemos la intención de seguir siendo un fabricante líder de vehículos, mientras que nos convertimos en un proveedor líder de servicios de movilidad. Cada acción estratégica gira en torno a un foco fundamental: el cliente.

### Modelo de Atención del Cliente *Truck & Buses*

Con el foco puesto en las necesidades del cliente y bajo el lema *Flotas conectadas y Servicios dedicados*, el objetivo es reducir los costos y aumentar el tiempo operativo de la flota.

Nuestro modelo de atención al cliente *Truck & Buses* se basa en:

|  |  |
|--|--|
| ✓ Soporte técnico a la Red             | ✓ Soporte a <i>Truck Training</i>                        |
| ✓ Soporte a temas técnicos con cliente | ✓ Soporte a capacitación de flotas de buses              |
| ✓ 32 talleres móviles                  | ✓ Personal capacitado                                    |
| ✓ Atención telefónica las 24 horas     | 79% de asistencias de camiones con reparaciones exitosas |



En anexo, se presenta un desglose por tipo de eventos y cantidad de participantes.

## Fleetboard®

*Fleetboard*® de Mercedes-Benz, es el servicio de monitoreo de flotas de camiones de nuestra marca. Su objetivo final es maximizar la rentabilidad del negocio optimizando costos, teniendo en cuenta el ciclo de vida útil de un vehículo, el consumo de combustible y el mantenimiento de las unidades; así como el entrenamiento, la capacitación y el seguimiento de los conductores.

*Fleetboard*® es sinónimo de ahorrar hasta un 10% del consumo de combustible.

Incluye 4 módulos de información:

|                    |                           |                        |               |
|--------------------|---------------------------|------------------------|---------------|
| Registro de viajes | Mapping y geolocalización | Análisis de conducción | Mantenimiento |
|--------------------|---------------------------|------------------------|---------------|

Desde su lanzamiento en Argentina, logramos ahorros de hasta el 10% de consumo de combustible, gracias al análisis del estilo de conducción y capacitación de los conductores en función de los datos obtenidos.

Durante 2018, se realizaron eventos de presentación de Actros y Aroc mediante caravanas en diferentes regiones de Argentina y presentaciones en Buenos Aires, con una asistencia total de más de 4.200 personas.

En estas presentaciones, se realizaron capacitaciones acerca del producto y sus innovaciones, que mejoran la seguridad vial y el impacto ambiental. Además, en las Caravanas de 2018, incluimos acciones que responden a la estrategia de inversión social de la Compañía, a través del **Programa Genios** (descrito en el capítulo de Compromiso Social).



|     |                               |                       |
|-----|-------------------------------|-----------------------|
| 3   | Customer                      | <b>Truck Training</b> |
| 3.1 | Mejora Continua               |                       |
| 3.2 | Centro de Atención al Cliente |                       |
| 3.3 | Red de Concesionarios         |                       |
| 3.4 | Servicios                     |                       |

La constante capacitación de los conductores es clave para el correcto uso de la unidad. Mediante la conducción eficiente, es posible reducir el costo operativo, no solamente en el consumo de combustible, sino, también, en el mantenimiento y en la prolongación de la vida útil del vehículo y de sus componentes. Las capacitaciones del Truck Training ofrecen formación en contenidos como:

- Conducción Económica
- *Coaching*
- Reducción del costo operativo a través de:
  - El Combustible
  - El Mantenimiento
  - La Vida Útil

Empezamos a implementar un mecanismo de evaluación de la capacitación a clientes de camiones. Hasta 2018, la evaluación de los procesos formativos se realizaba de manera unificada para todas las unidades de negocios (autos, vans, bus o camiones). Para 2019, se realizará en forma independiente. Se instrumenta mediante una encuesta, en la cual se evalúan los siguientes factores:

- Utilidad de los contenidos
- Habilidades del instructor
- Organización general
- Satisfacción general de la capacitación

En términos generales, la capacitación fue calificada como muy buena. La sugerencia más relevante por destacar, brindada por los conductores de camiones, fue que deben hacerse más, ya que la información suministrada les resulta de provecho para adquirir nuevos conocimientos como, también, para aclarar dudas sobre situaciones que experimentan a diario con la unidad.

## 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, electricidad y diagnóstico de buses, actualización y novedades O 500 RSD y O 500 UA e implementación de Euro V - SCR (nuevo).
- **La asistencia a flotas abarca:** Visita técnica y seguimiento del producto, asesoramiento técnico, asistencia primaria de reclamos y contención, acciones de campo (*recall* y saneamientos), ensayo de productos (instalaciones prototípicas, prueba de componentes, etc.) y nexos de asistencia con empresas de neumáticos.
- **Los temas de las capacitaciones son:** 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.

Las formaciones se organizaron en conjunto con los concesionarios de todo el país, abarcando 24 sedes en total, lo que equivale a más de 42.000 kilómetros recorridos en ruta y en ciudad. Además, se desarrollan capacitaciones a medida de cada cliente. Más de 200 empresas participaron en diversos cursos durante el período de reporte.

3 Customer

## Mercedes-Benz Assistance 24 Horas

3.1 Mejora Continua

3.2 Centro de Atención al Cliente

3.3 Red de Concesionarios

3.4 Servicios

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 urgente, 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.

### Satisfacción de Mercedes-Benz Assistance 24 Horas

El C.A.C. realiza encuestas telefónicas y los resultados se analizan trimestralmente. El objetivo de este estudio es analizar la satisfacción de clientes Mercedes-Benz que hayan utilizado el servicio de urgencias mecánicas S.O.S. Para ello, se establecieron objetivos de calidad y, para los casos de incumplimientos, se fijaron planes de acción. Asimismo, premiamos los mejores resultados en pos de mejorar la calidad de atención.

| Evaluación                                   | 2016-2015 | 2018-2017  |
|--|-----------|------------|
| Satisfacción con el servicio en general      | 71%       | <b>76%</b> |
| Satisfacción con la atención telefónica      | 67%       | <b>89%</b> |
| Satisfacción con gestión de talleres móviles | 78%       | <b>79%</b> |
| Recomendaría el servicio                     | 92%       | <b>92%</b> |

## Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina

Consideramos que una de nuestras principales ventajas competitivas son el profesionalismo, la experiencia y el conocimiento del sistema de financiación del mercado automotriz, que posee nuestro Directorio, los propios accionistas y los funcionarios de la Compañía. Ellos tienen a su cargo las distintas gerencias; cuentan con procesos ágiles y con una diversidad de productos que permiten 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.

### Plataforma *She's Mercedes*



Esta plataforma constituye un ejemplo del cambio de paradigma de la industria automotriz y de nuestra estrategia de “Foco en el cliente”.

Lanzamos esta plataforma en 2017, con el objetivo de inspirar, conectar y capacitar a las mujeres. Promueve espacios de diálogo para compartir vivencias de mujeres excepcionales de diferentes industrias y ámbitos, en donde cuentan sus ideas personales sobre temas de negocios y de su vida personal, así como equilibrar con éxito ambos ámbitos.

*She's Mercedes* ofrece contenidos, eventos, entrevistas, información útil y de interés, anuncios de eventos y *test drive* para mujeres.



**Más información**

# Case



4 Case

4.1 Movilidad Sustentable

4.2 Seguridad Vial

## 4.1 Movilidad Sustentable

En Mercedes-Benz Argentina estamos reinterpreting las necesidades de movilidad. Como fabricantes de vehículos, ponemos las más altas exigencias en la calidad de nuestros productos, lo que también significa ofrecer vehículos excepcionalmente seguros, eficientes en combustible, eléctricos y/o híbridos y de baja emisión.

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

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

La visión de Grupo Daimler AG, para la movilidad sustentable, nace de la reinterpretación de las necesidades de movilidad en el contexto del crecimiento de las ciudades y de la congestión del tránsito: El futuro de la Empresa llevará las siglas CASE (*Connectivity, Autonomus Driving, Shared & Service y Electric Drive*).

- ✓ Electrificación: Movilidad más limpia (*Electric Drive*).
- ✓ Conducción autónoma: Accidentes de tráfico no inducidos por personas humanas (*Autonomus Driving*).
- ✓ Conectividad: Menor tráfico por medio de actualizaciones de información en línea (*Connectivity*).
- ✓ Movilidad compartida: Más personas con menos vehículos en la calle (*Shared & Service*).

Daimler quiere ser socio de las ciudades para crear soluciones de movilidad que hagan ciudades más habitables por medio del desarrollo de:

- Más espacios para actividades sociales y recreativas.
- Visión cero: sin accidentes y movilidad más adecuada por medio de compartimiento del medio de transporte.
- Accesibilidad al transporte para todos los ciudadanos.
- Relevancia y continuidad de la movilidad individual.
- Movilidad traccionada con energía limpia.
- Soluciones innovadoras y eficientes para la logística urbana.
- Opciones de movilidades plurales y a medida para las diferentes situaciones y preferencias individuales.

Este capítulo está alineado a los ODS:



|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <p><b>Objetivo de Desarrollo Sostenible</b></p> <p><b>11</b></p> <p>Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.</p> | <p><b>11.2.</b> Para 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación vulnerable, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad.</p> | <p><b>11.4.</b> Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.</p> <p><b>11.6.</b> Para 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo.</p> | <p><b>11.a.</b> Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales mediante el fortalecimiento de la planificación del desarrollo nacional y regional.</p> |
|--|---|---|---|



- 4 Case
- 4.1 Movilidad Sustentable
- 4.2 Seguridad Vial

## “REMAN”: Remanufacturaación de Piezas Mercedes-Benz

Mercedes-Benz es la primera automotriz en remanufacturar piezas en Argentina. Para ello, cuenta con una línea de producción de última tecnología en la planta de montaje del Centro Juan Manuel Fangio. De esta manera, el cliente tiene la posibilidad de adquirir piezas genuinas remanufacturadas, que cumplen con los estándares de calidad más altos, con la misma confiabilidad de una pieza nueva.

Los conjuntos son renovados con partes originales y, luego, son verificados dentro de las instalaciones de evaluación interna.

Todas estas piezas tienen algo en común:

- ✓ Bajan sus costos sin comprometer la calidad probada y comprobada de Mercedes-Benz.
- ✓ Reducen el tiempo de reparación.
- ✓ Contribuyen con el cuidado del medio ambiente, reducen la contaminación por descarte.

También, durante el período de reporte, iniciamos las operaciones de remanufactura de motores BR900. Esto se suma a las más de 100 cajas de velocidad REMAN que ya llevamos remanufacturadas y las 6.000 unidades de ejes producidos en nuestra planta.

Desde mediados del año pasado, están disponibles a la venta las cajas de velocidades REMAN para los vehículos Atego, Actros, OF1418 y OF1722, completando, en los meses siguientes, el porfolio del resto de las cajas de velocidad.

## Cars & Vans Híbridos y Eléctricos

La línea de producto Cars & Vans está viviendo una importante transición de la mano de la innovación y de la tecnología.

En Mercedes-Benz Argentina, asumimos el compromiso de cero emisiones, seguridad y disminución de la contaminación sonora.

La disminución de las emisiones de CO<sub>2</sub> la trabajamos mediante el desarrollo y la comercialización de automóviles híbridos y eléctricos, y la innovación y expansión del modelo de negocio tradicional hacia estrategias de movilidad compartida (trabajo conjunto con Daimler *Mobility Services* -Mercedes-Benz Financiera-).

## EQ - *Electric Intelligence*

EQ es el programa de desarrollo de producto del Grupo Daimler AG para repensar el concepto de movilidad desde cero y, también, para reinventar la marca Mercedes-Benz.

Un desafío permanente de nuestra Compañía es reducir el consumo y las emisiones involucradas en la conducción de un automóvil, al mismo tiempo que aumentar la seguridad y la diversión de la experiencia de conducir un automóvil de nuestra marca.



## 4 Case

## 4.1 Movilidad Sustentable

## 4.2 Seguridad Vial

## ¿Qué es EQ?

- EQ es nuestra nueva marca de productos y tecnología para la movilidad eléctrica; es decir, Mercedes-Benz comercializa vehículos eléctricos con batería bajo esta marca.
- EQ significa “Inteligencia eléctrica” y se deriva de los valores de la nuestra marca: “Emoción e inteligencia”.
- La nueva marca abarca todos los aspectos claves para la movilidad eléctrica enfocada en el cliente y se extiende más allá del propio vehículo.
- Mercedes-Benz cambia gradualmente todos los modelos híbridos enchufables a “EQ Power”. Los modelos *Plug-in-Hybrid* de Mercedes-AMG se llamarán “EQ Power +”.

### Almacenamiento de energía doméstico

EQ es un ecosistema completo relacionado con el tema de la movilidad eléctrica, por lo que la gama de servicios también se extiende a las unidades de almacenamiento de energía para uso doméstico. Por ejemplo, los clientes podrán producir su propia energía solar para la mayoría de las necesidades de carga de su *híbrido enchufable*, lo que le permitirá ser aún más autosuficiente en términos de energía.

### Tecnología *Plug-In Hybrid*

Presentamos esta tecnología en *stand* de verano en Pinamar, que incluye test drives en modo 100% eléctrico e información sobre tecnología EQ y sustentabilidad.

Asimismo, realizamos la ceremonia de lanzamiento del primer SUV plug-in hybrid de Argentina, el “GLC 350 e Híbrido”, con una amplia autonomía y emisiones extremadamente bajas.

### Nueva era en *Mercedes me Connectivity*

El Clase A se ha revitalizado con el sistema multimedia MBUX. Una de sus características únicas es su capacidad de aprender gracias a la inteligencia artificial. MBUX puede personalizarse y adaptarse al usuario; por lo tanto, crea una conexión emocional entre el vehículo, el conductor y los pasajeros.

### “Regeneración” según Normas de Emisión Euro 5

Corresponde al cumplimiento de la Resolución 1464/2014 de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, que indica que todos los vehículos de las categorías M2 y N2, entre otras, fabricados a partir del 01/01/2018, deben satisfacer las Normas de Emisión Euro 5.

Adecuado el portfolio de los camiones y buses producidos en el Centro Industrial Juan Manuel Fangio, llegó la hora de la Sprinter. Para ello, se introdujo el Filtro de Partículas Diésel (también llamado DPF, por sus siglas en inglés *Diesel Particulate Filter*), el cual realiza un tratamiento posterior a los gases de escape, a fin de bajar las emisiones contaminantes.

El Filtro de Partículas Diésel tiene la finalidad de retener las partículas sólidas de hollín de los gases de escape producidas por la combustión. Posteriormente, estos compuestos son eliminados por medio de un proceso de limpieza, automático y periódico, gestionado por la unidad de control de motor CDI.

Esta limpieza tiene el nombre de **regeneración**, y se llevará a cabo automáticamente en diferentes ciclos según el tipo de uso del vehículo y según las condiciones de servicio.



4 Case

4.1 Movilidad Sustentable

4.2 Seguridad Vial

## Trucks & Buses Sustentables

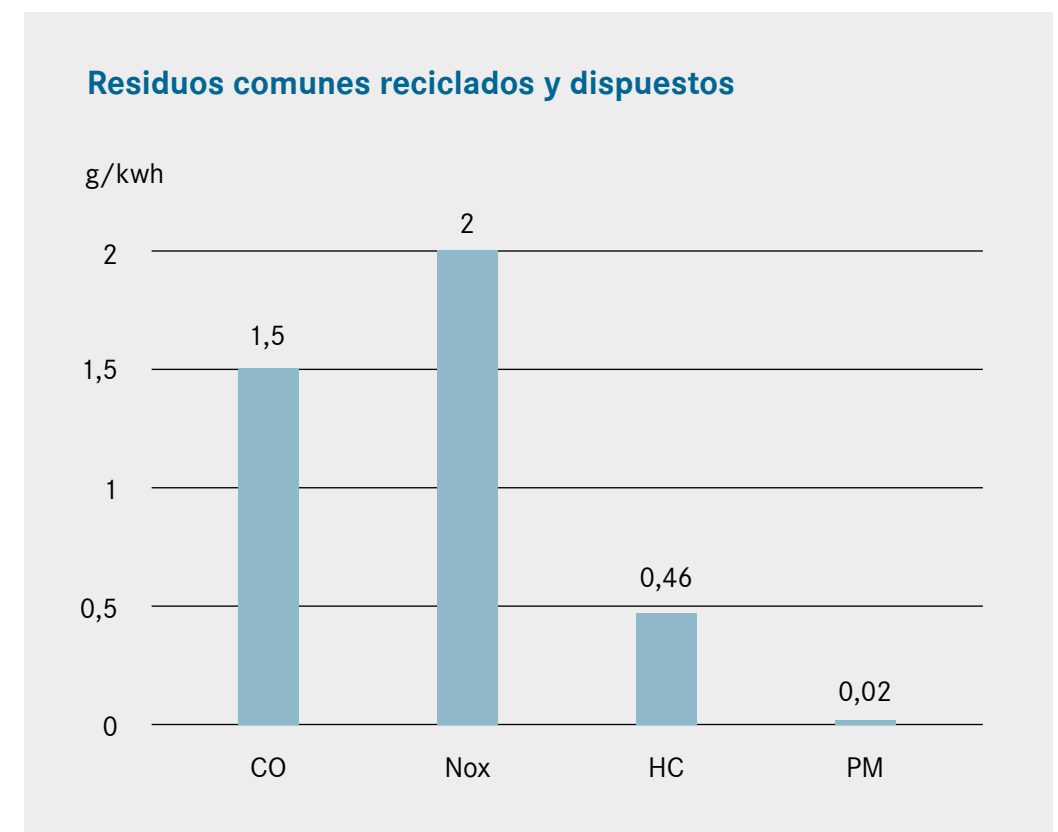
Para Mercedes-Benz Argentina el concepto de sustentabilidad se orienta –desde el punto de vista operativo– a la búsqueda de la disminución del consumo de combustible y la menor frecuencia posible en los servicios de conservación y de mantenimiento. El cuidado del medio ambiente se completa con la visión del ciclo de vida del producto, por medio de la utilización de materiales reciclables en lo referente a la fabricación de asientos, revestimientos interiores de cabina, utilización de pinturas al agua, etc.

Como aplicaciones tendientes a disminuir el consumo, algunas series están equipadas con:

- **Ecómetro** – En modo manual, le indica al conductor cuándo debe elegir otro cambio para optimizar el consumo de combustible.
- **Ecoroll** – En condiciones especiales de marcha, corta la inyección de combustible momentáneamente.

Un camión Mercedes-Benz, gracias a su bajo consumo de combustible y sus bajos costos de reparación y de mantenimiento, resulta rentable y, lo que es más importante, es amigable con el medio ambiente.

Desde enero de 2016, en función de la ley vigente, todas las unidades de nuestra marca están equipadas con motores Mercedes-Benz, que cumplen con la normativa EURO V. Se trata de motores de 4 ó 6 cilindros con gerenciamiento electrónico y sistema auxiliar de freno Top Brake, que garantiza menor desgaste y mayor efectividad en los componentes del freno de servicio. Las potencias de nuestros motores van desde los 150 CV hasta los 510 CV, aproximadamente, en todos los casos y, mediante la utilización del combustible adecuado (diésel grado 3 con menos de 50 ppm de contenido de azufre), se garantizan los valores de emisión que corresponden a norma Euro V según la siguiente tabla:



4 Case

## Perspectivas del Negocio

4.1 Movilidad Sustentable

4.2 Seguridad Vial

En línea con la estrategia de Daimler mundial, en Mercedes-Benz Argentina planificamos un **crecimiento sostenido en la oferta de automóviles eléctricos hacia 2025**, incorporando, anualmente, nuevos modelos de automóviles híbridos y eléctricos.

Este crecimiento necesita ser acompañado por políticas públicas que incentiven la producción, la importación y el desarrollo de unidades e infraestructura de carga acordes en todo el país. Por eso, Mercedes-Benz, como miembro de ADEFA, cuenta con representación en la Comisión de

Nuevas Tecnologías, desde donde impulsamos un proyecto de ley de fomento al uso de tecnologías híbridas y eléctricas, y al desarrollo de infraestructura urbana acorde.

Para el próximo período, planificamos la participación de la Compañía en el Seminario de la Universidad Di Tella & Banco Interamericano de Desarrollo: “El futuro de la movilidad en América Latina” y en los *Workshops* Región Latina sobre infraestructura de carga & CASE fase II en Brasil.

- 4 Case
- 4.1 Movilidad Sustentable
- 4.2 Seguridad Vial

## Teneslugar.com

Con el objetivo de encontrar soluciones de movilidad en las grandes ciudades, continuamos con el desarrollo del Programa de Movilidad Sustentable más importante de la Compañía: **teneslugar.com**.

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

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

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

Buscamos facilitar el proceso a las empresas que utilizan nuestro servicio, organizando distintas **actividades y acciones**, con el objetivo de incentivar su uso. Estas incluyen:

- Mejoras en la plataforma para estar al día con las últimas tecnologías.
- Organización de charlas informativas para capacitar y concientizar a los usuarios sobre el servicio, sus beneficios y su funcionamiento.
- La creación de piezas de comunicación que se comparten con el resto de las compañías, para que estas puedan utilizar y compartir a través de distintos canales de comunicación.



En 2018 logramos 47.784,43 g de CO<sub>2</sub> ahorrado con los viajes compartidos.



[www.teneslugar.com](http://www.teneslugar.com) | [teneslugar@daimler.com](mailto:teneslugar@daimler.com)

## 4 Case

## 4.1 Movilidad Sustentable

## 4.2 Seguridad Vial

## 4.2 Seguridad Vial

La seguridad vial es un objetivo estratégico. Se asume como un compromiso transversal en toda la Compañía y se aborda, a través de dos ejes de acción:

- **Innovación y Tecnologías de Seguridad:** Nos caracterizamos por innovar permanentemente la implementación de dispositivos de seguridad en nuestros productos. Estos cumplen las más exigentes normas europeas en cuanto a seguridad.
- **Concientización para el Cambio Cultural:** Trabajamos sobre el uso responsable de los vehículos. Desarrollamos y adherimos a diferentes programas e iniciativas, para concientizar sobre los conceptos de la seguridad vial, tanto para los integrantes de Mercedes-Benz como para el resto de los grupos de interés y la comunidad en general.

Estas acciones se desarrollan en el Capítulo Culture, Compromiso Social.



### Más información

## Innovación y Tecnologías de Seguridad

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

Permanentemente, buscamos disminuir el consumo de combustible y la seguridad en el transporte. Nuestra línea de camiones y colectivos ofrece transmisiones semiautomatizadas y automatizadas, que permiten al conductor un proceso de conducción mucho más eficiente y relajado con menor riesgo de accidentes.

Los camiones Mercedes-Benz poseen los siguientes dispositivos de seguridad:

- ✓ EBS: Sistema de freno electrónico-neumático con ABS y ASR.
- ✓ ESP: Sistema de regulación de estabilidad.
- ✓ *Tempomat* (control crucero).
- ✓ ABA 5: Sistema de asistencia de frenado activo (evolución del ABA 4 actual).
- ✓ Sistema de regulación de la distancia *Telligent*.
- ✓ Detector de cambio de carril con aviso por vibración.
- ✓ Asistente de giro (opcional).
- ✓ Advertencia legal sobre los sistemas activos de asistencia de seguridad.
- ✓ Sistema de alerta por cansancio.
- ✓ *Airbag* para el conductor.



|     |                       |
|-----|-----------------------|
| 4   | Case                  |
| 4.1 | Movilidad Sustentable |
| 4.2 | Seguridad Vial        |

En la búsqueda constante de perfeccionar nuestros productos, se incorporaron dos mejoras de serie en términos de seguridad en la línea Sprinter:

- *Airbag* para el acompañante en toda la línea Sprinter (a excepción del Minibus 19+1).
- Asistente de viento lateral en toda la línea de Sprinter.

La línea Sprinter y Vito poseen el Programa Electrónico de Estabilidad Adaptativo (ESP®), que incluye las siguientes funciones:

- EBD: Distribuidor electrónico de la fuerza de frenado (ayuda a evitar que el eje trasero se bloquee antes del eje delantero).
- ABS: Sistema antibloqueo de frenos (ayuda a evitar que se bloqueen las ruedas).
- ASR: Sistema de control de tracción (regula el resbalamiento de propulsión mediante intervenciones en la gestión del motor, y aumento activo de la presión de frenado en las ruedas propulsadas).
- BAS: Servofreno de emergencia (si se detecta una situación crítica, el sistema aumenta de forma activa la presión de frenado hasta el nivel de bloqueo).
- ROM: Limitación del riesgo de vuelco (ayuda a detectar la tendencia al vuelco en maniobras con baja velocidad y de elevada aceleración transversal).
- RMI: Intervención en movimientos desestabilizadores (ayuda a detectar la tendencia al vuelco en maniobras dinámicas y en maniobras rápidas de cambio de carril con elevada aceleración transversal).
- LAC: Control adaptativo de la carga (ayuda a determinar el peso total del vehículo).
- EUC: Control del subvirado (estabiliza el vehículo con tendencias subviradoras acusadas).
- Luz de freno adaptativa ante una frenada de emergencia.

## Vito Plus Accesible

Presentemos la denominada Vito Plus Accesible, una adaptación de la Vito Plus, destinada al traslado de personas con movilidad reducida.



Vito Plus Accesible es el único vehículo homologado y adaptado en forma local.

La conversión realizada por el carrocerero Outlandish le permite al pasajero trasladarse en su propia silla de ruedas, accediendo a una rampa trasera liviana incorporada, de baja pendiente y fácilmente maniobrable. Posee un sistema de montaje de 4 puntos inerciales, para sujetar sillas de ruedas manuales o motorizadas, además de apoyacabezas y apoya espaldas con cinturón de seguridad. La rampa soporta hasta 300 kilos, característica especialmente diseñada para las sillas motorizadas, cuyo peso suele ser muy elevado.





# Culture



## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

5.1 Integridad y *Compliance***Creamos una cultura corporativa basada en la integridad**

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

Conjuntamente con pasión, disciplina y respeto, integridad es uno de los cuatro valores corporativos en Daimler y todos son la base para la fundación de todas nuestras actividades de negocio.

En Daimler, 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 valores comunes y principios éticos. Creamos una cultura corporativa basada en la integridad, el cumplimiento con las legislaciones aplicables, las regulaciones internas y los compromisos voluntarios asumidos. Consideramos que estos valores y principios deben ser compartidos por todas las personas que integran la Organización y por todos nuestros socios comerciales.

La integridad se gestiona como un proceso de mejora continua y de manera transversal corporativamente liderada por una miembro del Directorio de Daimler AG, la Sra. Renata Jungo Brüngger, quien dirige el área de *Integrity and Legal Affairs*.

A través del Código de Integridad, las campañas y los workshops de integridad, y los diferentes procesos formativos que permanentemente propiciamos, siguen el modelo *Tone from the Top* (de la Dirección al resto de la Compañía).

Este capítulo está alineado a los ODS:





## 5 Culture

## Código de Integridad

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

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 el mundo.

Los principios básicos por los que se rige son: **honestidad, responsabilidad y cumplimiento de las leyes.**

Contenidos incluidos en Código de integridad:

- Defensa de los Derechos Humanos sobre la base de los principios del Pacto Global de Naciones Unidas. Se detalla, específicamente, la protección de los derechos fundamentales en el trabajo, en particular la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación antes y durante empleo y rechazo al trabajo forzado y al trabajo infantil.
- Conciencia de la responsabilidad social y solidaria en las actividades diarias.
- Práctica de un trato justo entre todos los colaboradores y hacia terceros.
- Búsqueda del éxito en conjunto con los socios comerciales y los clientes a través de la competencia leal .
- Responsabilidad en la utilización razonable de los recursos.
- Diversidad.
- Prohibición de la corrupción.
- Prevención y 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, todas las personas que integran la Organización pueden acceder al **Sistema de Preguntas e Información para Compliance**. Además, siempre pueden dirigirse directamente al área de *Compliance* local.

También contamos con:

- ✓ Código de Conducta para Clientes y Proveedores.
- ✓ Normativas internas para empleados/as.

Nuestros concesionarios firman una carta anticorrupción, 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*.

## Directriz Sistema de Denuncias (BPO) y Tratamiento de Violaciones

Este mecanismo se basa en la recepción, la documentación y el tratamiento de denuncias e informaciones; está suministrado por los grupos de interés internos y/o por terceros de la cadena de valor.

Este medio 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 existentes, como ser el reporte al superior directo y/o el reporte al área de Recursos Humanos.

También contamos con:

- Directriz Sistema de Denuncias (BPO) y tratamiento de violaciones.
- Directriz Obsequios e invitaciones para empleados.
- Directriz Contratación y utilización de intermediarios.
- Directriz Donaciones y *Sponsoreos*.
- Directriz Invitaciones a actividades recreativas.
- Directriz Protocolo de comidas y de actividades recreativas.

## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

Comunicaciones Internas en *Compliance*

Con el propósito de fortalecer la integridad como valor corporativo, de afianzarla en la conciencia de todas las personas que integran la Organización (incluso la Dirección), promover una conducta ética y tener conocimiento de los conceptos del Código de Integridad, continuamos concientizando a todos los equipos de trabajo mediante comunicaciones sobre diversos temas relacionados al sistema de *Compliance*.

Temáticas de las acciones comunicacionales:

- Línea de denuncia (BPO).
- Corrupción (especialmente, regalos e invitaciones).
- Percepción de la corrupción en Argentina (*Corruption Perception Index*).
- Procesos de *Compliance* que sirven para identificar los riesgos como, por ejemplo, en la contratación de proveedores y cómo mitigarlos.
- Conflictos de interés - diversidad.

Entrenamientos en *Compliance*

Estos procesos formativos se desarrollan para enriquecer y actualizar los conocimientos acerca de las conductas orientadas al cumplimiento de nuestro Código de Integridad. Para ello, se continuó con la Campaña de Integridad y se generaron encuentros con las áreas sensibles de la Compañía (Comercial, Compras, empleados/as que ingresan, entre otros), para proporcionar un diálogo abierto de los temas de *Compliance* dentro de la Organización.

Estos espacios de diálogo, denominados “Desayunos de Integridad”, son los entrenamientos internos organizados por el área de *Compliance*.

Asimismo, durante 2018 iniciamos una Campaña de Entrenamiento a Socios Comerciales, a fin de alinear las expectativas en materia de Integridad y *Compliance*. De esta manera, buscamos trabajar junto a nuestros concesionarios para fomentar, promulgar y multiplicar los valores que posibiliten negocios éticos y sustentables.

Desayunos de Integridad realizados:

- En 2018, realizamos 20 entrenamientos, donde se entrenaron a 245 personas.
- En 2017, realizamos 16 entrenamientos, donde se entrenaron a 251 personas.

Permanentemente, nuestro equipo de *Compliance* participa de diferentes acciones formativas, para actualizar y reforzar las temáticas de su especialidad.



En anexo, podrán consultar mayor detalle de los Desayunos de Integridad realizados.



## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

El equipo de *Compliance* recibió las siguientes capacitaciones:

- Desayuno sobre *Compliance* y Defensa de la Competencia.
- Foro de *Compliance* “Diálogo Público-privado busca fortalecimiento institucional en la lucha contra la corrupción”.
- Foro de *Compliance* “Más ética + más transparencia: más competitividad”.
- Seminario “Promoviendo Mejores Prácticas Internacionales para la Lucha contra el Lavado de Dinero”.
- *Compliance Forum* “Fortalecimiento de los Programas de Prevención de Riesgos de Lavado”.
- Desayuno sobre la Ley de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas.
- Seminario “Enforcement and *Compliance*”.

Con el objetivo de compartir y fomentar mejores prácticas, y presentar el rol estratégico que desempeña la función de *Compliance* en nuestra Organización, el *Local Compliance Manager* y el equipo de *Compliance* participan en diversas actividades externas.

El equipo de *Compliance* participó como oradores en las siguientes actividades externas:

- *Grupo de Trabajo de Compliance* en la Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana (AHK).
- *Postgrado Compliance, Ética y Derecho*, en la Universidad Católica Argentina (UCA).
- *Comisión de Compliance*, en la Asociación Argentina de Ética y *Compliance*.
- *Talleres de Compliance* en el Centro de Gobernabilidad y Transparencia del IAE.
- *Seminario de Business Compliance Solutions*, en la Consultora BCS.
- *Programa de Empresas para Empresas (DEPE)* en la Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana (AHK) y el Pacto Global de Naciones Unidas.
- *Global Group Compliance Conference* en Daimler Alemania.
- *Regional Compliance Conference* en Daimler Brasil.



En anexo, podrán consultar un mayor detalle de la participación de nuestro equipo de *Compliance* en actividades externas.



### Academia de *Compliance* de Daimler

La Academia de *Compliance* de Daimler ofrece capacitación a los oficiales de cumplimiento de otras compañías. Allí, la atención se centra en una discusión de tendencias y cumplimiento actuales, y en alcanzar aprendizajes colectivos, fundamentalmente prácticos, mediante estudios de casos.

## 5 Culture

**HR Compliance**5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

HR *Compliance* se ocupa de velar por la observación de las leyes, las políticas internas y las regulaciones en materia de Recursos Humanos, así como por la prevención y la sanción de violaciones a estas.

Esta función se desarrolla en todo el Grupo Daimler y 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.
- 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 integrante de la Organización, al incorporarse a nuestra Empresa, cuando asume una nueva tarea, o bien se reincorpora después de una fase de inactividad, lo recibe. Implica familiarizarse 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, y evitar inconvenientes en *Compliance* y posibles conflictos de intereses.

## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

## Anticorrupción y cumplimiento normativo

En lo que respecta a anticorrupción, hemos implementado 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 directos.

También realizamos capacitaciones que incluyen aspectos relacionados al proceso de lavado de dinero y marco regulatorio, entre otros. El proceso de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo es de gran importancia para el grupo Daimler. Buscamos asegurar el cumplimiento de la legislación nacional e internacional aplicable en la materia, trabajando en equipo entre toda la dotación.

### Capacitaciones en prevención de la corrupción

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

En 2017, con la participación de 50 personas integrantes de las áreas de Legales y *Compliance* de Mercedes-Benz Argentina y Mercedes-Benz Financiera, Finanzas, Ventas, Recursos Humanos y Organización, se trabajaron los desafíos en el proceso actual y se identificaron las propuestas para mejorarlo.

Durante 2018, con la participación de 49 personas integrantes de Mercedes-Benz Argentina, Mercedes-Benz Plan de Ahorro y Mercedes-Benz Financiera, se realizaron dos *workshop* sobre la temática y, en el marco de la reunión del Directorio, la Alta Dirección participó de la Capacitación Legal & *Compliance* - Régimen Responsabilidad Penal de la Persona Jurídica.

## Data Protection

Nuestra **Política de Protección de Datos Corporativos** define los estándares del Grupo en el manejo de datos de todos los integrantes de la Organización, de los clientes y de los socios comerciales.

Los procesos internos y los requisitos del Sistema de Gestión de Cumplimiento se reflejan en una nueva versión de esta Política, que define un componente clave: la evaluación de riesgos de cumplimiento de datos. Esta evaluación implica un análisis sistemático en todas las unidades de negocios. Los resultados de los análisis forman la base de nuestras actividades de gestión y minimización de riesgos. De esta manera, adoptamos un enfoque basado en el riesgo, para retroalimentar el **Sistema de Gestión de Cumplimiento de Datos**.

Luego de la implementación de las diversas medidas realizadas en las unidades de negocios, se utiliza un plan de monitoreo para evaluar su nivel de efectividad y eficiencia. Estas revisiones permiten identificar, permanentemente, oportunidades de mejora.

La seguridad de la información es un tema de gran importancia para Daimler, ya que protege el valor de la información de la Empresa y asegura la observación de las prescripciones legales. **Tanto el persona interno como el externo a la Compañía son responsables de una gestión adecuada de la información.** Por este motivo, realizamos campañas de concientización sobre *ciberseguridad* y brindamos información sobre este tema.



5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

5.2 Nuestra Gente

5.3 Compromiso Social

## 5.2 Nuestra Gente

Con más de 60 años en Argentina, seguimos apostando al trabajo en el país. La solidez, la experiencia y la calidad de nuestros vehículos son producto de la responsabilidad y la dedicación de nuestra gente. Por eso es que buscamos atraer a aquellos/as candidatos/as que compartan nuestra pasión por los desafíos y por el compromiso de llevar adelante importantes proyectos.

Nuestra gente le da a Daimler el poder de impulsar la innovación y le da forma al futuro de la Empresa.

Para nuestros negocios globales, aprovechamos al máximo las diferentes experiencias, las habilidades y las perspectivas. Ellas reflejan, también, la diversidad de nuestros clientes, proveedores, inversores y nuestro entorno en general.

Quienes formamos parte de la Compañía estamos comprometidos con mantener un ambiente de trabajo de respeto mutuo. Con el fin de que la diversidad sea más eficaz, enfocamos nuestros esfuerzos en tres áreas diferentes:

|                           |   |
|---------------------------|---|
| <b>Best Mix</b>           | Equipos mixtos para encontrar mejores soluciones.   |
| <b>Cultura de Trabajo</b> | La gente da lo mejor de sí en las condiciones de trabajo que se ajustan a sus necesidades.    |
| <b>Acceso de Clientes</b> | Los clientes son diversos. Estamos interesados en entender y acercarnos en su individualidad. |

Nuestra **Política de Recursos Humanos y HR Compliance**, basada en los derechos, las necesidades, los talentos y las aptitudes de los colaboradores, es el marco de las relaciones laborales en Mercedes-Benz Argentina, que incluyen los siguientes principios fundamentales:

- Remuneración adecuada.
- Altos estándares de salud y de seguridad ocupacional.
- Modelos flexibles y favorables a la familia.
- Capacitación intensiva.



5 Culture

## Diversidad

5.1 Integridad y *Compliance*

5.2 Nuestra Gente

5.3 Compromiso Social

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

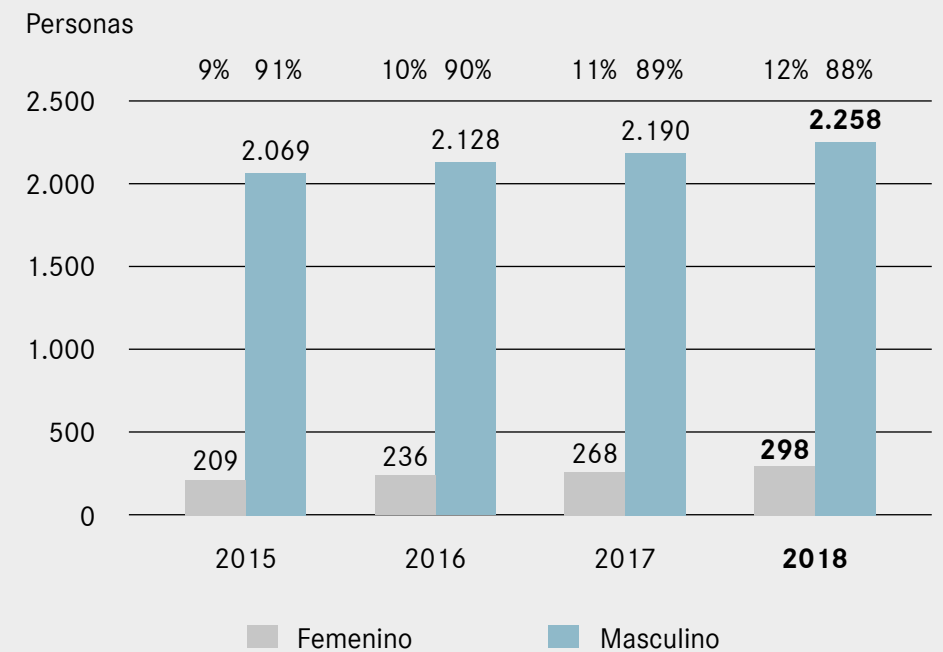
Desarrollamos prácticas de promoción de mujeres a puestos gerenciales y su incorporación en áreas de producción, entre otros criterios de diversidad.

Uno de los pilares para esta gestión, basada en la diversidad, es la **Política de Protección de la Maternidad**, que tiene como objetivo retener a las empleadas mensualizadas, permitiéndoles que, durante los dos primeros años de edad de su hijo/a, tengan la posibilidad de cumplir la jornada laboral incorporando el *home office*.

Conformamos la **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.

Contamos con una **Política de Pasantías**, a través de la cual generamos vínculos con algunas universidades, con la intención de descubrir futuros colaboradores.

### Empleo por género



En anexo, se muestran las características de nuestra dotación con mayor grado de apertura.



5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

5.2 Nuestra Gente

5.3 Compromiso Social

## Gestión de Clima Organizacional

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 las debilidades en materia de liderazgo, motivación, clima laboral y percepción de la incorporación de los valores corporativos. Se realizan dos tipos de encuestas, en diversos períodos y con diversas modalidades:

### New Daimler Employee Survey (NES)

| Encuesta NES         |                         | 2016 | 2018         |
|----------------------|-------------------------|------|--------------|
| Participación        | Daimler                 | 76%  | <b>80%</b>   |
|                      | Mercedes-Benz Argentina | 61%  | <b>90%</b>   |
| Índice de compromiso | Daimler                 | 68%  | <b>72,6%</b> |
|                      | Mercedes-Benz Argentina | 76%  | <b>73,6%</b> |

### Encuesta *Great Place To Work*

En Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina, bienalmente, realizamos la medición y la gestión de clima interno a través de la Encuesta *Great Place to Work*.

En 2017, el resultado fue del 97% de satisfacción de los colaboradores.

Asimismo, poseemos un **Comité GPTW en Mercedes-Benz Compañía Financiera**, integrado por colaboradores de distintas áreas, que analizan y proponen iniciativas de bienestar y de calidad de vida.

Por otro lado, para enriquecer la evaluación interna de nuestra gestión, nos sometemos a diferentes evaluaciones externas. Estas nos permiten, por ejemplo, comparar con la gestión de otras organizaciones e identificar nuestra imagen frente a otros grupos de interés.

### Premio Randstad Employer Brand Research 2018



Desde 2016 nos encontramos en el *Hall of Fame*, por haber ganado el premio a la empresa más atractiva en tres ocasiones consecutivas, en 2013, 2014 y 2015.

El *Hall of Fame del Randstad Employer Brand Research* celebra el reconocimiento de marca empleadora entre los empleadores más importantes de un país. Al resultar elegido en reiteradas ocasiones, por un público numeroso de todos los grupos demográficos del país, el empleador galardonado se coloca entre los más atractivos.



## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

## Conciliación Vida Personal y Laboral

Implementamos las siguientes prácticas de conciliación:

### Beneficios vida personal-laboral:

- Plan médico privado de primer nivel
- Comedor en planta
- Transporte para los colaboradores que trabajan en el Centro Industrial y en Casa Central.
- Programas de descuentos especiales en comercios minoristas
- Política de venta de autos nuevos
- Política de venta de vehículos usados
- Préstamos de emergencia y anticipos de sueldo
- Reconocimientos especiales y reconocimiento por antigüedad

### Flexibilidad de jornada:

- Horario flexible y viernes cortos
- Días de estudios adicionales

### Maternidad:

- Política de Protección de la Maternidad
- Espacio de lactario para colaboradoras que hayan sido madres recientemente

### Promoción de la salud y el bienestar de la dotación:

- Servicio de frutas para alimentación saludables “En buenas manos” (ONG de inclusión social)
- Programa “Mejor en bici” (ofrecemos vestuarios con duchas, compresor y espacios para la guarda de bicicletas tanto para colaboradores como invitados.
- “Running Team” (equipo de 100 aficionados al atletismo, que participan en carreras). 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
- Charlas en Ciberseguridad: Junto con ESET (Empresa miembro de Teneslugar.com) y la Asociación Civil Argentina Cibersegura, se realizaron charlas en Casa Central y en Planta Industrial, acerca de la concientización y educación en el buen uso de internet y de las tecnologías.

## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

## Canales de Comunicación con el Personal

Contamos con canales de comunicación, que se dan entre los miembros de un mismo nivel jerárquico o de un mismo departamento; es decir, horizontalmente: reuniones, desayunos de trabajo, comunicaciones regulares con operarios, desayunos *Cheers* (son desayunos de integración, que se realizan mensualmente para el equipo de Mercedes-Benz Financiera).

Además, contamos con canales de comunicación verticales, de manera ascendente o descendente: encuestas de clima, canal de denuncias y consultas de *compliance*, entrevistas de *feedback* de las evaluaciones de desempeño, diálogos con la Dirección, revista interna, carteleras, *e-mailings*, Intranet y entrevistas de egreso.

## Capacitación y Desarrollo

Para evaluar y gestionar el desarrollo del personal, a nivel global, Daimler utiliza la Evaluación de Desempeño, la herramienta que le permite medir el grado de cumplimiento anual de objetivos y el potencial de todo el equipo de trabajo. Se aplican dos metodologías:

- **El Proceso LEAD** (*Leadership Evaluation and Development*): A través de este proceso, buscamos promover el desarrollo de nuestro capital humano. Es anual y está estandarizado en todos los niveles de la Organización (integrantes mensualizados y niveles ejecutivos). 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.

5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

5.2 Nuestra Gente

5.3 Compromiso Social

## Programa Recursos Humanos + Cerca

Diseñamos un esquema de asesoramiento para colaboradores, en el cual, a través de varios programas, se busca brindar transparencia en el proceso de desarrollo, colaborar con el crecimiento del personal en posiciones claves y optimizar el porcentaje de egresos.

- Evaluación LEAD y Portfolio de Potenciales
- Evaluación LEAD y Porfolio de Talentos
- Programa de Maestros (supervisores de producción)
- Programas de Capacitación

A fin de mejorar el desempeño individual y dar soporte a la mejora continua en materia de conocimientos, habilidades y aptitudes; Recursos Humanos releva, determina y planifica anualmente los cursos de capacitación acorde a:

- Plan Anual de Capacitación, donde se resume la oferta de cursos que pueden realizar los colaboradores y también, los pasantes.
- Plan de Capacitación de los sectores, acordado entre Recursos Humanos y los sectores, merced a las necesidades de capacitación específica existente en cada área.
- Plan de Carrera y Sucesión, desarrollado en base a la evaluación de competencias y potencial según el proceso LEAD.

A lo largo del período, hemos brindado capacitaciones (técnicas, actitudinales, de informática e idiomas) a todos los niveles de la Organización, alcanzando, en 2018, un total de 24.107 horas de capacitación y, en 2017, un total de 18.559.



En anexo, se presenta la capacitación realizada por empleados mensualizados y jornalizados.

## Programa *Leadership* 2020

Con el objetivo de establecer una cultura de gestión que nos asegure el éxito en el futuro, desde Daimler se está impulsando el Programa *Leadership* 2020. Para ello, se determinaron ocho principios de liderazgo, que definen las actitudes y las conductas que fomentan la cultura estratégica de liderazgo del grupo:

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

## 5 Culture

## Mejoras del período

5.1 Integridad y *Compliance*

Sobre la base de estos principios, se lograron implementar, exitosamente, las siguientes mejoras:

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

- Publicación global de vacantes.
- *MyProfile*: para niveles ejecutivos.
- *MyContribution*: apoya la operacionalización continua de nuestra estrategia en prioridades en un diálogo flexible entre directivos y sus equipos.
- *TeamPulsCheck*: es una discusión estructurada dentro del equipo acerca de su cultura actual, con el objetivo de promover su rendimiento. Se reflexiona sobre el “qué” y el “cómo”.
- *MyDevelopment Talk*: ofrece un marco para discutir y perseguir los objetivos y las medidas de desarrollo de cada colaborador.
- Conferencia OurPeople: permite y apoya un desarrollo selectivo de los colaboradores, aunando las necesidades entre ellos y la Empresa.
- *Feedback App ECHO*: permite a todas las personas que integran la Organización dar y recibir *feedback* espontáneamente; facilita el intercambio del *feedback* personal, por ejemplo, luego de una reunión.
- Nueva encuesta de empleados Daimler: permite obtener *feedback* a nivel de organización y es un instrumento potente para medir la cultura de la Empresa, así como para impulsar su desarrollo.
- Establecimiento de una *Social Intranet Community*
- Simplificación de pedidos de *hardware* y *software*, independientemente del nivel jerárquico.
- Realización de talleres, sesiones *Impulse* y eventos de formación.
- Introducción de la *Digital Tool Compass*.
- Talleres *Kick-Off: Pitstop, Tune-Up, Bootcamps*.



## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

## Salud y Seguridad Ocupacional

En Mercedes-Benz, la seguridad e higiene ocupacional son prioritarias. Constantemente, trabajamos para evitar la ocurrencia de accidentes de trabajo y el desarrollo de enfermedades profesionales. Para ello, contamos con una **Política de Seguridad y Salud Ocupacional**, en la cual se han definido los siguientes objetivos:

- Contar con un plantel en condiciones de aptitud psicofísica para sus tareas.
- Contribuir a la salud de los colaboradores mediante acciones médicas eficientes en los campos asistencial y 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 nuestro personal 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.

## Comité Mixto de Salud, Seguridad e Higiene y Entidad Gremial

El Comité Mixto tiene como eje central la participación de la dotación en el análisis de las propuestas de mejora, reclamos o sugerencias en materia de seguridad e higiene. También, la planificación de las acciones a implementar en común acuerdo con los referentes de cada una de las partes, a fin de mantener un ambiente de trabajo sano y seguro según la normativa vigente. Dichas reuniones, y las conclusiones consecuentes, son protocolizadas y su periodicidad se ajusta a la coordinación entre las partes.

Asimismo, de ser necesaria la evaluación de una condición/situación particular de peligro, se coordina una reunión extraoficial, para abordar el punto en cuestión.

### Relaciones Sindicales

Mediante el Comité Mixto de Salud, Seguridad e Higiene y Entidad Gremial, se ve fortalecida nuestra relación con los sindicatos, ya que en este está representado todo el equipo de trabajo de SMATA, a través de sus delegados especializados en el tema.

También, se reciben los reclamos y las peticiones del personal, que se analizan técnicamente para encontrar soluciones y, luego, implementarlas. Las minutas y las conclusiones de las reuniones son **incorporadas a los acuerdos colectivos de trabajo**.

Mantenemos reuniones periódicas y desarrollamos actividades en conjunto con el Sindicato. Ejemplo de ello es la iniciativa del Centro de Formación Profesional SMATA N° 413 Arturo Gillig, que nació de voluntarios empleados de fábrica.

## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

## Comité de Ergonomía

Para la prevención de las patologías relacionadas con la ergonomía laboral, el Servicio Médico de la Compañía, en conjunto con las áreas de Procesos, Producción y Seguridad e Higiene, evalúan e identifican (a través de un plan ergonómico integral, según la normativa vigente) los puestos de trabajo donde se producen o donde podrían producirse daños en la salud.

Una vez identificados los puestos de trabajo con potencial de daño a la salud, el objetivo de este Comité es el de formular acciones preventivas y/o correctivas, en común acuerdo con las áreas de Producción y Procesos.

En 2018, confeccionamos **el primer Mapa Ergonómico del Centro Industrial**; además, llevamos adelante diferentes acciones preventivas, con la finalidad de evitar o reducir al mínimo la probabilidad de ocurrencia de lesiones musculoesqueléticas.

Asimismo, implementamos en la planta de montaje, el **Programa de Prevención de Trastornos Músculo Esquelético**, realizado por los kinesiólogos del Centro de Formación Técnica. Los especialistas trabajaron con una dinámica practico-teórica (como mejorar posturas) y ofrecieron indicaciones de movilidad (precalentamiento, elongación, etc.) para mejorar la salud y la calidad de vida de los/as colaboradores/as.

Además, se implementó un **plan de recorridos semanales** de los kinesiólogos en las diversas plantas del Centro Industrial, con el objetivo de realizar correcciones posturales *on the spot* durante el ciclo de trabajo. Estas correcciones son personalizadas, tomando en cuenta el tipo de trabajo, los tipos de músculos implicados en el proceso y las condiciones preexistentes. Por cada intervención particular de los especialistas hacia los operadores, se genera un banco de datos, donde consta el asesoramiento brindado y las correcciones realizadas.

## Comité de Salud

Este Comité analiza los puestos, con posibilidades de incorporar personas con restricciones médicas.

Desde el Servicio Médico, seguimos trabajando con los sectores de Producción e Ingeniería, para desarrollar puestos para el personal con discapacidad o con cierto tipo de restricciones. Dichos puestos son seleccionados luego de una evaluación de los Servicios de Salud y Seguridad e Higiene.

Cuando alguien con restricción médica o con alguna discapacidad es asignado/a a un puesto de trabajo, permanece en observación por parte de los profesionales de las áreas, para ratificar que la decisión tomada sea la correcta. Caso contrario, se reasignará a una nueva estación de trabajo.

La periodicidad de las reuniones es mensual, con la posibilidad de incrementarlas en caso de ser necesario.

## Campañas de prevención y promoción de la salud

Desde el Servicio Médico, hemos realizado, por ejemplo: examen médico, audiométrico, electrocardiográfico (en mayores de 40 años), visual, radiológico y de laboratorio (anualmente para el 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, antitabaco y prevención de enfermedades cardiovasculares, hipertensión arterial, obesidad y sobrepeso.

- 5 Culture
- 5.1 Integridad y *Compliance*
- 5.2 Nuestra Gente
- 5.3 Compromiso Social

## Programa de Formación en Seguridad del Trabajo

Este programa consta de una inducción para el nuevo personal, un plan anual de capacitación y capacitación en riesgos especiales para la totalidad del plantel. Los temas abordados en las distintas etapas de capacitación (además de los exigidos por la legislación vigente) son esenciales para gestar en los colaboradores una visión crítica y responsable con respecto a la seguridad, en las diversas operaciones que desarrolle durante su periodo laboral activo.

Algunos módulos de capacitación impartidos:

- **'Inicio Seguro:** Conocimientos generales de seguridad e higiene, fomentando el respeto a las normas seguras de trabajo.
- **“Cambio Cultural:** Enfocada, principalmente, en reforzar conceptos ya transmitidos, haciendo hincapié en la importancia del autocuidado como base para la eliminación/reducción de accidentes.
- **Líderes de Evacuación y Brigadistas:** Con el fin de brindar las herramientas necesarias al momento de actuar en casos de emergencias.
- **Centro de Formación Técnica de Montaje:** Se abordan temas específicos del sector, para mejorar la disciplina operativa a través de la puesta en conocimiento de técnicas básicas. Durante dos semanas, capacitadores de diferentes áreas y especialidades forman parte del proceso de aprendizaje teórico-práctico, que culmina con una evaluación de las técnicas adquiridas.
- **Post accidentes:** Son capacitaciones específicas, realizadas luego de las incorporaciones, y el tema por tratar está ligado íntimamente a la causa que produjo la lesión.



En anexo, se presentan indicadores de salud y seguridad.

## Servicio Médico

Para el Centro Industrial, es de vital importancia contar con una rápida respuesta ante los diferentes tipos emergencias que puedan suscitarse. Por tal motivo, el Servicio Médico de planta cubre las 24 horas y cuenta con profesionales en medicina del trabajo y otras especialidades, para brindar la asistencia inicial de siniestros laborales, el seguimiento y la atención de cuadros no laborales de menor complejidad.

Desde 2016, contamos con un servicio de ambulancia con médico y enfermero durante el turno nocturno, fines de semana y feriados, de manera de garantizar la cobertura de salud de todo el personal, incluso aquellos momentos en los que no estamos produciendo.

En cuanto a las enfermedades profesionales que se presentan en la industria automotriz, la más frecuente es la hipoacusia. Para prevenir su incidencia, realizamos controles semanales a cargo de un especialista en la Planta. No se detectaron casos en este período.

Dentro de los servicios brindados, la rehabilitación y la kinesiología se transformaron en ejes centrales para los colaboradores que sufrieron algún tipo de lesión y necesitan tratamiento prolongado. Por este motivo, hemos incorporado un **Servicio de Kinesiología y Rehabilitación**, que permite su asistencia integral. El equipo está compuesto por dos kinesiólogos provistos por la ART y un auxiliar contratado, brindando mayor banda horaria.

Asimismo, el área se renovó con nuevos instrumentos y materiales, se amplió para tener mayor capacidad de atención y se celebró un acuerdo con la ART, para poder realizar la kinesiología y rehabilitación también en planta, para aquellos/as que se encuentran de baja médica por la ART.

Además, en conjunto con Seguridad e Higiene y Kinesiología, se está haciendo un relevamiento de aquellos puestos que generan mayor número de consultas por patologías musculoesqueléticas, para identificar posturas o procesos pueden corregirse de manera ergonómica.

5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

5.2 Nuestra Gente

5.3 Compromiso Social

### 5.3 Compromiso Social

Nuestro compromiso consiste en promover los beneficios sociales creando valor compartido con la sociedad. Se lleva a la práctica a través de diferentes programas y acciones, y mediante la adhesión a iniciativas que promueven mejoras sociales sobre la base de los siguientes ejes de acción:



### Educación

En Mercedes-Benz, mantenemos nuestro compromiso con las comunidades en las que actuamos, promoviendo su bienestar y su crecimiento a través de la educación. Nuestro ícono en materia de educación está representado por la **Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio**.



- 5 Culture
- 5.1 Integridad y *Compliance*
- 5.2 Nuestra Gente
- 5.3 Compromiso Social

## Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio

Es el proyecto educativo más importante, tanto a nivel local como global. Es la única escuela técnica de gestión privada gratuita del país, considerada una de las de más alto nivel. Constituye la Institución base de relacionamiento con la comunidad, ya que se encuentra localizada en el Polo Educativo abierto a la comunidad y en el Predio Industrial.

Actualmente, cuenta con una matrícula de 228 alumnos, compuesta por 188 varones y 40 mujeres. También, cuenta con 48 docentes con dedicada formación y 1 personal administrativo.

Desde 2013, incorporamos las **prácticas profesionales** mediante las cuales los estudiantes desarrollan tareas en la Compañía. Si bien la currícula obligatoria establece un total de 200 horas anuales, en nuestro caso, los estudiantes cursan 288 horas.

En más de 50 años, más de 1.500 estudiantes han egresado con el título de Técnico en Electromecánica. Hoy en día, más de 128 de ellos forman parte de nuestro equipo de trabajo como operarios, supervisores, gerentes, colaboradores o proveedores.

|                   | 2017 | 2018      |
|-------------------|------|-----------|
| Alumnos de 6° Año | 26   | <b>22</b> |
| Alumnos de 7° Año | 25   | <b>25</b> |
| <b>Total</b>      | 51   | <b>47</b> |

- **Encuentro Anual de Directores de Escuelas Técnicas:** Con motivo del Encuentro Anual de Directores de Escuelas Técnicas, organizado por la Asociación Empresaria Argentina, recibimos, en el Centro Industrial y la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio, a representantes y directores de las escuelas técnicas de la Ciudad de Buenos Aires y de la Provincia de Buenos Aires.

- **Promoción de la educación e inserción laboral:** Mediante alianzas de colaboración con diferentes organizaciones, promovemos el desarrollo de las competencias requeridas, para responder a la demanda de candidatos de nuestro Centro Industrial y de nuestra cadena de valor.

Donamos el equipamiento didáctico requerido para actualizar talleres.

El Centro de Formación Profesional SMATA N° 413 Arturo Gillig, localizado en el Polo Educativo de Mercedes-Benz, es un emprendimiento social que cuenta con alumnos jóvenes y adultos de la comunidad de La Matanza. Capacita y brinda títulos oficiales en cursos orientados a la industria automotriz y al servicio de mantenimiento y reparación de automotores.

- **Desafío YPF:** Los estudiantes de la Escuela Técnica participaron, por 5<sup>to</sup> año consecutivo, en el Desafío YPF, una carrera estudiantil de prototipos eléctricos, que se desarrolló en el Autódromo de Buenos Aires, con el fin de promover la educación técnica y la movilidad sustentable y segura.

- **Polo Educativo del Centro Industrial Juan Manuel Fangio:** El Polo Educativo se inició en 1962, con la inauguración de la Escuela de Educación Técnica Fundación Fangio. Asimismo, con el espacio cedido y con la permanente asistencia operativa y económica de Mercedes-Benz, a lo largo de los años, también se han desarrollado los siguientes espacios de formación, que abarcan todos los niveles educativos:

- Escuela Primaria N° 106
- Escuela Secundaria N° 55
- Centro de Formación de Adultos N° 417
- Instituto de Formación Agraria N° 15
- Centro de Formación Profesional N° 413 Arturo Gillig
- Biblioteca Popular de Virrey del Pino

El impacto de este espacio de formación es de, aproximadamente, 3.800 familias de la comunidad.



Más información



## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

## Programa Genios

El Programa Genios se suma al desafío de la Escuela Técnica Fangio de promover, en la comunidad educativa, el desarrollo de perfiles técnicos, que sabemos son una necesidad en todas las provincias.

Se trata de un programa que intenta replicar el modelo de integración existente entre el Centro Industrial Juan Manuel Fangio y la comunidad educativa de Virrey del Pino. Por ello, ampliando el alcance de nuestros objetivos iniciales, estamos generando vínculos con las escuelas técnicas de todo el país mediante nuestra red de concesionarios, para que nuestros jóvenes puedan capacitarse y prepararse para el futuro.

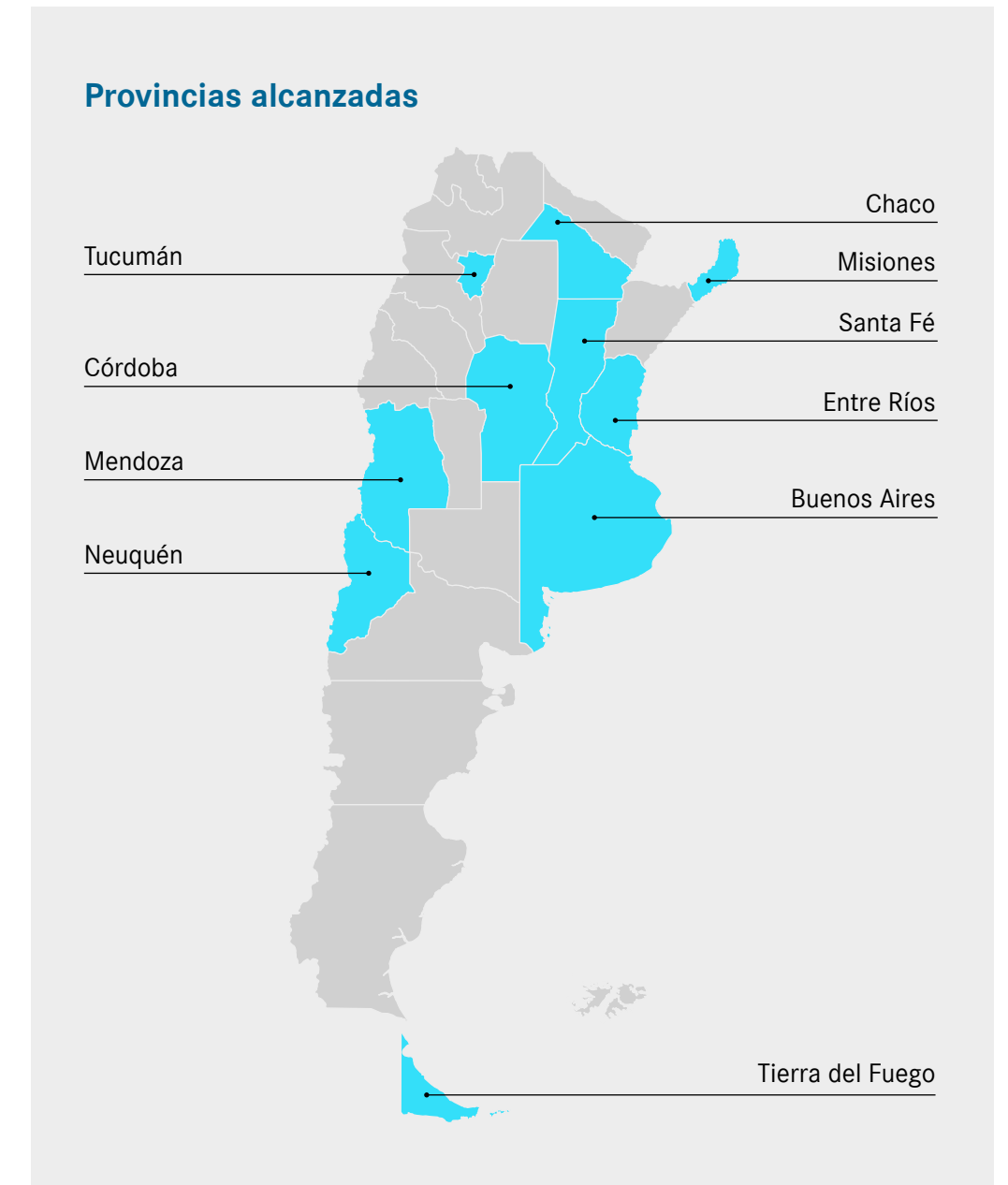
A través de este programa buscamos:

- 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.

De esta forma se genera un puente entre el mundo productivo y el educativo, que facilita varios aportes mutuos.

Con la colaboración del Grupo Logístico Andreani y al involucramiento de empresas de la Red de Concesionarios y Talleres Autorizados de Mercedes-Benz Argentina, 20 escuelas de todo el país se beneficiaron.

El programa nació de la idea de promover en la comunidad educativa la preparación de perfiles técnicos, que son una necesidad en todas las provincias para capacitarse y prepararse para el futuro. Consiste en la entrega de material didáctico, compuesto por kits mecánicos (un motor, una caja de velocidades y un eje trasero) modelo Sprinter.



**Más información**

- 5 Culture
- 5.1 Integridad y *Compliance*
- 5.2 Nuestra Gente
- 5.3 Compromiso Social

## Programa de Becas

El Directorio de Mercedes-Benz autoriza la designación de becas de estudios, para apoyar a las personas de la comunidad de Virrey del Pino que enfrentan situaciones de necesidad económica y que desean alcanzar niveles de educación superior.

Las becas se implementan bajo el asesoramiento de las organizaciones aliadas, para llevar a cabo iniciativas de compromiso social.

| Institución                           | Tipo de beneficio                                  | Cantidad de becarios/as |
|---------------------------------------|--|-------------------------|
| Asociación Civil Grupo Puentes        | Becas Universitarias orientadas a Ingenierías      | 6                       |
| Fundación Cimientos*                  | Apoyo para realizar el Programa Futuros Egresados* | 45                      |
| Instituto Tecnológico de Buenos Aires | Becas Universitarias orientadas a Ingenierías      | 3                       |
| Universidad de San Andrés             | Becas Abanderados **                               | 2                       |
|                                       | Becas Posgrado OSFL y Abanderados 2017             | 1                       |

(\*) [www.cimientos.org/futuros-egresados](http://www.cimientos.org/futuros-egresados)  
 (\*\*) Beneficiarios del interior del país.



## Movilidad Sustentable y Segura

Trabajamos para alcanzar el cambio cultural requerido en el uso responsable de los vehículos. Por ello, desarrollamos y adherimos a diferentes programas e iniciativas, para concientizar sobre los conceptos de la seguridad vial, tanto para los integrantes de Mercedes-Benz como para el resto de los grupos de interés y la comunidad en general.



## 5 Culture

## Programa Amigos de la Movilidad Sustentable

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

Somos la primera compañía automotriz en formar parte de los **programas “Empresas Amigas de la Movilidad Sustentable y Segura”** del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y de la Nación. En el marco de estos programas, implementamos acciones al interior de la Organización y para nuestros grupos de interés externos.

En 2017, participamos de la Charla “Movilidad Sustentable y Segura”, en la cual tratamos los siguientes temas:

- Plan de Seguridad Vial en la Ciudad de Buenos Aires
- Informe especial de seguridad vial: velocidades, tiempos y riesgos
- Daimler: “viaje al futuro para conocer las innovaciones en seguridad”

Durante la Semana de la Movilidad Sustentable y Segura 2018, realizamos el encuentro “Intermodalidad Urbana”, en donde se presentaron las novedades sobre movilidad en una ciudad que busca ser más colaborativa:

- Florencia González, del Programa de AMSyS de la Ciudad de Buenos Aires, disertó acerca del Plan de Intermodalidad Urbana de la Ciudad de Bs. As.
- Desde Mercedes - Benz Argentina, presentamos las alternativas de movilidad como Daimler Mobility Servicios y la presentación de la marca EQ Power (EQ es la introducción de Mercedes-Benz en la movilidad eléctrica integral de productos, servicios e innovaciones. EQ significa “Inteligencia Eléctrica”) y de la GLC350 e4MATIC híbrida.

Somos la primera marca *premium* en lanzar, localmente, un vehículo con tecnología de combustión alternativa con sistema *plug-in*.

### Promoción de nuestras acciones de movilidad sustentable y segura a través de los certámenes de sustentabilidad

En los últimos años, vimos como nuestras iniciativas de movilidad sustentable se replicaron dentro y fuera de la Empresa; por ejemplo, se dio en 2016 y 2017 en el marco del Programa y Premio “Amigos de la Movilidad Sustentable y Segura”, mediante el cual las empresas que adhieren deben demostrar cómo implementan prácticas en la materia.

En estas ediciones del certamen, dos de las empresas asociadas a nuestra red de *carpooling* teneslugar.com, La Caja y Metrogas, ganaron el premio por implementar esta iniciativa internamente.

## Ciudad Colaborativa

Desde 2016, participamos de este espacio creado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, mediante el cual se 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.

Con motivo del Día del Peatón, nos sumamos a la campaña #TodosSomosPeatones, participando de la acción realizada en el espacio público junto con BASubte, Bridgestone, Renault, Sancor Seguros, Seguros La Caja, Motivarte, Andreani y Conduciendo a conciencia. Allí, se realizaron tareas de concientización en esquinas claves de la Ciudad de Buenos Aires.

## 5 Culture



## Voluntariado Corporativo

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

Creemos en la capacidad y en el talento de las personas que integran Mercedes-Benz Argentina para generar valor en la sociedad.

El programa funciona gracias al tiempo y a la solidaridad de 90 colaboradores/as voluntarios/as de las distintas sedes que, en conjunto con organizaciones expertas, llevaron adelante las siguientes acciones:

- En el marco del Programa Futuros Egresados de la **Fundación Cimientos**, se llevó a cabo una jornada en la planta donde jóvenes becarios, apadrinados por Mercedes-Benz Argentina, pudieron conocer más de cerca la empresa que los acompaña y las personas que forman parte de ella. Se invitó a voluntarios/as de la Planta para participar de la actividad.
- Junto a aliados de nuestra cadena de valor, realizamos las siguientes acciones:
  - Acompañamos las colectas de alimentos no perecederos, para apoyar el proyecto de la Línea 45, integrante de la ONG **Choferes Solidarios de Lanús**. Mediante esta acción, se logró juntar dos colectivos llenos de ayuda para apoyar a la comunidad Toba del pueblo de Presidencia Roca, en la provincia de Chaco.
  - Bajo el nombre “**Misión Chaco**”, apoyamos la iniciativa solidaria de Automotores Haedo, a través del préstamo de una Mercedes-Benz Actros, para trasladar una extensa colecta liderada por la **ONG Ayuda Argentina**. Esta organización tiene como principal función abastecer escuelas a las que concurren niños y niñas con problemas de desnutrición.
  - Apoyamos la iniciativa de Carrefour y el Concesionario Mendocino Yacopini, que propuso contribuir con la **Fundación Conin** para la adquisición de un móvil de atención pediátrica. Mediante esta iniciativa, facilitamos la compra, a un valor diferencial, de un camión Mercedes-Benz.



**Misión Solidaria a Chaco**  
ONG Ayuda Argentina,  
Automotores Haedo y  
Mercedes-Benz Argentina.



## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

- Coordinamos jornadas de recreación y cerámica en el **Hogar de Niños María Luisa**. Consiste en jornadas de voluntariado, con el fin de compartir una actividad artística en forma periódica, los sábados, para promover la creatividad e integración de los chicos y las chicas del hogar.
- La dotación de Mercedes-Benz Financiera participó en una jornada de trabajo solidario en la **Escuela Primaria N° 106**, con el objetivo de pintar un mural en el patio interno de la escuela, localizada en el Polo Educativo de nuestro Centro Industrial. El mural, creado bajo la coordinación del profesor de plástica de la escuela, fue llamado “Un Mural por la Paz”. El trabajo persiguió la puesta en valor del patio interno, con la idea de compartir, a través del arte, el valor de la paz y de la integración.
- Junto la **Asociación Civil Joven Levántate**, vecina de nuestro Centro Industrial, desarrollamos una jornada de construcción, para apoyar a sus beneficiarios en la construcción de una vivienda digna:

- Un grupo de operarios de la planta de Mercedes-Benz Charleston visitó Argentina, para capacitarse en soldaduras y desarrollar similares procesos en la planta de Mercedes-Benz ubicada en Carolina del Sur, EE. UU.

Además de la capacitación en cuestiones logísticas y técnicas, aprovecharon su paso por el Centro Industrial Juan Manuel Fangio para participar de una actividad de voluntariado junto a **ONG Joven Levántate**.

Los principales proyectos de esta ONG se centran en mejorar la situación de las personas que viven en Virrey del Pino. Para lograrlo, ofrecen capacitaciones en construcción y otros oficios, para aprender a construir sus propias casas y, luego, para que puedan obtener una salida laboral. En esta oportunidad, la actividad consistió en construir las paredes y el contrapiso de una casa para una familia que no tiene hogar.

**Jornada de voluntarios**

ONG Joven Levántate y  
empleados de la Planta de MB  
Charleston EE.UU.



## 5 Culture

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social



## Deporte, niñez y juventud

Fomentamos el deporte como herramienta para tratar problemáticas sociales de niños y jóvenes.

### Fundación Laureus

#### *Sports for Goods*

Acompañamos la nueva edición de los Premios Laureus del Deporte Mundial, en el cual se entregan los principales galardones del deporte que cada año rinden homenaje a los mejores deportistas de todas las disciplinas.

Asimismo, apostamos al deporte argentino y estamos presentes no solamente en el automovilismo, sino, también, en disciplinas como el fútbol, tenis, polo y golf.

#### Programa *DinámicaMente*

En alianza con la Fundación Laureus, desarrollamos este programa educativo de 3 años de duración en la Escuela Primaria N° 106. Esta iniciativa propone acercar metodologías pedagógicas, que permitan mejorar la calidad educativa en la escuela primaria, en edades donde los/as niños/as forman sus valores y desarrollan sus habilidades socioemocionales.

El objetivo es contribuir a la formación de personas comprometidas en el desarrollo de las sociedades donde están insertas, impactando, a su vez, en la comunidad donde viven los estudiantes que concurren a la escuela.

Población alcanzada:

- 395 alumnos.
- 15 maestros de grado.
- 4 profesores de educación física.
- Equipo directivo.

### Escuela de Fútbol Formativas y Educativas de Desarrollo Social Smata - Scholas Occurrentes

Con el objetivo de ayudar al desarrollo integral de niños, niñas y adolescentes, se trata de utilizar al deporte como un medio para relacionarse con los demás y como una alternativa más de utilización adecuada del tiempo de ocio.

Esta iniciativa nació de nuestro voluntariado en conjunto con SMATA, en donde, actualmente, 120 chicos/as de la comunidad de Virrey del Pino aprenden valores humanos a través del fútbol con la metodología de *Scholas Occurrentes*, en nuestro Predio Industrial.



## 5 Culture



## Donaciones y *Sponsors*

5.1 Integridad y *Compliance*

## 5.2 Nuestra Gente

## 5.3 Compromiso Social

La Política de Donaciones y *Sponsors* regula, a nivel global, criterios y estándares de gestión para lograr un proceso transparente y de impacto positivo.

De acuerdo con las necesidades de las distintas comunidades donde operamos, se establece un plan anual de donaciones y *sponsors* que atraviesa un análisis que contempla el presupuesto interno, el perfil, la zona y el eje de trabajo de la organización beneficiaria.

El Directorio local es el órgano que aprueba el plan anual y se implementa a través del área de Responsabilidad Social.

Este proceso sigue estándares de *Compliance* y la normativa legal vigente.

### Donación de Mobiliario

Con motivo de la mudanza de nuestras oficinas administrativas, se ideó un plan de renovación del mobiliario. Además, para mejorar la eficiencia de esta acción, se donaron los muebles en desuso a organizaciones sociales, generando un impacto social y ambiental.

La donación fue asignada a la Fundación Vivienda Digna, Escuela Técnica Fundación Fangio y a la Asociación Joven Levántate.

### Polo Educativo

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

## *Sponsors*

Concebimos al diseño como una forma de expresar conceptos. Por eso, asumimos el compromiso de apoyar diferentes iniciativas vinculadas al arte, la moda, la creatividad y la cultura (local y la Argentino-Alemana), a través de nuestra Política de Donación y *Sponsors*:

- Socio Gran Mecenazgo del Museo Nacional de Bellas Artes.
- Socio institucional de la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes.
- Patrocinador auspiciante del Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires, MALBA.
- *Partner* Fundación arteBA.
- Patrocinador del 14<sup>ta</sup> Edición de Designers, la Semana de la Moda de Buenos Aires.
- Adherimos a la Ley de Mecenazgo.
- Patrocinador del 2<sup>do</sup> ciclo de Mozarteum Argentino.
- Apoyo anual a la Sociedad Alemana de Beneficencia (DWG).
- Cooperación con la Cámara de Industria y Comercio Argentino Alemana (AHK Argentina).
- Apoyo al Hospital Alemán.
- Apoyo con fondos para la gestión administrativa del Hogar de Niños María Luisa.



# Anexos



## A. Contexto del Sector Automotriz Argentino

Según las cifras difundidas por la Asociación de Fábricas de Automotores (ADEFSA)<sup>1</sup>, la situación general de la industria automotriz fue la siguiente:

| <b>Variables de desempeño del sector (En unidades)</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b>    | <b>Variación %<br/>2017-2018</b> |
|--|-------------|----------------|----------------------------------|
| Producción nacional                                    | 473.408     | <b>466.649</b> | -1,4%                            |
| Exportaciones  | 209.587     | <b>269.370</b> | 28,5%                            |
| Ventas a concesionarios                                | 883.802     | <b>681.816</b> | -22,9%                           |
| Patentamientos   | 901.005     | <b>802.992</b> | -10,9%                           |

<sup>1</sup> [www.adeffa.org.ar](http://www.adeffa.org.ar)

## B. Cifras del Desempeño Económico

| <b>Desempeño económico (En unidades)</b>              | <b>2015</b>   | <b>2016</b>   | <b>2017</b>   | <b>2018</b>   |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Unidades producidas - Camiones                        | 1.109         | 1.073         | 1.398         | <b>784</b>    |
| Unidades producidas - Buses                           | 1.419         | 939           | 1.142         | <b>514</b>    |
| Unidades producidas - Vans/Utilitarios                | 14.029        | 16.119        | 15.912        | <b>18.551</b> |
| <b>Total unidades producidas</b>                      | <b>16.557</b> | <b>18.131</b> | <b>18.452</b> | <b>19.849</b> |
| Unidades vendidas - Camiones                          | 4.111         | 3.887         | 5.621         | <b>3.463</b>  |
| Unidades vendidas - Buses                             | 2.310         | 2.288         | 2.503         | <b>1.317</b>  |
| Unidades vendidas - Autos                             | 619           | 2.643         | 3.665         | <b>3.234</b>  |
| Unidades vendidas - Smart                             | 132           | 271           | 245           | <b>208</b>    |
| Unidades vendidas - Vans/Utilitarios - Mercado local  | 6.145         | 4.777         | 5.714         | <b>3.959</b>  |
| Unidades vendidas - Vans/Utilitarios - Exportación    | 7.656         | 10.362        | 9.418         | <b>14.907</b> |
| <b>Total unidades vendidas (En millones de pesos)</b> | <b>20.973</b> | <b>24.228</b> | <b>27.166</b> | <b>27.088</b> |
| Ventas netas  | 10.899        | 16.522        | 22.369        | <b>36.259</b> |
| Exportaciones   | 2.720         | 5.115         | 5.294         | <b>17.069</b> |
| Activos totales                                       | 9.023         | 10.256        | 13.095        | <b>27.894</b> |
| Pasivos totales                                       | 6.285         | 7.866         | 9.992         | <b>22.574</b> |
| Patrimonio neto                                       | 2.738         | 2.390         | 3.102         | <b>5.320</b>  |
| Resultado del ejercicio                               | 231           | -349          | 538           | <b>-985</b>   |
| <b>Total valor económico generado</b>                 | <b>11.353</b> | <b>16.630</b> | <b>22.634</b> | <b>37.426</b> |
| <b>Total valor económico distribuido</b>              | <b>10.608</b> | <b>16.202</b> | <b>22.007</b> | <b>45.168</b> |

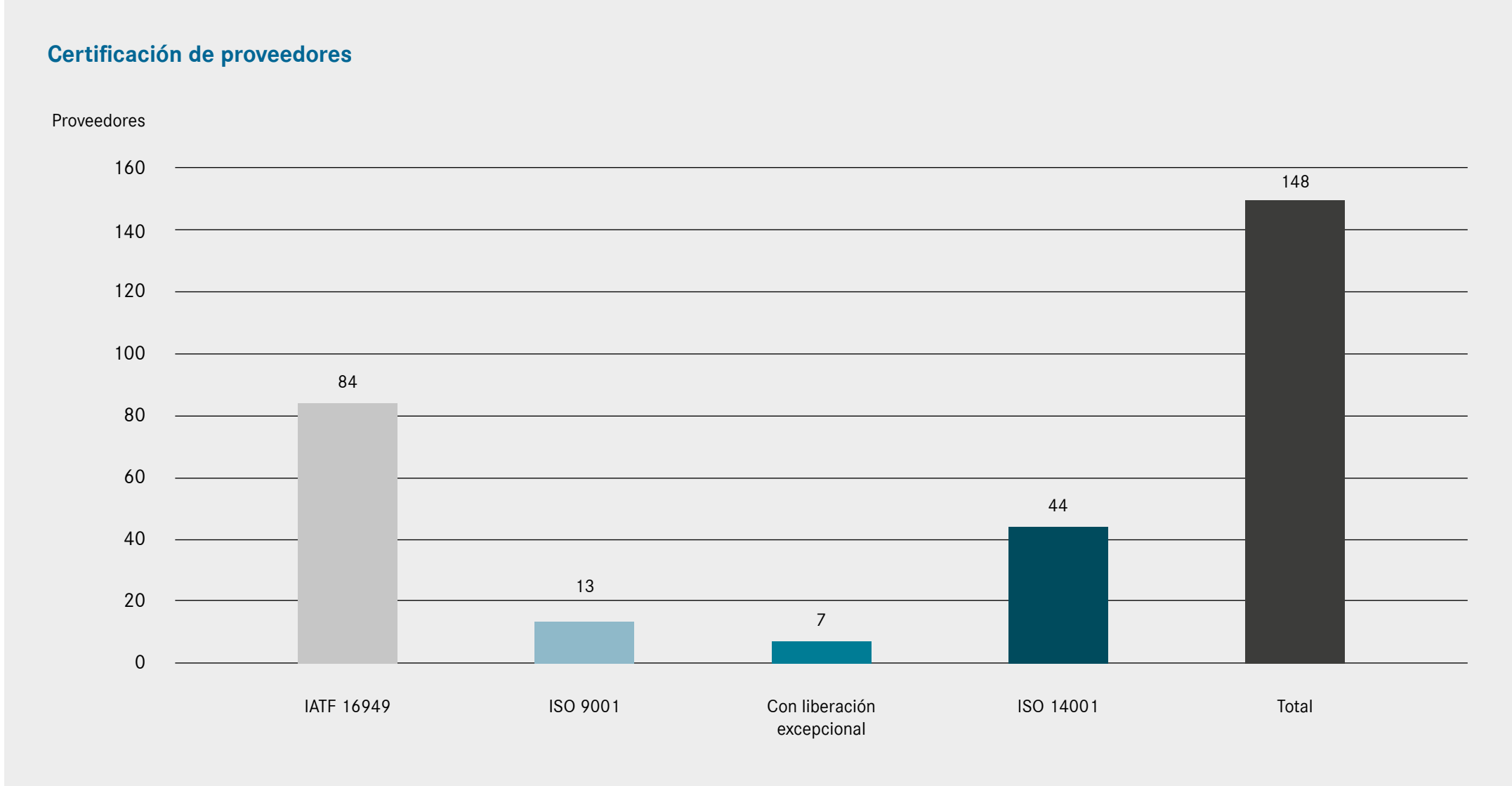


| Valor económico directo generado y distribuido <sup>2</sup> | GDI           | 2015          | 2016          | 2017          | 2018          |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>Valor económico generado (*)</b>                         |               |               |               |               |               |
| Ventas de bienes y servicios                                | Clientes      | 10.899        | 16.522        | 22.369        | <b>36.259</b> |
| Ingresos por inversiones financieras y venta de activos     |               | 454           | 108           | 265           | <b>1.167</b>  |
| <b>Total valor económico generado</b>                       |               | <b>11.353</b> | <b>16.630</b> | <b>22.634</b> | <b>37.426</b> |
| <b>Valor económico distribuido (*)</b>                      |               |               |               |               |               |
| Costos operativos   | Proveedores   | 8.879         | 13.582        | 17.862        | <b>38.713</b> |
| Salarios y beneficios                                       | Colaboradores | 1.191         | 1.801         | 2.228         | <b>3.791</b>  |
| Pagos a proveedores de capital                              | Bancos        | 52            | 98            | 848           | <b>1.568</b>  |
| Pagos al gobierno por tasas e impuestos                     | Gobierno      | 475           | 704           | 1.048         | <b>1.071</b>  |
| Donaciones voluntarias                                      | Comunidad     | 11            | 17            | 21            | <b>25</b>     |
| <b>Total valor económico distribuido</b>                    |               | <b>10.608</b> | <b>16.202</b> | <b>22.007</b> | <b>45.168</b> |
| <b>Valor Económico Retenido</b>                             |               | <b>745</b>    | <b>428</b>    | <b>627</b>    | <b>-7.742</b> |

(\*) La información se presenta en millones de pesos argentinos y surge de los Estados Contables de Mercedes-Benz Argentina S.A. al 31 de diciembre de 2018 y auditados por KPMG. El Directorio de la Sociedad ha hecho uso de la opción establecida en la referida por la Res. JG FACPCE N° 539/18, que permite aplicar el procedimiento de ajuste por inflación de 2018. No se recibieron ayudas económicas por parte de entes del Gobierno.

<sup>2</sup> En este cuadro exponemos las principales magnitudes del desempeño económico según los estándares GRI, con el fin de reflejar el modo en que creamos valor económico para nuestros grupos de interés.

### C. Responsabilidad en la Cadena de Suministro



## D. Principales Inversiones y Gastos Ambientales

| <b>Gastos en mantenimiento ambiental (en pesos)</b>   | <b>2015</b>       | <b>2016</b>       | <b>2017</b>       | <b>2018</b>       |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Gastos de personal, suministros, energía y servicios externos</b>                                    |                   |                   |                   |                   |
| Rubro Agua  | 1.599.078         | 1.696.140         | 2.009.642         | <b>2.806.811</b>  |
| Rubro Aire  | 1.599.078         | 1.696.140         | 2.009.642         | <b>2.806.811</b>  |
| Rubro Residuos  | 1.599.078         | 1.696.140         | 2.009.642         | <b>2.806.811</b>  |
| <b>Tasas y contribuciones pagadas a las autoridades públicas, relacionadas a cuestiones ambientales</b> |                   |                   |                   |                   |
| Rubro Agua  | 138.874           | 126.907           | 101.684           | <b>100.899</b>    |
| Rubro Aire  | 30.874            | 82.500            | 177.547           | <b>253.728</b>    |
| Rubro Residuos  | 83.595            | 58.306            | 189.747           | <b>170.602</b>    |
| Rubro Suelo   | 30.874            | -                 | 23.609            | -                 |
| <b>Otros gastos corrientes no relacionados con instalaciones</b>  |                   |                   |                   |                   |
| Rubro Agua  | 1.466.267         | 1.797.875         | 1.897.773         | <b>3.412.446</b>  |
| Rubro Aire  | 913.950           | 991.692           | 942.139           | <b>1.655.140</b>  |
| Rubro Residuos  | 8.461.327         | 12.615.194        | 14.505.043        | <b>24.486.470</b> |
| Rubro Suelo   | 1.036.042         | 1.353.673         | 1.457.816         | <b>2.884.902</b>  |
| Rubro Conservación de la Naturaleza   | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>Total</b>  | <b>16.959.045</b> | <b>22.114.567</b> | <b>25.324.284</b> | <b>41.384.620</b> |
| <b>Inversión ambiental (en pesos)</b>   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Inversión en equipos para la protección y/o mejora de eficiencia en cada rubro</b>                   |                   |                   |                   |                   |
| Rubro Agua  | 184.543           | 1.608.567         | 2.365.878         | <b>4.440.305</b>  |
| Rubro Aire  | 539.999           | -                 | -                 | <b>22.628.981</b> |
| Rubro Residuos  | -                 | 354.010           | 1.498.493         | -                 |
| Rubro Suelo   | -                 | 962.707           | 4.351.973         | <b>3.236.385</b>  |
| Rubro Protección del Clima  | 555.716           | 1.955.328         | 6.521.785         | <b>9.307.359</b>  |
| <b>Total</b>  | <b>1.280.263</b>  | <b>4.880.612</b>  | <b>14.738.129</b> | <b>39.613.030</b> |

## E. Capacitaciones en Materia Ambiental

| Capacitación y concientización ambiental                                       | Objetivos   | Temáticas desarrolladas  | Tipo de destinatarios y cantidad   |
|--|---|--|--|
| Práctica y entrenamiento contra incendio                                       | Entrenar en prácticas contra incendio, simulando distintos escenarios de emergencia.  | Uso de extintores; abastecimiento y tendido de líneas de 45/63; uso de equipos de respiración autónoma; RCP.   | Miembros de la brigada contra incendio del centro industrial, Casa Central y centro de capacitación de postventa. Participaron 30 personas aproximadamente.                                    |
| Inducción en concientización ambiental   | Introducir a los aspectos e impactos ambientales de los procesos desarrollados en el Centro Industrial, Casa Central y centro de capacitación de postventa. | Principios de la política ambiental; conceptos básicos sobre sistemas de gestión y certificación; gestión de residuos.   | Personal ingresante, tanto empleados como operarios. Participaron 250 personas aproximadamente.  |
| Actividades ambientales - Actualización del Sistema de Gestión Ambiental (SGA) | Actualizar en las incumbencias del SGA, en el marco del inicio de operaciones de cada ciclo ("Arranque Seguro").  | Gestión de residuos; control de las emisiones líquidas y gaseosas; manejo de sustancias químicas; impactos ambientales.  | Personal de la División Buses & Camiones. Participaron 200 personas aproximadamente.   |
| Capacitación a multiplicadores del SGA   | Actualizar sobre las novedades vinculadas al sistema de gestión e hitos importantes.  | Evaluación de cumplimiento legal (agenda); plan de auditorías; resultados y seguimiento de la última auditoría de seguimiento/certificación; repaso del procedimiento sobre hallazgos de auditoría.                            | Personal designado como representante del SGA en sus respectivos sectores. Participaron 25 personas aproximadamente.   |
| Manejo seguro de sustancias peligrosas   | Identificar peligros y riesgos vinculados al manejo de sustancias peligrosas.   | Tipos de peligro y clases de riesgo; identificación de mercancías peligrosas según normas NFPA 704 y SGA; utilización de Guía de Respuesta a Emergencia CIQUIME (planteo de escenario y ejercitación); examen.                 | Personal vinculado a puestos con variables ambientales significativas en el manejo de sustancias peligrosas, tanto de MBA como personal contratista. Participaron 25 personas aproximadamente. |
| Gestión ambiental para empresas contratistas de Mercedes-Benz Argentina        | Introducir a la gestión de residuos y buenas prácticas en el manejo de sustancias químicas.   | Descripción del contexto en el que se encuentra la empresa; gestión de los residuos típicos generados en tareas de contratistas; contraste entre buenas y malas prácticas ambientales; contacto de los referentes del sistema. | Personal de empresas contratistas que desarrollan tareas en planta. Participaron 22 personas aproximadamente.  |

## F. Método de Tratamiento de Residuos<sup>3</sup>

| Método de tratamiento  | Tipo de residuo (t/año)                       | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         |
|--|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Reciclado  | Chatarra metálica                             | 740          | 904          | 922          | 1.655        |
|  | Residuos especiales (combustible alternativo) | 375          | 525          | 474          | 761          |
|  | Papel   | 5            | 5            | -            | -            |
|  | Cartón  | 674          | 1.118        | 733          | 970          |
|  | Madera  | 4.095        | 3.995        | 4.365        | 4.122        |
|  | Plástico de embalaje                          | 108          | 91           | 99           | 116          |
|  | Chatarra plástica                             | 56           | 96           | 114          | 134          |
|  | <b>Total reciclado</b>                        |              | <b>6.053</b> | <b>6.734</b> | <b>6.706</b> |
| Disposición directa  | Residuos especiales                           | 595          | 696          | 691          | 828          |
|  | Residuos comunes                              | 501          | 694          | 627          | 839          |
| Incineración (y luego disposición)                               | Residuos especiales                           | 140          | 113          | 151          | 168          |
| <b>Total de residuos</b>   |   | <b>7.289</b> | <b>8.237</b> | <b>8.175</b> | <b>9.594</b> |
| <b>Porcentaje de residuos reciclados sobre total de residuos</b> |   | <b>83%</b>   | <b>82%</b>   | <b>82%</b>   | <b>81%</b>   |

<sup>3</sup> Tener en cuenta que parte del residuo generado, que se muestra en esta tabla, corresponde a tareas auxiliares que no impactan directamente en la producción. Hubo cambios en el tipo de tratamiento de algunos residuos, que llevó a una mayor proporción de disposición. Se ha realizado limpieza de focos de acumulación en distintas partes de planta, rezagos de la parada de planta, restos provenientes de la mudanza de Casa Central y también la contratación de un compactador para la eliminación de una gran cantidad de residuos metálicos que llevaban almacenados hacía bastante tiempo.



## G. Desayunos de Integridad

| Año  | Temática del entrenamiento                                    | Cantidad de entrenamientos realizados | Total de participantes |
|------|---|---------------------------------------|------------------------|
| 2017 | <i>Due Diligence</i> sobre socios de negocios                 | 1                                     | 1                      |
|      | Inducción nuevos/as colaboradores/as                          | 3                                     | 82                     |
|      | Diálogo de integridad   | 4                                     | 85                     |
|      | Proceso de verificación de integridad del proveedor           | 2                                     | 5                      |
|      | Prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo | 1                                     | 50                     |
|      | Proceso de consultas mandatorio para operaciones riesgosas    | 1                                     | 4                      |
|      | Política sobre lista de sanciones                             | 2                                     | 11                     |
|      | Donaciones y patrocinios                                      | 2                                     | 13                     |
| 2018 | Política sobre lista de sanciones                             | 1                                     | 9                      |
|      | Entrenamiento a socios comerciales                            | 4                                     | 32                     |
|      | Prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo | 1                                     | 50                     |
|      | <i>Due Diligence</i> sobre socios de negocios                 | 2                                     | 3                      |
|      | Diálogo de integridad   | 6                                     | 120                    |
|      | Procedimiento para ventas al gobierno                         | 1                                     | 1                      |
|      | Inducción nuevos/as colaboradores/as                          | 3                                     | 15                     |
|      | Proceso de verificación de integridad del proveedor           | 1                                     | 15                     |

## H. Entrenamientos Realizados por el Equipo de Compliance

| Actividad   | Institución organizadora  | Descripción  |
|---|---|--|
| Desayuno sobre <i>Compliance</i> y Defensa de la Competencia  | La Escuela de Negocios, el Departamento de Posgrado de Derecho de la UCA y el Instituto Argentino de Ejecutivos de Finanzas | Participamos como asistentes de este espacio, en donde se explicó el marco normativo actual en Argentina y el proyecto de Ley presentado en el Congreso, y destacaron la importancia de la implementación en empresas de programas de <i>compliance antitrust</i>  |
| Foro de <i>Compliance</i> :<br>“Diálogo público-privado busca fortalecimiento institucional en la lucha contra la corrupción” y<br>“Más ética + más transparencia = más competitividad” | Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana (AHK)  | Asistimos a las últimas dos ediciones del Foro <i>Compliance</i> , plataforma que reúne a expertos nacionales e internacionales del sector público, privado y la sociedad civil, con el objetivo de mejorar la transparencia e integridad. El foco es la difusión y la promoción de buenas prácticas, marco normativo local, tendencias globales y prevención de la corrupción |
| Seminario “Promoviendo Mejores Prácticas Internacionales para la Lucha contra el Lavado de Dinero”  | Banco Central de la República Argentina (BCRA)  |  |
| <i>Compliance Forum</i> “Fortalecimiento de los Programas de Prevención de Riesgos de Lavado”   | Estudio de Asesoramiento profesional <i>FidesNet</i>  | Participamos de una jornada de diálogo entre el sector público y privado, en el marco del 16° <i>Forum de Compliance</i>   |
| Desayuno sobre la Ley de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas  | KPMG Argentina  | Participamos de este espacio, que nucleó a más de 100 representantes con cargos ejecutivos de empresas de todo el país, para debatir la Ley de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas (Ley 27.401)  |
| Seminario <i>Enforcement and Compliance</i>   | KPMG Argentina y Estudio de Abogados <i>White &amp; Case LLP</i>  | Participamos de esta actividad, en donde se analizaron los principales temas relacionados a la legislación vigente y a la aplicación de la normativa anticorrupción en Argentina y en EE. UU., y su posible impacto en las empresas que operan en América Latina y en la Argentina   |

## I. Participación de *Compliance* en Actividades Externas

| Actividad   | Institución organizadora  | Descripción   |
|---|---|---|
| Grupo de Trabajo de <i>Compliance</i>             | Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana (AHK)                                      | Participamos, mensualmente, de este espacio, que busca responder a demandas y desafíos que se le presentan a las empresas en materia de integridad y transparencia  |
| Postgrado <i>Compliance</i> , Ética y Derecho     | Universidad Católica Argentina (UCA)  | Docencia en las clases del posgrado   |
| Comisión de <i>Compliance</i>                     | Asociación Argentina de Ética y <i>Compliance</i>   | Disertación en diversas conferencias de la temática   |
| Talleres de <i>Compliance</i>                     | Centro de Gobernabilidad y Transparencia del IAE  | Disertación en diversos talleres de la temática   |
| Seminario de <i>Business Compliance Solutions</i> | Consultora BCS  | Disertación en los seminarios brindados por la Consultora BCS (consultora independiente que ofrece servicios de Cumplimiento en Latinoamérica)  |
| Programa de Empresas para Empresas (DEPE)         | Cámara de Industria y Comercio Argentino-alemana (AHK) y el Pacto Global de Naciones Unidas | Somos entrenadores del programa en temas de transparencia y anticorrupción. Para ello, debimos participar primero de una capacitación y apoyar la difusión del conocimiento sobre cómo prevenir la corrupción |
| <i>Global Group Compliance Conference</i>         | Daimler   | Disertación en la Conferencia en Alemania   |
| <i>Regional Compliance Conference</i>             | Daimler   | Disertación en la Conferencia de Daimler para América en Brasil   |

## J. Características de la Dotación

| Empleo femenino<br>por categoría | 2015       |           | 2016       |            | 2017       |            | 2018       |            |
|----------------------------------|------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                                  | Total      | %         | Total      | %          | Total      | %          | Total      | %          |
| Operarias                        | 34         | 1,5%      | 51         | 2%         | 51         | 2%         | 75         | 3%         |
| Centro Industrial                | 70         | 3%        | 76         | 3%         | 86         | 3,5%       | 89         | 3,5%       |
| Casa Central                     | 91         | 4%        | 93         | 4%         | 112        | 4,5%       | 115        | 4,5%       |
| Puestos Gerenciales              | 14         | 0,5%      | 16         | 1%         | 19         | 1%         | 19         | 1%         |
| <b>Total</b>                     | <b>209</b> | <b>9%</b> | <b>236</b> | <b>10%</b> | <b>268</b> | <b>11%</b> | <b>298</b> | <b>12%</b> |

| Empleo<br>por edad | 2015         |             | 2016         |             | 2017         |             | 2018         |             |
|--------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|                    | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %           |
| Menor a 40 años    | 1.521        | 67%         | 1.566        | 66%         | 1.519        | 62%         | 1.548        | 60,5%       |
| Mayor a 40 años    | 756          | 33%         | 798          | 34%         | 939          | 38%         | 1.008        | 39,5%       |
| <b>Total</b>       | <b>2.277</b> | <b>100%</b> | <b>2.364</b> | <b>100%</b> | <b>2.458</b> | <b>100%</b> | <b>2.556</b> | <b>100%</b> |

| Promedio de edad<br>por categoría | 2015      | 2016      | 2017      | 2018      |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                                   | Total     | Total     | Total     | Total     |
| Jornalizados                      | 38        | 38        | 38        | 38        |
| Especialistas                     | 39        | 39        | 31        | 62        |
| Jerárquicos                       | 44        | 45        | 45        | 45        |
| <b>Total</b>                      | <b>37</b> | <b>38</b> | <b>38</b> | <b>38</b> |

| Por tipo de empleo | 2015         |             | 2016         |             | 2017         |             | 2018         |             |
|--------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|                    | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %           |
| Jornalizados       | 1.574        | 69%         | 1.648        | 70%         | 1.691        | 69%         | <b>1.767</b> | <b>69%</b>  |
| Pasantes           | 45           | 2%          | 42           | 2%          | 39           | 1%          | <b>55</b>    | <b>2%</b>   |
| Jerárquicos        | 67           | 3%          | 73           | 3%          | 77           | 3.5%        | <b>77</b>    | <b>3%</b>   |
| Especialistas      | 591          | 26%         | 601          | 25%         | 651          | 26.5%       | <b>657</b>   | <b>26%</b>  |
| <b>Total</b>       | <b>2.277</b> | <b>100%</b> | <b>2.364</b> | <b>100%</b> | <b>2.458</b> | <b>100%</b> | <b>2.556</b> | <b>100%</b> |

| Por tipo de contrato | 2015         |             | 2016         |             | 2017         |             | 2018         |              |
|----------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
|                      | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %            |
| Temporal             | 284          | 12%         | 145          | 6%          | 172          | 5%          | <b>193</b>   | <b>7,5%</b>  |
| Permanente           | 1.993        | 88%         | 2.219        | 94%         | 2.286        | 95%         | <b>2.363</b> | <b>92,5%</b> |
| <b>Total</b>         | <b>2.277</b> | <b>100%</b> | <b>2.364</b> | <b>100%</b> | <b>2.458</b> | <b>100%</b> | <b>2.556</b> | <b>100%</b>  |

| Por ubicación     | 2015         |             | 2016         |             | 2017         |             | 2018         |             |
|-------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|                   | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %           |
| Casa Central      | 273          | 12%         | 264          | 11%         | 307          | 12%         | <b>325</b>   | <b>13%</b>  |
| Centro Industrial | 2.004        | 88%         | 2.100        | 89%         | 2.151        | 88%         | <b>2.231</b> | <b>87%</b>  |
| <b>Total</b>      | <b>2.277</b> | <b>100%</b> | <b>2.364</b> | <b>100%</b> | <b>2.458</b> | <b>100%</b> | <b>2.556</b> | <b>100%</b> |



| Por convenio colectivo | 2015         |             | 2016         |             | 2017         |             | 2018         |             |
|------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|                        | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %           | Total        | %           |
| Fuera de Convenio      | 99           | 4%          | 100          | 4%          | 77           | 4%          | <b>77</b>    | <b>3%</b>   |
| Pasantes               | 45           | 2%          | 42           | 2%          | 39           | 1%          | <b>55</b>    | <b>2%</b>   |
| SMATA                  | 1.586        | 70%         | 1.661        | 70%         | 1.691        | 69%         | <b>1.767</b> | <b>69%</b>  |
| APS                    | 547          | 24%         | 561          | 24%         | 651          | 26%         | <b>657</b>   | <b>26%</b>  |
| <b>Total</b>           | <b>2.277</b> | <b>100%</b> | <b>2.364</b> | <b>100%</b> | <b>2.458</b> | <b>100%</b> | <b>2.556</b> | <b>100%</b> |

## K. Horas de Capacitación por Dotación

| Dotación mensualizada             | 2015   | 2016  | 2017   | 2018          |
|-----------------------------------|--------|-------|--------|---------------|
| Cantidad de horas por empleado/a  | 11     | 15    | 11     | <b>12</b>     |
| Cantidad de horas de capacitación | 6.264  | 9.660 | 7.769  | <b>8.562</b>  |
| <b>Dotación jornalizada</b>       |        |       |        |               |
| Cantidad de horas por empleado/a  | 13     | 5     | 7      | <b>10,1</b>   |
| Cantidad de horas de capacitación | 20.673 | 7.910 | 10.790 | <b>15.545</b> |

## L. Indicadores de Salud y Seguridad en el Trabajo

| Año         | Unidad de negocio | Total de horas laborales | Accidentes en el trabajo |                               |                                       | Días perdidos de trabajo | Frecuencia de accidentes | Tensión de accidentes |
|-------------|-------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|
|             |                   |                          | Total                    | Sin pérdida de días laborales | Con, al menos, un día laboral perdido |                          |                          |                       |
| 2015        | Vans              | 2.388.414                | 174                      | 80                            | 94                                    | 1.265                    | 39,4                     | 530                   |
|             | Buses             | 246.297                  | 31                       | 13                            | 18                                    | 219                      | 73,1                     | 889                   |
| 2016        | Vans              | 2.446.164                | 244                      | 81                            | 163                                   | 2.517                    | 66,6                     | 1.029                 |
|             | Buses             | 263.941                  | 31                       | 13                            | 18                                    | 186                      | 68,2                     | 704                   |
| 2017        | Vans              | 2.606.985                | 200                      | 89                            | 111                                   | 1.310                    | 42,6                     | 502                   |
|             | Buses             | 371.205                  | 7                        | 2                             | 5                                     | 24                       | 13,5                     | 64,7                  |
| <b>2018</b> | <b>Vans</b>       | <b>2.634.932</b>         | <b>314</b>               | <b>165</b>                    | <b>149</b>                            | <b>1.529</b>             | <b>62,6</b>              | <b>580</b>            |
|             | <b>Buses</b>      | <b>305.809</b>           | <b>10</b>                | <b>1</b>                      | <b>9</b>                              | <b>117</b>               | <b>29,4</b>              | <b>382,6</b>          |

No se han registrado accidentes fatales de empleados/as ni contratistas en el período reportado.

### Indicador *Sickness Rate*

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

| <i>Sickness rate</i> | 2015       | 2016       | 2017       | 2018        |
|----------------------|------------|------------|------------|-------------|
| Enfermedad           | 3,8        | 4          | 4,58       | <b>4,49</b> |
| Accidente            | 0,8        | 1,5        | 1,23       | <b>1,13</b> |
| <b>Total</b>         | <b>4,6</b> | <b>5,5</b> | <b>5,8</b> | <b>5,6</b>  |
| Objetivo             | 4,5        | 4,5        | 5,3        | <b>5,4</b>  |

## M. Capacitaciones del *Training Center*

| Capacitaciones dictadas            | Cantidad de cursos | Cantidad de participantes |
|------------------------------------|--------------------|---------------------------|
| Programas de certificación         | 94                 | 880                       |
| Conocimiento de producto           | 19                 | 358                       |
| Entrega profesional de vehículos   | 4                  | 36                        |
| Programas calificados de postventa | 135                | 1.390                     |

## N. Eventos Actros y Aroc

| Tipo de evento               | Cantidad de asistentes |              | Total        |
|------------------------------|------------------------|--------------|--------------|
|                              | Presentación           | Test drive   |              |
| Caravana                     | 2.170                  | 1.054        | 3.224        |
| Presentación en Buenos Aires | 535                    | 504          | 1.039        |
| <b>Total</b>                 | <b>2.705</b>           | <b>1.558</b> | <b>4.263</b> |



# Índice de Contenido GRI





## Índice de Contenido GRI

A continuación, incluimos el índice de contenidos del GRI, donde brindamos la referencia que da respuesta a los estándares, indicando la página correspondiente y, en algunos casos, respondemos sobre el índice mismo.

También, incorporamos una columna en referencia a los principios del Pacto Global de Naciones Unidas (PGNU) y la referencia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de acuerdo con los documentos de vinculación de dichas iniciativas.

| Estándar GRI                                 | Descripción del contenido   | Página / Respuesta         | Principio PGNU | Nº ODS |
|--|---|----------------------------|----------------|--------|
| <b>GRI 101 - FUNDAMENTOS - 2016</b>          |   |                            |                |        |
| <b>GRI 102 - CONTENIDOS GENERALES - 2016</b> |   |                            |                |        |
| <b>1. Perfil de la Organización</b>          |   |                            |                |        |
| 102-1  | Nombre de la organización   | 23                         |                |        |
| 102-2  | Actividades, marcas, productos y servicios                            | 6                          |                |        |
| 102-3  | Ubicación de la sede  | 6                          |                |        |
| 102-4  | Ubicación de las operaciones  | 6                          |                |        |
| 102-5  | Propiedad y forma jurídica  | 23                         |                |        |
| 102-6  | Mercados servidos   | 6, 25                      |                |        |
| 102-7  | Tamaño de la organización   | 25, 92                     |                |        |
| 102-8  | Información sobre empleados y otros trabajadores                      | 71, 101                    | 6              | 8      |
| 102-9  | Cadena de suministro  | 29, 49                     |                |        |
| 102-10                                       | Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro   | 11                         |                |        |
| 102-11                                       | Principio o enfoque de precaución                                     | 11, 13, 56                 |                |        |
| 102-12                                       | Iniciativas externas  | 13, 24                     |                |        |
| 102-13                                       | Afiliación a asociaciones   | 24                         |                |        |
| <b>2. Estrategia</b>                         |   |                            |                |        |
| 102-14                                       | Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones | 2, 3                       |                |        |
| 102-15                                       | Impactos, riesgos y oportunidades principales                         | 11, 20, 29, 31, 46, 56, 65 |                |        |
| <b>3. Ética e Integridad</b>                 |   |                            |                |        |
| 102-16                                       | Valores, principios, estándares y normas de conducta                  | 13, 29, 65                 | 10             | 16     |
| 102-17                                       | Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas                   | 65                         | 10             | 16     |



| Estándar GRI  | Descripción del contenido   | Página / Respuesta   | Principio PGNU | Nº ODS |
|---|---|--|----------------|--------|
| <b>4. Gobernanza</b>                                |   |  |                |        |
| 102-18  | Estructura de gobernanza  | 23, 24   |                |        |
| 102-19  | Delegación de autoridad   | 24   |                |        |
| 102-20  | Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales         | 24   |                |        |
| 102-21  | Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales           | 17, 46, 75   |                | 16     |
| 102-22  | Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités                               | 23, 24   |                | 5,16   |
| 102-23  | Presidente del máximo órgano de gobierno  | 23   |                | 16     |
| 102-25  | Conflictos de intereses   | 65   |                | 16     |
| 102-29  | Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales               | 17, 20   |                | 16     |
| 102-31  | Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales                                | 20, 23   |                |        |
| 102-32  | Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad | 19   |                |        |
| 102-33  | Comunicación de preocupaciones críticas   | 17   |                |        |
| <b>5. Participación de los Grupos de Interés</b>    |   |  |                |        |
| 102-40  | Lista de grupos de interés  | 17   |                |        |
| 102-41  | Acuerdos de negociación colectiva   | 101  | 3              | 8      |
| 102-42  | Identificación y selección de grupos de interés                                       | 17   |                |        |
| 102-43  | Enfoque para la participación de los grupos de interés                                | 17   |                |        |
| 102-44  | Temas y preocupaciones clave mencionados  | 17   |                |        |
| <b>6. Prácticas para la Elaboración de Informes</b> |   |  |                |        |
| 102-45  | Entidades incluidas en los estados financieros consolidados                           | Los estados financieros alcanza a Mercedes-Benz Compañía Financiera Argentina S.A. y Mercedes-Benz Plan de Ahorro, ambas compañías del grupo de Mercedes-Benz Argentina S.A. |                |        |
| 102-46  | Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema                | 20   |                |        |
| 102-47  | Lista de temas materiales   | 13, 20   |                |        |
| 102-48  | Reexpresión de la información   | No existe reexpresión de la información de informes anteriores.  |                |        |
| 102-49  | Cambios en la elaboración de informes   | No existen cambios significativos en los temas materiales y su cobertura.  |                |        |

| Estándar GRI  | Descripción del contenido  | Página / Respuesta  | Principio PGNU | Nº ODS     |
|---|--|---|----------------|------------|
| 102-50  | Periodo objeto del informe   | El reporte comprende el período entre el 1 de enero de 2017 y el 31 de diciembre de 2018, plazos coincidentes con nuestros ejercicios económicos 2017 y 2018.                                     |                |            |
| 102-51  | Fecha del último informe   | El último Reporte de Sustentabilidad emitido fue el correspondiente a 2015-2016.  |                |            |
| 102-52  | Ciclo de elaboración de informes   | Asumimos el compromiso de emitir reportes bienalmente.  |                |            |
| 102-53  | Punto de contacto para preguntas sobre el informe                            | 13  |                |            |
| 102-54  | Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI | 19  |                |            |
| 102-55  | Índice de contenidos GRI   | 107   |                |            |
| 102-56  | Verificación externa   | Este reporte no ha sido sometido a revisión o verificación externa, pero consideraremos para futuras publicaciones. El reporte anterior fue sometido a la opinion de un panel multidisciplinario. |                |            |
| <b>TEMAS MATERIALES - GRI 200 - ESTÁNDARES ECONÓMICOS</b> |  |   |                |            |
| <b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>                                |  |   |                |            |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                |  |   |                |            |
| 103-1   | Explicación del tema material y su cobertura                                 | 13, 20  |                |            |
| 103-2   | El enfoque de gestión y sus componentes                                      | 11, 25, 29  |                |            |
| 103-3   | Evaluación del enfoque de gestión  | 25, 29  |                |            |
| <b>GRI 201 - Desempeño Económico - 2016</b>               |  |   |                |            |
| 201-1   | Valor económico directo generado y distribuido                               | 92  |                | 2, 5, 7, 8 |
| 201-4   | Asistencia financiera recibida del gobierno                                  |   |                |            |

| Estándar GRI  | Descripción del contenido  | Página / Respuesta  | Principio PGNU | Nº ODS         |
|---|--|---|----------------|----------------|
| <b>IMPACTO ECONÓMICOS INDIRECTOS</b>                  |  |   |                |                |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>            |  |   |                |                |
| 103-1   | Explicación del tema material y su cobertura   | 13, 20  |                |                |
| 103-2   | El enfoque de gestión y sus componentes  | 11, 13, 25  |                |                |
| 103-3   | Evaluación del enfoque de gestión  | 25, 29  |                |                |
| <b>GRI 203 - Impacto Económicos Indirectos - 2016</b> |  |   |                |                |
| 203-1   | Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados   | 25, 81, 95  |                | 2, 5, 7, 9, 11 |
| 203-2   | Impactos económicos indirectos significativos  | 25, 81  |                | 1, 2, 3, 8, 10 |
| <b>PRACTICAS DE ADQUISICIÓN</b>                       |  |   |                |                |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>            |  |   |                |                |
| 103-1   | Explicación del tema material y su cobertura   | 13, 20  |                |                |
| 103-2   | El enfoque de gestión y sus componentes  | 11, 13, 29  |                |                |
| 103-3   | Evaluación del enfoque de gestión  | 29, 94  |                |                |
| 204-1   | <b>GRI 204 - Prácticas de Adquisición - 2016</b><br>Explicación del tema material y su cobertura | 29  |                | 12             |
| <b>ANTICORRUPCIÓN</b>                                 |  |   |                |                |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>            |  |   |                |                |
| 103-1   | Explicación del tema material y su cobertura   | 13, 20  |                |                |
| 103-2   | El enfoque de gestión y sus componentes  | 11, 13, 29, 65, 98, 99, 100   |                |                |
| 103-3   | Evaluación del enfoque de gestión  | 65, 98, 99, 100   |                |                |
| <b>GRI 205 - Anticorrupción - 2016</b>                |  |   |                |                |
| 205-1   | Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción                                | 29, 65  |                | 16             |
| 205-2   | Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción                         | 29, 65, 67, 94, 98, 99, 100   |                | 16             |
| 205-3   | Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas  | En el período cubierto por este reporte, no se conocen denuncias o procesos judiciales relacionados con casos de corrupción |                | 16             |

| Estándar GRI   | Descripción del contenido  | Página / Respuesta | Principio PGNU | Nº ODS      |
|--|--|--------------------|----------------|-------------|
| <b>TEMAS MATERIALES - GRI 300 - ESTÁNDARES AMBIENTALES</b> |  |                    |                |             |
| <b>ENERGÍA</b>   |  |                    |                |             |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                 |  |                    |                |             |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura                           | 13, 20             |                |             |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes                                | 11, 13, 29, 31, 34 |                |             |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión                                      | 31, 34             |                |             |
| <b>GRI 302 - Energía - 2016</b>                            |  |                    |                |             |
| 302-1  | Consumo energético dentro de la organización                           | 34                 | 7, 8           | 7, 8,12     |
| 302-3  | Intensidad energética  | 34                 | 8              | 7, 8,12     |
| 302-4  | Reducción del consumo energético                                       | 34                 | 8, 9           | 7, 8,12     |
| 302-5  | Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios   | 52, 56             | 8, 9           | 7, 8,12     |
| <b>AGUA</b>  |  |                    |                |             |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                 |  |                    |                |             |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura                           | 13, 20             |                |             |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes                                | 11, 13, 29, 31, 34 |                |             |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión                                      | 31, 38             |                |             |
| <b>GRI 303 - Agua - 2016</b>                               |  |                    |                |             |
| 303-1  | Extracción de agua por fuente  | 38                 | 7, 8           | 6           |
| 303-2  | Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua | 38                 | 8              | 6           |
| <b>EMISIONES</b>   |  |                    |                |             |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                 |  |                    |                |             |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura                           | 13, 20             |                |             |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes                                | 11, 13, 29, 31, 36 |                | 12,13,14,15 |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión                                      | 31, 36             |                |             |

| Estándar GRI                                   | Descripción del contenido  | Página / Respuesta  | Principio PGNU | N° ODS        |
|--|--|---|----------------|---------------|
| <b>GRI 305 - Emisiones - 2016</b>              |  |   |                |               |
| 305-1  | Emisiones directas de GEI (alcance 1)  | 36  | 7, 8           | 3,12,13,14,15 |
| 305-2  | Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)                                 | 36  | 7, 8           | 3,12,13,14,15 |
| 305-4  | Intensidad de las emisiones de GEI   | 36  | 8              | 13,14,15      |
| 305-5  | Reducción de las emisiones de GEI  | 36  | 8, 9           | 13,14,15      |
| 305-7  | Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire | 36  | 7, 8           | 3,12,13,14,15 |
| <b>EFLUENTES Y RESIDUOS</b>                    |  |   |                |               |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>     |  |   |                |               |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura   | 13, 20  |                |               |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes  | 11, 13, 29, 31, 34, 38, 40  |                |               |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión  | 31, 34, 38, 40, 41, 43  |                |               |
| <b>GRI 306 - Efluentes y Residuos - 2016</b>   |  |   |                |               |
| 306-1  | Vertido de aguas en función de su calidad y destino  | 38  | 8              | 3, 6,12,14    |
| 306-2  | Residuos por tipo y método de eliminación  | 97  | 8              | 3, 6,12       |
| 306-3  | Derrames significativos  | En el período cubierto por este reporte, no hubo derrames significativos.                       | 8              | 3, 6,12,14,15 |
| 306-5  | Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías                            | 38  | 8              | 6,15          |
| <b>CUMPLIMIENTO AMBIENTAL</b>                  |  |   |                |               |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>     |  |   |                |               |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura   | 13, 20  |                |               |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes  | 11, 13, 29, 31, 34  |                |               |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión  | 31  |                |               |
| <b>GRI 307 - Cumplimiento Ambiental - 2016</b> |  |   |                |               |
| 307-1  | Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental                                     | No se registraron multas o sanciones no monetarias por incumplimiento a la normativa ambiental. | 8              | 16            |



| Estándar GRI  | Descripción del contenido  | Página / Respuesta | Principio PGNU | N° ODS |
|---|--|--------------------|----------------|--------|
| <b>EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES</b>                  |  |                    |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                      |  |                    |                |        |
| 103-1   | Explicación del tema material y su cobertura   | 13, 20             |                |        |
| 103-2   | El enfoque de gestión y sus componentes  | 11, 13, 29, 31, 34 |                |        |
| 103-3   | Evaluación del enfoque de gestión  | 29, 94             |                |        |
| <b>GRI 308 - Evaluación Ambiental de los Proveedores - 2016</b> |  |                    |                |        |
| 308-1   | Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales | 29, 94             | 8              |        |
| <b>TEMAS MATERIALES - GRI 400 - ESTÁNDARES SOCIALES</b>         |  |                    |                |        |
| <b>EMPLEO</b>   |  |                    |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                      |  |                    |                |        |
| 103-1   | Explicación del tema material y su cobertura   | 13, 20             |                |        |
| 103-2   | El enfoque de gestión y sus componentes  | 11, 13, 71, 73, 75 |                |        |
| 103-3   | Evaluación del enfoque de gestión  | 73, 75             |                |        |
| <b>GRI 401 - Empleo - 2016</b>                                  |  |                    |                |        |
| 401-1   | Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal  | 71                 | 6              | 5,8    |
| 401-2   | Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales  | 73                 |                | 8      |
| <b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>                          |  |                    |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                      |  |                    |                |        |
| 103-1   | Explicación del tema material y su cobertura   | 13, 20             |                |        |
| 103-2   | El enfoque de gestión y sus componentes  | 11, 13, 78         |                |        |
| 103-3   | Evaluación del enfoque de gestión  | 78                 |                |        |

| Estándar GRI   | Descripción del contenido   | Página / Respuesta          | Principio PGNU | Nº ODS  |
|--|---|-----------------------------|----------------|---------|
| <b>GRI 403 - Salud y Seguridad en el Trabajo - 2016</b>        |   |                             |                |         |
| 403-1  | Representación de los trabajadores en comités formales trabajador, empresa de salud y seguridad   | 24, 78                      |                | 8       |
| 403-2  | Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional | 104                         |                | 3, 8    |
| 403-3  | Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad  | 78                          |                | 3, 8    |
| 403-4  | Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos   | 78                          |                | 8       |
| <b>FORMACIÓN Y ENSEÑANZA</b>                                   |   |                             |                |         |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                     |   |                             |                |         |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20                      |                |         |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 75, 81              |                |         |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión   | 75, 81                      |                |         |
| <b>GRI 404 - Formación y Enseñanza - 2016</b>                  |   |                             |                |         |
| 404-1  | Media de horas de formación al año por empleado   | 103                         | 6              | 4, 5, 8 |
| 404-2  | Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición  | 33, 67, 75, 96, 98, 99, 100 |                | 8       |
| 404-3  | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional  | 75                          | 6              | 5, 8    |
| <b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>                  |   |                             |                |         |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                     |   |                             |                |         |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20                      |                |         |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 71                  |                |         |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión   | 71                          |                |         |
| <b>GRI 405 - Diversidad e Igualdad de Oportunidades - 2016</b> |   |                             |                |         |
| 405-1  | Diversidad en órganos de gobierno y empleados   | 71, 101                     | 6              | 5, 8    |

| Estándar GRI   | Descripción del contenido   | Página / Respuesta  | Principio PGNU | Nº ODS |
|--|---|---|----------------|--------|
| <b>NO DISCRIMINACIÓN</b>   |   |   |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                             |   |   |                |        |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20  |                |        |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 65, 71  |                |        |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión   | 65, 71  |                |        |
| <b>GRI 406 - No Discriminación - 2016</b>                              |   |   |                |        |
| 406-1  | Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas  | En el período cubierto por este reporte, no se conocen denuncias o procesos judiciales relacionados con casos de discriminación por raza, color, sexo, religión, etc. | 6              | 5, 8   |
| <b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA</b>                  |   |   |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                             |   |   |                |        |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20  |                |        |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 29, 65, 78  |                |        |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión   | 29, 65, 78  |                |        |
| <b>GRI 407 - Libertad de Asociación y Negociación Colectiva - 2016</b> |   |   |                |        |
| 407-1  | Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo | 29, 94  | 3              | 8      |
| <b>TRABAJO INFANTIL</b>  |   |   |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                             |   |   |                |        |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20  |                |        |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 29, 65, 81  |                |        |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión   | 29, 65, 81  |                |        |
| <b>GRI 408 - Trabajo Infantil - 2016</b>                               |   |   |                |        |
| 408-1  | Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil                                   | 29, 94  | 5              | 8      |

| Estándar GRI   | Descripción del contenido   | Página / Respuesta | Principio PGNU | N° ODS |
|--|---|--------------------|----------------|--------|
| <b>TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO</b>                         |   |                    |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                   |   |                    |                |        |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20             |                |        |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 29, 65     |                |        |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión   | 29, 65             |                |        |
| <b>GRI 409 - Trabajo Forzoso u Obligatorio - 2016</b>        |   |                    |                |        |
| 409-1  | Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio            | 29, 94             | 4              | 8      |
| <b>COMUNIDADES LOCALES</b>                                   |   |                    |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                   |   |                    |                |        |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20             |                |        |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 81         |                |        |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión   | 81                 |                |        |
| <b>GRI 413 - Comunidades Locales - 2016</b>                  |   |                    |                |        |
| 413-1  | Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | 81                 | 1              |        |
| 413-2  | Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales     | 81                 | 1              | 1, 2   |
| <b>EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES</b>                  |   |                    |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                   |   |                    |                |        |
| 103-1  | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20             |                |        |
| 103-2  | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 29, 65     |                |        |
| 103-3  | Evaluación del enfoque de gestión   | 29, 65             |                |        |
| <b>GRI 414 - Evaluación Social de los Proveedores - 2016</b> |   |                    |                |        |
| 414-1  | Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales            | 29                 | 2              | 5, 16  |

| Estándar GRI  | Descripción del contenido   | Página / Respuesta   | Principio PGNU | N° ODS |
|---|---|--|----------------|--------|
| <b>SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES</b>                  |   |  |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                |   |  |                |        |
| 103-1   | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20   |                |        |
| 103-2   | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 56, 81   |                |        |
| 103-3   | Evaluación del enfoque de gestión   | 56, 81   |                |        |
| <b>GRI 416 - Salud y Seguridad de los Clientes - 2016</b> |   |  |                |        |
| 416-1   | Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios                       | 56, 62, 84   |                |        |
| 416-2   | Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios | No registramos incidentes derivados del incumplimiento de los códigos voluntarios relativos a los impactos en la salud y seguridad de productos y servicios. |                | 16     |
| <b>CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO</b>                        |   |  |                |        |
| <b>GRI 103 - Enfoque de Gestión - 2016</b>                |   |  |                |        |
| 103-1   | Explicación del tema material y su cobertura  | 13, 20   |                |        |
| 103-2   | El enfoque de gestión y sus componentes   | 11, 13, 65, 98, 99, 100  |                |        |
| 103-3   | Evaluación del enfoque de gestión   | 65, 98, 99, 100  |                |        |
| <b>GRI 419 - Cumplimiento Socioeconómico - 2016</b>       |   |  |                |        |
| 419-1   | Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico  | No registramos incidentes derivados del incumplimiento de la normativa social o económica.   |                | 16     |



Agradecemos la colaboración de todo el grupo operativo que participó activamente en la elaboración de este Informe.

Esta publicación fue elaborada por la Gerencia de Relaciones Institucionales.

**Equipo de coordinación y contenidos:**

- Verónica Niemann
- Josefina Furlong
- Leslie Lawler

Área de Asuntos Públicos, Comunicación y Responsabilidad Social Empresaria

**Asesor externo:**

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

**Diseño gráfico:**

Webpublication LatAm  
[www.webpublication.com.ar](http://www.webpublication.com.ar)

