REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

RENAULT ARGENTINA 2011-2012

MOVILIDAD SOSTENIBLE ACCESIBLE PARA TODOS

DRIVE THE CHANGE

RENAULT

ÍNDICE

05

CARTA DEL PRESIDENTE

06

NUESTRA ORGANIZACIÓN
Un grupo, tres marcas
Movilidad sostenible
Renault Argentina
Parámetros del reporte

22

GOBIERNO CORPORATIVO
Y GRUPOS DE INTERÉS
Gobierno
Grupos de interés
y temas relevantes

28

DESEMPEÑO ECONÓMICO
Gestión Económica
Nuestros Proveedores

34

DESEMPEÑO AMBIENTAL
Gestión ambiental

44

DESEMPEÑO SOCIAL
Prácticas laborales
Derechos humanos
Sociedad
Responsabilidad sobre productos y servicios

66

TABLA INDICADORES DEL GRI
Formulario de opinión

CARTA DEL PRESIDENTE

GRI 1.1-1.2

Hoy ponemos a disposición de nuestros grupos de interés, el segundo Reporte de Sustentabilidad de Renault Argentina, un documento a través del cual buscamos comunicar el desempeño de nuestra organización en el ámbito económico, social y ambiental.

A nivel mundial, Renault ha definido como eje estratégico la "Movilidad Sostenible para todos". Así, en cada país donde se inserta, la contribución con el desarrollo sostenible es parte del modelo de negocios de la marca.

En nuestro segundo reporte buscamos profundizar la información sobre nuestras políticas de sustentabilidad especialmente relacionadas con nuestros colaboradores, proveedores, clientes, con la comunidad y con el cuidado y respeto por el medio ambiente.

Para Renault Argentina 2011 y 2012 fueron años muy intensos en los que se anunció y desarrolló una inversión de 400 millones de pesos que se destinaron al desarrollo del Clio Mío y a la renovación y modernización de herramentales en nuestra fábrica Santa Isabel.

Junto con el crecimiento de la industria automotriz argentina, Renault viene aumentado su volumen de fabricación y ventas, tanto en el mercado local como en el de exportación. Pero este crecimiento no implica descuidar la puesta en práctica de las políticas de responsabilidad social empresaria que se iniciaron hace ya varios años. Por el contrario, en este reporte podrán observar cómo la compañía establece objetivos de sustentabilidad cada vez más exigentes en todos los campos de desarrollo.

Los invito a recorrer cada una de las secciones de este reporte y, tanto a nivel personal, como corporativo, esperamos que nos hagan llegar sus opiniones y comentarios. En Renault creemos que es justamente el diálogo e intercambio con todas las partes lo que nos permite mejorar y optimizar nuestro desempeño en materia de sustentabilidad.

THIERRY KOSKAS
Presidente y Director General
de Renault Argentina

NUESTRA ORGANIZACIÓN

UN GRUPO, TRES MARCAS

MOVILIDAD SOSTENIBLE

RENAULT ARGENTINA

PARÁMETROS DEL REPORTE

UN GRUPO, TRES MARCAS

GRI 2.3, 2.5

El Grupo Renault, diseña, desarrolla y fabrica automóviles bajo tres marcas de comercialización masiva; Renault, Dacia y Renault Samsung Motors.

RENAULT

Es la marca automotriz líder en Francia. Sus productos son ingeniosos, atractivos, accesibles y cada vez menos contaminantes. Con la firma de marca “Drive the change”, se expresa la ambición de hacer que la movilidad sostenible se encuentre al alcance de todos.

DACIA

Se encuentra extendida por Europa, principalmente en el Mediterráneo. La marca Dacia construye vehículos simples, modernos y robustos que se caracterizan por la excelente relación precio-producto.

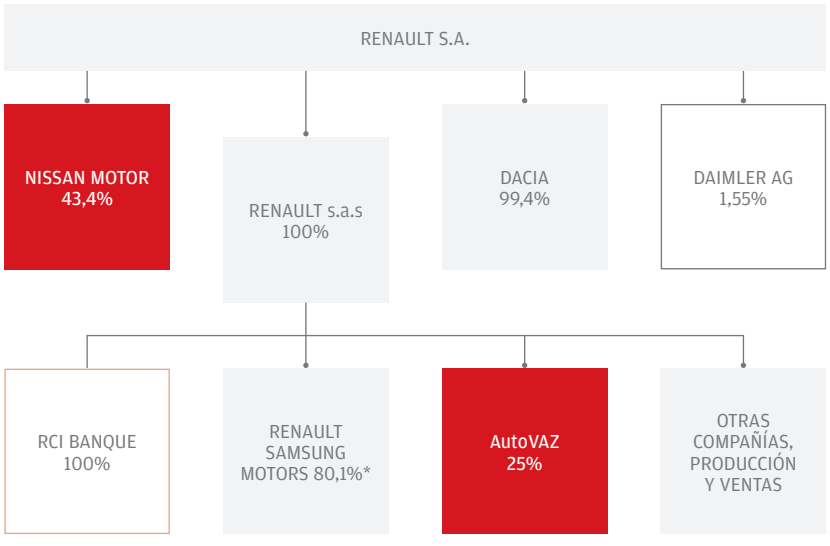
RSM (RENAULT SAMSUNG MOTORS)

Se diferencia por sus vehículos modernos y eficientes que se comercializan principalmente en el mercado coreano.

El Grupo Renault se encuentra presente en 118 países, con 127.086 colaboradores en todo el mundo. En el año 2012 vendió 2.550.286 vehículos bajo sus tres marcas.

En 1999 se conformó la Alianza Renault-Nissan, basada en dos compañías autónomas con su propia cultura e identidad de marca, que comparten una estrategia de crecimiento beneficiosa. Responde a un modelo de negocios único que reúne a dos firmas globales unidas por tenencia accionaria cruzada que se administra por un Consejo con miembros de ambas compañías.

100% de las Plantas industriales del Grupo Renault en el mundo están certificadas bajo la norma ISO 14001



Automóviles
Compañías Asociadas
* Compañía adquirida indirectamente por Renault s.a.s

RENAULT GROUP	2011	2012
Ventas (*)	42.628	41.270
Ingresos netos - por acción	2.139	1.735
Colaboradores	128.322	127.086
Vehículos vendidos (**)	2.722.883	2.550.286

(*) Millones de €

(**) Grupo Renault

ATLAS RENAULT

P **Plantas de socios de Renault**
En Irán, Irán Khodro y SAIPA
En India, Mahindra & Mahindra
En Reino Unido, General Motors
En Malasia, TCEC
En Rusia, AvtoVAZ

Plantas del Grupo Renault
(Renault, Dacia
y Renault Samsung Motors)

Plantas Nissan

Montaje de carrocerías

Motores / Cajas de cambio

(1) Incluye México

(2) Incluye la usina VU conjunta con Nissan

(3) Incluye Rusia y Turquía

(4) Incluye Avtoframos y AvtoVAZ

(5) Nissan y Dongfeng Motor establecieron una *joint venture* para producir y vender una gama de vehículos

MOVILIDAD SOSTENIBLE

GRI 1.2

"...El año 2012 estuvo macado por la formalización de la « Visión » de Renault en materia de responsabilidad social (RSE). Este texto que reafirma la elección de los cuatro ejes prioritarios (movilidad sostenible, seguridad vial, educación y diversidad), es fruto de una reflexión sobre qué tienen el derecho de esperar las sociedades donde la marca está presente, de un fabricante de automóviles que se "dice" responsable. Define también nuestro campo de responsabilidad en el marco de la norma internacional ISO 26.000

En un contexto donde las iniciativas se multiplican para enmarcar y valorizar las acciones de RSE de las empresas, Renault ha adoptado en 2012 una acción de transparencia exigente con la evaluación del nivel de integración en materia de RSE por un organismo independiente (AFNOR), la verificación de sus resultados extra-financieros (Ernst & Young y Deloitte), y la elaboración de un reporte de RSE del grupo.

En materia de compromiso social y de implicación respecto de las comunidades locales, las 350 acciones realizadas en 2012 en 32 países en los que el grupo está implantado, me gustaría expresar que todas ellas son posibles merced al dinamismo, la determinación y la capacidad de los actores locales, para trabajar en las relaciones de calidad con el mundo académico, los medios asociativos y la sociedad civil. Desde aquí, deseo agradecerles..."

CLAIRE MARTIN,
Directora de RSE del grupo Renault

LOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS RENAULT

LA GAMA ZE – CERO EMISIÓN

La Alianza Renault-Nissan está entre los primeros constructores de automóviles que se comprometen a obtener resultados significativos en términos de reducción de dióxido de carbono. La alianza Renault-Nissan, apunta a liderar el mercado mundial de vehículos eléctricos (VE).

El Vehículo Eléctrico es una verdadera ruptura tecnológica que permitirá reducir significativamente las emisiones de CO2.

Renault invirtió € 4.000 millones de inversión y asignó a más de 2.000 personas en todo el mundo para el proyecto de desarrollo de los VE.

Las previsiones de Renault indican que en el 2020, el 10% del mercado mundial será de vehículos eléctricos

¿CÓMO FUNCIONA EL VEHÍCULO ELÉCTRICO?

- Son automóviles que se alimentan con energía eléctrica en lugar de combustibles fósiles.
- Se conducen igual que los tradicionales y ofrecen idéntico confort y prestaciones.
- Utilizan una batería de ion litio ligera y compacta, con una capacidad de 24 Kw/h. Soporta recargas y no tiene "efecto memoria".
- Un cargador adapta la corriente entrante a las necesidades de la batería.
- El motor transforma la energía eléctrica en cinética.
- Posee un sistema de frenado que convierte la energía cinética en eléctrica, que realimenta la batería.

MODOS DE RECARGA:

- Estándar (6 a 8 horas): con cualquier enchufe doméstico.
- Rápida (20 a 30 minutos): mediante un enchufe de alta potencia.
- Quickdrop: recambio de batería en estaciones especiales en sólo 3 minutos.

TWIZY Z.E.

KANGOO EXPRESS Z.E.

ZOÉ Z.E.

FLUENCE Z.E.

LA GAMA ELÉCTRICA: RENAULT ZE

TWIZY Z.E.
- Un biplaza urbano, económico y fácil de conducir.
- Autonomía: 100 km
- Velocidad máxima: 75 km/h
- Potencia máxima: 15 Kw (20 cv)

KANGOO EXPRESS Z.E.
- Un utilitario liviano dirigido a los profesionales.
- Autonomía: 160 km
- Velocidad máxima: 130 km/h
- Potencia máxima: 70 Kw (95 cv)

ZOÉ Z.E.
- Una berlina compacta, polivalente y confortable.
- Autonomía: 160 km
- Velocidad máxima: 140 km/h
- Potencia máxima: 54 Kw (73 cv)

FLUENCE Z.E.
- Una berlina familiar y versátil.
- Autonomía: 135 km
- Velocidad máxima: 135 km/h
- Potencia máxima: 70 Kw (95 cv)

RENAULT ARGENTINA

En Renault Argentina somos conscientes de la rápida y constante evolución del mundo en el que vivimos. Permanentemente debemos afrontar nuevos retos y desafíos, no solo en el ámbito económico, sino también en lo social y ambiental.
En este sentido, uno de nuestros principales objetivos es asegurar nuestro compromiso con la movilidad sostenible y convertir a nuestra organización en uno de los actores principales e innovadores del progreso social, contribuyendo de esa manera a nuestro propio desarrollo.
Tenemos la fuerte convicción de que ya no corresponde que el mundo se adapte al automóvil, sino que es necesario que el automóvil se adapte a nosotros, a las personas, a nuestro planeta.

Renault, empresa innovadora y cercana a la gente, haciendo la movilidad sostenible accesible para todos.

LA ORGANIZACIÓN

GRI 2.1, 2.4, 2.8

Renault Argentina S.A. es una empresa que tiene como principal actividad la fabricación y comercialización de vehículos, que se complementan con actividades y servicios que buscan satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.
Nuestras oficinas centrales se encuentran ubicadas en el barrio de Palermo, en la calle Fray Justo Santa María de Oro 1744, Capital Federal, y nuestra fábrica Santa Isabel, a 10 kilómetros de la capital de la provincia de Córdoba, en el barrio del mismo nombre.

	2012	2011
Ventas netas (*)	12.917,9	12.169,1
Colaboradores	3.656	3.997
Unidades producidas	109.669	110.039
Activo total (*)	4.986,5	3.983,9
Pasivo total (*)	3.484,7	2.607,2
Patrimonio Neto (*)	1.496,7	1.367,3

(*) Estados Contables Consolidados de Renault Argentina S.A. al 31 de diciembre de 2012 comparativo con el ejercicio anterior, en millones de pesos argentinos

FÁBRICA SANTA ISABEL

Nuestra fábrica cuenta con una superficie de 197,3 hectáreas, dentro de las cuales la edificación alcanza, aproximadamente, 400.000 metros cuadrados.
Si querés conocer más acerca de nuestra Planta, AQUI
Desde 1956 a la fecha se produjeron en la Fábrica Santa Isabel 2.759.224 vehículos, tanto para el mercado local como para el mercado de exportación, alcanzando en 2012 la fabricación de 109.669 vehículos. En la actualidad se fabrican 4 modelos: Clio, Symbol, Kangoo y Fluence.

1956

JEEP
Corto y largo, tracción simple y doble

1957

ESTANCIERA
Rural y furgón, tracción simple y doble

1958

KAISER CARABELA

1959

BAQUEANO
Tracción simple y doble

1960

DAUPHINE GORDINI

BERGANTIN

1962

RAMBLER
Sedán y rural

1963

RENAULT 4
4 puertas y furgoneta

GLADIATOR

1966

TORINO
4 puertas y coupé

1969

RENAULT 6

1970

RENAULT 12
Sedán y break

1980

RENAULT 18
Sedán, break y 4x4

1982

FUEGO

1984

RENAULT 11

1985

TRAFIC

Furgón y rodeo

1987

RENAULT 9

1989

RENAULT 21

4 puertas
y Nevada

1993

RENAULT 19

Bicuerpo
y tricuerpo

1996

CLIO

Bicuerpo
y tricuerpo

1998

KANGOO

Pasajero
y furgón

1999

MÉGANE

Bicuerpo
y tricuerpo

2008

SYMBOL

2010

FLUENCE

2012

CLÍO MIO

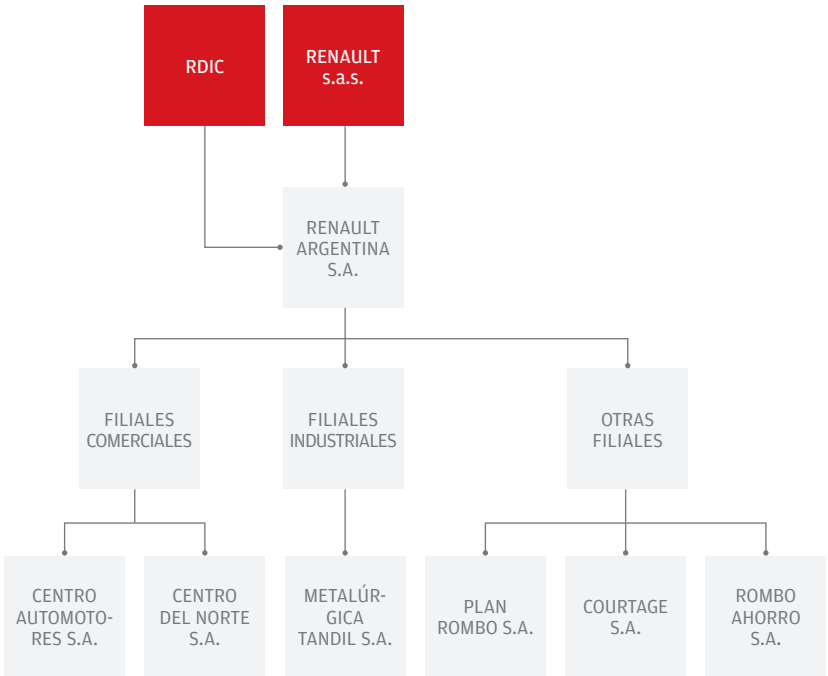
PLANTA DE FUNDICIÓN DE ALUMINIO

En el año 1964 comienza a funcionar la planta de fundición de aluminio en la ciudad de Córdoba y desde el año 1992 se incorpora al Grupo Renault Argentina. Cuenta con una capacidad anual de 6200 Tn, emplea a 132 personas, exportando al sector automotriz de Brasil y Chile. Cuenta con Certificación en la Norma ISO 14000, llevando a cabo una fuerte política en temas de Medio Ambiente proveniente principalmente de la Política Ambiental del Grupo Renault.
Actualmente, de la totalidad de la producción, el 80% se envía a Cormecánica (Chile) y el 20% restante a la fábrica de motores en Curitiba, Brasil, siendo ambos sitios pertenecientes al Grupo Renault.
Durante el año 2012 se concretó un proyecto que permite trabajar con la totalidad de la capacidad instalada y así aumentar el volumen de exportación a Chile y Brasil. Con una inversión de 50 millones de pesos (7,5 millones de euros aproximadamente), se incorporaron dos máquinas para la producción de piezas en inyección de aluminio. De esta manera la producción crecerá de 4.113 toneladas de aluminio en 2012 a más de 6.000 en 2014.

EL GRUPO RENAULT ARGENTINA

GRI 2.3, 2.6, 2.10

Los accionistas de Renault Argentina S.A. son Renault sas con el 96,33% y Renault Développement Industriel et Commercial (RDIC) con el 3,67% del capital social.
A su vez, Renault Argentina S.A. tiene participación accionaria en un grupo de sociedades, principalmente identificadas como filiales comerciales (concesionarios propios), filiales industriales y otras filiales.



FILIALES COMERCIALES

Nuestras filiales comerciales son concesionarios oficiales de Renault Argentina. La trayectoria de estos concesionarios comienza en el año 1970 con Centro Automotores S.A.[1], con una red de sucursales en Capital Federal, Gran Buenos Aires, mientras que Centro del Norte S.A. es un concesionario oficial de Renault ubicado en la provincia de Salta.

FILIALES INDUSTRIALES

Metalúrgica Tandil S.A ., es nuestra planta de fundición que desde el año 1948, desarrolla y produce, componentes en hierro, aluminio y aleaciones especiales para diferentes mercados. La planta se encuentra situada en la ciudad de Tandil, certificada en la Norma ISO 14001.

OTRAS FILIALES

Dentro del grupo denominado filiales de servicios, se encuentran Plan Rombo S.A. de Ahorro para Fines Determinados,[3] que se dedica, desde el año 1969, a la promoción y administración de planes de ahorro y tiene por objeto la adquisición y adjudicación de automotores 0 km, y Courtage SA.[4], que desde el año 1982, opera en el mercado argentino en el asesoramiento y producción de seguros patrimoniales y de personas.

TAMBIÉN FORMAN PARTE DEL GRUPO RENAULT ARGENTINA

FUNDACIÓN RENAULT ARGENTINA

Nace el 11 de abril de 1960, como Fundación Kaiser de la Argentina y más tarde, junto con el desarrollo de la compañía, toma el nombre de Fundación Renault. Los campos de acción de nuestra Fundación se centran en Educación, Salud, Medio Ambiente y Seguridad Vial.
Toda la información de los programas de la Fundación Renault[5] se encuentra en el capítulo de Sociedad.

RENAULT CREDIT INTERNACIONAL BANQUE

Instalada en 2000, la filial local de RCI, cumple las mismas funciones que la firma desarrolla a nivel global. Se ocupa de fomentar la comercialización de vehículos Renault, para lo cual desarrolla diferentes productos financieros tanto para los concesionarios como para los clientes finales, además de productos hechos a medida para acompañar promociones o eventos especiales.

La trayectoria de los concesionarios oficiales de Renault Argentina comienza en el año 1970 con Centro Automotores S.A.

[1] www.centroautomotores.com.ar
[2] www.metalurgicatandil.com
[3] www.renault.com.ar/planrombo
[4] www.courtage.com.ar
[5] www.fundacionrenault.org.ar

PRODUCTOS Y SERVICIOS

MODELOS COMERCIALIZADOS

GRI 2.2, 2.7

CLIO MÍO

SANDERO

SANDERO STEPWAY

SANDERO GTLINE

LOGAN

SYMBOL

KANGOO

FLUENCE

MÉGANE III

DUSTER

KOLEOS

LATITUDE

FLUENCE GT

MÉGANE III RS

KANGOO EXPRESS

MASTER CHASIS

MASTER FURGÓN

MASTER MINIBUS

MERCADO DE EXPORTACIÓN

En el año 2012 aproximadamente el 57 % de nuestra producción de vehículos se destinó al mercado interno. El 43% restante se destinó al mercado de exportación, donde la participación de Brasil es de un 90%, seguido por Uruguay con el 2,6%, Colombia con el 2,2%, entre otros destinos de la región, Paraguay, Venezuela, Chile y México.

SERVICIOS

La fabricación y comercialización de nuestros vehículos se complementa con una serie de servicios destinados a satisfacer plenamente la demanda de nuestros clientes.

El 43% de la producción se destinó al mercado de exportación, donde la participación de Brasil es de un 90%.

RENAULT EMPRESAS

Renault Empresas

RENAULT MINUTO

Renault Minuto

RENAULT Crédit

RCI

RENAULT ASSISTANCE

Renault Assistance

RENAULT PRO+

Renault Pro+

NUESTRA RED DE CONCESIONARIOS

Nuestra red comercial se distribuye a los largo de todo el país y cuenta con 303 puntos de venta distribuidos en:

- 4 Concesionarios Propios - denominados Filiales Comerciales.
- 40 Concesionarios Privados.
- 108 puntos de venta y servicios.
- 58 Renault Minutos.
- Red secundaria de 93 puntos de venta y servicios.

PREMIOS Y DISTINCIONES

GRI 2.10

SEGURIDAD

Por segundo año consecutivo, Latitude fue reconocido como el auto más seguro de su segmento por el Centro de Experimentación y Seguridad Vial (Cesvi) de Argentina. Su “destacado equipamiento de seguridad activa y pasiva” y su “relación precio-seguridad” lo ubicaron en lo más alto de los premios Crash Test, que desde hace cinco años reconocen a los vehículos más seguros del mercado.

EMPRENDEDOR SOLIDARIO

El programa “La calle y yo” que se desarrolla en conjunto con la Fundación Renault Argentina recibió la distinción al “Emprendedor Solidario” que entrega el Foro Ecuménico Social a empresas, instituciones y ONGs que hayan realizado emprendimientos solidarios. Este premio reconoce a las organizaciones que desarrollan acciones para el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad y estimulan el espíritu solidario.

SEGURIDAD VIAL

El programa “La calle y yo” que también se desarrolla junto con la Fundación Renault Argentina recibió el premio “Luchemos por la Vida” que reconoce a quienes desde diferentes ámbitos contribuyen de manera destacada a salvar vidas a través de la concientización sobre seguridad vial.

RED DE CONCESIONARIOS

PARÁMETROS DEL REPORTE

PERFIL ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE

GRI 2.9, 3.1 - 3.4, 3.6 - 3.13

Continuando con el compromiso asumido en al año 2010, nuestro segundo Reporte de Sustentabilidad ha sido elaborado bajo los lineamientos que ofrece el Global Reporting Initiative – GRI – en su versión G3.1, alcanzando un nivel de aplicación "B". La decisión de continuar adoptando los lineamientos del GRI se basa en que la referida norma pone a disposición de las organizaciones una guía de cómo dar a conocer su desempeño en el ámbito económico, social y ambiental. El GRI es una de las iniciativas más difundidas, tanto en Argentina como a nivel regional e internacional, que permite la medición y comparación del desempeño de una organización, independientemente de su tamaño, actividad o ubicación.

Por otro lado garantiza la calidad, el rigor y la presentación de nuestro desempeño, alineados a la estrategia de nuestra casa matriz.

El presente Reporte de Sustentabilidad comprende el período entre el 1º de enero de 2011 y el 31 de diciembre de 2012, siendo el Reporte de Sustentabilidad 2009-2010 el último emitido. De esta forma damos continuidad a nuestro compromiso bienal de comunicación de nuestro desempeño.

La información contenida en el presente incluye los datos de Renault Argentina S.A. No obstante ello, y producto que pretendemos comenzar a extender, de manera gradual, el proceso de reporte a todas nuestras operaciones y Filiales del Grupo Renault Argentina, en algunos casos, se producen cambios en relación con el primer Reporte de Sustentabilidad respecto del alcance, la cobertura y los métodos de valoración aplicados en el mismo. Estos cambios se producen básicamente en la presentación de los indicadores económicos, los indicadores de prácticas laborales, entre otros, los cuales responden a información consolidada del Grupo Renault Argentina. En aquellos casos donde se incluyen cifras de las empresas del grupo (Filiales) o datos parciales, son específicamente indicados. Otros aspectos que hace a la cobertura del reporte, es que no se desarrollan negocios de manera conjunta en Argentina con otras organizaciones.

En línea con la identificación de nuestros principales grupos de interés y nuestro compromiso con la sustentabilidad, este reporte ha sido elaborado en formato digital, el cual se complementa con una presentación audiovisual como introducción al mismo, una versión impresa resumida en papel FSC.

Para acceder a la versión digital del Reporte de Sustentabilidad de Renault Argentina 2011-2012, ingresa a:
http://www.renault.com.ar/conozca/ReportedeSustentabilidad

Para comentarios, sugerencias o consultas relativas al reporte o su contenido, nuestro punto de contacto es comunicacion-rse.argentina@renault.com

Considerando el proceso interno de elaboración del Reporte y la etapa en que nos encontramos en la comunicación de nuestro desempeño económico, social y ambiental, estamos evaluando la recomendación que realiza el GRI, en la "Guía de Elaboración de Memorias de Sustentabilidad", de someter los sucesivos reportes al proceso de verificación externa.

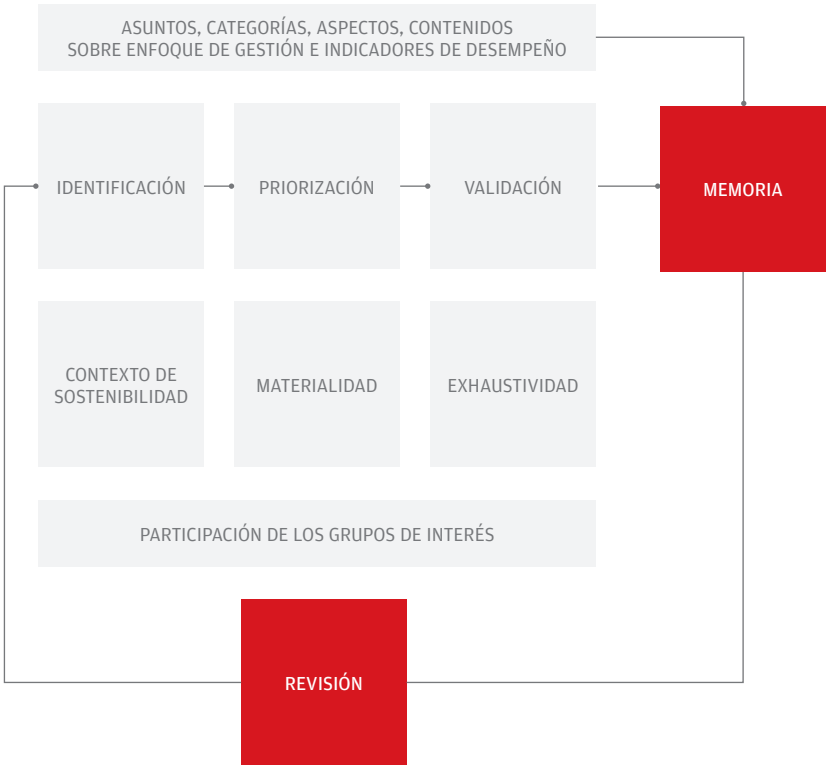
A partir de la presentación de este segundo Reporte de Sustentabilidad, como Grupo Renault Argentina, y específicamente una de nuestras filiales, RCI Banque SA Suc. Argentina, comienza a alinearse con las disposiciones en materia de Responsabilidad Social Empresaria introducidas por el Nuevo Código de Gobierno Societario – Resolución General C.N.V. 606/12.

PROCESO DE DEFINICIÓN DE CONTENIDOS

GRI 3.5

Uno de los principales aspectos que hacen al proceso de elaboración de un Reporte de Sustentabilidad tiene que ver con la definición de aquellos asuntos relevantes que serán comunicados por la organización.

Para los temas relevantes que comunicará nuestra organización hemos utilizado los lineamientos del Protocolo Técnico del GRI “Aplicación de los principios para definición de los contenidos de la Memoria”. El referido protocolo, establece tres pasos y cuatro principios que deben ser contemplados para la definición de los contenidos;



La identificación de los asuntos relevantes para este Reporte de Sustentabilidad surgen de los elementos que se detallan a continuación, los cuales son el punto de partida del proceso de identificación, priorización y validación de contenidos.

- La Misión, Visión y Valores del Grupo Renault
- La estrategia de Responsabilidad Social del Grupo Renault.
- Nuestras normas de Buena Conducta y Cumplimiento Normativo.
- Aquellas cuestiones que han sido identificadas como relevantes por parte de la Dirección de la compañía.
- Aquellos principales aspectos que fueron surgiendo a partir de las reuniones con las diferentes áreas que participaron del proceso de reporte.
- El diálogo permanente que mantenemos con nuestros colaboradores y principales grupos de interés (reuniones, encuentros, desayunos y encuestas)
- Los lineamientos establecidos en la Guía G3.1 del Global Reporting Initiative.
- Los lineamiento de la guía de Responsabilidad Social ISO26000
- Los principios del Pacto Global de Naciones Unidas.
- Las directrices OCDE para Empresas Multinacionales

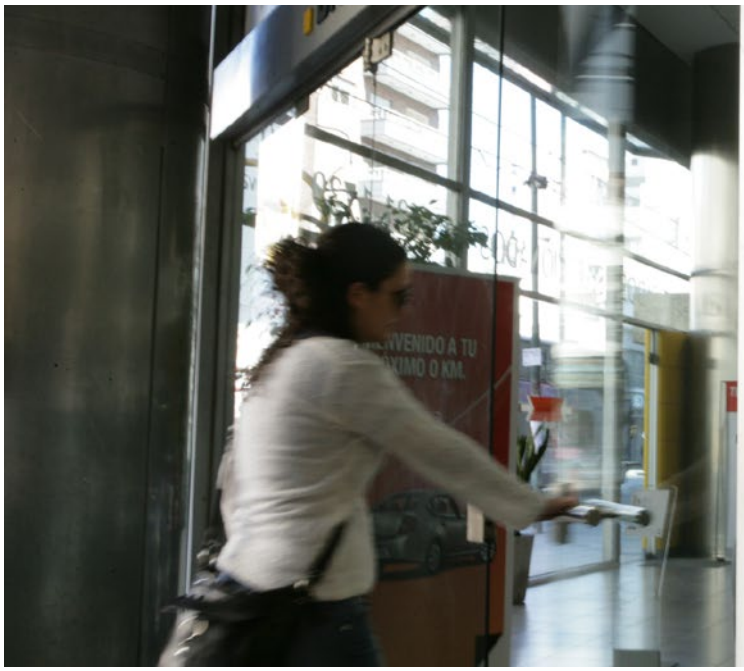
La elaboración de este Reporte de Sustentabilidad consistió en el trabajo en conjunto de un grupo de interlocutores de distintas áreas y gerencias de la compañía, quienes aportaron al proceso de elaboración a través de la identificación, definición, relevamiento y validación de los contenidos presentados en este documento. Este grupo es además generador, dentro de sus áreas y gerencias correspondientes, de la implementación de prácticas en responsabilidad social relacionadas al negocio y detecta nuevos desafíos para avanzar en la gestión del Desarrollo Sustentable de la compañía.

El Grupo Renault y Renault Argentina reconocen a la ISO 26000 como un documento de referencia que ofrece orientación sobre responsabilidad social.

GOBIERNO CORPORATIVO Y GRUPOS DE INTERÉS

GOBIERNO

GRUPOS DE INTERÉS Y TEMAS RELEVANTES



GOBIERNO

GRI 4.1 - 4.10

El órgano de gobierno de Renault Argentina es la Asamblea de Accionistas. La estructura de gobierno es ejercida por un Directorio que tiene a su cargo la dirección y administración de la organización. Está compuesto por un número de miembros, fijado por la Asamblea de Accionistas, que debe ser entre un mínimo de tres y un máximo de siete, con mandato por un año.
El Directorio se reúne en forma periódica, por lo menos una vez cada tres meses. Entre los deberes y atribuciones del Directorio, regulado por la Ley de Sociedades Comerciales 19.550, se destacan las funciones de: ejercer la representación legal de la Sociedad, cumplir y hacer cumplir las resoluciones de las Asambleas de Accionistas y las disposiciones del Estatuto, el manejo de conflictos de interés, aspectos que hacen a la transparencia, fluidez e integridad de la información, administrar los negocios y los bienes de la Sociedad, y conferir poderes generales o especiales y revocarlos.
Por resolución de la última Asamblea General de Accionistas fueron elegidos los actuales miembros del Directorio, con los siguientes cargos:

PRESIDENTE:
Thierry Gabriel KOSKAS (Director General)
VICEPRESIDENTE:
Pablo Luís SIBILLA (Director Financiero)
DIRECTOR TITULAR:
Alejandro Juan REGGI (Director Comercial)

El principal Comité de Dirección se denomina internamente “CDA” (Comité de Dirección Argentina) el cual está presidido por el Director General e integra todos los Directores que representan las diferentes áreas de la Empresa. El CDA es la máxima unidad responsable de definir las estrategias de la organización y se reúne semanalmente para analizar el estado de situación Comercial, Industrial y Financiero y cualquier otro asunto de la sociedad que requiera ser analizado.
El CDA además de fijar el marco estratégico, asegura su comprensión en toda la Empresa, creando una organización efectiva y eficiente con un organigrama y estructura que responda a los objetivos marcados.
Todas las resoluciones aprobadas por la Asamblea General de Accionistas son comunicadas a la Dirección a través de las Actas de Asamblea según indica la ley de sociedades comerciales, siendo que uno de los deberes del Directorio es cumplir y hacer cumplir las resoluciones de las Asambleas de Accionistas. Esta también evalúa y aprueba la gestión del Directorio y define su remuneración en función a sus responsabilidades, competencias y desempeño, entre otras consideraciones.

MISIÓN

Ofrecer vehículos atractivos y accesibles adaptados a las necesidades particulares, haciendo del automóvil, una vez más, una herramienta de progreso para la gente.

VISIÓN

Renault, una compañía cercana, innovadora y confiable que ofrece movilidad de calidad para todos. Renault es la marca cómplice de los argentinos.

AUDITORIA INTERNA

GRI SO2

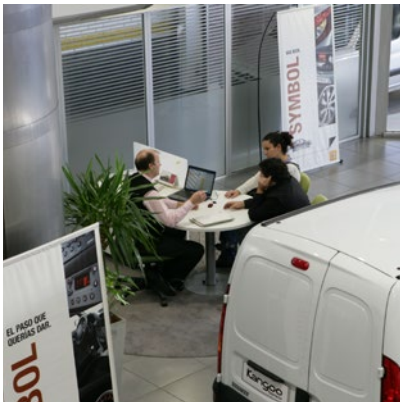
En Renault Argentina S.A. contamos con un área de auditoria interna que funciona bajo el nombre de Auditoria y Riesgos. Su objetivo es el de velar por la protección de los activos de la compañía, contribuir al respeto de las normas de Control Interno del grupo, de aconsejar su mejoramiento y de participar en la prevención y evaluación de riesgos.

Desde el Departamento de Auditoría interna se implementan y monitorean las diferentes acciones y programas relacionados con las medidas anticorrupción. Las principales actividades del sector tienen que ver con colaborar en la formalización y revisión de los procesos de las diferentes áreas, velar por la protección de los activos de la compañía, hacer respetar las normas locales y participar en la prevención y evaluación de los riesgos del negocio, todo ello mediante las siguientes acciones:

- Auditar permanentemente el control de las transacciones y operaciones de la empresa.
- Asegurar el cumplimiento de las normas de control interno de la compañía.
- Recomendar acciones para el mejoramiento de los métodos y procedimientos de control interno.
- Preparar informes imparciales e independientes que protejan los intereses de la Empresa.
- Desplegar un plan de Auditoria a largo plazo que cubra la totalidad de las actividades operativas de la empresa.
- Investigar las denuncias recibidas.

Desde el año 2011 y en cada año, en materia de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (UIF) en la Sociedad Plan Rombo S.A. realizamos auditorías que cubren los aspectos relacionados con el control y prevención del lavado de activos, especialmente en el cumplimiento del manual de procedimiento, las capacitaciones que principalmente incluyen aspectos relacionados con las etapas del proceso de lavado, marco de aplicación y regulatorio, implementación de políticas de conocimiento del cliente, mecanismos de Reporte y las funciones del Oficial de Cumplimiento, elementos de un programa de prevención, etc.

En lo que respecta a Renault Argentina S.A. y Centro Automotores S.A. tenemos previsto desarrollar esta política a partir del ejercicio 2013.



NUESTROS CÓDIGOS

GRI 4.6, 4.8, 4.11, SO5, SO6, SO2

Quienes formamos parte de Renault Argentina creemos que la prosperidad y el desarrollo sustentable de una empresa se fundamentan, en gran medida, en la confianza que inspira a sus colaboradores, clientes, proveedores, su comunidad y sus grupos de interés en general.

La existencia y el mantenimiento de esta confianza requieren el cumplimiento, en todos los niveles, de una serie de normas de buena conducta. Se trata del respeto que deben todos a las normas legales y reglamentarias vigentes, así como a los principios morales intangibles que dejan su impronta tanto en las relaciones de negocios como en todas las relaciones humanas.

NORMAS DE BUENAS CONDUCTAS

RESPETAR LA NORMATIVA LEGAL

Deberá prestarse una especial atención al cumplimiento de la normativa legal relativa a la competencia, el trabajo y el empleo, la seguridad y la protección del medio ambiente.

EVITAR CUALQUIER TIPO DE CONFLICTO DE INTERESES

Es posible que los miembros del personal del Grupo se encuentren frente a situaciones en las cuales su interés personal, o el de personas físicas o jurídicas con las cuales mantienen algún vínculo o en cuya gestión participan, entre en contradicción con el interés del Grupo.

- Trabajos remunerados
- Participación en una empresa externa
- Ofrecimiento y recepción de regalos
- Actividades políticas (*)

(*) El Grupo Renault no realiza contribuciones para financiar partidos políticos.

LEALTAD AL GRUPO RENAULT Y A LOS MIEMBROS DEL PERSONAL

- Respeto y protección de las personas
- Protección de los activos
- Protección de la imagen del Grupo Renault
- Fiabilidad y veracidad de la información
- Respecto de la Confidencialidad

TRANSPARENCIA E IMPARCIALIDAD

- Lealtad a los clientes
- Lealtad a los accionistas
- Uso de información privilegiada
- Lealtad y equidad a los socios comerciales
- Anticorrupción
- Cuentas financieras y auditoría

RESPETAR EL MEDIO AMBIENTE

El compromiso de todo el personal del Grupo Renault de tener en cuenta y reducir los efectos negativos de su actividad para el medio ambiente es una garantía de desarrollo sostenible para la empresa.

ADOPTAR UN PAPEL PROTAGONISTA A LA PREVENCIÓN DE RIESGOS

Se invita a los miembros del personal del Grupo Renault a comunicar directamente cualquier irregularidad, únicamente en los ámbitos contable, financiero, bancario y de lucha contra la corrupción, al Comité de Cumplimiento Normativo del Grupo o al Departamento Jurídico.

El despliegue y el respeto de estos principios se garantizan mediante normas y procedimientos de funcionamiento, que constituyen un corpus y un procedimiento de normas de conformidad (“Cumplimiento Normativo”) exigibles a todos.
Forman parte integrante del Código Deontológico los compromisos suscriptos por el Grupo Renault en los ámbitos social y medioambiental al adherirse oficialmente al Pacto Global de Naciones Unidas y al firmar la Declaración de Derechos Sociales Fundamentales de Renault.

La prosperidad y el desarrollo sustentable de una empresa se fundamentan, en gran medida, en la confianza que inspira a sus grupos de interés en general.

COMPROMISO CON INICIATIVAS Y ASOCIACIONES EXTERNAS

GRI 4.12, 4.13

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

ORGANIZACIÓN	INTERLOCUTOR DE RENAULT
Pacto Global de Naciones Unidas	Gerencia de RSE
CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible)	Gerencia de RSE
IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria)	Gerencia de RSE
ADEFA (Asociación de Fábrica de Automotores de Argentina)	Presidente de Renault. Gerencia de Asuntos Públicos.
ACARA (Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina)	Presidente de Renault. Gerencia de Asuntos Públicos.
CCIFA (Cámara de Comercio e Indústria Franco Argentina)	Dirección de Asuntos Públicos, Comunicación y RSE
CAMMESA (Compañía Administradora del Mercado Mayorista Eléctrico)	Dirección Fábrica Santa Isabel-
UIA (Unión Industrial Argentina)	Gerencia Asuntos Públicos -
UIC (Unión Industrial de Córdoba)	Gerencia Asuntos Públicos
CAA (Cámara Argentina de Anunciantes)	Gerencia de Publicidad
CAPA (Cámara de Ahorro para Automotores)	Gerencia de Asuntos jurídicos

GRUPOS DE INTERÉS Y TEMAS RELEVANTES

GRI 4.14 - 4.17

La participación de los grupos de interés, tanto internos como externos, es un elemento clave, en el proceso de diálogo, para la definición de los aspectos relevantes. En Renault Argentina tenemos una relación y comunicación permanente con nuestros principales grupos de interés.

Para poder identificar y clasificar a los grupos de interés que se ven afectados y que afectan a la compañía en el habitual ejercicio de sus operaciones y actividad, hemos construido un sistema de análisis y priorización que abarque distintas dimensiones; por responsabilidad, por influencia, por cercanía y dependencia, por representación, etc.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO (COMPLIANCE)

- Organización de la función de cumplimiento normativo
- Misiones asignadas a la misión de cumplimiento normativo
- Información del Consejo de Administración

GRUPOS DE INTERÉS	CÓMO NOS COMUNICAMOS
CLIENTES Y CONSUMIDORES	• Plan satisfacción clientes • Servicio de relación al cliente • Encuesta de calidad • MiRenault.com • Redes sociales
COLABORADORES	• Evaluación de desempeño • Encuesta del Colaborador del Grupo Renault Argentina y encuesta Great Place to Work • Intranet y Newsletters • Encuestas del área de RRHH, la opinión de los colaboradores • Blog del Presidente
SINDICATOS	• Reuniones periódicas con la Comisión Gremial Interna • Reuniones mensuales entre el consejo directivo de SMATA y la Dirección de Recursos Humanos • Reuniones periódicas entre las cámaras empresarias (ADEFA, ACARA) y el Gremio
ACCIONISTAS	• Reunión de Accionistas y Directores. • Dialogo continuo entre áreas y gerencias de RSE
PROVEEDORES	• Reuniones IFR (Information Fournisseurs Renault) • Reuniones periódicas, personal específico para atención a proveedores • Portal de proveedores
COMUNIDAD	• Publicación de las actividades de la Fundación Renault • Comunicados de prensa • Redes sociales
AUTORIDADES	• Reuniones con los diferentes organismos municipales, • provinciales y nacionales. • Participación en comisiones y grupos de trabajo con diferentes áreas de la administración nacional y provincial.
MEDIOS	• Comunicados de prensa, web y redes sociales • Reuniones con prensa nacional y provincial • Eventos especiales para periodistas y medios
ONG	• Reuniones periódicas desde la Fundación Renault

A partir de la presentación de nuestro primer Reporte de Sustentabilidad en el año 2011 y como parte de nuestra estrategia de sustentabilidad, comenzamos con un proceso formal y gradual de diálogo y relevamiento de expectativas con nuestros principales grupos de interés, a través de los canales de comunicación implementados en cada una de las áreas de nuestra organización, y los desarrollados través de encuentros, espacios de intercambio, desayunos y encuestas, entre otros.
Entre los principales temas que han surgido de nuestros encuentros y proceso de diálogo destacamos los siguientes;

- Seguridad Vial
- Educación Ambiental
- Eco Conducción
- Clima Laboral
- Diversidad
- Capacitación y desarrollo
- Impacto ambiental
- Derechos humanos

DESEMPEÑO ECONÓMICO

GESTIÓN ECONÓMICA

NUESTROS PROVEEDORES

GESTIÓN ECONÓMICA

GRI 2.7, E, EC1, EC4, EC8, SO7

El mercado automotor del año 2012 cerró con 803.068 unidades patentadas observando una disminución del 2% respecto al año anterior.
Durante el año 2012 se patentaron 118.740 vehículos Renault, lo que representó una penetración del 14,8% mejorando la participación de mercado con respecto al año 2011 en 1,8 puntos. De esta manera, Renault sigue ocupando el tercer puesto luego de VW y GM.
El total de vehículos exportados por la Sociedad en 2012 fue de 47.207 unidades, lo que representa una merma del 22% con respecto al año anterior. Brasil fue el destino con mayor volumen, con 42.890 unidades, lo que significa el 90 % del volumen exportado. El restante 10% corresponde a exportaciones a México, Colombia, Venezuela, Chile, Uruguay y Paraguay.
El total fabricado por las terminales radicadas en el país durante el año 2012 fue de 764.495 unidades que comparadas con las unidades producidas en el año 2011, representando una reducción del 7,8 %. Del total fabricado en estos doce meses, el 52,8 % estuvo destinado a la exportación (403.598 vehículos), lo que significa un volumen de exportaciones 20,4 % inferior al registrado durante el año 2011 (506.715 vehículos).
En el caso de nuestra Fábrica Santa Isabel, la producción total del año 2012 fue de 109.669 vehículos, mientras que en el año 2011 fue de 110.039 unidades, es decir una reducción del 0,34 %.
Existieron en total 28 días de suspensión en el año 2012, como consecuencia principalmente a crisis de faltantes de piezas en un contexto de mercados crecientes y limitaciones capacitarias de nuestros proveedores y problemas de la Aduana Brasilera, que obligaron a realizar un total de 4 jornadas suplementarias de producción.
La información que incluimos respecto al desempeño económico de los años 2012 y 2011, surgen de los estados contables consolidados de Renault Argentina S.A., auditados por Pistrellli, Henry Martin y Asociados.
La estructura de la información económica esta expresada en millones de pesos argentinos:

En 2012 el volumen de producción total de nuestra Fábrica Santa Isabel fue de 109.669 vehículos, de los modelos Clio, Symbol, Kangoo y Fluence

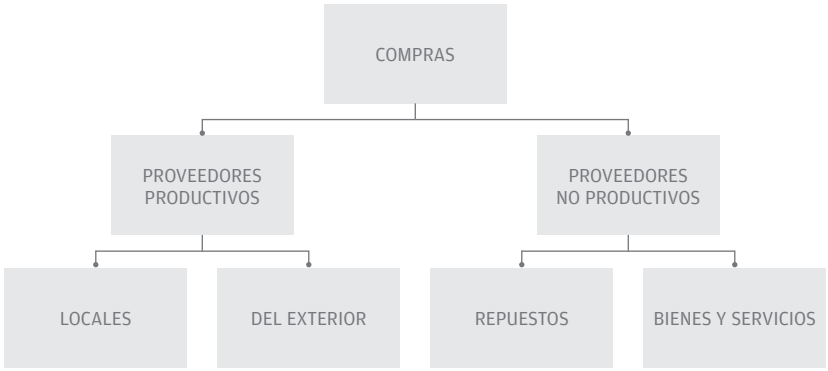
	GRUPOS DE INTERÉS	2012	2011
Activo total		4.986,5	3.983, 9
Pasivo total		3.484,7	2.607,2
Patrimonio Neto		1.496,7	1.367,3
VALOR ECONOMICO GENERADO			
Ventas netas de bienes y servicios	Clientes	12.917,9	12.169,1
VALOR ECONOMICO DISTRIBUIDO			
Costos operativos	Proveedores	11.442,9	10.778,3
Sueldos, jornales y contribuciones sociales	Colaboradores	770,5	643,1
Dividendos abonados	Accionistas	No se distribuyeron	No se distribuyeron
Impuestos, tasas y contribuciones	Gobierno	550,9	503,1

Más información referente a la Situación Patrimonial y Resultados de Renault Argentina S.A. se encuentra disponible en la Memoria y Estados Contables Consolidados al 31 de diciembre de 2012 y 2011.
Durante el período de reporte no hemos recibido asistencia financiera por parte del gobierno. No hemos realizado aportes a partidos políticos y no tenemos reclamos relacionados con prácticas monopolísticas y la libre competencia.

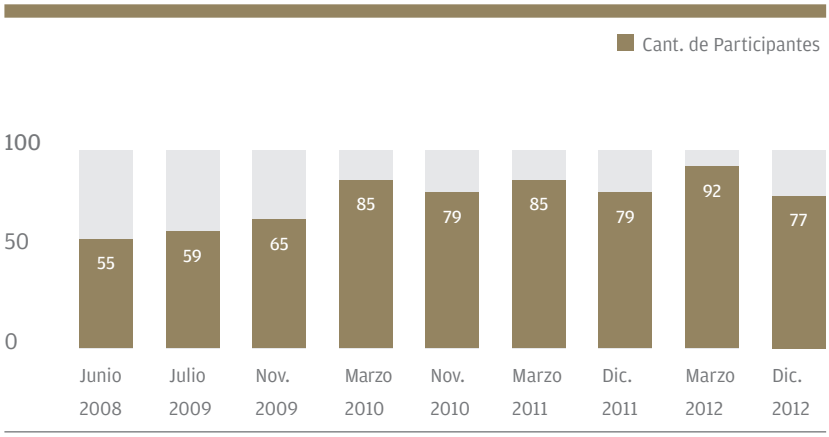
NUESTROS PROVEEDORES

GRI EC6, 4.16, 4.17

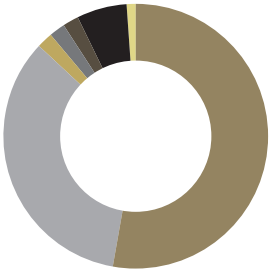
Nuestra red de proveedores está compuesta principalmente por empresas que se clasifican en proveedores Productivos y No Productivos.



Las piezas CKD abastecen a Argentina desde otras plantas del mundo pero son compradas desde la Dirección de Compras Argentina.
El panel local de proveedores productivos está compuesto por aproximadamente 99 proveedores.
La estructura de la cadena de proveedores no productivos está compuesta por aproximadamente 8.650 empresas de repuestos, bienes y servicios.
La comunicación con nuestra red de proveedores es permanente y muy fluida. Se instrumenta por medio de comunicaciones directas, vía teléfono, mail o personalizada, también a través de internet desde nuestro portal de proveedores, o por medio de las Reuniones IFR (Information Fournisseurs Renault). Estas reuniones tienen una frecuencia semestral y en las mismas se invita a participar a los órganos de gobierno de los proveedores.

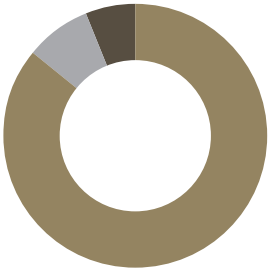


ORIGEN DE LOS PROVEEDORES



- Buenos Aires: 53%
- Córdoba: 34%
- Rosario: 2%
- San Luis: 2%
- San Juan: 2%
- Brasil: 6%
- Uruguay: 1%

TIPO DE PROVEEDORES



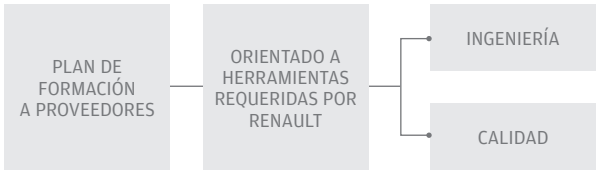
- Productivos: 86%
- No Productivos: 8%
- Repuestos: 6%

REQUISITOS DE CONTRATACIÓN

En todas las partes del mundo, Renault se compromete a respetar las reglas establecidas por sus códigos, en coherencia con el enfoque global de desarrollo sostenible. De esta forma cumplimos con las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo y los principios universales que constituyen el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, particularmente vinculados a los derechos humanos.
En este sentido, y respecto a la relación con nuestros proveedores, desde el pedido de cotización hasta el momento en que se produce la contratación, se incluyen requisitos corporativos donde específicamente se hace referencia a la declaración de los Derechos Sociales del Grupo Renault, y donde adicionalmente a las condiciones generales de compras, se incluyen cuestiones referentes al control de proveedores y sub proveedores en cuanto a aspectos laborales y previsionales, de seguridad industrial y medioambiente.

TRABAJO MULTIDISCIPLINARIO

En la Fábrica Santa Isabel logramos optimizar la calidad de nuestros proveedores a partir de una estrategia coordinada entre las distintas áreas involucradas. Las claves para este proyecto exitoso, son la formación, auditorias, evaluaciones y visitas técnicas, entre otras.
En los últimos tiempos, la calidad que presentan los proveedores que suministran a nuestra Fábrica Santa Isabel viene experimentando una evidente mejora. Las razones de la evolución hay que rastrearlas en el trabajo mancomunado y multidisciplinario que han encarado las áreas de Gerencia de Calidad de Compras, Servicio Calidad Proveedores y el área de Supply Chain.



PROVEEDORES CERTIFICADOS

Sin Certificado ISO 14001: 56%
ISO 14001-2004: 44%

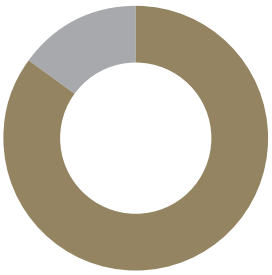
MENCIÓN A PROVEEDORES

Las menciones a proveedores son entregadas en la primera reunión IFR (Information Fournisseurs Renault) de cada año, con el cierre de indicadores del año anterior e incluyen aspectos relacionados con la Performance Industrial, Logística, Calidad y Kaizen Challenge.

PROVEEDORES CERTIFICADOS

La certificación ISO 14001 no es un requisito actual obligatorio para los proveedores de Renault Argentina. No obstante ello en el panel actual hay 34 proveedores certificados ISO 14001, que representan aproximadamente un 44% de los proveedores productivos.
La industria de automotriz exige niveles de primera categoría para la calidad de los productos, los procesos productivos, la competitividad y la mejora continua. Para alcanzar esta meta, muchos fabricantes de vehículos buscan que sus proveedores se adhieran a las rigurosas especificaciones técnicas que establecen las normas de gestión de la calidad para proveedores del sector de automotriz, conocidas como ISO /TS 16949. En Renault Argentina, para los proveedores críticos (denominados como rango 1) se les requiere la certificación ISO /TS 16949, siendo que este requisito es mantenido mediante auditorias de certificación inicial de manutención.

ESTADO DE CERTIFICACIONES



TS16949-ISO 9001-2008: 85%
Planificación TS: 15%

DESEMPEÑO AMBIENTAL

GESTIÓN AMBIENTAL

GESTIÓN AMBIENTAL

GRI AM

Partimos de la visión de una fábrica integrada al medio ambiente y a la comunidad, a la cual debemos respetar, con un profundo convencimiento de no dañar el lugar en el que vivimos y en el que vivirán nuestros descendientes.

POLÍTICA AMBIENTAL

Definido por la Dirección General del Grupo Renault, nuestro objetivo global es asegurar en cualquier momento las buenas prácticas ecológicas de nuestras actividades. Los siete ejes principales para cumplir nuestra Política son:

- Comunicar, formar y sensibilizar a todo el personal a fin de disminuir los impactos ambientales que se desprenden de las actividades desarrolladas en la Fábrica Santa Isabel.
- Cumplir con los requisitos legales aplicables a la actividad que se desarrolla y con las normativas del Grupo Renault.
- Desarrollar las estrategias para interactuar con los entes gubernamentales y no gubernamentales relacionados con el medio ambiente.
- Prevenir la contaminación y asegurar la mejora continua de nuestro Sistema de Gestión Ambiental.
- Generar planes de progreso de consumos de energía y de fluidos para el aprovechamiento racional y responsable de los recursos naturales.
- Involucrar y comprometer a todo el personal de Renault y proveedores de servicios internos, con los objetivos ambientales fijados.
- Generar los recursos técnicos y económicos que permitan realizar los programas de acción definidos para cumplir con la Política Ambiental de la fábrica.
- Hacer del Medio Ambiente un eje de progreso de la performance económica de la planta.

COMITÉ DE MEDIO AMBIENTE

Contamos con un Comité de Medio Ambiente que tiene como misión principal seguir periódicamente la implementación de la política ambiental. Está conformado por representantes de las diferentes áreas de la Fábrica y reporta al Director de Fábrica. Santa Isabel está comprometida con una gestión armoniosa y continua de la performance ambiental. Este compromiso se expresa a través de los objetivos cuantificados y fijados en relación a los volúmenes de producción.
Desde noviembre de 1999, asumimos el compromiso en la Fábrica Santa Isabel con los procesos de certificación de su sistema de gestión ambiental. En ese año se obtuvo la primera certificación del Sistema de Gestión ambiental bajo Normas ISO 14001/96, que es evaluado y certificado periódicamente en cuanto al cumplimiento de los requisitos de la ISO 9000:2004 y la ISO 14000:2004.

GESTIÓN DE RECURSOS, RESIDUOS Y EMISIONES

En las etapas de fabricación del auto, los impactos ambientales más importantes son: consumo de agua, consumo de energía (gas natural y electricidad), generación de residuos (comunes y peligrosos), emisiones de compuestos orgánicos volátiles, y generación de efluentes.
Para minimizar estos impactos, la organización se inscribe en una gestión de mejora continua, enfocados en la performance y la integración de la gestión ambiental en el trabajo cotidiano.

Los sistemas de gestión certificados y la disminución del impacto ambiental que genera nuestra Planta Santa Isabel, son la prioridad de todos los días.

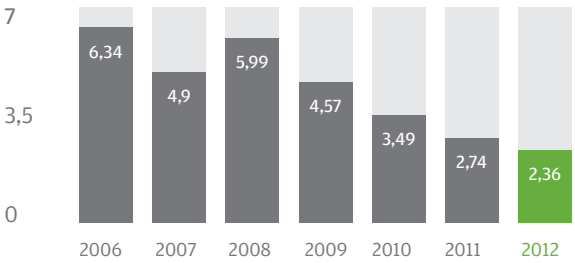
AGUA

GRI AM8. AM9

En línea con la política de Gestión Ambiental, nuestros objetivos y esfuerzos cotidianos se orientan a minimizar el consumo de este valioso recurso que es el agua. Esto se evidencia con el cumplimiento de los objetivos fijados año tras año y con la disminución de los consumos en relación con nuestros niveles de producción. Dentro de esta gestión, reducir el consumo de agua durante la fase de fabricación de nuestros productos es un eje central de la política de la empresa. La cantidad de vehículos producidos por año se elevó en un 65% entre 2009 y 2012.

En términos reales el consumo de agua, por unidad producida, bajó un 48% en el período 2009 - 2012.

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Producción [veh]	52.446	67.348	72.603	65.458	93.374	110.039	109.669
Consumo [m³]	332.264	330.282	435.096	299.274	325.740	301.135	258.482
[m³/veh]	6,34	4,90	5,99	4,57	3,49	2,74	2,36



2,36
Consumo anual de agua por unidad producida en el año 2012

2,74
Consumo anual de agua por unidad producida en el año 2011

En nuestra planta existen cuatro tipos de sistemas de distribución de agua, todos alimentados por la red de agua potable de la ciudad:

- Potable
- Industrial
- Blanda
- Desmineralizada

El agua potable e industrial, proveniente de la red pública suministrada por AGUAS CORDOBESAS[6] , es distribuida a todos los sectores productivos y administrativos. El agua blanda se utiliza en los sistemas de refrigeración de la Fábrica, previo proceso de ablandamiento para disminuir el potencial de incrustación. El agua desmineralizada es generada y repartida a los departamentos de soldadura, montaje y al departamento de pintura, este último es el principal consumidor. En el caso de agua de pozo se utiliza únicamente para abastecer al sistema contra incendios y como reserva en caso de corte del suministro de agua potable.

[6] http://www.aguascordobesas.com.ar/

BEST PRACTICE

PORCENTAJE Y VOLUMEN TOTAL DE AGUA RECICLADA Y REUTILIZADA.

GRI AM10

Se han generado importantes disminuciones en los consumos de agua a partir de diferentes acciones de mejora desplegadas en la Fábrica Santa Isabel, entre ellas, la aplicación de herramientas de mejora continua como el concepto de las 3R (reducir, reutilizar, reciclar), el programa de Gestión Ambiental de la empresa y el programa "Ideas Concretas de Progreso" (ICP),

Particularmente, dos ICP, desarrolladas en la planta, han sido reconocidas a nivel Grupo y fueron tomadas como Best Practice en la temática agua, las cuales han contribuido a la evolución del indicador presentado arriba:

- Disminución de consumo de agua en grupos de acondicionamiento de aire de cabinas de pintura, en la Planta de Pintura.
- Disminución de consumo de agua en tratamiento térmico superficial (TTS) en el sector cataforesis de la Planta de Pintura.

ENERGÍA

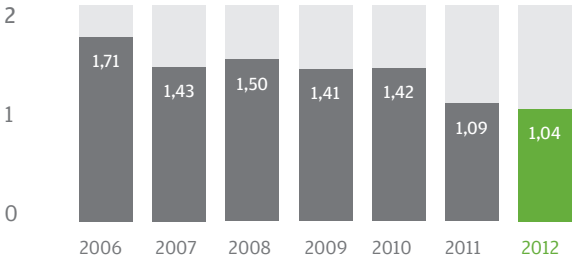
GRI AM3 - AM5

También tenemos una fuerte política de uso eficiente de la energía, en respuesta a la estrategia de reducción de costos de operación y a la disminución de emisiones de CO_2, minimizando el impacto ambiental y contribuir a la lucha del cambio climático. Nuestra Planta se abastece principalmente de energía eléctrica y gas natural. En el año 2012, los procesos productivos demandaron 114.132 MWh de energía, de los cuales aproximadamente el 55% corresponde a energía eléctrica y el restante 45% a energía generada por gas natural.

En el período 2009 - 2012, la reducción de la utilización de energía, por unidad producida, fue del 26 %

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Producción [veh]	52.446	67.348	72.603	65.458	93.374	110.039	109.669
Consumo Gas [MWH]	46.252	51.462	58.799	46.542	77.714	67.844	51.253
Consumo Elect [MWH]	43.276	44.696	49.858	45.782	54.428	52.008	62.878
Consumo Total [MWH]	89.528	96.158	108.658	92.324	132.143	119.853	114.132
[MWh/veh]	1,71	1,43	1,50	1,41	1,42	1,09	1,04

MWh expresado en MWh PCI (Poder Calorífico Inferior)



El concepto de producir más consumiendo menos, es un eje central de la política de la empresa que se ubica en el marco del método japonés "Monozukuri".

1,04

Consumo anual de energía por unidad producida en el año 2012

1,09

Consumo anual de energía por unidad producida en el año 2011

El proveedor de la energía eléctrica de la Fábrica Santa Isabel, es EPEC [7] (Empresa Provincial de Energía de Córdoba), quien genera la energía a partir de sus Centrales Hidroeléctricas (agua almacenada para convertirla en energía eléctrica – energía renovable) y desde sus Centrales Termoeléctricas (electricidad que se genera a partir de la combustión de combustibles fósiles - energía no renovable).

EMISIONES DE CO_2

GRI AM16, AM18, AM29

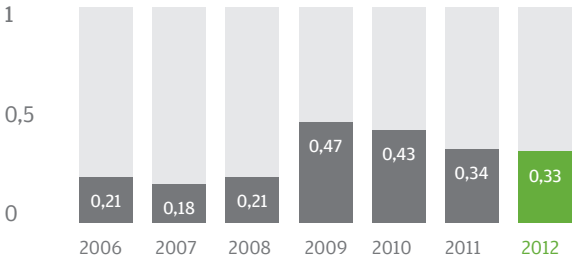
Gestionamos y monitoreamos las emisiones de CO_2, las cuales están asociadas principalmente a la utilización de combustibles fósiles, en forma directa por la combustión de gas natural en las actividades industriales e indirecta por las emisiones de CO_2 de los generadores de electricidad.

Los lineamientos de trabajo están directamente relacionados con los planes de disminución de consumo de energía.

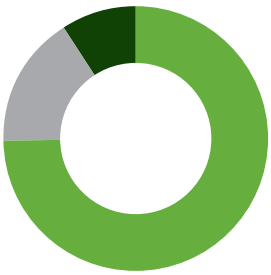
En el período 2009 – 2012 la reducción de CO2, por unidad producida, fue del 30%

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Producción [veh]	52.446	67.348	72.603	65.458	93.374	110.039	109.669
[Tn equiv CO_2]	11.081	12.376	15.160	30.863	39.983	37.863	36.102.3
[Tn equiv CO_2/veh]	0,21	0,18	0,21	0,47	0,43	0,34	0,33

Tn Equiv CO_2 Totales (Directos + Indirectos)



EMISIONES CO_2



- Combustión gas natural: 74,8%
- Pérdidas de refrigerantes (*): 16,3%
- Emisiones de vehículos internos (**): 8,9%

(*) Durante el relleno de climatizadores de vehículos
(**) Vehículos de flota, auto-elevadores, etc.

0,33
Emisiones anuales de CO_2 por unidad producida en el año 2012

0,34
Emisiones anuales de CO_2 por unidad producida en el año 2011

RESIDUOS COMUNES Y PELIGROSOS

GRI AM22

La cantidad de vehículos producidos por año creció más un 65% entre 2009 y 2012. En ese período la disminución de los residuos totales, por unidad producida, fue de aproximadamente un 21% en términos reales.

La gestión de los residuos tanto comunes como peligrosos es relevante para el Grupo Renault, dado que cumple con uno de los ejes centrales de su política corporativa que es cuidar al medioambiente.

En línea con nuestra política ambiental gestionamos nuestros residuos bajo estrictos lineamientos, los cuales incluyen:

- Estudio y definición del proceso de disposición final de cada tipo de residuo, equilibrando la relación costo-impacto ambiental. De acuerdo a la siguiente escala de prioridades (de mayor a menor): reciclado/reutilización, co-procesamiento, incineración y confinamiento en celdas.
- Auditoria in situ y homologación de cada operador de residuos peligrosos de acuerdo a requisitos corporativos Renault, y el seguimiento de la vigencia de sus permisos y habilitaciones.

[7] http://www.epec.com.ar/

- La gestión de acciones de reducción de la generación de los residuos en su origen.
- El control operativo de los residuos que se generan, por tipo y origen, garantizando cumplimiento reglamentario y prevención de la contaminación.
- La gestión continua del indicador Impacto Residual (Ir), que expresa el volumen de residuo que tiene como destino final el enterramiento/confinamiento en celdas, con el objetivo a largo plazo de llegar a “cero residuo enterrado”.

Todos los residuos generados en fábrica son diferenciados desde su punto de origen y clasificados para su posterior tratamiento en dos categorías: Comunes y Peligrosos.

RESIDUOS COMUNES

Los residuos comunes están conformados por las siguientes categorías:

- Madera, cartón y plásticos, en su mayor parte provenientes de embalajes, destinados al reciclado.
- Chatarra y metales en desuso, destinado al reciclado en acerías.
- Otros residuos comunes varios, que no tienen posibilidad de reciclado, son compactados y enviados a relleno sanitario de la ciudad de Córdoba.

A efectos de considerar iso-perímetro con el resto de las fábricas del Grupo, no se consideran los recortes de los procesos de estampados de chapa, que son compactados y reutilizados en las fundiciones de hierro.

El Ir (Impacto Residual) de los residuos comunes es de 17.0 kg/veh, que, comparado con los 102 kg/veh de residuos comunes totales, nos indica que el 83,4% de los residuos comunes son reciclados.

83,4%

de los residuos comunes generados por vehículos son reciclados

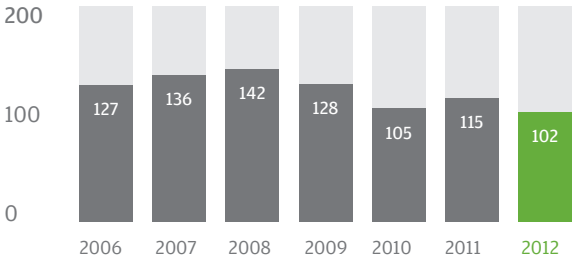
102

Kg anuales de residuos comunes por unidad producida en el año 2012

115

Kg anuales de residuos comunes por unidad producida en el año 2011

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Producción [veh]	52.446	67.348	72.603	65.458	93.374	110.039	109.669
Generación [Tn]	6.645	9.146	10.299	8.414	10.205	12.662	11.210
[kg/veh]	127	136	142	128	105	115	102



RESIDUOS PELIGROSOS

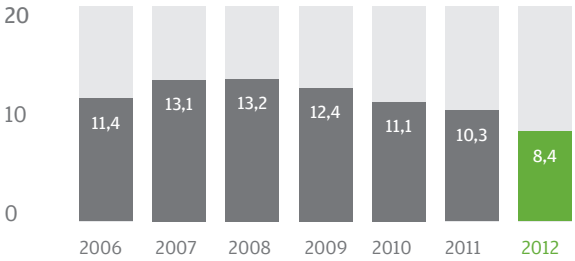
Son incluidos dentro de esta categoría los residuos que son contaminantes del medio ambiente. Provienen de los procesos productivos en los que se han utilizado productos químicos, tóxicos o inflamables. Se incluyen los barros de pintura, de fosfato y cataforesis, los solventes usados que salen de la Planta de Pintura y aceites usados. Son recogidos y llevados a una planta de tratamiento adecuada para su eliminación de acuerdo a los lineamientos establecidos.
El Ir (Impacto Residual) de los residuos peligrosos es de 0 kg/veh., que comparado con los 8.4 kg/veh de residuos peligrosos totales, nos indica que el 100% de los residuos peligrosos fueron reciclados o coprocesados.

El 100% de los residuos peligrosos fueron reciclados o coprocesados

8,04
Kg anuales de residuos peligrosos por unidad producida en el año 2012

10,3
Kg anuales de residuos peligrosos por unidad producida en el año 2011

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Producción [veh]	52.446	67.348	72.603	65.458	93.374	110.039	109.669
Generación [Tn]	602	885	965	815	1.041	1.140	921
[kg/veh]	11,4	13,1	13,2	12,4	11,1	10,3	8,4



Algunos de nuestros residuos se utilizan en la fabricación y el proceso productivo de otras industrias, como es el caso de aceites, barros de pinturas y sólidos contaminados con adhesivos. El proceso utilizado es el coprocesamiento, que se realiza por medio de una empresa especializada en la materia, e implica la integración ambientalmente segura de residuos generados por nuestra actividad a otro proceso productivo. La industria cementera, a través del co-procesamiento, recupera la energía contenida en algunos residuos para utilizarla en la fabricación del clinker (componente principal del cemento).
Otros residuos como las baterías en desuso y los solventes usados son reciclados. En el caso de los solventes sucios son destilados en proveedor externo y retornan a Fábrica para su reutilización en la planta de pintura.

Síntesis por categoría de los principales residuos peligrosos y comunes:

RESIDUOS COMUNES	DISPOSICIÓN FINAL	MEDIDA	2010	2011	2012
Madera	Reciclado	Tn	4.762,71	5.349,4	4.772,34
Plásticos	Reciclado	Tn	172,2	296,0	256,29
Cartón-papel	Reciclado	Tn	2.944,54	4.265,0	4.091,91
Chatarra	Reciclado	Tn	699,99	720,2	177,14
Recortes de chapa	Reciclado	Tn	737,10	319,8	232,48
Barros cloacales planta efluente	Relleno sanitario municipal	Tn	7,44	12,9	30,0
Residuos varios comunes, incluyendo orgánicos del restaurante	Relleno sanitario municipal	Tn	1.609,51	1.946,4	1.870,92

RESIDUOS PELIGROSOS	DISPOSICIÓN FINAL	MEDIDA	2010	2011	2012
Aceites	Incineración por co-procesamiento (*)	Tn	39,01	22,8	35,68
Solventes	Destilado + Reciclado	Tn	191,52	184,3	155,14
Barros pintura	Incineración por co-procesamiento	Tn	192,04	246,6	204,24
Sólidos contaminados con adhesivos	Incineración por co-procesamiento	Tn	118,68	71,3	81,0
Fluorescentes-Lámparas	Celda seguridad	Tn	3,38	0,84	0,0
Baterías	Reciclado	Tn	18,92	29,5	12,88
Tambores vacíos (con restos de aceites y pinturas)	Reciclado	und	138,093	191,3	120,43
Barros físico-químico planta efluente	Incineración por co-procesamiento	Tn	339,56	393,4	311,86

BEST PRACTICE

UTILIZACIÓN DE EMBALAJES METÁLICOS RETORNABLES A FRANCIA Y CHILE PARA REEMPLAZAR LAS CAJAS DE CARTÓN Y DE MADERA.

GRI AM26

Una ICP desarrollada en la planta ha sido reconocida a nivel Grupo y tomada como Best Practice.

Se eliminaron las encomiendas de madera y las cajas de cartón que se utilizaban para exportar material, desde la fábrica en Córdoba, con destino a Francia y Chile. Fueron reemplazadas por racks y cajas metálicas retornables, teniendo así un impacto a la vez económico y ambiental, ahorrando en embalajes.

Para fabricar un auto, se necesitan entre 1.200 y 2.000 piezas, que provienen de diferentes plantas de producción que Renault tiene en todo el mundo, por ejemplo, las cajas de cambio provienen de Chile y los motores de Francia, Turquía y Corea. Por lo tanto, la logística entre la casa matriz en Francia, las diferentes fábricas y Renault Argentina, es un elemento central en la dirección de la empresa. Aunque no se vean en el producto terminado, el transporte y los embalajes son variables esenciales en la fabricación del vehículo.

Por no consumir cajas de madera o de cartón, el ahorro y la contribución ambiental de la iniciativa es de 134.594 kilos de madera, que representan aproximadamente 826 árboles por año o la preservación de 0.75 hectáreas de bosque.

EMISIONES

GRI AM18, AM20

Adoptamos el compromiso de controlar, monitorear y reducir las emisiones que se generan desde nuestros procesos productivos. Entre los principales objetivos de reducción se encuentran las emisiones de los Compuestos Orgánicos Volátiles (COV), sustancias que se encuentran en los solventes, pinturas, algunos adhesivos y selladores, Que se calculan por balance de masas.

En el período 2009 2012 la disminución de emisiones, por unidades producidas, fue del 13%, en términos reales.

AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Producción [veh]	52.089	67.348	72.603	65.506	93.256	110.432	109.669
Generación [kG]	460.853	604.246	638.430	534.200	693.310	774.018	784.758
[kg/veh]	8,85	8,97	8,79	8,15	7,43	7,01	7,13

PROCESO TRATAMIENTO DE HUMOS

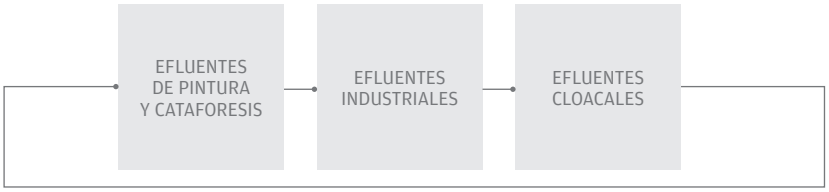
En el caso de Metalúrgica Tandil, mediante un sistema de canalización y filtrado, se controla el 100% de los gases generados por la fusión. De esta manera el medioambiente, tanto a nivel interno como externo a las instalaciones, recibe únicamente aire limpio. La puesta en funcionamiento de este sistema, es parte de un plan más amplio de modernización de las instalaciones industriales de Metalúrgica Tandil que se está llevando a cabo.

PLANTA DE EFLUENTES

GRI AM21

Los efluentes de nuestra planta que se generan en todos los procesos, son tratados en nuestra planta de tratamiento de efluentes antes de ser descargados en el curso de agua superficial del Arroyo La Cañada, afluente del Río Suquía, bajo un estricto control y monitoreo del Laboratorio de Ingeniería de Planta. Con esto se da estricto cumplimiento a las exigencias municipales y provinciales en lo que respecta a su concentración y composición.

LOS PROCESOS INDUSTRIALES Y DOMÉSTICOS DE LA FÁBRICA GENERAN 3 TIPOS DE EFLUENTES:



AÑO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Producción [veh]	52.446	67.348	72.603	65.458	93.374	110.039	109.669
Generación [m^3]	199.904	192.084	243.891	188.072	228.214	221.704	202.608
[m^3/veh]	3,81	2,85	3,36	2,87	2,44	2,01	1,84

7,13
kg de COV por carrocerías producida en el año 2012

7,01
kg de COV por carrocerías producida en el año 2011

LA PLANTA DE EFLUENTES REALIZA LOS SIGUIENTES TRATAMIENTOS:

1,84

m^3 de efluentes anuales por unidad producida en el año 2012

2,01

m^3 de efluentes anuales por unidad producida en el año 2011

ASPECTO SONORO

Las emisiones sonoras de nuestra fábrica, son medidas regularmente alrededor de las instalaciones y en la cercanía de las viviendas de los vecinos, con el objeto de cuantificar el impacto y verificar cumplimiento reglamentario. Las emisiones sonoras medidas en el establecimiento hasta la fecha, indican que se encuentran dentro de los valores admisibles fijados por la reglamentación local y con los lineamientos de la norma IRAM 4062-Ruidos molestos al vecindario.

DESEMPEÑO SOCIAL

PRÁCTICAS LABORALES

DERECHOS HUMANOS

SOCIEDAD

RESPONSABILIDAD
SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS

PRÁCTICAS LABORALES

NUESTROS COLABORADORES

GRI LA

Quienes formamos parte de Renault Argentina creemos que la prosperidad y el desarrollo de una empresa se fundamentan, en gran medida, por la confianza que inspira a sus clientes, socios comerciales y proveedores. Esta confianza es generada por la relación entre la compañía y sus empleados, quienes en conjunto, logran mayor sinergia en nuestros valores.

Desde el 2010 utilizamos en el Grupo Renault el Código de Conducta para los colaboradores de todo el mundo. De esta forma sintetizamos los valores esperados de todos los colaboradores del Grupo Renault que son:

- el compromiso,
- la confianza,
- la promoción de la solidaridad
- la aceptación de la diversidad

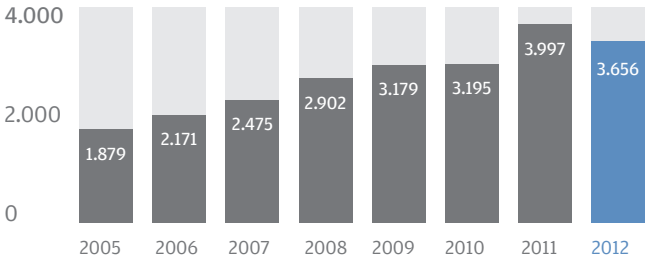
Todos los managers animan este referencial de conducta en la vida laboral cotidiana y alientan el desarrollo de competencias en los colaboradores para obtener una mejor motivación y performance en el desarrollo de sus actividades diarias. Cada uno de los colaboradores representa el Renault Way y es corresponsable con su jerarquía por los resultados y alcance de este Código.

COMPOSICIÓN DE LA DOTACIÓN

GRI LA1, LA2, LA4, LA5, EC5

En los últimos años el número de colaboradores se ha ido incrementando progresivamente a partir de las necesidades de fabricación y el impacto comercial, llegando prácticamente a duplicarse desde 2005 a 2012.

COLABORADORES



UNA SÍNTESIS DE LOS CONCEPTOS PRIMORDIALES DE ESTE CÓDIGO DE CONDUCTA:

CUATRO SABER SER:
Implicación
Confianza
Solidaridad
Apertura

TRES SABER ACTUAR:
Hacer simple y eficaz
Ser generador de propuestas
Aplicar las decisiones

EMPRESA	Total
Mensualizados	862
Jornalizados	1.875
SUB TOTAL RENAULT ARGENTINA	2.737
SUB TOTAL FILIALES	832
SUBTOTAL PASANTES Y EXPATRIADOS	87
TOTAL	**3.656**

Del total de colaboradores que integran Renault Argentina, aproximadamente el 65% de ellos están directamente relacionados con el proceso de fabricación, bajo el convenio colectivo de trabajo del Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor de la República Argentina (SMATA). La automatización de procesos y la optimización en el despliegue de las actividades administrativas han tenido gran influencia en esta marcada tendencia de incrementar el porcentaje del personal focalizado en la fabricación. En relación a los períodos mínimos de preaviso relativos a cambios organizativos contemplan lo establecido en las leyes laborales argentinas. Todos los salarios de Renault Argentina se encuentran por encima del Salario Mínimo, Vital y Móvil, siendo que el salario inicial estándar de la organización supera en un 106% el SMVM.

ANTIGÜEDAD

La antigüedad del personal está distribuida con un relativo equilibrio entre las franjas - “Entre 1 y 10 años” y “Entre 11 y 20 años”, lo que resalta una población heterogénea en este aspecto.

Antigüedad Promedio Gral 12 años

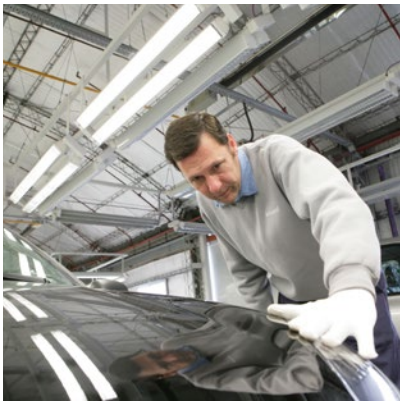
EDAD

El promedio de edad es muy similar entre el personal administrativo y el personal operador, 38,7 y 39,2, respectivamente. El mayor promedio de edad se concentra en los sitios industriales.

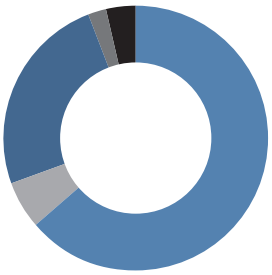
Promedio Total Empresa 39

PROMEDIO DE EDAD POR PERÍMETROS

EMPRESAS	Promedio Total
Renault Argentina	39
Sede Central	38
Córdoba	39
Planta de Fundición	44
Metalúrgica Tandil	42
Filiales Comerciales	39
Plan Rombo	42
RCI – RCF – Courtage	37
Expatriados	39



NUEVAS CONTRATACIONES GRUPO RENAULT.



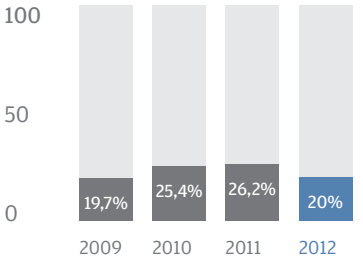
- Renault Argentina 109
- Metalúrgica Tandil 10
- Filiales Comerciales 42
- Plan Rombo 4
- RCI – RCF – Courtage 6

(*) año 2012

EQUIDAD DE GÉNERO

GRI LA1, LA13, LA14

Poseemos una política de reclutamiento que exige que al menos el 33% de la terna final seleccionada para ocupar una posición vacante, en cualquier área y nivel, sean mujeres. Esto denota el interés de la empresa en garantizar para los géneros la igualdad de oportunidades al momento de querer ser miembro del Grupo.
Animamos a todas las Gerencias a que colaboren en la detección y postulación de mujeres con perfiles de alto potencial para que en un futuro puedan ocupar posiciones de liderazgo. Los salarios se definen en función del cargo, necesidades del perfil y puesto de trabajo, independientemente del género del colaborador.
Buscamos incrementar progresivamente el número de mujeres en toda la empresa, más allá de que la actividad sea tradicionalmente masculina. Si bien el porcentaje actual alcanza el 20% (*), la tendencia se ha ido incrementando año tras año.



*Estadística incluye sólo personal mensualizado.

BENEFICIOS A COLABORADORES

GRI LA3

Contamos con un programa de beneficios para los colaboradores en el que intervienen varias empresas de primer nivel en todo el país. El programa se renueva y actualiza mes a mes y se accede desde una página web flexible, que permite conectarse desde cualquier lugar y en cualquier momento y que da la posibilidad de que la familia del empleado pueda consultar los beneficios.
El espectro de beneficios puestos a disposición es muy amplio:

NUESTROS PRODUCTOS

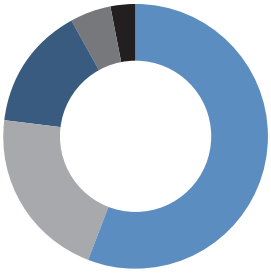
Descuentos para la compra, facilidad de servicios y obsequios, tales como:

- Vehículos 0km., vehículos de ocasión (usados de la flota interna).
- Facilidades de financiación con tasas preferenciales de Renault Credit y bonificaciones en cuotas para suscripciones a Plan Rombo.
- Repuestos y servicios en Renault Minuto
- Talleres en la red de Concesionarios
- Seguros en Courtage S.A.
- Estacionamiento sin cargo en el sitio de trabajo.
- Minibanco, Cajero Automático y Servicio de Comedor
- Asignación adicional de Guardería para empleados con hijos hasta 6 años.
- Descuentos y promociones en Tecnología, Viajes, Indumentaria, Idiomas, etc., con numerosas empresas de afinidad. También se incluyen entre los beneficios promociones en productos y artículos para el hogar, salud y bienestar, convenios con Universidades e Institutos tales como Universidad Siglo21, Alianza Francesa, Cultural Británica, entre otros.
- Ajuares por nacimiento de hijos, Kits Escolares para hijos entre 4 y 18 años, Canastas Navideñas, etc.
- Bonificación en las cuotas del Instituto Técnico Renault de Córdoba.

PERSONAL ADMINISTRATIVO

- Entre 1 y 10 años: 41%
- Entre 11 y 20 años: 28%
- Entre 21 y 30 años: 14%
- Más de 30 años: 7%
- Menos de 1 año: 10%

PERSONAL OPERARIO



- Entre 1 y 10 años: 56%
- Entre 11 y 20 años: 21%
- Entre 21 y 30 años: 15%
- Más de 30 años: 5%
- Menos de 1 año: 3%

Nota: En el folleto impreso que resume este Reporte, en la sección Desempeño Social, Nuestra Gente, debe decir:
"...en 2012 el 20 % de la dotación mensualizada total de Renault Argentina está compuesto por mujeres".

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

GRI LA7, LA 9

No existen empresas con gran rendimiento sin una fuerte motivación de sus colaboradores. La seguridad, las condiciones de trabajo y la salud del personal son elementos fundamentales de esta motivación.
La ergonomía y la seguridad forman parte de los valores de nuestra empresa. De allí se desprenden una serie de compromisos asumidos por el Grupo en materia de garantizar óptimas condiciones de trabajo para todos sus colaboradores.

NUESTROS VALORES RESPECTO A LAS CONDICIONES DE TRABAJO

- Optimizar la eficacia individual y colectiva mediante condiciones de trabajo motivadoras que favorezcan el rendimiento.
- Mejorar la seguridad y las condiciones de trabajo en el marco del progreso continuo.
- Asegurarse de que no se ejerza prioridad alguna en detrimento de integridad física, la salud y los derechos fundamentales del personal.
- Integrar sistemáticamente los criterios de salud, seguridad y condiciones de trabajo en las decisiones de creación o evolución de productos, procesos, implantaciones, organizaciones y tiempo de trabajo
- Respetar imperativamente las legislaciones nacionales y considerar las exigencias internacionales como una referencia absoluta del Grupo para proteger la integridad física, la salud y los derechos sociales fundamentales del personal.

EDUCACIÓN, PREVENCIÓN Y CONTROL DE ENFERMEDADES Y ACCIDENTES

Las personas que integran Renault Argentina, con su capacidad de iniciativa y creatividad, constituyen el principal valor de la empresa y por tanto sus óptimas condiciones de trabajo son un factor estratégico para mejorar los niveles de calidad y competitividad.
A partir del objetivo de promover la salud y garantizar la prevención de riesgos, se organizan diferentes programas educativos tendientes a:

- Responsabilizar individual y colectivamente
- Implicar al Management
- Optimizar la organización y el tiempo de trabajo
- Garantizar la seguridad de los equipos de trabajo
- Mejorar los espacios y el lugar de trabajo
- Gestionar las sustancias peligrosas
- Adaptar los puestos de trabajo
- Controlar los riesgos mayores
- Especificar las reglas a nivel internacional

TASA DE ACCIDENTES Y ENFERMEDADES PROFESIONALES

Desarrollamos los procedimientos necesarios para conformar un sistema de gestión de la prevención, orientado a la eficacia, que busca una tasa de siniestralidad de cero accidentes y de enfermedades profesionales, además de disponer de lugares de trabajos dignos y saludables, logrando la adhesión de los trabajadores en materia preventiva.
Buscamos eliminar, o en su defecto, minimizar la probabilidad de que se produzcan daños derivados del trabajo, no solamente por una obligación legal, sino también por razones éticas y económicas. Por ello, es necesario actuar sobre las causas de los accidentes, enfermedades profesionales y demás daños derivados del trabajo, incluyendo la gestión de la prevención de riesgos laborales, con la misma importancia que otros aspectos fundamentales de la empresa.
La tasa de accidentes de la Fábrica Santa Isabel está agrupada en 4 categorías, las cuales han tenido mejorías en 2012 respecto del año anterior.

La seguridad, las condiciones de trabajo y la salud del personal son elementos fundamentales de nuestra gestión diaria.

28%
Fue la disminución de la tasa mensual de pases a Servicio Médico (F0), sea cual fuera la gravedad, en el 2012, respecto del año anterior.

9%
Fue la disminución de la tasa de accidentes declarados (F1) que debieron recibir atención médica externa en el 2012, respecto del año anterior.

21%
Fue la disminución de la tasa de accidentes que provocan ausentismos (F2) en el 2012, respecto del año anterior.

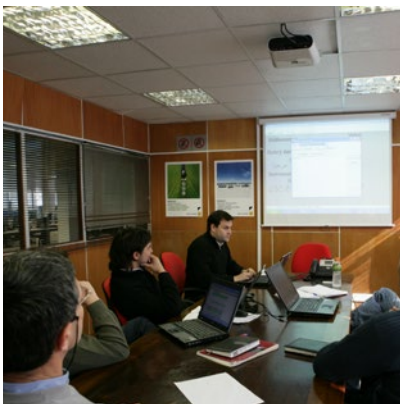
42%
Fue la disminución del indicador de gravedad de accidentes en función de los días de ausentismos (G1) en el 2012, respecto del año anterior.

FORMACIÓN Y DESARROLLO

FORMACIÓN

GRI LA10

A través de nuestros planes de formación, buscamos que los colaboradores puedan desarrollar sus conocimientos y competencias, como así también prepararlos para nuevas oportunidades de carrera que puedan generarse dentro de la empresa.



INDICADORES DE FORMACIÓN 2012

- 95% fue la tasa de acceso a la formación (cantidad de empleados que han recibido al menos una formación)
- 79.125 fue la cantidad total de horas de formación dictadas.
- 3,7 fue la nota promedio de las evaluaciones de satisfacción de formación, en una escala de 1 a 4.

FORMACIÓN	Horas	%
Metier + Integración	39.479	51%
Desarrollo Individual	32.043	40%
Informática	7.603	2%
Management	5.222	7%
Total Hs	**79.125**	

SITIO DE FORMACIÓN

A través de este nuevo espacio que se lanzó en septiembre de 2012, buscamos mantener informado al personal de todas las actividades que realizamos en este aspecto. La formación y el desarrollo profesional de los colaboradores es un aspecto fundamental para el crecimiento continuo de nuestra empresa.

En 2012 se formaron 390 managers, la totalidad de nuestros líderes de equipos.

En 2012 lanzamos el sitio de la Escuela de Fabricación, un espacio que permite elegir las formaciones apropiadas que más se adaptan al conjunto de los métiers en línea con los recorridos profesionales de la fabricación.
Adicionalmente, se organizan cursos de especialización y actualización de temas Financieros, Impositivos, Aduaneros, Legales y de Seguros; entre otros; que refuerzan los conocimientos metier ajustados a la legislación vigente y que, además, contribuyen a mejorar la performance individual.

DESARROLLO

GRI LA11, LA12

La evaluación del desempeño de los colaboradores se realiza todos los años a través de la herramienta de Entrevista Individual. Se aplica a todo el personal de Renault Argentina que se encuentra fuera de convenio. Esta instancia es una oportunidad de intercambio entre el colaborador y su jerarquía que permite fijar objetivos, analizar la performance, verificar su cumplimiento y detectar aspectos a mejorar para el desarrollo profesional de cada empleado. Tiene un impacto directo en la aplicación de los diferentes dispositivos de desarrollo profesional, remuneración y compensación.
La Entrevista Individual es obligatoria una vez al año para todos los empleados. A mitad de año se realiza la revisión de los objetivos sugeridos a efectos de redefinirlos en caso de ser necesario.
A partir de 2012, se incorporó a este proceso la herramienta Talent@Renault, en la cual cada colaborador podrá completar en formato digital el alcance de sus

resultados y consignar los desafíos para el año que comienza. Talent@Renault tiene como objetivo principal administrar de manera más eficiente y global los recursos humanos con un nuevo enfoque:

- Reglas claras y compartidas
- Evaluación más objetiva de la contribución individual al éxito de la empresa
- Fortalecer la relación entre el rendimiento y la compensación.

PROGRAMA DE IDEAS CONCRETAS DE PROGRESO (ICP)

Se trata de una herramienta que alienta a los colaboradores a realizar propuestas de mejora que permitan generar una superación concreta en los servicios y/o procesos de trabajo, tales como:

- Optimización de la seguridad, las condiciones de trabajo y el medio ambiente.
- Mayor satisfacción de los clientes en términos de calidad, costos y plazos.
- Mejora en el funcionamiento interno para incrementar la “Performance Global”.

El Programa ICP forma parte de las herramientas del Grupo Renault que permiten a los empleados participar en la mejora continua de nuestras actividades, independientemente que sea de un área de Producción o de Soporte.

1º PREMIO INTERNACIONAL	Marzo 2011 - Pintura. Marcelo Ferreyra, Juan Pablo Bertone y Marcos Abratte. Reducción de consumo de agua en el proceso de cataforesis.
2º PREMIO INTERNACIONAL	Abril 2011 - Pintura. Marcelo Ferreyra y Alberto Bordon. Optimización del sistema de conducción de pintura y solvente de la máquinade aplicación de Sealer.
PREMIO LOCAL	Mayo 2011 - Mantenimiento y Trabajos Nuevos. Angelina Sánchez, Agilización del tiempo de aviso ante una emergencia.
PREMIO LOCAL	Embutición. Humberto Daniele, Eduardo Celiz y Marcelo Tejeda. Reutilización de un disco en tres etapas de producción.

ENCUESTA DE CLIMA

GRI 4.16, 4.17

La Encuesta del Colaborador del Grupo Renault que se había realizado en los últimos años fue reemplazada en septiembre de 2012 por la encuesta Great Place to Work, una firma global de investigación, consultoría y formación que ayuda a las organizaciones a identificar, crear y sostener excelentes lugares para trabajar a través del desarrollo de culturas de confianza.

Cada año elabora y publica las listas de Las Mejores Empresas para Trabajar en cada uno de los países donde está presente, en base al estudio de clima organizacional más grande del mundo en el cual participan más de 5500 empresas y 2.5 millones de empleados.

CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL PERSONAL

GRI 4.16, 4.17

Actuar estratégicamente consiste en detenernos a pensar qué queremos transmitir, a quiénes, a través de qué medios y/o acciones, cuándo, dónde, con qué inversión, con qué resultados, y buscando cubrir las expectativas de nuestros colaboradores.

En los tiempos actuales es el personal el que resulta crítico y estratégico para asumir los retos empresariales y, por ende, queremos cuidarlo, respetarlo y mantenerlo al tanto de los cambios y novedades de manera planificada y ordenada. Fue a partir de allí que se desarrollaron diferentes canales para acercar novedades e información

al personal: Intranet; Newsletters; Mailings; Exposiciones, Cartelería, folletería y tarjetería; Encuestas y concursos; etc.
Algunos de los dispositivos de publicación se encuentran en permanente actualización con la información global y local, tanto enviada desde Casa Matriz como producida por el equipo de la Gerencia de Comunicación. Invitamos a todas las direcciones a sugerir contenidos que puedan ser de interés para los empleados.

- Módulos de comunicación Interna.
- Carteleras
- House-organ bimestral
- Sitio de Comuniación Interna (que incluye con BLOG con el presidente de la compañía, abierto a comentarios de los colaboradores)
- Comunicaciones internas vía mail
- Resumen de prensa diario vía mail
- Informes especiales sobre producto e industria en general
- Información con el desempeño mensual de la compañía en intranet
- Revista de publicación bimestral. A partir del 2013, se trata de la misma publicación para todos los empleados del grupo en el mundo, traducida al idioma de cada sitio y con el agregado de un "cahier" que permite además, el despliegue de la información específicamente local.
- Open Forums con el Presidente, donde se informa a todo el personal sobre la situación de la empresa en el mundo, la región y el país; y se explican los objetivos y el rumbo de la compañía.
- Despliegues, reuniones con el management donde se informa sobre temas específicos de la organización y se brindan herramientas a los mandos para desplegar, de ser necesario, ese mismo mensaje a sus equipos sobre la situación de la empresa en el mundo, la región y el país.
- KIT R'EFLEX, documento de actualización mensual, que se recibe de casa matriz, se traduce y adapta; y de ser necesario se incorpora información de interés local.
- La voz de Renault, formula la posición de la empresa sobre un tema específico y difunde mensajes estratégicos.
- Encuestas, realizamos mediciones periódicas que nos permiten evaluar las prácticas realizadas.

Nuestro objetivo a corto plazo es estar dentro de esta nómina privilegiada de "Las Mejores Empresas para Trabajar".

EVENTOS PARA EL PERSONAL Y SU FAMILIA

Periódicamente buscamos coordinar y organizar diferentes tipos de actividades y eventos para nuestro personal y su familia, como el tradicional campeonato de fútbol entre todos los colaboradores del Grupo, los festejos por el día de la madre y día del niño (Family Day), concursos, jornadas especiales, celebraciones, entre otros. Y por supuesto, compartir con ellos cada lanzamiento de nuevos productos.

DERECHOS HUMANOS

GRI DH

En todas las partes del mundo, el Grupo Renault se compromete a respetar y favorecer la promoción de las mujeres y de los hombres que trabajan en su empresa, fomentar un espíritu de libertad, garantizar la transparencia de la información, practicar la equidad y actuar conforme a las reglas establecidas por el código deontológico de Renault. Siempre en coherencia con el enfoque global de desarrollo sostenible, las normas de la Organización Internacional del Trabajo y los principios universales particularmente vinculados a los derechos humanos que constituyen el Pacto Mundial adoptado por iniciativa de las Naciones Unidas, al cual el Grupo Renault se adhirió el 26 de julio de 2001 y a nivel local el 26 de octubre de 2006.
En este ámbito, Renault, el Comité del Grupo RENAULT y la Federación Internacional de las organizaciones de trabajadores de la Metalurgia (FIOM), convencidos de que la

responsabilidad social es un factor de éxito a largo plazo para la empresa, presentan de mutuo acuerdo, los siguientes principios que se reconocen como fundamentales.

- Salud, seguridad y condiciones laborales
- Prohibición del trabajo infantil
- Prohibición del trabajo forzado
- Igualdad de oportunidades
- Empleo
- Derecho a la formación
- Duración del trabajo y derecho a vacaciones pagadas
- Remuneración
- Representación del personal
- Relaciones con los proveedores
- Puesta en práctica

Para acceder a nuestra “Declaración relativa a los Derechos Sociales Fundamentales del Grupo Renault”, AQUI

PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO

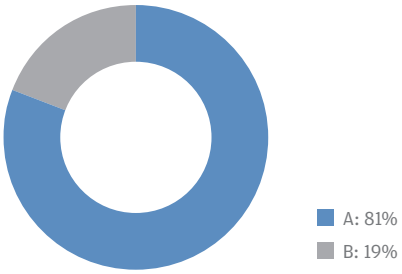
GRI DH1, DH5 - DH7

A partir del año 2008 comenzamos desde el Grupo Renault Argentina con un proceso de concientización a nuestra cadena de suministro en materia de desarrollo sustentable. El proceso comenzó con el envío al 100% de nuestros proveedores productivos y a los principales proveedores no productivos, de una invitación a firmar una carta compromiso donde se comprometen a respetar los principios descriptos en la Declaración de los Derechos Sociales Fundamentales del Grupo Renault. Adicionalmente la carta contiene información respecto de la adhesión del proveedor al Pacto Global de Naciones Unidas, o en su defecto, si no adhiere, su compromiso con el cumplimiento de los 10 principios. El 95% de los proveedores firmaron el compromiso.

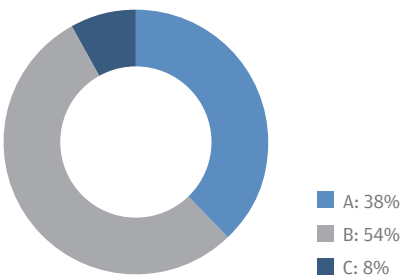
En el año 2010, el Grupo Renault, desarrolló una serie de directrices destinadas a sus proveedores de todo el mundo con el objeto de generar una conciencia de negocios ética, social y ambientalmente responsable en todos los niveles de su cadena de suministro. Estas guías fueron desplegadas en 7.614 proveedores del todo el mundo. Actualmente, todos los pedidos de Cotización, las condiciones Generales de Compra, el Compromiso Comercial, entre otros formularios exigidos para la contratación de proveedores, se hace referencia de manera explícita a la Declaración de los Derechos Sociales Fundamentales del Grupo Renault.

En todas las partes del mundo, el Grupo Renault se compromete a respetar y favorecer la promoción de las mujeres y de los hombres que trabajan en su empresa, fomentar un espíritu de libertad, garantizar la transparencia de la información, practicar la equidad y actuar conforme a las reglas establecidas por el código deontológico de Renault.

DERECHOS SOCIALES



MEDIO AMBIENTE



AUDITORÍA EN MATERIA DE DESARROLLO SUSTENTABLE A PROVEEDORES

GRI DH2, DH5 - DH7, DH10

Desde el año 2008 en Renault Argentina tenemos implementado un proceso de auditorías a proveedores en materia de Desarrollo Sostenible.

DERECHOS SOCIALES	MEDIO AMBIENTE
Trabajo menores	Contaminación en planta
Trabajo forzoso	Políticas ambientales /certificación ISO 14000
Seguridad de equipos y maquinas	Tratamiento de sustancias químicas
Información de HyS a empleados	Identificación de residuos
Conducción auto elevadores	Reciclado
Elementos protección personal	Certificación ISO 14000
Ruido	
Ventilación	
Luz	
Temperatura	
Equipos contra incendio	
Salidas de emergencia	
Información de accidentes	
Ergonomía	

Durante el año 2012 auditamos a 63 proveedores en materia de Desarrollo Sustentable. Los proveedores reciben una evaluación de A, B o C (de mejor a peor) en relación con su desempeño en estos aspectos. A Todos aquellos proveedores que obtienen una evaluación C, se les requiere un plan de acción de mejora.

ERRADICACIÓN TRABAJO INFANTIL Y TRABAJO FORZADO

GRI DH6, DH7

El cumplimiento de las normas de Seguridad e Higiene, la legislación laboral, la cual adhiere a la Declaración Universal de Derechos Humanos y a las convenciones de la OIT, la incorporación de cláusulas de RSE en los contratos con nuestros proveedores y los permanentes controles y auditorías que realizamos en nuestras instalaciones y proveedores, son los mecanismos que utilizamos en Renault Argentina para comprometernos con la erradicación del trabajo infantil y trabajo forzado.

En Renault Argentina creemos que el compromiso que asumimos en la defensa y protección de los Derechos Humanos, debe ser comunicado, interna y externamente, como así también comprometer a todos nuestros colaboradores y socios comerciales en apoyar este compromiso asumido.

En este camino es que solicitamos a nuestros proveedores, como condiciones generales de compra al momento de la cotización, la presentación de una declaración jurada, afirmando:

- el compromiso de tener una política de mejora continua en la prevención de riesgos ocupacionales.
- no poseer trabajo infantil, de acuerdo al Convenio 138 de la OIT
- no poseer trabajo forzoso u obligatorio, de acuerdo a los Convenios 29 y 105 de la OIT
- el compromiso de acompañar a Renault en el cumplimiento de la legislación relativa al tema.

SOCIEDAD

GRI SO

En Renault entendemos que el compromiso con la comunidad forma parte de un estilo de gestión que conlleva una mirada de largo plazo y apunta a promover el crecimiento. Por ello el trabajo de la compañía en general y de la Fundación Renault en particular, se apoya en los siguientes pilares fundamentales:

- El respeto por los derechos humanos y del trabajador
- La ética y la transparencia
- La lucha contra la pobreza y a favor de la inclusión social
- La defensa y el cuidado del medio ambiente
- La construcción de ciudadanía

Desde la Fundación Renault se canalizan diferentes programas que ponen el foco en la educación y el desarrollo comunitario. Las inversiones sociales y acciones, realizadas en conjunto con la Fundación Renault, coinciden con las competencias básicas de la organización y la estrategia de sostenibilidad del grupo en su conjunto. En el contexto de las operaciones se desarrollan acciones organizadas en los siguientes ejes de trabajo:

EDUCACIÓN	SALUD	MEDIO AMBIENTE	SEGURIDAD VIAL	COMUNIDAD
Formar el mejor técnico, dentro del mejor hombre. La fundación apoya al Instituto Técnico Renault.	Prevenir la desnutrición infantil es un objetivo central por el que se trabaja junto con otras ONGs.	Despertar conciencia sobre la ecología en los niños, sus familias y comunidad.	Desarrollos educativos y de concientización para transitar más seguros.	Programa de colaboración con diferentes asociaciones de bien público.

SEGURIDAD VIAL

GRI SO1, EC8

El gran objetivo de los programas educativos de Seguridad Vial de la Fundación Renault es movilizar a niños, jóvenes y maestros a reconocer los problemas y riesgos cotidianos de la circulación en las calles. En general se promueve la idea de encontrar soluciones en conjunto y la posibilidad de que cada actor pueda crear propuestas para reducir al máximo los peligros y las situaciones riesgosas de la circulación en las ciudades modernas.

NUESTROS PRINCIPALES PROGRAMAS,

- Seguridad y Movilidad para todos
- Tus ideas, tus iniciativas
- Para manejar más seguro. “Control Drive

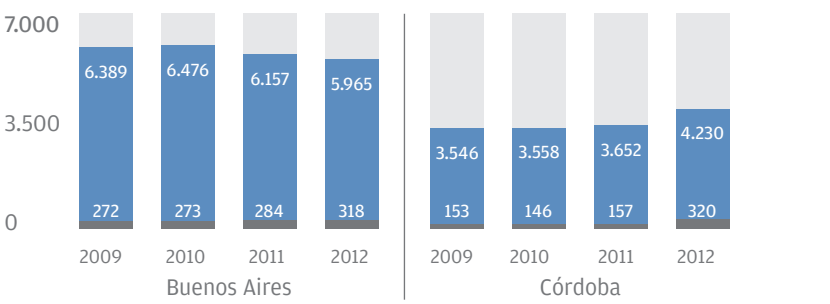
SEGURIDAD Y MOVILIDAD PARA TODOS

El programa se desarrolla en Argentina desde el año 2007. En año 2012 se actualiza incluyendo el concepto de Movilidad Sustentable, y el programa adquiere la temática de Seguridad Vial para Todos y Movilidad Sustentable para Todos. Se despliega en dos niveles: pequeños, niños de 7 - 8 años, y grandes, niños de 9 -11 años, de colegios públicos y privados de las ciudades de Buenos Aires y Córdoba. Se busca que los pequeños aprendan a detectar los peligros que los afectan como peatones, pasajeros o ciclistas en la vida cotidiana y a que se preparen para ser, en el futuro, conductores cívicos y responsables.

El concurso convoca a los chicos de los grados inscriptos a que reflexionen sobre lo que sucede en el trayecto de la casa a la escuela y a que realicen, como grupo, un dibujo y una frase con una propuesta para mejorar la seguridad vial y la movilidad sostenible en ese camino.
Todos los alumnos del grado ganador y su docente a cargo recibieron una bicicleta y la escuela recibe una computadora personal.

GANADORES	AÑO 2011	AÑO 2012
Buenos Aires	Esc. E.P:N. N° 22 Mariano Moreno 2° grado A	Colegio Pedro Ballester 2° grado C
Córdoba	Escuela Mahatma Gandhi 2° grado "A"	Colegio Juan María Gutiérrez 2° grado C

BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA



TUS IDEAS TUS INICIATIVAS

Renovando nuestro compromiso con la difusión y concientización sobre seguridad vial, Renault en conjunto con la Fundación Renault desarrolla un proyecto que apunta a un público donde la educación debe ser aún más inmediata: los adolescentes que se encuentran próximos a obtener su registro de conductor. De esto se trata Tus Ideas Tus Iniciativas programa que continua lo actuado por Precursores de un Nuevo Tránsito.
En correspondencia con los programas de nuestra casa matriz, a partir del 2012 Renault implementa en nuestro país el programa; "Tus Ideas tus Iniciativas". Este proyecto permite a los jóvenes entrar en acción y promover, de una manera creativa, la concientización sobre la importancia de la seguridad vial para lograr un entorno mejor.
Se trata de un proyecto educativo que invita a los jóvenes a:

- Reflexionar sobre los principales problemas que afectan a la seguridad vial y la movilidad sostenible "tus Ideas"
- Llevar a cabo una campaña de sensibilización en el centro escolar y/o el entorno local "tus Iniciativas".

Para ello trabaja en:

TUS IDEAS	TUS INICIATIVAS
Explora temas del proyecto	Pone en Marcha la Campaña en tu entorno
Diseña una campaña de concientización	La escuela, tu barrio, tu familia, etc.

10.000

chicos participantes en Argentina por año en el programa Seguridad y Movilidad para todos

SEGURIDAD Y MOVILIDAD PARA TODOS
RENAULT

TUS ideas TUS iniciativas
Acciones de seguridad vial para un entorno mejor

Para conocer más del proyecto
"Seguridad y Movilidad para todos"

El programa está dirigido a escuelas secundarias donde adolescentes de 15 y 17 años son protagonistas. De esta forma se los motiva a que ellos mismos asuman una actitud proactiva proponiendo soluciones a las problemáticas existentes tanto en su rol de futuros conductores, como en la difusión del mensaje de prevención a familiares y amigos. El cierre del evento se realizó en CESVI – Centro de Experimentación y Seguridad Vial, donde se presenció el estallido de un airbag y sus consecuencias.

PARA MANEJAR MÁS SEGURO. "CONTROL DRIVE"

Además de las iniciativas que lleva a cabo la Fundación, en el año 2010, desde Renault Argentina, lanzamos "Control Drive", un programa destinado a desarrollar estilos de conducción más seguros y de manejo preventivo. Este novedoso programa desarrollado por expertos con amplio conocimiento del tema, genera conductas para poder mantener el control del vehículo aún en condiciones adversas del camino. Los clientes que han participado de este programa en aprenden sobre posición correcta de manejo, seguridad activa, técnicas de frenado y maniobras para evitar choques, entre otros temas.

4.500

Más de 4.500 adolescentes de colegios de Capital Federal y de la provincia de Buenos Aires participaron desde el inicio del programa "Tus ideas, tus iniciativas".

El Grupo Renault respalda plenamente la Década de Acción para la Seguridad Vial 2011 – 2020, una iniciativa a escala mundial lanzada recientemente por Naciones Unidas

EDUCACIÓN

GRI SO1, EC8

INSTITUTO TÉCNICO RENAULT

Desde sus orígenes nuestra Fundación puso a la educación como el pilar fundamental a la hora de colaborar con el desarrollo y crecimiento del país. Por esto hace 50 años que promueve y fomenta la formación técnica y humana de adolescentes y jóvenes que, como egresados del Instituto Técnico Renault, se insertan satisfactoriamente en emprendimientos industriales de todo el país.

Desde que abrió sus puertas en el año 1962, nuestro Instituto Técnico Renault marcó el rumbo de la educación técnica no sólo en la provincia de Córdoba sino también a nivel Nacional. Su currícula contempla un nivel secundario de 7 años que otorga el título de Técnico Mecánico y un nivel terciario con el título de Técnico Superior en Motores, con cursada de 3 años.

Nuestro Instituto Técnico Renault cuenta con un promedio anual de más de 300 alumnos que cursan el nivel secundario, aproximadamente un 18% de los alumnos se encuentran becados, y otros 600 estudiantes regulares en los niveles terciarios y cursos de extensión.

En el año 2010 el Instituto firmó un Convenio con la Universidad Tecnológica Nacional – UTN-, por el cual ambas instituciones trabajarán en colaboración en materia de capacitación de recursos humanos, asesoramiento y servicio técnico, investigación aplicada y desarrollo tecnológico.

A partir del año 2011 hemos abierto la inscripción para mujeres y ya son 4 las alumnas que se están formando en la tecnicatura mecánica.

PLAN ROMBO EN LA UNIVERSIDAD

El programa "Plan Rombo en la Universidad" cerró su primera edición y entregó los premios a los ganadores del certamen.

Este programa busca que los estudiantes de Ciencias Económicas y Derecho apliquen los conocimientos vinculados a su carrera a un proyecto concreto relacionado con el mundo de los negocios y la vida cotidiana.

Los alumnos participantes tuvieron que crear un producto financiero nuevo, basado en el ahorro y especialmente destinado a los jóvenes que quieren acceder a su primer auto 0km.

Tres grupos de alumnos de las facultades de Economía de las universidades nacionales de La Matanza, La Plata y Moreno, resultaron los ganadores del Certamen "Plan Rombo en la Universidad".

El jurado estuvo integrado por representantes de cada universidad, directivos de la Fundación Renault y de Plan Rombo. Para seleccionar a los ganadores se tomaron en cuenta criterios de originalidad, factibilidad, ventajas comparativas, accesibilidad para los jóvenes y rentabilidad, entre otros

LOS GANADORES:

PRIMER PREMIO
Romina Merino y Bárbara Cornacchioli
Universidad Nacional de La Matanza con su proyecto Rombo VIP.

SEGUNDO PREMIO
Mariano Giménez
Universidad Nacional de La Plata

TERCER PREMIO
Carlos Coca
Universidad Nacional de Moreno

También se entregaron tres menciones especiales para grupos de estudiantes de las universidades nacionales de La Plata, San Martín y Lomas de Zamora.

MEDIO AMBIENTE

GRI SO1, EC8

EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA TODOS

Como emprendimiento industrial, en Renault Argentina tenemos el compromiso de realizar actividades que se puedan sostener en el tiempo y con una utilización racional de los recursos. Pero también creemos en la necesidad de aportar con la sensibilización y educación respecto del cuidado de nuestro entorno. Con esta motivación surge nuestro programa Educación Ambiental para todos.

Está comprobado que la infancia es la etapa de la vida donde con más fuerza nos encariñamos con todo aquello con lo que tenemos contacto. Y la naturaleza no es la excepción. Por eso, si un chico aprende que él mismo puede hacer pequeñas cosas que hagan que su lugar sea mejor, no sólo estaremos contribuyendo a mejorar su realidad particular, sino también preparándolo para que pueda influir sobre la realidad general cuando crezca. Así el programa busca formar, sensibilizar y concientizar a los niños acerca de los principios básicos de respeto al medio ambiente.

Educación Ambiental Para Todos es un programa donde compartimos información acerca de Agua, Biodiversidad, Energía, Consumo y Basura.

Cada uno de los alumnos de las escuelas seleccionadas recibe un kit completo de materiales didácticos y manuales especialmente desarrollados por especialistas para este proyecto. Se trata de un manual de alumnos, otro de docentes y una guía para padres que constituyen bibliografía inédita fundamental para el trabajo en el aula y con la comunidad educativa en general.

Los docentes a cargo del programa desarrollan los contenidos propuestos y logran reflexionar en clase sobre la temática ambiental. Una vez finalizada esta etapa, los chicos y sus docentes participan de un concurso de “Campañas de bien público” que promueven el mensaje de cuidado y respeto por el ambiente.

Tanto los autores de los trabajos ganadores como sus respectivos docentes, reciben como premio una cámara digital y la escuela a la que pertenecen recibe una computadora.

Para conocer más del Instituto Técnico Renault

PROYECTOS GANADORES EN 2011.

CAMPAÑAS DE BIEN PÚBLICO EN FORMATO VIDEO

- Escuela Pablo Pizurno – 6to grado A, Buenos Aires
-Escuela Manuel Pizarro - 6to grado A, Córdoba.

PROYECTOS GANADORES EN 2012.

CAMPAÑAS DE BIEN PÚBLICO EN FORMATO VIDEO

-Colegio Evaristo Carriego – 6to grado A, Buenos Aires
-Colegio Provincia de Formosa - 6to grado A, Córdoba.

ECO CONDUCCIÓN

"Eco Conducción" es nuestro programa de conducción sustentable. Se realiza en conjunto con la red de concesionarios de todo el país y, tanto la parte teórica como la prueba de manejo, es de participación absolutamente gratuita.

¿Qué significa ser un Eco Conductor?

Tener una conducta de manejo que reduzca el consumo de combustible y las emisiones de CO2. Usar y mantener el vehículo en su mayor estado de eficiencia. Elegir el auto más eficiente, aquel que se ajusta a las necesidades de cada cliente en particular.

¿Qué logra un Eco Conductor?

Ahorrar energía y dinero. Limita la polución y las emisiones de CO2 que provocan el efecto invernadero, además de mejorar la seguridad de todos.
En 2011 al programa de eco conducción se le adicionó su costado solidario por lo ocurrido en Villa la Angostura. Renault y su Fundación donaron 10.000 litros de agua mineral destinados a la población víctima de la ceniza del volcán Puyehue. En este año, durante 20 días, en cinco concesionarios, más de 300 participantes se informaron sobre los contenidos del programa.
En 2012 el Eco tour Solidario inició el recorrido hacia el norte de la Argentina, en esta oportunidad, los concesionarios de Rosario, Córdoba y Mendoza recibieron a los instructores de Renault, quienes brindaron cursos gratuitos para que los interesados incorporen normas de eco-conducción en su vida al volante. En esta oportunidad se brindaron cursos de 25/ 30 personas en cinco puntos de las ciudades mencionadas. En total participaron aproximadamente 250 personas en el 2012.
CONIN, la cooperativa para la prevención de la desnutrición infantil, fue la designada para la asistencia y en esta oportunidad la Fundación Renault donó más de 5.000 litros de leche.

EL DÍA, LA SEMANA Y EL MES DEL MEDIO AMBIENTE

Todos los años en Renault destinamos una fecha especial para generar conciencia sobre el cuidado del entorno. En coincidencia con el Día, la semana y el mes del Medio Ambiente, se generan diferentes y variadas actividades para todos los colaboradores de la empresa.
En el 2011 mantuvimos el espíritu de esta temática y se participó del festejo del día mundial del medio ambiente convocando a clientes, empleados, proveedores; periodistas a participar de un día de concientización en información de conductas responsables trabajando sobre la importancia de nuestra huella de carbono, ofreciendo información amplia y explicativa del programa en un tríptico al público en general en el parque Teimaikén.

6.000

Más de 6.000 chicos participan del programa Educación Ambiental para todos cada año.

Proyectos ganadores en 2012

Para conocer más del programa "Educación ambiental para todos"

Adicionalmente durante el año 2012 realizamos varias acciones con el propósito de continuar generando conciencia acerca de los temas de medio ambiente entre nuestros principales grupos de interés.

COMUNICACIÓN DE VALORES AMBIENTALES

Individuales temáticos, folletos informativos y una trivia con sorteo

ECO-VIDEOS

Servicio de alquiler de videos sobre temas ambientales (todo el mes de junio)

CHARLA

La huerta orgánica en casa y balcones"

ECO-JARDÍN

En el hall de entrada de Oro durante el mes de junio

PROGRAMA CON FUNDACIÓN GARRAHAN

Desde el año 2002 en Renault Argentina estamos participando del programa de reciclado de papel que desarrolla la Fundación Garrahan.

De esta forma estamos contribuyendo a:

- Obtener recursos económicos para apoyar el desarrollo integral del Hospital Garrahan.
- Contribuir a la protección del medio ambiente.
- Estructurar un proyecto solidario donde la sociedad civil participa como protagonista fundamental.
- Alentar la formación de alianzas estratégicas entre las instituciones y empresas de los diversos sectores de nuestra sociedad.

La eco-conducción genera entre un 5% y un 20% de disminución de consumo de combustible.

SALUD

GRI SO1, EC8

En la Fundación Renault hemos definido como aliado para trabajar en este eje a CONIN, la Cooperadora para la Nutrición Infantil, que desarrolló un método de trabajo sostenido y efectivo en las zonas del país que más lo necesitan. Así, construir y equipar Centros de Prevención de la Desnutrición Infantil, se ha convertido en un potente motor que impulsa a la Fundación Renault cada año.

El programa de CONIN se enfoca en la rehabilitación y prevención de la desnutrición infantil desde cuatro ámbitos profesionales: pediatría, nutrición, estimulación temprana y trabajo social. Trabaja tanto con el niño como con su madre, convirtiéndola en el principal agente educativo de su hijo. Algo vital para que el niño crezca sano y saludable como así también para que no recaiga.

Los fondos y recursos que nuestra Fundación aporta al programa se destinan íntegramente a la construcción y apertura de nuevos Centros CONIN en las zonas donde más se necesiten.

Los dos últimos centros construidos con el aporte de la Fundación Renault son el Centro Barrio Molina Punta en el asentamiento de Punta Taitalo en la capital de Corrientes, y el de Centro CONIN Pilar en el Barrio Toro de la localidad de Derqui en Pilar, provincia de Buenos Aires. Ambos Centros atienden especialmente a chicos de entre 0 y 5 años de edad y cuentan con consultorios, sala de espera, cocina, comedor, jardín, patio de juegos, sanitarios y área administrativa. Su staff está compuesto por trabajadores sociales, pediatras, nutricionistas, estimuladores, líderes comunitarios y personal administrativo.

UN COMPROMISO QUE SE RENUEVA TRAS 10 AÑOS ININTERRUMPIDOS DE TRABAJO CONJUNTO

En 2012 la Fundación Renault Argentina cumplió 10 años de colaboración con CONIN, por este motivo y cómo símbolo de la renovación del compromiso asumido en 2002, donó una Kangoo furgón 5 asientos, que se utilizará para el traslado de pacientes, profesionales e insumos necesarios para el funcionamiento de los Centros de Prevención de la Desnutrición y el Hospital que esta institución tiene en la provincia de Mendoza.
Para nosotros es muy importante el apoyo que nos da Renault Argentina, más tratándose de una empresa multinacional, cuyos funcionarios conocen el mundo, lo recorren y entienden los problemas, porque los ven.
En este caso la RSE no es declamada, es real: en 10 años, la compañía y su Fundación mantuvieron la política que se trazó al principio de este acuerdo de colaboración, por el que ya contamos con 9 Centros de Prevención.
En 2012 nos donaron un vehículo utilitario para nuestro Centro de Mendoza y así renovaron el compromiso de seguir trabajando juntos. Esto es un premio para nuestra gestión que agradecemos con el corazón tanto al Presidente de la compañía y de la Fundación Renault, como a todo su equipo.

DR. ABEL ALBINO,
Fundación Conin.

Para conocer más de la Fundación Conin

COMUNIDAD

GRI SO1, EC8

En conjunto con la acción estratégica de Renault Argentina de ser sponsor oficial de la Selección Argentina de Rugby, Los Pumas, se organizó un programa solidario en conjunto con la Fundación Renault.
El proyecto solidario comenzó en el encuentro de Los Pumas contra los All Blacks, en La Plata el 29 de septiembre pasado. Allí, Renault le bajó 1.000 pesos al precio del auto por cada tackle que hizo nuestra selección.
Luego comenzó una subasta on-line, a través de Mercadolibre.com quien se sumó a la acción solidaria donando sus costos operativos y de uso de su plataforma para permitir la subasta del Duster con su reconocido respaldo en compras on-line.
Para cerrar la acción solidaria, a través de la Fundación Renault, nuestra compañía donó el dinero recibido por este vehículo, 100.475 pesos, a la Fundación Botines Solidarios.
Con el total recibido, Botines Solidarios podrá sumar en 2013, 50 nuevos chicos a su programa "Formando un Equipo". Este plan busca incentivar a los jóvenes a ser agentes de cambio en su comunidad a través de los valores esenciales que transmite el rugby.

Para conocer más de la Fundación Botines Solidarios

"Con el aporte realizado por la Fundación Renault logramos profundizar el trabajo de campo consolidando nuestros programas. Pudimos sostener las actividades en las 6 comunidades donde trabajamos, sin necesidad de interrumpir en el verano, lo que fortaleció los vínculos entre los participantes de cada programa. También pudimos destinar recursos a mejorar nuestra estructura de capacitación tanto hacia los participantes como a quienes trabajan para la Fundación. Dado que pudimos dedicar tiempo a la investigación, estamos listos para presentar un plan Integral de Fortalecimiento de Clubes de Rugby Social, lo que beneficiaría a miles de jóvenes que hoy en día practican el deporte en forma muy precaria",

IGNACIO CORLETO,
Presidente de Botines Solidarios.

RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS

COMPROMETIDOS DE PRINCIPIO A FIN

GRI 4.11, RP, RP1

El impacto sobre el entorno que provoca cualquier producto industrial va mucho más allá de cuánta energía consume. Se estima que el 80% de los impactos ambientales podría evitarse en su etapa de concepción. Por eso, en Renault contemplamos todas las etapas del ciclo de vida de un auto cuando define acciones estratégicas para el cuidado del medio ambiente.

En Renault contemplamos todas las etapas del ciclo de vida de un auto cuando se definen acciones estratégicas para el cuidado del medio ambiente.

DISEÑO

Desde la elección de las materias primas hasta el análisis de los recursos naturales necesarios, Renault pone en práctica la eco-concepción. El 5% de las partes plásticas son recicladas

FABRICACIÓN

La fase de producción se basa en procesos industriales que integran la protección del medio ambiente, tanto en Renault como en sus proveedores. Estos procedimientos deben cumplir con estándares internacionales, como la norma ISO 14000.

DISTRIBUCIÓN

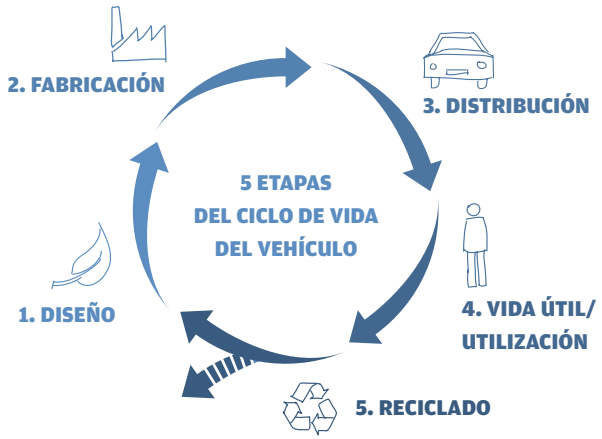
Desde la salida de la fábrica hasta que llega al cliente, la Red Renault optimiza al máximo el despacho de vehículos

UTILIZACIÓN

El uso es la etapa más larga del ciclo de vida de un auto. Y es el momento en que el usuario puede volverse un actor activo poniendo en práctica la eco-conducción.

FIN DE VIDA

Al final de la vida útil de un vehículo, los distintos componentes se desarman y algunos pueden reciclarse para nuevos usos. El 95% de la masa de un Renault puede reusarse, con el consiguiente ahorro de materias primas y recursos.



EL SERVICIO RELACIÓN CLIENTE

GRI RP5, 4.16, 4.17

Nuestro equipo del Servicio Relación Cliente es el encargado de brindar soluciones satisfactorias para los usuarios de Renault. Como área responsable del contacto con el cliente por un lado, atiende las solicitudes que llegan por teléfono, correo electrónico o carta, ya sean consultas o reclamos y recibe más de 6.000 contactos por mes y por otro lado, realiza las Encuestas de Calidad de Servicio y Ventas para conocer el nivel de satisfacción del cliente durante el proceso de compra o reparación de su vehículo.

Nuestra Política Relación Cliente tiene 3 ejes de desarrollo:

- Facilitar el acceso a la marca: ofrecer la posibilidad de un contacto directo y multicanal interactuando con la Red comercial Renault.
- Conocer y Reconocer al Cliente en todo punto de contacto.
- Asegurar la continuidad de la Relación con el Cliente y construir una línea de contacto personalizada y diferenciada

Su principal objetivo es la satisfacción y fidelización del cliente a la marca. Para poder llevarlo a cabo debemos cumplir con objetivos relacionados con la prestación del servicio, tales como de la cantidad de contactos atendidos sobre los llamados realizados, el porcentaje de respuesta inmediata y otros objetivos como amabilidad, satisfacción con la respuesta o el tiempo de atención.

Para las encuestas de calidad se contactan a 4000 clientes que compraron un Renault y a 16.000 clientes de Post Venta por año.

CONSULTAS (FRONT OFFICE)	RECLAMOS (BACK OFFICE)	ENCUESTAS
• Se reciben por teléfono, e-mail o correo postal. • El 84% es resuelto en forma inmediata. • De los clientes que llaman, el 80%está totalmente satisfecho con la respuesta recibida	• Se atienden 1.100 clientes por mes. • Están referidos principalmente a cuestiones vinculadas a producto, comerciales y servicio. • El plazo medio para resolver un reclamo es de 3,5 días	• Se realizan encuestas internas y externas para medir el nivel de satisfacción con la venta, el servicio y el producto. • Se contactan más de 26.000 clientes que hayan comprado un Renault o hayan visitado un taller de la red de concesionarios

ENCUESTA DE CALIDAD

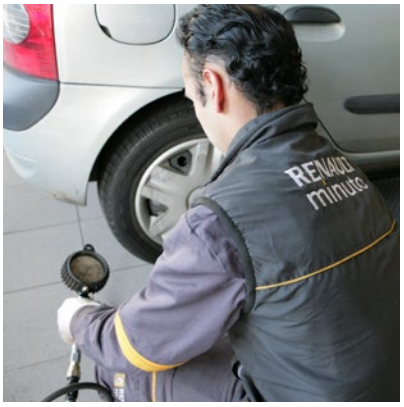
A través de la encuesta de calidad contactamos telefónicamente y de manera aleatoria, aproximadamente a 4000 clientes que compraron un Renault y 16.000 clientes de Post Venta por año. Esta encuesta es la fuente de información para los procesos internos de mejora en la atención, y uno de los pilares para verificar el cumplimiento de los estándares de atención, con el fin de homogeneizar la experiencia de los clientes: la misma atención siempre, en todos los lugares, todo el tiempo.

RESULTADOS EN CALIDAD DE VENTAS:
Clientes que recomiendan con seguridad al concesionario

AÑO	RESULTADO
2009	86,4%
2010	87,8%
2011	89,1%
2012	90,7%

RESULTADOS EN CALIDAD DE SERVICIO:
Clientes que recomiendan con seguridad al concesionario

AÑO	RESULTADO
2009	79,7%
2010	81,3%
2011	84,3%
2012	86,0%



PLAN DE SATISFACCIÓN CLIENTE

Con el objetivo de "satisfacer y ser reconocido", implementamos el Plan Satisfacción Cliente (PSC) que busca mejorar la calidad percibida, tanto por los públicos externos como internos. El Plan de Satisfacción Cliente se apoya en dos pilares que se dividen a su vez en cinco ejes o acciones básicas:

SATISFACER Y SER RECONOCIDO

GARANTIZAR
Que nuestros clientes se vean beneficiados por todos nuestros progresos en materia de calidad.

↓

MANTENER EL RUMBO Y AMPLIFICAR

DURAR
Satisfacer a nuestros clientes a través de productos fiables a lo largo del tiempo.

↓

PERMANECER Y PERENNIZAR LA MARCA

SERVICIO
Asegurar la tranquilidad de los clientes en toda circunstancia.

↓

ASEGURAR LA TRANQUILIDAD

TOP 3
Calidad producto + servicio

MOVILIZAR
Hacer de nuestros colaboradores los 1º embajadores de la calidad de nuestras marcas.

↓

SER LOS 1º EMBAJADORES

ESCUCHAR
Comprender lo que significa la satisfacción y la imagen de calidad para el público.

↓

CONVENCER AL PÚBLICO

TOP 3
Imagen Calidad

PLAN PROMESA CLIENTE

Como resultado de un proceso de mejora de la relación con sus clientes, Renault Argentina lanzó su plan Promesa Cliente. Se trata de 7 compromisos que asumió la compañía y su Red de Concesionarios que muestran el nivel de excelencia alcanzado en los últimos años y garantizan los más altos estándares de calidad en cuanto a productos y servicios en todo el país.

Atender cada vez mejor a sus clientes, tener en cuenta sus expectativas, cumplirlas y superarlas, son los grandes objetivos que se traducen en los 7 compromisos del nuevo plan Promesa Cliente.

- Responder a sus consultas efectuadas vía Internet en menos de un día hábil.
- Proponer un test drive de un vehículo de nuestra flota de demostración.
- Restituir su vehículo, luego de una intervención de servicio, a la hora y al precio convenidos
- Bonificar íntegramente toda intervención de servicio efectuada sin su aprobación.
- Garantizar por 12 meses toda intervención realizada a su cargo en nuestros puntos de servicio (repuestos y mano de obra incluidos).
- Recompensar su fidelidad haciéndole gozar de ventajas privilegiadas en “Mi Renault”.
- Garantizar un precio de servicio de mantenimiento competitivo y homogéneo en todo el país.

PROMOTORES DE LA EXCELENCIA

Nuestro Instituto Renault Buenos Aires es el centro neurálgico de la transmisión de conocimiento.

En Renault, la excelencia es un objetivo constante. Nuestros productos y servicios y nuestra gente buscan el liderazgo en cada lanzamiento, en cada venta, en cada reparación. La base de esa búsqueda es el saber.

Durante el año 2012 el IRBA realizó una formación piloto con la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) dirigida a los gerentes generales de los concesionarios, sobre el tema “Gestión Presupuestaria”. Principalmente se trabajó sobre la generación de un presupuesto, y en los análisis previos y posteriores al mismo, dando respuesta a la necesidad de planificación y estudio de las variables que actúan sobre la actividad comercial y que se reflejan en un presupuesto.

La encuesta de calidad de formación realizada con los concesionarios arrojó un resultado de 95% de percepción de calidad.

FORMACIÓN

En el Instituto se desarrollan formaciones Técnicas, Comerciales y de temáticas específicas ligadas a determinados proyectos. Estas formaciones surgen de los programas que fueron concebidos en la Academia Renault y adaptados por el Instituto para toda nuestra red de concesionarios e importadores, y de acuerdo a las necesidades y perfiles de su población.

Durante el año 2012 se formaron aproximadamente a 2.025 personas, con un total de 35.035 horas de formación.

AÑO	CANTIDAD COLABORADORES	HORAS DE FORMACION
2012	2.025	35.035 HS
2011	3.673	66.002 HS
2010	3.196	36.120 HS
2009	1.251	31.489 HS

Nuestro Instituto Renault Buenos Aires es responsable de generar y distribuir conocimientos técnicos y comerciales a toda la población de la Red de Concesionarios, propia y privada. Además de nuestro país, también se ocupa de la formación de países importadores de productos nacionales, como Uruguay, Paraguay, Bolivia, Perú y Chile.

FORMACIÓN	PARTICIPANTES	HORAS	
Especial	720	5.320	15%
Técnicas	460	17.171	49%
Comerciales	303	4.936	14%
Servicio	307	5.153	15%
Externas	235	2.455	7%
TOTAL	**2.025**	**35.035**	

Desde su creación acumula importantes conquistas, la última de ellas, la certificación como Centro de Formación Internacional ante Renault Academy (Academia de Formación Renault Francia) para la Región América.

Durante 2012 se desplegó una actividad de formación de carrocería in situ, la misma acompañó un plan de visitas a los concesionarios que explotan la actividad carrocería para la realización de una verificación en terreno de la situación de estos talleres, detectando las necesidades y asesorando técnicamente a sus responsables. Se visitaron 20 concesionarios, participaron 150 personas y se desarrollaron 2.100 hs/form.

ASPECTOS EVALUADOS	EVALUACIÓN
Impresión general del curso	95%
Aporte al ámbito profesional	91%
Objetivos alcanzados	96%
Duración del curso	98%
Programa y métodos	85%
Ejercicios prácticos	93%
Utilización de las herramientas	97%
Competencia y profesionalismo	96%
Organización	97%
Recomendación del curso	98%

2025
Participantes Encuestados

95%
Percepción del curso

92%
Nivel de satisfacción

TABLA INDICADORES DEL GRI

TABLA INDICADORES DEL GRI

GRI 3.12

El Reporte ha sido elaborado bajo los lineamientos del Global Reporting Initiative[8], Nivel de Aplicación B, y en los principios del Pacto Global de Naciones Unidas.
La adopción de los lineamientos del GRI implica que las organizaciones realicen una autocalificación del nivel de aplicación, el cual indicará a sus usuarios en qué medida se han aplicado los indicadores de la Guía G3.1 y en que instancia del proceso de comunicación se encuentra la organización.
El GRI recomienda que las organizaciones incluyan en sus Reportes de Sustentabilidad la Tabla de Nivel de Aplicación, para proporcionar a los lectores los elementos necesarios para entender cuáles son los requisitos de indicadores para los diferentes niveles de aplicación.

CONTENIDOS BÁSICOS

NIVEL DE APLICACIÓN DE LA MEMORIA	C	C+	B	B+	A	A+
PRODUCTO Información sobre el perfil según la G3.	Informa sobre: 1.1, 2.1-2.10, 3.1-3.8, 3.10-3.12, 4.1-4.4, 4.14-4.15	Verificación Externa de la Memoria	Informa sobre todos los criterios enumerados en el Nivel C además de: 1.2, 3.9, 3.13, 4.5-4.13, 4.16-4.17	Verificación Externa de la Memoria	Los mismos requisitos que para el Nivel B	Verificación Externa de la Memoria
PRODUCTO Información sobre el enfoque de gestión según la G3.	No es necesario		Información sobre el enfoque de gestión para cada categoría de indicador		Información sobre el enfoque de la Dirección para cada Categoría de indicador	
PRODUCTO Información de desempeño según la G3 & Indicadores de desempeño de los suplementos vectoriales.	Informa sobre un mínimo de 10 indicadores de desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental		Información sobre un mínimo de 20 indicadores de desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre productos		Informa sobre cada indicador central G3 y sobre los indicadores de los Suplementos sectoriales, de conformidad con el principio de materialidad ya sea a) informando sobre el indicador o b) explicando el motivo de su omisión	

[8] www.globalreporting.org

	INDICADORES GRI	PGNU - PRINCIPIOS	PAG INDICADORES GRI
	ESTRATEGIA Y PERFIL		
	ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia	Declaracion de apoyo continuo	5
1.2	de la sostenibilidad para la organización y su estrategia. Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	Declaracion de apoyo continuo	5, 9
	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1	Nombre de la organización		11
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.		16
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).		7, 14
2.4	Localización de la sede principal de la organización.		11
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en el reporte.		7
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.		14
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).		16, 29
2.8	Dimensiones de la organización informante.		11
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por el reporte en el tamaño, estructura y propiedad de la organización		19
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.		18
	PÁRAMETROS DE LA MEMORIA		
	PERFIL DE LA MEMORIA		
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en el reporte.		19
3.2	Fecha del reporte anterior más reciente.		19
3.3	Ciclo de presentación del reporte, anual, bienal, etc.		19
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.		19
	ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5	Proceso de definición del contenido del reporte.		20
3.6	Cobertura del reporte.		19
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del reporte.		19
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.		19
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información del reporte.		19
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a reportes anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).		19
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el reporte.		19
	ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI		
3.12	Tabla que indica la localización de las Contenidos básicos en el reporte.		66
	VERIFICACIÓN		
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa del reporte. Si no se incluye el informe de verificación en el reporte de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.		19
	GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
	GOBIERNO		
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.		23
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.		23
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número y el sexo de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.		23
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.		23
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental)"		23
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.		23,24
4.7	Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad. "		23
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.		23,24
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.		23

INDICADORES GRI		PGNU - PRINCIPIOS	PAG INDICADORES GRI
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.		23
	COMPROMISO CON INICIATIVAS EXTERNAS		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Principio Nº 7	24, 61
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.		26
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.		26
	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.		26
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.		26
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.		26, 30, 50, 62
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.		26, 30, 50, 62
	INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICOS		
E	Enfoque de Gestión	Principio Nº 1, 4, 6 y 7	29
	DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Principio Nº 7	29
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.		-
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.		-
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.		30
	PRESENCIA EN EL MERCADO		
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglozado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Principio Nº 1	46
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		30
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Principio Nº 6	-
	IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS		
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.		29, 54 - 60
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.		-
	AMBIENTALES		
AM	Enfoque de Gestión	Principio Nº 7, 8 y 9	35
	MATERIALES		
AM1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Principio Nº 8	-
AM2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Principio Nº 8 y 9	-
	ENERGÍA		
AM3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Principio Nº 8	37
AM4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Principio Nº 8	37
AM5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Principio Nº 8 y 9	37
AM6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	Principio Nº 8 y 9	-
AM7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Principio Nº 8 y 9	-
	AGUA		
AM8	Captación total de agua por fuentes.	Principio Nº 8	36
AM9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Principio Nº 8	36
AM10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Principio Nº 8 y 9	36
	BIODIVERSIDAD		
AM11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Principio Nº 8	-
AM12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	Principio Nº 8	-
AM13	Hábitats protegidos o restaurados.	Principio Nº 8	-
AM14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Principio Nº 8	-
AM15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	Principio Nº 8	-
	EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		
AM16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Principio Nº 8	38
AM17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Principio Nº 8	
AM18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Principio Nº 7, 8 y 9	38, 42
AM19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Principio Nº 8	
AM20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Principio Nº 8	42

INDICADORES GRI		PGNU - PRINCIPIOS	PAG INDICADORES GRI
AM21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Principio Nº 8	42
AM22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Principio Nº 8	38
AM23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Principio Nº 8	-
AM24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Principio Nº 8	-
AM25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	Principio Nº 8	-
	PRODUCTOS Y SERVICIOS		
AM26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Principio Nº 7, 8 y 9	41
AM27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	Principio Nº 8 y 9	-
	CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
AM28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Principio Nº 8	-
	TRANSPORTE		
AM29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Principio Nº 8	38
	GENERAL		
AM30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Principio Nº 7, 8 y 9	-
	SOCIALES		
	PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO		
LA	Enfoque de Gestión	Principio Nº 1, 3 y 6	45
	EMPLEO		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.		45 - 47
LA2	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Principio Nº 6	45
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.		47
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	Principio Nº 6	-
	RELACIÓN EMPRESA TRABAJADORES		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Principio Nº 1 y 3	45
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.		45
	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	Principio Nº 1	-
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	Principio Nº 1	48
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.		-
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.		48
	FORMACIÓN Y EDUCACIÓN		
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.		49
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.		49
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.		49
	DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDAD		
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Principio Nº 1 y 6	47
	IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES		
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Principio Nº 1 y 6	45
	DERECHOS HUMANOS		
DH	Enfoque de Gestión	Principio Nº 1, 2, 3, 4, 5 y 6	51
	PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO		
DH1	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Principio Nº 1, 2, 3, 4, 5 y 6	52
DH2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Principio Nº 1, 2, 3, 4, 5 y 6	53
DH3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Principio Nº 1, 2, 3, 4, 5 y 6	-
	NO DISCRIMINACIÓN		
DH4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Principio Nº 1, 2 y 6	-
	LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
DH5	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Principio Nº 1, 2 y 3	52
	EXPLOTACIÓN INFANTIL		
DH6	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	Principio Nº 1, 2 y 5	53

INDICADORES GRI		PGNU - PRINCIPIOS	PAG INDICADORES GRI
	TRABAJOS FORZADOS		
DH7	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	Principio Nº 1, 2 y 4	53
	PRÁCTICAS DE SEGURIDAD		
DH8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Principio Nº 1 y 2	-
	DERECHOS DE LOS INDÍGENAS		
DH9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Principio Nº 1 y 2	-
	EVALUACIÓN		
DH10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	Principio Nº 1, 2, 3, 4, 5 y 6	53
DH11	MEDIDAS CORRECTIVAS Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	Principio Nº 1, 2, 3, 4, 5 y 6	-
	SOCIEDAD		
SO	Enfoque de Gestión	Principio Nº 10	54
	COMUNIDAD		
SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.		54-60
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.		-
SO10	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.		-
	CORRUPCIÓN		
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Principio Nº 10	24
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Principio Nº 10	-
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Principio Nº 10	-
	POLÍTICA PÚBLICA		
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”.	Principio Nº 10	24
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Principio Nº 10	24
	COMPARTAMIENTO POR COMPETENCIA DESLEAL		
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.		29
	CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.		-
	RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
RP	Enfoque de Gestión	Principio Nº 1 y 8	61
	SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
RP1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Principio Nº 1	61
	ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
RP2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Principio Nº 1	-
	COMUNICACIONES DE MARKETING		
RP3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Principio Nº 8	-
	CUMPLIMIENTO NORMATIVO	Principio Nº 8	-
RP4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		
RP5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.		62
RP6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.		-
RP7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		-
RP8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Principio Nº 1	-
RP9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.		

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD RENAULT ARGENTINA

MOVILIDAD SOSTENIBLE ACCESIBLE PARA TODOS

©2013 RENAULT ARGENTINA S.A.

Fray Justo Santa María de Oro 1744,
(C1414DBB), Ciudad Autónoma de Buenos Aires
CUIT: 30-50331781-4

CONTENIDOS
Renault Argentina

EDICIÓN Y COORDINACIÓN
Comunicación y RSE Renault Argentina

ASESORES EXTERNOS
AG Sustentable
www.agsustentable.com

COMUNICACIÓN VISUAL
Tholön Kunst

FOTOGRAFÍA
El Santuario - Mosy Obadia
Renault Argentina