

Clama

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2021



ÍNDICE

Carta de la Dirección	3
QUIENES SOMOS	4
Nuestra organización	4
Estrategia de Responsabilidad Social	6
GOBIERNO	7
Órgano de Gobierno	7
Código de ética y conducta	8
DESEMPEÑO AMBIENTAL	9
Política ambiental	9
Indicadores de desempeño ambiental	9
DESEMPEÑO SOCIAL – Prácticas laborales	11
Política de Recursos humanos	11
Indicadores de desempeño	11
DESEMPEÑO SOCIAL – COMUNIDAD	13
Política de Inversión social	13
DESEMPEÑO SOCIAL – CLIENTES Y PROVEEDORES	14
Impacto en proveedores	14
Salud y Seguridad de los clientes	15

En nombre de **CLAMA S. A.**, es un honor presentarle nuestro 1° Reporte de Sustentabilidad GRI “referenciado”

El mismo contempla el período 2021, con periodicidad anual, que ha sido elaborado con referencia a los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI).

Nuestro desempeño en materia de Sustentabilidad lo comenzaremos a reportar por primera vez en el año 2022, sobre datos 2021. El presente Reporte rinde cuentas de nuestro primer análisis para comprender nuestro estado de situación de la casa central ubicada en la Av. Francisco Beiro 3071 del periodo 2021, para comenzar a delinear la agenda y planes de acción de corto, mediano y largo plazo. No obstante, las performances comerciales y de calidad de servicio se reportará considerando la totalidad de locaciones de la empresa del mismo período.

En este sentido, ponemos de manifiesto nuestro interés en de desarrollar de negocios sustentables por medio de la utilización de todos los recursos disponibles en la empresa, en sintonía con los lineamientos de sustentabilidad definidos por **RENAULT ARGENTINA** (en adelante RASA) para un abordaje 360°.

Los temas materiales son GRI200, 300 y 400.

En línea con nuestra Estrategia de Sustentabilidad, adoptamos un enfoque multidimensional, para abarcar los temas materiales definidos por RASA. A partir de este reporte detectaremos fortalezas y debilidades que nos permitan construir el camino de la mejora continua.

Es así como les presentamos nuestro primer Reporte de Sostenibilidad GRI “Referenciado”. Este informe, tiene una frecuencia anual y abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2021. Se incluyen datos cuantitativos del año anterior con fines comparativos, con foco en nuestra casa central de av. Francisco Beiro 3071, CABA.

La Gerencia de **CLAMA SA** es el punto de contacto para las consultas o dudas acerca del informe o nuestra gestión acerca de Sustentabilidad, a continuación, una casilla de correo de contacto: contacto.cliente@clama.com.ar.

Los invito a leerlo para conocer en profundidad nuestro trabajo y las acciones que llevamos adelante para comenzar a pensar en la dirección de la creación de valor a partir del desarrollo de un negocio sustentable.

Por último, quiero agradecer a todos los colaboradores que trabajaron incansablemente y han demostrado su enorme compromiso con CLAMA SA, aun sorteando las circunstancias más complejas que hemos atravesado en los últimos tiempos.

¹ Fuente Reporte de Sostenibilidad Renault Argentina 2019-2020

La empresa está compuesta por la sociedad estructurada por el presidente Osvaldo Matich, que es precedida por sus hijos y sobrinos como directores del grupo.

Nuestra Familia comienza hace 60 años en el rubro automotor constituida por Pascual Matich con sus tres hijos y hoy continua la tercera generación, siendo su directorio de carácter exclusivamente familiar. Poseemos cuatro empresas

Clama S.A. Renault

Prana S.A. Toyota

Lenken S.A. Audi

Delta S.A. Propiedades

Nuestro desarrollo se basa en el concepto básico familiar, calidad de servicio y respeto comercial. El punto de partida se origina en una matricera y se acompañó esta actividad con la compra y venta de vehículos usados. Esta última actividad rápidamente se volvió rentable, y su crecimiento fue acompañado con la compra de un local exclusivo el 10 de noviembre de **1965**.

- En **1979** Clama decide ampliar sus fronteras y se convierte en concesionario oficial de Toyota y de Kawasaki.
- En **1983** en medio de una fuerte crisis económica, política y financiera, decidimos apostar por la marca a Renault, relación vigente y a la fecha.

- De **1995** a **1998** incorporamos las marcas Suzuki, Lada y Jawa
- De **1998** a **2001** incorporamos la marca Subaru.
- De **2001** a **2015** incorporamos la marca Nissan
- En **2010** se firma la concesión con Audi Argentina.
- En **2015** se firma la concesión con Toyota Argentina Sociedad Anónima

Visión: Ser referentes a nivel nacional de la marca **RENAULT**.

Misión: Aplicar nuestra cultura familiar de servicio al cliente, respeto comercial y pasión por la calidad, a la venta de vehículos y servicio de Post Venta.

Valores: Experiencia, Perseverancia, Unión, Trabajo en equipo, Honestidad, Largo Plazo

QUIENES SOMOS

Contenidos GRI: 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-40

Nuestra organización

Somos un concesionario oficial de RENAULT en ARGENTINA, CLAMA SA que lleva a cabo sus operaciones desde 1983. Comercializamos vehículos de pasajeros, utilitarios, suv's y pickup, para clientes finales o empresas. Estos productos se comercializan mediante canales específicos: ventas convencionales, planes de ahorro (destinadas a clientes finales) y ventas especiales (destinadas a empresas).

Como soporte de la estructura comercial, contamos con tres puntos de Servicio Post Venta, con distintos niveles de especialización, ofreciendo así, un porfolio completo de soluciones dirigido tanto a clientes particulares como profesionales, entre estos podemos citar: servicios de mantenimiento programados, mecánica en general, trenes motrices, chequeos computarizados, y actividad de carrocería con espacio, maquinaria y personal propio.

En lo que respecta al personal técnico, contamos con técnicos de amplia experiencia en la marca, permanente actualizados por RENAULT ARGENTINA SA en nuevas prácticas & tecnologías.

Por otro lado, proveemos a clientes mayoristas y minoristas repuestos y accesorios.



39 años ininterrumpidos Concesionario Oficial RENAULT.

CLAMA SA es una empresa de capitales 100% nacionales.



Presidente: Osvaldo Matich (74 años)

Dirección Ventas: Hernán Matich (50 años)

Experiencia en el puesto 32 años

Dirección Pos Venta: Alejandro Matich (44 años)

Ing. Mecánico, Experiencia en el puesto 20 años.

Dirección Administración: Valeria Matich (44 años)

Experiencia en el puesto 20 años

Dirección Sistemas: Claudio Matich (48 años)

Experiencia en el puesto 28 años.

PRODUCTOS

SERVICIOS

Vehículos nuevos y usados

Comercializamos todos los modelos de la marca RENAULT y ofrecemos usados garantizados.

Renault Minuto

Ofrecemos revisión, diagnóstico y presupuesto de la reparación sin turno previo, servicios de mantenimiento programado.

Repuestos y Accesorios

Vendemos repuestos originales tanto a clientes B2B y BTC. Todas las piezas cuentan con la garantía RENAULT.

Posventa

Ofrecemos servicios de carrocería propios, mantenimiento, reparaciones de mecánica general, soluciones o soluciones rápidas y fáciles para satisfacer las necesidades de clientes particulares o empresas.

Vehículos usados

Comercializamos vehículos usados, garantizados, que son sometidos a controles previos, su restauración y puesta a punto previo a la venta.

Plan Rombo

Brindamos la posibilidad de obtener un 0Km mediante el sistema de ahorro previo.

Soluciones de Seguros

Comercializamos una amplia variedad de soluciones en este mercado.

Servicios Financieros

Ofrecemos líneas de créditos directos de RENAULT para la adquisición de vehículos 0km, usados, accesorios y planes de mantenimiento



Nuestra casa central se encuentra ubicada en la Av. Francisco Beiro 3071, en el barrio de Agronomía de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Nuestras actividades se realizan en 6 ubicaciones geográficas en CABA, tres de las cuales se encuentran en el barrio de Villa Devoto, dos en Agronomía, una en el barrio de Coghlan.



Las mismas se componen de 4 showroom de ventas, 3 áreas de Servicios, 1 centro de almacenamiento, preparación y entrega de vehículos nuevos.

En este primer reporte nos referiremos solamente a nuestra casa central ubicada en Av. Francisco Beiro 3071. En esta última se concentra áreas de ventas, administración de ventas, recepción, alistamiento y entrega de vehículo usados, taller mecánico, área de lavado, almacén de repuestos, ventas de repuesto y accesorios, recepción de vehículos para service, mecánica o carrocería, áreas de test drive, áreas de aparcamiento destinadas a clientes y de estacionamiento temporal de unidades a la espera de servicio o a la espera de ser entregadas a sus clientes.

Los mercados servidos son a clientes finales, empresas y organismos de gobierno.

En una primera aproximación a la estructura de nuestra empresa, a modo de resumen podemos citar la cantidad de personas empleadas en las 6 sucursales, la cantidad de clientes y la cantidad de proveedores en nuestra base de datos, correspondientes al periodo 2021.

138 colaboradores
(en 6 locaciones)

10.798 clientes
(atendidos en nuestra post venta + los 0km vendidos en el 2021)

250 proveedores
(con los que hemos trabajado en el 2021)

Nuestras ventas

Vehículos	2021	2020
Automóviles	374	685
Utilitarios	216	291
Eléctricos	0	0
Pick - ups	120	180
TOTAL, VEHÍCULOS	710	1156



Clientes

Tipo	2021	2020
B2B	82 %	76 %
B2C	18 %	24 %

Grupos de interés



Estrategia de Responsabilidad Social

En nuestra estrategia de sustentabilidad, consideramos que el camino correcto es el de la inversión estratégica e inteligente, que optimice esfuerzos y recursos, que genere puestos de trabajo y que aporte al desarrollo sustentable, en pos de los mejores resultados sociales, ambientales y económicos.

Utilizando como referencia la herramienta SDG Compass, se analizaron los 17 objetivos y el total de las 169 metas, identificándose como relevantes, en una primera instancia, los siguientes objetivos:



Estrategia

Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones

Nombre del Autor: Alejandro Matich

Cargo del Autor: Director

Declaración

La Sostenibilidad es la base fundamental de la filosofía de nuestra empresa y se encuentra formalizada en nuestro Protocolo de Familia cuyo objetivo principal es asegurar la Preservación y Proyección de la empresa en el tiempo.

En CLAMA S.A. repensamos nuestra estrategia de sustentabilidad, a partir este primer informe, que nos permitirá definir estado de situación y una lista de prioridades a incorporar en nuestra agenda de trabajo para el corto, mediano y largo plazo.

Se incorporar a nuestra Gerencia de Calidad Comercial, el área de Sustentabilidad que elaborara nuestro primer Reporte de Sustentabilidad.

GOBIERNO

Contenidos GRI: 102-16, 102-18, 103-2, 103-3, 205-2

Misión, visión y valores

El espíritu de la organización queda plasmado en nuestra Visión, Misión, Valores que enmarcan nuestra cultura y desempeño diario.

NUESTRA VISIÓN

Ser referente a nivel nacional de la marca RENAULT, obteniendo el mayor grado de satisfacción de nuestros clientes.

NUESTRA MISIÓN

Brindar a nuestros clientes, los valores respeto al cliente, lealtad comercial y pasión por la calidad, aplicados en nuestra cultura familiar.



Nos guían valores tales como la confianza, profesionalismo, transparencia y el respeto por todas las personas que integran nuestra organización, nuestra cartera de clientes, comunidad con la que nos relacionamos y el ambiente que nos rodea.

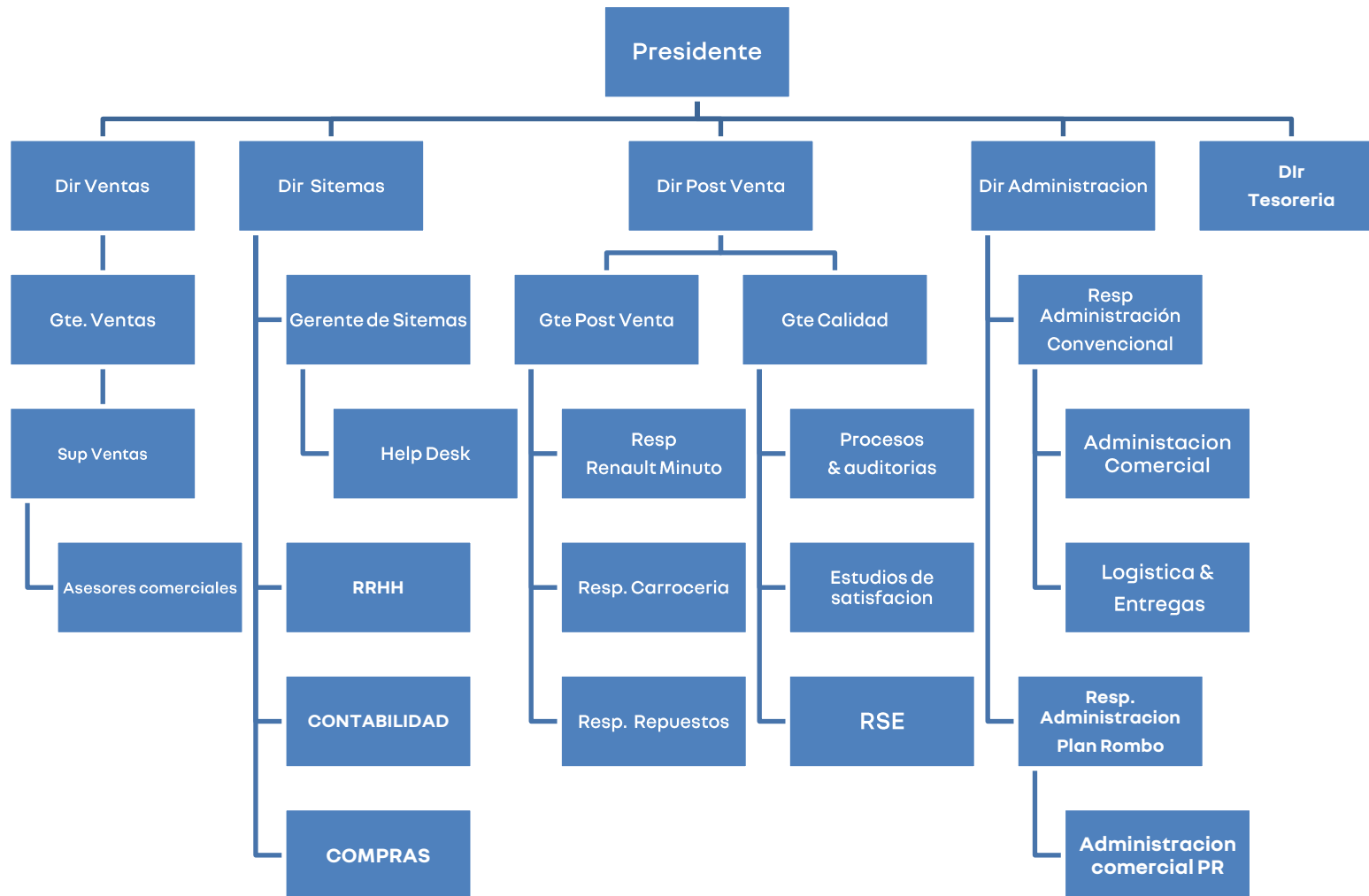
Órgano de Gobierno

Somos una empresa familiar con más de 50 años en el rubro automotriz. CLAMA SA ya cumplió 35 años en el rubro, constituida bajo la forma jurídica de Sociedad Anónima

Como parte del compromiso futuro en medio ambiente incorporaremos dentro de la agenda de trabajo de RSE evaluar la certificación ISO 14001 en el largo plazo.

El Directorio está integrado por 9 personas (33% mujeres, 67% hombres). Estos serán los encargados de definir la estrategia corporativa y de sustentabilidad de la empresa. A su vez, estará asistido por un Comité de Sustentabilidad, integrado por referentes de todas las áreas de la empresa. La función principal de este Comité es llevar adelante la estrategia de sustentabilidad, mediante la planificación y ejecución de un plan de trabajo anual y definiendo los controles necesarios para asegurar su cumplimiento.

Estructura de nuestro concesionario



Código de ética y conducta

Nuestro Código de Ética y conducta detalla los principios y los valores con los que llevamos a cabo nuestra actividad empresarial, al que todos nuestros directores y socios, empleados, proveedores adhieren sin restricciones, a fin de dar respuesta a los siguientes objetivos:



- Promover la protección de los colaboradores.
- Salvaguardar el patrimonio.
- Proteger a los clientes.
- Valorizar los productos y servicios.
- Evitar pago de dádivas, conflictos de intereses, tráfico de influencias/info, etc.

Los directores han sabido construir una identidad de que se transmite a la organización mediante practicas diarias de ética y conducta, identificando y comunicando las diferencias entre la “Habilidad Comercial” y “Práctica Desleal”.

A partir de la construcción de este primer informe de Sustentabilidad, detectamos la necesidad de formalizar la comunicación de nuestro código de ética y conducta a gerentes, jefes y colaboradores a los cuales no le será novedosas estas pautas, debido a la práctica diaria de los mismos (ej. **UIF** Unidad de Información Financiera, para las compras de automotores que superen un determinado monto).

Finalmente, en el caso particular de directorio y accionistas han sido informados mediante protocolos internos de la sociedad, claramente definidos.

GRI 103: Enfoque de Gestión

Contamos con un Dpto. Contable e Impositivo propio los cuales desarrollan tareas de controles periódicos (auditorías) en materia económica, con la finalidad de comprobar la veracidad de la información aportada por diferentes sectores de la organización en sus cuentas mensuales o anuales.

Contamos además con el asesoramiento y auditoría mensual de un Estudio Contable Externo para Detección de desvíos, Mejora de procesos y Consultoría estratégica. -

Análisis Rentable y Financiero por Unidad de Negocios, para obtener Contribución Marginal en forma mensual en tiempo real e informar al directorio para la toma de decisiones.

Sumado a lo anteriormente descripto podemos mencionar que la organización posee un departamento de compras encargado de gestionar la adquisición de bienes, servicios y proveedores como así también el pago de estos a través de herramientas informáticas como el CLAMASOFT que permite transparentar la gestión contable.

No se cuenta con mecanismos formales de queja y/o reclamación que permita dar aviso de inconsistencias que puedan surgir de la gestión inadecuada de estados contables.

GRI 204: Prácticas de adquisición (2016)

Proporción de gasto en proveedores locales

Participación, por ubicación geográfica

Tipo proveedor	2021	2020
Presupuesto	100 %	100 %
Ciudad Autónoma de Bs. As.	90 %	90 %
Provincia de Bs As.	9 %	9 %
Provincia de Córdoba (RASA)	1 %	1 %

Participación por peso económico

Tipo proveedor	2021	2020
Renault Argentina	95 %	97 %
Mantenimiento de Edificio	2,6 %	1,7 %
Gestoría	2,1 %	1 %
Ofidirec	0,3 %	0,3 %

Anticorrupción

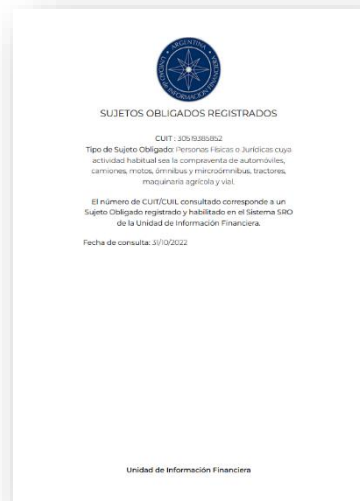
Enfoque de gestión

El espíritu de la organización queda plasmado en nuestra Visión, Misión, Valores que enmarcan nuestra cultura y desempeño diario.

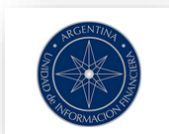
Los temas materiales fueron definidos por RASA para su red de concesionarios, tomando como referencia el Programa de negocios sustentables para concesionarios. El análisis de materialidad llevado adelante por la propia automotriz, su política de responsabilidad social y los compromisos del GROUPE RENAULT.

dónde se produce el impacto

Cabe destacar que nuestra empresa es sujeto obligado por la UIF, cumpliendo un rol para combatir delitos de lavado de dinero u otros similares, en conjunto con los Registros de la



Propiedad del Automotor. En relación con esto, se define como **sujeto obligado** aquel que, por ley o regulación, debe cumplir con régimen especial de cumplimiento para ayudar a las autoridades a combatir delitos como el lavado de dinero, la corrupción, el financiamiento al terrorismo, el fraude, la evasión fiscal, entre otros.



Personas Físicas o Jurídicas cuya actividad habitual sea la compraventa de automóviles, camiones, motos, ómnibus y micrómnibus, tractores, maquinaria agrícola y vial.

El impacto se produce, cuando una persona física o jurídica adquiere por medio nuestro un vehículo para su propiedad.

Cuando un cliente final o empresa, adquiere un vehículo, solicitamos al cliente realice la declaración del origen de los fondos que debemos presentar al RNPA (Registro de la Propiedad Automotor) correspondiente, para poder iniciar el trámite de alta de un 0km o un vehículo usado.

Contamos con un Dpto. Contable e Impositivo y el área Administración Comercial. Esta última por medio de registro de operaciones en curso van identificando los montos de las operaciones, asumiendo el rol como Sujeto obligado.

Nuestro objetivo y meta, es cumplir con el rol asignado, realizando la presentación de documentación requerida en el 100% de los casos al RPA, según corresponda.

Los mecanismos de evaluación, del enfoque de gestión, estarán a cargo de nuestro departamento con contabilidad y legales, que por medio de auditorías mensuales verifican la aplicación de estos requisitos de la UIF.

Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción

Tipo proveedor	2021	
	Comunicación	Capacitación
Órgano de gobierno	100 %	100 %
Socios de negocio	100%	100%

Se comunicó formalmente al presidente de la empresa y a los 4 directores, es necesario ampliar a Gerentes, jefes y colaboradores (empleados) para quienes no será novedoso debido a la práctica diaria de los mismos.

DESEMPEÑO AMBIENTAL

Contenidos GRI 103-2, 103-3, 302-1, 303-3, 306-3

Política ambiental

Nuestra política ambiental se encuentra integrada a la política de salud y seguridad ocupacional, atravesando todos los procesos y los aspectos que componen nuestra actividad.

- Desarrollar nuestras actividades de manera sustentable, cumpliendo los más altos estándares de seguridad y protección ambiental.
- Evaluar los riesgos de nuestras actividades y procesos e implementar medidas de control para minimizar la exposición a lesiones o enfermedades profesionales.
- Difundir y concientizar a empleados, contratistas, visitantes y otras partes interesadas, sobre la importancia del cuidado de la Salud, Seguridad Ocupacional y el ambiente.
- Se llevará a cabo un monitoreo ambiental que permitirá desarrollar un plan de acción tendiente al cuidado de los recursos.

Indicadores de desempeño ambiental



Indicadores de consumo energía

Consumo energético	2021	2020
Combustibles	126.750	105.269
Nafta (litros)	3.740 ¹	6.859 ¹
Gasoil (litros)	1.810	915
Gas natural (m3)	121,2	97,5
Energía eléctrica (MWh)	27.802	20.295

¹ los registros de combustibles provienen de cálculo de 10L por cada 0km vendido, no obstante, el impacto de este consumo de produce en el centro de entregas, ubicación que reportaremos en los próximos años.

Nuestra principal fuente de energía es la energía eléctrica y la utilizamos principalmente en luminarias, alimentación de equipos de taller o informáticos y de para refrigeración/calefaccionamiento.

En 2021 se registró un aumento en el consumo de energía eléctrica producto de un aumento en la actividad del concesionario, respecto del 2020 cuando los efectos del covid19 la pandemia.

La organización ha contribuido activamente en la reducción del consumo de energía incorporando todas sus luminarias led, generando políticas de encendido y apagado de dichos artefactos durante el no funcionamiento del concesionario, apagando dichos artefactos durante los días soleados donde se observa una correcta iluminación natural proveniente de las chapas transparentes instaladas en el techo de concesionario, incorporando sistemas de refrigeración de bajo consumo Clase A.



Indicadores de consumo agua

Consumo de agua (M3)	2021	2020
Total, consumo de agua (m3)	256,5	116,5
% de agua reciclada	0%	0%

Nuestra organización se abastece de agua de la red pública.

A partir de este primer informe de sustentabilidad, nos brindará un estado de situación que permitirá incorporar a la agenda de trabajo, un monitoreo del consumo de agua de todos los puntos críticos de consumo, para luego definir la selección e instalación de elementos de medición que permitan realizar un monitoreo del consumo, en áreas más significativas como es el área destinada para el lavado de unidades pos-reparación. Otras áreas para evaluar serán los accionamientos de los sanitarios.

Los afluentes generados por el lavado de los vehículos son previamente tratados por cámaras decantadoras previa conducción a la red cloacal.

De la lectura de indicadores de AYSA, se verifica que en 2021 se registró un aumento en el consumo de agua producto de un aumento en la actividad del concesionario, puesto que en 2020 sufrimos los efectos de la pandemia.



Indicadores de generación de residuos

Generación de residuos sólidos (Kg)	2021
Residuos comunes (Kg)	no medido
Residuos peligrosos (Kg)	2782
Total, generación de residuos (Kg)	-
Residuos destinados a reciclaje (Kg)	no medido
Residuos reutilizados (Kg)	no medido
% destinado a reciclaje	no medido

En nuestro concesionario estamos en un proceso de toma de conciencia profunda en la sobre este punto, que nos ha llevado a replantearnos la forma en la que medimos la generación de residuos sólidos. En efecto nos ha llevado a la detección de una necesidad, medir los residuos comunes, ya que los peligrosos los tenemos identificados y con el debido tratamiento conforme las leyes locales. Nuestros residuos comunes se componen principalmente de residuos orgánicos, papel, cartón y film plásticos húmedos.

La generación de residuos de nuestra casa central, sobre la que damos respuesta, en este primer detectamos 6 áreas sobre las que trabajar para el monitoreo de residuos:

- ✓ Taller.
- ✓ Recepción de vehículos/clientes (Taller).
- ✓ Almacén de repuestos (recepción, despacho y almacenamiento).
- ✓ Administrativas.
- ✓ Baños.
- ✓ Comedor del personal.

Respecto al taller podemos citar: repuestos de vehículos, de metal, aleaciones, pasticos rígidos/flexibles o telas como por ejemplo alfombras de pisos y tapizados de asientos.

En áreas administrativas, el consumo de papel y energía son los más significativos. Finalmente, en áreas de comedores, residuos reciclables generales y orgánicos.

Formará parte de la agenda de trabajo en términos de sustentabilidad, la posibilidad de identificarlos, separarlos y medirlos.

Por otra parte, generamos residuos peligrosos como ser filtros usados, envases de aceites, baterías, etc. La gestión de estos últimos está a cargo de una empresa contratada para tal fin.

DESEMPEÑO SOCIAL – Prácticas laborales

Contenidos GRI 102-8, 103-2, 103-3, 404-1, 404-2, 405-1

Política de Recursos humanos

Desarrollamos diversas prácticas laborales, orientadas a agregar valor a nuestro capital humano. Procuramos que nuestros colaboradores se comprometan con el logro de objetivos personales, profesionales y corporativos, para lo cual brindamos los recursos necesarios de capacitación y comunicación, nutriéndonos de un amplio porfolio de cursos dictados por RENAULT ARGENTINA.

Promovemos el diálogo abierto y franco, para lograr un vínculo transparente, en constante búsqueda del bienestar de las personas que integran la organización y, para ello, trabajamos con los siguientes ejes estratégicos:

- Compromiso con la igualdad de género.
- Formación.
- Adaptación del marco de trabajo.

Nuestro programa de bienestar alcanza a todos los colaboradores, tanto mensualizados como jornalizados y pasantes. Este programa se renueva frecuentemente con el fin de dar respuesta a las necesidades de los colaboradores y lograr un balance entre la vida personal y la laboral.

- Descuento en gimnasios.
- Festejos de fin de año.
- Descuentos en seguros automotor.

“La acción de las empresas privadas es esencial para cumplir del Objetivo de Desarrollo Sostenible sobre el trabajo decente y crecimiento sostenible (ODS 8)”-

En relación con la información relevada en este primer informe incorporamos a nuestra agenda 2023 profundizar los aspectos de la Política de RRHH, con el objeto de identificar áreas de mejora.

Indicadores de desempeño

Distribución de colaboradores según sexo

Colaboradores según sexo	2021	2020
Colaboradores	138	159
Hombres	82 (60 %)	93 (59 %)
Mujeres	56 (40 %)	66 (41 %)

Las variaciones de personal derivaron de un cambio de estrategia, en la unidad de negocio de plan rombo en un contexto covid19, año 2020 – 2021. El staff de ventas de canal plan rombo estaba configurado para volúmenes distintos a los experimentados en el 2020 en un entorno covid19 complejo. Esto nos llevó a repensar las estrategias para abordar nuevos desafíos comerciales en del 2021. Es así fue como cambiamos el mix pasando a tener un mayor porcentaje del equipo de prospección de plan rombo con contrato directo con nuestra empresa.

Colaboradores según sexo y contrato	2021		2020	
	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal
Colaboradores	138	0	159	0
Hombres	82	0	93	0
Mujeres	56	0	66	0

En resumen, la disminución de dotación en el 2021 respecto del 2020 es producto que en el 2020 disminuyo el porcentaje de personal subcontratado, logrando así tener un mix entre equipo interno y tercerizado. La proporción de hombres y mujeres se mantuvo dentro de los mismos porcentajes en ambos períodos.

Colaboradores según región y contrato	2021		2020	
	Jornada completa	Media jornada	Jornada completa	Media jornada
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	132	6	114	15

Nuestra organización está compuesta por 138 personas, con una representación de mujeres del 41%. En cuanto a la distribución etaria, la franja mayoritaria se encuentra en el rango 30-50 años.

Mediante programas anuales, Renault Argentina nos acerca un porfolio de formaciones de amplio alcance multidisciplinario, asegurando así, formaciones a todo el personal, con el objeto de fortalecer puestos de trabajo específicos o resolver problemáticas puntuales.

De esta manera, llevamos adelante una articulación formativa, entre este porfolio y las necesidades de los distintos perfiles, necesidades que, por otra parte, son detectadas mediante un trabajo conjunto entre responsables y el área de calidad comercial, con periodicidad mensual.

Los principales ejes de capacitación son educación técnica, habilidades comerciales; procesos de ventas y post venta; estándares de la marca; logística, preparación y entrega de 0km; lanzamiento de nuevos productos y servicios.

Dentro de los principales cursos brindados, se encuentran:

- *Capacitaciones técnicas*
 - Electromecánicos.
 - Mecánicos.
 - Especialistas COTEC (coordinador técnico).
- *Capacitaciones Comerciales*
 - De productos (nuevos lanzamientos)
 - Asesores de Servicio
 - Asesores Comerciales
- *Capacitaciones de procesos*
 - Ventas
 - Post Venta
 - Logística, Almacenamiento y entregas de 0km.
 - Repuestos
- Tecnologías aplicadas en los vehículos



En 2021 se brindaron un total 640 hs. de capacitación.

Capacitación según sexo (promedio de hs)	2021
Hombres	13,4
Mujeres	2,6
Promedio total	9,7

En 2021 brindamos un promedio de 9,7 hs de capacitación por empleado.

Cabe destacar que el contenido de las capacitaciones durante el periodo 2021, tuvieron foco en perfiles técnicos y comerciales de ahí el desvío entre perfiles

62 hs. de capacitación fueron brindadas a mujeres en 2021

Capacitación según sexo (promedio de hs.)	2021
Gerentes	13,5
Jefes	6,7
Vendedores	20,1
Técnicos	12
Colaboradores	2,6
Administrativos	1,2
Promedio total	9,7

Beneficios

El marco de comunicación y gestión de un conjunto de prácticas y políticas, tendientes a fortalecer y a ampliar la propuesta de valor que la Compañía ofrece en materia de beneficios. Este alcanza a toda la nómina, mensualizada, jornalizada y pasantes, y se renueva frecuentemente con el fin de dar respuesta a las necesidades de los colaboradores.

- Plan de carrera.
- Descuentos en seguros automotor.
- Plan de formación.
- Evaluación de desempeño.

DESEMPEÑO SOCIAL – COMUNIDAD

Contenidos GRI 413-1

Política de Inversión social

Procuramos ser un buen ciudadano corporativo contribuyendo al desarrollo sustentable de las comunidades donde operamos. Para ello, incorporaremos a nuestra agenda de trabajo 2023 el desempeño social y comunicad.

Los ejes trabajados hasta el momento son:

- Reciclaje de piezas donaciones a colegios técnicos.
- Educación para la empleabilidad.
- Actividades sociales

- Programa de Mecenazgo: Borges 1975
- Bolsa Laboral: INSPT (terciario de la UTN)
- Donaciones a colegio EMET35, conjuntos mecánicos
- Donaciones a comedor: La legión de la buena voluntad

La relación con colegios Técnicos

En 2021 realizamos donaciones con el EMET35, con el objeto de reforzar los conocimientos de futuros técnicos y mostrándole como es un día de trabajo en un concesionario oficial RENAULT.

A partir de este informe

Con este proyecto, planificamos otorgar 10 pasantías en 2022.

DESEMPEÑO SOCIAL – CLIENTES Y PROVEEDORES

Contenidos GRI 103-2, 103-3, 204-1

Impacto en proveedores

Desde el inicio, hicimos foco en el desarrollo económico, social y ambiental de los proveedores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la que operamos, y damos especial importancia al desarrollo de la economía local, privilegiando la contratación de proveedores en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (representan el 90%) y alrededores (9%), siempre y cuando las condiciones de calidad y precio así lo permitan.

Participación, por ubicación geográfica

Tipo proveedor	2021	2020
Presupuesto	100 %	100 %
Ciudad Autónoma de Bs. As.	90 %	90 %
Provincia de Bs As.	9 %	9 %
Provincia de Córdoba (RASA)	1 %	1 %

Participación por peso económico

Tipo proveedor	2021	2020
Renault Argentina	95 %	97 %
Pinturerías Rex CABA	2,9 %	1,7 %
Pinturas del fondo GBA	1,8 %	1 %
Ofidirec CABA	0,3 %	0,3 %

Del monto total de compra a proveedores, sin considerar a Renault Argentina, como principal proveedor cuyo complejo industrial se encuentra ubicado en la provincia de Córdoba, el cito en la provincia de Córdoba, el 64% corresponde proveedores ubicados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Promesa Cliente

Tenemos un compromiso, darte la tranquilidad y el apoyo que mereces.

- Nos comprometemos en contar con los profesionales especializados y una atención personalizada según el plan de mantenimiento de tu auto.
- Nuestro compromiso siempre será brindarte la confianza y velar por tu satisfacción en cada uno de nuestros talleres oficiales.
- Te garantizamos atención en nuestra red de servicios, la más amplia de todo el país.



BONIFICACIÓN INTEGRAL

A toda intervención no acordada.



GARANTÍA ANUAL

En toda intervención.



RECOMPENSA A LA FIDELIDAD

Con beneficios MY RENAULT.



SERVICIO SIN TURNO

En RENAULT MINUTO.



25 PUNTOS DE CONTROL

Gratuito.



ASISTENCIA EN RUTA 24/7

Los 365 días del año dentro del periodo de garantía, en todo el territorio Argentino y países limítrofes (Chile, Uruguay, Brasil, Bolivia y Paraguay).

Salud y Seguridad de los clientes

En un contexto global muy competitivo, el Groupe Renault, brinda lineamientos, herramientas y capacitaciones a todas las filiales del mundo, donde todos los concesionarios oficiales de la marca nos vemos beneficiados al tener acceso a herramientas y capacitaciones constantemente actualizadas.

La región América, en la que nos encontramos ubicados, (Argentina, Brasil, México y Colombia) Renault Argentina mediante el despliegue de procesos y políticas trimestrales, nos propone continuos desafíos de mejora continua de *la calidad de servicio*, estableciendo varios indicadores siendo el principal un índice de promotores netos, denominado NPS. Este último mide sobre una escala de 1 a 10, una diferencia porcentual entre los clientes que califican la experiencia de servicio con un 9 o 10 (promotores), menos los que califican entre 1 y 6 (detractores) en la encuesta de calidad de servicio al paso por un taller o por la compra de un 0km.

En CLAMA, medimos y escuchamos las demandas de servicio de nuestros clientes, al paso por nuestros talleres o al retirar un 0km. En relación con esto realizamos auditorías internas semestrales para medir la salud de nuestros procesos.

Para ello hemos desarrollado un equipo profesional de trabajo dedicado, escuchar las expectativas de nuestros clientes. Es así como, por medio de la Gerencia de Calidad Comercial

logramos diariamente escuchar, planear, corregir, controlar y volver a planear, los planes de acción enfocados en las demandas de nuestros clientes, colaboradores y responsables de área, que nos dan una visión amplia de los puntos a trabajar.

Mediante un plan de trabajo mensual, con monitoreo diario evaluamos a salud de la calidad de servicio tanto en el proceso de Ventas como Post Venta, con herramientas de medición Renault de última tecnología, que, sumados a nuestras auditorías internas, nos permiten tener una lectura correcta para desarrollar planes de mejora.

En relación con esto, mantenemos como herramienta de comunicación los PEC (Puntos de Encuentro Calidad) diarios y mensuales con los colaboradores y semanalmente a nivel jerárquico en lo que denominamos Comité de Calidad Comercial, compuesto por todos los responsables de área, en los que se hace un zoom, sobre temas relacionados con la calidad de servicio, para ir alineando agendas y seguimientos de indicadores y planes de acción, como así también una fuente constante de ideas que surge de este trabajo en equipo.

Indicadores de desempeño

Concepto	2021	2020
NPS Ventas ¹	91 %	86 %
NPS Servicio ¹	86 %	85 %
Tasa de Recomendación Ventas ²	90 %	87 %
Tasa de Recomendación Servicio ²	88 %	87 %



²90 % de los clientes que nos compraron un vehículo, recomendarían nuestra empresa a un familiar, amigo que quisiera comprar un Renault 0 Km.



²88 % de los clientes que concurrieron a nuestros servicios posventa recomendarían a un familiar amigo concurrir a nuestros talleres.

¹ La satisfacción esta medida en una escala del 1 al 10, mediante el Kpi $NPS = [\sum (9 + 10)] - [\sum (1+2+3+4+5+ 6)] / (\text{cant. encuestas realizadas})$. Al % de clientes de calificaciones de 9 a 10, se le resta el % de clientes que calificaron de 1 a 6.

* Los % son calculados con una escala del 1 al 10, relacionado $\sum$ de calificaciones 9 & 10 dividido las encuestas totales y la cantidad de encuestas totales.

SOBRE ESTE REPORTE

Contenidos GRI 102-45, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56, 103-1, 103-

2

El presente Reporte de Sostenibilidad 2021, es GRI “Referenciado”, es el primero en ser publicado por nuestra organización, tiene una frecuencia anual y abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2021.

En el caso de los datos económicos, se utilizan los datos correspondientes al período contable del 01/01/2021 al 31/11/2021.

No se han registrado cambios ni represión de información al ser éste el primer reporte publicado por la compañía. Este reporte no ha sido sometido a un proceso de verificación externa.



- Lista de temas económicos
204: Prácticas de adquisición
205: Anticorrupción



- Lista de temas social
404: Formación y enseñanza
405: Diversidad e igualdad de oportunidades
413: Comunidades locales

Los temas materiales fueron definidos por RASA para su red de concesionarios, especialmente en el marco del Programa de Negocios Competitivos de GRI.

Los temas definidos son los que se detallan a continuación:

- GRI 204- Prácticas de adquisición
- GRI 205 – Anticorrupción (**opcional**)
- GRI 302- Energía
- GRI 303- Agua y efluentes
- GRI 305- Emisiones (**opcional**)
- GRI 306- Residuos
- GRI 404 - Formación y enseñanza
- GRI 405 - Diversidad e igualdad de oportunidades
- GRI 413 comunidad- inversión social
- Indicador propio: Cliente

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Contenidos GRI: 152-55

Índice de Contenido GRI					
Estándar GRI	Contenido	Núm. de página PDF	Parte omitida	Motivo de la omisión	Explicación de la omisión
GRI 101- FUNDAMENTOS (2016)					
GRI 102- CONTENIDOS GENERALES (2016)					
1. Perfil de la Organización					
102-1	Nombre de la organización	1			
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	3			
102-3	Ubicación de la sede	4			
102-4	Ubicación de las operaciones	4			
102-5	Propiedad y forma jurídica	4			
102-6	Mercados servidos	5			
102-7	Tamaño de la organización	6			
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	6			
2. Estrategia					
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	8			
3. Ética e Integridad					
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	9			
4. Gobernanza					
102-18	Estructura de gobernanza	10			
5. Participación de los Grupos de Interés					
102-40	Lista de grupos de interés	7			
6. Prácticas para la Elaboración de Informes					
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	3			
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	3			
102-47	Lista de temas materiales	3			
102-48	Re-expresión de la información	3			
102-49	Cambios en la elaboración de informes	3			
102-50	Periodo objeto del informe	3			
102-51	Fecha del último informe	3			
102-52	Ciclo de elaboración de informes	3			
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	3			
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	3			

102-55	Índice de contenidos GRI	3			
102-56	Verificación externa		X	Sin certificación	
GRI 200- ESTÁNDARES ECONÓMICOS					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)					
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	14			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	14			
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN					
GRI 204- PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	14			
ANTICORRUPCIÓN					
GRI 205- ANTICORRUPCIÓN CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	16			
GRI 300- ESTÁNDARES AMBIENTALES					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	17			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	17			
ENERGÍA					
GRI 302- ENERGIA CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
302-1	Consumo energético dentro de la organización	17			
, AGUA Y EFLUENTES					
GRI 303- AGUA Y EFLUENTES CONTENIDOS TEMÁTICOS (2018)					
303-3	Extracción de agua	18			
RESIDUOS					
GRI 306- RESIDUOS CONTENIDOS TEMÁTICOS (2020)					
306-3	Residuos generados	18			
GRI 400- ESTANDÁRES SOCIALES					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	20			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	20			
FORMACION Y ENSEÑANZA					
GRI 404- FORMACIÓN Y ENSEÑANZA CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	21			
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	24			
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES					
GRI 405- DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	24			
COMUNIDADES LOCALES					
GRI 413- COMUNIDADES LOCALES CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					

413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	26			
CLIENTES					
INDICADORES PROPIOS					
NPS	Indicadores de Calidad de Servicio.				
Tasa de Recomendación	NPS = índice de promotores netos Tasa de Recomendación	28			

