



REPORTE DE SUSTENIBILIDAD

2023

CLAMA S.A

ÍNDICE

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

Carta de la Dirección

GRI:2-14

En nombre de **CLAMA S. A.**, es un honor presentarle nuestro **2º Reporte de Sustentabilidad GRI "referenciado"**

El mismo contempla el período 2023, 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 segundo análisis para comprender nuestro estado de situación de la casa central ubicada en la Av. Francisco Beiro 3071 del periodo 2023, 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 desarrollar 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 Segundo Reporte de Sostenibilidad GRI "Referenciado". Este informe, tiene una frecuencia anual y abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023. 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.

¡Hasta el próximo reporte!

1. Quienes somos

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 Argentina desde 1983. Comercializamos vehículos, ofrecemos planes de ahorro y brindamos la experiencia de nuestros técnicos para la reparación de sus vehículos. Además, comercializamos repuestos y accesorios originales de Renault, basándonos en los estándares de calidad de la marca.



58 años de trayectoria ininterrumpida en la industria automotriz.

"Nuestra historia con Renault es una travesía llena de momentos inolvidables junto a nuestros clientes, con quienes hemos compartido 41 años de pasión por la movilidad y la calidad de servicio."

Contamos con tres puntos de Servicio Post Venta, estratégicamente ubicados y diseñados con distintos niveles de especialización, para brindar un portafolio integral de soluciones, para satisfacer las necesidades de clientes particulares como profesionales, entre los que podemos citar: mantenimientos programados, reparaciones de mecánicas, diagnósticos de averías complejas mediante un equipo de diagnóstico diseñado por Renault. Además, contamos con un servicio especializado en trabajos carrocería, con una infraestructura propia, equipamiento complejo de última generación y personal con amplia especialización.

En lo que respecta al personal técnico, poseen amplia experiencia en la marca, permanente actualización de Renault Argentina en nuevas prácticas & tecnologías. Por otro lado, proveemos a clientes mayoristas y minoristas repuestos y accesorios.

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 63 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.

CLAMA S.A es una empresa de capitales 100% nacionales.



Presidente: Osvaldo Matich (77 años).

Dirección Ventas: Hernán Matich (55 años).

Dirección Pos Venta: Alejandro Matich (47 años).

Dirección Administración: Valeria Matich (48 años)

Dirección Sistemas: Claudio Matich (51 años)

En poseemos un total de cuatro empresas

Clama S.A., Concesionario Oficial de la marca Renault
Prana S.A., Concesionario Oficial de la marca Toyota
Lenken S.A., Concesionario Oficial de la marca
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.

Nuestros productos y Servicios

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.

Ubicación de nuestro concesionario



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 Coghán.

Las mismas se componen de cuatro showrooms de ventas, tres áreas de Servicios, dos centros de almacenamiento y un centro de entregas de vehículos nuevos.

En este segundo 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 en producción.

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

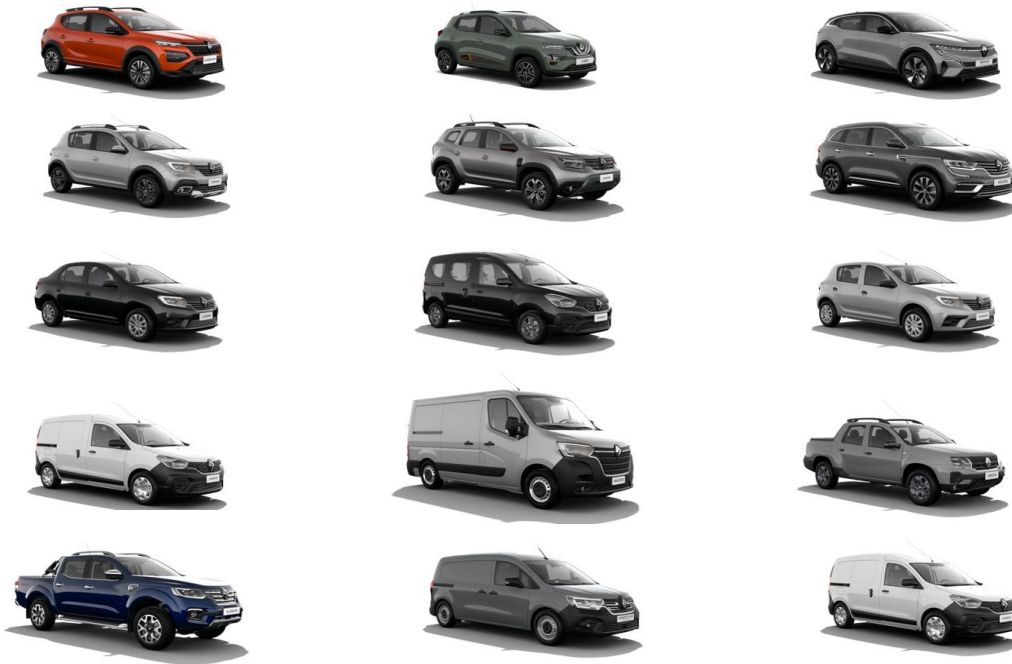
En una primera aproximación a la estructura de nuestra empresa, a modo de resumen podemos citar la cantidad de personas empleadas en las 6 sucursales, la cantidad de clientes y la cantidad de proveedores en nuestra base de datos, correspondientes al periodo 2023.

144 colaboradores
(en 6 locaciones)

6527 clientes
(atendidos en nuestra post venta + los 0km) en el 2023

280 proveedores
(con los que hemos trabajado en el 2023)

Nuestras Ventas



Segmentación por tipo de vehículo

	2020	2021	2022	2023
Automóviles	685	374	748	915
Utilitarios	291	216	344	313
Eléctricos	0	0	0	0
Pick - ups	180	120	53	70
Total	1156	710	1145	1298

Segmentación por canal

	2020	2021	2022	2023
Clientes	923	579	751	901
Empresas	284	131	394	397
Total	1207	710	1145	1298

Grupo de Interés

GRI: 2-29

A través de un proceso de identificación de nuestros grupos de interés se han determinado a los siguientes:



Estrategias de Sustentabilidad y Responsabilidad Social

GRI 2-2, 2-3, 2-4, 2-5, 2-12, 2-13, 2-14, 2-29, 3-1, 3-2)

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, económicos y ambientales.

Este enfoque se implementa en todas las áreas de nuestro negocio y es impulsado por la dirección en pos de la mejora continua. Es por ello, que la firma toma como referencia los ejes del pacto global apuntando a la gestión de sostenibilidad alineadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

La agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, adoptada por Naciones Unidas en 2015, es el acuerdo global más ambicioso en materia de desarrollo, aprobada por los jefes de estado y de gobierno de los países miembros de las Naciones Unidas.

Su contenido más reconocido son los 17 **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, los cuales se traducen 169 metas que abarcan aspectos sociales, ambientales y económicos. A través de los cuales, promete terminar con la pobreza en todas sus formas y poner fin al hambre en una sola generación: garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad; promover el crecimiento económico y el pleno empleo productivo; garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles y adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático, entre otros.

En este marco tomando como referencia la herramienta SGD se analizaron los 17 objetivos y el total de las 169 metas, identificándose como relevantes en una primera instancia los siguientes objetivos:



Busca garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades y asegurar así el desarrollo sostenible.



Lograr la igualdad entre géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.



Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.



Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.



Garantizar el acceso a una energía asequible, segura y moderna.

DECLARACION DE ALTOS EJECUTIVOS RESPONSABLES DE LA TOMA DE DECISIONES

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 de este segundo informe, que nos permitirá definir el estado de situación y una lista de prioridades a incorporar en nuestra agenda de trabajo para el corto, mediano y largo plazo.

Es por ello, que se ha incorporado a nuestra Gerencia de Calidad Comercial, el área de Sustentabilidad que nos permitirá llevar a cabo esta agenda y planificar, hacer, chequear y actuar en base a procedimientos e instructivos que se está llevando a cabo en consonancia con los ODS anteriormente descriptos.

2. Gobierno

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

Misión, Visión y Valores

GRI: 2-9, 2-10, 2-11, 2-15, 2-16, 2-17, 3-3, 405-1

El espíritu de la organización queda plasmado en la Visión, Misión, Valores y Política de **CLAMA S.A** que representan una declaración del compromiso asumido hacia la calidad de los procesos, la protección del ambiente, la seguridad y salud en el trabajo y la responsabilidad social.



NUESTRA MISIÓN

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



NUESTRA VISIÓN

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



NUESTROS VALORES

Confianza, profesionalismo, transparencia y el respeto por todas las personas que integran nuestra organización, cartera de clientes, comunidad con la que nos relacionamos y el ambiente que nos rodea.

Como parte del ciclo de vida de los vehículos, nos comprometemos a reducir el impacto de nuestras acciones y alineamos nuestra estrategia ambiental, guiada por el Desafío Ambiental 2050, a través del cual se promueven nuevas ideas y tecnologías para desarrollar vehículos cada vez mejores, fabricados sustentablemente y enriqueciendo la vida de las comunidades. Y a contribuir con el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenibles de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

Órgano de Gobierno

GRI: 2-9.



Somos una empresa familiar con más de 50 años en el rubro automotriz. **CLAMA S.A** 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 mediano 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

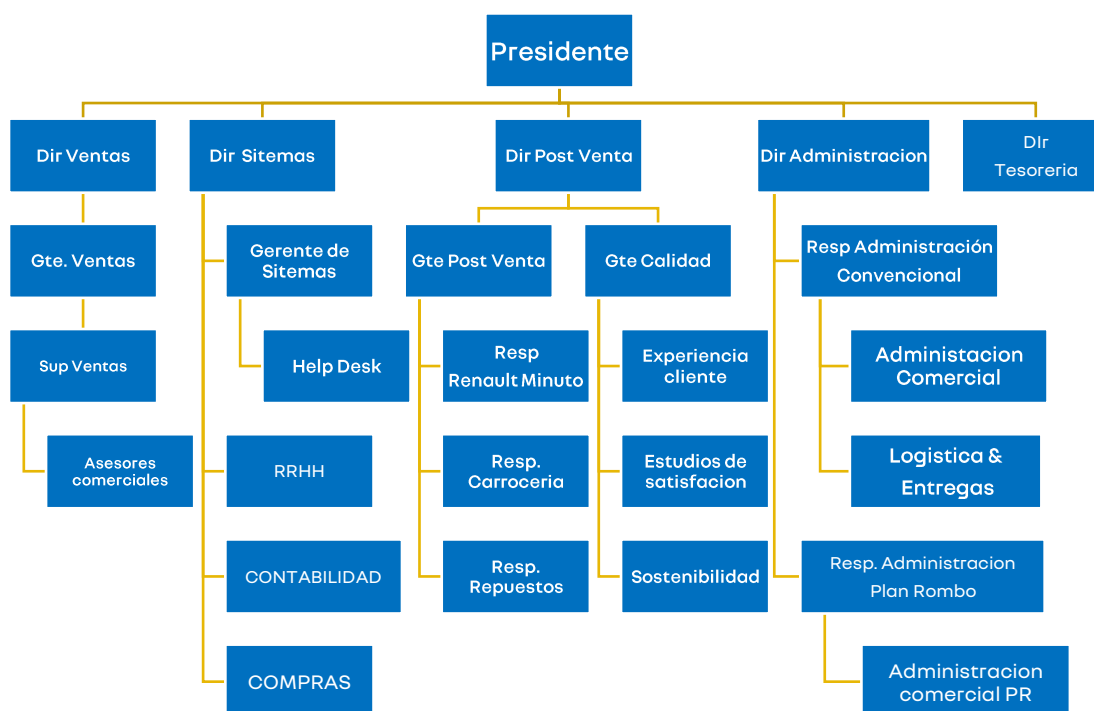
GRI: 2-9.

Marco Contextual – Situacional

Desde una perspectiva de desarrollo y de fidelización de personas y procesos, se desarrolla una reingeniería basada en lo que se conoce como el Organigrama Institucional de **CLAMA S.A**. Dicho organigrama centra su importancia en poder visualizar los diversos departamentos y servicios de apoyo que constituyen a la organización para lograr con rapidez y flexibilidad la toma de decisiones con referencia a sus diversos niveles operativos y soportes de asesoría para el cumplimiento de la Estrategia Organizacional definida por los Directores, en conjunto con las diversas gerencias que la constituyen.

El motivo imperante de la reingeniería estructural surge, además, para lograr el progreso en los diversos sistemas que conforman a **CLAMA S.A.**, tanto administrativos, financieros, humanos y de comercialización, logrando mejorar los circuitos gerenciales desarrollando mayores instancias de calidad en el momento de su implementación.

El organigrama debe sostener el diseño pleno de la estructura organizacional y por lo cual debe ser un reflejo integro de **CLAMA S.A.** brindando información sensible y de valor para todas sus gerencias y soportes, generando un ordenamiento en la práctica cotidiana, concebida por cada actor que integra dicho espacio.



Código de Ética y Conducta

GRI: 3-1, 205-2

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.

Proveedores

GRI: 3-1, 204-1.

Nuestro Código de Ética y conducta detalla los principios y los valores con los que llevamos a cabo nuestra actividad empresarial, y al que todos nuestros directores, empleados, proveedores adhieren sin restricciones.

Impacto en proveedores

Desde el inicio, hicimos foco en el desarrollo económico, social y ambiental de los proveedores de las comunidades en las que operamos, y damos especial importancia al desarrollo de la economía local. Del monto total de compra a proveedores, el 87 % corresponde a proveedores de CABA.

Económico

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, análisis rentable y financiero por unidad de negocios, obteniendo la contribución marginal en tiempo real de manera mensual, 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 propias, que permiten transparentar la gestión contable.

Proporción de gastos en proveedores locales

Participación, por ubicación geográfica

Tipo proveedor	2023
Presupuesto	100 %
Ciudad Autónoma de Bs. As.	87 %
Provincia de Bs As.	12 %
Provincia de Córdoba (RASA)	1 %

Participación por peso económico

Tipo proveedor	2023
Renault Argentina	94 %
Mantenimiento de Edificio	2.4 %
Gestoría	1.3 %

Anticorrupción

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	2023	
	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.

3. Desempeño Ambiental

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

PERIODO	2020	2021	2022	2023
Combustibles	12475	8.910	12.205	13.590
Nafta (litros)	6.8591	37.401	11.450	12.890
Gasoil (litros)	915	1.810	1.112	863
Gas natural (m3)	97,5	121,2	87,6	98,8
Energía eléctrica (MWh)	20.295	27.802	52.827	187.280

Si bien el reporte está enfocado a nuestra ubicación de Av. F. Beiro 3070, el mayor consumo de combustible se da en nuestro centro de entregas, ubicación que reportaremos en los próximos años.

El aumento de consumo de combustibles (nafta, y de energía eléctrica , está dado por al aumento progresivo pero constante de unidades vendidas y de las reparaciones realizadas de nuestras post ventas, para dichos períodos.

Por otro lado, el consumo de gasoil está a concentrado en grupo electrógeno, que, debido a las mejoras de la red eléctrica de la zona, su uso fue cada vez menos frecuente.

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/calefacción.

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)	2020	2021	2022	2023
Total, consumo de agua (m3)	116,5	256,5	121,0	136,0
% de agua reciclada	0%	0%	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, monitoreo del consumo de agua de todos los críticos de consumo, para luego definir la instalación de elementos de medición que realizar un monitoreo del consumo, en áreas significativas como es el área destinada para de unidades pos reparación, situación que aumento del consumo en el 2023, , dado por el incremento de los pasos por de unidades por nuestros talleres. Otras áreas para evaluar serán los accionamientos de los sanitarios.



un
puntos
selección e
permitan
más
el lavado
explica el

Es por ello que se está evaluando para años venideros, la instalación de agua del lavadero, la instalación de un caudalímetro totalizador que permita obtener datos específicos del consumo del sector con el objetivo de definir una vez obtenido los datos en un periodo significativo los

procedimientos que permitan optimizar el recurso agua durante el proceso de lavado y diferenciar el consumo (Agua/ Unidades Lavadas), (Agua/ Cantidad de Personas).

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



Indicadores de generación de residuos

PERIODO	2021	2022	2023
Residuos comunes (Kg)	sin datos	sin datos	sin datos
Residuos peligrosos (Kg) Sólidos – Líquidos	2782	7239	2813
Total, generación de residuos (Kg)	sin datos	sin datos	sin datos
Residuos destinados a reciclaje (Kg)	sin datos	sin datos	sin datos
Residuos reutilizados (Kg)	sin datos	sin datos	sin datos
% destinado a reciclaje	no medido	no medido	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 segundo informe, 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 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, barro proveniente de las cámaras decantadoras del tratamiento de efluentes líquidos del lavadero, aceite usado, etc. La gestión de estos últimos está a cargo de una empresa contratada para tal fin.

A fin de evaluar de manera más detallada la generación de residuos peligrosos se procederá a futura a diferenciar cada uno de ellos respecto de su condición (sólido-líquidos) y peligrosidad (Y8, Y48Y8, Y31, etc.). -

4. Desempeño Social – Prácticas Laborales

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	2020	2021	2022	2023
Colaboradores	159	138	130	144
Hombres	93 (59 %)	82 (60 %)	81 (62 %)	90 (63%)
Mujeres	66 (41 %)	56 (40 %)	49 (38%)	54 (37%)

En el 2023, incorporamos un 10% más de staff femenino, en puestos front office, como por ejemplo: asesoras de citas, asesoras de servicio, asesoras comerciales, asesoras clientes, asesora de entregas Vn y administratracion.

Colaboradores según sexo y contrato	2022		2023	
	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal
Colaboradores	130	-	144	-
Hombres	81	-	90	-
Mujeres	49	-	54	-

A pesar de un contexto país, con muchas variables por resolver en el plano económico, hemos decidimos reforzar, áreas estratégicas de servicio, convencidos de la importancia de mejorar aún más, la experiencia de servicio al cliente, por medio de nuestra cadena de valor.

Colaboradores según sexo y contrato	2022		2023	
	Jornada Completa	Media Jornada	Jornada Completa	Media Jornada
Colaboradores	123	0	137	0
Hombres	81	0	90	0
Mujeres	42	7	47	7

Nuestra organización está compuesta por 144 personas, con una representación de mujeres del 37%. En cuanto a la distribución etaria, la franja mayoritaria se encuentra en el rango 30-50 años.

Formación y enseñanza

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.

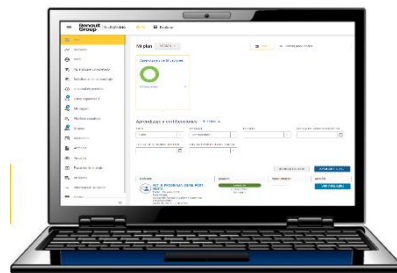
Dentro de los principales cursos brindados, se encuentran:

- 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 2023 se brindaron un total 4,3 hs. de capacitación.

Sumamos una plataforma de capacitación elearning de Renault denominada R-Learning, que nos ha permitido llegar a una mayor población de personal, mediante a tecnología aplicada al entrenamiento de nuestros equipos.



En 2023, el promedio de horas se incrementó gracias al programa de entrenamientos semanales a lo largo de

meses, destinado a asesores comerciales y asesores de servicio post venta, mediante la plataforma **R-Learning**

Capacitación según sexo (promedio de hs)	2021	2022	2023
Hombres	1,5	2,0	4,8
Mujeres	1	1,2	3,7
Promedio total	1,3	1,6	4,3

tres

venta,
R-

El objetivo del programa R-Learning es disponer de una única plataforma de formación para la Red de Concesionarios oficiales

la cual permitirá gestionar de forma los cursos dictados presencial o virtualmente, con seguimiento y excelencia académica.

Capacitación según posición (promedio de hs.)	2021	2022	2023
Gerentes	1,2	1,2	2,0
Jefes	1,2	1,2	2,0
Vendedores	1,3	2,1	6,0
Técnicos	2,3	2,6	10,0
Colaboradores	1,2	1,5	3,0
Administrativos	1,2	1,0	3,0
Promedio total	1,4	1,6	4,3

Renault,

integral

foco en el

Este programa de capacitación a distancia desarrollado Renault a nivel global, nos permitió optimizar los tiempos de entrenamiento, gracias a que cada persona puede decidir que carga horaria diaria que le destinara al e-learning dentro del plazo establecido para su realización. Así también una base segmentada por perfiles nos permite, una correcta asignación de contenido para cada perfil.

Es así como capacitaciones que el pasado llevaban más tiempo el, el desplazamiento de personal hacia los centros de formación, hoy día son recibidos por una mayor población y en mucho menos tiempo.

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

5. Desempeño Social – Comunidad

GRI 413-1

Política de Inversión Social

Procuramos ser un buen ciudadano corporativo contribuyendo al desarrollo sustentable de las comunidades donde operamos.

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.

6. Desempeño Social – Clientes y Proveedores

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	2023
Presupuesto	100 %
Ciudad Autónoma de Bs. As.	87 %
Provincia de Bs As.	12 %
Provincia de Córdoba (RASA)	1 %



Participación por peso económico

Tipo proveedor	2023
Renault Argentina	94 %
Pinturerías Rex CABA	2.4 %
Pinturas del fondo GBA	2.3 %
Ofidirec CABA	1.3 %

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 87% 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
Gratis.



ASISTENCIA EN RUTA 24/7
Los 365 días del año dentro del período 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 cada vez más competitivo y desafiante, se requieren mejores herramientas, para monitorear la experiencia de servicio de nuestros clientes.

Es así como por medio de herramientas utilizadas por todos los concesionarios Renault del mundo, podemos monitorear la satisfacción de nuestros clientes, desde distintos ángulos.

Es así como a partir de software de última generación, desarrollados por Renault, nos permite llevar a cabo una gestión integral de la experiencia de servicio.

En relación con esto en nuestra empresa contamos con sistemas de información que nos permiten anticiparnos a eventos futuros, para mejorar nuestras interacciones con los clientes, enfocándonos en cada uno de ellos de manera particular.

Renault Argentina mediante el despliegue de procesos y políticas mensuales, nos propone desafiantes objetivos desafiantes en KPI claves para la satisfacción del cliente, entre los que podemos citar: el NPS ponderado, Ereputation Score (reputación online), etc.

El Nps es un índice de promotores netos, que mide en una escala de 1 a 5 estrellas, la satisfacción cliente. Por otro lado, Ereputation score mide en una escala de 0 a 1000 la reputación en línea dentro del ecosistema

En nuestra empresa, escuchamos las demandas de servicio de nuestros clientes, al paso por nuestros talleres o luego de realizar la compra de un vehículo.

En relación con esto realizamos auditorías internas para medirnos continuamente y desarrollar a diario la "mejora continua".

Para ello hemos desarrollado un equipo profesional de trabajo dedicado a escuchar la VOZ de nuestros CLIENTES.

Esto podemos llevarlo a la práctica, mediante el trabajo en EQUIPO de las distintas direcciones y responsables de áreas. Es así como, por medio nuestro Comité de Calidad Comercial (compuesto por todos los responsables de área) , escuchamos, medimos, planeamos, controlamos y volver a planear, cada uno de nuestros planes de acción, enfocados en la mejora de la experiencia de servicio,.

Indicadores de desempeño

		2022	2023
NPS	Venta	83,3%	83,6 %
	Postventa	83,5 %	87,1%
Ereputación	Google stars	4,7	4,8

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 nuestros PEC (Puntos de Encuentro Calidad) diarios, semanales y mensuales con los colaboradores y responsables de área, tratamos con distinto nivel de profundidad, casos a tener en cuenta, planes de acción sobre hechos transcurridos el día. En continua evolución nuestra Gerencia de Calidad de Servicio traduce los valores de la empresa a acciones concretas que mejoren la experiencia de servicio a nuestros CLIENTES.

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Contenidos GRI: 152-55

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 2023, es GRI “Referenciado”, es el segundo en ser publicado por nuestra organización, tiene una frecuencia anual y abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023.

En el caso de los datos económicos, se utilizan los datos correspondientes al período contable del 01/01/2023 al 31/11/2023.

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.

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 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- ESTÁNDARES 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			

