

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

RENAULT-SOFASA 2014



GROUPE RENAULT

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

RENAULT-SOFASA 2014

Acerca DEL INFORME

El presente es la segunda versión de nuestro Informe de Sostenibilidad, en el cual damos cuenta de nuestra gestión en cuanto a lo económico, lo social y lo ambiental durante 2014. Se realizó bajo la metodología de la Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, opción esencial “de conformidad” con la guía.

DEFINICIÓN DE ASUNTOS MATERIALES

En 2014 dimos inicio a la definición de materialidad de RENAULT-Sofasa, mediante la realización del proceso de indentificación de asuntos a partir de un *benchmark* en el sector, la estrategia de RENAULT-Sofasa y los asuntos generales y sectoriales incluidos en los estándares de sostenibilidad. Posteriormente, realizamos la priorización con los directivos de RENAULT-Sofasa. Se continuará con el proceso de los diálogos con grupos de interés.



In MEMORIAM

Es imposible comenzar nuestro Informe sin detenernos primero a expresar el profundo pesar que nos embarga por el fallecimiento del Doctor Nicanor Restrepo Santamaría, quien por muchos años nos hizo el honor de acompañarnos como miembro de nuestra Junta Directiva. Los medios han publicado diversos homenajes que recogen con claridad lo que su vida significó para nuestro país, desde diferentes ángulos, y claro está para su familia y amigos. Para nosotros, de manera particular, es la pérdida de un gran guía y consejero. La voz sabia y serena que con acierto supo orientarnos, plantearnos alternativas, invitarnos a la reflexión para encontrar la mejor ruta. La voz cálida que

encontraba siempre el relato preciso, la anécdota enriquecedora.

Fuimos privilegiados de tenerlo junto a nosotros. Fuimos afortunados por contar con su amistad. Aprendimos de él y compartimos con él un gran trayecto del camino. Ahora, seguiremos sus huellas. Nuestro compromiso será siempre honrar su memoria.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LFG' with a stylized flourish below it.

LUIS FERNANDO PELÁEZ GAMBOA
Presidente Director General

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

RENAULT-SOFASA 2014



10 Nuestra ORGANIZACIÓN



37 Responsabilidad SOCIAL EMPRESARIAL



22 Gobierno Corporativo Y GRUPOS DE INTERÉS

08 CARTA DEL PRESIDENTE	10 NUESTRA ORGANIZACIÓN	22 GOBIERNO CORPORATIVO Y GRUPOS DE INTERÉS	37 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
	<ul style="list-style-type: none"> • Un grupo, tres marcas 10 • Renault una marca pionera 12 • RENAULT-Sofasa 45 años ensamblando futuro para el país 13 • La Organización 14 • También forman parte de RENAULT-Sofasa 15 • Productos 16 • Vehículos eléctricos 17 • Servicios 18 • Mercados de exportación 19 • Certificaciones 20 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuestros Órganos de Gobierno 23 • Estructura de Gobierno Operativa 24 • Ética y transparencia 25 • Participación en asociaciones 27 • Nuestros clientes 30 • Nuestros concesionarios y servicios autorizados 31 • Nuestros colaboradores 32 • Nuestros proveedores 34 • Nuestros inversionistas y accionistas 34 • Nuestros competidores 34 • La sociedad 34 • El Estado 34 • Medio ambiente 34 • Temas relevantes 35 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad Social Empresarial (RSE) RENAULT-Sofasa 37 • Educación 39 • Seguridad vial 41 • Movilidad sostenible y medio ambiente 42 • Diversidad 44



52
Fundación
RENAULT



64
Desempeño
ECONÓMICO



82
Desempeño
SOCIAL



111
Desempeño
AMBIENTAL

52 FUNDACIÓN RENAULT	64 DESEMPEÑO ECONÓMICO	82 DESEMPEÑO SOCIAL	111 DESEMPEÑO AMBIENTAL	119 INDICADORES GRI
<ul style="list-style-type: none"> • Reporte Fundación Renault Colombia - 2014. Un compromiso con el país 52 • Gobierno Corporativo 53 • Asamblea General 54 • Un compromiso con el país 54 • Educación 55 • Seguridad vial 59 • Movilidad sostenible y medio ambiente 60 • Diversidad 61 • Beneficios de vincularse a la Fundación Renault 62 	<ul style="list-style-type: none"> • Cifras clave RENAULT-Sofasa en 2014 65 • Desempeño comercial - Ventas de vehículos nuevos 66 • Las marcas 67 • En el top de los más vendidos 67 • Desarrollo red 68 • Calidad del servicio 68 • Principales resultados 69 • Resultados financieros 70 • Nuestros proveedores 72 • Red de Proveedores 75 • Flujo Inbound 77 • Flujo Outbound 77 • Integración regional 78 • Centro de Desarrollo Tecnológico de la Industria Automotriz Colombiana (CDTIA) 78 • Kaizen proveedores 79 • Evaluación de proveedores 79 • Evaluación de derechos humanos 80 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio significativo 83 • Número de colaboradores 84 • Colaboradores por región 85 • Colaboradores por tipo de contrato 85 • Rotación 86 • Nuestra manera de relacionarnos 87 • Medios de comunicación 88 • Sistemas de participación 89 • Programas de bienestar: beneficios 92 • Pensiones 93 • Licencias de maternidad y paternidad 93 • Celebraciones 94 • Capacitación y formación 95 • Talent Management 96 • Salud y seguridad 98 • Desempeño social - Nuestros Clientes 104 • La marca 104 • Promesa al cliente 105 • Venta de vehículos nuevos 105 • Desarrollo red 105 • Venta de piezas y accesorios 106 • Estrategia de calidad 106 	<ul style="list-style-type: none"> • Energía 112 • Emisiones 114 • Residuos 114 • Recurso hídrico 116 • Vertimientos 117 	

“A través de la Fundación Renault, avanzamos los proyectos de promoción de la seguridad vial y de la movilidad responsable en algunas escuelas del país, entregamos las primeras Becas “Germán Camilo Calle” y contribuimos con diversas causas enmarcadas en los cuatro ejes de gestión”.

”

**LUIS FERNANDO
PELÁEZ GAMBOA**

RENAULT
DRIVE THE CHANGE



Carta DEL PRESIDENTE

Después de realizar, con compromiso y acierto, nuestro primer Informe de Sostenibilidad en 2014, año del aniversario N.45 de Renault en Colombia, nos complace presentar la segunda entrega de este reporte que nos permite compartir los avances que en materia de sostenibilidad hemos logrado, de la mano también de la recién constituida Fundación Renault.

Su elaboración representó un enriquecedor ejercicio interno de análisis y reflexión a la luz de nuestros objetivos y de la forma como estamos trabajando en equipo para conseguirlos, siempre en línea con unos preceptos básicos sobre nuestra gente, nuestros socios, nuestros clientes, nuestra comunidad y nuestro entorno.

Consecuentes con la razón de ser de la filial, cerramos un período industrial, comercial y financiero muy positivo. Con estrategias ganadoras que incluyeron la concepción de series limitadas, el diseño de campañas y promociones de ruptura con nuestro aliado Renault Crédito e innovadoras propuestas en el Salón del Automóvil de Bogotá, logramos reafirmar nuestro liderazgo, con un 14% de crecimiento en ventas y 0,5 de crecimiento en la participación en el mercado, consolidando nuestro posicionamiento como la segunda marca en ventas en el país.

Así mismo, la presencia de tres de nuestros vehículos en el top 5 de los más vendidos, confirmó la preferencia de los clientes por nuestros vehículos, ensamblados por talento colombiano, bajo los más altos y exigentes estándares, reforzando nuestra esencia de

marca vibrante, conectada con la gente y mirando siempre al futuro.

De otro lado, RENAULT-Sofasa se consolidó como pionera en materia de servicios ampliando la cobertura y el respaldo a nuestros clientes, llegando a nuevos lugares del país donde no teníamos presencia como los municipios Madrid y Soacha, en Cundinamarca, Yumbo en el Valle, Ipiales en Nariño y Apartadó en Antioquia y cerrando el año con 252 puntos de atención en 40 ciudades.

En el plano industrial también tuvimos una excelente dinámica. Durante el año 2014 en nuestra planta de Envigado, líder en América dentro del Grupo Renault en términos de eficiencia, ensamblamos en total 69.477 vehículos, de los cuales 22.674 fueron exportados a países como México, Perú, Ecuador, Costa Rica, Chile y Panamá, entre otros, reafirmando los múltiples esfuerzos que en materia de competitividad hacemos permanentemente, contribuyendo a dinamizar este importante renglón de la economía nacional.

Estos logros comerciales e industriales estuvieron soportados por una eficiente y estratégica gestión financiera, que se tradujo en positivos resultados, consolidando también una trayectoria de crecimiento y rentabilidad que posiciona la filial en lugares de privilegio dentro de la Región y el Grupo.

Y, de manera transversal, la gestión de recursos humanos, orientada al acompañamiento, motivación, reconocimiento

y promoción del talento de la Organización, soportó el desempeño ganador de la Compañía en el período. Gracias a la inversión en los diversos programas de educación, salud, vivienda y vehículo, alimentación, transporte, recreación y cultura, concebidos para nuestros colaboradores, logramos aportar a su mayor calidad de vida integral.

Todo lo anterior nos permitió también honrar nuestros compromisos con los aliados y entidades gubernamentales, motivar y aportar al mayor crecimiento y avance de nuestra red de proveedores y concesionarios, mantener una dinámica de generación de empleo altamente calificado y seguir innovando para poner tecnologías de avanzada al servicio de quienes nos eligen, dando testimonio permanente del compromiso de Renault con el progreso y desarrollo del país.

A través de la Fundación Renault, avanzamos en los proyectos de promoción de la seguridad vial y de la movilidad responsable en algunas escuelas del país, entregamos las primeras Becas “Germán Camilo Calle” y contribuimos con diversas causas enmarcadas en los cuatro ejes de gestión.

LUIS FERNANDO PELÁEZ GAMBOA
Presidente Director General



Nuestra ORGANIZACIÓN

UN GRUPO, TRES MARCAS

El Grupo Renault es un grupo global, con raíces francesas y pasión por lo que hacemos. Diseñamos, desarrollamos y fabricamos automóviles bajo tres marcas de comercialización:



RENAULT
Passion for life

Somos la marca líder en Francia. Contamos con productos atractivos, asequibles y cada vez menos contaminantes.

DACIA
Groupe Renault

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



**RENAULT SAMSUNG
MOTORS**

Se encuentra principalmente en Corea y comercializa vehículos modernos y eficientes.



LAS VENTAS DEL GRUPO DECRECIERON UN **5,9% FUERA DE EUROPA (1.247.821 UNIDADES)**, REPRESENTANDO EL **46%** DE LAS CIFRAS TOTALES DE VENTAS DEL GRUPO FRENTE A UN **50%** EN 2013



RENAULT UNA MARCA PIONERA

Desde su creación hace 116 años, Renault se ha caracterizado por ser una marca pionera, ofreciendo productos y prestaciones vanguardistas, a las que se suma la más completa gama eléctrica ya comercializada con éxito en Europa. Hemos recorrido un largo camino guiados por la generación de entornos en donde la movilidad sea una de las estrategias de progreso para cada una las

personas. Por esta razón, construimos vehículos que se adaptan a las necesidades de nuestros clientes, teniendo en cuenta los lugares en donde se encuentran y los terrenos por los que transitan. Así mismo, somos un referente en materia de seguridad con el mayor número de vehículos certificados con 5 estrellas en las pruebas EuroNCAP; somos una empresa confiable de talla mundial que, frente a la

protección del medio ambiente, se ha posicionado como uno de los constructores de automóviles líderes en bajas emisiones de CO₂ y consumo de carburante. Reforzamos nuestra gestión con la etiqueta Eco2 que agrupa las prácticas de seguimiento de todas las etapas del ciclo de vida del vehículo, desde la fabricación hasta el reciclaje de sus partes después del fin de su vida útil.

Sin duda alguna Renault promueve, con entusiasmo y pasión, la visión de una movilidad sostenible para todos, en la que el automóvil es una fuente importante de progreso; al tiempo

que reafirma su compromiso responsable de seguir sustentando su gestión en el desarrollo personal, familiar y social de sus trabajadores y en los valores y expectativas de sus clientes,

para quienes concibe modelos con los más altos estándares de seguridad y respeto por el medio ambiente.

RENAULT

MISIÓN

Renault, una compañía innovadora y centrada en la gente, que ofrece movilidad sostenible para todos.

VISIÓN

Ser pionera en la movilidad sostenible para todos, haciendo una vez más del automóvil una fuente de progreso para la humanidad. Renault propone vehículos esenciales, ingeniosos, asequibles y con bajas emisiones de CO₂ que mejoren la calidad de vida y le permitan a la gente moverse libremente, sin estrés y con seguridad.

PRODUCTO

Un vehículo Renault es asequible, seguro, respetuoso con el medio ambiente y de calidad. Además, es un producto ingenioso que democratiza las nuevas tecnologías. Todos sus pasajeros disfrutan de su espacio para convivir y gozar. Su diseño es atractivo y único.

VALORES

CERCANA

Nos preocupamos por la gente y por el futuro del planeta.



ENTUSIASTA

Ponemos al servicio de todos la capacidad de movilización que nos caracteriza.



CONFIABLE

Inspiramos confianza por la calidad de nuestros productos y servicios.



RENAULT-SOFASA
45 AÑOS ENSAMBLANDO FUTURO
PARA EL PAÍS

Somos una marca con ADN francés, que sigue los lineamientos, el sentido y la tradición de Renault en Francia, comprometida con la generación de riqueza y bienestar en el país. A lo largo de los

45 años de trayectoria en el territorio nacional, hemos ensamblado más de un millón de vehículos, desarrollados y adaptados para nuestros difíciles terrenos; productos de alta calidad, seguridad,

fiabilidad y durabilidad, que han posicionado a Renault en el corazón de los clientes como una marca colombiana que escucha y satisface sus necesidades y expectativas.

MISIÓN

RENAULT-Sofasa ofrece a sus clientes, en los mercados de la región, una amplia gama de productos (locales e importados) y servicios de excelente calidad, competitivos e innovadores.

RENAULT-Sofasa

VISIÓN

RENAULT-Sofasa es una empresa innovadora, líder en el mercado colombiano y plataforma exportadora de la Alianza, cercana a la gente y que ofrece soluciones de movilidad sostenible, asequibles a todos.

VALORES

CERCANA

- Respetamos a nuestros trabajadores, asociados y al medio ambiente.
- Valoramos profundamente el trabajo en equipo.
- Somos flexibles en nuestro accionar.



ENTUSIASTA

- Estimulamos un ambiente de trabajo cálido y retador, en el que se asumen riesgos.
- Tenemos la firme decisión de ser cada vez mejores.
- Toda la Compañía se compromete con las causas y los objetivos generales.



CONFIABLE

- Somos honestos e íntegros.
- Para nosotros, la calidad es una obsesión.



LA ORGANIZACIÓN

¿QUÉ HACEMOS?

Las operaciones de RENAULT- Sofasa se centralizaron en enero de 2014 en la sede de la planta de Envigado (Antioquia), en la Carrera 49 No. 39 Sur 100, en donde quedó unificada la mayor parte del equipo de trabajo, gracias a un proyecto denominado *Monosite*. Este proyecto corporativo estratégico ha contribuido al fortalecimiento de los procesos, a la integración de los equipos y a la simplificación de los esquemas de funcionamiento para seguir respondiendo con competitividad a los grandes desafíos del entorno y del mercado local.

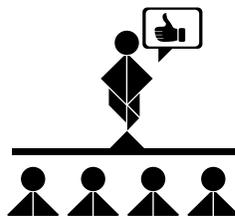
Se han logrado mayores sinergias y comunicación entre las diferentes áreas de la Organización, agilidad en la toma de decisiones y ahorros en misiones (viajes del personal entre las dos sedes), sin que se impacten los resultados comerciales de la marca.

En ese mismo mes, la Secretaría General, Relaciones de Gobierno y RSE, así como la División de Ventas Corporativas y algunos Gerentes de Zona de Ventas y Posventa, se instalaron en Bogotá (Cundinamarca), en las nuevas oficinas de Plan Rombo, ubicadas en la Calle 26 (Kr. 69 # 25 b- 44. Of 510). En la sede de Chía quedó únicamente el Almacén Central de Repuestos (ACDR), responsable de la logística nacional de piezas y accesorios.

¿CÓMO LO HACEMOS?

PROCESO DE PRODUCCIÓN

1 INICIO DEL CICLO



GESTIÓN DE MERCADO



PLANIFICACIÓN



APROVISIONAMIENTO

2 PROCESO DE FABRICACIÓN

Superficie total: 197.544 m²
 Área cubierta: 62.051 m²
 Procesos: soldadura, pintura y ensamble.
 Capacidad total: 80.000 veh/año

PARQUE DE
PROVEEDORES

Área 6.000 m²
 Capacidad: 8
 Proveedores



SOLDADURA

Área: 8.235 m²
 Capacidad: 14.0 v/h



PINTURA

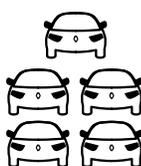
Área: 12.835 m²
 Capacidad: 14.6 v/h



ENSAMBLE

Área: 7.157 m²
 Capacidad: 19.0 v/h

3 GESTIÓN COMERCIAL



CENTRO DE
ALMACENAMIENTO
DE VEHÍCULOS
NUEVOS

Área: 39.000 m²
 Capacidad: 2.500 vehículos

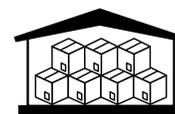


RED DE CONCESIONARIOS
Y DISTRIBUIDORES RENAULT

4 SERVICIO Y POSVENTA



RED DE SERVICIO Y
POSVENTA RENAULT



RED Y ALMACENES
DE REPUESTOS

TAMBIÉN FORMAN PARTE DE RENAULT-SOFASA



RCI, RENAULT-CRÉDITO

RCI Servicios Colombia S.A. es una filial de RCI Banque, cuya principal función es el desarrollo de esquemas de financiación para la venta y mantenimiento de vehículos, en la que la Compañía es socia de un porcentaje minoritario.

Los resultados del segundo año de vigencia del acuerdo de cooperación (*Joint Venture* no capitalizado) con Sufi/Bancolombia significaron realizar desembolsos de créditos por más de

\$329.000 millones en 14.614 operaciones, lo que representó un crecimiento del 38% frente al año 2013. De igual manera, las campañas implementadas resultaron satisfactorias en la obtención de vehículo nuevo para nuestros clientes.

Con programas como “Estrena dos veces” se lograron altos niveles de tasa de intervención, 35.7%, y muy buena acogida en el mercado. Con el Plan “Tú no pones nada” y con el plan “45

años” para el Salón del Automóvil, alcanzamos una tasa de intervención puntal del 36.3% en diciembre (la más alta de los dos últimos años).

En la relación con los concesionarios, nos propusimos contribuir con su rentabilidad mediante el modelo de incentivos por cumplimiento de tasa de intervención, logrando así pagar a la red, en el año, comisiones por \$9.400 millones, incluidos \$2.800 millones del nuevo sistema de “Bonus Plus”.



PLAN ROMBO

Plan Rombo S.A., sociedad administradora de planes de autofinanciamiento comercial (soporte a la operación de ventas de nuestra Compañía), conforme a su objetivo exclusivo, se encarga de administrar planes, conformar los grupos, realizar las asambleas, hacer las adjudicaciones y entregar los vehículos Renault a sus clientes.

Durante el año 2014 fueron vinculados 2.813 suscriptores, cifra superior en 8% al año 2013. Se conformaron 12 nuevos grupos de 180 personas a 72 meses. Las compras de vehículos a RENAULT-Sofasa incrementaron

21% respecto a 2013 con 793 vehículos en el año. Se entregaron por oferta y sorteo 742 vehículos a clientes, con un crecimiento del 18% respecto al año anterior.

La cobertura de Plan Rombo se concentró en las zonas rentables y con buen desempeño comercial: Bogotá, Medellín, Barranquilla, Pereira, Neiva, Villavicencio y Bucaramanga. Mantuvimos exhibiciones en 23 centros comerciales a nivel nacional, trabajando conjuntamente con la fuerza de ventas de los concesionarios Renault.

Se encuentran activas 6.045 personas que son el 53% de los clientes vinculados; de este número, el 61% está al día con sus pagos. Plan Rombo administra \$16.000 millones por cartera de deudores y el 97% paga oportunamente su obligación.

A la fecha, con 56 meses de actividad, Plan Rombo ha vinculado a 11.722 suscriptores al sistema de autofinanciamiento comercial, ha entregado 2.150 vehículos Renault nuevos, ha conformado 56 grupos de 180 clientes, empleando a más de 120 personas: 16 *back office* o 109 comerciales a nivel nacional.

PRODUCTOS

En RENAULT-Sofasa comercializamos vehículos y repuestos por medio de la red de concesionarios, nuestro canal principal, con excelente servicio de posventa, brindando garantías, servicios y acompañamiento a los clientes una vez el vehículo sale del concesionario y es rodado por las calles.

La marca en 2014 se consolidó como la segunda en ventas y la única ensambladora con crecimiento en el país, gracias a las 50.362 unidades matriculadas, que representaron un incremento en ventas del 14% con respecto a 2013. La participación de mercado

alcanzada fue de 16,6% en el mercado de vehículos particulares y utilitarios, que significó un aumento de 0,5 puntos respecto al año anterior.

En el acumulado de 2014, tres modelos de la marca mantuvieron su posición en el top 5 de los más vendidos del país: el Renault Sandero se ubicó en el segundo lugar; la Renault Duster, que sigue consolidada como la camioneta más vendida en Colombia, en el cuarto, y el Renault Logan en el quinto.

VEHÍCULOS PARTICULARES PARA COMERCIALIZACIÓN INTERNA Y EXPORTACIÓN	VEHÍCULOS PARTICULARES IMPORTADOS PARA COMERCIALIZACIÓN INTERNA EN COLOMBIA
<div data-bbox="129 798 292 903"></div> <div data-bbox="341 798 535 903"></div> <div data-bbox="584 798 763 903"></div> <p data-bbox="129 924 292 955">RENAULT CLIO</p> <p data-bbox="341 924 535 955">RENAULT LOGAN</p> <p data-bbox="584 924 763 955">RENAULT SANDERO</p> <div data-bbox="194 1071 389 1176"></div> <div data-bbox="470 1071 665 1176"></div> <p data-bbox="194 1197 389 1228">RENAULT STEPWAY</p> <p data-bbox="470 1197 665 1228">RENAULT DUSTER</p>	<div data-bbox="876 798 1071 903"></div> <div data-bbox="1169 798 1429 903"></div> <p data-bbox="876 924 1071 955">RENAULT NUEVO TWINGO</p> <p data-bbox="1169 924 1429 955">RENAULT FLUENCE</p> <div data-bbox="860 1071 1088 1176"></div> <div data-bbox="1169 1050 1429 1176"></div> <p data-bbox="860 1197 1088 1228">RENAULT MÉGANE III</p> <p data-bbox="1169 1197 1429 1228">RENAULT KOLEOS</p>
VEHÍCULOS COMERCIALES	VEHÍCULOS ELÉCTRICOS
<div data-bbox="341 1449 584 1554"></div> <p data-bbox="341 1575 584 1606">RENAULT KANGOO</p> <div data-bbox="178 1701 389 1848"></div> <div data-bbox="487 1701 714 1848"></div> <p data-bbox="178 1869 389 1900">RENAULT TRAFIC</p> <p data-bbox="487 1869 714 1900">RENAULT MASTER</p>	<div data-bbox="1023 1554 1266 1701"></div> <p data-bbox="1023 1722 1266 1753">RENAULT KANGOO Z.E.</p>



VEHÍCULOS ELÉCTRICOS

La Alianza Renault-Nissan se encuentra entre los primeros constructores de automóviles comprometidos con la reducción de dióxido de carbono, a través de los vehículos eléctricos Z.E. (Zero Emissions) y de muchas otras estrategias.

Implementamos alternativas de movilidad más limpia. Destinamos nuestra tecnología e innovación a la construcción de mejores lugares para habitar, por eso nuestra gama de vehículos eléctricos Z.E. (Zero Emissions) está construida

para disminuir las emisiones de dióxido de carbono.

Nuestros vehículos Z.E. se alimentan con energía eléctrica en lugar de combustibles fósiles, generando idéntico confort y prestaciones. Utilizan batería de ion litio ligera y compacta, con una capacidad de 6 kWh, que puede ser recargada cuantas veces sea necesario sin tener "efecto memoria". Un cargador adapta la corriente entrante a las necesidades de la

batería. El motor transforma la energía eléctrica en cinética y a medida que el vehículo frena, esta energía se convierte de nuevo en energía eléctrica, que realimenta la batería.

Los modos de carga son: estándar, que tarda de 6 a 8 horas en cualquier enchufe doméstico; rápida, que tarda de 20 a 30 minutos mediante un enchufe de alta potencia, y *quickdrop*, que consiste en un recambio de batería en estaciones especiales en solo tres minutos.



SERVICIOS

RENAULT-Sofasa se consolidó como pionera en materia de servicios gracias a la incorporación del concepto mundial "Renault Store", bajo el cual realizó mejoras en sus concesionarios y aperturas de nuevos puntos de atención en el país, ampliando su cobertura y respaldo, llegando a nuevos lugares del país donde no tenía presencia como los municipios de Madrid y Soacha, en Cundinamarca; Yumbo en el Valle; Ipiales en Nariño, y Apartadó en Antioquia, cerrando el año con 252 puntos de atención en 40 ciudades, distribuidos en: 100 salas de ventas, 10 servicios autorizados, 30 Renault Minuto, 49 Carrocería, 73 talleres, 6 Renault PRO + y 32 de sus salas remodeladas con "Renault Store".

De otro lado, el programa de fidelización My Renault, con el que los clientes tienen tasa preferencial con RENAULT-Crédito, revisiones de viaje, obsequios y servicios para los vehículos, descuentos en la red de concesionarios, entre muchos beneficios, creció un 30% en comparación con las cifras registradas en 2013, finalizando 2014 con 110.142 clientes inscritos y convirtiendo a RENAULT-Sofasa en la filial líder de Renault en América con su programa de CRM (*Customer Relationship Management*).

Acompañamos además la venta de los vehículos con una completa gama de servicios que están destinados a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes:

RENAULT PRO+

Responde a un concepto mundial especialmente desarrollado por la marca para dar soluciones a las necesidades de los clientes profesionales, tanto para las pequeñas y grandes flotas, como para el vehículo del comerciante independiente.

RENAULT seguro

Como parte del compromiso de la marca con la seguridad y el bienestar de sus clientes, en RENAULT-Sofasa ofrecemos el servicio Renault Seguro; una póliza todo riesgo que garantiza una asistencia integral, en un mismo lugar y con la total garantía de repuestos originales y atención inmediata en caso de siniestro.

RENAULT garantía

RENAULT-Sofasa y toda su red de concesionarios en el país, ofrecen garantía de 50.000 kilómetros o dos años, lo que primero se cumpla, salvo para la Renault Koleos 4x4, en la que la garantía es de 100.000 kilómetros o tres años. Además, los vehículos cuentan con una garantía anticorrosión por seis años, y tres años de garantía en pintura. Las intervenciones realizadas por la red Renault tienen una garantía de un año o 20.000 kilómetros, lo que primero se cumpla. Por su parte, los repuestos y accesorios originales Renault, vendidos e instalados por el punto autorizado de la marca, tienen garantía de un año.

RENAULT minuto

Los Renault Minuto son puntos de servicio rápido donde el cliente de Renault u otra marca puede acceder, sin cita previa, a servicios de mantenimiento rápido, cuya duración no sea mayor de dos horas, como operaciones sobre amortiguadores, cambio de aceite, filtros, frenos, llantas, baterías, luces, escapes, entre otros.

RENAULT minuto carrocería

Los clientes Renault encuentran una completa asistencia automotriz en las áreas de mecánica, colisión rápida y servicios de embellecimiento, garantizando la entrega del vehículo en un tiempo máximo de 48 horas.



MERCADOS DE EXPORTACIÓN

A nivel internacional servimos a filiales del Grupo Renault o importadores autorizados, a los que exportamos vehículos, servicios de posventa y garantías. Así mismo, exportamos a otros países donde no tenemos presencia directa, a través de distribuidores autorizados.

Durante el año 2014, en nuestra planta de Envigado, líder en América dentro del Grupo

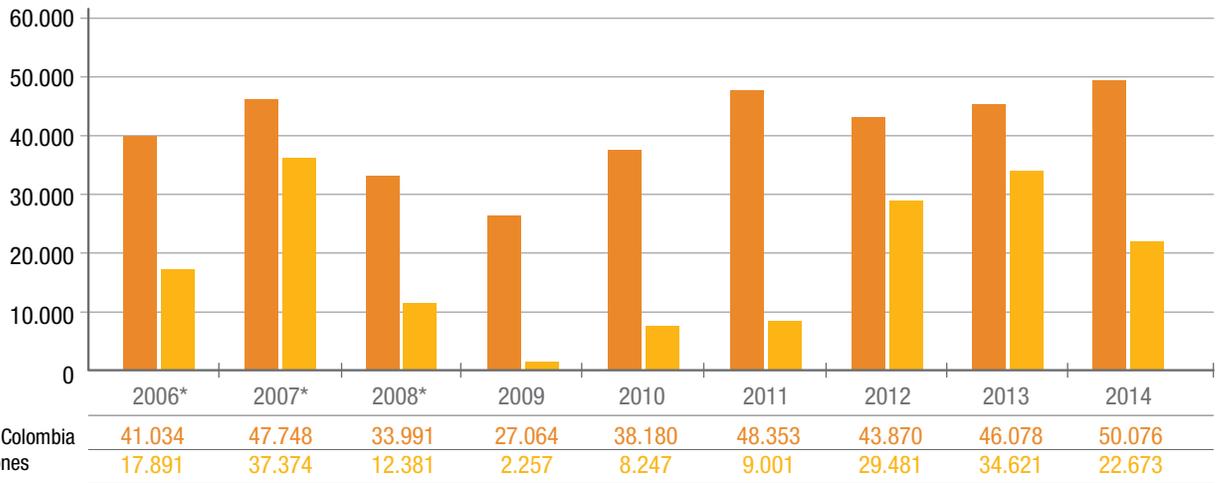
Renault en términos de eficiencia, se ensamblaron en total 69.477 vehículos, de los cuales 22.674 fueron exportados a países como México, Perú, Ecuador, Costa Rica, Chile y Panamá, entre otros, reafirmando los múltiples esfuerzos que en materia de competitividad hacemos permanentemente, contribuyendo a dinamizar este importante renglón de la economía nacional.

El mayor número de vehículos exportados (Renault Duster y Renault Sandero) se dirigió hacia México, seguido por Perú, Ecuador y Chile.

Sin embargo, tuvimos una reducción en el volumen de exportaciones, causada por la finalización de las exportaciones a Argentina, que fue parcialmente compensada con el incremento logrado en las ventas nacionales.

VOLUMEN EXPORTACIÓN VEHÍCULOS	2014	2013	2012	2011
MÉXICO	14.341	15.023	13.619	2
PERÚ	3.371	2.479	2.868	2.048
ECUADOR	2.398	2.500	2.049	5.533
CHILE	1.856	2.317	1.530	1.073
GUATEMALA	291	321	356	37
COSTA RICA	208	176	150	122
PANAMÁ	127	194	256	93
REPÚBLICA DOMINICANA	36	52	48	33
ARGENTINA	0	11.360	7.987	0
VENEZUELA	0	151	601	11
OTROS	45	48	17	49
TOTAL	22.673	34.621	29.481	9.001





(*) Incluye Venezuela y Toyota

CERTIFICACIONES

RENAULT-Sofasa es una compañía certificada en:

- Gestión de la Calidad, bajo la norma ISO 9001-2008.
- Gestión Ambiental, bajo la norma ISO 14001.
- Gestión de la Salud Ocupacional y la Seguridad, bajo la norma NTC OHSAS 18001: 2007.
- Además, para el ensamblaje y lanzamiento de nuevos vehículos, RENAULT-Sofasa cuenta con el total apoyo de Renault, condición que lleva implícitos los más altos niveles de calidad y seguridad, tanto para los procesos como para los productos, los cuales son pre-requisitos establecidos por la Casa Matriz.



Gobierno CORPORATIVO Y GRUPOS DE INTERÉS



Gobierno CORPORATIVO

En RENAULT-Sofasa desarrollamos una operación responsable a partir de la implementación de mecanismos que nos permitan tomar decisiones consecuentes con los impactos sociales, ambientales y económicos. Para ello, contamos con el direccionamiento del Gobierno Corporativo a través de acciones de control interno, de evaluación de riesgos, de promoción de la ética y de la comunicación al interior de la Organización.

Con este mismo enfoque, en 2014 seguimos trabajando para garantizar la sostenibilidad en nuestros procesos

de producción a través del Sistema de producción Renault – SPR, el Plan de Satisfacción del Cliente –PSC, el control de los factores de riesgo en salud y seguridad, la optimización en el uso de los recursos para disminuir la contaminación ambiental, y el cumplimiento de la normatividad nacional e internacional de los países donde operamos.

Así, implementamos un “(...) sistema de control empresarial basado en el autocontrol, orientado a promover y garantizar razonablemente la eficacia, eficiencia y economía en las operaciones,

la protección y aseguramiento de los recursos, la confiabilidad y oportunidad en la información, el mejoramiento de la gestión y el seguimiento permanente al cumplimiento de políticas, normas y procedimientos internos”. Este se complementa con el proceso de auditoría interna.

A través de estos mecanismos buscamos que el conocimiento y la experiencia asociados a nuestra operación asciendan hasta los órganos de Gobierno para que estos tomen decisiones acertadas en pro del crecimiento de la Organización y de nuestros grupos de interés.

NUESTROS ÓRGANOS DE GOBIERNO

Asamblea General de Accionistas

Como máximo órgano societario la Asamblea tiene influencia en la toma de decisiones y en los lineamientos estratégicos con que se proyecta la Organización; además, otorga guía en la distribución

y administración de beneficios, con base en los informes y balances entregados por las instancias directivas administrativas. Principalmente, esta cumple sus funciones acorde con los estatutos y vela por los intereses de los asociados.

La Asamblea General de Accionistas está conformada por tres empresas de Renault y dos personas naturales vinculadas a Renault en cargos directivos.

ACCIONISTAS	NACIONALIDAD	ACCIONES
Renault S.A.	Francia	948.251
Renault Development Industrial ET Commercial	Francia	10.682
Renault S.A.S.	Francia	2.468.435
Otros Accionistas	Colombia	2
Total Shares		3.428.370

Junta Directiva

Como máximo órgano de gobierno la Junta representa los intereses de la Sociedad, toma decisiones en cuanto a la estructura del organigrama a nivel directivo y la creación de comités especiales cuando sea el caso. También, establece y/o avala políticas laborales y se encarga de la aprobación de presupuestos y el ensamble de nuevas marcas, entre otras funciones. En el cumplimiento de sus obligaciones da autoridad, delega al Presidente de la Organización para la toma de decisiones. Además, es la principal encargada de la aprobación del Código de Gobierno de la Organización. Por otra parte, el Código de Ética y los diferentes códigos

específicos, son definidos por Renault Central, es responsabilidad de la Junta velar porque se cumplan.

La Junta realiza dos reuniones ordinarias al año, durante las cuales evalúa el desempeño de la Organización. Para ello, determina los asuntos económicos, ambientales y sociales de interés, a partir de los lineamientos de Casa Matriz y de los riesgos, oportunidades e impactos que el Comité Ejecutivo y el Presidente le presentan.

Como resultado de este proceso de evaluación de desempeño, en 2014 desarrollamos el proyecto *Monosite*, el cual unificó las sedes de la

Compañía en Envigado -que antes eran Envigado y Chía- impulsando una mejor dinámica de trabajo y agilizando acciones de la labor diaria entre los colaboradores.

Los miembros de la Junta son elegidos propuestos por Renault Casa Matriz, como accionista mayoritario, y por la Dirección General, para ser aprobados por la Asamblea General de Accionistas, teniendo en cuenta principalmente sus conocimientos generales, renombre en su actividad diaria y la experiencia que tienen sobre el modelo de negocio y el sector automotor.

COMPOSICIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA		
	PRINCIPAL	SUPLENTE
PRIMER RENGLÓN	Denis BARBIER (En el cargo desde 2010, sexo masculino, dependiente de Casa Matriz, Vicepresidente Delegado para la Región América y cabeza de la operación en América).	José Vicente ZAPATA (En el cargo desde 2002, sexo masculino, independiente).
SEGUNDO RENGLÓN	Francois DAVID (En el cargo desde 2010, sexo masculino, dependiente de Casa Matriz, Director Financiero para la Región América).	José Ignacio LEIVA (En el cargo desde 2009, sexo masculino, independiente).
TERCER RENGLÓN	Nicanor RESTREPO - Q.E.P.D. (En el cargo desde 2006, sexo masculino, independiente, fue directivo del Grupo Empresarial Antioqueño y miembro de distintas juntas directivas de grandes empresas en Colombia).	Luis ACERO (En el cargo desde 2014, sexo masculino, independiente).

Los miembros actuales no representan grupos sociales diferentes a Renault.

ESTRUCTURA DE GOBIERNO OPERATIVA

En cabeza de la estructura operativa del Gobierno Corporativo encontramos al **Presidente - Director General**, el cual como representante legal de la Sociedad es el responsable de la dirección, administración y ejecución de los programas de inversión, producción y venta de vehículos motores y demás productos que ensamblamos y fabricamos. Además, están a su cargo las acciones necesarias para la buena marcha de nuestra Organización, siempre actuando según las políticas directivas y reportando a la Junta Directiva la celebración de cualquier acto o contrato. Entre otras funciones, está encargado de elaborar los presupuestos, planes y propuestas que proyectan medidas a futuro.



PRINCIPAL: LUIS FERNANDO PELÁEZ GAMBOA
Director General del Grupo Renault en Colombia
Presidente Director General de Sofasa



PRIMER SUPLENTE: MAURICIO DE JESÚS PINO OCAMPO
Director de Recursos Humanos



SEGUNDO SUPLENTE: PABLO ENRIQUE URREGO HERNÁNDEZ
Secretario General, Relaciones de Gobierno y RSE

El Presidente y las otras instancias del Gobierno Corporativo pueden delegar en otros miembros de la estructura directiva la toma de disposiciones con impacto social, ambiental y económico; por ejemplo, en el Secretario General como Director Legal, de Relaciones de Gobierno y RSE, en el Director de Recursos Humanos y su equipo, en el Director de Producción y el Staff de Gestión Ambiental y en el Director Financiero. Además, cada Director tiene injerencia en las decisiones de índole económica, las cuales se reportan al Comité Ejecutivo, al Director General y a la Junta Directiva.

A través de una reunión mensual y de los Comités Operacional Colombia – COC y Management Colombia –CMC, el Presidente evalúa el desempeño de la Compañía.

Adicionalmente, los colaboradores de la Organización, a través de los Directores, pueden expresar sus preocupaciones a los órganos de gobierno. También pueden hacerlo en la realización de Comités Ejecutivos extraordinarios y de Management mensuales.

Como parte de la estructura de gobierno contamos también con la **Secretaría General**, la cual está a cargo de la Dirección Jurídica, las Relaciones de Gobierno y la Responsabilidad Social Empresarial, así como de la Fundación Renault, constituida en el 2014.

Así mismo, tenemos el **Comité Ejecutivo**, el cual está comandado por el Presidente y está a cargo de la toma de decisiones operacionales con impacto económico, social y ambiental, como aquellas que definen la operación y

la estrategia local, siempre en línea con las orientaciones de la Casa Matriz. Es aquí donde se dan las reuniones mensuales del COC y CMC. El Comité diseña sus acciones con base en el análisis de riesgos, oportunidades e impactos, en las propuestas elaboradas por los responsables de cada área, en los conceptos de auditorías y en el seguimiento a planes de acción.

Además, como parte de sus funciones, el Comité mantiene los siguientes espacios de divulgación de información corporativa: envío esporádico de información de interés para el sector; visitas explicativas a la planta de ensamble; difusión del boletín semanal RENAULT-Sofasa en 5 Minutos; difusión de la revista Global y realización de Juntas Directivas con contextualización del sector y la economía.



Luis Fernando PELÁEZ GAMBOA
DIRECTOR GENERAL DEL GRUPO
RENAULT EN COLOMBIA Y PRESIDENTE
DIRECTOR GENERAL DE SOFASA



Pablo
ARANGO VÁSQUEZ
DIRECTOR DE CALIDAD



Florent Michel
BELIN
DIRECTOR
ADMINISTRATIVO Y
FINANCIERO



Alejandro
BOTERO ESCOBAR
DIRECTOR
COMERCIAL



Mario Javier
GÓMEZ GUZMÁN
DIRECTOR DE
FABRICACIÓN



Mauricio
PINO OCAMPO
DIRECTOR DE
RECURSOS HUMANOS



Juan Carlos
VELÁSQUEZ CASTAÑO
DIRECTOR DE COMPRAS



Pablo
URREGO HERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL,
RELACIONES DE GOBIERNO
Y RSE



José Luis
MENDIVELSO PATIÑO
GERENTE DIVISIÓN
INGENIERÍA DE VEHÍCULO



SERGIO
MANTILLA ORTIZ
GERENTE DIVISIÓN
PROGRAMAS



Paula Catalina
VELÁSQUEZ VILLA
GERENTE DEPARTAMENTO DE
COMUNICACIONES

Con el objetivo de dar apoyo al Gobierno Corporativo, hemos implementado los siguientes **Comités** especiales:

Locales:

COMITÉ PRODUCTO COLOMBIA	COMITÉ NIVEL 1	COMITÉ DRIVE TO 5 (INDUSTRIAL Y COMERCIAL)	COMITÉ ESTRATÉGICO COLOMBIA
COMITÉ MANAGEMENT COLOMBIA	COMITÉ DE ÉTICA	COMITÉ CARRERA COLOMBIA	COMITÉ IMAGEN DE MARCA
COMITÉ DE INVERSIONES	COMITÉ DE PROYECTOS TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN	COMITÉ OPERACIONAL COLOMBIA "BUSINESS DECISION"	

Regionales:

ALLIANCE STEERING COMMITTEE	COMITÉ OPERACIONAL REGIÓN AMÉRICA	COMITÉ MANAGEMENT REGIÓN AMÉRICA	COMITÉ MONOZUKURI REGIÓN
-----------------------------	-----------------------------------	----------------------------------	--------------------------

ÉTICA Y TRANSPARENCIA

Trabajamos para que en todas nuestras operaciones se viva la ética y nuestros principios éticos; por esto, hemos creado las siguientes herramientas para su fortalecimiento en toda la Organización: Código Deontológico, Código de Buen Gobierno, Comité de Ética, campañas de difusión y mecanismos de denuncia ética. Con estos instrumentos, en desarrollo desde el 2013, buscamos generar apropiación por parte de todos los colaboradores y convertir la ética en una de nuestras fortalezas empresariales a nivel global.

Código Deontológico

Desde el 2013 tenemos en la Organización un nuevo Código Deontológico o Código de Ética basado en principios de responsabilidad, el cual damos a conocer entre todos los empleados y en las jornadas de inducción de los nuevos trabajadores. Con el fin de ampliar su difusión, se ha traducido el Código a todos los idiomas de los países donde opera la marca Renault y las filiales que componen la Organización.

En 2014 desarrollamos el Código Deontológico con Códigos Específicos para las áreas de Compras, Comercial, Sistemas, Seguridad y Gobierno, los cuales buscan fortalecer el comportamiento ético de cada una de estas áreas en su día a día. El Código de Ética fue entregado a todo el grupo de Mandos de la Compañía (100%). Además, en este mismo año, realizamos la campaña **Norma y Leo**, con el objetivo de concientizar a los empleados sobre las conductas que atentan contra la ética de la Organización.



Código de Buen Gobierno

Está basado en el sentido común y la responsabilidad y otorga pautas para regular los conflictos de interés y para analizar el impacto de nuestras acciones.

Las siguientes son algunas de las pautas propuestas por el Código de Buen Gobierno:

- **Empleados:** las actuaciones deben estar inspiradas en la honradez, el respeto y la preocupación por contribuir con la armonía.
 - **Respeto y protección:** la dignidad, el respeto, la seguridad y la protección de sus empleados, son prioritarias para RENAULT-Sofasa.
 - **Protección de los activos:** son activos los bienes materiales y los bienes inmateriales como la propiedad intelectual y el saber hacer, los cuales deberán ser usados dentro de los términos del Código.
 - **Protección de la imagen:** la calidad de la imagen institucional, así como la reputación de los productos producidos por RENAULT-Sofasa, son principios para preservar la dignidad y el buen nombre de la Empresa. Se espera de los empleados que sean buenos ciudadanos, solidarios con el país, sin menoscabo de sus responsabilidades para con los accionistas, directores, compañeros y clientes.
 - **Protección de la información:** la revelación de información a terceros debe ser consultada previamente al responsable del proceso, miembro del Comité Ejecutivo. Debe ser exacta, veraz y completa.
 - **Confidencialidad:** solo podrá entregarse información confidencial de la Compañía a personas autorizadas. No debe usarse la información en beneficio propio o de terceros no autorizados.
- **Conflictos de intereses:** el Código de Ética establece las reglas para regular el conflicto de intereses de los empleados con la Compañía, en temas como trabajos remunerados, negocios con parientes, ex-empleados y terceros, aceptación de regalos, aceptación de cargos, utilización indebida del cargo, actitud frente al control.
 - **Relaciones externas:** el comportamiento de los funcionarios debe respetar la ley y proteger el medio ambiente. Se deben adoptar medidas de control para evitar que las operaciones de la Compañía sean utilizadas para dar apariencia de legalidad a recursos provenientes de actividades delictivas.
 - **La lealtad:** con los clientes y los accionistas, suministrando a nuestros accionistas información exacta, oportuna y confiable, con un trato justo y equitativo para todos los socios de la Compañía.
 - **Los proveedores:** la política de selección de proveedores busca el cumplimiento de especificaciones de calidad, costo y suministro dentro de los principios de transparencia e igualdad que enmarcan la buena fe comercial y las sanas costumbres mercantiles. Adicionalmente, se busca su solvencia moral y reputación en el medio. No se compran bienes de contrabando ni se usan elementos sin licencia, en cumplimiento de las normas nacionales e internacionales sobre derechos de autor y propiedad industrial e intelectual. Se deben tomar todas las medidas necesarias para evitar corrupción en la contratación.

Comité de Ética

Es presidido por el Presidente de la Organización, con el soporte de las áreas de Auditoría y Jurídica. Está conformado por el Secretario General y Relaciones de Gobierno, el Director Financiero, el Director de Recursos Humanos y el Gerente del Departamento de

Auditoría. Su principal misión consiste en promover el Código Deontológico y códigos específicos locales, resolver conflictos de interés cuando sea el caso, además de estimular el ambiente ético y las buenas prácticas en la Organización.

Mecanismos de denuncia

Desde el 2013, en Renault hemos dispuesto la **Línea Ética** y la **Intranet Sof@net** para la denuncia de casos relacionados con la ética en la Organización. Con el fin de dar más independencia y objetividad en el manejo de la línea ética, desde 2014, hemos delegado a un tercero la administración de esta en la Región América. El nuevo administrador nos ofrece, además, asesoramiento profesional para manejo de la herramienta.

La **Línea Ética** permite una comunicación con confidencialidad, ya que a través de ella los empleados pueden exponer, de manera anónima, las inquietudes y preocupaciones relacionadas con situaciones que comprometan la ética de la Organización, como por ejemplo, conductas inapropiadas de los empleados. Además, tenemos una política interna llamada "El jefe es jefe para todo", creada para el manejo adecuado de las denuncias relacionadas con los subordinados directos, otros jefes o empleados.

En caso de que la denuncia esté relacionada con el jefe directo, se puede recurrir a Recursos Humanos o al superior directo del jefe. En cuanto a los casos externos de denuncia, estas se pueden presentar ante la Secretaría General y Relaciones de Gobierno y el área de Servicio al Cliente.

Durante el 2014 no se presentaron denuncias a través de los mecanismos éticos. Debido a esta situación, consideramos la necesidad de independizar la línea ética, delegando su manejo a un asesor. Esto con el objetivo de eliminar posibles miedos que impiden a los colaboradores realizar sus denuncias.

PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES

Hacemos parte de las siguientes organizaciones con el fin de aportar a nuestro entorno económico y social:

<p>CÁMARA AUTOMOTRIZ DE LA ANDI (ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS)</p>	<p>Participamos en la Junta Directiva y tuvimos, hasta 2014, la Presidencia de esta. Además, aportamos proactivamente en todos los grupos de trabajo relacionados con temas de reglamentación de vehículos automotores, innovación, situación del mercado, entre otros temas de interés particular y de alto impacto para la Empresa y el sector.</p>
<p>JUNTA DIRECTIVA SECCIONAL ANTIOQUIA DE LA ANDI (ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS)</p>	<p>Participamos en la Junta Directiva de la Seccional de Antioquia y en 2014, el Presidente de la Compañía fue designado Vicepresidente de esta; además, en ausencia del Presidente, tiene puesto en la Junta Directiva Nacional de la ANDI.</p> <p>Aportamos proactivamente en los grupos de trabajo sobre desarrollo regional, innovación y temas de interés por su alto impacto en el sector y la región.</p>
<p>CÁMARA COLOMBO FRANCESA DE COMERCIO E INDUSTRIA</p>	<p>Participamos en el Comité Financiero a través del Director Administrativo y Financiero de nuestra Compañía y en otros temas de interés mutuo con la Embajada de Francia en Colombia, a través de la Secretaría General y Relaciones de Gobierno.</p>
<p>FUNDACIÓN PROANTIOQUIA (FUNDACIÓN PARA EL PROGRESO DE ANTIOQUIA)</p>	<p>A través de esta participación buscamos hacer aportes en comités de trabajo para el desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial. Este es un espacio estratégico para aunar esfuerzos que busquen impulsar el progreso de la región y, con ello, incentivar la sostenibilidad de la operación de RENAULT-Sofasa.</p>
<p>TECNNOVA</p>	<p>Participamos a través de nuestro Presidente quien es miembro de su Junta Directiva. Hacer parte de Tecnnova nos da la oportunidad de aunar esfuerzos empresariales y aportar a la Alianza Universidad – Empresa – Estado para el impulso de la innovación en pro del progreso de la región antioqueña.</p>
<p>TECNNA (CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ)</p>	<p>Participamos como miembros de la Junta Directiva y en comités de evaluación del proyecto. TECNNA es un espacio para mantener cercanía con los autopartistas y apoyar su desarrollo e innovación en el país, con el fin de aumentar la competitividad de los productos de la cadena automotriz.</p>

CORPORACIÓN RUEDA VERDE

Participamos en el seguimiento al desarrollo de las actividades de Corporación Rueda Verde como miembros del programa de llantas pos consumo. A través de esta participación, damos cumplimiento a la normatividad para el tratamiento y disposición de llantas usadas, en una estrategia de corresponsabilidad con otras organizaciones interesadas.

RED DE TRANSPARENCIA POR COLOMBIA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La Red es una iniciativa promovida por la Contraloría de Medellín, compuesta por entidades públicas y privadas, que busca garantizar el cuidado, buen uso y control de los recursos públicos y del medio ambiente. Uno de los puntos fundamentales de la consolidación de esta red es el empoderamiento del individuo en cuanto al control y seguimiento de los recursos públicos en la ciudad. Otro de los puntos importantes consiste en realizar buenas prácticas sin esperar por ello un resultado inmediato; con ello, se intenta eliminar los índices de corrupción en el país. La apuesta es por un mejor país en el que las entidades privadas se sumen al propósito de tener actitudes transparentes.

Específicamente, RENAULT-Sofasa cumple la función de conectar personas y redes, así como de visibilizar la Red. En 2014, las funciones, siguiendo este propósito fueron: divulgación en redes sociales y a nivel interno del trabajo que se realiza en la Red y preparación del video de lanzamiento de esta, evento realizado el 9 de diciembre, "Día en Contra de la Corrupción".



Grupos DE INTERÉS

NOS RELACIONAMOS CON

<p>CLIENTES</p>	<p>CONCESIONARIOS Y PUNTOS AUTORIZADOS</p>	<p>COLABORADORES</p>	<p>PROVEEDORES</p>	<p>INVERSIONISTAS</p>
<p>Vehículos confiables y seguros con respaldo posventa.</p>	<p>Acompañamiento en la rentabilidad del negocio.</p>	<p>Promover su desarrollo dentro de la Organización.</p>	<p>Negociación y contratación con transparencia y calidad.</p>	<p>Transparencia e información.</p>
<p>ACCIONISTAS</p>	<p>COMPETIDORES</p>	<p>SOCIEDAD</p>	<p>ESTADO</p>	<p>MEDIO AMBIENTE</p>
<p>Generar valor agregado.</p>	<p>Transparencia en prácticas comerciales.</p>	<p>Generar riqueza y bienestar en Colombia.</p>	<p>Cumplir con el orden institucional.</p>	<p>Prevenir la contaminación ambiental.</p>

NUESTROS CLIENTES

Para RENAULT- Sofasa los clientes son nuestra razón de ser y de existir. En 2014 les brindamos múltiples alternativas de producto y servicios de excelente calidad, así como el acompañamiento y seguimiento en cuanto a los vehículos y sus piezas. De la misma manera, esto ha significado un crecimiento en nuestra gestión, logrando matricular cada vez más vehículos y que estos a su vez se

encuentren en el podio de marcas favoritas por los colombianos.

Actuamos de acuerdo con nuestra promesa al cliente Renault, mediante la respuesta oportuna a las solicitudes de información y seguimiento, tanto al adquirir su vehículo como en la posventa, así como precios de mantenimiento competitivos. De la misma

manera mantenemos a nuestros clientes al tanto de los beneficios creados para ellos, todo esto con el fin de satisfacer y superar sus expectativas al adquirir un vehículo Renault.

Contamos con diferentes medios de comunicación que afianzan nuestra relación cercana con ellos:



NUESTROS CONCESIONARIOS Y SERVICIOS AUTORIZADOS

Nuestros concesionarios y servicios autorizados son nuestros socios estratégicos y son ellos quienes tienen el contacto directo con el cliente. Les damos apoyo a través de las áreas de soporte de la Compañía como Logística, Jurídica, Servicio Técnico, Servicio al Cliente, Formación, Métodos, Auditoría, Desarrollo red, Animación y gestión, a través de los Gerentes de Zona. Crecemos junto con ellos y son la extensión de nuestras prácticas, principios y valores en cuanto a ventas y relacionamiento con el cliente.

Además de esto garantizamos el cumplimiento de las funciones de la red de concesionarios dentro de la cadena de valor, entregándoles orientaciones en gestión corporativa, comercial y financiera según las políticas del Grupo Renault; brindándoles formación de las personas en el servicio de venta y posventa y formación técnica

al personal de talleres a través del programa Renault Academy, suministrándoles equipos y herramientas; acompañándolos también en la implementación de Sistemas de Gestión de Calidad, de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial y Ambiental.

Extendemos nuestra gestión en el acompañamiento de sus procesos de expansión dentro del territorio nacional, a través de estudios y análisis de factibilidad geográfica y económica.

Mantenemos espacios de diálogo en donde se definen conjuntamente estrategias que permitan el crecimiento de la Compañía y a su vez la satisfacción de los clientes. Trabajamos de la mano con ellos para la creación de estrategias conjuntas que propendan por su bienestar.



KIT DE DESPLIEGUE

Realizamos reuniones cada dos meses con el fin de desplegar las acciones comerciales de los meses siguientes. A esta reunión asisten los Gerentes de Ventas y Zonales de RENAULT-Sofasa y los Gerentes Comerciales y de Posventa de la red, así como algunos Gerentes Generales.

JORNADA COMERCIAL

En 2014 realizamos una Jornada Comercial, en la que se reunió a la red de concesionarios y servicios autorizados para desplegar la Política Comercial y los Objetivos comerciales del año. Por parte de RENAULT-Sofasa asiste el Presidente Director General junto con el Comité Ejecutivo y sus áreas comerciales (Marketing, Ventas, Posventa). Por parte de la red asisten Gerentes Generales, Comerciales y de Posventa.

REUNIONES ZONALES

Realizamos reuniones periódicamente en el año, a las que asisten los Gerentes Zonales de RENAULT-Sofasa junto con los concesionarios de la zona.

DEALER COUNCIL

En 2014 se implementaron estas reuniones con el fin de validar con la red algunas acciones antes de ser desplegadas. Se realizaron en total 10 sesiones con la red, con ocho temas diferentes. A estas reuniones asistieron 15 Gerentes Generales, Comerciales y de Posventa. De esta manera, con este grupo de interés, se validaron en total ocho temas de trabajo antes de ser oficializados y desplegados a la red. De estos *Dealer Council* también salieron 11 nuevas iniciativas para trabajar por parte de los diferentes *métiers* (áreas) de la Dirección Comercial.

BALANCE DEALER COUNCIL

	ÁREA	No. Puntos tratados	No. Dealer Council
1	ACCESORIOS	23	2
2	CARROCERÍA	8	1
3	MANTENIMIENTO	12	1
4	RCI - VEHÍCULOS UTILITARIOS (VU)	8	1
5	RENAULT SEGURO	6	1
6	VEHÍCULOS UTILITARIOS (VU)	9	1
7	MAYORISTAS - MOTRIO	8	1
8	FORMACIÓN - RENAULT ACADEMY	6	2
	TOTAL GENERAL	80	10

DEALER OF THE YEAR (DOTY)

El Grupo Renault dio continuidad al reconocimiento "Dealer of the Year", premio que reconoce la gestión comercial y de servicio de todos los concesionarios en el mundo en cuanto a volumen en ventas de vehículos nuevos, repuestos, accesorios, contratos de servicio y rentabilidad de la red y calidad del servicio, medida con el indicador de Tasa de Recomendación.

En 2014 dos concesionarios de Renault en Colombia recibieron este premio: Tayrona Automotriz, en primer lugar, con 5 estrellas y 93,3 puntos y Automotores Gorgona, en segundo lugar, con 5 estrellas y 87,3 puntos.



Tayrona Automotriz



Automotores Gorgona

NUESTROS COLABORADORES

Reconocemos a nuestros colaboradores como la fuerza que nos permite crecer. Es aquí donde comienza nuestra responsabilidad, desde el interior de la Compañía. Estamos muy atentos a su motivación, acompañamiento, orientación y reconocimiento. Nuestro propósito es que ellos y ellas también crezcan en la Organización. Construimos relaciones de confianza, con una comunicación abierta. Nuestro compromiso

con ellos pasa por la preocupación y medidas pertinentes en cuanto a salud y seguridad en el lugar de trabajo, así como por estrategias, programas e iniciativas que desarrollen sus capacidades, sus talentos y que puedan encontrar en la Organización un lugar en donde las ideas son escuchadas y valoradas. Hacemos extensivas nuestras buenas prácticas a sus familias, llevando bienestar dentro y fuera de

la Compañía. Muestra del diálogo entre los colaboradores y los líderes de nuestra Compañía son las reuniones que hace el Presidente Director General, un par de veces al año, con el fin de presentar los resultados del año anterior y los objetivos del año en curso.

El compromiso con nuestros trabajadores se materializa mediante el Pacto Colectivo.



TRANSPORTE

Garantizamos el desplazamiento cómodo y seguro desde y hasta los hogares de nuestros colaboradores.



EDUCACIÓN

Brindamos diferentes programas de formación con el fin de promover las habilidades de nuestros colaboradores.



VIVIENDA

Otorgamos préstamos para comprar, cambiar, ampliar, remodelar, construir o deshipotecar viviendas.



SALUD

Vinculamos a los familiares de nuestros colaboradores a una póliza de salud, adicional al cumplimiento de la normatividad y obligaciones con la EPS y ARL.



ALIMENTACIÓN

Contamos con un servicio de alimentación sin costo alguno para nuestros trabajadores.



INTERCAMBIO EN EL EXTERIOR

Con una frecuencia anual, generamos el patrocinio para que un hijo de nuestros trabajadores viaje al exterior y aprenda inglés durante un mes.



PROGRAMAS OCUPACIONALES

Promovemos programas ocupacionales para la familia, prejubilados y jubilados.



CAMPAMENTO DE LÍDERES

Apoyamos cada año a un joven para que pueda asistir a un campamento internacional de líderes.



VEHÍCULO

Brindamos opciones para la compra de vehículo nuevo con excelentes tasas y con precios especiales.



RECREACIÓN Y CULTURA

Contamos con infraestructura desarrollada para actividades deportivas en las que vinculamos a los trabajadores y a sus familias.

NUESTROS PROVEEDORES

Como socios estratégicos de RENAULT-Sofasa, los proveedores son también los que nos permiten lograr las metas propuestas en la Organización. Contamos con ellos como aliados, extendemos nuestras buenas prácticas y desarrollamos permanentemente diversas actividades, orientadas a su capacitación y formación, así como a incentivar e implementar esquemas de producción y gestión con el fin de mejorar su productividad y competitividad.

CONTAMOS CON

41

PROVEEDORES LOCALES

Con ellos buscamos dinamizar la economía y el mercado local.



IMPORTAMOS PIEZAS DE

12

PAÍSES



En 2014 aumentamos nuestra capacidad de almacenamiento de vehículos y optimizamos "emballages", lo que significó optimizar recursos, reducir tiempos y tener prácticas más responsables con el medio ambiente.



Evaluamos a nuestros proveedores en materia de derechos humanos; nos preocupamos por establecer relaciones con ellos a través de comportamientos éticos y responsables.

Mantenemos una comunicación directa y generamos espacios abiertos de diálogo. Desde hace varios años realizamos la Reunión Anual de Proveedores, evento en el que RENAULT-Sofasa hace reconocimiento a la buena gestión, entrega y compromiso de sus proveedores, así como la Convención Kaizen, que busca promover el mejoramiento continuo, el cuidado del medio ambiente, la optimización de recursos y la reducción de costos, entre otros.

NUESTROS INVERSIONISTAS Y ACCIONISTAS

La Asamblea General de Accionistas está conformada por tres empresas de Renault y dos personas naturales vinculadas a Renault en cargos directivos. Nuestro comportamiento es ético, nos relacionamos transparentemente y construimos lineamientos estratégicos para la administración y distribución de beneficios. De esta manera velamos por los intereses de los asociados y promovemos la sostenibilidad económica de nuestra Organización.

NUESTROS COMPETIDORES

Ejercemos prácticas transparentes, por ende, nuestro relacionamiento con nuestros competidores se ha sustentado en el diálogo y en la construcción de prácticas de comercio responsable. Muestra de ello es la participación de RENAULT-Sofasa en el Comité de Industria que se realiza cada mes y que es manejado por la firma Econometría. A este Comité asisten diferentes marcas del sector automotor y en él se realiza intercambio de información; en el caso de RENAULT-Sofasa asiste un representante de Marketing de la Organización. Este Comité se realiza para vehículos nuevos y otro para posventa.

LA SOCIEDAD

Nuestra visión va más allá de ensamblar vehículos. Buscamos también construir país por medio de la implementación de programas para la sociedad, que generen sensibilización y oportunidades de cambio. Tal es el caso del trabajo que comenzamos a realizar en el marco de la recién constituida Fundación Renault, que busca retribuir la confianza que nuestros clientes y diferentes grupos de interés han depositado en la marca a lo largo de sus más de 45 años de trayectoria en Colombia.

EL ESTADO

Nuestra relación con el Estado parte del principio de transparencia de nuestra Organización. Acompañamos a los diferentes ministerios y alcaldías con su accionar en relación con el sector empresarial.

El Director de Relaciones de Gobierno, junto con el Presidente Director General, asisten a reuniones varias con los diferentes organismos estatales, con el fin de aportar a la construcción de estrategias conjuntas en la sostenibilidad de la industria.

MEDIO AMBIENTE

Respetamos y cuidamos el medio ambiente, fieles a nuestra filosofía de marca. Nuestra gran apuesta son los vehículos eléctricos, que comenzamos a comercializar en el 2014 en el país, y el sello ecológico del programa Renault eco2, estrategia que busca minimizar el impacto medioambiental de la actividad del vehículo en todo su ciclo de vida, promoviendo la introducción de nuevas tecnologías en las motorizaciones térmicas y en las transmisiones, y concibiendo el reciclaje de sus partes.

En RENAULT-Sofasa ensamblamos vehículos en una planta certificada bajo la norma ISO 14001. Reciclamos, reutilizamos y cuidamos los recursos naturales, y también sensibilizamos a nuestros colaboradores en el uso correcto de estos en el área de trabajo, generando una sólida cultura que se extienda a sus hogares, impulsados por la política ambiental que busca generar el respeto por el medio ambiente.

TEMAS RELEVANTES

KAIZEN

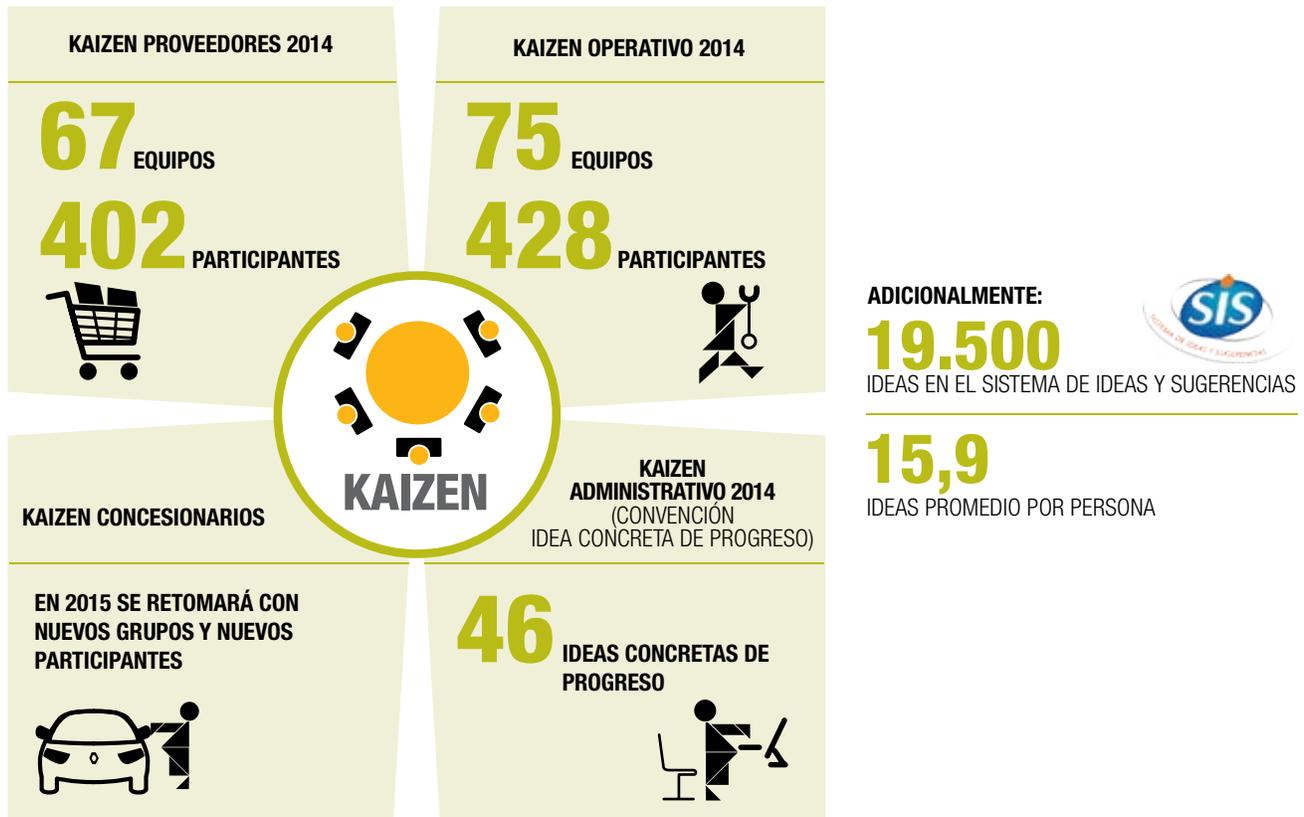
EL Kaizen es una herramienta de mejoramiento continuo a través de toda la cadena de valor, que promueve el trabajo en equipo y que se viene implementando hace muchos años en los procesos de la Organización, por lo cual es parte de ya de nuestro ADN, de nuestra cultura.

En RENAULT-Sofasa creemos en las ideas de las personas que trabajan en la Compañía y en

las de nuestros socios estratégicos, quienes se integran voluntariamente en equipos para aplicar una metodología de análisis y solución en diferentes áreas.

Sabemos que en la práctica cotidiana del talento de cada persona comprometida con la innovación y el análisis de cada operación, surgen ideas que permiten el desarrollo de

nuestra gestión. Por esta razón, ofrecemos diversos espacios para su puesta en común, siendo el Kaizen uno de los mayores generadores de grandes transformaciones así:



ALIANZA UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO

Tecnova es la estrategia que vincula a las universidades, a las empresas y al Estado con el fin de transferir conocimiento y tecnología, gracias al cual hemos desarrollado, en el pasado, proyectos con talento joven colombiano y en tiempo récord, como el Túnel de Tratamiento de Superficies (TTS) con la Universidad de Antioquia y procesos de *self-validation* con universidades locales como la Universidad Industrial de Santander, la Universidad de Antioquia y Eafit.

De manera particular, en 2014 seguimos articulando oportunidades, necesidades y soluciones de manera integrada en los temas de ciencia, tecnología e innovación, dentro de los cuales vale la pena destacar algunos proyectos que hemos formulado y tenemos en proceso de ejecución: desarrollo de las matrices de ensamblaje por soldadura y grafado para la carrocería del nuevo vehículo que entrará al portafolio de productos de RENAULT-Sofasa a partir de 2015 e implementación de un sistema

de captación y recuperación de aguas del río Medellín, residuales de proceso y subterráneas.

Así mismo, tenemos dos proyectos en curso de formulación con Tecnova ante Colciencias: identificación del potencial tecnológico para desarrollar las capacidades del sector automotor en la manufactura de piezas locales y diseño, desarrollo y puesta a punto de la metodología *Lean Manufacturing* para líneas de carrocería automotriz.

“Por encima de todo, la Responsabilidad Social Empresarial se trata de escuchar a nuestros grupos de interés, así como las preguntas que surgen de acuerdo con sus expectativas, para proporcionar una respuesta mediante la reducción de nuestro impacto negativo en el largo plazo y buscando oportunidades en las que podamos tener un impacto positivo en la sociedad”.

”

CLAIRE MARTIN,
Directora Mundial RSE y
de la Fundación Renault.



Responsabilidad Social **EMPRESARIAL**

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) RENAULT-Sofasa

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de RENAULT- Sofasa, entendida como la sostenibilidad en lo económico, social y medioambiental, es el fruto de una gestión consistente y disciplinada a lo largo de estos 45 años, gracias a la cual, y más allá de nuestras conquistas empresariales, hemos podido generar una mejor calidad de vida y bienestar para nuestros trabajadores y nuestra comunidad.

La RSE inicia al interior de la Organización, en donde estamos convencidos de la importancia de motivar, acompañar, orientar y reconocer a nuestra comunidad laboral como los actores más importantes dentro de nuestra Compañía, sustentados en una base sólida de confianza, comunicación, respeto y diálogo abierto entre jefes y trabajadores. Pasa también nuestra RSE por los demás grupos de interés con los que adelantamos diversas actividades enmarcadas en criterios de desarrollo sostenible, entendiéndolo como el equilibrio entre las prioridades del desarrollo económico, del progreso social y de la protección ambiental.

La permanencia de nuestra Organización se basa en prácticas éticas y transparentes con nuestros proveedores y concesionarios, socios estratégicos en nuestra labor; con la comunidad y el medio ambiente, como ejes vitales de la permanencia, y con nuestros accionistas y clientes, principio y fin de nuestra misión.

Con el diseño y la implementación de prácticas organizacionales de sostenibilidad, esperamos responder constructiva, sistemática y eficazmente a los desafíos de nuestro país, porque creemos en su crecimiento y progreso.

El objetivo de la marca es acompañar el desarrollo económico y social de los territorios donde Renault hace presencia, con acciones enmarcadas en los cuatro ejes de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial de la Compañía, en línea con la estrategia mundial: **Educación, Seguridad Vial, Movilidad Sostenible y Medio Ambiente y Diversidad.** Esto resume los retos sociales del automóvil y los retos humanos de una empresa multinacional.

La salud y la seguridad de los usuarios y la sociedad, la protección general del medio ambiente, el uso prudente de los recursos naturales y la igualdad de oportunidades sustentan el enfoque de Renault con la Responsabilidad Social Empresarial; demuestran además la perspectiva y el compromiso abierto del Grupo para tomar en cuenta las necesidades y expectativas de la sociedad.

La movilidad es un componente vital del desarrollo económico. Es el camino de la libertad para algunos y una forma de combatir la exclusión social para otros. Nuestro objetivo como marca es garantizar el desarrollo y el progreso de todos a través de la movilidad sostenible.

Sin embargo, el automóvil también es responsable de los principales problemas mundiales, tales como accidentes de tránsito, los impactos negativos sobre la salud y sobre el medio ambiente. Con el fin de asumir sus responsabilidades, nuestra industria es capaz

de contribuir a la preservación del bienestar individual y colectivo.

El reto para Renault, como un fabricante de automóviles responsable y pionero de la movilidad sostenible para todos, es concebir ofertas nuevas, movilidad asequible y sus modelos de negocio asociados para desarrollar tecnologías innovadoras, estar atentos al uso

conservador de energía y materias primas y reflejar los cambios en el comportamiento y costumbres del entorno.

Teniendo en cuenta que la competitividad de una empresa depende de la calidad de su gente, compuesta por hombres y mujeres talentosos y motivados, Renault se dedica a fomentar el continuo desarrollo de su capital humano.

Dentro de la Empresa, como en las comunidades en las que trabajamos, Renault apoya iniciativas para la educación y la diversidad, las dos palancas más fuertes para el rendimiento y el desarrollo personal y empresarial. A partir de la educación y en particular a través de nuestra Fundación, estas acciones contribuyen al desarrollo de competencias y a fomentar la equidad social.

RETOS SOCIALES DEL AUTOMÓVIL

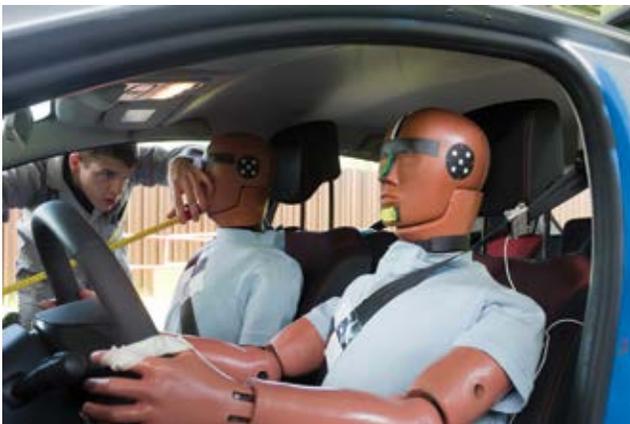


MOVILIDAD SOSTENIBLE / MEDIO AMBIENTE
(Impactos ambientales en ciclo de vida del vehículo).

RETOS HUMANOS DE UNA EMPRESA MUNDIAL



DIVERSIDAD
(Igualdad de oportunidades - Inclusión).



SEGURIDAD VIAL
(1,3 millones de personas mueren en las vías del mundo cada año).



EDUCACIÓN
(Desarrollo de competencias).



EDUCACIÓN

Convenio Marco de Cooperación con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

Tenemos igualmente, desde 2010, un Marco de Cooperación entre RENAULT-Sofasa y el SENA, donde varios aprendices han obtenido el certificado internacional de Mecánico Renault, con el fin de fortalecer la calidad de

la formación profesional en los sectores de la industria automotriz y electromecánica, del cual se han beneficiado más de 2.000 aprendices, consolidando así la sinergia entre la alianza público-privada y creando un semillero de mecánicos que sea útil a Renault y a su red de concesionarios en el país.

El 21 de julio se realizó la graduación del primer grupo de aprendices que obtuvo el certificado internacional de Mecánico Renault (23 aprendices y 3 instructores), luego de finalizar un proceso con más de 210 horas de formación.



“Es realmente gratificante ver cómo este grupo de personas culmina exitosamente su proceso de formación y cómo, a través de ellos, hacemos realidad uno de los propósitos de la Fundación Renault en Colombia, al brindar educación de calidad a personas que contribuyen al desarrollo de la industria automotriz en el país.” **Luis Fernando Peláez Gamboa, Presidente Director General de RENAULT-Sofasa.**



“Estamos seguros de que este convenio seguirá permitiendo que RENAULT-Sofasa, y en general la industria automotriz, pueda formar a técnicos especializados y personal altamente capacitado que contribuya al aumento de la competitividad del sector, así como seguir generando mayor número de empleos altamente calificados. De esta forma, a comienzos de 2015 esperamos contar con alrededor de 40 instructores certificados y un total de 50 aprendices.” **Pablo Urrego, Secretario General y Relaciones de Gobierno de la Compañía.**

“Este proceso de formación fue una experiencia muy interesante, gracias a que se aprende tanto la parte teórica como práctica. La marca Renault trae muchas innovaciones que otros vehículos no tienen, entonces esto permite que nos podamos familiarizar con las nuevas tecnologías que están llegando. Este convenio nos facilitará seguir creciendo y abriendo hacia nuevos mercados.” **Juan Carlos Ortiz (18 años), beneficiario del Convenio.**

Convenio con Universidad Los Libertadores (Bogotá)

Como parte del Convenio de Cooperación firmado con la institución educativa hace cinco años, la Compañía donó dos motores K4M con fines académicos, reafirmando así su compromiso con la academia. Este Convenio existente permite a las dos entidades compartir conocimientos y herramientas, con el fin de alinear los programas académicos actuales con las necesidades reales de la industria automotriz. Adicionalmente, gracias a esta alianza, los Instructores de Renault Academy (RAC), la “universidad corporativa” de RENAULT-Sofasa en Colombia, también reciben capacitación por parte de la Universidad, en diversos temas del sector automotor. El acuerdo

incluye capacitación permanente al grupo de docentes y a varios grupos de estudiantes de la carrera de **Tecnología en Diagnóstico y Servicio Automotriz** (Programa Técnico Profesional Automotriz). Igualmente, pensando en el futuro profesional de los estudiantes del programa, se les brinda la oportunidad de recibir asesorías especializadas, así como la posibilidad de realizar visitas de campo a la planta de RENAULT-Sofasa en Envigado.

En 2014 estas donaciones se canalizaron a través de la Fundación Renault (en 2009, RENAULT-Sofasa donó a la Universidad Los Libertadores un Renault Logan como vehículo pedagógico para que los estudiantes pudieran realizar prácticas reales).

“Con esta nueva donación reafirmamos nuestro compromiso con la formación de profesionales idóneos preparados para acompañar el desarrollo de la industria en el país. Estamos seguros de que los dos motores K4M -desarrollados y producidos por Renault- que les hemos entregado, se convertirán en una herramienta fundamental para mejorar la práctica profesional de los técnicos que, a corto y mediano plazo, también podrán trabajar en nuestra Compañía o en la red de concesionarios con la que contamos a nivel nacional”, afirmó Luis Fernando Peláez Gamboa, Presidente de la Compañía.

RENAULT EXPERIENCE

Renault Experience

Este programa tiene como fin fortalecer los lazos entre la Empresa y la academia, así como incentivar el interés de los estudiantes universitarios de diferentes áreas de formación, a partir de casos prácticos, por el sector automotor y sus múltiples posibilidades. En 2013 se desarrolló en la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín y la Universidad ICESI de Cali, y en 2012 se había realizado en la universidad Eafit de Medellín. En 2014 se realizó en la Universidad Javeriana de Bogotá y en la Universidad del Norte en Barranquilla.



SEGURIDAD VIAL

El Grupo Renault apoya la Década de las Acciones por la Seguridad Vial 2011-2020 declarada por la ONU para disminuir la cantidad de muertes en el mundo por accidentes de tránsito. Dentro del programa de Responsabilidad Social de Renault, la marca invita a movilizar el

Convenios

- El acuerdo para la promoción de la seguridad vial con la **Secretaría de Educación, Tránsito y Transporte de Envigado**, para introducir el Kit Pedagógico “La Calle y Yo” en niños entre 7-8 años, 9-11 años y mayores de 12 años en cuatro instituciones educativas de la municipalidad, beneficiando a más de 800 niños y niñas.
- El acuerdo para la promoción de la seguridad vial con el **Colegio Montessori de Medellín**, beneficiando a más de 700 niños y niñas.
- Apoyamos, junto con Liberty Seguros, a la Secretaría de Educación Distrital de Bogotá, con 5.000 boletas para ingresar a Maloka, como apoyo a su programa de Expediciones Pedagógicas “Escuela Ciudad Escuela”, con visita a la Sala de Seguridad Vial “Conciencia en la Vía. Seguridad + Tecnología”; esto con el fin de fortalecer la construcción de ciudadanía en 14 instituciones educativas de las localidades de Bosa, Ciudad Bolívar, Engativá, Kennedy, Rafael Uribe, Tunjuelito, Usme y Chapinero.

Sala de Seguridad Vial “Conciencia en la Vía. Seguridad + Tecnología” en Maloka

El objetivo de la alianza entre Maloka, Liberty Seguros y RENAULT- Sofasa es concientizar a los pequeños sobre la importancia de respetar la movilidad urbana, la seguridad en la vía, el medio ambiente, y conocer los impactos negativos que se le ocasionan al planeta con las malas prácticas en la conducción.

La iniciativa tiene como objetivo brindar un espacio de aprendizaje amable, positivo y divertido para niños y niñas, en el que a través de la ciencia y la tecnología se incentiva la responsabilidad que tiene una persona como actor vial, a través de juegos que impulsan valores de responsabilidad, seguridad vial y conciencia ciudadana.

En la sala interactiva se enseña a los niños a utilizar las vías peatonales, los puentes y cruzar por las cebras, ya que como peatones son más vulnerables a sufrir accidentes de tránsito. Así mismo, la interactividad y la tecnología permiten concientizar a los padres para usar los sistemas de retención infantil en sus vehículos particulares, pues muchos niños mueren en Colombia en condición de acompañantes.

sector público, privado y la sociedad civil para mejorar la Seguridad Vial en cada país a través de la educación.

En el marco de su Programa de Seguridad Vial y Movilidad Sostenible, RENAULT- Sofasa viene

Maloka es un Centro Interactivo en Bogotá y se constituye como un espacio participativo de educación no formal desde la relación Ciencia, Tecnología y Sociedad. Desde el año 2010, RENAULT-Sofasa firmó un contrato con el Centro y con Liberty Seguros, para un escenario interactivo lúdico para niños y niñas de 4 a 8 años en el que se abordan temas de ciencia y tecnología vinculados con el fortalecimiento integral de los comportamientos de cultura ciudadana. El objetivo de la sala “Conciencia en la Vía. Seguridad + Tecnología” es generar una reflexión en torno al tema de la responsabilidad como habitantes de la ciudad y el respeto al otro, enmarcados dentro de las dinámicas de comportamiento ciudadano. Todo esto con el fin de fomentar en los niños y niñas valores, actitudes y comportamientos de responsabilidad ciudadana como peatones, pasajeros y conductores en términos de actores de unas condiciones de movilidad dentro del espacio de ciudad.

Es claro que la prevención de todo tipo de accidentes de tránsito se logra a través de la educación y todo esto se funda en el respeto por la vida, por la solidaridad, la tolerancia, la justicia y la paz.

Materiales didácticos Seguridad Vial



Renault, dentro del programa “Safety and Mobility for All” (desarrollado en el año 2000), tiene a disposición diferentes herramientas para niños y niñas entre 7 y 12 años, disponibles a través del Centro de Recursos en internet; en él se encuentran las diferentes cartillas pedagógicas “La Calle y yo” en varios idiomas para el público en general y para docentes de instituciones educativas.

adelantando diferentes acuerdos de cooperación para seguir trabajando en este programa, para promover el material pedagógico (La Calle y yo) para niños y niñas entre 7 y 12 años y para docentes.

El dispositivo digital incluye una aplicación gratuita de seguridad vial y movilidad “La Calle y Yo” desarrollada por Renault en versión para iPad, disponible a través del iTunes (iBooks), así como en versión Android a través de Google Store.

De igual manera existe un juego virtual disponible en español (*serious game*- juego serio), que permite a los niños, de 7 a 12 años de edad, jugar y aprender los conceptos básicos de la seguridad vial y la movilidad sostenible.

Concurso Internacional “Your Ideas. Your Initiatives”

Concurso mundial que promueve el Grupo Renault desde 2011, como parte del programa de Responsabilidad Social Empresarial, que involucra a niños y jóvenes entre los 15 y 17 años junto con su profesor, para presentar un proyecto, comprometidos con generar cambios en su comunidad en términos de seguridad vial y movilidad sostenible.

Grupo de Jóvenes RENAULT-Sofasa. Concurso Seguridad Vial



Dentro de este grupo de hijos de empleados se seleccionó un grupo entre 15-17 años, para recibir una formación en seguridad vial, con el apoyo del educador vial de la Secretaría de Movilidad de Envigado. El objetivo era elaborar un diagnóstico al interior de la planta y presentar un proyecto de mejora escrito y sustentado ante un grupo de jueces de la Empresa. El proyecto vencedor fue una campaña de sensibilización al interior de la Compañía, y el ganador fue quien este año asistió al Campamento de Líderes, beneficio de nuestro Pacto Colectivo.



MOVILIDAD SOSTENIBLE Y MEDIO AMBIENTE

En relación con la lucha contra el calentamiento global, las acciones definidas por el Grupo a nivel mundial se ven reflejadas en:

- **Reducción de la Huella de Carbono:** 10% menos por vehículo producido entre 2010 y 2013.
- **Menos emisiones de CO₂:** Renault fue ratificado líder europeo en 2013 y hace parte del primer grupo de automóviles con menos de 115g CO₂/km.
- **Concepción de la gama de vehículos eléctricos:** la solución más eficaz para la calidad del aire en las ciudades.
- Disminución en el consumo de energía en la producción.
- Instalación de equipos en los vehículos para reducir el consumo de combustible y las emisiones de CO₂: Stop & Start, R-Link, Driving eco2, entre otros.

Frente a la preservación de los recursos naturales, las acciones del Grupo están sustentadas en:

- **75.000 vehículos reconstruidos en 2013:** Renault es el primer fabricante en invertir en la economía del reciclaje a través de su filial Renault Medio Ambiente.
- **Eco-concepción:** objetivo de 33% de material reciclable en la masa total de los vehículos nuevos en Europa en 2016.
- **Patrón Intercambio Estándar:** renovación de motores, baterías, cajas de cambios, bombas de inyección, para una segunda vida.
- **Renault a la vanguardia de la economía circular:** modelo de producción circular donde no existen las salidas. En este, todo el proceso es íntegro y la Compañía es responsable de lo que crea.
- **Renault como miembro fundador de la Fundación Ellen MacArthur:** un compromiso con la movilidad sostenible al alcance de todos.

En Colombia, RENAULT-Sofasa busca, a partir de su programa de responsabilidad social, generar conciencia sobre la importancia de las acciones para el cuidado y la preservación del medio

ambiente, con miras a un mundo más sostenible. Como parte del programa está la promoción del programa Renault eco2, sello ecológico que invita a minimizar el impacto medioambiental de la actividad en todo el ciclo de vida de los vehículos desde su fabricación, uso y reciclaje.

Así mismo, el vehículo eléctrico juega un gran papel, ya que constituye una verdadera ruptura tecnológica que permite reducir significativamente las emisiones de CO₂, contribuyendo directamente a la calidad del aire en las ciudades.

En 2014 se dio inicio a la comercialización de las primeras unidades del vehículo Renault Kangoo Z.E. y se iniciaron los estudios pertinentes para poder tener el Renault Twizy.

Recuperación de la cuenca baja del río Bogotá

Desde el 2011, la Compañía realiza un patrocinio a través de la Fundación Granja Ecológica El Porvenir -GEP-, que con la asesoría de la Corporación Autónoma Regional Provincial Soacha, hace el proyecto "Aproximación a la recuperación de la cuenca baja del río Bogotá, a la altura del Salto del Tequendama".

A la fecha, la Empresa ha colaborado con la siembra de un bosque de 1.200 árboles nativos, entre los que se incluyen Roble, Guayacán, Corono, Espino del Tequendama, Sauco y Sauce, la cual permite restaurar ecológicamente la periferia del río Bogotá.

Según **María Victoria Blanco, Directora de la Fundación GEP**, "gracias al aporte de **RENAULT-Sofasa**, pionera en esta iniciativa, se logró avanzar significativamente en el restablecimiento del cordón boscoso del Salto del Tequendama, en beneficio de la fauna del sector. La relevancia de este trabajo la ratifica el Consejo de Estado en su sentencia, donde ordena la reforestación inmediata de todo el entorno de la catarata".



Celebración del Día Mundial del Medio Ambiente

Para dar respuesta a los múltiples cambios y riesgos ambientales, como el calentamiento climático, la degradación de la calidad del aire, el agotamiento de los recursos naturales, el 'boom' demográfico, la acidificación de la atmósfera, las emisiones de gas y el efecto invernadero, entre otros; para reducir la huella ambiental y mitigar el impacto que tiene el automóvil en el ecosistema mundial, el Grupo Renault desarrolla diversas estrategias y proyectos con todas sus filiales en el mundo.

RENAULT-Sofasa recuerda cómo trabaja para reducir su huella ambiental. Luchar contra el calentamiento global y preservar los recursos naturales son objetivos prioritarios; por eso, invita a todos sus colaboradores a tomar conciencia y a ser responsables de las acciones para el cuidado y la conservación del Medio Ambiente.



RENAULT
eco²
PIENSA VERDE



“Nuestro compromiso relativo a la diversidad es una ventaja competitiva que nos ayuda a responder mejor a las expectativas de nuestros clientes en el mundo, en particular en un período en el que los mercados emergentes se vuelven los motores de la economía”.



CARLOS GHOSN,
PDG de la Alianza
Renault-Nissan.



DIVERSIDAD

Renault es una compañía socialmente responsable y promueve la diversidad, lo que implica reclutar hombres y mujeres de acuerdo con sus cualidades específicas y tratar a todos los empleados con dignidad, sin ejercer ningún

tipo de discriminación laboral; promover la igualdad de oportunidades y luchar contra todas las formas de discriminación ligadas al género, la edad, el origen o situación de discapacidad, y contribuir con la motivación de los colaboradores.

WOMEN@RENAULT

Con el fin de promover la diversidad y equidad de género dentro de la Empresa, el Grupo Renault creó la red **Women@Renault**, una red social mixta, con más de 4.000 integrantes en 13 países, que sirve como palanca de mejoramiento del desempeño global, así como de programas y actividades con varias comunidades.

Esta red mundial se maneja a través de un **blog Women@Renault**, y localmente tiene un

piloto, que en el caso de Colombia es la Gerente de RSE.

En RENAULT-Sofasa las mujeres juegan cada vez un papel más importante, desde la perspectiva que pueden aportar en la Compañía, con los diversos roles que representan. Son el pilar de la sociedad, de la familia, tienen una sensibilidad e intuición que las hace únicas, poseen un alto nivel de comprensión y tolerancia,

son entregadas a las causas y además tienen una gran capacidad de persuasión y de influenciar las decisiones de compra. A través de ellas hemos venido potenciado su otro gran atributo que es la solidaridad, invitándolas a que sean multiplicadoras de este gran valor, extendiéndolo a los hombres de la Compañía y a las familias.

Hoy en día, en la Empresa, cada vez más puestos clave están siendo ocupados por mujeres. El objetivo es darles cada vez más empoderamiento y confianza, en un sector que por su esencia era tradicionalmente masculino.

Ejemplo de esto es la Gerente del Departamento de Soldadura, cargo tradicionalmente masculino, responsable de liderar un equipo de más de 300 operarios, en el que también sobresale una

operaria que tiene un cargo senior. Tenemos además una operaria en la línea de motores.

La Jefe de la Brigada contra incendio es una mujer. En el área Financiera, en Contabilidad, en Compras, en Auditoría, en Desarrollo red, en Comunicaciones y en Pintura, entre otras, la mayoría de sus integrantes son mujeres. Una mujer pertenece al Comité Ejecutivo, dos mujeres ocupan altos cargos internacionales en la Región

América y tenemos tres mujeres expatriadas en cargos importantes. Y en Plan Rombo, filial de RENAULT-Sofasa, el 67% del equipo son mujeres.

En RENAULT-Sofasa **Women@Renault** es una red de 80 personas y se conformaron unos grupos integrados por 33 mujeres distribuidas en cuatro ejes de trabajo, en los que se realizaron diferentes actividades:



WOMEN@RENAULT

- **W@R / Recursos Humanos:** se trabaja de la mano con el área de Recursos Humanos para acompañar las mujeres en su desarrollo profesional. Para esto se estudian alternativas viables que beneficien tanto a la Empresa como a la trabajadora para lograr un equilibrio entre su vida profesional y personal, dentro del marco Worklife que maneja la Compañía.



- **W@R / Acción Social:** se involucra a las mujeres en las actividades sociales y solidarias de la Empresa. El equipo W@R lidera las actividades de voluntariado corporativo y contribuye a identificar oportunidades y a promover desde las diferentes áreas de la Compañía, diversos aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial.



- **W@R / Red Social Interna:** en esta se posiciona la red de W@R a nivel interno a través de distintas actividades que contribuyan al crecimiento personal de las participantes y que fortalezcan el sentido de pertenencia hacia la Empresa (conferencias, participación en foros, *test drives*, etc).

- **W@R / Red Social Externa:** se identifican y aprovechan espacios de participación externos y posibles alianzas estratégicas que den visibilidad a la red W@R a nivel nacional.





Mes de la mujer RENAULT-Sofasa

En RENAULT- Sofasa se celebra todos los años el Día de la Mujer y se le da un obsequio a cada una de las mujeres de la Organización. Este año, esta actividad se enmarcó en la red Women@ Renault. Se desarrolló un logo para este fin y se institucionalizó que durante todo el mes se realizaran más actividades; así mismo, todos los medios de comunicación interna incluían el logo y tenían como distintivo el color rosado.

Para 2014, la red propuso que en vez de entregar obsequio de Día de la Mujer, se donara el dinero a una fundación sostenible para mujeres. Esta propuesta fue aprobada, y se seleccionó entre varias propuestas a la Asociación Casa de la Mujer en Medellín. La donación se canalizó a través de la Fundación Renault.



Relanzamiento Women@Renault Colombia

Con ocasión del mes de la mujer, a principios de 2014 se relanzó esta red, y fue la oportunidad para presentar la estrategia de la marca. En alianza con la “Universidad CES por la equidad de género”, pudimos tener a dos conferencistas reconocidas internacionalmente: Donna Stewart de Canadá (Profesora distinguida de la Universidad de Toronto. Miembro del comité consultor de la Asociación Internacional de Salud Mental de las Mujeres- IAWMH y Representante ante Naciones Unidas como consultora) y Marta B. Rondón del Perú (Presidenta de la Asociación Internacional de Salud Mental de las Mujeres- IAWMH), siquiatras pertenecientes a la Asociación Internacional de la Salud Mental de las Mujeres (IAWMH). Ellas nos dieron algunos consejos prácticos para mantener el equilibrio entre el trabajo y la vida práctica en nuestros diversos roles. Participaron 80 personas de la Compañía, de las cuales el 7% eran hombres, en su condición de hijos, novios, esposos o padres de familia de mujeres.





Rally Aïcha de las Gacelas (Marruecos)

Desde 1990, el Rally Aïcha de las Gacelas es la única competencia internacional todo terreno 100% femenina, que reúne cada año a cerca de 320 participantes (160 equipos) en el desierto marroquí. Este rally está basado en la orientación, en el que los GPS están prohibidos y sus únicos instrumentos son una brújula, un compás, una regla, un mapa y un lápiz. A la llegada, las "Gacelas" son juzgadas no por su velocidad, sino por la menor cantidad de kilómetros recorridos.

En marzo de 2014, en la edición número 24 de este certamen, dos "Gacelas" colombianas, Ingenieras de Producción, empleadas de RENAULT-Sofasa y miembros de la red Women@Renault participaron: Clara Cecilia López (Compras) y María Victoria Giraldo (RENAULT-Crédito). Fueron seleccionadas entre 24 equipos aspirantes para representar a los 12 equipos de la marca, en un fin de semana de selección en París (Francia) en noviembre de 2013.

Para participar tuvieron una exigente preparación física (*spinning*, kayak, caminador, banda, trote, natación, circuitos de ejercicios, acampada, caminata diurna, nocturna, participación en el Rally Red Mision), mecánica (en motor, electricidad y suspensión), técnica (formación en 4x4, orientación en manejo de mapa y brújulas) y ejercicios de orientación y preparación psicológica.

En la competencia, nuestras dos concursantes fueron las mejores embajadoras de Colombia, de Latinoamérica y de los valores corporativos: entusiastas, confiables y cercanas. Tuvieron un buen desempeño a bordo de nuestra Renault Duster y lograron finalmente posicionarse en el décimo segundo (12) lugar del *ranking* de la categoría *crossover*.

"Comprometer a Renault en esta prueba deportiva tan exigente es permitirle a doce de nuestras colaboradoras demostrar las cualidades de la Duster en condiciones extremas de rodaje, y también es la oportunidad de poner en marcha los valores de superación de cada una de ellas y su espíritu de equipo sobre el terreno, algo que estamos promoviendo en la Empresa a través del plan Women@Renault". **Claire Martin, Directora de Responsabilidad Social del Grupo Renault y miembro del Comité de Ética del Rallye Aïcha de las Gacelas.**



Conversatorio Rally Gacelas

Día de las Niñas en las TIC - Girls in ICT Day - 24.04.2014

El 24 de abril de 2014 se celebró mundialmente el Día de las Niñas en las TIC (organizado por ITU, un organismo de la ONU que se encarga de desarrollar las TIC), evento que tiene como objetivo atraer a niñas jóvenes a estudiar en el sector de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), que hace parte de las carreras conocidas como STEM: Ciencias, Tecnologías, Ingeniería, Matemáticas.

RENAULT-Sofasa, a través de la red Women@Renault se vinculó a esta iniciativa a través de un voluntariado con el fin lograr incrementar el número de mujeres en el sector automotor. Compartimos nuestra experiencia en el Colegio Montessori de Medellín con 50 niñas de grados 10° y 11°, que están en orientación profesional, mostrándoles que al elegir estas carreras, en una compañía como RENAULT-Sofasa tendrían mucho futuro. La conferencia estuvo a cargo de tres mujeres de la Compañía: Katy García (Gerente RSE), Sandra Barragán (Gerente Publicidad, Digital & CRM) quien es experta en nuevas tecnologías en el sector TIC, y Cristina Martínez (Gerente del Departamento Soldadura), quien es ingeniera mecánica y tiene más de 300 operarios a cargo.

Women's Forum. Sao Paulo "Making vibrant growth for all"

Evento patrocinado por la Alianza Renault-Nissan con participación de delegadas latinoamericanas, entre ellas la Gerente RSE de la Compañía, como piloto de la red Women@Renault. Nuestro país Colombia fue elegido como la delegación oficial del foro, a través de 11 mujeres de diferentes oficios y sectores.

Conferencias de las Gacelas W@R-compartiendo su experiencia en el Rally

Nuestras dos gacelas colombianas que participaron en el Rally de las Gacelas en Marruecos, realizaron en 2014 varias conferencias al interior de la planta, en los concesionarios, en algunos proveedores y en universidades, compartiendo su experiencia en el Rally, y comparándola con las experiencias en el trabajo: trabajo en equipo para lograr las metas propuestas y sobrellevar las dificultades, entre otros. De esta forma también se da a conocer la red Women@Renault.

Carrera de la Mujer

Patrocinamos la inscripción de las mujeres de la red interesadas en participar en este certamen en Medellín. Tuvimos 19 participantes.



Programa de voluntariado

Se realizó la organización del programa de voluntariado con la Fundación "Un Techo para mi País Colombia" y canalizado por la Fundación Renault, para construir una vivienda de emergencia (VDE) en "Altos de la Torre" (Medellín, Colombia), por funcionarios voluntarios de RENAULT- Sofasa.

Participación en el Rally Red Misión

Se efectuó un patrocinio realizado a través de la Fundación Renault, en el que participaron cuatro equipos de hombres y mujeres de la red Women@Renault (incluidos concesionarios) y se creó una nueva categoría de mujeres.

Partido de fútbol benéfico

Las mujeres de la red Women@Renault realizaron un partido de fútbol benéfico en la planta, para recaudar fondos para dos fundaciones, a través de la Fundación Renault.

Salón del Automóvil de Bogotá. Exhibición Duster Women@Renault- Rally de las Gacelas

La Renault Duster exhibida durante el Salón Internacional del Automóvil de Bogotá, fue la utilizada por el equipo de Women@Renault Colombia que participó en el "Rallye Aïcha des Gazelles", celebrado en marzo de 2014 en Marruecos.





Fin de semana de selección para el Rally Aicha de las Gacelas 2015 - París (Francia)

Dos mujeres de la Compañía que se postularon juntas para el Rally de las Gacelas 2015, fueron pre-seleccionadas por Renault Central para participar en Francia en el fin de semana de selección, en el mes de noviembre. Este evento, patrocinado por Women@Renault Colombia, que asume los gastos de viaje de las dos concursantes pre-seleccionadas, somete a los equipos de concursantes a las más duras y exigentes pruebas de habilidades psicológicas, y estado físico. De 31 equipos que participaron en



la competencia, solo 10 representan a la marca. Las ganadoras se seleccionaron de acuerdo con varios criterios, entre ellos que representaran los valores de marca, la solidaridad, el espíritu de equipo, el estado físico, el nivel de competencia y el juego limpio.

Nuestras dos concursantes, Diana Macías (de Recursos Humanos) y Vanessa Díaz (de Calidad) fueron seleccionadas entre 62 participantes. Es la segunda vez que un equipo colombiano de la marca participa, representando no solo a Colombia sino a Latinoamérica.



Recolección de tapas para la Fundación Furnicáncer en Medellín

Desde el 2013, a través de la red Women@Renault se vienen recolectando tapas plásticas con el fin de ayudar a los niños, niñas y adolescentes con cáncer a financiar su tratamiento y transporte.

Handi@Renault

El Grupo Renault a nivel mundial tiene implementado el programa Handi@Renault, que busca la inclusión profesional y social de personas en situación de discapacidad a la Compañía, programa en el que también estamos trabajando. En 2014, se sensibilizó a los hijos de los trabajadores en este tema.



Grupo de Jóvenes RENAULT-Sofasa

El grupo de Jóvenes RENAULT-Sofasa nació hace 15 años y es coordinado por el área de Recursos Humanos de la Compañía, con el objetivo de explorar y fortalecer competencias de liderazgo, trabajo en equipo, relaciones interpersonales y valores como la solidaridad y la cooperación. En el grupo los participantes, además de utilizar creativamente su tiempo libre, socializan y comparten conocimientos y aprendizajes que enriquecen sus proyectos de vida.

Durante cada sesión se ofrecen espacios para el encuentro y socialización, actividades divertidas y retadoras, así como momentos para la reflexión individual y grupal. Se incluyen tareas que faciliten el transferir a la cotidianidad del hogar y de otros espacios los aprendizajes en desarrollo.

En 2014 el enfoque que se le dio a este grupo fue el de la Responsabilidad Social Empresarial, y se trabajó bajo los ejes de la marca. Se realizó un trabajo con la comunidad en Itagüí, Valle de Aburrá, cercano a las instalaciones de la Compañía.

Mecenazgo

Para responder a diferentes pedidos de donación por parte de asociaciones, fundaciones y ONG, el Grupo Renault tiene un dispositivo en internet en Casa Matriz, destinado a recoger y tratar

En el Grupo de Jóvenes, en 2014, participaron 27 niños entre los 7-11 años y 33 jóvenes entre los 12-17 años. Trabajaron durante 10 sesiones a lo largo del año, bajo un enfoque de Responsabilidad Social. El énfasis primordial fue el eje Diversidad, entendido como la inclusión de la población con discapacidad física y cognitiva. Utilizaron el arte y la recreación como herramienta y canal para elaborar reflexiones, integrar aprendizajes y como canal de interacción con la población foco de 2014.

La Fundación “Los Álamos”

Esta Fundación, creada en 1961 por un grupo de padres de niños y niñas con discapacidad intelectual, se encuentra ubicada en La Estrella, sur de Medellín. En ella se les presta asistencia en procesos de atención integral, como institución de apoyo para la inclusión, y de protección.

Las experiencias del Grupo estuvieron dirigidas a generar conciencia y respeto por la diversidad, inclusión de niños y jóvenes en condición de discapacidad física o intelectual y a plantear acciones concretas de mejoramiento de su entorno social. El trabajo con la Fundación les permitió a los participantes conectarse con la

solicitudes. Sobre la base de criterios ya definidos, un comité de selección multifuncional y multiregional, se reúne de dos a tres veces por año para apoyar proyectos de interés general,

realidad social que los circunda, ampliando sus horizontes vitales y movilizando su solidaridad. Como parte del proceso, los jóvenes y niños de “Los Álamos” transfirieron conocimiento en manualidades al Grupo de Jóvenes RENAULT-Sofasa. Se elaboraron unas alcancías para recoger fondos y poder intervenir el coliseo de la Fundación y sembrar 30 guayacanes alrededor de sus instalaciones. El producto final fueron alcancías, elaboradas a mano, que fueron comercializadas por el Grupo de Jóvenes en sus colegios, barrios y en la fiesta de Navidad de la familia RENAULT-Sofasa, en donde pudieron recaudar para la Fundación \$800.000.

Se trabajó también el eje Movilidad Sostenible y Medio Ambiente a través de la intervención del coliseo “Álamos”, en donde se sembraron guayacanes en las instalaciones de la Fundación, con el objetivo de crear conciencia ambiental.

Con una parte del Grupo de Jóvenes, los que estaban entre 15-17 años, se trabajó también el eje de la Seguridad Vial, con el objetivo de presentar un proyecto, y cuyo ganador recibirá como premio el viaje al Campamento Internacional de Líderes del Pacto Colectivo.

coherentes con la estrategia de la RSE del Grupo, y en el que los beneficiarios dispondrán de un aporte financiero de la marca.

“Ninguna empresa grande puede centrarse exclusivamente en sus resultados económicos, independientemente de lo que sucede a su alrededor, es nuestra responsabilidad, pero también nuestro interés propio, participar en la vida social y comunitaria dentro del país en el que operamos”.



CARLOS GHOSN,
PDG de la Alianza
Renault-Nissan.



Fundación RENAULT



Fundación RENAULT C O L O M B I A

REPORTE FUNDACIÓN RENAULT COLOMBIA - 2014 UN COMPROMISO CON EL PAÍS

A principios de 2014 se constituyó la Fundación Renault en Colombia, con el fin de reforzar el compromiso y la responsabilidad social que tiene el Grupo Renault con el país desde hace 45 años, y con el propósito de seguir aportando a la dinámica económica, política, social y ambiental del país, multiplicando así con fuerza los valores Renault en los colombianos, y minimizando el impacto que su actividad genera en el medio ambiente y en la sociedad.

En mayo del mismo año se realizó el lanzamiento oficial, con la participación de Jerome Stoll, Director de la Performance y Vicepresidente

Ejecutivo de Ventas y Marketing del Grupo Renault; de Denis Barbier, Director de las Operaciones de Renault en la Región América, y de Luis Fernando Peláez, Presidente Director General de RENAULT-Sofasa, entre otros altos ejecutivos de la Organización.

Actualmente, la Fundación Renault tiene presencia en países como Brasil, Argentina, España, Francia, entre otros, en donde despliega su estrategia de transformación social para el desarrollo regional, con base en un análisis del contexto de cada país y del ADN de la Organización. Es la materialización de una marca entusiasta, cercana y confiable.

La Fundación Renault en Colombia, entidad sin ánimo de lucro y fundada por RENAULT-Sofasa (Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.), permite articular las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de la Compañía en cuatro ejes de acción: Educación, Diversidad, Movilidad Sostenible-Medio Ambiente y Seguridad Vial. De igual forma, a través de la Fundación, RENAULT-Sofasa canaliza recursos y permite que tanto los empleados y socios estratégicos, como los concesionarios y proveedores, de manera voluntaria, se involucren y se encaminen a esta causa.

MISIÓN	La Fundación Renault fue creada para articular acciones sostenibles en educación, movilidad sostenible y medio ambiente, seguridad vial y diversidad.
VISIÓN	Posicionarnos como una Fundación que contribuye al bienestar social del país y a la sostenibilidad de la industria automotriz en Colombia.
VALORES	La equidad, el minimizar los impactos ambientales generados por el sector, la honestidad, la integridad, la transparencia y la proactividad.
FINES	La Fundación Renault procura el mejoramiento de la calidad de vida, el bienestar común y el interés social, con fines educativos, culturales, ambientales y de servicio social.
OBJETO	La Fundación Renault tiene como objeto desarrollar, apoyar y promover programas sostenibles de educación, movilidad sostenible y medio ambiente, seguridad vial y diversidad, junto con alianzas público-privadas, que contribuyan al bienestar dentro del país.

GOBIERNO CORPORATIVO

La Fundación tiene su propio Gobierno Corporativo, como punto de partida para garantizar la sostenibilidad de la Fundación, con los siguientes órganos de dirección, gobierno y control: a) Asamblea General, b) Junta Directiva, c) Director Ejecutivo y Representante Legal y d) Revisor Fiscal.

El Fundador designó como integrantes de la Asamblea General, Junta Directiva, Director Ejecutivo y Representante Legal, a personas que representan diferentes cargos directivos en RENAULT-Sofasa. Este es un punto muy importante y una fortaleza ya que actuamos conforme a las Políticas de Ética y Transparencia del Grupo Renault, basadas en la responsabilidad e inspiradas en la honradez, con el objetivo de que en todas nuestras operaciones se viva la ética y nuestros principios éticos, fundamentados en diferentes herramientas para su fortalecimiento en toda la Organización (Código Deontológico, Código de Buen Gobierno, Comité de Ética, campañas de difusión y mecanismos de denuncia ética). Todo esto con el fin de convertir la ética en una de nuestras fortalezas empresariales a nivel global y muy importantes para el buen manejo de una Fundación.

a) Asamblea General

La Asamblea General de la Fundación Renault es la máxima autoridad deliberante y decisoria. Está constituida por los cinco (5) representantes designados por el Fundador, y tiene como función velar porque en todo momento se cumpla con lo establecido en los estatutos de la Fundación, así como fijar la orientación y política general de sus actividades, tales como aprobar los planes y programas propuestos para el cumplimiento de su objeto social por la Junta Directiva, los asociados y el Representante Legal.

El Fundador, designó como integrantes de la Asamblea General, las personas que representan los siguientes cargos en RENAULT-Sofasa:

1. Presidente Director General.
2. Director Administrativo y Financiero.
3. Secretario General, Relaciones de Gobierno y Responsabilidad Social Empresarial (RSE).
4. Director de Recursos Humanos.
5. Director Comercial.

La Asamblea General se reúne ordinariamente una vez al año, a más tardar el último día del mes de marzo y extraordinariamente cuando sea convocada por el Presidente o su suplente. Las reuniones ordinarias tendrán como finalidad estudiar las cuentas, el balance general de fin de ejercicio, acordar todas las orientaciones y medidas necesarias para el cumplimiento del objeto social y determinar las directrices generales acordes con la situación económica y financiera de Fundación. Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando lo requieran las necesidades imprevistas o urgentes.

b) Junta Directiva

La Junta Directiva de la Fundación Renault es un órgano de gobierno permanente, elegido por la Asamblea General, y está integrada por tres (3) miembros principales que representan los siguientes cargos en RENAULT-Sofasa.

Principales:

1. Secretario General, Relaciones de Gobierno y Responsabilidad Social Empresarial.
2. Director de Recursos Humanos.
3. Director Comercial.

La Junta Directiva sesiona ordinariamente por lo menos, dos (2) veces al año, cada seis (6) meses, y extraordinariamente para atender las situaciones urgentes y que requieran atención inmediata, mediando citación escrita del Presidente de la Junta Directiva o su suplente. Los miembros de la Junta Directiva y sus suplentes son nombrados por el Fundador RENAULT-Sofasa.

c) Director Ejecutivo y Representante Legal

La Junta Directiva nombra un Director Ejecutivo y su Suplente, quienes ejercerán la Representación Legal de la Fundación.

El Director Ejecutivo será quien represente el cargo de Presidente Director General de RENAULT-Sofasa. El Suplente del Director Ejecutivo será quien represente el cargo de Secretario General, Relaciones de Gobierno y RSE de RENAULT-Sofasa y reemplazará al Director Ejecutivo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales.

Su función es la de representar legalmente a la Fundación y ejecutar los actos y contratos que desarrollen el objeto de ésta, presidir los eventos que organice, dirigirla y procurar su buen funcionamiento.

d) Revisor Fiscal

La Fundación Renault tiene un Revisor Fiscal, con su respectivo suplente, que es elegido para períodos de dos (2) años y es de libre nombramiento y remoción por la Asamblea General.

Entre sus funciones está la de velar porque se lleven actualizadas la contabilidad, la ejecución presupuestal y las actas, velar por que la Asamblea General, la Junta directiva, con Comités de Trabajo y los integrantes se ajusten en todos sus actos a las normas legales, estatutarias, reglamentarias y a los principios de la Fundación, informar a la Asamblea General o Junta Directiva sobre la gestión administrativa de la Fundación. Dar cuenta oportuna al órgano o funcionario competente de las irregularidades que ocurran en el funcionamiento de ésta y en el desarrollo de sus operaciones, entre otras.

El primer Revisor Fiscal es nombrado por el Fundador.

ASAMBLEA GENERAL



LUIS FERNANDO PELÁEZ GAMBOA



FLORENT BELIN



PABLO URREGO HERNÁNDEZ



MAURICIO PINO OCAMPO



ALEJANDRO BOTERO ESCOBAR

JUNTA DIRECTIVA

PRINCIPALES

**PABLO URREGO HERNÁNDEZ
MAURICIO PINO OCAMPO
ALEJANDRO BOTERO ESCOBAR**

SUPLENTES

**PABLO ARANGO VÁSQUEZ
MARIO JAVIER GÓMEZ GUZMÁN
JUAN CARLOS VELÁSQUEZ CASTAÑO**

DIRECTOR EJECUTIVO

LUIS FERNANDO PELÁEZ GAMBOA

SUPLENTE

PABLO URREGO HERNÁNDEZ

REVISOR FISCAL

KPMG
es el mismo revisor de su fundador RENAULT-Sofasa.
(A principios de 2014
estuvimos con
Deloitte & Touch).

UN COMPROMISO CON EL PAÍS

La Fundación Renault dio inicio a sus operaciones en 2014 con actividades en cada uno de los cuatro ejes, fiel a los lineamientos y principios globales de la marca Renault.

RETOS SOCIALES DEL AUTOMÓVIL



MOVILIDAD SOSTENIBLE / MEDIO AMBIENTE

(Impactos ambientales en ciclo de vida del vehículo)

RETOS HUMANOS DE UNA EMPRESA MUNDIAL



DIVERSIDAD

(Igualdad de oportunidades - Inclusión).



SEGURIDAD VIAL

(1.3 millones de personas mueren en las vías del mundo al año).



EDUCACIÓN

(Desarrollo de Competencias).

EDUCACIÓN

La Educación es el eje principal de intervención de la Fundación Renault en Colombia, ya que cumple con el objetivo de contribuir a la formación de jóvenes de excelencia académica en situaciones de vulnerabilidad y de proporcionarles acceso a educación superior de calidad, orientando los esfuerzos a la igualdad de oportunidades, factor relevante en la inclusión en la sociedad.

“Becas Renault Germán Camilo Calle”

Las becas para educación superior llevan el nombre de Germán Camilo Calle, en honor al anterior Presidente de RENAULT-Sofasa, como un homenaje póstumo a quien creía firmemente en

la educación como motor de transformación de nuestra sociedad.

En el 2014 la Fundación Renault entregó sus primeras “Becas Renault Germán Camilo Calle”, para estudiar Ingeniería, a cuatro estudiantes, en alianza con la Universidad Eafit (a través de su Programa Nivelatorio con Aportes de Empleados) y la Fundación Solidaria Universidad Pontificia Bolivariana en la ciudad de Medellín. Los beneficiados fueron escogidos por las universidades y en acuerdo con la Fundación, por su alto desempeño académico, su deseo de continuar sus estudios universitarios en

ingeniería, y de acuerdo con los procesos internos de selección de cada universidad. Los primeros estudiantes becados fueron:

- Universidad Eafit: Juan Diego Ocampo García, estudiante de Ingeniería de Sistemas, y Carolina Suárez Duque de Ingeniería de Producción, quienes comenzaron sus estudios en enero de 2014.
- Universidad Pontificia Bolivariana: Daniel Yesid Giraldo Zapata, estudiante de Ingeniería Mecánica, y Camilo Moya Ortiz, estudiante de Ingeniería Electrónica, quienes comenzaron sus estudios en junio de 2014.



Para nosotros es motivo de orgullo y alegría poder contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de jóvenes de nuestro país, a través del acceso a educación superior de calidad, y hacerlo en memoria de quien tanto contribuyó al crecimiento de RENAULT-Sofasa, su anterior Presidente y nuestro amigo, Germán Camilo Calle”. Luis Fernando Peláez, Presidente de la Compañía.



Esta oportunidad que nos dan Renault y Eafit es única. Al principio no podía creer que fuera cierto, y menos mi familia, pero durante todo este tiempo me he dado cuenta de que vale la pena esforzarse y de que sí es posible estudiar por medio de este tipo de becas”. Juan Diego Ocampo, uno de los beneficiados con una beca para estudiar Ingeniería de Sistemas.



Desde que estaba en el colegio soñaba con entrar a una universidad en Medellín y, por esta gran oportunidad que me están dando, hoy puedo hacerlo con enormes ventajas de tipo económico y social”. Camilo Moya Ortiz, beneficiado con una beca para Ingeniería Electrónica, nacido en Quibdó, Antioquia, y quien sostiene que uno de sus proyectos a futuro es crear empresa en Quibdó con el conocimiento y la formación que está recibiendo, para prestarle a la comunidad un servicio y mejorar la calidad de vida de su región.



En el mes de octubre se realizó un almuerzo en las instalaciones de la planta de RENAULT-Sofasa con miembros de la Universidad Eafit y de la Fundación Solidaria Universidad Pontificia Bolivariana, presidido por Luis Fernando Peláez (Presidente Director General de la Compañía y de la Fundación Renault), junto con algunos miembros del Comité Ejecutivo de RENAULT-Sofasa, con el fin de tener un encuentro cercano con los becados y poder intercambiar experiencias con ellos. Esta es una práctica que queremos se siga realizando con los futuros becados. La idea es poderles brindar un espacio para realizar sus prácticas empresariales más adelante.



En el mes de noviembre se realizaron las ceremonias de entrega de becas de cada universidad, para los nuevos estudiantes que comenzaron sus estudios en el mes de enero de 2015:

- **Universidad Eafit:** Ana María Restrepo Rivillas y Sergio Alejandro Betancur, seleccionados para estudiar Ingeniería de Procesos.
- **Universidad Pontificia Bolivariana:** Juan Carlos Sepúlveda Hernández, seleccionado para estudiar Ingeniería Aeronáutica y Pablo Franco Betancur para estudiar Ingeniería de Nanotecnología.

Adicionalmente, se adelantaron los trámites para firmar convenio con la Universidad del Norte en Barranquilla, para otorgar una beca anual por un período de cinco años. La ceremonia de entrega de las becas de la Universidad se realizó en el mes de enero de 2015, mes en el que comenzó sus estudios el estudiante becado.

De esta forma, se espera tener en 2018 a 24 estudiantes becados de manera sostenible por la Fundación Renault, en alianza con estas universidades.

RENAULT EXPERIENCE

Fiel a su propósito de realizar aportes a la industria automotriz, de contribuir con el desarrollo de los jóvenes colombianos, y de fortalecer la relación universidad- empresa, RENAULT-Sofasa realiza desde hace tres años el programa Renault Experience. El proyecto, enmarcado en la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, y canalizado a través de la Fundación Renault, permite presentar los diferentes *métiers* (oficios) en esta industria, y a partir de casos prácticos, mostrar cómo los diferentes programas de formación se aplican en el sector automotor. El objetivo es buscar motivar en los estudiantes su interés por participar en esta industria y brindarles oportunidades de aprendizaje y crecimiento a nivel profesional, recibiendo formación teórico-práctica sobre los diferentes procesos necesarios para el desarrollo y la materialización del proyecto industrial y comercial de un vehículo.

Este programa, que busca reconocer el talento nacional y que se inició en 2012 en la Universidad Eafit (Medellín) y en 2013 se realizó

en la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín) y en la Universidad ICESI (Cali), se realizó en 2014 en la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá. Octubre 8) y en la Universidad del Norte (Barranquilla. Octubre 29-30). A la fecha, más de 1.800 estudiantes de estas universidades han participado en este programa, conociendo, de primera mano, cómo en la materialización del proyecto industrial y comercial de un vehículo, se aplican los conocimientos que se adquieren en el aula de clase.

El programa está dividido en tres etapas:

1. Presentación: se exponen las estrategias que la Compañía implementó para definir, concebir, fabricar y vender la Renault Duster.

La presentación académica es encabezada por Luis Fernando Peláez Gamboa, Presidente Director General de la Compañía, y por su equipo Directivo, así como con la presencia de directivos de cada Universidad

2. Talleres guiados: se profundiza en tres áreas específicas: Ingeniería, Producción y Mercadeo/Producto.

3. Desafío Renault Experience (DRE): esta actividad se realiza después de los encuentros en las universidades, buscando estimular la creatividad en los estudiantes, a partir de sexto semestre, invitándolos a elaborar proyectos académicos y científicos, e incluso trabajos de grado, focalizados en la generación de soluciones innovadoras para la industria automotriz.

En la primera versión en 2014, se contó con la participación de 17 proyectos presentados por 40 estudiantes de la Universidad Eafit, de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín), y de la Universidad ICESI (Cali). El evento de premiación se realizó en enero de 2015, y los estudiantes con el proyecto ganador recibirán como premio un viaje para conocer la planta de Renault en Curitiba, Brasil.



“Es realmente gratificante para nosotros poder llegar con Renault Experience a las diferentes universidades y así cumplir con nuestro objetivo de seguir fortaleciendo los lazos entre la empresa y la academia, incentivando el interés por el desarrollo de la industria automotriz. En estos tres años de vigencia del proyecto, nos han sorprendido las ideas creativas e innovadoras propuestas por estos jóvenes talentos nacionales, las cuales sin duda contribuirán a generar soluciones necesarias para una mayor competitividad del sector en el país”. **Luis Fernando Peláez, Presidente de la Compañía.**

Programas para la enseñanza de la cultura, la historia y el idioma francés

La Fundación adelantó, en asocio con la Embajada de Francia en Colombia, programas para la enseñanza de la cultura, la historia y el idioma francés, en el Colegio Montessori de Medellín, alianza que se traía de tiempo atrás con la marca.

Donación motores

Como parte del Convenio de Cooperación firmado entre RENAULT-Sofasa con la con Universidad Los Libertadores (Bogotá), la Fundación Renault canalizó la donación de RENAULT-Sofasa de dos motores K4M con fines académicos, reafirmando así su compromiso con la academia. Así mismo, canalizó la donación de RENAULT-Sofasa de un motor K7M a la Universidad Antonio Nariño Sede Cúcuta, para uso en las actividades de las carreras de pregrado relacionadas con el sector automotor.



Empresarios por la Educación (ExE)

En 2014 la Fundación Renault realizó acercamientos con la Fundación Empresarios por la Educación, convencida de la necesidad de adelantar acciones concretas para mejorar la calidad y el acceso a la educación básica en Colombia, para contribuir a impulsar el crecimiento económico y social de nuestro país. Les manifestamos nuestra intención de compromiso con los proyectos que lideran desde hace 12 años y confirmamos para 2015 la participación de la Fundación Renault, mediante un aporte económico a la Fundación, dentro del Capítulo Antioquia.

Así mismo, comenzamos a explorar un proyecto en el Urabá, enmarcado dentro del Plan de Desarrollo Nacional “Todos por un nuevo país”, que contempla como prioridad la paz, la equidad y la educación. En este sentido el sector privado,

a través de la Fundación ExE, ha encaminado sus esfuerzos a fortalecer el liderazgo directivo de los rectores como hacedores de paz, acompañándolos a través del Programa Rectores Líderes Transformadores - RLT (Programa desarrollado por la Fundación ExE-Empresarios por la Educación). Particularmente en Antioquia, el Programa se está desarrollando en 254 colegios, destacándose la subregión de Urabá por el contexto de vulnerabilidad social que ha generado el conflicto armado que ha caracterizado esta zona, razón por la cual se requiere aunar mayores esfuerzos para acompañar el fortalecimiento de la convivencia y la ciudadanía. El objetivo del Programa es formar a los rectores para que sean líderes transformadores, capaces de inspirar e incidir para mayor y mejor aprendizaje de los estudiantes y mejoramiento de la convivencia, a través de un proceso de trabajo colaborativo.

SEGURIDAD VIAL

Renault, dentro del programa de Responsabilidad Social de la marca, y ahora articulado por la Fundación Renault, invita a movilizar el sector público, privado y la sociedad civil para mejorar la Seguridad Vial en cada país, en donde según datos que se presentan en diversos foros, en Colombia, es la primera causa de mortalidad infantil en niños entre los 5 y los 15 años.

El Grupo Renault apoya la Década de las Acciones por la Seguridad Vial 2011-2020

declarada por la ONU para disminuir la cantidad de muertes en el mundo por accidentes de tránsito, siendo conscientes de que la educación es un factor que puede reducir los accidentes de tránsito.

Es por esto que la Fundación Renault adelanta acuerdos de cooperación con instituciones educativas públicas y privadas en Antioquia y Cundinamarca, y pone a disposición los materiales desarrollados para este fin (cartillas

pedagógicas “La Calle y yo” y todo un dispositivo digital) para niños y niñas entre los 7 y los 12 años y para docentes, sabiendo que la prevención de todo tipo de accidentes de tránsito se logra a través de la educación, y todo fundado en el respeto por la vida, la solidaridad, la tolerancia, la justicia y la paz.

Concurso Internacional “Your Ideas. Your Initiatives”

“Your Ideas. Your Initiatives” - “Tus Ideas. Tus Iniciativas”, es un concurso mundial que promueve el Grupo Renault desde 2011, como parte del programa de Responsabilidad Social Empresarial, que involucra a niños y jóvenes entre los 15 y 17 años, comprometidos con generar cambios en su comunidad en términos de Seguridad Vial y Movilidad Sostenible.

En Colombia, enmarcado en el eje de Movilidad Sostenible y Seguridad Vial de la Fundación Renault, el reto de los estudiantes consistió en construir propuestas enfocadas en concebir vías públicas más sostenibles y más seguras para sus comunidades, dejando un legado para los futuros usuarios de las carreteras. Sin embargo, el aprendizaje más importante que se busca inculcar es que se eduquen siendo activos en la comunidad y buenos ciudadanos, participativos y artífices del cambio (todo esto con el apoyo de materiales educativos disponibles al público, que guían al profesor en su trabajo de clase).

El concurso está dividido en dos fases:

1. Reflexión sobre los temas más importantes en Seguridad Vial y Movilidad Sostenible – “Your Ideas”.
2. Implementación de una campaña de concientización en su colegio o comunidad – “Your Initiatives”. En la página se encuentra toda la información, en idioma español, y se invita a los profesores a descargar el formulario y a inscribirse.

En 2014 el Colegio Montessori de Medellín participó y ocupó el séptimo lugar a nivel mundial. La propuesta colombiana fue seleccionada entre 77 proyectos, desarrollados por 5.436 alumnos pertenecientes a 63 colegios en 23 países alrededor del mundo, en los que el compromiso, la calidad de las iniciativas y el ingenio de los estudiantes fueron protagonistas. Se trató de la canción “When life kills life” (Cuando la vida mata la vida), que tiene como objetivo crear conciencia y generar reflexión en los adolescentes que conducen bajo los efectos del alcohol y de la presentación de un noticiero llamado “Sécurité pour tous” (Seguridad para todos).

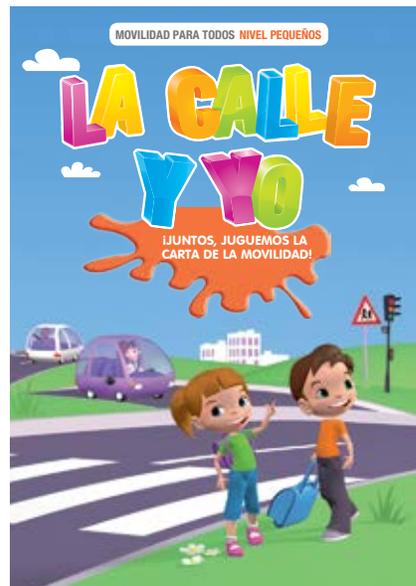


El colegio recibió un premio de la Casa Matriz, y localmente se le hizo un reconocimiento a través de una placa conmemorativa, entregada por Pablo Urrego, Secretario General, Relaciones de Gobierno y RSE de RENAULT-Sofasa, y Representante Legal Suplente de la Fundación Renault.

Materiales didácticos Seguridad Vial RENAULT, dentro del programa “Safety and

Mobility for All”, tiene a disposición diferentes herramientas para niños y niñas entre 7 y 12 años, disponibles a través del Centro de Recursos en internet; en él se encuentran las diferentes cartillas pedagógicas “La Calle y yo” en varios idiomas para el público en general y para docentes de Instituciones Educativas.

El dispositivo digital incluye una aplicación gratuita de Seguridad Vial y Movilidad “La Calle y Yo” desarrollada por Renault en versión para iPad, disponible a través del iTunes (iBooks), así como en versión Android.



MOVILIDAD SOSTENIBLE Y MEDIO AMBIENTE

La promoción del programa Renault eco2, sello ecológico que invita a minimizar el impacto medioambiental de la actividad en todo el ciclo de vida de los vehículos (fabricación, uso y reciclaje), y de la tecnología de los vehículos

eléctricos, son también líneas de acción clave de la Fundación Renault. En Colombia, la Fundación busca igualmente generar conciencia sobre la importancia de las acciones para el cuidado y la preservación del medio ambiente,

con miras a un mundo más sostenible. Fiel a su compromiso social con el país, la marca ha participado en diferentes iniciativas, algunas de las cuales son ahora coordinadas por la Fundación.

**Salón del Automóvil.
 Stand “cero emisiones”**

En noviembre de 2014, con motivo del Salón del Automóvil de Bogotá, la Fundación decidió comprometerse con el planeta a través de un stand “cero emisiones”, en apoyo a la exhibición del vehículo eléctrico en el stand.

emisiones de gases efecto invernadero directos e indirectos generados en el desarrollo del stand de Renault, a través de los Certificados de Carbono CO2CERO® que pertenecen al programa de compensación forestal Proyecto CO2CERO administrado por Ecologic SAS y certificado por ICONTEC, ubicado en la Orinoquía Colombiana. Esto genera beneficios sociales, ambientales y económicos para las comunidades de la Región.

Adicionalmente en este mismo stand, los asistentes pudieron medir su huella de carbono personal a través del App “ConnectTree”, que les permitió conocer el número de árboles que deben sembrar al año para compensar su huella de carbono y generar conciencia para ser ambientalmente responsables con el planeta. En total 1.310 personas midieron la huella de carbono.

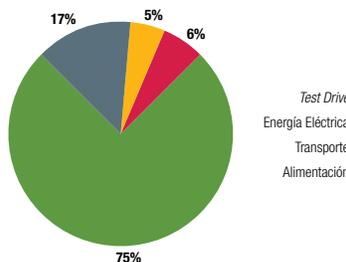
Junto con la labor de la compañía CO2CERO®, la Fundación Renault midió y compensó las



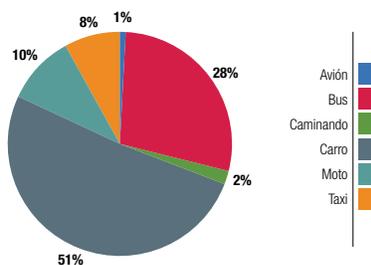
LA HUELLA DE CARBONO SE COMPONE DE:

TEST DRIVE	2,36 tCO ₂ e
ENERGÍA ELÉCTRICA	2,73 tCO ₂ e
TRANSPORTE	33,35 tCO ₂ e
ALIMENTACIÓN	6,41 tCO ₂ e
TOTAL	44,85 tCO₂e

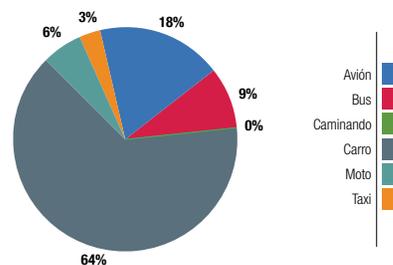
GENERACIÓN HUELLA DE CARBONO



TIPOS DE MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADOS



EMISIONES POR MEDIO DE TRANSPORTE





Carro compartido - PEMS (Planes Empresariales de Movilidad Sostenible)

La última semana del mes de octubre (27 al 31), realizamos por primera vez en la planta una actividad de carro compartido, buscando generar conciencia en los empleados para la reducción de la huella de carbono. A través de la Fundación Renault, nos vinculamos al programa PEMS (Planes Empresariales de Movilidad Sostenible), iniciativa del sector privado para contribuir con la movilidad, que invita a las empresas y organizaciones a convertirse en agentes activos

para alcanzar una movilidad sostenible en la ciudad, a través de la adopción de diferentes estrategias que optimicen los desplazamientos de sus empleados. Este proyecto, que fue creado en el año 2010 y cuyos promotores son la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI, la Fundación Chevrolet, y la Universidad de los Andes. A 2014, se encuentran vinculadas 31 empresas y 4 universidades a la Red PEMS.

Esta práctica de movilidad sostenible, conocida como *carpooling*, es una tendencia mundial e

invita a hacer un uso eficiente del vehículo por sus efectos positivos en términos de movilidad, medio ambiente y calidad de vida.

La actividad contó con la participación de 17 empresas privadas, cuatro universidades y dos entidades públicas en Bogotá, y nos unimos desde Envigado, sumando sinergias para un objetivo que nos compete a todos: lograr bajar emisiones para mejorar la calidad del aire en las ciudades.

DIVERSIDAD

La Fundación Renault, fiel a las creencias de la Casa Matriz de la Compañía, socialmente responsable, promueve la diversidad, entendida como inclusión, con el fin de promover la igualdad de oportunidades y luchar contra todas las formas de discriminación ligadas al género, la edad, el origen o situación de discapacidad.

En 2014, a través de la red local Women@ Renault, se articularon algunos programas y actividades con varias comunidades y esquemas de voluntariado para generar conciencia al interior de RENAULT-Sofasa y ser multiplicadores de un mensaje filantrópico, parte esencial en un ser humano.

Realizamos varias actividades y donaciones a diferentes fundaciones:

- Donación del regalo que el área de Recursos Humanos entrega a las mujeres de la Compañía con motivo del Día de la Mujer, a la Fundación Casa de la Mujer. Esta Fundación tiene como principal objetivo promover el desarrollo humano y la autonomía económica de mujeres de estratos socioeconómicos bajos en situación de vulnerabilidad, mediante la ejecución de actividades de formación para el trabajo, capacitación en artes y oficios y promoción del emprendimiento. Todo esto enmarcado en un proceso de acompañamiento social que fortalece las potencialidades y el empoderamiento de las mujeres, de manera que puedan asumir un

rol principal y constructivo en su familia y en su comunidad.

- Donación a la Fundación Nacional de Atención Integral al niño con cáncer - Furnicáncer, fundación que ofrece atención integral a niños, niñas y adolescentes con cáncer y a sus familias durante el proceso de tratamiento; en su mayoría población de escasos recursos.
 - Donación de navidad en la urna del restaurante de la Empresa.
 - Recolección de tapas durante todo el año para ayudar, de manera ecológica, a esta Fundación.
- Patrocinio del Rally Red Misión. La Fundación Red Misión desarrolla en Colombia diferentes programas sociales con el fin de ayudar a los más necesitados según las diferentes problemáticas como la reinserción, la desnutrición, la educación de niños desfavorecidos; trabaja con los sectores más vulnerables de la sociedad. Este rally se realiza anualmente en la ciudad de Medellín y es muy reconocido; participaron cuatro equipos de hombres y mujeres de la red Women@Renault (incluidos concesionarios) y se creó una nueva categoría de mujeres.
- Partido de fútbol benéfico de las mujeres de la red Women@Renault, realizado al interior de la Compañía, cuyos fondos recaudados

fueron donados a las fundaciones Furnicáncer y Red Misión.

- Donación a la Fundación Pazamanos, con los fondos recaudados al interior de la Compañía por la venta de manillas con motivos del Mundial de Fútbol, realizadas por las niñas del Colegio Marymount de Medellín. Esta Fundación busca visibilizar y transformar realidades a través de herramientas de innovación social aplicadas a contextos comunitarios, empresariales, académicos y gubernamentales. Trabaja en proyectos de co-creación con las comunidades y comunas más vulnerables de Medellín.
- Voluntariado a través de la fundación "Un Techo para mi País Colombia", en el que 12 voluntarios de RENAULT-Sofasa ayudaron con la construcción y donación de una vivienda de emergencia (VDE) para una familia de ocho integrantes en "Altos de la Torre" (Medellín). Esta Fundación, presente en Latinoamérica y El Caribe, busca superar la situación de pobreza que viven miles de personas en asentamientos precarios, a través de la acción conjunta de sus pobladores y jóvenes voluntarios.

A finales de 2014 iniciamos los trámites para donar una Renault Kangoo a la Fundación Luis Fernando Montoya Soto, para que pueda ser adaptada a las condiciones necesarias para su uso.

BENEFICIOS DE VINCULARSE A LA FUNDACIÓN RENAULT

Invitamos a nuestros empleados, socios estratégicos y aliados a vincularse a la Fundación Renault Colombia, con el fin de que sumemos esfuerzos, multipliquemos y maximicemos en conjunto diferentes acciones con una estrategia consistente y sostenible.

Queremos invitar a las personas para que sean cada vez mejores seres humanos y sean una fuente de inspiración para las futuras generaciones, para, de esta forma, poder retribuirle un granito de arena a la sociedad y seguir construyendo juntos un mejor país.

CONTACTO FUNDACIÓN RENAULT COLOMBIA

- RENAULT-Sofasa (Colombia).
- Secretaría General,
Relaciones de Gobierno y RSE
 - Carrera 49 No. 39 Sur 100,
Envigado (Antioquia).
 - Kr 69 # 25 b- 44 (Of 510).
Bogotá (Cundinamarca).
- Email: fundacion@renault.com

Desempeño **ECONÓMICO**

TUVIMOS UN

16,6%

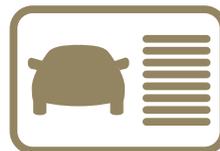
DE **PARTICIPACIÓN EN
EL MERCADO VP+VU**

LO QUE REPRESENTÓ UN **CRECIMIENTO
DE 0.5 PUNTOS** VS 2013

EN 2014 SE
MATRICULARON

50.362

VEHÍCULOS EN EL RUNT



LO QUE REPRESENTÓ UN
**CRECIMIENTO EN VENTAS
DEL 14%** VS 2013

INCREMENTAMOS
EN UN

45%

LAS VENTAS DE
RENAULT TRAFIC



INCREMENTAMOS
EN UN

34%

LAS VENTAS DE
RENAULT MASTER

VENDIMOS

150.134

MILLONES DE PESOS
EN REPUESTOS



VENDIMOS

16.642

RENAULT SANDERO + RENAULT STEPWAY

SE GENERARON **UTILIDADES
OPERACIONALES** DE UN

2,8%

 SOBRE LAS **VENTAS**

ABRIMOS

21

 NUEVOS **PUNTOS
DE SERVICIO**

LOS ACTIVOS TOTALES
INCREMENTARON EN

9,1%

OBTUVIMOS COMO
RESULTADO NETO
UTILIDADES POR

\$62.938

MILLONES, LO QUE REPRESENTA
EL



3%

 SOBRE LAS VENTAS



Desempeño ECONÓMICO

Nuestro desempeño comercial y financiero hace parte fundamental del compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo institucional que hemos adoptado. Es por esta razón que

desde RENAULT-Sofasa queremos compartir con todos nuestros grupos de interés los resultados obtenidos durante 2014, los cuales reflejan el excelente trabajo realizado a lo largo

de nuestra cadena de valor y nuestro aporte al desarrollo sostenible.

CIFRAS CLAVE RENAULT – SOFASA EN 2014



	2014	2013	VARIACIÓN
Ingresos operacionales	(2.107.879)	(2.319.858)	(-9,1%)
Volumen de venta de vehículos	(72.749)	(80.699)	(-9,9%)
Venta de repuestos	(150.134)	(135.655)	(10,7%)
Utilidad operacional	(59.991)	(94.159)	(-36,3%)
Utilidad neta	(62.938)	(92.713)	(-32,1%)
Utilidad neta por acción (COP)	(18.358)	(27.043)	(-32,1%)
Patrimonio de los accionistas	(438.786)	(429.141)	(2,2%)

Cifras expresadas en millones de pesos, excepto la utilidad neta por acción



DESEMPEÑO COMERCIAL

VENTAS DE VEHÍCULOS NUEVOS

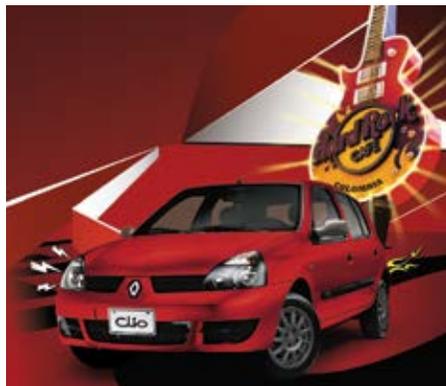
En el 2014 el mercado VP+VU¹ tuvo un crecimiento de 9,8% frente a 2013, mientras que RENAULT-Sofasa presentó un aumento en sus matrículas del 14%, cerrando el año 2014 con 50.362 unidades matriculadas en el RUNT y consolidándonos como la segunda marca del mercado colombiano con 16,6% de participación de mercado, el valor más alto logrado en los últimos años.

El primer semestre de 2014 mostró una dinámica muy interesante con un comienzo de año un poco conservador pero que se fue dinamizando con el lanzamiento de varias series especiales. Para el segundo semestre, el Salón del Automóvil generó un impacto muy positivo en nuestros resultados; logramos el primer lugar en ventas en el Salón,

permitiendo un aumento en la participación de mercado y un nivel de matrículas superior a los objetivos trazados. Las cifras récord obtenidas durante el mes de diciembre, el mejor mes del año, con 6.556 unidades matriculadas y una participación de mercado del 17,2%, cerraron con éxito el desempeño de la marca durante el Salón Internacional del Automóvil de Bogotá.

Una dinámica de renovación del portafolio con series limitadas tales como Clio Hard Rock Café, "45 Anniversaire", Media Nav y Koleos Sport Way; nuevas versiones de modelos comercializados, y planes financieros como "Estrena dos veces" y "Plan 36 todo incluido", entre otros, permitieron la consolidación de Renault como la segunda marca preferida por los colombianos.

El buen desempeño de la marca este año, fue producto de la novedad de sus planes promocionales, de sus series especiales y de los excelentes servicios comerciales, que permitieron mejorar las unidades de negocio de RENAULT-Sofasa y ofrecer al cliente un beneficio 360° al adquirir su vehículo nuevo.



¹ VP+VU : Vehículos particulares + Vehículos utilitarios

LAS MARCAS

Durante el año 2014, ocupamos el segundo lugar entre las marcas que aumentaron su participación de mercado frente al 2013 y, por tercer año consecutivo, fuimos la única ensambladora colombiana en marcar un

crecimiento en su participación, logrando un incremento de 0,5 puntos respecto al 2013.

El mercado de la competencia se agudizó frente a las ventajas de los nuevos acuerdos de libre

comercio que permitieron a las marcas asiáticas y alemanas reposicionarse con un crecimiento de 0,4 puntos frente el año anterior.

EN EL TOP DE LOS MÁS VENDIDOS

Consecuente con el excelente año del sector automotor, la marca creció en ventas en todos los segmentos en los que tiene presencia, posicionando tres de sus vehículos dentro del top 5 de los más vendidos en el país, así:

MODELO	ACUMULADO AÑO 2014	
	NO. UNIDADES COMERCIALIZADAS	POSICIÓN TOP 5 VENTAS PAÍS
 <p>RENAULT SANDERO + RENAULT STEPWAY</p>	16.642	2° LUGAR
 <p>RENAULT DUSTER</p>	12.629	4° LUGAR
 <p>RENAULT LOGAN</p>	11.253	5° LUGAR

La presencia en este *ranking* confirma la preferencia de los clientes por nuestros vehículos, ensamblados por talento colombiano, bajo los más altos y exigentes estándares.

En materia de vehículos utilitarios, los resultados de ventas también fueron muy positivos y dentro de ellos se destaca:



- **Un incremento del 45%** en las ventas del **Renault Traffic**, consolidándose en la segunda posición de su segmento FU2.



- **Un crecimiento del 34%** en las ventas de la **Renault Master**.

DESARROLLO RED

Expandimos nuestra red de servicios y cobertura geográfica en Colombia. En el transcurso del año celebramos la apertura de 21 nuevos puntos de servicio, seis de los cuales fueron en ciudades donde no teníamos presencia: Ipiales, Madrid, Sabaneta, Apartadó, Soacha y Yumbo, mientras que se abrieron seis concesionarios completos (sala de ventas + taller) y siete salas de venta de vehículos nuevos en grandes ciudades como Cali, Bogotá, Medellín y Barranquilla. Se fortaleció la atención en posventa con tres nuevos Servicios Renault Minuto en Madrid, Sabaneta y Cali, así como

Otro aspecto importante fue la renovación de la imagen de la marca a través del despliegue del concepto *Renault Store*, llegando a un 30% de la red con mejoras en la imagen de las salas.

En la Dirección Comercial, el 2014 marcó un hito importante en la historia de la Organización

con la apertura de dos nuevos talleres de Renault Carrocería en Yopal y Riohacha, un nuevo taller en Bogotá y finalmente dos nuevos puntos PRO+ en La Estrella y Bogotá.

De esta forma, hemos llegado a consolidar una red de servicios compuesta por 252 puntos de atención en todo el país, incluyendo 73 talleres de mecánica, seis PRO+, 29 Renault Minuto, 49 talleres de carrocería, 10 servicios autorizados y 101 Salas de venta, con presencia en 40 ciudades de Colombia.

con la unificación de las dos sedes (Chía y Envigado). En el mes de febrero se trasladó toda la Dirección Comercial de la sede de Chía a la sede de Envigado, y Renault Academy en marzo del mismo año. En total se trasladaron 64 familias y se contrataron 19 personas en Medellín, lo cual ha permitido lograr más

La cobertura territorial de Renault pasó del

87%

en 2013 al

93%

en 2014 gracias a la gestión institucional y de nuestros socios estratégicos.

sinergias entre las diferentes áreas de la Organización, movilidad en algunos cargos, comunicación más rápida y más eficaz, y se ha facilitado la toma de decisiones.

CALIDAD DEL SERVICIO

La calidad del servicio es un indicador clave de la Compañía (KPI - *Key Performance Indicator*), que hace parte de la estrategia Renault 2016 - Drive the Change, y que fue creado para responder a dos objetivos:

1

ASEGURAR EL
CRECIMIENTO
DEL GRUPO

2

GENERAR FREE
CASH FLOW
OPERACIONAL

En cuanto a los resultados de calidad del servicio en 2014, en el servicio de venta de vehículos nuevos (RECO QVN – Tasa de Recomendación Calidad Vehículos Nuevos) se logró un incremento de 3,2 puntos, pasando de 90,2% a 93,4% en los últimos 12 meses, contra un objetivo de 91,5%. Por su parte, el servicio posventa logró un incremento de 4,8 puntos en la calidad del

servicio, pasando de 86,7% a 91,5% en los últimos 12 meses, contra un objetivo de 87%, siendo el mayor incremento logrado en los últimos cinco años. Por su parte, en el servicio posventa (RECO QSA – Tasa de Recomendación Calidad Servicio Posventa), se logró un incremento de 6,4 puntos en la calidad del servicio, pasando de 86,7% a 93,1% en los últimos 12 meses, contra

un objetivo de 87%, siendo el mayor incremento logrado en los últimos cinco años.

Este es el resultado de la implementación de planes específicos de mejoramiento en el acompañamiento de los puntos de servicio con menor desempeño, con el compromiso del capital humano de la Organización.

PRINCIPALES RESULTADOS



69.477

UNIDADES
PRODUCIDAS
(VEHÍCULOS)



\$2.107.879

VENTAS
NETAS
(MILLONES COP)

PASIVO TOTAL
(MILLONES COP)

\$416.769



PATRIMONIO TOTAL
(MILLONES COP)

\$438.786



ACTIVO TOTAL
(MILLONES COP)

\$855.555

RESULTADOS FINANCIEROS

ESTADO DE RESULTADOS

INGRESOS

Ingresos Operacionales

Los ingresos por ventas de vehículos en Colombia aumentaron un 8,7% en 2014, correspondientes a la venta de 50.076 vehículos a concesionarios en el mercado local, hecho que refleja el buen desempeño comercial en el mercado local. Sin embargo, la ausencia de exportaciones hacia Argentina en 2014 ocasionó una reducción de los ingresos totales de RENAULT-Sofasa en un 9,1%, al pasar de \$2.319.858 millones en 2013 a \$2.107.879 millones en 2014 (es importante anotar que en 2013 los 11.360 vehículos exportados a Argentina, correspondieron a una operación puntual, en la que RENAULT-Sofasa suplió el *sourcing* de la planta de Brasil durante sus obras de ampliación).

Los ingresos operacionales están conformados por ventas de vehículos en un 89,5% (89,9% en 2013), repuestos 7,1% (5,8% en 2013) y otros materiales y servicios 3,4% (4,3% en 2013).

Las ventas de repuestos, por su parte, crecieron un 10,7%, al pasar de \$135.655 millones en 2013 a \$150.134 millones en 2014. Las exportaciones de vehículos representaron el 31,2% en volumen en 2014 (22.673 unidades), mientras que en el año 2013 representaron el 42,9% (34.621 unidades), gracias a las exportaciones a Argentina durante las obras de ampliación de la planta de Brasil.

I. Utilidad operacional

La Compañía generó utilidades operacionales en 2014 por un monto de \$59.991 millones, que

representan el 2,8% sobre las ventas, mientras que en 2013 el resultado operacional alcanzó una cifra de utilidades por \$94.159 millones, que representaron el 4,1% sobre las ventas.

II. Ingresos no operacionales ²

Los ingresos no operacionales representaron el 1,8% sobre las ventas en 2014 y el 1,4% en 2013. Adicionalmente, la Compañía obtuvo utilidades en 2014 por \$28.371 millones por el registro de los resultados netos de las filiales Inmobiliaria RTM Ltda., y Plan Rombo S.A., reconocidos en los resultados de RENAULT-Sofasa mediante la aplicación del método de participación patrimonial.

EGRESOS

I. Costo de ventas

El costo de ventas registra una disminución del 9,6% en 2014, al pasar \$1.901.851 millones a \$1.718.819 millones, la cual es ocasionada por la disminución de vehículos exportados y por la variación de la tasa de cambio, la cual tuvo un incremento promedio del 7,4% con respecto al año anterior, impactando el costo de los materiales, vehículos y repuestos importados.

II. Gastos operacionales ³

En 2014 los gastos operacionales de administración y ventas ascendieron a \$342.652 millones, cifra que representa el 16,3% sobre la cifra de negocios (14,4% en 2013). Los mayores incrementos de 2014 se registran en las provisiones para medios comerciales (inversiones en promoción y

publicidad) y para el reconocimiento de las promesas de mantenimiento implementadas en las ventas de vehículos a partir de 2014.

III. Egresos no operacionales

Los principales rubros de este grupo corresponden a gastos financieros, ajustes por diferencia en cambio en contra llevados al estado de resultados, impuesto al patrimonio, gravamen a los movimientos financieros e indemnizaciones laborales pagadas a personal retirado de la Compañía. Registraron un incremento del 23,6% al pasar de \$27.319 millones en 2013 a \$33.771 millones en 2014.

El mayor incremento fue generado por la alta devaluación ocurrida en los últimos cuatro meses del año.

IV. Impuesto de renta

Se liquidó una provisión para el impuesto de renta corriente en 2014 y 2013 por el sistema de renta ordinaria a la tarifa del 25% sobre la base de la utilidad fiscal, la cual difiere de la utilidad contable debido al tratamiento de ciertos rubros que no son considerados a nivel fiscal. Adicionalmente, registramos la provisión para el impuesto de renta para la equidad CREE ⁴ a la tarifa del 9% para ambos años, sobre la base gravable de este impuesto.

Tanto en 2014 como en 2013, se registró un impuesto de renta diferido el cual es calculado sobre las diferencias temporales entre los registros contables y los fiscales.

² Este grupo está conformado por ingresos financieros, ajustes por diferencia en cambio a favor llevado al estado de resultados, recuperación de gastos de ejercicios anteriores y refacturación de gastos a terceros.

³ Este rubro lo componen los gastos de comercialización y venta de vehículos y repuestos, así como los gastos de funcionamiento de las áreas comerciales y administrativas. Los gastos más representativos corresponden a los medios comerciales, las regalías pagadas a la Casa Matriz y las garantías reconocidas a los clientes, la cual incluye una provisión para los pagos futuros sobre el parque automotor que se encuentra en período de garantía.

⁴ Es un nuevo impuesto creado a partir del 1 de enero de 2013 como aporte de las sociedades y personas jurídicas y asimiladas en beneficio de los trabajadores, la generación de empleo y la inversión social en los términos de la Ley 1607 de 2012.

RESULTADO NETO

El resultado neto de la Compañía en 2014 arrojó utilidades por \$62.938 millones, cifra que representa el 3% sobre las ventas; en 2013 el resultado neto fue una utilidad por \$92.713 millones, 4% sobre las ventas. Esta diferencia se explica por la caída de las exportaciones a Argentina, así como por un efecto negativo en la tasa de cambio, que impactaron negativamente el resultado global de RENAULT- Sofasa con respecto al año anterior.

BALANCE GENERAL

Activos

Los activos totales ascienden a \$855.555 millones, registrando un crecimiento del 9,1% frente a los \$784.349 millones al cierre de 2013.

Pasivo

El pasivo total ascendió a \$416.769 millones al 31 de diciembre de 2014, registrando un incremento del 17,3% con respecto a los \$355.205 millones a diciembre de 2013. El buen desempeño operacional en 2014 permitió mantener a la Compañía sin deuda financiera, cancelando con recursos propios las inversiones realizadas para el proyecto X-52, luego de pagar dividendos a los accionistas por valor de \$73.172 millones en 2014 y \$43.202 millones en 2013.

El resultado neto de la Compañía en 2014 arrojó utilidades por

\$62.938

millones, cifra que representa el

3% sobre las ventas

Patrimonio

El patrimonio total de la Compañía a fin de 2014 se ubicó en \$438.786 millones, registrando un crecimiento de 2,2%, principalmente por el resultado positivo y las valorizaciones del ejercicio 2014.

IMPLEMENTACIÓN DE LAS NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD NIIF

En cumplimiento de la Ley 1314 de 2009 y los Decretos 2784 de 2012 y 3024 de 2013, la Compañía, por pertenecer al grupo No. 1 para implementación según clasificación de la Superintendencia de Sociedades, realizó el proceso de convergencia a normas internacionales de contabilidad NIIF a partir del 1 de enero de 2015, con determinación del balance de apertura al 1 de enero de 2014.

Siguiendo instrucciones de la Dirección de Contabilidad del Grupo Renault y en concordancia con lo establecido en el artículo 2 del Decreto Reglamentario 3024 de 2013 y el concepto del Consejo Técnico de la Contaduría Pública No. 2013-194 del 11 de julio de 2013, la Compañía optó por retener en su balance de apertura al 1 de enero de 2014 los saldos del balance preparado bajo NIIF para efectos de reporte a su Casa Matriz, conforme a las normas y políticas adoptadas por el Grupo desde su convergencia a IFRS el 1 de enero de 2004, debidamente reconocidas, valoradas y aplicadas uniformemente por la filial en Colombia desde esa fecha.



NUESTROS PROVEEDORES

Seguimos trabajando por mejorar nuestra competitividad y la de nuestros aliados estratégicos con quienes nos hemos trazado como objetivo lograr un crecimiento sostenible y rentable sobre una base de confianza mutua. Para esto venimos estableciendo relaciones

de cooperación que nos permitan utilizar las mejores prácticas con el fin de mantenernos a la vanguardia de la industria automotriz e invertir en el desarrollo de nuestros proveedores y así aumentar el nivel de integración local.

Tuvimos un monto total de compras en 2014 de \$276.120 millones de pesos (104M€) en material directo a 45 empresas nacionales, lo que representa una reducción en cifra de compras superior al 10% frente a un total de \$312.858 millones (126M€) en 2013, esto como consecuencia de una menor producción de vehículos y la reducción de precios que se reportaron como ahorros por 11.496 millones de pesos (4,33M€).

Con respecto a las compras de bienes y servicios tuvimos un monto total de \$174.168 millones de pesos (65,6M€), correspondiente a aproximadamente 170 contratos, lo que representa una reducción de 6,25% en cifra de negocios versus 2013 y se reportaron ahorros por un total de \$14.204 millones (5,35M€).

Conforme con nuestra filosofía realizamos negocios justos, imparciales y totalmente transparentes.

Un punto importante a resaltar durante el 2014 fue la implantación exitosa del proyecto de inyección de piezas plásticas al interior de la Compañía, con una inversión en adecuación de edificios y puente grúas por \$5.310 millones de pesos (2M€). Se llevó a cabo el traslado y puesta a punto de cuatro inyectoras de Riduco al interior del Parque de Proveedores, que entraron en funcionamiento en el primer semestre. La inversión fue fondeada a través de un crédito de Bancoldex tomado por el proveedor y que amortizaremos en el pago de cada pieza producida durante los próximos tres años.

40%

Porcentaje de productos y servicios adquiridos localmente.



Desempeño **ECONÓMICO**

NUESTROS PROVEEDORES



**CONTAMOS CON
PROVEEDORES 41**
EN ANTIOQUIA,
CUNDINAMARCA, VALLE,
SANTANDER Y CALDAS.

UTILIZAMOS PIEZAS 12
PROCEDENTES DE
PAÍSES DE ORIGEN, TALES
COMO FRANCIA, BRASIL Y
RUMANIA.



**REALIZAMOS
EXPORTACIONES A 7**
PAÍSES.

MÉXICO CONCENTRA EL 70%
DE ESTAS.



INVERTIMOS

9,7

MILLONES DE EUROS

EN LA GAMA DE PRODUCTOS,
EN PROCESOS PRODUCTIVOS Y
DE INTEGRACIÓN.

14

**EN LOS ÚLTIMOS 3
AÑOS INVERTIMOS**

MILLONES DE EUROS,
PARA FOMENTAR E
INCREMENTAR LA
INTEGRACIÓN ENTRE
PROVEEDORES.



TUVIMOS

67

**EQUIPOS
KAIZEN
CON**

402

PARTICIPANTES

CONTAMOS CON **7**

PROVEEDORES NUEVOS.

REALIZAMOS
**EVALUACIÓN
DE PLAN DE
ACCIÓN A**

21

PROVEEDORES
ANTIGUOS.

EVALUAMOS A NUESTROS
PROVEEDORES:

EN **DERECHOS HUMANOS Y
TRABAJO INFANTIL.**

EN **MATERIA MEDIOAMBIENTAL.**

EN **PRÁCTICAS LABORALES.**



Desempeño **ECONÓMICO**

RED DE PROVEEDORES

Vemos a nuestros proveedores como aliados estratégicos a quienes nos une el objetivo de lograr un crecimiento sostenible y rentable, sobre una base de confianza mutua. Trabajamos con ellos estableciendo relaciones de cooperación que nos permitan utilizar las mejores prácticas con el fin de mantenernos a la vanguardia de la industria automotriz. Proponemos por la realización de negocios justos, imparciales y totalmente transparentes.

Contamos con una red de proveedores entre quienes buscamos promover la ética y el buen comportamiento; por

esto, socializamos nuestras políticas de Responsabilidad Social Empresarial y las relacionamos con la política de contratación, para asegurar el cumplimiento riguroso de las leyes y los reglamentos y para reforzar los sistemas internos de este grupo de interés; además, les solicitamos establecer y operar bajo parámetros y sistemas internos que promuevan el desarrollo sostenible en los ámbitos ambiental, social y económico. Estas prácticas también son promovidas por las filiales de Renault a nivel mundial en cada uno de los países desde donde importamos las piezas que no son producidas localmente.

COMUNIDAD ANDINA

Al estar ubicados en Colombia, que es un país de la Comunidad Andina, nos vemos regulados por los acuerdos y resoluciones que se han suscrito en este organismo. Por esto, dedicamos importantes esfuerzos al cumplimiento de la Resolución 323, con la que se busca dinamizar el mercado de autopartes en la región. Nuestro índice de integración en 2014 fue de 36.8%, frente al 34.6% exigido por esa disposición.

NÚMERO DE PROVEEDORES LOCALES



FLUJO INBOUND (Traída de piezas a la planta)

★ FLUJO DIRECTO

★ ILN - *International Logistic Network*



ILN

TRANSPORTE MARÍTIMO

PUERTO ARRIBO

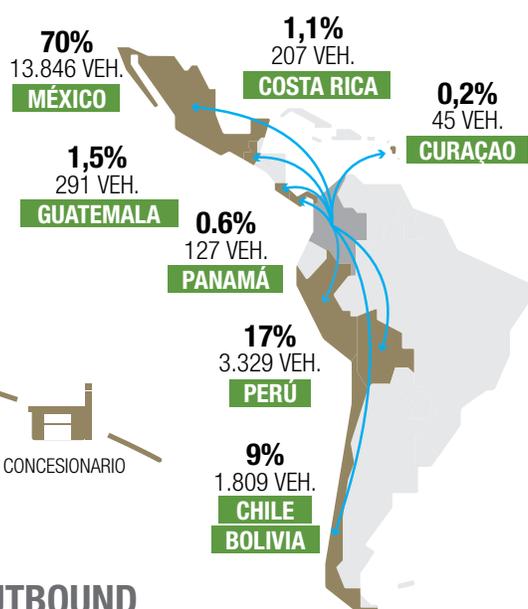
TRANSPORTE PLANTA



TRANSPORTE TERRESTRE

TRANSPORTE MARÍTIMO

CONCESIONARIO



FLUJO OUTBOUND (Distribución de vehículos)



FLUJO INBOUND

En Colombia, durante el 2014, tuvimos un total de 41 proveedores locales, distribuidos en los departamentos de Antioquia, Cundinamarca, Valle, Santander y Caldas.

Importamos piezas de 12 países en donde la Alianza Renault-Nissan agrupa el material CKD en los AILN (*Alliance International Logistic Network*). Nuestros principales *sourcing* son Rumania, Brasil y Francia. El volumen de contenedores movilizados alcanzó los 6.000 cont/año, utilizando el puerto de Cartagena como nodo logístico de la operación *Inbound*. Transportamos entre el Puerto de Cartagena y la planta de Producción, ubicada en Envigado, con camiones Multipropósitos que nos permiten compensar en una misma ruta el 40% de la carga, obteniendo una productividad alta y reduciendo los costos de logística.

FLUJO OUTBOUND

RENAULT-Sofasa en el año 2014 distribuyó 79.000 vehículos, de los cuales 57.000 unidades se entregaron en Colombia, cumpliendo con los objetivos de entrega menores a 2.5 días a partir de la facturación y con los objetivos de calidad de producto en la entrega de 3.3 K/1000.

El volumen de exportaciones alcanzó 28% que corresponde a 22.000 unidades, llegando a siete países distribuidos en Centro América y Sur América. México concentra el 70% de las exportaciones.

La Supply Chain durante el año 2014 desarrolló acciones de mejoramiento que nos permitieron ser más competitivos.

1. Aumento de capacidad de almacenamiento

En el año 2013 RENAULT-Sofasa tenía una capacidad de almacenamiento de vehículos al interior de la planta de 1.350 unidades, pero con una necesidad de almacenamiento de 2.500 vehículos, lo que generaba un sobre costo anual de \$1.858,6 millones de pesos (700 K€/año). Se presentó el proyecto de aumento de capacidad de almacenamiento al interior de la planta con una inversión de \$1.991,4 millones de pesos (750 K€/año) lo que generaba una reducción en el TDC (*Total Delivery Cost*) de \$29.511 pesos por vehículo (11.5 €/veh) y un *payback* de la inversión menor a 1 año.

2. Optimización de embalajes

Gracias al trabajo transversal realizado con los diferentes AILN (*Alliance International Logistic Network*) a través de la creación de contratos de *performance* que se basaron en el trabajo estratégico de tres ejes de mejoramiento: el primero, tasa de llenado por contenedor; segundo, densificación de embalajes y, tercero, paso de embalajes de cartón y madera a retornables metálicos.

2.1 Optimización de tasa de llenado por contenedor

Trabajamos en la tasa de llenado por contenedor pasando de 63,5 m³ por contenedor en 2013 a 64,9 m³/contenedor en 2014, un

aumento de 1,5 m³ por contenedor en 6.000 contenedores importados durante el año 2014, que representan un ahorro en transporte de 130 contenedores y de más de \$1.593,1 millones de pesos (600 KEur).

a. Densificación de embalajes

Logramos densificar más de 90 referencias con los AILN de Rumania, Turquía, Brasil, Francia y Argentina, con ahorros de hasta el 7% en volumetría CKD/vehículo.

b. Paso de embalajes de cartón a embalajes retornables metálicos

Logramos cambiar 57 referencias de embalajes perdibles a durables metálicos, con impactos en densificación y en costos de embalajes por cada DCL (Condición Técnica de Embalaje) con ahorros de \$207,1 millones de pesos (78 KEur).

3. Reducción de stock de piezas CKD

Como plan de mejoramiento, la Supply Chain Colombia viene trabajando en un programa de reducción de sus inventarios que permita generar un mayor flujo de caja para la Empresa y garantizando la cobertura de piezas para la producción. Hasta el año 2014, se ha logrado una reducción de \$15.931,3 millones de pesos (6 MEUR) en *stock* industrial.

INTEGRACIÓN REGIONAL

En 2014 se invirtieron alrededor de 50.449 millones de pesos (9.7 millones de euros) en proyectos, inversiones, mantenimiento de la gama de productos, procesos productivos y de integración, con el objetivo de ser más competitivos.

En los últimos tres años hemos invertido más de 37.172 millones de pesos (14 millones de euros) para fomentar e incrementar el nivel de integración de nuestros proveedores. Actualmente se desarrollan diferentes proyectos con el objetivo de incrementar los niveles de integración y proyectos de desarrollo tecnológico que permitan aumentar la competitividad de la industria automotriz.

1. Inyección de piezas plásticas con moldes fabricados en Colombia

Durante todo el 2014 se trabajó la integración local de diferentes piezas que permitieron desarrollar siete moldes en el 2014 y se prevé el desarrollo de tres más en 2015.

Gracias a una inversión de alrededor de 1.600 millones de pesos y al apoyo del Gobierno (Colciencias), el trabajo realizado conjuntamente con el ICIPC (Instituto de Capacitación e Investigación del Plástico y del Caucho), permitió la integración de siete piezas para los vehículos.

CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ COLOMBIANA (CDTIA)

Desde 2013 apoyamos el Centro de Desarrollo Tecnológico de la Industria Automotriz Colombiana (CDTIA) que representa el comienzo de una nueva era de colaboración e integración de recursos y capacidades de las empresas, el Gobierno y el liderazgo académico en todo el país, con el objetivo de consolidar la industria de vehículos y autopartes como un competidor de clase mundial, hasta hacerla campeona regional en segmentos específicos.

2. Identificación del potencial tecnológico para la integración local de partes automotrices en la región

Este proyecto se estableció en 2014 y tiene como objetivo general crear los lineamientos tecnológicos y comerciales de los procesos de integración local que potencialmente se pueden desarrollar con proveedores de la región. Esta iniciativa tiene como base un proceso de investigación exploratorio, que permita cruzar las necesidades y oportunidades tecnológicas de la industria manufacturera local con la oferta y capacidades tecnológicas de alto desarrollo a nivel mundial, impulsando el crecimiento y la transformación productiva para la competitividad de la industria automotriz colombiana.

3. Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico, Industria y Calidad

Se presentaron a las convocatorias de Colciencias cuatro proyectos de desarrollo tecnológico para obtener deducción tributaria por inversión en el año 2014.

- Implementación de un sistema de captación y recuperación de aguas del río Medellín, residuales de proceso y subterráneas. Con una inversión máxima de 273 millones de pesos.

Principales servicios y cadena de valor del CDTIA

- **Gestión de proyectos de I+D+i (Investigación + Desarrollo + Innovación):** cofinanciación, administración, consorcios nacionales, etc.
- **Servicios financieros de I+D+i:** acceso a recursos, gestión de *spin offs* o *startup*, fondos de inversión.
- **Articulación:** desarrollo de proveedores, gestión de redes internacionales, universidades.

- Optimización de consumos energéticos con un plan de uso eficiente y racional de la energía en la planta RENAULT-Sofasa. Con una inversión de hasta 213 millones de pesos.
- Sistema piloto de recuperación de energías térmicas, dinámicas y electromagnéticas para su aprovechamiento en la planta. Con una inversión tope de 220 millones de pesos.
- Diseño de planta piloto para el proceso de curado de piezas plásticas para automóviles, con una inversión prevista para el 2015 de hasta 594 millones de pesos.

4. Proyecto Monozukuri

Con la Red de Ensamble (Renault, Haceb, Incolmotos, Mitsubishi Electric, AKT y Auteco), la Alcaldía de Medellín y el CTA (Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia) se implementó el proyecto Monozukuri que busca el desarrollo y aumento de la competitividad de siete proveedores aliados con la red de ensamble. El proyecto tiene una duración de 14 meses.

- Estandarización y homologación.
- Formación y mejoramiento.
- Investigación e innovación.
- Apoyo estratégico.

KAIZEN PROVEEDORES

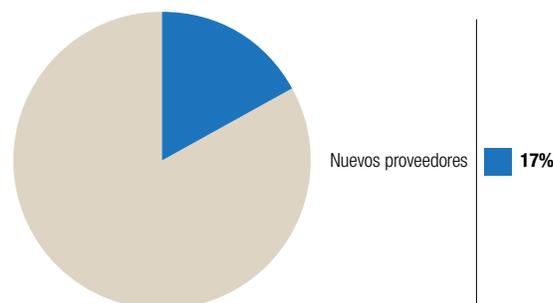
En 2014 tuvimos 67 equipos con 402 participantes, que trabajaron temas relacionados con medio ambiente, competitividad, calidad y condiciones de trabajo.

TRABAJOS MÁS REPRESENTATIVOS		
Reducción de consumo de jabón líquido en los procesos de lavado y limpieza en el servicio de alimentación.	Reducción en el costo de lavado de tubos de condensadores.	Reducción de horas de mantenimiento correctivo en hornos.
Optimización de tiempos en el proceso de soldado y repasado en elementos de fijación.	Disminución de consumos y costos en los productos de la línea de soldadura y ensamble.	Eliminación de retrabajos en el pegado de fieltros de la alfombra para Renault Duster.
	Reducción de lodos residuales en el material de empaque de los sellantes suministrados a RENAULT-Sofasa.	

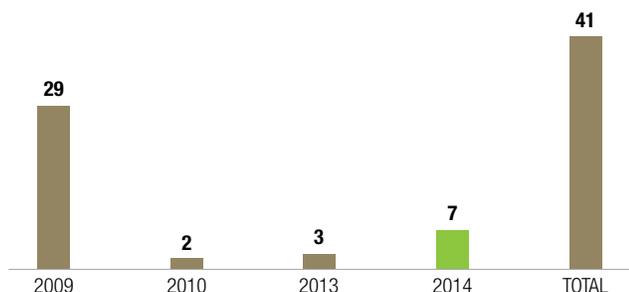
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

En el año 2014 se evaluaron siete proveedores, los cuales corresponden al 17% del total de proveedores evaluados hasta el 2014. Adicionalmente, se realizó seguimiento al plan de acción de 21 proveedores que habían sido evaluados en los años anteriores.

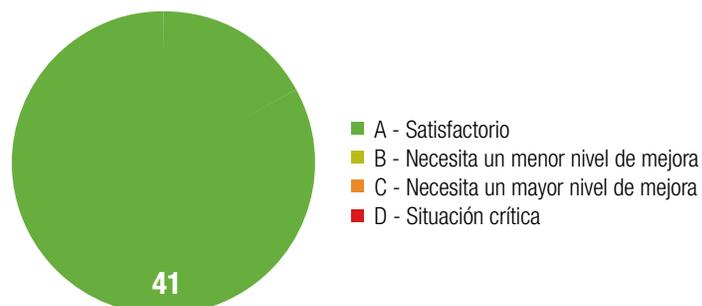
NUEVOS PROVEEDORES LOCALES



EVALUACIÓN DE INDICADORES AMBIENTALES DE PROVEEDORES LOCALES



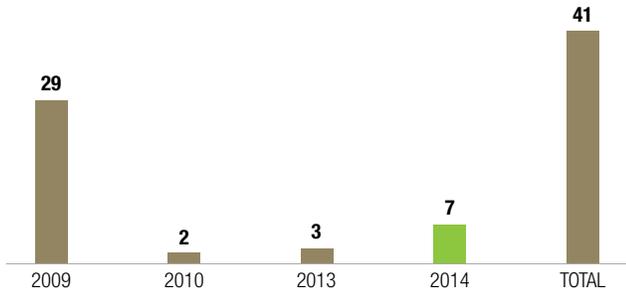
CALIFICACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES LOCALES



La evaluación realizada en 2014 muestra el buen resultado de las acciones implementadas para mejorar los impactos ambientales negativos identificados en las evaluaciones

realizadas en el período 2009 - 2010. Durante este año no se evidenciaron impactos negativos en los siete nuevos proveedores evaluados.

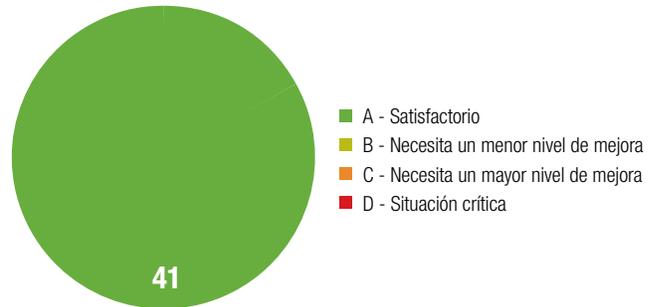
EVALUACIÓN INDICADORES DE PRÁCTICAS LABORALES DE PROVEEDORES LOCALES



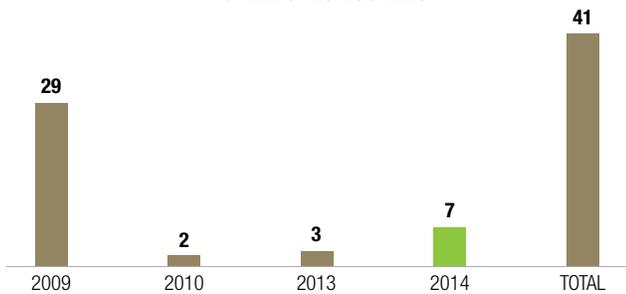
Los resultados arrojados en las evaluaciones realizadas desde el año 2009, confirman las

buenas prácticas laborales implementadas y utilizadas por nuestros proveedores.

CALIFICACIÓN DE PRÁCTICAS LABORALES PROVEEDORES LOCALES



EVALUACIÓN DE INDICADORES DERECHOS HUMANOS - TRABAJO INFANTIL PROVEEDORES LOCALES



En la evaluación realizada durante el 2014 no se encontraron riesgos significativos reales o potenciales de vulnerar los derechos humanos con casos de explotación infantil.

Se validó que los proveedores no presentaran casos de trabajo infantil en sus operaciones. Con la realización de las siete evaluaciones a los proveedores en el 2014 se alcanza el 100%

CALIFICACIÓN DERECHOS HUMANOS - TRABAJO INFANTIL PROVEEDORES LOCALES



de cubrimiento, llegando así a 41 proveedores evaluados.

EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS

Los resultados de las diferentes evaluaciones realizadas desde el año 2009 hasta hoy muestran la misma tendencia de las buenas prácticas de nuestros proveedores en todos los temas relacionados con el respeto y cumplimiento de los derechos humanos.

En la evaluación realizada en 2014 a los siete proveedores que hacían falta para completar el 100% de proveedores evaluados, no se encontraron impactos negativos y en las evaluaciones de seguimiento a los planes de acción sobre impactos negativos identificados en años anteriores, se constató la implementación de las mejoras.

CALIFICACIÓN DERECHOS HUMANOS PROVEEDORES LOCALES



Desempeño **SOCIAL**

NUESTROS COLABORADORES

TRASLADAMOS DE
CHÍA A ENVIGADO

64 FAMILIAS

Y CONTRATAMOS **19** PERSONAS
EN MEDELLÍN A



EN 2014

CONTAMOS CON

1.542

COLABORADORES

EL **68%**
DE LOS NUEVOS
COLABORADORES **SON**
MENORES DE 30 AÑOS



AUMENTAMOS
LOS BENEFICIOS
PARA NUESTROS
COLABORADORES EN UN

4,36%



CONTAMOS CON

75

EQUIPOS OPERATIVOS

KAIZEN

QUE GENERARON AHORROS POR

2.000

MILLONES DE PESOS



SE PRESENTARON
46 IDEAS
CONCRETAS DE
PROGRESO (ICP)

UN **35%+**

QUE EN 2013

Y LOGRAMOS AHORROS POR

14.000

MILLONES DE PESOS

TUVIMOS
54

VISITAS DE DIVERSAS
UNIVERSIDADES Y ENTIDADES
EDUCATIVAS DEL PAÍS



INVERTIMOS

563

MILLONES DE PESOS
EN EDUCACIÓN Y
FORMACIÓN



9.083

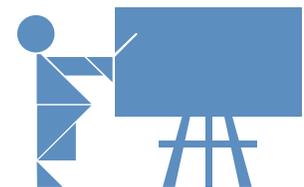
HORAS **INVIRTIERON**
NUESTROS
TRABAJADORES EN LAS
ESCUELAS DE FORMACIÓN



FORMAMOS A

87

TRABAJADORES EN
INGLÉS Y FRANCÉS





Desempeño SOCIAL

NUESTROS COLABORADORES

Nuestro accionar con los colaboradores ha tenido como propósito su desarrollo y bienestar y, por ello, generamos programas, proyectos e iniciativas para mejorar sus condiciones

de vida, incluyendo las medidas de salud y seguridad necesarias al interior de la Compañía. Con el fin de apuntar más lejos, queremos generar espacios de desarrollo y

bienestar en el ámbito personal y en el de sus familias.

CAMBIO SIGNIFICATIVO

En el mes de febrero de 2014 se trasladó toda la Dirección Comercial de la sede de Chía a la sede de Envigado, así como Renault Academy en marzo del mismo año, quedando en Chía únicamente la operación del Almacén Central de Repuestos. En total se trasladaron 64 familias y se contrataron 19 personas en Medellín, logrando una disminución en G&A del 19% (sin incluir salarios) debido a la reducción de misiones, mantenimiento, informática,

vigilancia, etc. Esto también sin afectar los resultados comerciales (+0.5 puntos de PdM - Participación de Mercado vs 2013, sin nuevos productos). El traslado de la sede, a su vez, ha permitido lograr más sinergias entre las diferentes áreas de la Organización, movilidad en algunos cargos, comunicación más rápida y más eficaz y se ha facilitado la toma de decisiones.

Otro aspecto importante fue la renovación de la imagen de la marca a través del despliegue del concepto *Renault Store*, llegando a un 30% de la red, con cambios de la imagen de las salas.

En 2014 nuestra gestión con colaboradores significó sustentar nuestro accionar en tres elementos claves con el fin de avanzar en el propósito de ser la mejor empresa para trabajar en Colombia.

TALENTO

LIDERAZGO

CULTURA

TALENTO

Lo entendemos como la gestión para el desarrollo mediante Talent@Renault, herramienta que promueve el dinamismo en las competencias y la implementación de esquemas de seguimiento. Los beneficios han sido la asignación de trabajo de manera estratégica para la competitividad y excelencia.

Se desarrolló el programa de potenciales, se consolidaron las mujeres en puestos LKP (*Local Key Position* - Posiciones Locales Claves), se mejoró la robustez de “los tres casillas” y se implementaron nuevos esquemas de desarrollo; la selección se trabajó con énfasis en el perfil de potenciales y se implementó el RLA (*Renault Leadership Assessment* - Baterías de pruebas para los líderes de Renault), se llevó a cabo el programa Trainee, se dio formación basada en productos, se implementó la GDC (Gestión Dinámica de Competencias) en Compras, Comercial y Financiera, y se desarrolló la plataforma “Yo amo a RENAULT-Sofasa”.

LIDERAZGO

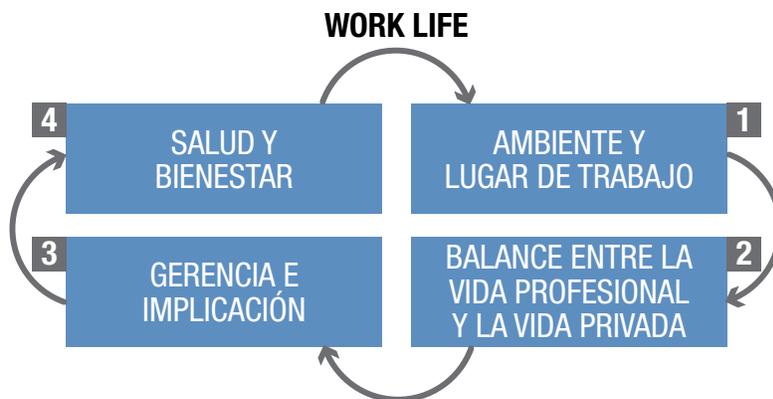
Implementamos en todas las áreas el modelo de *Business Partner*, se lanzó la Escuela de Management y desarrollamos el programa de reconocimiento “Gente que Brilla” en donde vivimos los principios del Renault Way, que relaciona el saber ser y el saber actuar, mediante reconocimientos de actitudes y comportamientos.

CULTURA

Seguimos el diseño *Worklife* con el fin de implementar el nuevo sistema de servicios del DSE (Departamento de Servicios a la Empresa), que conllevó nuevos y mejores espacios para nuestros colaboradores, la animación de los beneficios con un marketing social, la estandarización y reducción de los costos asociados a los servicios; igualmente desarrollamos un modelo para la gestión de riesgos sociales y la disminución de la accidentalidad, implementamos un nuevo

esquema de salud y la tercera fase de la red contraincendios, culminamos el proyecto *Monosite* y fuimos recertificados por el ICONTEC en los sistemas de gestión OHSAS 18001 e ISO 14000. De la misma manera se implementaron, para el personal administrativo, jornadas especiales de trabajo y la flexibilización de la jornada.

Como soporte y avance en nuestros sistemas culminamos la fase de implementación de Base Única de Personal, BPU, e iniciamos el proyecto de traslado de la nómina a SAP.



NÚMERO DE COLABORADORES

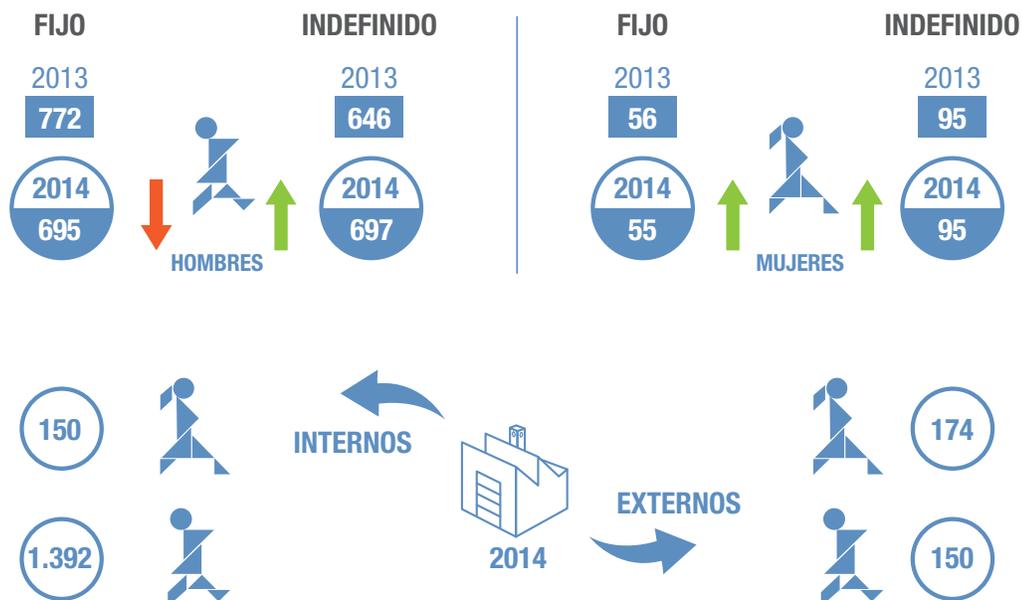


COLABORADORES POR REGIÓN

NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES

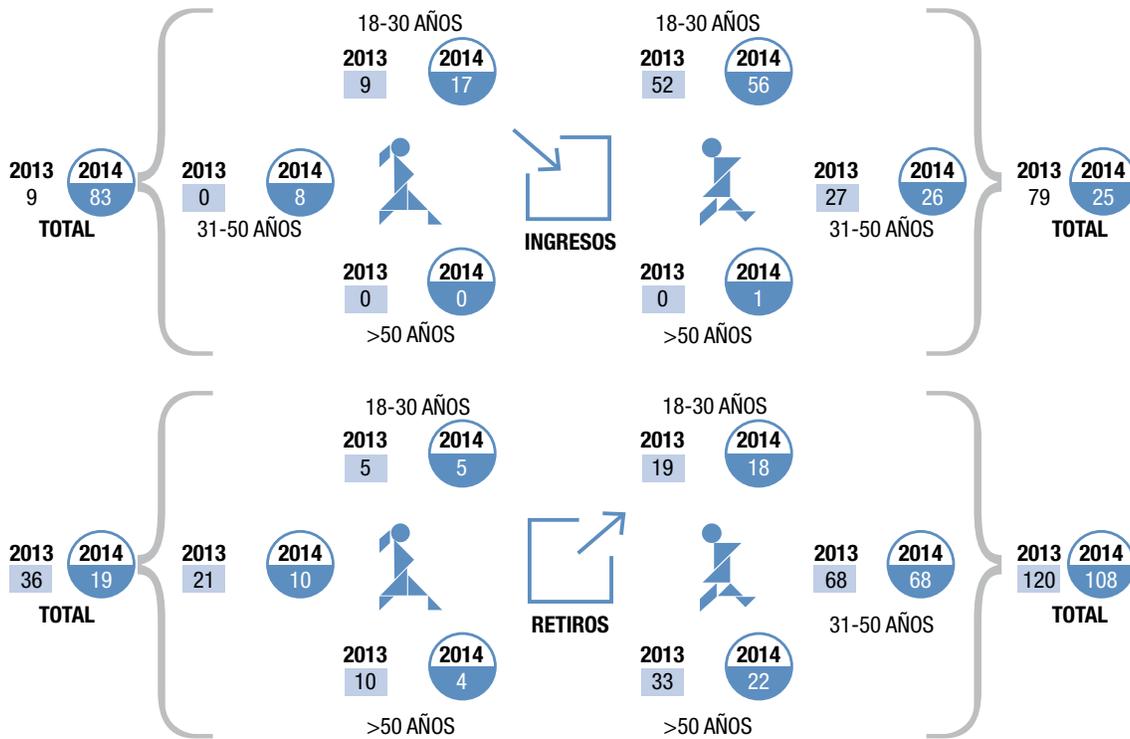
ENVIGADO-ANTIOQUIA PLANTA DE PRODUCCIÓN				BOGOTÁ-CUNDINAMARCA SEDE COMERCIAL				
2013	2014	2013	2014		2013	2014	2013	2014
6	5	14	24	PERSONAL DIRECTIVO			7	4
9	20	18	30	PERSONAL <i>MANAGER</i>	1	1	5	
62	79	176	215	PERSONAL ADMINISTRATIVO	34	9	59	9
39	36	1.120	1.092	PERSONAL OPERATIVO			19	18
116	140	1.328	1.361	TOTAL	35	10	90	31

COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO





ROTACIÓN



El propósito del año anterior fue aumentar el número de mujeres dentro de la Organización, condición que se hace evidente en los datos en el índice de rotación 9 a 83 mujeres en 2014.

Adicionalmente, el 68% de las personas que ingresaron a la Compañía están en rangos de edad menores a 30 años.



NUESTRA MANERA DE RELACIONARNOS

PACTO COLECTIVO

Dando continuidad al acuerdo adoptado desde 1993, que determina las buenas relaciones entre los colaboradores y la Compañía, en 2014 generamos iniciativas que promueven el diálogo social permanente y la mejora en la calidad de vida de nuestros colaboradores, puesto que se ven beneficiados con programas de educación, vivienda y recreación. El Pacto Colectivo de RENAULT-Sofasa ha generado una perspectiva de cuidado y bienestar para nuestros colaboradores, mediante el respeto a

sus derechos y el cumplimiento de los deberes en una relación equitativa de gestión.

Dentro de los programas inscritos en el Pacto Colectivo se encuentran aquellos que brindan salud y seguridad en el trabajo, medicina preventiva, promoción del comité paritario y todas aquellas medidas de cuidado, tales como un médico laboral, un médico asistencial y un médico asesor de sistema de gestión.

Los beneficios en el año 2014 se incrementaron, a partir del 7 de octubre de 2014, en 4,36%.

NÚMERO DE BENEFICIADOS



TODO EL PERSONAL



TODO EL PERSONAL
EXCEPTO PERSONAL CON SALARIO INTEGRAL

<p>2013 131</p>	<p>2014 SEGURO DE VIDA 131 EMPLEADOS</p>	<p>2013 1.569</p>	<p>2014 COBERTURA POR INCAPACIDAD O INVALIDEZ 1.542 EMPLEADOS</p>	<p>2013 1.438</p>	<p>2014 SEGURO MÉDICO PARA BENEFICIARNOS 1.411 EMPLEADOS</p>	<p>2013 1.438</p>	<p>2014 APARATOS ORTOPÉDICOS 1.411 EMPLEADOS</p>
<p>2013 1.569</p>	<p>2014 LICENCIA DE MATERNIDAD O PATERNIDAD 1.542 EMPLEADOS</p>	<p>2013 1.569</p>	<p>2014* PRÉSTAMOS 1.542 EMPLEADOS</p>	<p>2013 1.438</p>	<p>2014 AUXILIO POR INVALIDEZ 1.411 EMPLEADOS</p>		

*Calamidad doméstica, necesidades urgentes, gastos odontológicos, calamidad habitacional, textos y útiles escolares, educación, compra de vehículo, compra de vivienda.



PERSONAL DIRECTIVO

<p>2013 14</p>	<p>2014 MEDICINA PREPAGADA 14 EMPLEADOS</p>
---------------------------	---

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Compañía cuenta con diversos medios de comunicación para mantener informados permanentemente a sus colaboradores, y con canales que abren espacios al diálogo y a la retroalimentación constructiva y enriquecedora. Dentro de los medios se cuentan el boletín semanal “RENAULT-Sofasa en 5 Minutos”, las carteleras corporativas, la revista Global, entre otros. Y dentro de los canales, el esquema “Pensando Juntos” y diversas reuniones estratégicas como el Encuentro de Mandos, las reuniones del Presidente con todos los trabajadores, las reuniones de “5 Minutos”, entre otras.

ESQUEMA PENSANDO JUNTOS

El esquema Pensando Juntos hace parte fundamental de nuestro sistema de comunicación e interacción con los colaboradores. Contamos con el “Café con la Dirección”, el “RENAULT-Sofasa en 8 páginas” y el “Sofl@sh”.



Reunión con el Presidente

“Café con la Dirección”

Este es un espacio que permite, alrededor de un café, expresar y escuchar las inquietudes y observaciones, con el fin de mejorar el clima laboral de la Compañía y contribuir con el buen desarrollo de las relaciones laborales. En total fueron 38 Cafés, con la participación de 450 trabajadores.

“RENAULT-Sofasa en 8 páginas”

Se trata de un boletín, de periodicidad semanal, mediante el cual la Compañía informa a los colaboradores sobre temas importantes en materia de medio ambiente, sociedad o economía, además de temas con un enfoque comercial o industrial en el ámbito local e internacional. Este medio también funciona como lugar en donde son consignadas las respuestas a las inquietudes que los trabajadores presentan en el “Café con la Dirección”.

“Sofl@sh”

Es un canal de comunicación virtual para la publicación de encuestas por parte de la Dirección, creado con el fin de conocer la opinión de los colaboradores sobre el relacionamiento y el desarrollo de la gestión en la Compañía.

REUNIÓN DE 5 MINUTOS

Este espacio, realizado diariamente, permite el intercambio de la información en áreas

de Producción y Calidad entre los jefes y sus colaboradores. Este sistema permite el seguimiento de las actividades y los planes que serán propuestos.

RELACIÓN DEL PRESIDENTE CON LOS TRABAJADORES

Dos reuniones en el año realiza el Presidente con la totalidad de los trabajadores de la Compañía, para presentar el balance de la gestión del año anterior y los objetivos para el año que comienza, respectivamente.

ENCUENTRO DE MANDOS

Cuatro Encuentros de Mandos se llevan a cabo durante el año con el fin de revisar el balance de la gestión y los objetivos a la luz del Plan Estratégico Renault 2016 - Drive the change.

PERÍODOS DE PREAVISO

Se tiene establecido informar los cambios en las estructuras organizacionales por parte de la Dirección, en concordancia y respetando la legislación laboral, especialmente si hay terminación de contratos a término fijo, la cual establece como mínimo un mes antes de la finalización del término fijo pactado. Cuando hay grandes cambios significativos en los procesos, se da la información con tres meses de anticipación, como es el cambio de sedes y relocalización de actividades.



Encuentro de Mandos

SISTEMAS DE PARTICIPACIÓN

En 2014 se continuó el desarrollo personal y grupal con los tres sistemas de participación:

1. Sistema de Ideas y Sugerencias (SIS), enfocado en el personal operativo.
2. Equipos Kaizen.

3. Idea Concreta de Progreso (ICP), enfocado en personal administrativo.

Estos sistemas de participación tienen éxito gracias a las ideas y propuestas realizadas por nuestros colaboradores; de esta manera, apoyamos y acompañamos el compromiso de mejoramiento continuo que se realiza en todos

los niveles de la Compañía. Las mejores ideas gestadas en el año se envían a Casa Matriz donde compiten junto con las mejores ideas de otras plantas en el mundo. Como resultado, se genera un balance de ahorros vs inversiones de 30 a 1, mostrando el buen desempeño e impacto de estos sistemas en los indicadores económicos de la Compañía.

SISTEMAS DE PARTICIPACIÓN INTERNOS



KAIZEN:

Esta metodología, en un ejercicio sostenido durante 19 años consecutivos, ha permitido a la Compañía realizar importantes ahorros y el desarrollo de diferentes acciones de mejoramiento de alto nivel y posicionarse como referente tanto en la industria, como en el Grupo Renault, en actividades de mejoramiento

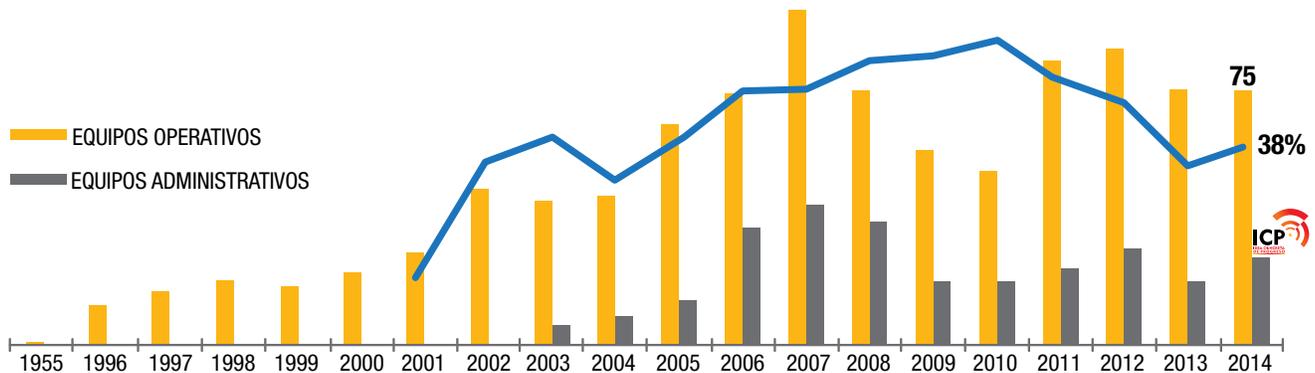
continuo y participación del personal. El balance de la actividad Kaizen en el 2014, fue el siguiente:

- Se creó el esquema "Novatos" que consiste en un acompañamiento y formación más especializado a los equipos con participantes nuevos en la actividad. El mejor de los

"Novatos" se presenta en la Convención.

- Participaron 428 colaboradores en la actividad.
- Una convención con el eslogan "Mejoramiento continuo, Transformación creativa", en la cual se integraron los reconocimientos con los del Sistema de Ideas y Sugerencias.

NIVEL	EQUIPOS	AHOROS (MCOP)
Operativos	75	2.000





SISTEMA DE IDEAS Y SUGERENCIAS (SIS)

El sistema SIS está enfocado a promover la generación de pequeñas ideas de fácil implementación en el personal operativo (mano de obra especializada y técnica -MET-). De esta forma, se combina la capacidad creativa con la innovación y el avance tecnológico de los procesos, para ayudar al logro de las metas y el mejoramiento de los resultados.

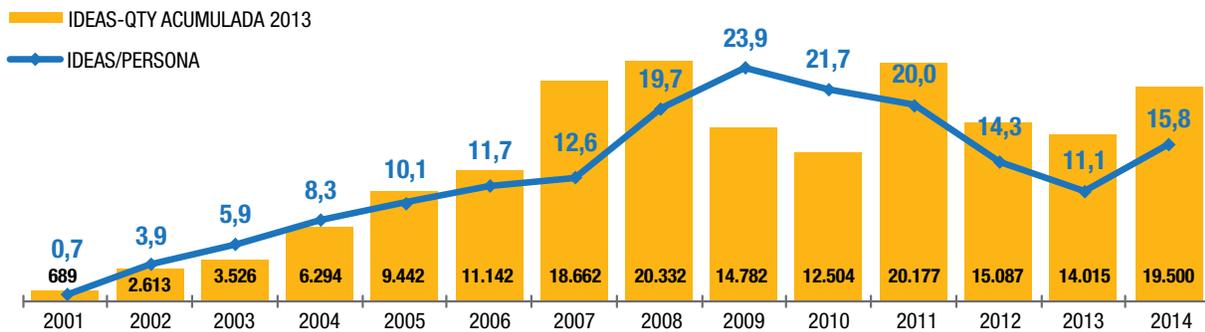
El reconocimiento de los SIS es el siguiente:

- Todas las ideas recibieron un reconocimiento, ya sea por su implementación o en proporción a los ahorros generados.

- La mejor idea de cada mes fue publicada en los medios de comunicación internos.
- Se premió a las personas que más ideas generaron en el año.
- Fueron reconocidos los embajadores SIS, quienes fueron altos generadores de ideas y que promovieron el sistema en cada una de las UET de la planta.
- Se realizaron campañas para motivar la presentación de ideas, que arrojaron como resultado: 19.500 ideas, con un promedio de 15.8 ideas por persona.
- A través de este Sistema, la Compañía obtuvo ahorros del orden de 3.900 millones de pesos.



SIS-EVOLUCIÓN ANUAL





IDEA CONCRETA DE PROGRESO (ICP)

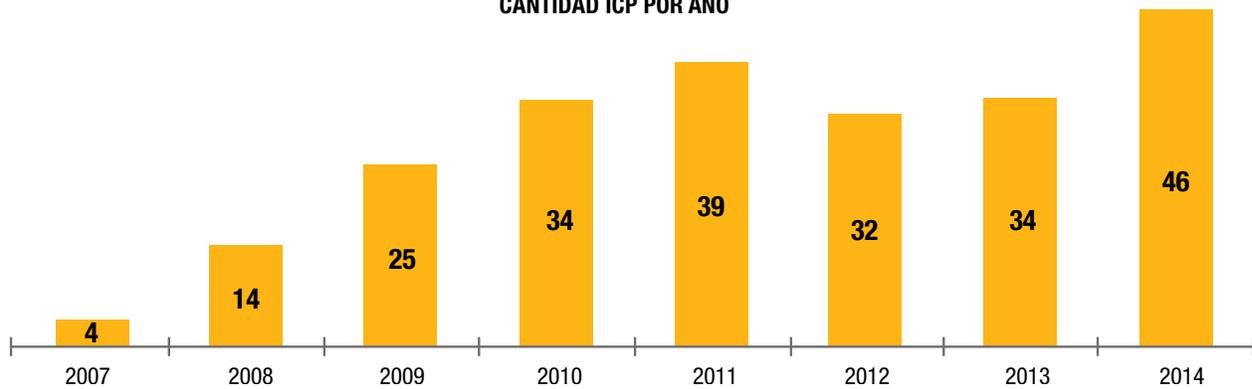
Dentro del mismo esquema de participación y mejoramiento, este es un programa dirigido al personal administrativo de la Compañía.

En 2014 la actividad Kaizen Administrativa y la ICP se fusionaron en un solo sistema, el cual conserva el nombre de ICP e igualmente conserva el esquema y el histórico de convenciones. Fue así como se llevó a cabo la XII Convención ICP con el eslogan: Ideas que evolucionan.

- En 2014 hubo un incremento de 35% de ideas, pasamos de 34 a 46 ideas.
- Se simplificó el proceso de postulación, dando flexibilidad en la cantidad de integrantes de los equipos y permitiendo la evaluación de jurados en diferentes momentos del año.
- Logramos ahorros por 14.000 millones de pesos (TdC-G&A).



CANTIDAD ICP POR AÑO



SISTEMAS DE PARTICIPACIÓN EXTERNOS

OPEN-HOUSE

Gracias al programa de Open-House, 10 empresas de diversos sectores del país aprendieron sobre la metodología de los Sistemas de Participación para ser implementados en las mismas. Esto se logró mediante charlas y visitas a la planta.

Visitas de universidades

Durante 2014 se llevaron a cabo 54 visitas de diversas universidades y entidades educativas de todo el país.

PROGRAMAS DE BIENESTAR: BENEFICIOS

COLABORADORES

PRÉSTAMO PARA VIVIENDA
\$1'335.000.000


53 **BENEFICIADOS TRABAJADORES**
Para compra, construcción, mejoras y deshipoteca.

TRANSPORTE DE EMPLEADOS
\$1'555.000.000
EN BUSES, TAXIS Y RECARGAS TARJETAS METRO



PRÉSTAMOS PARA VEHÍCULO
\$590.000.000


46 COLABORADORES BENEFICIADOS

ALIMENTACIÓN
\$1'800.000.000
18.736 SERVICIOS



DEPORTES
\$160.000.000
EN SEMILLEROS TORNEOS E INSTALACIONES.



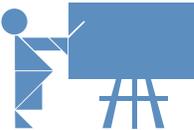
FAMILIA

PROGRAMA DE JÓVENES Y CAMPAMENTO DE LÍDERES
\$11.000.000

33 JÓVENES
27 NIÑOS Y NIÑAS


Formación complementaria para hijos de colaboradores en liderazgo y proyección social.

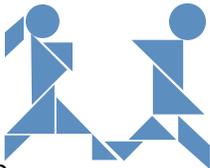
SEMILLERO DE INGLÉS
\$24.000.000
33 NIÑOS Y NIÑAS


Capacitados en lengua extranjera a través de la Universidad de Antioquia.

CAMPAMENTO DE LÍDERES EN EL EXTRANJERO
1 JOVEN BENEFICIADO
\$15.000.000
INVERTIDOS



ENCUENTROS DE PAREJA
\$6.500.000
15 PAREJAS BENEFICIADAS



PROGRAMAS EDUCATIVOS PARA ESPOSAS DE LOS EMPLEADOS
\$3.000.000 INVERTIDOS
196 ESPOSAS


Capacitadas en creación de empresa o ideas de negocio, talleres de baile, arreglos navideños y cursos de cocina.

PENSIONES



\$115.328.682
PAGO DE 8 TRABAJADORES
PENSIONADOS

\$244.474.242
AUXILIOS DE PENSIÓN A
DOS TRABAJADORES

Aportes del 12% de la Empresa y el 4% de los trabajadores.

LICENCIAS DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD



CELEBRACIONES

FIESTA DE NAVIDAD

\$220.000.000

INVERTIDOS

5.000

PERSONAS
INVITADAS



PROGRAMAS PARA JUBILADOS

\$9.000.000

INVERTIDOS

60

PERSONAS BENEFICIADAS

Entre colaboradores
y sus familias.



HALLOWEEN

\$8.500.000

1.100

NIÑOS Y NIÑAS

Recibieron regalos

240 NIÑOS Y NIÑAS



TALLERES OCUPACIONALES

\$12.000.000 INVERTIDOS

200

TRABAJADORES

En talleres
desarrollados por
Comfama, el SENA y
Sushi Light; en
coctelería, artesanías
en madera, baile y
cocina *gourmet*.



VACACIONES RECREATIVAS

\$7.200.000 INVERTIDOS

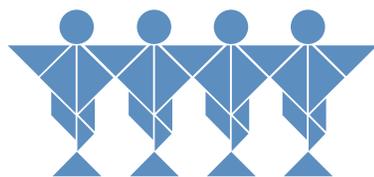
215 NIÑOS Y NIÑAS
BENEFICIADOS



QUINQUENIOS

\$69.450.000 INVERTIDOS

181 HOMENAJEADOS



SALIDAS DE INTEGRACIÓN

12 SALIDAS

\$45.000.000 INVERTIDOS

1.600 COLABORADORES BENEFICIADOS

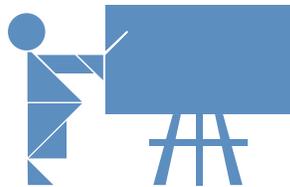
CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN

EDUCACIÓN

Con una inversión superior a los mil millones de pesos, RENAULT-Sofasa continuó apoyando la educación formal del personal, como aspecto esencial para el desarrollo de las personas y el mejoramiento de la calidad de vida.

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

\$563.000.000



- Idiomas.
- Formaciones funcionales en cada área de la Compañía.
- Formaciones transversales:
 - *Coaching* para Responsables de Unidad.
 - Escuela de Management.
 - *Trainee*.
 - Desarrollo de potenciales.
 - Talent@Renault.
 - Formaciones Product Week.



IDIOMAS

87 TRABAJADORES

En inglés o francés.



E-LEARNING

- Salón e-lab (cursos técnicos para personal operativo y administrativo).
- Plataforma Campus de Renault donde se pueden encontrar cursos de todos los perímetros de la Compañía.

949 HORAS DE FORMACIÓN

FORMACIÓN EMPRESARIAL

\$3.998.800

16 TRABAJADORES Y **2** ESPOSAS

Programa de formación secundario con el Colegio Ferrini, con una intensidad de cinco horas semanales durante dos semestres.



ESCUELAS DE FORMACIÓN

En las áreas de Calidad, Ingeniería, Financiera, Fabricación, Logística y Recursos Humanos.

9.083 HORAS DE FORMACIÓN



CALIFICACIÓN DE PUESTOS CLAVE

En el año 2014 se calificaron 647 personas vinculadas con puestos definidos claves o críticos por el Sistema de Calidad. El criterio de selección está dado por el impacto directo en la calidad del producto y en su impacto en aspectos de seguridad del vehículo.

En la tabla a continuación se describe la cantidad de personas calificadas en cada puesto con actividad crítica:

PUESTO	NO. PERSONAS
Soldador Montador 1	265
Seguridad y Reglamentación	194
Inspectores de Calidad	61
Pintores	39
Latoneros	17
Soldador Montador 2	30
Marcación Cabinas	15
Monitores de Torques	3
Acotadores	3
Retocadores de Pintura	20



EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Esta evaluación es aplicada para el total de los colaboradores de manera diferenciada de acuerdo con las áreas. Así, para los colaboradores administrativos se realiza una entrevista de objetivos con el fin de definir cuantitativamente los objetivos del año; estos objetivos son evaluados y con base en los logros y el presupuesto destinado para ello

se establecen bonificaciones por desempeño. Además de esto, se evalúan variables como calidad, accidentalidad, sistemas de participación (SIS y Kaizen), puntualidad, presentación, ausentismo, polivalencia, compromiso, habilidades en el puesto. El 100% de los empleados tienen evaluación de desempeño.



SALUD Y SEGURIDAD

COMITÉS

COMITÉ PARITARIO DE SALUD Y SEGURIDAD (COPASO)

El propósito es promocionar la salud ocupacional en todos los niveles de la Empresa, promulgar y sustentar prácticas saludables, motivar a los trabajadores en adquisición de hábitos seguros y trabajar mancomunadamente con las directivas y el responsable de salud ocupacional para lograr los objetivos y metas propuestas.

Es un organismo de promoción, divulgación y vigilancia del cumplimiento de las normas y reglamentos de salud ocupacional. Pertenecen a él 16 empleados cuyo porcentaje de representación es 1,1%.

COMITÉ DE CONVIVENCIA

El objetivo es recibir y dar trámite a las quejas presentadas por situaciones de acoso laboral

y establecer un plan de mejora concertada entre las partes, convirtiéndose en una instancia dentro de la Empresa para abordar de manera imparcial las posibles situaciones de acoso. En él participan cuatro directivos y cuatro empleados; el nivel de porcentaje de trabajadores representados es de 0,3%.

CONDICIONES DE TRABAJO

Frente a la seguridad de los trabajadores y el entorno de trabajo y con un fuerte aliado como fue la ARL SURA, se implementó en el año 2014 un plan de ruptura de la accidentalidad basado en tres factores claves:

- **Tecnológico:** dentro del factor tecnológico se trabajó especialmente en la confiabilidad de equipos, logrando realizar 116 acciones de seguridad y tener 100 puestos de trabajo fiables.

- **Organizacional:** sobre el factor organizacional se continuó con el despliegue de la estrategia del Autocuidado y estandarización en todas las UET de la fábrica; de igual manera se corrigieron riesgos en planta con la eliminación de los mismos a través de la ejecución de 292 etiquetas verdes, elaboradas por los operarios.

- **Humano:** con la Campaña “Dile sí al cuidado” y la estrategia “Yo te cuido. Tú te cuidas. Juntos nos cuidamos” se trabajaron los aspectos humanos, con la formación del 100% del personal de la fábrica por parte de especialistas en riesgos de la ARL SURA. La vinculación de una comunicación visual en donde la familia hiciera parte de la misma fue elemento decisivo en la toma de conciencia para la disminución de accidentes.



SOFASA

DRIVE THE CHANGE



SOFASA

DRIVE THE CHANGE

TASA DE ACCIDENTALIDAD

Durante el año 2014 se presentaron ocho accidentes de trabajo, lo que representó 2.16 en el indicador F1 (número de accidentes

por un millón de horas trabajadas) frente a un objetivo de 2.5, mejorando con relación al indicador de 2013 y el indicador de la severidad

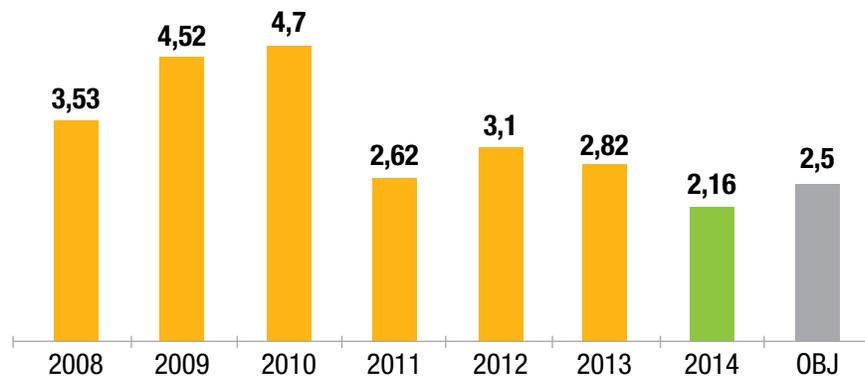
G (número de días perdidos por 1.000 horas trabajadas) de 0,09 aumentó frente a un objetivo de 0,03.

INDICADORES DE ACCIDENTALIDAD

 TRABAJADORAS			 TRABAJADORES		 CONTRATISTAS
2013	2014		2014	2013	2014
0	0	 VÍCTIMAS MORTALES	0	0	0
0,001	0	 ENFERMEDADES	0	0,001	0,01
0,0426	0	 ÍNDICE DE LESIONES	0,002	0,004	0,04
0,17	0,01	 ÍNDICE DE DÍAS PERDIDOS	0,08	0,01	0,27
0,21	0,01	 ÍNDICE DE AUSENTISMO*	0,01	1,31	0,64

*Datos no discriminados por género

INDICADOR F1 2014



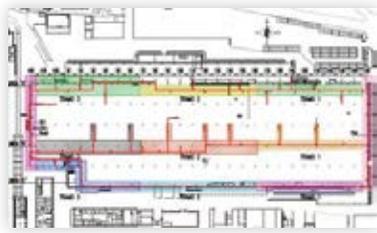
Fuimos recertificados por el ICONTEC en materia de gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo bajo la Norma OHSAS 18001, gracias

a la coherencia de las políticas de la Dirección con los planes de acción desarrollados conjuntamente por la fábrica y el área de

Condiciones de Trabajo, logro que nos motiva a continuar con el trabajo para la gestión de la Salud y la Seguridad de la comunidad Renault.

RED CONTRA INCENDIO

Con una inversión cercana a los 1.500 millones de pesos, se adelantó la tercera fase de la red contra incendio, logrando culminar el anillo interno y los gabinetes, e iniciar el montaje de rociadores (*sprinkles*) en las cabinas de Esmalte y *Surfacer* en el área de Pintura. Con esta fase de la red se espera mejorar la calificación en la auditoría de Riesgo Altamente Protegido (RHP), que para el año 2014 incrementó su calificación de 81/120 a 86/120 puntos.



Red contraincendio

SALUD

En salud, tuvimos un cambio muy positivo, gracias a un detallado plan de trabajo con el corredor Willis en el servicio de salud, un equipo compuesto por médicos, enfermeras y asesores que pasó a ser 100% en *outsourcing*, garantizando una mejor cobertura en salud, el cumplimiento de los planes de promoción y prevención, el cumplimiento de los programas de salud y el cumplimiento de los requisitos legales que en esta materia están definidos.

El indicador de ausentismo de 1,28% presentó el mismo comportamiento de 2013,

mantiéndose dentro de los rangos bajos de la industria colombiana, los traumas y las enfermedades osteomusculares fueron las principales causas del ausentismo.

Para disminuir las ausencias por estas causas, el área de CdT y la fábrica implementaron programas como "Escuela de motos" de la ARL SURA, que consta de un curso de seguridad vial con tres módulos evaluables y certificables para el personal que se moviliza en moto. En el programa participaron un total de 345 trabajadores.



Escuela de motos

Y trabajamos también el Centro de Preparación Física, actividad que busca lograr el fortalecimiento y aumentar la fuerza de los segmentos corporales como tronco, miembros superiores e inferiores de los trabajadores, con el fin de disminuir la aparición de enfermedades laborales y mejorar las condiciones físicas de los trabajadores.

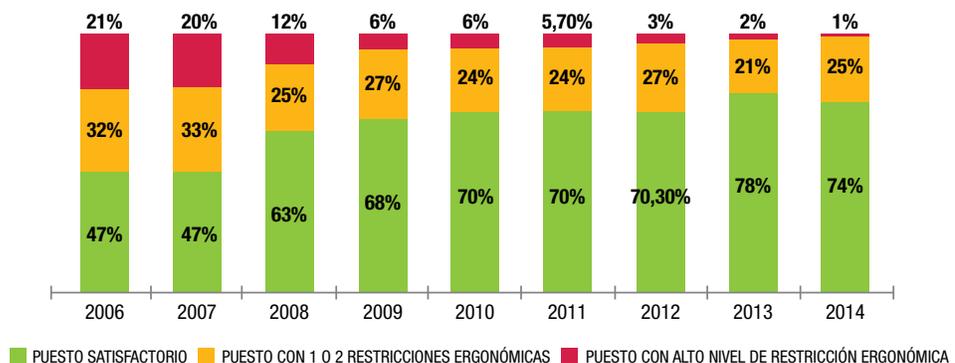
Durante el 2014 se ejecutó el programa con la participación de 104 personas, representando las diferentes áreas de producción, de las cuales 26 personas fueron personal nuevo. Otra de las actividades realizadas entre

Condiciones de Trabajo y la fábrica es la mejora continua de los puestos críticos en ergonomía, con planes de intervención fuertes para la reducción de puestos rojos y amarillos según la ficha simplificada de seguridad y ergonomía, generando puestos más confortables y seguros. La evolución de la mejora se puede apreciar en la siguiente gráfica:



Centro de Preparación Física

EVOLUCIÓN ERGONOMICA DE PUESTOS DE TRABAJO



GESTIÓN DE CONTRATISTAS

La gestión con contratistas es un punto en progreso que ha empezado a mostrar resultados positivos en los indicadores de accidentalidad, pasando de un F1: 74 en el 2013 a F1:51 en el 2014. Algunas de las acciones realizadas fueron:

- Cobertura de las evaluaciones de desempeño a los proveedores llegando en el 2014 al 100%.
- Reuniones mensuales donde se retroalimentó sobre los resultados de la evaluación de desempeño y se acordó la generación de planes de trabajo. Se realizaron ocho reuniones con los responsables.



SEMANA DE LA SALUD, LA SEGURIDAD Y EL MEDIO AMBIENTE

En RENAULT-Sofasa se realizaron actividades preventivas y de promoción sobre Seguridad y Autocuidado, la detección de enfermedades de origen común a tiempo y la práctica de hábitos saludables; además, se realizaron actividades encaminadas a la preservación del medio ambiente.

Las actividades de promoción y prevención estuvieron encaminadas a la disminución

del riesgo cardiovascular y fueron realizadas para todos los colaboradores (personal de RENAULT-Sofasa y contratistas). Se realizaron exámenes como:

- Exámenes de laboratorio (perfil lipídico y glicemia).
- Encuesta de riesgo cardiovascular y riesgo de diabetes.

- Hemoglobina en mujeres.
- Antígeno de próstata.
- Citologías.
- Examen médico de próstata, etc.

Con la realización de este evento se pudieron detectar problemas de salud a tiempo en algunos trabajadores, lo que ha permitido una pronta intervención de la enfermedad.



Desempeño **SOCIAL**

NUESTROS CLIENTES



#1

FUIMOS LA **ÚNICA ENSAMBLADORA COLOMBIANA EN MARCAR UN CRECIMIENTO EN SU PARTICIPACIÓN DE MERCADO**



#2

OCUPAMOS EL **SEGUNDO LUGAR** ENTRE LAS MARCAS QUE AUMENTARON SU PARTICIPACIÓN DE MERCADO

MATRICULAMOS

50.362

UNIDADES Y LOGRAMOS UNA PARTICIPACIÓN DEL



16,6%

 EN EL MERCADO VP + VU

REALIZAMOS **VENTAS DE PIEZAS Y ACCESORIOS** POR VALOR DE



136.622

MILLONES DE PESOS

NUESTRA CALIDAD EN EL SERVICIO DEMOSTRÓ

UN INCREMENTO DE 4 PUNTOS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN VENTA DE VEHÍCULOS NUEVOS



UN INCREMENTO DE 6.4 PUNTOS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO POSVENTA

2013 **90.2%**
2014 **94,2%**

2013 **86.7%**
2014 **93,1%**

CONTRIBUIMOS AL SOPORTE DE LA OPERACIÓN A TRAVÉS DE LA ASISTENCIA TÉCNICA A LA RED.



TRAMITAMOS

11.698

SOLICITUDES DE ASISTENCIA EN UN TIEMPO DE RESPUESTA PROMEDIO DE **89%** EN MENOS DE **4 HORAS.**





Desempeño

SOCIAL

NUESTROS CLIENTES

Trabajamos de la mano de nuestros clientes en la construcción de mejores productos para ellos; por esta razón, escuchamos sus sugerencias e inquietudes, con el fin de que nuestra respuesta se adapte a sus necesidades.

Promovemos la seguridad mediante la calidad de los productos que entregamos, realizamos las

pruebas necesarias y acompañamos a nuestros clientes brindando estrategias que extiendan la vida del vehículo. Así pues, nuestra gestión va más allá de la Compañía; se expande por el país generando movilidad y satisfacción.

LA MARCA

Durante el año 2014, ocupamos el segundo lugar

entre las marcas que aumentaron su participación de mercado frente a 2013 y, por tercer año consecutivo, fuimos la única ensambladora colombiana en marcar un crecimiento de participación, logrando un incremento de +0,5 pts. respecto a 2013.

**UNIDADES
MATRICULADAS**

50.362

PARTICIPACIÓN

16,6%

EN EL MERCADO

VP + VU

(Vehículos particulares + Vehículos utilitarios)



POSICIÓN

PODIO DE VENTAS EN COLOMBIA POR MODELO

2°		RENAULT SANDERO + RENAULT STEPWAY	16.642
3°		RENAULT DUSTER	12.629
5°		RENAULT LOGAN	11.253
11°		RENAULT CLIO	5.585

PROMESA AL CLIENTE

En RENAULT-Sofasa establecimos, para estar en sintonía con el cliente, una promesa que se hace efectiva a través de la red de concesionarios, la cual contiene los siguientes pilares:

- Responder a sus solicitudes de información por Internet en menos de 12 horas laborales.
- Ofrecer una prueba de manejo de un vehículo de nuestra flota de demostración, de forma inmediata o previa cita, en menos de dos días hábiles.
- Informar del seguimiento del pedido de su vehículo nuevo hasta el momento de la entrega.
- Ofrecer precios de mantenimiento competitivos.
- Entregar su vehículo en el taller a la hora y en el precio acordado.
- Asumir el valor de los trabajos realizados sin la autorización del cliente.
- Garantizar por 12 meses toda intervención

realizada en nuestros puntos de servicio (repuestos y mano de obra incluidos).

- Ofrecer beneficios por su fidelidad a los miembros de My Renault.

MY RENAULT
BY COMUNIDAD RENAULT

VENTA DE VEHÍCULOS NUEVOS

En el 2014 el mercado VP+VU¹ marcó un crecimiento de 9,8% frente a 2013; a su vez, RENAULT-Sofasa, mostró un aumento en sus matrículas de +14%, cerrando el año 2014 con 50.362 unidades y consolidándose como la segunda marca del mercado colombiano con 16,6% de participación, el valor más alto logrado en los últimos años.

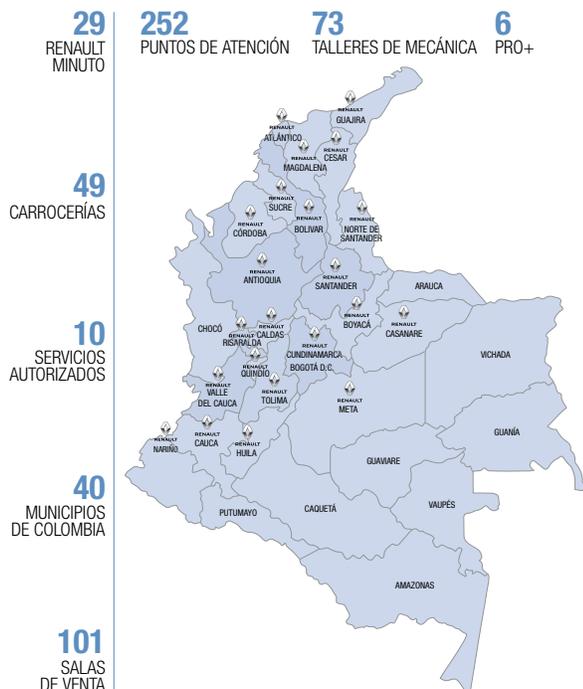
En cuanto al Salón del Automóvil realizado en el segundo semestre de este mismo año, se generó un impacto positivo en los resultados de la Organización, que logró el primer lugar en ventas, permitiendo un aumento en la participación y un nivel de matrículas superior a los objetivos trazados.

Dentro de nuestras acciones significativas en 2014 estuvo la creación de planes promocionales, series especiales y servicios comerciales, que permitieron mejorar las unidades de negocio de RENAULT-Sofasa y ofrecer al cliente un beneficio 360° al adquirir su vehículo nuevo, como por ejemplo las Series Limitadas "Outdoor", Clio Hard Rock Café, "45 Anniversaire", Media Nav y Koleos Sport Way, junto con los planes "Estrena dos veces" y "Plan 36 todo incluido".

DESARROLLO RED

En el 2014 la red de concesionarios Renault en el país se consolidó financieramente, con un resultado RAI (Rentabilidad Antes de

Impuestos) superior al 2,5% en promedio. Ningún concesionario cerró el 2014 con rentabilidades inferiores al 0,5%.



COBERTURA TERRITORIAL: AUMENTO DEL
87% AL 93%

21 NUEVOS PUNTOS DE SERVICIO

7 SALAS DE VENTA
MADRID, SABANETA Y CALI.

6 NUEVOS LUGARES DE OPERACIÓN
IPIALES, MADRID, SABANETA, APARTADÓ, SOACHA Y YUMBO.

2 NUEVOS PUNTOS PRO+
LA ESTRELLA Y BOGOTÁ.

3 NUEVOS TALLERES RENAULT CARROCERÍA
YOPAL Y RIOACHA.

1 NUEVO TALLER
BOGOTÁ.

3 NUEVOS RENAULT MINUTO
MADRID, SABANETA Y CALI.

6 CONCESIONARIOS



79 NUEVOS EMPLEOS DIRECTOS
EN NUESTRA RED DE SERVICIO

¹ Vehículos Particulares+Vehículos Utilitarios

VENTA DE PIEZAS Y ACCESORIOS

En el 2014 realizamos ventas de piezas y accesorios por valor de 136.622 millones de pesos, logrando una contribución comercial consolidada de 53.839 millones de pesos, en línea con el presupuesto, lo que representó un 11,9% más que el año 2013. A través de

nuestra red de servicio atendemos un parque rodante de 333.334 vehículos de menos de 10 años de antigüedad. Nuestras ventas de piezas y accesorios promedio por vehículo en todo el año ascendieron a \$409.865 CMP (Consumo Promedio/Vehículo).

Las ventas externas marcaron una dinámica muy interesante contando con un total del 30% de la cifra de negocios y una red de 1.050 clientes profesionales (R3) a nivel nacional.

PLAN SATISFACCIÓN CLIENTE 2014-2016

Atraer y satisfacer clientes



ESTRATEGIA DE CALIDAD

Renault basa su estrategia para atraer y satisfacer los clientes en el Plan de Satisfacción Cliente (PSC), cuyos cuatro ejes principales son los siguientes:

- **CALIDAD PERCIBIDA**
- **DURABILIDAD**
Ambos ejes mejoran el atractivo sobre el producto y aseguran un buen envejecimiento del mismo.
- **SERVICIO**
Asegurar la mejor entrega del producto nuevo y el mejor servicio como experiencia en la posventa.
- **REACTIVIDAD**
Acelerar las soluciones de planta y posventa para aquellos casos que afectan la satisfacción del cliente.

Estos cuatro ejes permiten estar en línea con las expectativas del cliente, con el fin de dar garantía en nuestros productos, evitar la mayor cantidad de daños y acelerar las soluciones necesarias; así pues, queremos ver reflejada esta preocupación en el indicador *Overall Opinion* (OaO), herramienta que mide la intención de compra de nuestros clientes en los próximos tres años.

La Dirección de Calidad tiene definidos los siguientes procesos al interior de la Organización con el fin de asegurar el despliegue de acciones que garanticen la correcta aplicación del PSC, de tal manera que esta se materialice en la gestión.

CALIDAD DEL SERVICIO

La calidad del servicio es un indicador clave (KPI) de la Dirección General de la Organización y por lo tanto, de la Dirección Comercial. Este indicador forma parte de la estrategia Renault 2016 - Drive the Change, la cual reposa sobre la ambición de Renault: la movilidad sostenible al alcance de todos. Una ambición expresada a través de la firma de marca «Drive the change» y con dos objetivos:

1. Asegurar el crecimiento del Grupo.
2. Generar *Free Cash Flow* Operacional.

En cuanto a los resultados de calidad del servicio en 2014, en el servicio de venta de vehículos nuevos (RECO QVN) se logró un incremento de cuatro puntos, pasando de 90,2% a 93,4% en los últimos 12 meses, contra un objetivo de 91,5%. Por su parte, en el servicio posventa (RECO QSA), se logró un incremento de 6,4 puntos en la calidad del servicio, pasando de 86,7% a 93,1% en los últimos 12 meses, contra un objetivo de 87%, siendo el mayor incremento logrado en los últimos cinco años.

Estos resultados se lograron mediante la implementación de planes específicos de mejoramiento enfocados principalmente en la reducción de la dispersión, a través del acompañamiento de los puntos de servicio con menor desempeño y contando con el compromiso total del capital humano de la Organización.

CALIDAD PROVEEDORES

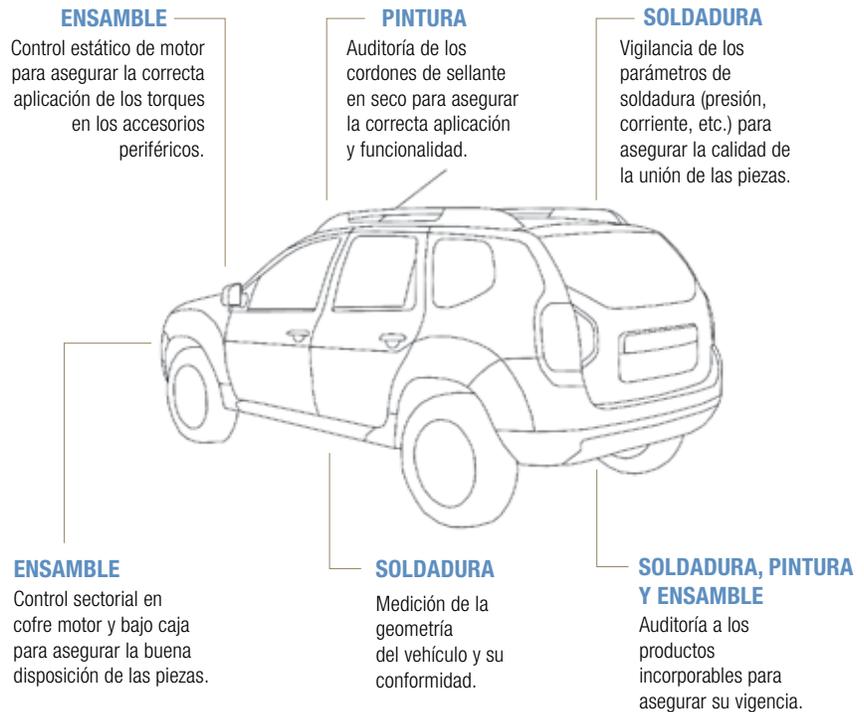
Los proveedores son los responsables de asegurar la calidad entrante de las piezas; es decir, aquellas de origen externo (CKD importadas) y de origen interno. Los procesos principales de calidad proveedores son:

1. Participar en los proyectos de desarrollo de las piezas de origen externo e interno, apoyados en el referencial ANPQP (*Alliance New Product Quality Process*).
2. Tratar los problemas de la vida serie y garantizar el nivel de calidad entrante a través del tratamiento de no conformes y acciones correctivas.
3. Pilotar las diferentes actividades y progreso continuo relacionadas con los proveedores. A través del monitoreo de los indicadores se puede definir el nivel de intervención de los proveedores de manera preventiva y correctiva.
4. Desarrollo de proveedores a través de formación en herramientas de calidad y productividad y del seguimiento del nivel de sus sistemas de calidad.

CALIDAD FABRICACIÓN

La calidad se asegura a lo largo del proceso de fabricación del vehículo en cada uno de los talleres (Soldadura, Pintura y Ensamble), con estas actividades:

1. Inspección del 100 % del producto al final de cada taller para asegurar la conformidad del producto y su paso a la siguiente etapa.
2. Inspección del producto y variables de procesos por muestreo para asegurar la conformidad de las características del producto bajo la perspectiva de la conformidad de algunas variables especiales de proceso como:



El indicador que mide la calidad de la fabricación es el número de defectos por vehículo, medidos bajo el referencial de calidad de la Alianza Renault-Nissan llamado "AVES (*Alliance Vehicle Evaluation Standard*)" y se mide la siguiente manera:

- **V1+V2:** son defectos para los que el cliente demanda la reparación o que manifiesta su inconformismo en una encuesta realizada al cliente.
- **V1+V2+V3:** es la suma de los dos anteriores más aquellos defectos que el cliente ve pero que los tolera; que tienen una estrecha relación con la calidad percibida del vehículo y su medición inició en el 2013.

La evolución de estos indicadores marca una tendencia positiva en los últimos años y demuestra la conformidad de los procesos: fabricar bien desde la primera vez, además de guardar la coherencia con la calidad percibida por el cliente.

CALIDAD CLIENTE

Mide y gestiona el nivel de calidad percibido por los clientes desde la salida del vehículo de planta hasta su entrega, monitoreándolo inclusive durante el uso en el período de garantía, además de evaluar la experiencia en el servicio de venta y posventa.

Para monitorear el nivel de calidad con el producto y el servicio a lo largo del período de garantía tenemos los siguientes indicadores:

GMF. Garantía Mes Fabricación

Indicador de frecuencia de ocurrencia de los incidentes por cada 1.000 vehículos. Se mide a un mes de rodaje (1 MR), a tres meses de rodaje (3MR), a 12 meses de rodaje (12MR) y mide el nivel de reclamaciones realizadas por nuestros clientes durante el período de garantía

asociando el mes de fabricación y los meses de rodaje del vehículo.

Los indicadores más relevantes son 3 MR y 12 MR donde este último permite medir la durabilidad para estar en línea con el eje del plan PSC (Plan de Satisfacción Cliente).

Otro indicador que permite medir el nivel de satisfacción de los clientes es la **Quality Audit Service (QAS)**, que consiste en una encuesta telefónica que se construye a través del *feedback* que hacen los clientes de los incidentes por cada 1.000 vehículos en tres meses de uso; esta encuesta pregunta sobre los problemas ocurridos en manos del cliente ya sean de aspecto, mecánicos y desempeño, además de calificar el producto desde su diseño y prestaciones frente a las expectativas

del cliente. El resultado de la QAS posiciona a Renault Colombia con un excelente nivel frente a los resultados de la Región América (Brasil y Argentina).

Con el fin de evaluar la experiencia de los clientes en el proceso de compra de su vehículo y de la posventa, se tienen dos encuestas que miden el nivel de satisfacción durante estos dos procesos comerciales. La encuesta **Calidad Vehículo Nuevo (QVN)** que mide si los clientes recomiendan la marca y el producto y mide la tasa de recomendación por cada 100 clientes.

La encuesta **Calidad Servicio Taller (QSA)** que mide si los clientes recomiendan al concesionario dado según su experiencia en el paso por el taller y se mide también la tasa de recomendación por cada 100 clientes.

CALIDAD LOGÍSTICA

Un gran volumen de nuestros vehículos es exportado a México, América Central, El Caribe y América del Sur, a países como Ecuador, Perú y Chile. La calidad logística es la encargada de asegurar la conservación del producto a lo largo del vector logístico, teniendo en cuenta que el vehículo pasa por diversos eslabones logísticos como transporte terrestre y marítimo para llegar al cliente final. Se trata de evitar el deterioro para que el vehículo llegue con el mismo nivel de calidad con el que salió de la fábrica. Este proceso se gestiona basado en las buenas prácticas consignadas en el Manual de Instrucción de Calidad (MIQ) y su medición se hace con el indicador *Arrive Reel aux Affaires* (ARA), que mide el nivel de vehículos con defectos que pueden generar reclamación del cliente por cada 100 vehículos transportados. Además, se mide el costo de la operación.

Ambos indicadores marcan una tendencia de mejora en los últimos años y dan garantía de que las acciones puestas en marcha para conservar el producto, tanto en el corredor local (interior del país) como en el corredor *overseas* (exterior), son efectivas.

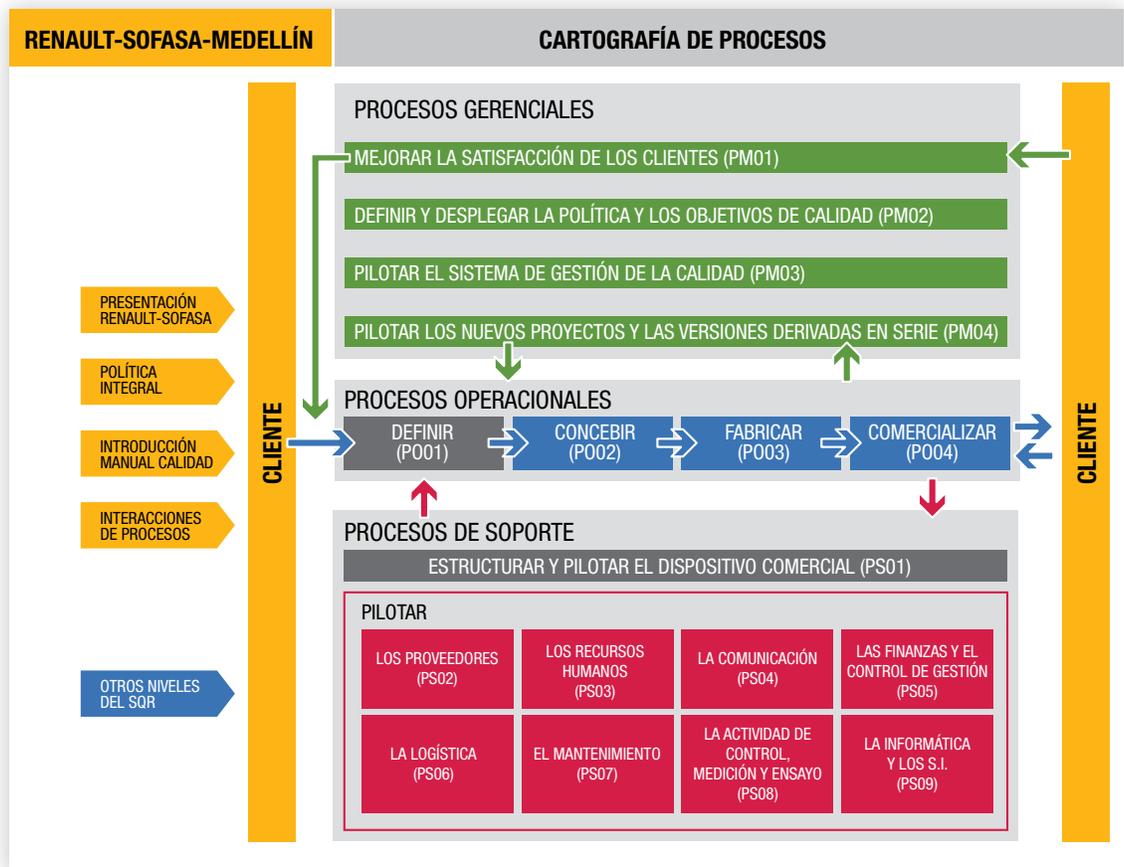
Además, la calidad logística trabaja sobre el perímetro de aprovisionamiento de piezas, almacenamiento y distribución, como apoyo a las actividades de la Supply Chain (Cadena de Abastecimiento).

CALIDAD PROYECTOS Y SISTEMA MANAGEMENT DE LA CALIDAD “SMQ”

Es el área encargada, en primer lugar, de animar el alcance y convergencia de los requisitos de calidad para garantizar el correcto paso de las

etapas posteriores en la realización de un proyecto, contribuyendo a lograr clientes satisfechos. Existen varias tipologías de proyectos que van desde la concepción de un vehículo nuevo para ser lanzado al mercado hasta las versiones derivadas y/o especiales que contemplen un grado de transformación menor. Esto se debe realizar bajo el referencial de Renault V3P *Value-up Product, Process, Program* y se mide con el indicador puntualidad en momentos de buen desempeño.

El sistema de calidad que tiene como objetivo un mejoramiento continuo del sistema en todos los procesos antes mencionados; esto se hace a través de la auditoría interna basada en la cartografía de procesos de RENAULT-Sofasa.



Para conectar todos los procesos anteriores de calidad con el cliente, desplegamos la “Promesa al cliente”, a fin de que estas directrices sean tangibles y permitan construir y mantener su confianza.

SERVICIO POSVENTA

El servicio posventa está marcado principalmente por el soporte que RENAULT-Sofasa brinda a nuestros clientes a través de su red de concesionarios. Este soporte está constituido por las siguientes actividades:

LOGÍSTICA DE PIEZAS Y ACCESORIOS

Para mantener la dinámica de las ventas de P&A, el Departamento de Logística de Piezas y Accesorios (P&A) alcanzó una tasa de servicio de 93,5% con un nivel de inventario de \$18.800 millones de pesos, representados en 25.000 referencias disponibles en el Almacén Central de Repuestos.

Se resalta el fuerte trabajo que se realizó en el 2014 con el fin de minimizar el número de vehículos inmovilizados en la red por repuestos, el cual logró bajarse de 60 casos semanales en el primer semestre a menos de 10 en el último cuatrimestre.

SERVICIO TÉCNICO

El Departamento de Servicio Técnico contribuyó en 2014 al soporte de la operación a través de la asistencia técnica a la red, tramitando un total de 11.698 solicitudes de asistencia (FIC) con un tiempo de respuesta promedio de 89% en menos de cuatro horas, superando el objetivo de 85%.

SERVICIO AL CLIENTE

El Departamento de Servicio al Cliente contribuyó a reducir el impacto de las insatisfacciones de los clientes, logrando bajar un 14% el tiempo promedio de respuesta a las reclamaciones de los clientes, pasando de siete días en 2013 a seis días en 2014.

De igual forma, en el 2014 se implementó y desplegó en la red, a nivel nacional, una novedosa herramienta Renault para el tratamiento de las reclamaciones de los clientes denominada *R-Force*, por la cual se están atendiendo la totalidad de las reclamaciones.

GARANTÍAS

El Departamento de Garantías logró un control del gasto de las garantías tramitadas por la red de concesionarios, llegando a un valor de costo de garantía por vehículo de \$75.853 pesos (36.1 euros), con un desempeño de la plataforma de garantías, que es la metodología con la que se miden todas las plataformas en los diferentes países, alcanzando un resultado de 99,5%, siendo el mejor de la Región América.

RENAULT ACADEMY COLOMBIA (RAC)

Uno de los ejes estratégicos para lograr la calidad de servicio, fue la formación del equipo humano de nuestra red de servicio, la cual recibió un total de 26.010 horas de formación por parte de Renault Academy; es decir, un 7% más que el año inmediatamente anterior, distribuidas en 22 planes de formación técnica, comercial y de servicio.

MANEJO DE BATERÍAS

Comprometidos con el medio ambiente y el desarrollo social, RENAULT-Sofasa y MAC-JCI aseguran la correcta disposición final de las baterías como materia prima en la fabricación de baterías nuevas.

Además, RENAULT-Sofasa asegura la correcta disposición del 100% de las piezas cambiadas en garantía en la red de concesionarios a través del convenio con la empresa de manejo de residuos Ecoeficiencia, de tal forma que mitigue el impacto ambiental en elementos como aceite, pastas de freno, llantas, y demás, a lo largo de la cadena de abastecimiento.

La reducción en el número de garantías de batería obedece a una mejora en el producto y al correcto diagnóstico en la red de servicios, sumado a la implementación de una logística reversiva de baterías que asegura la correcta disposición de las mismas.

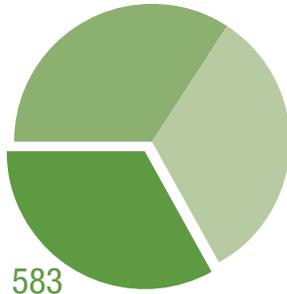
La reducción de las piezas en garantía obedece a las mejoras del producto y a planes de acción para evitar la reincidencia de los problemas.

26.010 HORAS
**DE FORMACIÓN POR
PARTE DE LA RAC A
LA RED**

Desempeño **AMBIENTAL**

OBTUVIMOS UN CONSUMO ENERGÉTICO DE

583
KWH/VEHICULO



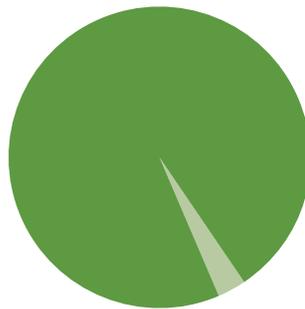
■ 2012 (33%) ■ 2013 (33%) ■ 2014 (34%)



DESARROLLAMOS PROYECTOS QUE PERMITIERAN LA **REDUCCIÓN DE LOS GASES EFECTO INVERNADERO** EN

17,8%

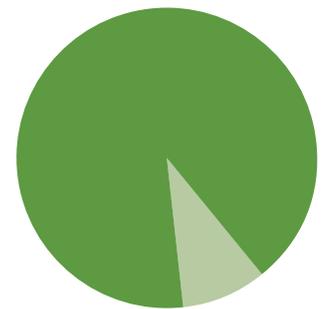
GENERAMOS
97%
DE RESIDUOS
NO PELIGROSOS.



■ RESIDUOS NO PELIGROSOS 97% ■ RESIDUOS PELIGROSOS 3%

HICIMOS UN
APROVECHAMIENTO DEL

9%
DE LOS
RESIDUOS
PELIGROSOS.



■ INCINERACIÓN 91% ■ APROVECHAMIENTO 9%



INVERTIMOS

1'031.400.000

EN **GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES**



TRANSPORTAMOS
20,1%
MENOS RESIDUOS
QUE EL AÑO ANTERIOR.

REDUJIMOS EN UN **20%**
LOS RESIDUOS PELIGROSOS.



LOGRAMOS LA
REDUCCIÓN DEL USO DEL RECURSO HÍDRICO EN UN

13%



Desempeño

AMBIENTAL

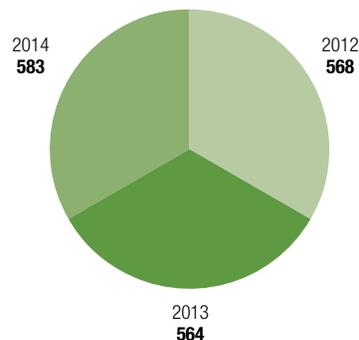
Entendemos que los recursos naturales son importantes para una buena calidad de vida; por esto, en RENAULT-Sofasa desarrollamos programas encaminados al cuidado y optimización de su uso, garantizando buenos procesos y un ambiente sano para nuestros trabajadores.

ENERGÍA

Diseñamos estrategias para optimizar el consumo energético en el desarrollo de nuestras operaciones. Implementamos planes y proyectos que nos permitieron reducir el consumo de energía en algunos de nuestros procesos.

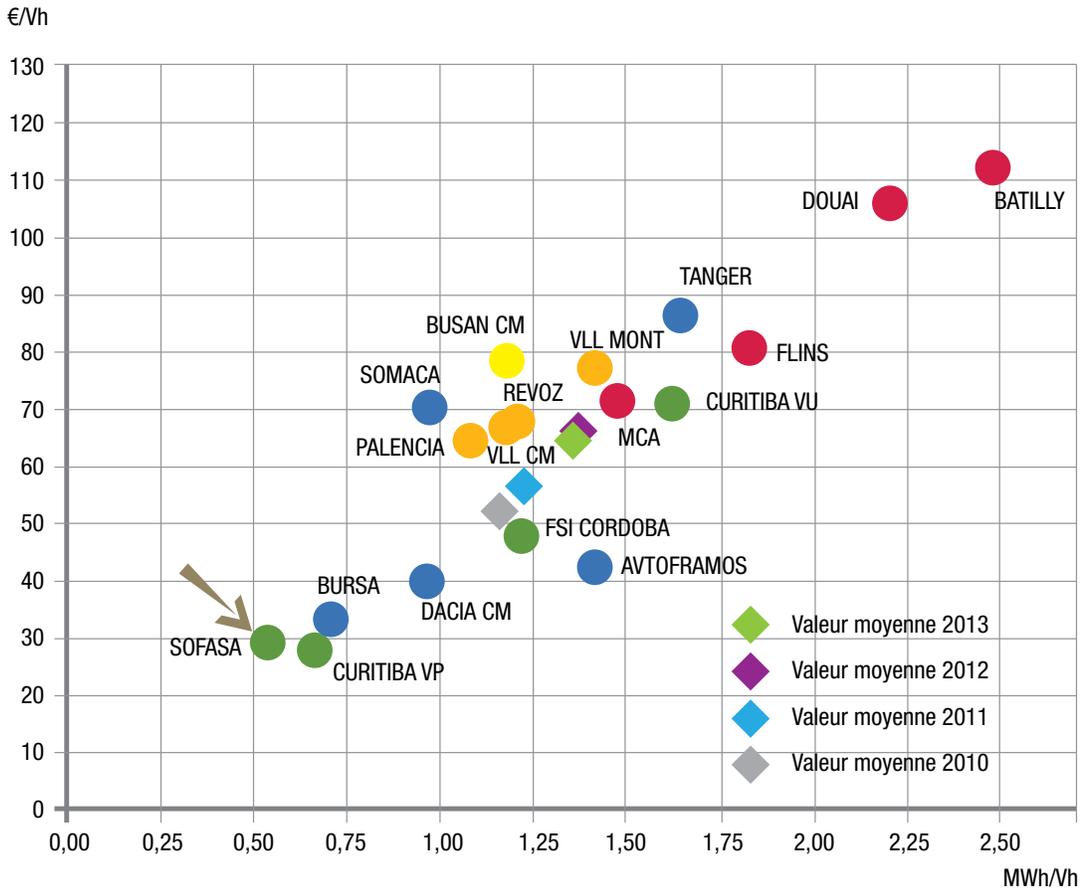
INICIATIVAS DE REDUCCIÓN ENERGÉTICAS	REDUCCIÓN LOGRADA EN KWH
Re-configuración de torres de enfriamiento de Soldadura.	289.798
Instalación de bombas eléctricas <i>Surfacer</i> y Esmaltes.	229.796
Instalación de agitación en bombas Piezas Plásticas y Esmaltes.	232.037
Instalación de variadores de velocidad en bombas centrífugas, fosas <i>Surfacer</i> y Esmaltes.	288.490
Disminución <i>SetPoint</i> en hornos de quemadores de gas.	377.465
TOTAL REDUCCIÓN LOGRADA	1.417.586

CONSUMO ENERGÉTICO (ELECTRICIDAD-GAS) Kwh/Vehículo



En 2014 hubo un aumento del 3% en comparación con el año anterior, a causa de nuevos procesos que se implementaron como la iluminación de la Bodega CKD, bombas de llenado de Ensamble, matrices de Soldadura y el proyecto X52.

Dentro del Grupo Renault, tenemos el primer lugar en eficiencia energética:



A través de indicadores energéticos, garantizamos un óptimo consumo de este insumo en nuestros procesos y minimizamos la ocurrencia de impactos negativos al medio ambiente. Para ello, diseñamos el plan de consumo de energía que se basa en cinco ejes estratégicos:

EJE 1: TALÓN DE ENERGÍA.

Minimizar los consumos de energía en horarios de no producción.

EJE 2: CABINA DE PINTURA.

Alcanzar los objetivos de temperatura y velocidad de aire de las cabinas de Pintura.

EJE 3: GESTIÓN FUNDAMENTAL.

Asegurar la aplicación de prácticas estándares de economía en los diferentes talleres.

EJE 4: CONTRATOS DE ENERGÍA.

Negociación de precios energéticos.

EJE 5: ENERGÍA RENOVABLE.

Promover iniciativas para el uso de energías alternativas como eólica, geotérmica, solar, etc.

EMISIONES

A través de la identificación las fuentes de emisiones, desarrollamos actividades con el fin de reducir y prevenir impactos graves al medio ambiente. Con la implementación de nuevas tecnologías, con políticas ambientales y con la colaboración de nuestros empleados, garantizamos mejor calidad del aire.

EMISIONES DIRECTAS E INDIRECTAS

En RENAULT-Sofasa contamos con un *software* ambiental, herramienta utilizada para calcular las emisiones de gases efecto invernadero que se generan en cada proceso de la Organización. También trabajamos con la guía del protocolo francés EPE (*Entreprises pour l'Environnement* - Empresas para el Medio Ambiente), el cual encamina a las organizaciones a tener un cálculo correcto de las emisiones.

Durante 2014, desarrollamos proyectos que permitieron la reducción de los gases efecto invernadero en 17,8% respecto al año anterior.

HUELLA DE CARBONO	2012	2013	2014
Instalaciones de combustibles.	3.959	4.397	4.069
Transporte.	117	93	56
Emisiones fugitivas.	2.164	2.243	2.110
TOTAL EMISIONES DIRECTAS	6.240	6.733	6.235
Emisiones gases efecto invernadero Indirectas Teq CO ₂ .	3.421	3.321	2.035
TOTAL EMISIONES EN tCO₂	9.482	10.054	8.260

RESIDUOS

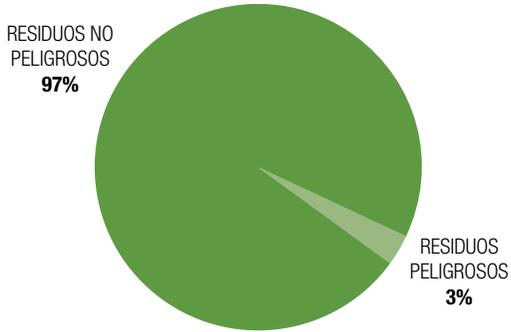
Contamos con un plan de manejo de residuos sólidos, el cual permite la adecuada separación, almacenamiento, tratamiento, disposición final y actividades de formación para los empleados, actuando siempre bajo los principios de reducción, reutilización y reciclaje.

Los residuos que generamos son gestionados por organizaciones especializadas, las cuales cumplen con los requisitos ambientales exigidos por la normatividad vigente. En 2014 recuperamos disolventes contaminados dentro de la Organización, por medio de un equipo

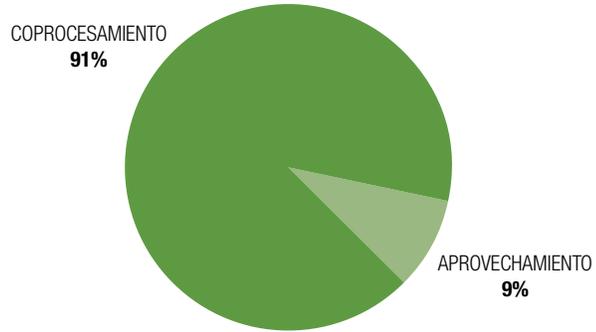
que permite su recuperación y su reintegro a la cadena productiva; la densificación de algunas partes de vehículos en el embalaje y la incorporación de medios retornables, contribuyeron a minimizar el uso de cartón, madera y plásticos.

GENERACIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS EN Kg				
RESIDUO	DISPOSICIÓN	2012	2013	2014
Baterías	Aprovechamiento posconsumo	1.816	1.480	430
Canecas	Aprovechamiento	9.900	5.050	19.980
Cera P3	Co-procesamiento	21.580	8.480	27.990
Aceites usados	Aprovechamiento	1.160	2.790	2.240
Disolvente	Aprovechamiento	15.580	7.785	-
Lámparas de neón	Aprovechamiento	1.480	930	950
Lodos de pintura	Co-procesamiento	105.540	168.810	153.270
Material impregnado	Co-procesamiento	117.740	117.560	44.910
Hospitalarios	Incineración	120	147	158
TOTAL		274.916	313.032	249.928

RESIDUOS GENERADOS 2014



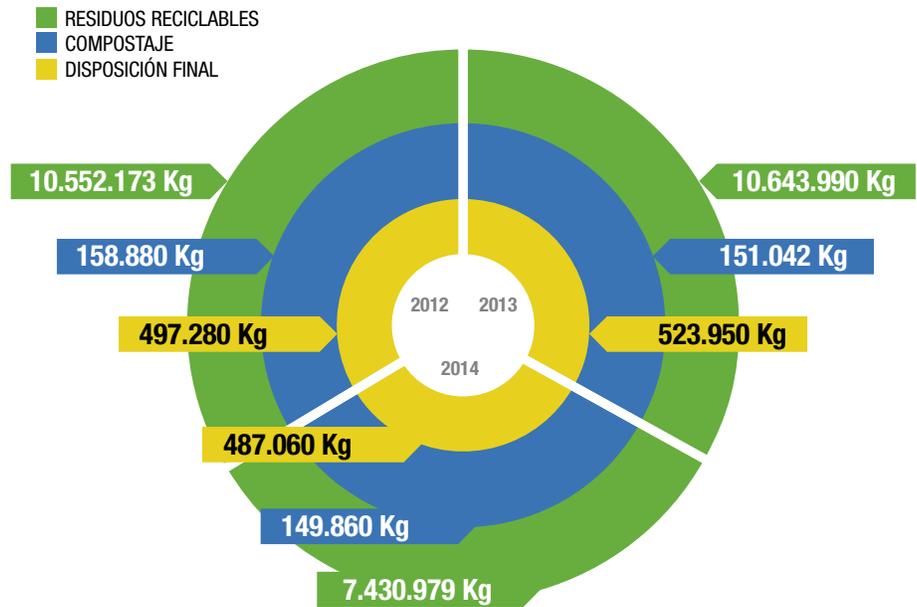
RESIDUOS PELIGROSOS 2014



En cuanto a los residuos peligrosos, disminuimos en un 20% respecto al año anterior y transportamos algunos residuos peligrosos hasta el lugar de disposición final.

Cada uno de los residuos recibe un tratamiento específico según sus características; para 2014, transportamos 20,1% menos que el año anterior.

GENERACIONES DE RESIDUOS NO PELIGROSOS



RESIDUOS PELIGROSOS TRANSPORTADOS DESDE RENAULT-SOFASA HASTA FUENTES/PROVEEDORES EXTERNOS 2013			
RESIDUOS	TRATAMIENTO	FUENTE/PROVEEDOR	PESO Kg
2013	Lodos, material impregnado, cera P3, hospitalarios.	Incineración/Co-procesamiento.	Tecniamsa ASEI Holcim 294.997
	Aceite/Disolvente.	Aprovechamiento.	Aprovechamientos químicos S.A.S. 7.460
	Baterías/Lámparas/Tambores.	Reciclaje. Posconsumo. Aprovechamiento.	MAC Improquim Biológicos y contaminados 10.575
TOTAL			313.032

RESIDUOS PELIGROSOS TRANSPORTADOS DESDE RENAULT-SOFASA HASTA FUENTES/PROVEEDORES EXTERNOS 2014			
RESIDUOS	TRATAMIENTO	FUENTE/PROVEEDOR	PESO Kg
2014	Lodos, material impregnado, cera P3, hospitalarios.	Incineración/Co-procesamiento.	Ecoeficiencia Holcim Tecniamsa Enviaseo 226.328
	Aceite/Disolvente.	Aprovechamiento.	Ecoeficiencia 2.240
	Baterías/Lámparas/Tambores.	Aprovechamiento.	MAC Biológicos y contaminados 21.360
TOTAL			249.928

RECURSO HÍDRICO

CAPTACIÓN DE AGUA

Continuamente diseñamos y desarrollamos proyectos encaminados a hacer un mejor uso de este recurso.

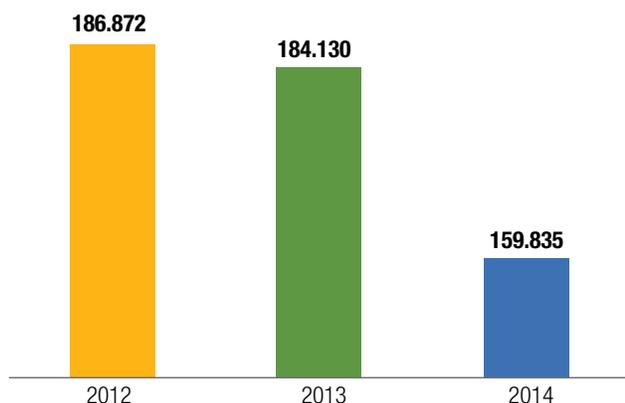
El agua que utilizamos proviene del acueducto local y se contabilizó por medio

de dos contadores principales. Igualmente, aprovechamos el agua lluvia para los procesos industriales.

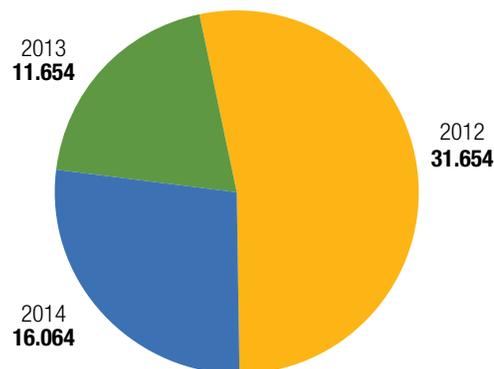
En 2014 logramos la reducción del uso del recurso hídrico en 13% en comparación con el

año anterior, gracias a proyectos y mejoras en el proceso productivo.

CAPTACIÓN DE AGUA M³/año



REUTILIZACIÓN AGUA DE RECHAZO DEL PROCESO DE ÓSMOSIS INVERSA



VERTIMIENTOS

En RENAULT-Sofasa contamos con una planta de tratamiento para las aguas donde se realiza un tratamiento físico-químico a los vertimientos generados en el proceso industrial. Posteriormente, es enviada hacia el colector de EPM para su tratamiento en la Planta San Fernando, garantizando un tratamiento biológico final y de total cumplimiento legal. Las aguas residuales domésticas son tratadas directamente por EPM. No vertimos directamente a cuerpos de agua.

VERTIMIENTOS PLANIFICADOS m ³ /año						
	2012		2013		2014	
TIPO DE AGUA	ARI	ARD	ARI	ARD	ARI	ARD
TRATAMIENTO	Físico, químico y biológico.			Físico-biológico.	Físico-químico.	Físico, químico y biológico.
DESTINO	Planta de tratamiento municipal					
VOLUMEN	98.204	17.647	95.375	14.239	80.709	13.717
TOTAL	115.851		109.614		94.426	

BIODIVERSIDAD

GASTOS E INVERSIÓN AMBIENTAL				
		2012	2013	2014
Costos de eliminación de residuos, tratamiento de emisiones y costos de remediación.	Tratamiento y eliminación de residuos.	405.911.763	365.178.385	367.400.000
	Tratamiento de emisiones.	22.575.000	30.000.000	26.000.000
	Costos de limpieza, incluyendo los costos de remediación en derrames.	2.000.000	-	-
	Gestión de aguas residuales.	332.179.391	385.026.432	400.000.000
Costos de prevención y gestión ambiental.	Certificación externa de sistemas de gestión.	15.000.000	15.484.675	14.393.113
	Personal para actividades generales de gestión ambiental.	57.246.236	58.000.000	64.000.000
	Otros costos de gestión ambiental.	95.000.000	235.747.766	159.606.887
TOTAL		929.912.390	1.089.437.258	1.031.400.000

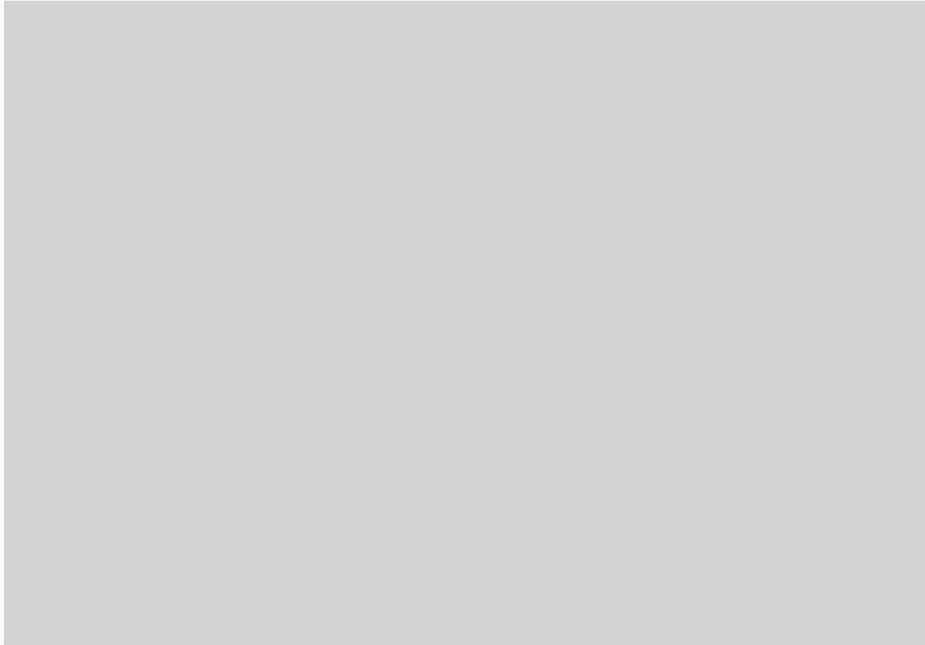


Tabla de indicadores del **GRI**

Indicadores generales		
Estrategia y análisis		Pág.
G4-1*	a. Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la Organización (la persona que ocupa el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la importancia de la sostenibilidad para la Organización y la estrategia de esta con miras a abordarla. En la declaración debe exponerse la visión general y la estrategia a corto, mediano y largo plazo, con especial atención a la gestión de los efectos económicos, ambientales y sociales significativos propiciados por la Organización, o bien de los efectos que puedan asociarse a las actividades resultantes de su relación con otras entidades (por ejemplo, proveedores, personas u organizaciones de las comunidades locales). La declaración ha de reflejar: prioridades estratégicas y temas clave a corto y mediano plazo en relación con la sostenibilidad, tales como el cumplimiento de criterios internacionales y la relación de tales cuestiones con la estrategia y el éxito a largo plazo de la Organización; tendencias generales (por ejemplo, de índole macroeconómica o política) que afectan a la Organización y repercuten en sus prioridades sobre sostenibilidad; sucesos, logros y fracasos más importantes a lo largo del período objeto de análisis; opinión sobre el desempeño en relación con los objetivos; opinión sobre los retos y objetivos más importantes para la Organización en el próximo año y objetivos para los próximos tres a cinco años; y otros aspectos relacionados con el enfoque estratégico de la Organización.	8
Perfil de la organización		
G4-3*	Nombre de la Organización.	RENAULT-Sofasa
G4-4*	Marcas, productos y servicios más importantes.	10, 16-18
G4-5*	Lugar donde se encuentra la sede central de la Organización.	14
G4-6*	Indique en cuántos países opera la Organización y nombre aquellos países donde la Organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad que se aborda en la memoria.	19
G4-7*	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Sociedad Anónima
G4-8*	Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	19
G4-9*	Dimensiones de la Organización informante.	11,20 64 70 84
G4-10*	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la Organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas. f. Comuníquese todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).	84,85
G4-11*	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	87
G4-12*	Describe la cadena de suministro de la Organización.	34 76,77
G4-13*	a. Comuníquese todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el período objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la Organización; por ejemplo: cambios en la ubicación de las operaciones, o en las propias operaciones, tales como la inauguración, el cierre o la ampliación de instalaciones; cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración de capital (para las organizaciones del sector privado); cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o la relación con los proveedores, en aspectos como la selección o la finalización de un contrato.	14
G4-14*	Indique cómo aborda la Organización, si procede, el principio de precaución.	La Organización tiene dentro de su estructura un área de gestión ambiental que se encarga de prever los potenciales riesgos ambientales asociados a las operaciones, así como de planear y ejecutar las estrategias para mitigarlos. Los planes implementados van desde la aplicación de buenas prácticas hasta proyectos de gran inversión como plantas de tratamiento de aguas, cambio de combustibles en calderas y equipos de control ambiental en general.
G4-15*	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la Organización suscribe o ha adoptado.	27,28
G4-16*	a. Elabore una lista con las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la Organización pertenece y en las cuales: ostenta un cargo en el órgano de gobierno; participa en proyectos o comités; realiza una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; considera que ser miembro es una decisión estratégica.	27, 28
Identificación de aspectos materiales y límites		
G4-17*	a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria. La Organización puede aportar este contenido básico mediante una referencia a la información publicada y disponible en los estados financieros consolidados u otros documentos equivalentes.	SOFASA S.A. RTMX LIMITADA PLAN ROMBO S.A. SOCIEDAD ADMINISTRADORA DE PLANES DE AUTOFINANCIAMIENTO COMERCIAL
G4-18*	a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la Organización los principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	4
G4-19*	Lista de todos los aspectos materiales identificados en el proceso de definición del contenido del informe.	Clientes y consumidores: relacionamiento con concesionarios; servicios y satisfacción del cliente. Producto: diseño de vehículos; calidad del producto. Medio ambiente: optimización del uso de recursos y uso de materiales reciclados/renovables; reducción, disposición y manejo de residuos, sustancias contaminantes y vertimientos; finalización del ciclo de vida de los productos. Trabajadores: respeto por los derechos de los trabajadores; salud y bienestar; desarrollo personal y profesional de los trabajadores; compensaciones y beneficios. Gobernanza: derechos humanos; ética e integridad; Innovación; desempeño económico. Comunidad: seguridad vial y movilidad; voluntariado; educación ambiental; empleabilidad y emprendimiento. Cadena de suministro: sostenibilidad en el abastecimiento; relacionamiento con proveedores.
G4-20*	Para cada aspecto material, reporte el límite de imagen dentro de la Organización, de la siguiente manera: 1. Indique si el aspecto es importante en la Organización. 2. Si el aspecto no es material para todas las entidades dentro de la Organización (como se describe en el G4-17), seleccione una de los siguientes dos enfoques e informe ya sea: - La lista de entidades o grupos de entidades incluidas en G4-17 para las que el aspecto no es material o - La lista de entidades o grupos de entidades incluidas en G4-17 para las que los aspectos es material. 3. Reporte cualquier limitación específica sobre el límite del aspecto dentro de la Organización.	Los asuntos materiales listado en el G4-19 son relevantes para toda la Organización.
G4-21*	Para cada aspecto material, reporte el límite del aspecto fuera de la Organización, de la siguiente manera: 1. Reporte si el aspecto es material fuera de la Organización. 2. Si el aspecto es material fuera de la Organización, identificar las entidades, grupos de entidades o elementos para los que el aspecto sea importante. Además, describir la ubicación geográfica donde el aspecto es significativo para las entidades identificadas. 3. Reporte cualquier limitación específica con respecto al límite de aspecto exterior de la Organización.	El alcance de los asuntos materiales se definirá con los grupos de interés durante los diálogos que están proyectados.
G4-22*	Reporte el efecto de cualquier reformulación de información perteneciente a memorias anteriores y los motivos de dichas reformulaciones.	No se presentaron re expresiones.
G4-23*	Reporte cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance y los límites de aspecto.	No hay cambios significativos que afecten la comparabilidad.

Relación con grupos de interés		
G4-24*	Lista de los grupos de interés con los que la Organización se relaciona.	29
G4-25*	Bases para la identificación y selección de grupos de interés con quienes se relaciona.	Para definir los grupos se tuvo en cuenta el nivel impacto que la Empresa tiene sobre ellos y la influencia de cada uno sobre la Organización.
G4-26*	Enfoque de relacionamiento con grupos de interés, incluidas la frecuencia de participación por tipo y categoría de grupos de interés e indicar si hubo inclusión de alguno de los grupos como parte de la preparación del informe.	30-35
G4-27*	Temas y preocupaciones clave que se han identificado en el relacionamiento con grupos de interés y cómo la Organización responde a ellos en el informe.	30-35
Perfil de la memoria		
G4-28*	Período cubierto por la memoria.	1 enero - 31 diciembre 2014
G4-29*	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hay).	Informe de Sostenibilidad 2013
G4-30*	Ciclo de presentación de memorias (anual, bianual, etc.).	Anual
G4-31*	Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido de la memoria.	notificaciones.sofasa@renault.com fundacion@renault.com
G4-32*	a. Indique la opción del reporte que la Organización ha elegido. b. Tabla de contenidos GRI de acuerdo con la opción elegida. c. Referencia al informe de verificación externa.	De conformidad con la guía en versión esencial. No tiene verificación externa.
Gobierno		
G4-34*	Describa la estructura de gobierno de la Organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	22-24
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	22, 23
G4-36	a. Indique si existen en la Organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas rectamente ante el órgano superior de gobierno.	22, 23
G4-37	a. Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.	22, 23
G4-38	a. Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités: ejecutivos y no ejecutivos; independencia; antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno; número de otros puestos y actividades significativas, y naturaleza de tales actividades; sexo; miembros de grupos sociales con representación insuficiente; competencias relacionadas con los efectos económicos, ambientales y sociales; representación de grupos de interés.	24,25
G4-39	a. Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	Los dos primeros renglones de la Junta Directiva son empleados de Renault.
G4-40	a. Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero; entre otros: si se tiene en cuenta la diversidad, y de qué modo; si se tiene en cuenta la independencia, y de qué modo; si se tienen en cuenta, y de qué modo, los conocimientos especializados y la experiencia en los ámbitos económico, ambiental y social; si están involucrados los grupos de interés (entre ellos, los accionistas), y de qué modo.	23
G4-41	a. Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a las partes interesadas. Indique, como mínimo: membresía de distintas juntas; tenencia de acciones de proveedores y otros grupos de interés; existencia de un accionista de control; información que revela sobre partes relacionadas.	25,26
G4-42	a. Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la Organización.	22,23
G4-45	a. Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de debida diligencia. b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	22,23
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la Organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	22,23
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	23
G4-48	Comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la Organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados.	Comité Ejecutivo.
G4-51	Políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	En el caso de los principales miembros de la Junta Directiva de primer y segundo renglón son empleados de Renault, razón por la cual no cuentan con una remuneración adicional como miembros de la Junta. El tercer renglón principal es un colombiano cuya participación en la Junta es "adhonorem". REANULT-Sofasa únicamente paga su tiquete de avión. Para el caso de los suplentes, cobran honorarios por hora de asistencia a la Junta; estos honorarios son dispuestos por lineamientos de Casa Matriz.
G4-52	Describa los procesos para determinar la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	La remuneración de la Junta Directiva viene por lineamientos de Casa Matriz, no existen consultores para este fin. La remuneración del Comité Ejecutivo es determinada por la Casa Matriz, teniendo como base una política salarial determinada y se revisa la competitividad con encuestas salariales de Hay Group.
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	No aplica
Ética e integridad		
G4-56	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la Organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	13 25,26
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la Organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	25, 26
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la Organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	26
Indicadores específicos		
Categoría: Económico		
Desempeño económico		
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	65,7
G4-EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la Organización debido al cambio climático.	17, 60
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la Organización derivadas de su plan de prestaciones.	83
Presencia en el mercado		
G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Este indicador se reporta en el Informe de Sostenibilidad 2013, página 48.
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares en donde se desarrollan operaciones significativas.	El 92% de los directivos son locales.
Prácticas de adquisición		
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	64
Categoría: Ambiental		
Energía		
G4-EN3	Consumo energético interno.	112
G4-EN5	Intensidad de energía.	112
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	112
Agua		
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	116
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	116

Emisiones		
G4-EN15	Emisiones directas de gases efecto invernadero	114
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases efecto invernadero (alcance 2).	114
G4-EN18	Intensidad de emisiones de gases efecto invernadero.	114
G4-EN19	Reducción de emisiones de gases efecto invernadero.	114
Efuentes y residuos		
G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	117
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	114, 115
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	No se presentaron derrames en el periodo cubierto por la memoria.
G4-EN25	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 internamente.	116
Cumplimiento regulatorio		
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	No se presentaron multas de este tipo.
General		
G4-EN31	Desglose de los gastos e inversiones ambientales.	117
Evaluación ambiental de proveedores		
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	79
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.	79
Mecanismos de reclamación en materia ambiental		
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No se presentaron reclamaciones de este tipo.
Categoría: Social		
Prácticas laborales y trabajo digno		
Empleo		
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por edad, sexo y región.	86
G4-LA2	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	87.92
G4-LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	93
Relaciones entre los trabajadores y la dirección		
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	Los cambios operacionales se avisan con un periodo de 4 a 12 semanas.
Salud y seguridad en el trabajo		
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	98
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	99
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.	98.99
Capacitación y educación		
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	95
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	95.97
G4-LA11	Porcentaje de empleados cuyo desempeño y desarrollo profesional se evalúa con regularidad, desglosado por sexo y por categoría profesional.	97
Diversidad e igualdad de oportunidades		
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	85
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores		
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	80
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	80
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales		
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No se recibieron reclamaciones de este tipo.
Derechos Humanos		
Inversión		
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	En la organización tenemos inducciones en los valores de la Compañía, en ética y SARLAFT, que son principios que tienen base en los derechos pero no una formación aparte.
No discriminación		
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	No se presentaron casos de discriminación en el periodo reportado.
Libertad de asociación y negociación colectiva		
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	No se han identificado casos de este tipo.
Trabajo infantil		
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	No se han identificado casos de este tipo.
Trabajo forzoso		
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	No se han identificado casos de este tipo.
Medidas de seguridad		
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	El 100% de los trabajadores de seguridad ha recibido capacitaciones de derechos humanos.
Evaluación		
G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	No se han realizado estas evaluaciones, se espera hacerlo en los próximos años.
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos		
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	80
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	80
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos		
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No se presentaron reclamaciones.
Sociedad		
Comunidades locales		
G4-S01	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impacto y participación de la comunidad local.	52-63
Lucha contra la corrupción		
G4-S03	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	25, 26 Dentro de los análisis de riesgos se han detectado algunos factores sobre los que, a pesar de estar bajo control, debería prestarse mayor atención para evitar que se puedan presentar inconvenientes: Procedimiento de compras. Administración de los inventarios activos fijos. Proceso de contratación. Claridad en los niveles de autoridad.
G4-S04	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	La capacitación se hace a través de las inducciones, en las que se capacita al personal en los valores de la Organización y la prevención del lavado de activos.
G4-S05	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No se presentaron casos de este tipo
Prácticas de competencia desleal		
G4-S07	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra libre competencia y resultado de las mismas.	RENAULT-Sofasa no ha tenido ninguna acción legal de competencia desleal en la que se haya visto incurso en los últimos años.
Cumplimiento regulatorio		
G4-S08	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	No se presentaron multas o sanciones de este tipo.
Evaluación del impacto social de los proveedores		
G4-S09	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	80
G4-S010	Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	80
Mecanismos de reclamación por impacto social		
G4-S011	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No se presentaron reclamaciones de este tipo.

Responsabilidad sobre productos		
Salud y seguridad de los clientes		
G4-PR1	Porcentajes de categorías de productos o servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	107
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a la salud y seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No se presentaron incidentes de este tipo, RENAULT-Sofasa cumple con la regulación colombiana en cuanto a la seguridad según las resoluciones: 4983 de 2011, 935 de 2008, 481 de 2009 y 1949 de 2009.
Etiquetado de productos y servicios		
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la Organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	Para garantizar la seguridad, nuestras piezas de posventa tienen un etiquetado especial: cinturones de seguridad, vidrios y piezas del sistema de frenado. Los contenidos en el etiquetado de los productos establecen el nombre, la razón o denominador social del importador, la marca del fabricante, el país y origen del componente y el número del lote o fecha del código trazable.
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	No se han presentado incumplimientos con el etiquetado de estas piezas de posventa o recambio sujetas a reglamento técnico (cinturones de seguridad, vidrios, llantas y piezas del sistema de frenado).
G4-PR5	Resultado de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	107
Comunicaciones de mercadotecnia		
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a la comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosado en función del tipo de resultado.	En 2014 no existió para RENAULT-Sofasa ningún incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios referente a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio. Se dieron aproximadamente 5 requerimientos por parte de la SIC en relación con lo que ellos consideraron publicidad engañosa. Uno de los casos fue archivado luego de las explicaciones y justificaciones legales por parte de RENAULT-Sofasa. Los demás siguen en la SIC pendiente de decisión. Existe un error del Informe de Sostenibilidad 2013 que dice que hubo 41 fallos con 10 sanciones, ya que esto no está relacionado con marketing sino con queja de consumidor por temas de producto frente a la Superintendencia de Industria y Comercio.
Privacidad de los clientes		
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y fuga de datos de los clientes.	En 2014 no se detectó ninguna filtración, robo o pérdida de datos personales. En 2014 se mantuvieron las medidas iniciadas en 2013 para proteger los datos de los clientes en conformidad, dando cumplimiento a la ley de protección de datos personales (Ley 1581 de 2012 y reglamentaciones posteriores): 1. Sensibilización del personal sobre la importancia de la protección de datos personales. 2. Capacitaciones al personal sobre protección de datos y confidencialidad de la información. 3. Elaboración de políticas de protección de datos personales y publicación en la página de Renault y en el sistema interno de RENAULT-Sofasa. 4. Inclusión de la cláusula de protección de datos personales en los contratos de la Compañía. 5. Preparación de contratos de transmisión de datos para suscribir en los casos en que haya lugar a ello. 6. Designación interna de responsables de las bases de datos e identificación de encargados de los datos personales. 7. Desarrollo e implementación de un archivo virtual que permite hacer seguimiento efectivo a las reclamaciones y consultas de los titulares de los datos personales. Se estableció que para 2015 se debe revisar el sistema de plataforma virtual de manejo de quejas y o reclamaciones para hacerlo más sencillo y poder dar respuesta más rápida y efectiva a los clientes o a quienes reclamen.
Cumplimiento regulatorio		
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	No se presentaron multas de este tipo.

GROUPE RENAULT