

2015

Informe de Sostenibilidad

RENAULT-SOFASA





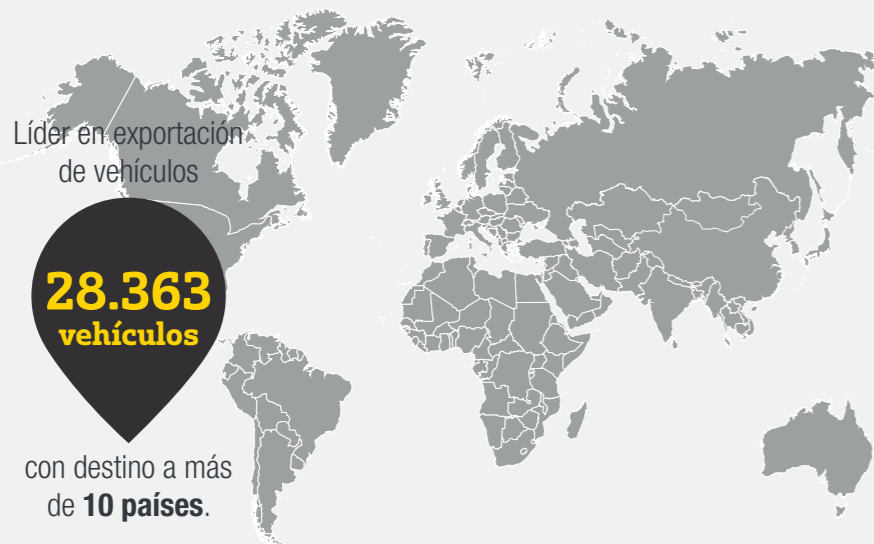
► Económico



Vehículos matriculados en Colombia
49.244

Líder en producción de vehículos en Colombia

76.367
vehículos



► Social

30%



de puestos claves ocupados por mujeres.



22

Proyectos en Educación, Seguridad Vial, Diversidad, Movilidad Sostenible y Medio Ambiente, con más de

45 mil
beneficiarios

en 2015, articulados en su mayoría por la Fundación Renault.



Firma del décimo primer Pacto Colectivo 2015-2018.

Más de **10 mil**
empleos generados
(directos e indirectos)



► Ambiental



Disminución de cerca del

4%

en la generación de **residuos peligrosos** frente al año anterior.



Aumento del 10%

en el porcentaje de reutilización de agua frente al 2014.



CONSTRUCCIÓN DE LA PLANTA DE TRATAMIENTO DE **AGUA DE POZO**, PARA USO EN EL PROCESO.

Acerca de este informe (G4-18)

En línea con las directrices en sostenibilidad del Grupo Renault y alineado con los objetivos establecidos por RENAULT-Sofasa, en el 2014 se realizó un ejercicio de identificación de asuntos materiales para la Organización a partir de un taller realizado con los directivos y el presidente. En esta vía y con el objetivo de acercarnos más a entender las expectativas de los grupos de interés en materia de sostenibilidad, en el 2015 se realizó una validación con algunos grupos de interés de los asuntos identificados el año anterior.

El resultado de dicho ejercicio no se presenta en este informe, pero es un insumo muy importante para determinar el horizonte de los proyectos que se emprendan en cada asunto.

Se presenta el tercer informe de sostenibilidad en el cual se muestra el desempeño de la Compañía en las tres dimensiones de la sostenibilidad, basado en los lineamientos de la metodología internacional Global Reporting Initiative - GRI 4.

CONTENIDO

00
04

CARTA DEL PRESIDENTE

00
06

NUESTRA ORGANIZACIÓN

00
22

GOBIERNO
CORPORATIVO Y ÉTICA

00
30

DESEMPEÑO ECONÓMICO

00
54

DESEMPEÑO SOCIAL

00
72

DESEMPEÑO AMBIENTAL

01
82

TABLA GRI

Carta del Presidente (G4-1)

2015 representó un año de grandes desafíos para el sector automotor en medio de un contexto que impactó directamente variables clave en los procesos de producción y comercialización y de un exigente panorama social, político y económico.

No obstante, fruto de la consistencia en su estrategia y del compromiso de su equipo humano, fue posible para la Compañía cerrar con resultados que le permiten seguir consolidándose en el país, gracias a las 49.244 unidades matriculadas en el RUNT y al 2% de crecimiento en su participación en el mercado de vehículos particulares y vehículos utilitarios, cerrando con un 18,6%, la cifra más alta que ha reportado la Empresa en los últimos diez años. Hechos a los que se suman tener posicionados tres modelos en el top 5 de los vehículos más vendidos en Colombia; ser líder en la venta de vehículos eléctricos, y haber crecido la participación de mercado en las principales ciudades del país.

Conquistas posibles gracias a la renovación de los vehículos y servicios de la Compañía. De un lado, los lanzamientos del Renault Clio Style, del Nuevo Renault Twizy, del Nuevo Renault Traffic, del Nuevo Renault Logan, del Nuevo Renault Sandero y del Nuevo Renault Sandero Stepway. Y de otro, la presentación del concepto "Renault Servicios", una evolución de la tradicional concepción de la posventa; la inauguración del nuevo Almacén Central de Repuestos, y la presentación del nuevo programa "Renault Selection", para las personas que buscan un vehículo usado con el mejor respaldo y garantía en servicios.

En el plano industrial, 2015 concluyó con 76.365 unidades producidas, un 9% más que en 2014, y con 28.329 unidades exportadas, que representaron un incremento del 25% respecto al año anterior, dando cuenta de la dinámica de la Compañía y de su contribución a este importante renglón de la economía nacional.

Balances comercial e industrial que se tradujeron, así mismo, en excelentes resultados financieros, superiores a los alcanzados en 2014, configurando un escenario muy positivo para la marca y que se complementó en el plano interno con la firma del Pacto Colectivo que se extenderá hasta 2018 y que garantiza la armonía y paz laboral para seguir potenciando el bienestar y la calidad de vida de los trabajadores, a la par con el progreso de la filial.

Todo lo anterior soportado en una gestión transversal y coordinada de todas las áreas de la Organización que hizo posible que presentemos la tercera entrega de nuestro Informe de Sostenibilidad, evidenciando el trabajo que, fieles a nuestra filosofía corporativa, seguimos desarrollando para incorporar al mercado productos que se adapten a las necesidades de nuestros clientes, facilitándoles su adquisición a través de planes financieros integrales, garantizando la más alta calidad, asegurando la satisfacción, respondiendo a la confianza de quienes eligen la marca, en un marco de respeto por nuestros aliados y por el medio ambiente.

Un Informe que nos permite compartir los avances que en materia de Responsabilidad Social Empresarial hemos logrado de la mano de la Fundación Renault y con el respaldo de nuestra red de proveedores y concesionarios, comprometidos con nosotros en los ejes de gestión.

Y, finalmente, un Informe que cierra un excelente ciclo de liderazgo de Luis Fernando Peláez Gamboa, anterior Presidente Director General de la filial, piloto de todos estos logros que compartimos luego de 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.

LUIZ FERNANDO PEDRUCCI
Presidente Director General





Nuestra Organización

- 0 0 16 Cifras de la Organización
- 0 0 20 Grupos de interés

Sobre la empresa

Desde hace 117 años, la marca Renault ha venido transformando a través de su operación, la industria, las ciudades y las vidas de las personas.

RENAULT-Sofasa es una de las dos ensambladoras de automóviles vigentes en Colombia. Con más de 1.000.000 de vehículos producidos en más de 45 años de historia, sigue siendo una de las marcas líderes en el sector, con prestigio mundial y espíritu colombiano, reconocida por su cultura, sus productos y por su aporte al progreso del país.

Ubicada en Envigado-Antioquia, RENAULT-Sofasa es una empresa cercana a todos los colombianos que busca satisfacer y adaptarse a las necesidades de éstos y garantizar los más altos estándares de seguridad. De igual forma, genera un gran impacto en los empleados y sus familias, quienes logran a través de su contratación, mejorar sus ingresos y por ende su calidad de vida.

RENAULT-Sofasa no solo transforma vidas sino que también quiere marcar la diferencia gracias a su compromiso con la protección de los recursos naturales y el cuidado del medio ambiente a través del desarrollo de vehículos eléctricos.



Renault

Misión

Renault es 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.

RENAULT-Sofasa

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.

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

(G4-56)

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.

“Renault, passion for life”:

La nueva firma de la marca

El cambio de imagen de la marca reafirma la nueva promesa de la Compañía: concebir con pasión vehículos con diseños atractivos, de calidad, que mejoran la vida diaria.

Desde el año 2012, la marca ha trabajado en la renovación del diseño de sus vehículos con innovaciones ingeniosas y servicios que facilitan la vida.

La nueva firma de la marca, que se ha modernizado en línea con la renovación de sus productos, está siendo implementada desde abril de 2015.



Despertar el ADN de la marca Renault

Desde siempre, Renault ha propuesto “vehículos para vivirlos”; vehículos innovadores, ingeniosos, modulables y confortables. Desde 2012, estos genes de la marca Renault se han sumado a la voluntad de volver al terreno de la emoción con los clientes, y este despertar de las emociones pasa por la renovación del diseño de los vehículos. El diseño sensual, atractivo y atlético de modelos como el Renault Captur, el Renault Kadjar y ahora el Nuevo Renault Espace, ilustra este compromiso.

“Renault, passion for life” subraya así mismo los esfuerzos continuos de los ingenieros y diseñadores de Renault. Su misión es observar a los clientes y sus hábitos para ofrecerles unos vehículos de calidad, unas innovaciones ingeniosas y unos servicios que faciliten cada vez más la vida diaria. Como ejemplo de ello, podemos citar el sistema R-LINK2®, los múltiples equipamientos de ayuda a la conducción y el sistema Multi-Sense® del Nuevo Renault Espace, así como los asientos que se abaten de forma automática en el Renault Kadjar.

Un nuevo universo gráfico para el Grupo Renault

Más allá de esta firma, lo que han replanteado e imaginado los equipos internos de la Dirección del Diseño es un universo totalmente nuevo. Esta evolución se aplica a todos los soportes de comunicación.

El rombo Renault es más rotundo y se libera de su marco. Se destaca más y es más generoso y brillante, de forma semejante a lo que ocurre en los nuevos frontales de los vehículos de la marca. El tipograma Renault también evoluciona. Condensa la historia de la marca y es más moderno y robusto.

Por su lado, el amarillo Renault es más luminoso y cálido. Ahora se expresa a través de una banda vertical situada junto al logo.

Este conjunto se asienta dentro de un sistema gráfico sobrio y elegante, que deja el protagonismo a los productos. Este enfoque creativo más emocional se ajusta a la misión encomendada a Laurens van den Acker, Director del Diseño Renault.

“Nuestra nueva firma de marca ‘Renault, passion for life’ refleja la profunda transformación de Renault que se inició con el Nuevo Renault Clio”, explica Michael van der Sande, Director de Marketing Mundo. “Más allá de una firma, es una promesa de marca dirigida a nuestros clientes: Renault va a seguir con su metamorfosis y de aquí a finales de 2016 propondrá una gama de vehículos totalmente renovada. Estos modelos, diseñados con pasión por nuestros ingenieros y diseñadores, deben facilitar y hacer más agradable la vida diaria de nuestros clientes”.

“Cuando llegué en 2009, mi misión consistía en restablecer un vínculo afectivo entre los clientes y la marca Renault”, señala van den Acker. “Pedí a mis equipos que resucitaran las raíces latinas de la marca Renault diseñando unos coches de líneas sensuales y atléticas, coloristas y personalizables, que despierten las emociones y hagan más agradable la vida diaria”.

Grupo RENAULT en Colombia

Renault Crédito:

Su función principal es el desarrollo de esquemas de financiación para la venta y mantenimiento de vehículos.

15.767
desembolsos
de créditos
por parte de la financiera
de la marca en el 2015.

384.000
millones de pesos
desembolsados
en el 2015.

Crecimiento
del **8%**
frente al 2014.

5 campañas
exitosas.

Renault Plan Rombo (99,98% del capital):

Sociedad administradora de planes de autofinanciamiento comercial, que se encarga de administrar planes, conformar los grupos, realizar las asambleas, hacer las adjudicaciones y entregar vehículos Renault a sus clientes.

- > Vinculación de 2.212 suscriptores nuevos, 21% menos que en el 2014 debido al incremento del valor promedio de la cuota por la devaluación y la evolución de la gama de Logan y Sandero.
- > Incremento de un 8% en la compra de vehículos a Sofasa.
- > Entrega de 794 vehículos por oferta y sorteo.

RTMX: Se encarga principalmente del ensamble, fabricación, distribución, venta y exportación de toda clase de autopartes destinadas a vehículos Renault, así como también del alquiler de bienes inmuebles a sus matrices o controlantes.



Productos (G4-4, G4-9)

Vehículos particulares para comercialización interna y exportación

Renault Logan



Renault Clio



Renault Stepway



Renault Sandero



Renault Duster



Vehículos particulares importados para comercialización interna en Colombia

Renault Koleos



Vehículos comerciales

Renault Kangoo



Renault Trafic



Renault Master



Vehículos eléctricos

Renault Twizy



Renault Kangoo Z.E.





Servicios (G4-4, G4-9)

Con el fin de garantizar siempre el mejor y más completo servicio para los clientes, RENAULT-Sofasa pone a su disposición diferentes puntos de venta, atención y servicios a lo largo del país.

RENAULT MINUTO
Puntos de servicio de mantenimiento rápido

RENAULT MINUTO CARROCERÍA
Servicio de asistencia automotriz en 48 horas

RENAULT SEGURO
Ofrece una póliza todo riesgo que garantiza una asistencia integral

RENAULT GARANTÍA
Garantías ofrecidas por toda RENAULT-Sofasa y la red de concesionarios a los clientes

RENAULT PRO+
Brinda soluciones a las necesidades de los clientes profesionales



RENAULT-Sofasa en 10 cifras

1

Líder en exportación de vehículos
(>28 mil veh./año) con destino a más de 10 países de la región (+25% vs. 2014).

Líder en producción de vehículos en Colombia
(>76 mil veh./año) con 3 turnos de fabricación.

2

3

Más de **COP 142.989 Millones** (47 millones de euros) de inversiones en 4 años (2010-2013) y más de **COP 194.709 Millones** (64 millones de euros) entre 2014 y 2015.

4

- Más de **COP 304.234 Millones** (100 millones de euros) en el 2014 y **COP 329.485 Millones** en el 2015 (108,3 millones de euros) en compras de piezas nacionales.
- Más de **COP 212.963 Millones** (70 millones de euros) y **COP 203.836 Millones** en el 2015 (67 millones de euros) en servicios.
- Más de **COP 45.635 Millones** en el 2015 (15 millones de euros) en posventa a más de 900 empresas locales.

5

Más de **10 mil empleos generados**
(directos e indirectos), altamente calificados y bien remunerados.

6

Más de **12 mil horas/año** en servicios de ingeniería
Más de **50 mil horas/año** de formación

7

271 puntos de atención en todo el país (77 talleres de mecánica, 8 puntos PRO+, 30 Renault Minuto, 50 carrocerías y 106 salas de ventas).

- Segunda marca en el país (18,6% de participación de mercado, +2% vs. 2014).
- Presencia en 45 municipios de Colombia y cobertura territorial de 75,1% en 2015.

8

Primera planta en América, en el ranking de competitividad industrial de la alianza RENAULT- NISSAN.

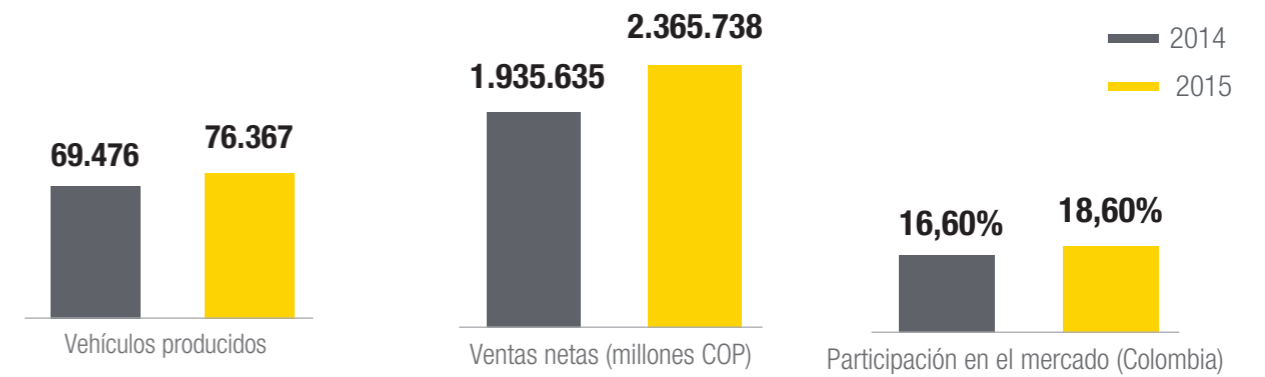
9

TOP 40
de las principales empresas del país, con **2,1 billones** de pesos en cifra de negocio.

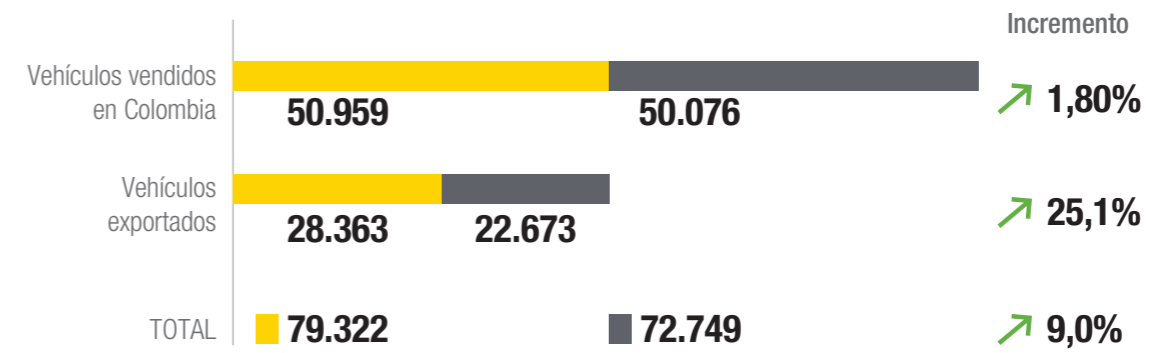
10

Más de **45 años** de presencia en Colombia. Jugador clave de la industria colombiana y promotor del desarrollo y futuro del país.

Otras cifras (G4-9)



Principales cifras económicas



Valor económico directo generado y distribuido (G4-EC1)

Millones de pesos	2014	2015
Ingresos	1.935.635	2.365.738
Gastos operativos	234.952	293.775
Sueldos y prestaciones a los empleados	106.001	119.597
Pagos a los proveedores de capital	587	3.419
Pagos a gobierno	72.800	95.542
Inversiones en comunidades (valor aproximado)	n.d	570



Exportaciones (G4-B)

Volumen Exportación de vehículos	2015	2014	2013	2012	2011
México	19.174	14.341	15.023	13.619	2
Perú	3.809	3.371	2.479	2.868	2.048
Chile	3.732	1.856	2.317	1.530	1.073
Ecuador	1.012	2.398	2.500	2.049	5.533
Panamá	216	127	194	256	93
Guatemala	195	291	321	356	37
Costa Rica	111	208	176	150	122
Otros	104	45	48	17	49
República Dominicana	10	36	52	48	33
Argentina	0	0	11.360	7.987	0
Venezuela	0	0	151	601	11
Total	28.363	22.673	34.621	29.481	9.001



Las exportaciones se incrementaron:

33,7%
a México

101%
a Chile

25,1%
en total.

Colaboradores (G4-9, G4-10)

	Mujeres			Hombres		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Personal directivo	6	5	5	21	28	15
Personal manager	10	21	14	23	30	31
Personal administrativo	96	88	97	235	224	244
Personal operativo	39	36	33	1139	1110	1164
TOTAL	151	150	149	1418	1392	1454

Colaboradores por tipo de contrato

	Hombres			Mujeres		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Fijo	772	695	591	56	55	44
Indefinido	646	697	863	95	95	105



Asociaciones y gremios a los que pertenece (G4-15, G4-16)

Cámara Automotriz de la Andi (Asociación Nacional de Empresarios)	Miembro de la Junta Directiva de la Cámara y Presidente de la misma. Se participa en la discusión de temas relacionados con el sector y la coyuntura económica.
Junta Directiva seccional Antioquia de la Andi (Asociación Nacional de Empresarios)	Miembro de la Junta Directiva de la Seccional de Antioquia. El Presidente de la Compañía es Vicepresidente de la Junta Directiva.
Cámara Colombo Francesa de Comercio e Industria	El CFO es parte del Comité Financiero, además se participa en la discusión puntual de algunos asuntos.
Proantioquia (Fundación para el Progreso de Antioquia)	Se está trabajando en algunos temas puntuales como RSE y se toma parte en las discusiones para impulsar el desarrollo de las empresas de la región. Miembros afiliados de la entidad.
Tecnova	El Presidente hace parte de la Junta Directiva. Se busca consolidar las alianzas universidad-empresa.
Tecna (Centro de Desarrollo Tecnológico e Innovación de la Industria Automotriz)	Presencia en la Junta Directiva. Se busca aportar al desarrollo del sector de autopartes y así contribuir al mejoramiento de la calidad de los productos y servicios.
Corporación Rueda Verde	A través de esta corporación se busca cumplir siempre con la normativa aplicable al sector para el tratamiento y disposición de las llantas usadas. Miembro de la Junta Directiva.
Junta Económica de la Universidad Pontificia Bolivariana	El Presidente es miembro de la Junta Directiva.
Mesa del Sena para el sector automotor	Presencia en la Junta Directiva.

Grupos de interés (G4-24)



Clientes

Vehículos confiables y seguros con respaldo de posventa.



Concesionarios y puntos autorizados

Acompañamiento en la rentabilidad del negocio.



Colaboradores

Promover su desarrollo dentro de la Organización.



Proveedores

Negociación y contratación con transparencia y calidad.



Inversionistas

Transparencia e información.



Accionistas

Valor agregado.



Competidores

Transparencia en prácticas comerciales.



Sociedad

Riqueza y bienestar para Colombia.



Estado

Cumplimiento del orden institucional.



Medio ambiente

Prevención de la contaminación ambiental.



G

Gobierno
corporativo y ética

Gobierno corporativo

Para RENAULT-Sofasa actuar siempre bajo los más altos estándares de transparencia y responsabilidad es la prioridad. Por esto, se cuenta con un Gobierno corporativo fuertemente consolidado, compuesto por diferentes instancias, que brindan direccionamiento sobre los asuntos estratégicos de la Organización, teniendo en cuenta aspectos relevantes como riesgos e impactos en materia ambiental, social y económica, para garantizar siempre el buen actuar.

Responsabilidades de la Junta Directiva (G4-40)

La Junta Directiva es la encargada de tomar las decisiones sobre la composición de los directivos de la Organización y la creación de comités especiales en caso de ser necesario. Es su responsabilidad determinar las políticas laborales, aprobar el presupuesto, el ensamble de nuevas marcas y el Código de Gobierno; además, velar por el cumplimiento de éste y del Código de Ética.

La Junta se reúne dos veces al año y evalúa el desempeño de la Organización

teniendo en cuenta criterios de sostenibilidad así como los riesgos y oportunidades presentados por el Presidente y el Comité Ejecutivo.

Sus miembros, elegidos por la Casa Matriz y la Dirección General y posteriormente avalados por la Asamblea de Accionistas, son seleccionados teniendo en cuenta criterios como conocimiento general, reconocimiento y experiencia laboral, especialmente en el sector.

Composición de la Junta Directiva (G4-34, G4-38 y G4-39)

Junta Directiva 3 miembros / 2 ejecutivos y 1 independiente



Director de Junta 1

Olivier Murguet

Vicepresidente delegado para la Región América y cabeza de la operación en ella.

Años en el cargo: Desde el 2015
Independencia: Ejecutivo

Nombre del suplente:
José Vicente Zapata



Director de Junta 2

Pablo Sibilla

Director Financiero para la Región América

Años en el cargo: Desde el 2015
Independencia: Ejecutivo

Nombre del suplente:
José Ignacio Leiva



Director de Junta 3

Juan Luis Mejía

Rector de la Universidad EAFIT

Años en el cargo: Desde el 2015
Independencia: Sí

Nombre del suplente:
Luis Acero



Presidencia

Luiz Fernando Pedrucci

Presidente – Director General
(a partir de enero de 2016)

Estructura de Gobierno (G4-34)

Comité Ejecutivo

Propone la estrategia de trabajo en conformidad con los lineamientos de la Casa Matriz y los somete a validación de la Junta Directiva.

Evalúa trimestralmente los riesgos presentados por Auditoría, especialmente los riesgos asociados a proveedores y concesionarios.



Mario Javier Gómez

Director de Producción



Pablo Arango

Director de Calidad



Alejandro Botero

Director Comercial



Magdalena López

Directora Administrativa y Financiera



Juan Carlos Velásquez

Director de Compras



Mauricio Pino

Director de Recursos Humanos



Pablo Urrego

Secretario General
(Director Jurídico, Relaciones de Gobierno y RSE)



Paula Catalina Velásquez

Gerente del Departamento de Comunicaciones



Germán Vargas

Gerente de la División de Programas



José Luis Mendivelso

Gerente de la División de Ingeniería

Comités Locales

Comité	Comité
Comité de producto	Comité estratégico
Comité nivel 1	Comité de carrera
Comité de ética	Comité de imagen de marca
Comité Drive to 5 (industrial y comercial)	Comité de inversiones
Comité operacional "Business decision"	Comité de proyectos tecnología de la información

Comités Región América

Comité	Comité
Alliance Steering Committee	Comité Monozukuri
Comité Operacional	Comité Management

Estructura Operativa de Gobierno

El Presidente-Director General es el líder de la estructura operativa y el representante legal de la Sociedad. Es el encargado de las decisiones administrativas, financieras, operacionales y comerciales, y de direccionar la Organización para dar cumplimiento a sus objetivos estratégicos. Además, es su responsabilidad reportar toda la información sobre el desempeño a la Junta Directiva, estructurar los presupuestos y planes para el futuro y evaluar, a través del Comité Operacional Colombia (COC) y el Comité Management Colombia (CMC), el desempeño de la Compañía.

(G4-36) A su vez, hace parte de la Estructura Operativa de Gobierno la Secretaría General, la cual tiene como responsabilidades la Dirección Jurídica, las Relaciones de Gobierno, la Responsabilidad Social Empresarial y la Fundación Renault.

La sostenibilidad en el Gobierno Corporativo

(G4-35) Por ser la sostenibilidad un asunto prioritario para la Organización y por su relevancia en la operación diaria, las instancias del Gobierno Corporativo pueden delegar temas específicos en otros miembros directivos como lo son el Director Legal, el de Producción y el Financiero. Así mismo, cada dirección tiene la responsabilidad de gestionar los asuntos de sostenibilidad que le competen y reportarlos al Comité Ejecutivo y a la Junta Directiva.

(G4-37) Hace parte también de la sostenibilidad en el Gobierno, el diálogo permanente con los grupos de interés para conocer sus opiniones. Es por esto que se ponen a disposición de los empleados diferentes mecanismos de interlocución tales como los Comités Ejecutivos extraordinarios y de Management mensuales, canales con sus jefes directos y la "Línea Ética". En el caso de los concesionarios, hay gerentes de zona encargados de realizar acercamientos con ellos y reportar cualquier requerimiento. Por su parte, desde el área de Compras se gestionan todos los requerimientos y procesos con los proveedores.

Asamblea General de Accionistas

La Asamblea General está conformada por tres empresas de Renault y dos personas naturales vinculadas a la empresa en cargos directivos, que velan por los intereses de los socios, toman parte en las decisiones estratégicas e intervienen en la determinación de los beneficios y demás objetivos misionales de la Organización.

Accionistas

Renault S.A.
Francia

948.251
Acciones

**Renault Development
Industrial ET Commercial**

Francia

10.682
Acciones

Renault S.A.S.

Francia

2.469.435
Acciones

Otros accionistas

Colombia

2
Acciones

Acciones totales

3.428.370



Ética y transparencia (G4-56, G4-57 y G4-58)

Orientados siempre por el buen actuar en todas nuestras operaciones y relaciones, desde el 2013 en RENAULT-Sofasa hemos incorporado lineamientos establecidos por Renault, tales como la adopción del Código de Ética y el Código de Buen Gobierno, la constitución del Comité de Ética y las campañas de difusión y sensibilización alrededor del tema.

Dichos lineamientos y mecanismos se han dado a conocer a los empleados a través de la historieta "Norma y Leo" en la cual los personajes enseñan aquellas conductas éticas que van en línea con la Organización.

El Código de Ética también se ha socializado con grupos de interés críticos como proveedores, con el fin que estos se alineen con los lineamientos éticos de RENAULT-Sofasa.

Así mismo, en el 2015 se incorporó la Línea Ética operada por un tercero independiente, que aunque hasta el momento no

ha recibido ningún caso de denuncia y sólo opera para empleados, garantiza la total transparencia en el manejo de la información suministrada en casos de denuncias. En esta misma vía, el Comité de Ética se reúne dos veces al año y una vez al año se rinden cuentas sobre todo "Ética Colombia" a Renault.

Se identificaron los procesos internos más críticos por las actividades que abarcan. Los procesos de Compras, Comercial e Informática son aquellos en los cuales se pueden presentar mayores riesgos, por lo cual se adicionaron requerimientos y lineamientos específicos en el Código de Ética para éstos, así como también se establecieron procesos de seguimiento a través de Auditoría Interna.

Para conocer el Código de Ética de RENAULT-Sofasa, consulte el link www.renault.com.co

Retos

- >> Entre las prioridades para el 2016 está la entrega de las adendas al Código de Ética relacionadas con el proceso comercial para que dicha área refuerce los lineamientos específicos para su operación.
- >> Se espera también asegurar la entrega del Código de Ética a **todos** los empleados nuevos y continuar con las actividades de divulgación, internas principalmente, para que todos lo conozcan y adopten los lineamientos establecidos por la Organización.





Desempeño económico

- 0 0 3 2 Resultados financieros
- 0 0 3 4 Desempeño comercial
- 0 0 3 9 Calidad
- 0 0 4 4 Innovación
- 0 0 4 6 Cadena de abastecimiento sostenible

Resultados financieros

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.

Los Estados Financieros que se presentan contienen la información consolidada del grupo empresarial conformado por las empresas colombianas Sociedad de Fabricación de Automotores S.A. SOFASA, RTMX Limitada y Plan Rombo S.A.

La consolidación fue realizada por el método de integración global, tomando las cifras de los Estados Financieros de cada una de las compañías reconocidas bajo NIIF.

Los Estados Financieros comparativos del ejercicio 2014, llamados Estados de Transición a NIIF, también fueron reconocidos bajo las normas NIIF, los cuales fueron construidos con base en los Estados de Situación Financiera de Apertura bajo NIIF al 1° de enero de 2014.

Estado de resultados

Ingresos operacionales: los ingresos operacionales en 2015 ascendieron a COP 2.365.738 millones, cifra que representa un incremento del 22,2% frente a los COP 1.935.635 millones del año anterior. Esta cifra se logró gracias a la facturación de 79.322 vehículos, de los cuales 50.959 unidades fueron facturadas en Colombia y 28.363 a mercados externos. Las exportaciones de vehículos representaron el 35,8% en volumen en 2015 y 31,2% en 2014.

Las ventas de repuestos crecieron un 21,2%, al pasar de COP 150.134 millones en 2014 a COP 181.908 millones en 2015.

Costo de ventas: el costo de ventas registró un incremento del 19,5% en 2015, al pasar de COP 1.588.169 millones a COP 1.897.117 millones, ocasionado principalmente por el aumento del volumen en un 9,04% y por la variación de la tasa de cambio, la cual tuvo un incremento promedio del 37,4% con respecto al año anterior, impactando el costo de los materiales, vehículos y repuestos importados.

Gastos operacionales: este rubro lo componen los gastos de distribución y venta de vehículos y repuestos, así como los gastos de funcionamiento de las áreas comerciales y administrativas. También hace parte de este rubro la diferencia en cambio operacional, la cual tuvo un aumento significativo en 2015 por causa de la alta devaluación del peso frente

▶ EN 2015 SE FACTURARON **79.322 VEHÍCULOS**, 50.959 EN COLOMBIA Y 28.363 A MERCADOS EXTERNOS. LAS EXPORTACIONES DE VEHÍCULOS CRECIERON 25,1% DEL 2014 AL 2015.

al dólar. Los gastos más representativos corresponden a los medios comerciales, el transporte capilar, las regalías, la diferencia en cambio operacional 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. En 2015 los gastos operacionales netos ascendieron a COP 295.632 millones, cifra que representa el 12,5% sobre la cifra de negocios (12,2% en 2014).

Utilidad operacional: el grupo empresarial generó utilidades operacionales en 2015 por un monto de COP 174.846 millones que representan el 7,4% sobre las ventas, mientras que en 2014 el resultado operacional alcanzó una cifra de utilidades por COP 112.513 millones que representaron el 5,9% sobre las ventas. El incremento de la utilidad operacional fue del 55,4%.

Ingresos y gastos no operacionales: este grupo lo conforman los ingresos y gastos financieros, así como la diferencia en cambio generada en operaciones relacionadas con activos y pasivos financieros en divisas.

Los ingresos no operacionales representaron el 0,3% sobre las ventas en 2015 y el 0,1% en 2014. Los egresos no operacionales representaron el 0,2% sobre las ventas en ambos años.

Impuesto de renta: las compañías liquidaron provisión para el impuesto de renta corriente en 2015 y 2014 por el sistema de renta ordinaria a la tarifa del 25% sobre la base de la utilidad fiscal de cada entidad. Adicionalmente, registraron la provisión para el impuesto de renta para la equidad CREE a la tarifa del 9% para ambos años y una sobretasa del 5% sólo para 2015, sobre la base gravable de este impuesto.

Tanto en 2015 como en 2014, las compañías registraron impuesto de renta diferido, el cual se calcula sobre las diferencias temporales entre los registros contables y los fiscales.

Resultado neto: el resultado neto consolidado de 2015 arrojó utilidades por COP 99.351 millones, cifra que representa el 4,2% sobre las ventas; en 2014 el resultado neto fue una utilidad por COP 66.334 millones, 3,4% sobre las ventas.

Balance general

Activos: los activos totales del grupo empresarial al 31 de diciembre de 2015 ascendieron a COP 730.804 millones, registrando un crecimiento del 19,7% respecto a COP 610.507 millones al cierre de 2014. Las principales variaciones se presentaron en los rubros de Inventarios y Propiedades Planta y Equipo. El primero para ajustarse a la demanda de fin de 2014 y plan de producción de 2015, y el segundo debido a las inversiones realizadas en activos fijos para el proyecto X52.

Pasivos: el pasivo total ascendió a COP 438.284 millones al 31 de diciembre de 2015, registrando un incremento del 5,0% con respecto a los COP 417.332 millones a diciembre de 2014. El buen desempeño operacional en 2015 permitió mantener a las compañías sin deuda financiera y cancelar con recursos propios las inversiones realizadas para el proyecto X-52.

Patrimonio: el patrimonio total del grupo a fin de 2015 se ubicó en COP 292.520 millones, registrando un crecimiento de 51,4% frente a COP 193.175 millones de 2014. El incremento se debe principalmente al resultado positivo de 2015 por COP 99.351 millones y al no reparto de dividendos a los accionistas para favorecer la estructura financiera, afectada negativamente por la migración a Normas Internacionales de Contabilidad.



Desempeño comercial



Vehículos matriculados en Colombia
49.244

Resultados comerciales

Bajo la nueva imagen de marca mundial “**Renault, passion for life**”, RENAULT-Sofasa lanzó en el mes de junio una nueva campaña de comunicación “Colombia evoluciona, Renault evoluciona”, reafirmandose como compañía vibrante, cercana a la gente y que mira siempre al futuro.

2015 fue un año muy positivo para RENAULT-Sofasa ya que la compañía alcanzó un nuevo récord de participación en el mercado de los vehículos de pasajeros y vehículos utilitarios con un 18,6% que representa un crecimiento de dos puntos respecto al mismo período del año anterior y la participación más alta de los últimos ocho años, pese a los resultados negativos del mercado.

Gracias a las 49.244 unidades colocadas al público y con tres modelos posicionados en el Top 5 de los más vendidos en Colombia, la Compañía creció y se consolidó como la segunda marca en el país.



126 unidades

convirtieron a **Twizy** en el vehículo eléctrico más vendido en el país.

Satisfacción de clientes

La satisfacción de los clientes es una de las principales prioridades de RENAULT-Sofasa. Durante el 2015 se desplegaron varias acciones encaminadas a elevar el índice de recomendación al implementar acciones de mejora sobre los puntos más representativos, realizando actividades de formación a los colaboradores de la red y fomentando el buen desempeño de los mejores concesionarios.



Entre los más vendidos en Colombia:



2da posición

Renault Sandero y Renault Sandero Stepway:

16.325 unidades

Participación de mercado: **6,9%**



3ra posición

Renault Duster

12.985 unidades

Participación de mercado: **5,5%**



4ta posición

Renault Logan

11.626 unidades

Participación de mercado: **4,9%**

¿Qué pasó en el 2015?

- Se desplegó una novedosa plataforma denominada “*Dealer Community*” en la cual se tramita y realiza seguimiento a las inquietudes y reclamaciones de los clientes para garantizar que queden resueltas en menos de seis días.
- A través de una nueva estructura de servicio al cliente, se implementó un programa de “proactividad”, cuyo objetivo es la satisfacción inmediata de los clientes, a través de un esquema de presupuesto autónomo con el que cuenta cada concesionario para atender de manera proactiva cualquier insatisfacción y así evitar que se convierta en una queja.
- Se implementó una nueva encuesta de satisfacción denominada *VOC (Voice of Customer)* que permite conocer la satisfacción del cliente luego de la venta de un vehículo nuevo (*VOC VN*), un ingreso al taller (*VOC Servicio*) o una reclamación / consulta a la línea de atención al cliente (*VOC Call Center*). Estas encuestas entraron en operación a finales del año y se espera tener resultados satisfactorios a partir de 2016.
- Uno de los principales puntos que impacta la satisfacción del cliente es la disponibilidad de repuestos. Por esto, durante el 2015 el Departamento de Logística de Piezas y Accesorios desarrolló una metodología para dar respuesta inmediata cuando ocurre la inmovilización de un vehículo por falta de un repuesto.
- En los “Renault Academy Awards” se premió a los mejores colaboradores de la red en 15 diferentes categorías de acuerdo con su desempeño durante el año.
- Se inició un proyecto de mejoramiento continuo en los talleres de carrocería, basado en la metodología Kaizen, cuyo objetivo principal es la mejora en la operación de los talleres seleccionados para disminuir los tiempos de permanencia de los vehículos y de esta manera contribuir a la mejora en la satisfacción tanto de clientes como de talleres y aseguradoras. Este programa demostró excelentes resultados y gracias a ello se decidió expandir el programa en el año 2016 hacia los talleres de mecánica.

Retos

- >> Con la nueva encuesta VOC se espera entender mejor las necesidades de los clientes y desarrollar planes de respuesta mucho más ajustados a sus expectativas.

Concesionarios

La red de concesionarios hace parte fundamental de la cadena de valor de RENAULT-Sofasa. Como aliados comerciales, es fundamental fortalecer y mantener una sólida relación con cada uno de ellos.

¿Qué pasó en el 2015?

- Se planteó una estrategia comercial clara y transparente con el objetivo de fortalecer las relaciones comerciales con los concesionarios. Esta estrategia busca asegurar la disponibilidad de los vehículos en las versiones correctas para las campañas de mercadeo de cada trimestre a través del fortalecimiento de la comunicación entre la Empresa y su red de concesionarios. Como resultado de esta estrategia se cuenta con el fortalecimiento de la confianza de los concesionarios en las estrategias de la marca principalmente en RCI (Renault Crédito Internacional) y en las series especiales, dando cumplimiento a los objetivos de participación en el mercado y sosteniendo una rentabilidad promedio por encima del 2%.

Retos

- >> Ajustar la producción de vehículos y el stock de acuerdo con las condiciones económicas actuales y continuar fortaleciendo la presencia en el mercado.



Desarrollo Red

¿Qué pasó en el 2015?

- Se continuó fortaleciendo la red de servicios nacionales al llegar a tres nuevas ciudades de Colombia, alcanzando el 75,1% de cobertura con nueve nuevos puntos de atención y consolidándose como una de las redes de concesionarios más grande del país.
- Se fortaleció la atención en posventa con siete nuevos Talleres de Mecánica en diferentes ciudades del país, una Carrocería en Bogotá y dos nuevos puntos de Pro+ en Floridablanca y Bogotá.
- Se logró la remodelación del 66% de las salas Renault con el nuevo concepto de marca *Renault Store*.
- El desempeño financiero fue positivo para la red de concesionarios con una rentabilidad promedio antes de impuesto de 3,3%, RAI que hace posible sus nuevas inversiones.



Retos

>> Continuar con los estudios de georreferenciación que permiten, a partir de la ubicación de los clientes, determinar los mejores sitios para abrir nuevos puntos de atención más cerca de estos.

Cierre 2015



45 Municipios de Colombia



Total Salas (Solo VN) **37**

Total Concesionarios completos **69**

Total Taller **77**

Total Carrocería **50**

Total Renault Minuto **30**

Total PRO+ **8**

Total Servicios Autorizados **9**





Namus atia simusap eritaqui iuribusda qui non nis dolorempero

Renault Academy Colombia

¿Qué pasó en el 2015?

- La formación es uno de los ejes estratégicos para el desarrollo del negocio y por lo tanto durante el año se incrementó la cantidad de formaciones realizadas a la red en un 66%. Se formó a más de 2.200 personas en las actividades clave del negocio como ventas, servicio y capacidades técnicas.
- En el 2015 Renault Academy fue certificada como centro de formación homologado por Renault para dictar la formación COTECH, formación técnica del más alto nivel a nivel internacional.



2.275

Personas formadas



33.637

Horas de formación



241

Cursos dictados



Retos

>> Innovar en los planes de formación para lograr sinergias que permitan ir más allá de la satisfacción de los clientes.

Calidad

Se establecieron cuatro ejes del Plan de Satisfacción Cliente (PSC) a través de los cuales se monitorean y se toman decisiones en aspectos relacionados con la calidad.

Estos ejes se transfieren a proveedores, el área de logística y la fábrica con el fin de desarrollar diferentes planes de respuesta para garantizar una mejor calidad y satisfacción desde las actividades operativas de cada área.

Calidad cliente

¿Qué pasó en el 2015?

- Se brindó soporte sobre la incidentología de los vehículos viejos como el Logan y el Sandero y el soporte brindado en las diferentes etapas de preproducción para la introducción de los nuevos modelos de Logan y Sandero de la gama MO.



Calidad percibida



Durabilidad



Servicio



Reactividad





Retos

- >> **El Plan de Satisfacción del Cliente es la base para lograr:**
 - >> Reforzar el eje de reactividad en toda la Organización como una respuesta oportuna a las necesidades e insatisfacciones del cliente que se debe ver reflejado los indicadores de GMF (Garantía Mes Fabricación 3 MR medido en K%) de 2016.
 - >> Desarrollar un grupo de trabajo llamado OLV (Operación Lanzamiento Vehículo) para el seguimiento de todos los incidentes que afecten al cliente durante los primeros seis meses de comercialización del producto, para desarrollar planes de acción en los procesos de fabricación del vehículo en la planta de Envigado, así como también en los procesos de los proveedores para satisfacer las necesidades del cliente.
 - >> Incremento en el número de encuestas que miden la satisfacción del cliente QAS en cada lanzamiento (llamada Fastrack) para tener una respuesta (Planes de Acción sobre el Producto) mucho más oportuna en la mejora y adecuación del vehículo a las necesidades del cliente. Esto significa que se va a medir al primer mes de rodaje (1 MIS) para anticipar la respuesta y el resultado de la encuesta QAS de tres meses de rodaje (3 MIS) y desarrollar planes de acción para modificar el producto de manera que dé respuesta a las necesidades del cliente.
 - >> Cambio de la encuesta de calidad de ventas y posventa (QVN y QSA) por la encuesta VOC (Voz del Cliente) con la cual se busca llegar al 100% de los clientes que tuvieron una experiencia en la venta y posventa. Esto brindará información más detallada que permitirá diseñar e implementar planes de acción más robustos en ambos procesos.
 - > A partir de la entrada en vigencia de la encuesta VOC se definieron tres nuevos indicadores para medir la satisfacción:
 - > Recomendación del concesionario: es el porcentaje de clientes que están totalmente satisfechos con el servicio prestado (en venta y posventa) y dispuestos a recomendar al concesionario ante sus familiares y amigos.
 - > Recomendación de la marca: es el porcentaje de clientes que están totalmente satisfechos con la marca Renault (en venta y posventa) y dispuestos a recomendarla ante familiares y amigos.
- NPS (Net Promoter Score): Es la resta de los clientes "promotores" menos los clientes "detractores". Los "promotores" son los que califican el servicio entre 9 y 10, mientras que los "detractores" son los que califican entre 1 y 6 (los que califican entre 7 y 8 son los indiferentes, quienes no se tienen en cuenta en este indicador).

Calidad logística

¿Qué pasó en el 2015?

Inbound:

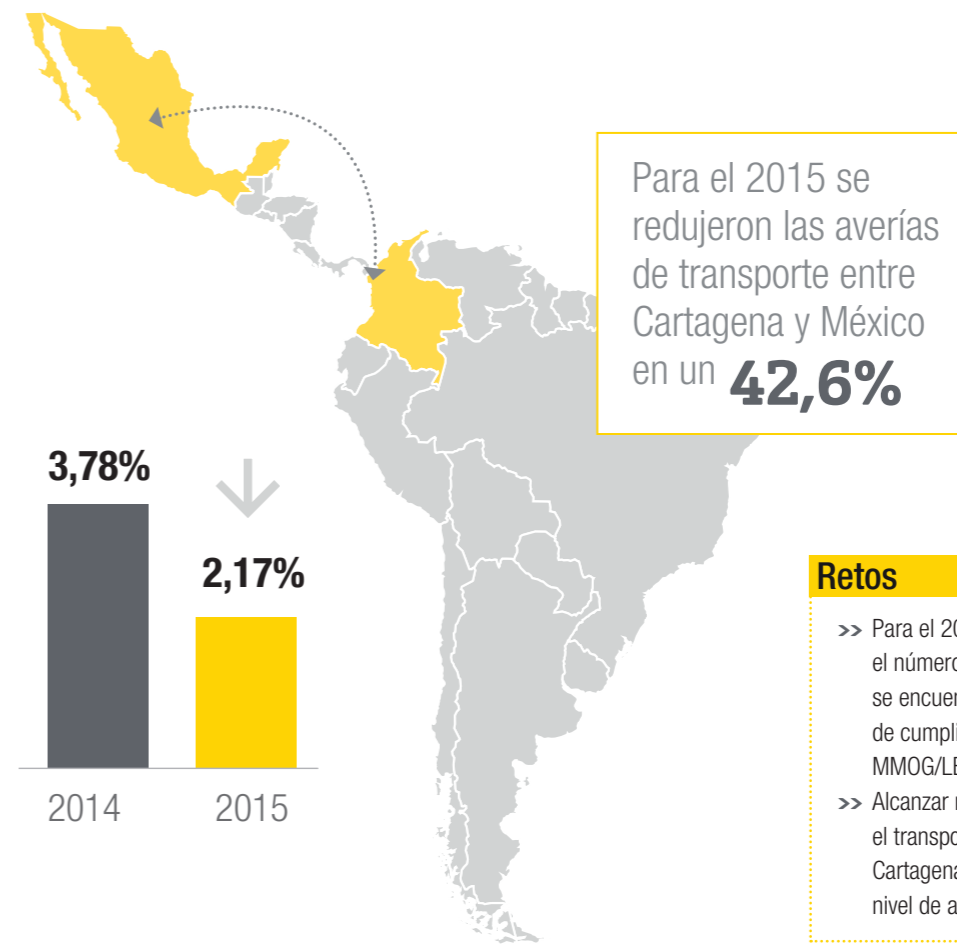
- Se realizó una formación en MMOG/LE (Materials Management Operations Guidelines/Logistics Evaluation) a todos los proveedores locales, con el propósito de que conocieran la herramienta, la desplegaran en sus organizaciones y realizaran una autoevaluación de su cumplimiento. A partir de estos resultados y teniendo en cuenta la criticidad de cada proveedor, se realizaron auditorías de seguimiento para verificar los datos suministrados en las autoevaluaciones.

Esta herramienta y el proceso en general tienen como finalidad mejorar la tasa de servicio (que mide la entrega a tiempo de las referencias, la cantidad y calidad), reducir riesgos de abastecimiento, evaluar de manera uniforme a los proveedores, aumentar la competitividad, reducir los *stocks* y reducir los sobrecostos por fletes, entre otros.

GRACIAS A LA EVALUACIÓN DE PROVEEDORES SE ALCANZÓ UNA **TASA DE SERVICIO POR ENCIMA DEL 90%**, DE LAS MEJORES DEL GRUPO RENAULT A NIVEL MUNDIAL.

Outbound

Se realizó la validación de un nuevo puerto en Cartagena, especializado en operación de vehículos o carga suelta, que podría usarse para la operación de exportación/importación de vehículos. Esto permitirá una mayor flexibilidad al momento de atender las necesidades de los mercados a los que se exportan vehículos y mejorar así la calidad de la operación de exportación la cual es primordial para satisfacer las exigencias de nuestros clientes, especialmente del mercado mexicano.



Retos

- >> Para el 2016 se espera reducir el número de proveedores que se encuentran en un nivel bajo de cumplimiento de la evaluación MMOG/LE.
- >> Alcanzar niveles de calidad en el transporte de vehículos entre Cartagena y México que lleve a un nivel de averías por debajo del 2%.



Calidad fábrica

¿Qué pasó en el 2015?

- En el año 2015 logramos sincronizar nuestro esquema de trabajo Calidad Vida Serie (estrategia para dar robustez a la producción en serie) con los estándares de operación Renault asociados a la utilización del denominado **Banco de Rodaje**. Este permite evaluar dinámicamente los vehículos en un 100% a través de ayudas mecánicas y electrónicas, con lo cual se tiene una revisión de producto más evolucionada, además de una nueva minipista, cumpliendo así los cuadernos de especificaciones de Renault y complementando la evaluación dinámica a nivel de comportamiento en ruidos.
- Se alcanzaron los niveles de calidad necesarios para el lanzamiento industrial y comercial de cuatro nuevos modelos durante el año 2015: Clio Style, Nuevo Logan, Nuevo Sandero y Nuevo Stepway, aumentando el conocimiento y la destreza en detección y juzgamiento del grupo de inspectores y evaluadores de producto y de proceso.
- Se alcanzaron los objetivos propuestos durante el 2014 a nivel de ejecución de formación en las herramientas básicas (5S y OPT*) del nuevo sistema APW (*Alliance Production Way*), formación en conocimiento de especificaciones de los nuevos productos lanzados, y formación en el primer módulo del despliegue internacional denominado Plan Satisfacción Cliente a todo el personal operativo y administrativo de la Organización.
 - > OPT: Observación de Puesto de Trabajo; 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke) en los puestos de trabajo.

Retos

- >> Consolidar el despliegue del Plan Satisfacción Cliente en cuanto a conformidad y reactividad como estrategia corporativa para atraer y satisfacer a nuestros clientes desde la perspectiva industrial.

Calidad proveedores

¿Qué pasó en el 2015?

- En el 2015, calidad proveedores intervino en el desarrollo de más de 280 referencias de piezas de integración, con más de 22 proveedores locales para lograr que los proyectos de nuevos vehículos (Logan, Sandero y Duster fase 2) pudieran realizarse. Para esto se ejecutaron más de 100 auditorías de acompañamiento y validación de procesos en los proveedores.
- Se realizaron dos formaciones a un total de 25 proveedores en herramientas de calidad como:
 - > Plan de Convergencia Conformidad Geométrica: herramientas de calidad para asegurar la conformidad geométrica de las piezas.
 - > MMOG (*Material Management Operations Guidelines*): sistema de aseguramiento de la cadena logística para proveedores.
 - > ANPQP (*Alliance New Product, Quality, Procedure*): procedimiento de aprobación de nuevas piezas.
 - > PSC: Plan Satisfacción Cliente.
 - > *Ranking* Proveedores: sistema de calificación de proveedores en términos de calidad.

Retos

- >> Para el año 2016 el reto es seguir trabajando de la mano de los proveedores, garantizando un mayor acompañamiento, a través del siguiente plan:
 - > Más de 150 visitas de seguimiento para el mejoramiento de sus procesos, control de producto y evaluaciones del sistema de calidad.
 - > Acompañamiento de los proyectos de integración local que incluyen 70 nuevas referencias en proveedores locales.
 - > Formación a proveedores Dossier UET (Estandarización de las Unidades Elementales de Trabajo).
- >> A través del indicador **Ranking Proveedores**, se medirá en 2016 la conformidad de las piezas, teniendo en cuenta no solo la planta, sino la posventa, con un puntaje que revela la gravedad y recurrencia del defecto.



Innovación

Una de las principales características de RENAULT-Sofasa es la innovación.

Por esto, de la mano con aliados del sector privado y la academia, constantemente se busca estimular la generación de capacidades, incentivar las ideas creativas y novedosas, y obtener los recursos económicos necesarios para su ejecución.

W A través de estos proyectos se quiere, finalmente, generar un impacto positivo en la rentabilidad, competitividad y calidad del negocio y sus servicios.

¿Qué pasó en el 2015?

Durante el 2015 se dio continuidad a los proyectos que se venían ejecutando y se presentaron otros a Colciencias, institución que apoya el desarrollo de proyectos innovadores y brinda a las empresas beneficios tributarios sobre los recursos invertidos en proyectos calificados como desarrollo científico, tecnológico y de innovación por el Consejo Nacional de Beneficios Tributarios en Ciencia, Tecnología e Innovación (CNBT).

Los principales proyectos son:

Proyecto 1

Nombre del proyecto: Desarrollo, producción e integración local, para la elaboración de nuevas piezas plásticas de alto volumen para vehículos de la Compañía.

¿Cómo participa RENAULT-Sofasa? Como empresa ancla y ejecutora del proyecto. El Instituto de Capacitación e Investigación del Plástico y el Caucho (ICIPC) es la entidad coejecutora y administradora delegada. Durante el período 2013 - 2015 en la integración local se han desarrollado moldes para ocho piezas con diferentes proveedores y dos más se encuentran en estudio.



Proyecto 2

Nombre del proyecto: Desarrollo de las matrices de ensamble por soldadura y grafado para la carrocería del nuevo vehículo de 2015.

¿Cómo participa RENAULT-Sofasa? En asocio con la universidad Eafit, que actúa como supervisor. Durante los años 2014 y 2015 se obtuvieron los siguientes logros:

- Satisfacción con el diseño de todas las herramientas necesarias para realizar el soldado de la cabina del vehículo X52 (Logan y Sandero).
- Innovación en el desarrollo de equipos de alto desempeño para optimizar los procesos.
- Innovación en un sistema de grafado en puertas, bajo sistemas de vacío que permite garantizar una micro posición de las piezas y tener resultados de excelente calidad.

Otros proyectos

Monozukuri

Con la "Red de Ensamble" (Renault, Haceb, Mitsubishi Electric, AKT y Auteco) la Alcaldía de Medellín y la Secretaría de Desarrollo Económico, con el apoyo del CTA (Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia) continuó en el 2015 la implementación del proyecto Monozukuri que tiene como objetivo el desarrollo y aumento de competitividad de siete proveedores aliados con la "Red de Ensamble".

Centro de Desarrollo Tecnológico de la Industria Automotriz Colombiana

De la mano del Gobierno nacional, continuamos apoyando 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 el liderazgo académico en todo el país, con el objetivo de consolidar la industria de vehículos y autopartes como un competidor de clase mundial.

Proyecto 3

Nombre del proyecto: Implementación de un sistema de captación y recuperación de aguas del río Medellín, residuales de procesos y subterráneas en la planta de RENAULT-Sofasa.

¿Cómo participa RENAULT-Sofasa? Durante los años 2014 y 2015, con la Universidad de Antioquia como supervisora, se logró realizar la caracterización fisicoquímica y microbiológica del agua y se definieron las características del sistema de tratamiento necesarias para obtener un agua con la calidad requerida para su utilización en la cadena productiva de la Empresa. Gracias a esto, actualmente se tiene un pozo para el aprovechamiento de aguas subterráneas con los permisos ambientales correspondientes.

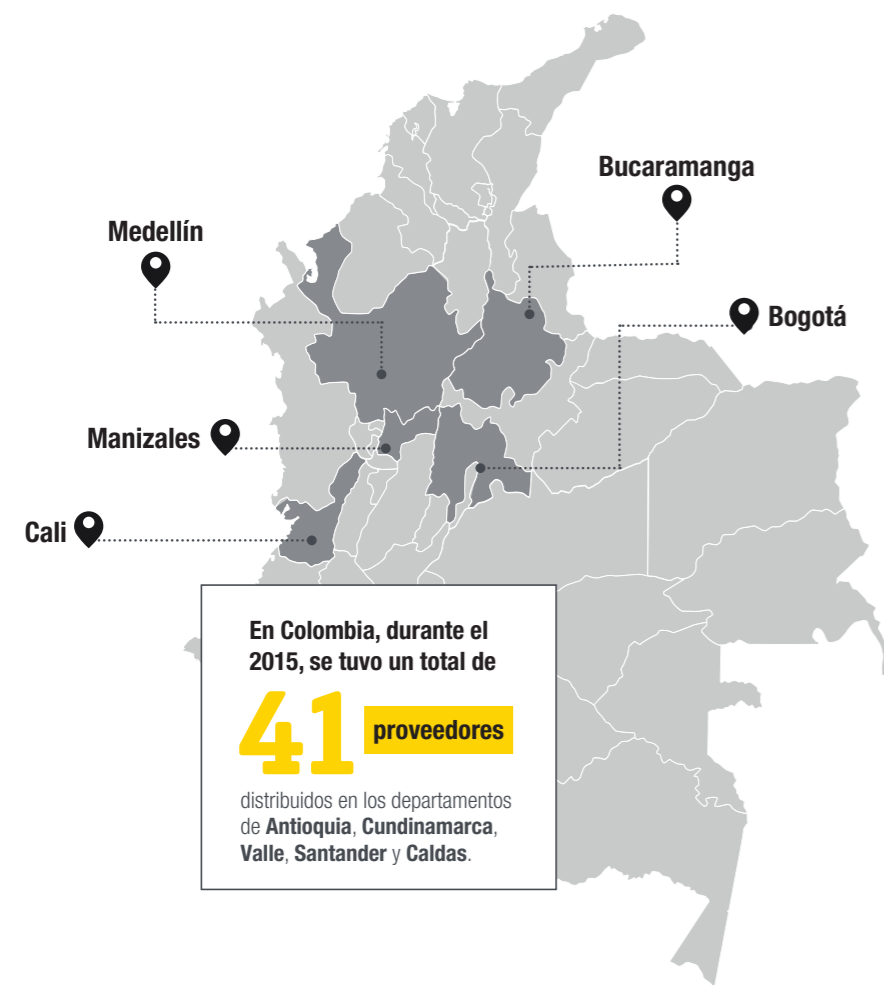
Retos

- >> Implementar un sistema de gestión de proyectos que permita asegurar una metodología de trabajo, cultura y operación, de la mano de los empleados para incrementar la competitividad de RENAULT-Sofasa.
- >> Conservar y buscar nuevos aliados en consultoría especializada que nos permitan lograr un acercamiento efectivo con el Sistema Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación (SNCTI) y otras entidades del Gobierno.

Cadena de abastecimiento de piezas

¿Quiénes son? (G4-12)

Los proveedores son los aliados estratégicos para alcanzar de manera conjunta los objetivos trazados por la Organización. Por eso, además de desarrollar relaciones comerciales con ellos, a través de diferentes iniciativas como la innovación y la tecnificación de los procesos, se busca su crecimiento y especialización. Estas acciones benefician a RENAULT-Sofasa y al proveedor mismo que, al mejorar sus procesos, puede lograr mayores niveles de productividad y competitividad.



En Colombia, durante el 2015, se tuvo un total de

41 proveedores

distribuidos en los departamentos de **Antioquia, Cundinamarca, Valle, Santander y Caldas.**

Además de Colombia, las piezas que se utilizan vienen de

12 países

Entre los países más representativos están

Francia **Brasil**

Rumania

Sostenibilidad en la cadena de abastecimiento

El Grupo Renault define criterios de sostenibilidad y direccionamiento corporativo en los procesos de selección y evaluación de proveedores para toda su operación. Dichos procesos se hacen con el fin de garantizar que siempre se actúe bajo principios éticos, se dé cumplimiento a la normatividad vigente y se identifiquen y promuevan avances en las dimensiones ambiental, social y económica.

¿Qué pasó en el 2015?

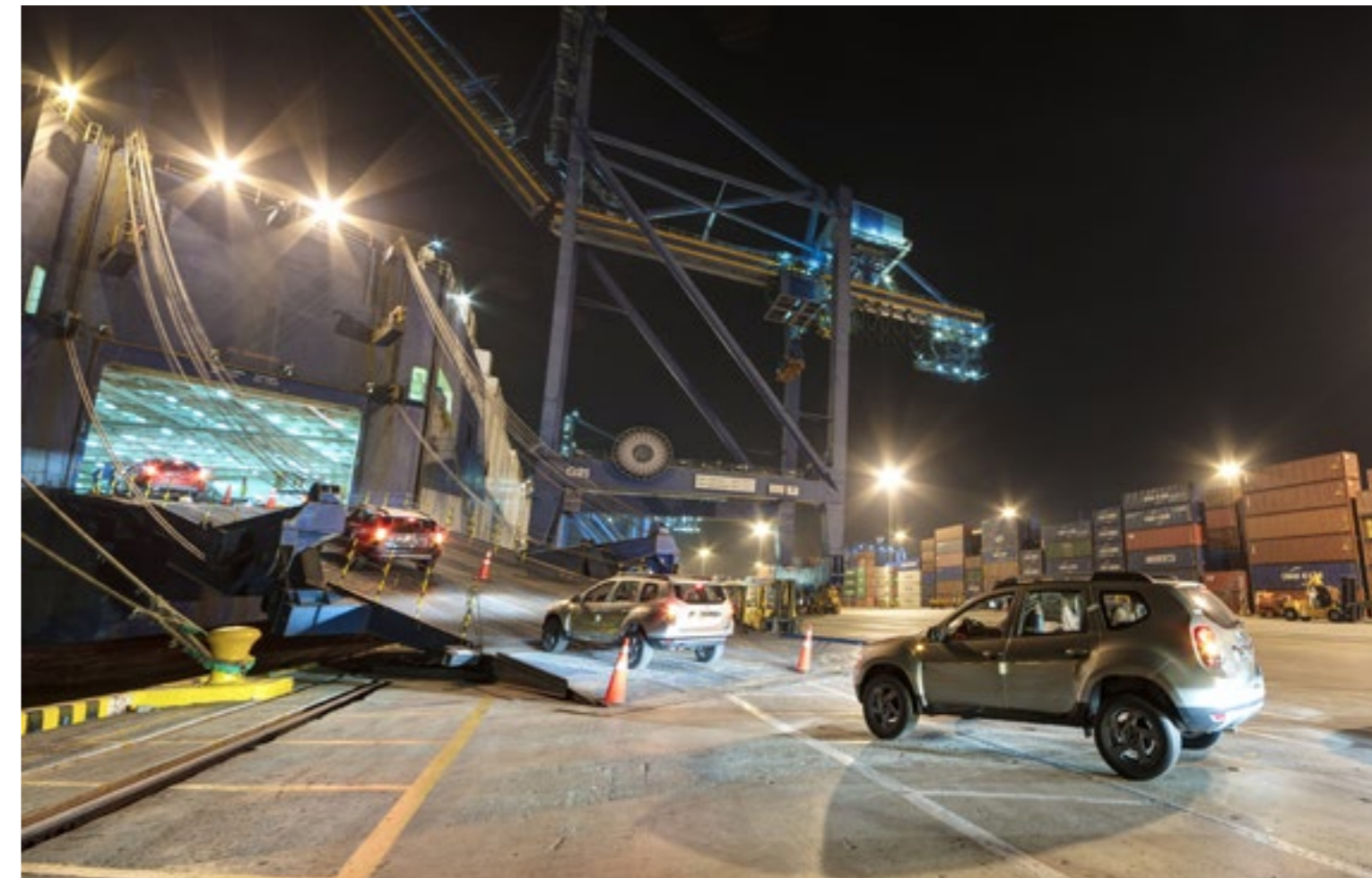
Siguiendo el direccionamiento de la Casa Matriz, durante el 2015 se evaluó a RIDUCO, proveedor de piezas plásticas y el más representativo de RENAULT-Sofasa, a través de la metodología de Ecovadis. Dicha evaluación está compuesta por cuatro criterios principales en los cuales la empresa obtuvo el siguiente resultado. (G4-EN32, G4-LA14, G4-HR10)

- Medio ambiente: se destacó la responsabilidad del proveedor frente a los asuntos e impactos generados sobre el medio ambiente y su forma de atenderlos.
- Prácticas laborales y Derechos Humanos: se destacan las prácticas internas que brindan las mejores condiciones en salud y seguridad en el trabajo, así como las políticas de no contratación de mano de obra infantil y la no discriminación.
- Prácticas justas de negocios: se evidenció que cuentan con políticas internas en torno a asuntos éticos.
- Desarrollo sostenible: esta empresa declaró que no utiliza en su proceso de producción elementos peligrosos como el tungsteno y el tantalio.

Surgieron áreas de oportunidad en cada punto evaluado y se construyó un plan de acción basado principalmente en suministrar los soportes escritos de algunos de los temas evaluados y hacerle seguimiento a la gestión.

Retos

>> El objetivo de este proyecto es realizar evaluaciones a los proveedores más representativos (usando como criterio el monto de negociación) de cada país, año tras año, hasta alcanzar el 100% de los proveedores. Se espera para el 2016 que en RENAULT-Sofasa se lleve a cabo una nueva evaluación.



Comunidad Andina

RENAULT-Sofasa apoya y cumple con los compromisos establecidos por el país. Es por esto que se hacen múltiples esfuerzos para dar cumplimiento a la Resolución 323 de la Comunidad Andina que busca dinamizar el mercado de autopartes de la región.

¿Qué pasó en el 2015?

Se renovó el portafolio de productos con los lanzamientos de los nuevos Logan, Sandero y Stepway, y se invirtió en el mantenimiento de la gama de productos, procesos productivos y de integración, lo cual permitirá ser aún más competitivos en el mercado.

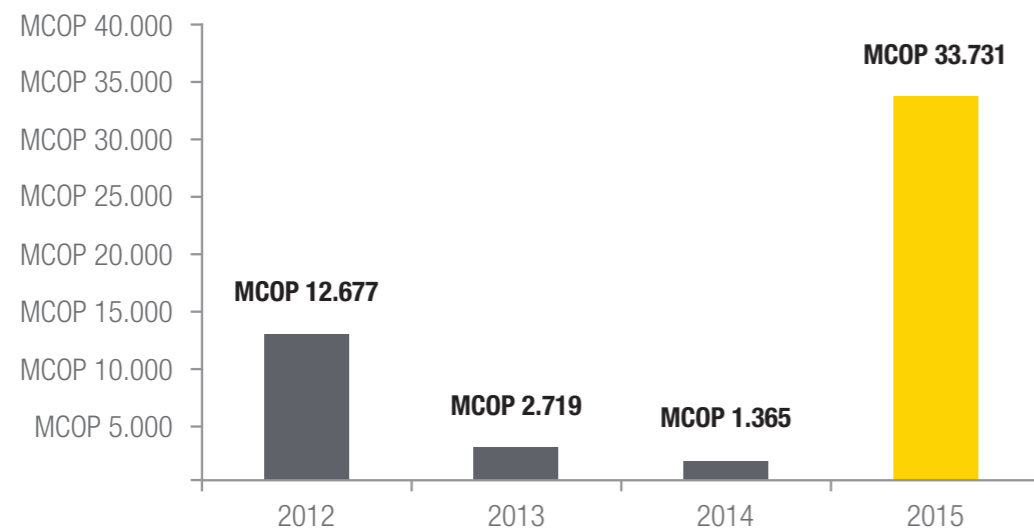
Esto refuerza la importancia que se ha venido dando a los proveedores como aliados estratégicos y fundamentales para alcanzar las metas operativas y financieras.



En el 2015 se invirtieron **COP 33.731 millones**

para fomentar e incrementar el nivel de integración de los proveedores, mejorar la competitividad a través del desarrollo de nueva tecnología y la reducción a la exposición cambiaria ante la devaluación.

Inversiones piezas de origen externo 2012 - 2016



Durante el 2015 se desarrolló un proyecto de *Lean Manufacturing* (producción sin desperdicios) para el cual se contrató la asistencia de Renault Consulting. La finalidad del proyecto fue disminuir el nivel de inventarios, sincronizar flujos logísticos, optimizar los flujos de procesos, acercar algunos procesos a la línea de producción, fiabilizar los sistemas de información, entre otros, con el fin de aumentar la competitividad de los proveedores en el Parque de Proveedores.

Retos

>> En 2016 se espera mejorar los procesos productivos con el fin de incrementar la competitividad de la cadena de valor. Y en 2017 se realizará el mismo ejercicio para alcanzar el 100% de los proveedores del Parque, logrando así una producción armónica, sincronizada y con el menor desperdicio posible.

Kaizen Proveedores

A través de este programa se busca involucrar, entre otros grupos de interés, los proveedores, a partir de la integración de equipos de trabajo con el fin de desarrollar y proponer mejoras a los procesos y la operación en general. Ya son 15 años de trabajo continuo que han permitido optimizar los recursos y procesos gracias a la innovación.



¿Qué pasó en el 2015?

Participaron 19 empresas para un total de 37 equipos compuestos por 225 participantes, que trabajaron temas relacionados con medio ambiente, competitividad, calidad y condiciones de trabajo.

Algunos de los trabajos más representativos fueron:

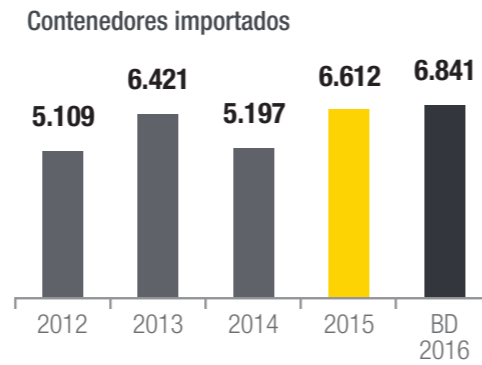
- Reducción de tiempos de muda y disposición de las partes cortadas de la línea automatizada.
- Disminución de costos de servicios de agua, luz, energía y gas.
- Disminución de tiempos de montaje de moldes y de prensas.
- Mejoramiento de 5S (metodología japonesa para el mantenimiento integral) para el interior de la planta.
- Eliminación de montacargas en procesos productivos.
- Mejora de la ergonomía en el proceso de lámina cortada y preparación del kit acústico.
- Reducción de materias primas como hidróxido de sodio, nitrato de sodio y fósforo rojo en la extracción de níquel y azufre.
- Disminución de defectos en máquina durante el proceso de producción de vidrios.
- Reducción de desperdicio de materia prima en el área de pintura.

Logística

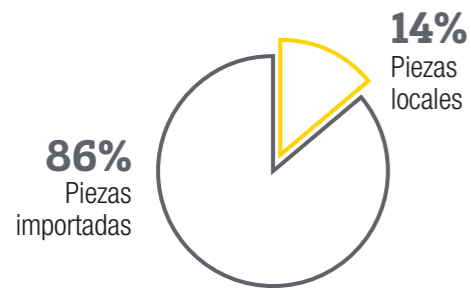
Inbound

Siguiendo los lineamientos impartidos por la Casa Matriz, RENAULT-Sofasa ha venido trabajando en la optimización del transporte de piezas, en particular en la densificación de los embalajes y el aumento del volumen cargado en los contenedores. En consecuencia, se obtuvieron importantes reducciones en costos y en las emisiones generadas por el transporte.

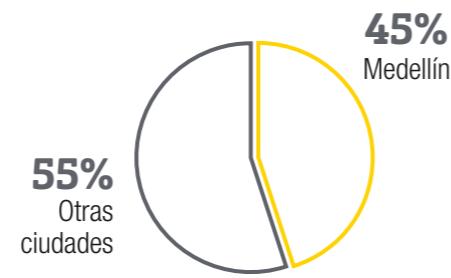
Durante el 2015 RENAULT-Sofasa continuó importando un volumen alto de piezas de diferentes orígenes. Actualmente, el 86% de las piezas provienen principalmente de Rumania, Brasil y Francia. El volumen de contenedores alcanzó los 6.841 contenedores de 40 pies de tamaño.



Origen de las piezas



Piezas locales



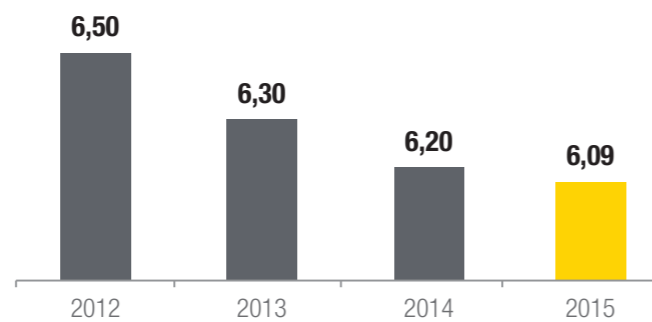
Objetivos

- >> Optimizar el número de piezas por cada embalaje.
- >> Disminuir el uso de embalajes en cartón y madera.
- >> Aumentar la tasa de llenado por contenedor.

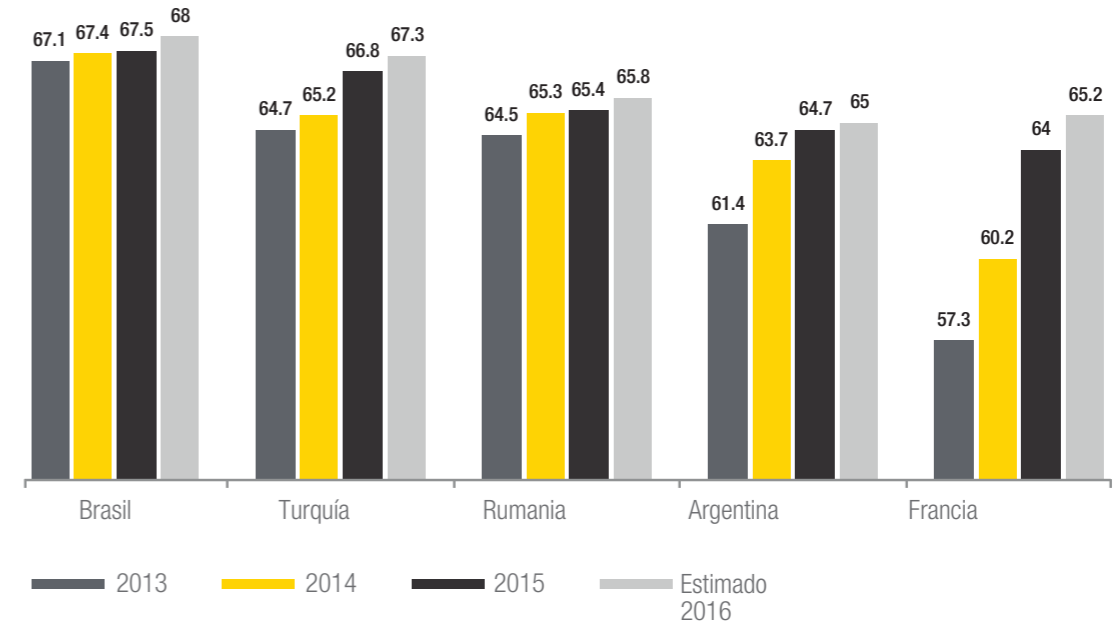
¿Qué pasó en el 2015?

- Se logró disminuir los residuos industriales banales (residuos de embalaje que no pueden reutilizarse) pasando de **154 a 114 kg/vehículo** en el 2015, gracias a la fabricación de embalajes retornables metálicos.
- Se lograron aumentos en la tasa de llenado de los contenedores por país de importación pasando de 63 a 65 m³ por contenedor.
- Se logró la disminución del volumen por vehículo que se transporta alcanzando un valor de 5,71 m³/veh.

Evolución del volumen CKD H79 E2 (m³ /veh)

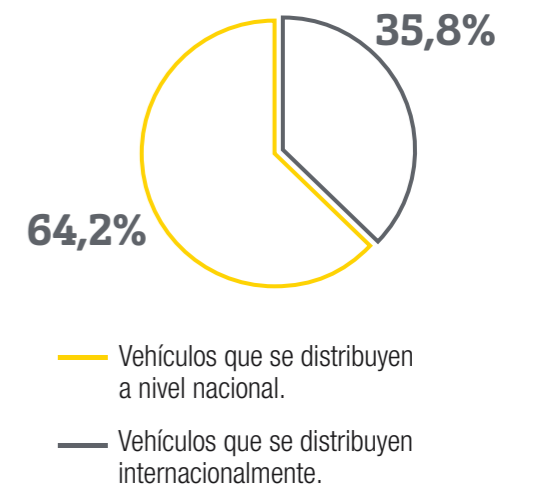


Tasa de llenado/contenedor (m³)



Outbound

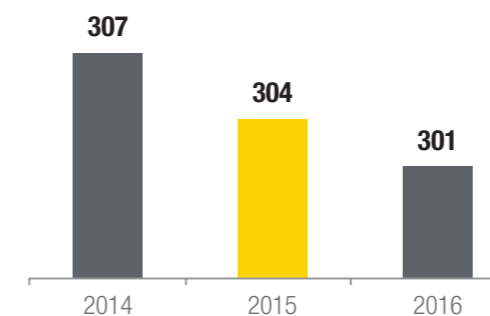
Así como se han venido adelantando proyectos para la reducción en la importación y transporte de piezas, también se ha trabajado en la reducción de costos y tiempo en la exportación de vehículos desde Colombia hacia otros países de Latinoamérica cumpliendo así objetivos propios de RENAULT-Sofasa como de la Casa Matriz.



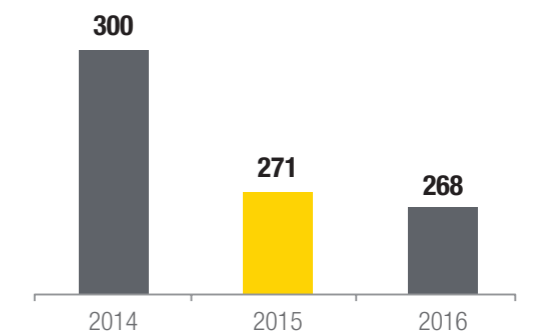
¿Qué pasó en el 2015?

Gracias a las diferentes estrategias que se vienen adelantando, se han logrado reducciones importantes en el costo logístico unitario por vehículo transportado y un aumento en el nivel de calidad de vehículos entregados a los clientes.

Evolución costo logístico unitario nacional (miles de pesos/vehículo)



Evolución costo logístico unitario exportación (miles de pesos/vehículo)



Estas estrategias fueron:

- Aumento de capacidad de almacenamiento del CLE (Centro de Distribución de Vehículos) Envigado**
 Gracias a la ampliación del CLE se ha logrado la reducción del 10% en el costo de distribución de un vehículo.
- Cambio de puerto para las exportaciones a Perú, Chile y Bolivia**
 Durante 2015 se cambiaron los flujos logísticos tradicionales para las exportaciones que tenían como destino la Costa del Pacífico de América. Este cambio de flujos permitió aumentar la compensación de carga entre Medellín y Cartagena reduciendo en un 5% los costos logísticos de exportación. Actualmente, la ruta se realiza por Cartagena y a través del Canal de Panamá para llegar posteriormente a Perú, Chile y Bolivia.
- Compensación de carga**
 Se optimizó el proceso de transporte de carga en el corredor de la Costa con la utilización de equipos multipropósito que pueden cargar contenedores en un trayecto y luego cargar 7 autos para volver al punto de partida.
 Se alcanzaron rotaciones en el corredor de 7,5; es decir, los camiones alcanzaron a recorrer 10.000 kilómetros al mes aumentando en un 15% su productividad.



Situación inicial: exportación vehículos Perú, Chile, Bolivia por Buenaventura.



Situación final: exportación vehículos Perú, Chile, Bolivia por Buenaventura



Mejoramiento en las entregas a concesionarios

En las entregas a los concesionarios se presentó un mejoramiento frente al año anterior, al pasar del 93% al 96%. Por este resultado, RENAULT-Sofasa fue reconocida entre las plantas de la Región América.

Los objetivos se alcanzaron gracias al mejoramiento de los procesos de planeación, planificación y programación mediante la integración de los eslabones de la cadena de abastecimiento de la Compañía a partir del desarrollo e implementación de una herramienta informática. Esta herramienta permite a los transportadores ver la demanda de niñeras que requiere RENAULT-Sofasa.

Además, la estrategia de tener *first* y *second carrier* en cada corredor hace que los proveedores se esfuercen para no perder la carga. Y por último, se hace seguimiento diario en la reunión de transporte controlando las unidades más envejecidas.

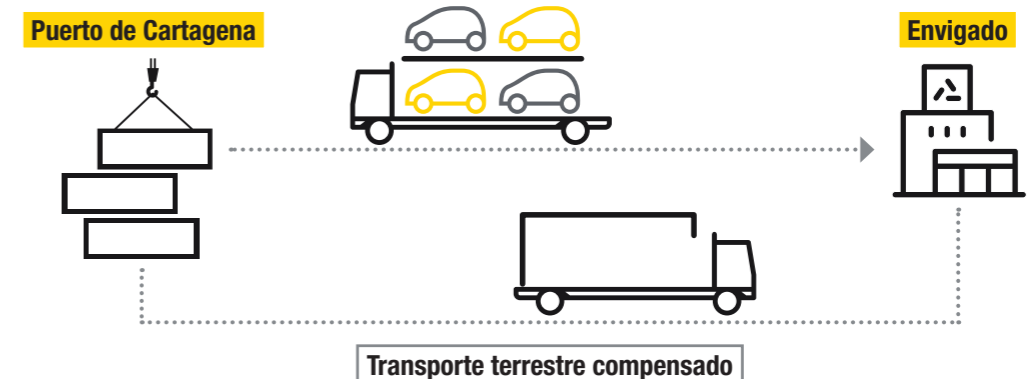
Reducción de daños y averías en transporte

La calidad en la distribución mejoró un 1% frente al año anterior gracias a los centros de distribución y su alto desempeño, que se evidencia en el resultado de las auditorías MIQ (Manual de Instrucciones de Calidad) que fueron superiores al 96% convirtiendo así a la Organización en referente de la Región.

También se unificaron criterios con los concesionarios que presentan reclamaciones y la animación con cada transportador y operador logístico en los incidentes que se presentaron.

Retos

- >> Para el 2016 en el corredor Centro (Bogotá) se implementará el esquema de compensación de carga: los vehículos que transporten los vehículos de Envigado a los concesionarios de Bogotá, transportarán de Bogotá a la fábrica piezas del proveedor local, Yazaki. Con este proyecto se espera generar un ahorro de COP 100 millones durante el año.
- >> A partir del cambio en las rutas de exportación se espera obtener reducciones por COP 500 millones en el 2016, aproximadamente.





Desempeño social

- o o 56 Colaboradores
- o o 67 Fundación Renault

Colaboradores

En un contexto de fuerte competencia en los mercados, la innovación y el talento humano se vuelven puntos diferenciadores. De allí surge la necesidad de gestionar y adaptar los esquemas de recursos humanos para que estimulen el desempeño de los colaboradores, propendan por la equidad e incentiven a los equipos.

¿Qué pasó en el 2015?

Pacto Colectivo

Es un orgullo la firma del décimo primer Pacto Colectivo 2015-2018 con el cual ya son 23 años de paz laboral sin un solo día de paro en la Compañía. El Pacto, que cubre el 100% de los trabajadores, establece mejoras en salarios y beneficios, lo cual se ve traducido en mayor poder adquisitivo y calidad de vida para los colaboradores. (G4-11)



Por qué el Pacto Colectivo

- >> Es la base para garantizar las relaciones entre los trabajadores y la Empresa.
- >> Permite ser una Empresa sostenible.
- >> Permite flexibilidad en la Organización y rentabilidad financiera.
- >> Es el soporte de la buena relación entre los colaboradores y la alta dirección.
- >> Brinda una mejor calidad de vida a los empleados y sus familias.
- >> Permite afianzar la confianza entre la Empresa y los colaboradores en un mercado altamente competitivo.

¿Qué incluye el Pacto Colectivo?

- >> Incremento para el primer período (1^{er} año): IPC 5,35% + 1,5%.
- >> Los incrementos para el segundo y tercer período están ligados al cumplimiento del indicador financiero KPIB3.
- >> Mejoramiento en puntos como vivienda y educación.

Desarrollo del talento y cultura

Talent@Renault

Llegó a Colombia en el 2014 para maximizar el desarrollo y promover la diversidad. El 2015 fue un año de consolidación y madurez de los procesos y esquemas de desarrollo. Algunos avances son:

- 1 100% de los profesionales evaluados en *People Review* (Esquema para la valoración de talento).
- 2 Identificación, valoración y definición de potenciales de la Organización.
- 3 Realización de entrevistas cruzadas: visibilidad del talento en diferentes áreas de la Compañía.
- 4 Realización del programa de Desarrollo de Potenciales: programa de formación y acompañamiento para el desarrollo de los potenciales.
- 5 100% de entrevistas de balance y objetivos realizadas: proceso en el cual el jefe y el

- colaborador establecen objetivos y valoran los resultados obtenidos. Es el momento más importante en temas de talento, donde el jefe tiene la oportunidad de dar *feedback* a su colaborador y es el punto de partida para la gestión de talento. (G4-LA11)
- 6 Comités de Carrera para todas las áreas: identificación de planes de sucesión para puestos claves.
 - 7 Concursos y movilizaciones en permanente para movilizar el talento de la Organización.



30%

de puestos claves ocupados por mujeres.

36%

de puestos claves ocupados por internacionales.

7,3%

de colaboradores administrativos identificados como potenciales y con planes de desarrollo identificados para ellos.

EDUCACIÓN Y GENERACIÓN DE CAPACIDADES

Uno de los grandes retos es continuar avanzando en la formación de los colaboradores como pieza fundamental del crecimiento de la Compañía y del mejoramiento continuo de los procesos, productos y servicios.

Para ello tenemos programas de formación enfocados en el desarrollo de destrezas técnicas y de talento. Las principales actividades son: **(G4-LA10)**



Idiomas

aprendizaje de inglés y francés con el fin de que tengan más herramientas para desempeñar correctamente las labores definidas en el cargo.

Cursos e-learning

a través de la oferta de formación virtual se busca desarrollar competencias y afianzar el conocimiento para la gran mayoría de los empleados.



(G4-LA9) Horas promedio de formación

	Horas/Hombre	Horas/Mujer
Personal directivo	5,4	1,0
Personal manager	38,4	48,9
Personal administrativo	42,6	44,6
Personal operativo	19,8	28,0

Formación técnica

Brindar elementos de formación a las personas que requieren mejorar su competencia técnica y productividad.



Formación en producto

permite a los empleados de RENAULT-Sofasa conocer nuevas tecnologías presentes en los vehículos y mejorar como embajadores de la marca.



Escuelas de destrezas

buscan que los operarios aprendan los movimientos de base de su materia (soldadura, pintura, ensamble y DLI), y que adquieran un nivel de destreza al realizar las pruebas estándar que tiene cada Escuela.



Escuela de Management

busca desarrollar competencias en todos los niveles gerenciales y directivos de la Organización, fortalecer la cultura, los valores y los principios de RENAULT-Sofasa con el RMW (*Renault Management Way*) día a día.



Bienestar de los colaboradores

¿Qué pasó en el 2015?

Encuesta de compromiso

Para RENAULT-Sofasa es fundamental generar las condiciones para que los empleados encuentren en la Empresa un espacio de crecimiento profesional y personal.

Se realizó la Encuesta de compromiso que arrojó un resultado de 92 –frente a los 96 puntos obtenidos el año anterior–. En ella se abordaron temas de soporte organizativo, compromiso con la Compañía y la Alianza Renault-Nissan entre otros.

Entre los principales hallazgos se destaca el fuerte compromiso de los empleados con la Compañía y el sentido de pertenencia. En temas como la percepción de los empleados sobre la organización del trabajo y sobre la toma de decisiones, se trabajará fuertemente para alcanzar mejores resultados.

Para dar respuesta a estos puntos, se piensa fortalecer los esquemas de comunicación, reorganización de horarios, recuperación de las buenas prácticas sociales y capacitación de los *managers*.

Beneficios

Como parte del plan de atracción y retención del talento humano, se otorgan a los empleados y sus familias diferentes beneficios económicos y la oportunidad de participar en diferentes actividades que buscan generar un ambiente de trabajo atractivo para los colaboradores e incentivar el balance vida trabajo.

Entre algunos de los beneficios se encuentran:

(G4-LA2)

Total personal excepto personal con salario integral



Seguros médicos para beneficiarios

2015 > 1.467

2013 > 1.438 | 2014 > 1.411



Medicina para el personal directivo

2015 > 14

2013 > 14 | 2014 > 14



Seguros de vida

2015 > 136

2013 > 131 | 2014 > 131



Auxilio por invalidez

2015 > 1.467

2013 > 1.438 | 2014 > 1.411

Beneficios empleados (G4-LA2)	2014		2015	
	Monto	Colaboradores beneficiados	Monto	Colaboradores
Préstamos de vivienda	1.335.000.000	53	1.335.000.000	60
Transporte	1.555.000.000		1.933.060.000	1.603
Alimentación	1.800.000.000	18.736 (servicios)	2.410.433.000	1.603
Beneficios de estudio para los empleados y sus familias	1.927.431.608	3.076	1.821.584.239	3.280
Deportes	160.000.000		164.592.000	1.603



Se destinaron COP 415 millones

para celebraciones de fechas especiales tanto para los colaboradores como para sus familias. Entre estas están la fiesta de Navidad, vacaciones recreativas y salidas de integración.

Beneficios familias	2014		2015	
	Monto	Personas beneficiadas	Monto	Personas beneficiadas
Programa de jóvenes y campamento de líderes	11.000.000	33 jóvenes y 27 niños	12.000.000	55 niños y jóvenes
Semillero de inglés	24.000.000	33 niños	30.000.000	35 niños
Campamento de líderes en el extranjero	15.000.000	1 joven	13.500.000	1 joven
Encuentros de parejas	6.500.000	15 parejas	6.800.000	15 parejas
Programas educativos para esposas de los empleados	3.000.000	196 esposas	4.000.000	180 esposas

Sistemas de participación y reconocimiento

Gente que brilla

- Esquema a través del cual se fomentan los principios del *Renault Way* (saber ser-saber actuar) y se hace un reconocimiento público por parte de los jefes a los empleados en presencia de sus familias.

Kaizen

- Este año se cumplieron 20 años de actividad Kaizen Operativa, con 82 equipos y 456 colaboradores participando en el programa.

Sistema de Ideas y Sugerencias (SIS)

- Sistema a través del cual se reciben ideas y sugerencias. Este año se presentaron 14.923 ideas que permitieron transformar la Organización.

Retos

- >> Movilizar el talento para puestos claves en niveles de mayor responsabilidad y hacia otras filiales del Grupo Renault.
- >> Atraer y retener el talento de la Organización en un mercado cada vez más competitivo.

A TRAVÉS DE **WORKLIFE**, SE ADECUARON TODOS LOS **CAFÉ RENAULT** EN LAS DIFERENTES ÁREAS DE LA COMPAÑÍA COMO PUNTOS DE ENCUENTRO E INTEGRACIÓN DE LOS COLABORADORES.



Salud y seguridad de los empleados

Para RENAULT-Sofasa el recurso humano es el principal activo de la Organización. Por eso, brindarles siempre las mejores condiciones de trabajo, libres de riesgos, es el principal objetivo. Así mismo, se trabaja para que los colaboradores cuenten siempre con buena salud y motivación y esto se traduzca en mayor productividad y calidad de los productos y servicios.

Para lograrlo, continuamente se plantean estrategias de detección temprana de enfermedades laborales y de riesgos, a partir de las cuales se establecen medidas de prevención y protección que permiten disminuir los accidentes.

DURANTE EL 2015 SE TRABAJÓ CON LA METODOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN DE **RIESGOS RA**. EL OBJETIVO QUE SE PLANTEÓ RENAULT-SOFASA FUE REDUCIR EL 25% PERO SE **SUPERÓ EL OBJETIVO** CON UN 29%.

¿Qué pasó en el 2015?

Durante este año, la Casa Matriz Renault estableció un plan de trabajo orientado a la identificación, valoración y control del riesgo a través de la formación del personal *manager* con el fin de que esta práctica se difunda y sea aplicada por todos los responsables del control y disminución del riesgo.

Dicho plan está directamente relacionado con la metodología inglesa RA (*Risk Assessment*) adoptada por todas las fábricas del Grupo y hace parte de un plan de ruptura para la disminución de la accidentalidad, junto con "Los 10 fundamentales de seguridad" (reglas obligatorias de seguridad) y la campaña motivacional "**YO TE CUIDO; TÚ TE CUIDAS, JUNTOS NOS CUIDAMOS**". Esta campaña busca hacer de la seguridad una responsabilidad de todos, y en ella la familia es el eje de la comunicación.

Se obtuvo la recertificación en el Sistema de Gestión OHSAS

18001



Sumado a esto, se realizó en el mes de mayo la Semana de la Salud y la Seguridad y, siguiendo la orientación de la Organización Mundial de la Salud (OMS), se trabajó como tema principal el cáncer de seno. Durante la semana se realizaron diferentes actividades como:

- > Conversatorios sobre cáncer de seno apoyados por la FUNDACIÓN RENAULT.
- > Exámenes de prevención de cáncer tanto para mujeres como para hombres.
- > Seguimiento de riesgo cardiovascular a los empleados mayores de 40 años.

- > Realización de exámenes médicos y perfil lipídico.
- > Conferencias sobre alimentación saludable, clases de zumba y yoga y otros deportes.

Además, se dio continuidad al programa de preparación física que se desarrolla desde el 2013, con el cual se logró fortalecer segmentos corporales como troncos, brazos y piernas de 80 empleados del área de producción. A lo largo de la ejecución del proyecto se han obtenido ganancias significativas en mejoramiento de la fuerza y flexibilidad, y en algunos casos se ha logrado pérdida de peso.

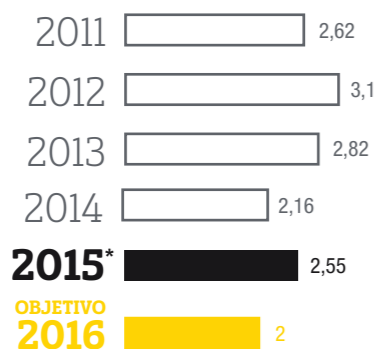
(G4-LA6) Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, ausentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, distribuidas por género

Aspecto	Mujeres			Hombres			Contratistas	
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2014	2015
Víctimas mortales	0	0	0	0	0	0,00	0	0
Enfermedades	0,001	0	0	0,001	0	2,00	0,01	0
Índice de lesiones	0,0426	0	0	0,004	0,002	0,00	0,04	0,06
Índice de días perdidos	0,17	0,01	0	0,01	0,08	0,10	0,27	0,25
Índice de ausentismo (dato no discriminado por género)	-	1,28*	1,09	-	1,28*	1,09	0,64	0,69

* (G4-LA6) El dato del año 2014 de ausentismo fue rectificado por esto el dato ha cambiado.



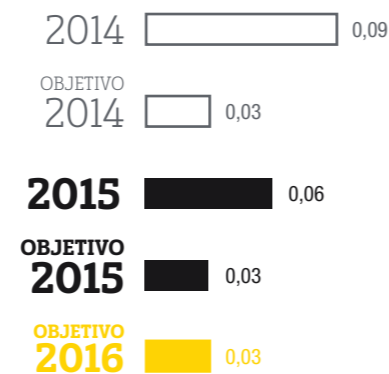
F1 (Número de accidentes por millón de horas trabajadas)



* El objetivo de accidentalidad no se alcanzó debido a un incremento en la frecuencia en el mes de octubre.



Indicador G-severidad (Número de días perdidos por 1.000 horas trabajadas)



Retos

- >> Reducir el nivel de accidentes por millón de horas trabajadas, que en el 2015 fue de 2,5, a 0,6 en el año 2018.
- >> Mejorar las condiciones ergonómicas a 2018 para pasar del 52% de puestos verdes (con bajo riesgo ergonómico) al 70%.
- >> Aumentar el confort térmico de la planta.

Comunidad

El compromiso del Grupo Renault es generar valor para la comunidad a través de diferentes iniciativas alineadas con el foco del negocio, que buscan mejorar tanto la calidad de vida de las personas como propender por el crecimiento sostenible de las ciudades, la diversidad y el desarrollo humano.

Para lograr esto, el Grupo Renault, RENAULT-Sofasa y la Fundación Renault establecieron ejes de trabajo en inversión social dando respuesta a necesidades de la comunidad en seguridad vial, capital humano (educación y diversidad), movilidad sostenible y medio ambiente.

Algunas actividades de Responsabilidad Social Empresarial enfocadas en estas cuatro líneas fueron gestionadas directamente por la Fundación Renault, la cual desde el 2014 se encarga de articular estos ejes de acción.



Movilidad sostenible y seguridad vial

Siendo el foco del negocio la producción y venta de vehículos, toman gran relevancia para la Organización la movilidad y la seguridad vial. A través de los kits pedagógicos de seguridad y movilidad para todos "La Calle y Yo", el concurso internacional "Tus ideas, tus iniciativas" y la sala de seguridad vial en Maloka, y de la mano con entidades públicas y privadas, se busca sensibilizar y educar a los niños y niñas entre 7 y 17 años en diferentes ciudades del país, generando conciencia sobre la importancia de las señales de tránsito, la responsabilidad como actor de la vía, el uso del transporte público y la bicicleta como alternativa amigable con el medio ambiente.



LA CALLE

Y YO

¡JUNTOS, JUGUEMOS LA CARTA DE LA MOVILIDAD!



Fundación Empresarios por la Educación

¿Qué pasó en el 2015?

- Se entregaron 340 cartillas al Colegio Liceo Francés de la ciudad de Bogotá, para promover la seguridad vial y la movilidad en alumnos de primaria, en idioma español, inglés y francés. Estas se suman a las ya entregadas al Colegio Montessori en 2014, y a cuatro instituciones educativas públicas en el municipio de Envigado (Antioquia).
- **Concurso Internacional “Tus Ideas, tus iniciativas”**
Se invitaron jóvenes entre 15 y 17 años y sus docentes para desarrollar y promover acciones creativas y educativas para mejorar la seguridad vial y la movilidad sostenible, buscando un entorno social más saludable. Participaron docentes y estudiantes de cuatro instituciones en Bogotá y Medellín.
- **Apoyo al Concurso de Seguridad Vial - Programa de Jóvenes Líderes de RENAULT-Sofasa**
Concurso en el cual los hijos de empleados recibieron una formación en seguridad vial por parte de la Secretaría de Movilidad de Envigado y a partir de allí presentaron un proyecto para mejorar la seguridad y movilidad en su comunidad. El ganador recibió un pase para el Campamento de Líderes en el Exterior.
- **Foro de Seguridad Vial “Vía Viva”**
La Fundación Renault participó en el foro realizado el 17 de septiembre de 2015 en el Concejo de Medellín en el que se reunieron expertos internacionales, nacionales y actores locales frente a temas de seguridad vial y movilidad humana en Lati-

noamérica, Colombia y la ciudad. El foro fue cofinanciado por Colciencias, organizado por la Alcaldía de Medellín y la Iniciativa de Seguridad Vial de la Universidad de Antioquia.

Otras actividades que se realizaron fueron la formación de 30 bomberos de las estaciones de Envigado, Sabaneta, Caldas, Medellín, Yarumal, Copacabana y Rionegro, en vehículos eléctricos. Así mismo, la Fundación le ha brindado apoyo a la Compañía en la elaboración del plan estratégico de seguridad vial. Se adelantaron también alianzas con otras entidades para seguir promoviendo conciencia sobre la importancia de la educación en seguridad vial, ya que los incidentes viales son la primera causa de mortalidad de niños y niñas entre 5 y 14 años en Colombia (Fuente: DANE 2010-2015).

- **Sala Maloka: “Conciencia en la Vía. Seguridad + Tecnología”**
En conjunto con Maloka y Liberty Seguros, se entregaron 8.000 entradas al museo interactivo Maloka para niñas y niños de 57 instituciones educativas públicas, de las localidades de Kennedy, Bosa, Tunjuelito, Suba, Engativá, Ciudad Bolívar, Rafael Uribe Uribe, Chapinero, Teusaquillo, Usme, Santa Fe y Barrios Unidos de la ciudad de Bogotá. Se tuvieron también instituciones de los municipios de Soacha, Bojacá y Puerto Inírida, y del departamento de Boyacá. Esto con el fin de sensibilizar en la importancia y responsabilidad como ciudadanos, peatones, pasajeros y conductores, enmarcados dentro de las dinámicas de comportamiento ciudadano.

Medio Ambiente

La inversión ambiental es uno de los principales focos determinados desde la Casa Matriz donde se otorga principal relevancia a temas como cambio climático, protección de los recursos, ecosistemas y manejo ambiental. Durante 2015 se apoyaron diferentes iniciativas que contribuyeron a la sensibilización, promoción y protección del medio ambiente.



¿Qué pasó en el 2015?

- Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP21) - Renault Patrocinador Oficial**
 Durante el evento en París, se pusieron a disposición 200 vehículos eléctricos de la Alianza Renault-Nissan "Z.E- Cero emisiones", como muestra del compromiso de la empresa para la reducción de emisiones. En Colombia la muestra más contundente de este compromiso fue el lanzamiento del Renault Twizy, el biplaza 100% eléctrico que apuesta por la movilidad urbana.
- Semana del Medio Ambiente en RENAULT- Sofasa**
 La Fundación apoyó la sensibilización frente al cambio climático, a través del cálculo de la huella ecológica con los trabajadores de la compañía, indicador de impacto ambiental generado por la demanda humana sobre los recursos de los ecosistemas, relacionado con la capacidad ecológica del planeta para regenerar sus recursos.
- Donación a Granja Ecológica El Porvenir para la recuperación de la cuenca baja del río Bogotá, a la altura del Salto del Tequendama**
 Desde 2011, la Compañía ha colaborado con la siembra de un bosque de 1.253 árboles nativos y 323 replantados, la cual ha permitido restaurar ecológicamente la periferia del río Bogotá. Gracias a dicha iniciativa se han generado impactos positivos en la producción de oxígeno, la captación de carbono y la conservación del recurso hídrico de la región.

Capital humano

Educación

La educación en el Grupo Renault es vista como el motor que incentiva el crecimiento profesional de las personas y que posteriormente les permitirá acceder al mundo laboral o incluso emprender sus propios proyectos empresariales. A través de la Fundación Renault, se busca generar impactos significativos en la vida de las personas, ser un ente transformador que contribuya a la construcción de una sociedad más equitativa a través de la inclusión.

Hoy en día RENAULT-Sofasa cuenta con alianzas importantes con otras empresas e instituciones para fomentar y mejorar la calidad de la educación en el país.



Convenio con la Fundación Empresarios por la Educación en el Urabá.

¿Qué pasó en el 2015?

- Programa de Becas Renault-Germán Camilo Calle entre comillas**
 En asocio con EAFIT, Fundación Solidaria UPB y la Fundación UNINORTE, se otorgaron nuevas becas a jóvenes en situación de vulnerabilidad, para realizar estudios superiores en ingeniería, en una institución superior de calidad. En 2015 se completaron nueve estudiantes becados; se realizó un almuerzo en las instalaciones de la planta con los beneficiarios y con miembros del Comité Ejecutivo de la Organización.
- Membresía Fundación Empresarios por la Educación**
 Desde el 2015 la Fundación Renault hace parte de la Fundación "Empresarios por la Educa-

ción", que cuenta con 12 capítulos regionales y aliados con las secretarías de educación del país. Se acompañan 1.081 directivos docentes en 18 entidades territoriales en el desarrollo de competencias de liderazgo escolar. Se generan instancias de articulación público-privada con 50 secretarías de educación. 12 universidades públicas y privadas vinculadas con la Fundación, acompañan la implementación de programas. Integran ambientes físicos, procesos pedagógicos y de convivencia en 35 escuelas de siete entidades territoriales. La Fundación busca trabajar por el fortalecimiento del liderazgo escolar, la generación de ambientes dignos para el aprendizaje, la convivencia, y la movilización e incidencia en política pública.





- **Convenio con la Fundación “Empresarios por la Educación” en el Urabá “Por un sueño posible”**

La Fundación Renault, mediante el Convenio con la Fundación “Empresarios por la Educación” y con un aporte de recursos de más de 100 millones de pesos, acompañó a través del programa Rectores Líderes Transformadores (RLT), a la región del Urabá, para contribuir con la transformación de las instituciones educativas de la región en ambientes de aprendizaje más propicios para que las niñas, niños y jóvenes desarrollen sus procesos formativos. Urabá fue priorizada por la administración departamental debido a que presenta el índice de desarrollo más bajo de Antioquia y tiene altas necesidades en educación, lo cual se evidencia en los bajos resultados de las pruebas “Saber”. Por medio del convenio se aunaron esfuerzos, acciones, capacidades, conocimientos y recursos entre las fundaciones para acompañar, dar seguimiento y socializar los avances del proceso de transformación personal e institucional liderado por los 16 rectores participantes del programa “Rectores Líderes Transformadores” en la Cohorte 2013-2014.

De esta manera se impactó positivamente a unos 25.000 alumnos.

- **Convenio Marco de Cooperación con el SENA y el Ministerio de Educación de Francia.**

Certificación Centro CCT Cazucá

Este convenio busca mejorar el nivel de formación de instructores y aprendices en el área de mecánica automotriz del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), teniendo como base la tecnología Renault. En noviembre de 2015 se certificó el Centro de Tecnología y Transporte (CTT) del SENA en Cazucá, como Centro de Formación Renault, allí se contó con 63 aprendices, 22 instructores y 3 COTECH certificados, contribuyendo con ello al desarrollo del talento humano y al crecimiento económico, social y educativo del país.

- **Renault Experience y Concurso Desafío Renault Experience**

Este programa, que involucra a los directivos de la Organización, busca fortalecer la relación entre la

empresa y la academia, así como incentivar el interés de los estudiantes universitarios de diferentes áreas de formación, por el sector automotor. El concurso “Desafío Renault Experience”, gestionado desde la Fundación Renault, reconoce a los jóvenes de las universidades aliadas que presentan proyectos científicos y académicos enfocados en brindar soluciones innovadoras para la industria automotriz. En 2015 evaluó 16 proyectos, presentados por 27 estudiantes de EAFIT y de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín; de ICESI, en Cali; de la Universidad del Norte, en Barranquilla, y de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. El proyecto ganador, que fue diseñado por David Giraldo, estudiante de la Universidad Pontificia Bolivariana, consiste en un sistema que permite dar aviso al propietario cuando la batería del vehículo esté a punto de descargarse, antes de que pueda quedar inmovilizado. El premio mayor fue un viaje para conocer la planta de Renault en Curitiba, Brasil.



Fundación Empresarios por la Educación



Fundación Secretos para Contar



Fundación Secretos para Contar



Fundación Secretos para Contar

- **Fundación Secretos para Contar**

La Fundación Renault se vinculó con la Fundación Secretos para Contar, con el objetivo de fortalecer la lectura y la educación de familias escolarizadas y maestros rurales de municipios de Antioquia. Se hizo entrega de una colección de libros de las series "Secretos para Contar", dentro del programa integral que incluye talleres de promoción y dotación del material de lectura. Se beneficiaron más de mil familias.

- **Donación de motores**

Desde la Fundación Renault se gestiona la donación de algunos motores por parte de RENAULT-Sofasa a instituciones de educación superior. En 2015 se donaron motores K7J para uso académico a la Universidad Pontificia Bolivariana, la Universidad de Antioquia, la Universidad EAFIT, la Universidad del Norte, el SENA de Medellín y la Universidad Los Libertadores en Bogotá.

Diversidad

La inclusión y la diversidad hacen parte fundamental de la esencia de la Organización y por lo tanto se permea a todos los procesos, proyectos y personas que deben obedecer a los principios de no discriminación e igualdad.

A través de diferentes iniciativas enmarcadas bajo el programa Women@Renault se promueve la no discriminación de género, raza o condición física.

¿Qué pasó en el 2015?

- **Donación Kangoo a la Fundación Luis Fernando Montoya**

En 2015 se realizó la transformación y entrega de un vehículo RENAULT Kangoo a la Fundación Luis Fernando Montoya.

▶ RENAULT-SOFASA **TRABAJA EN ALIANZA** CON OTRAS EMPRESAS E INSTITUCIONES PARA FOMENTAR Y MEJORAR LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN EN EL PAÍS.





- **Patrocinio a Special Olympics**
La Fundación Renault patrocinó a 18 deportistas colombianos que representaron al país en los Juegos Mundiales de Verano de Special Olympics para personas con discapacidad intelectual. Los colombianos obtuvieron un total de nueve medallas.
- **Asociación Obras Sociales de la Policía - AOS**
Se donaron un Renault Kangoo y un Renault Sandero a la Asociación AOS, liderada por las esposas de policías. Esta asociación promueve la ayuda a los familiares de uniformados que se encuentren en situación de vulnerabilidad y calamidad personal.
Desde la red Women@Renault también se realizaron donaciones a la asociación AMESE y las fundaciones FURNICÁNCER y FUNDAYAMA, que apoyan a niños y niñas, jóvenes y mujeres con cáncer y a sus familias.

Otras actividades

- **Voluntariado "Un Techo para mi País"**
En el marco de Women@Renault se realizó un voluntariado con 12 empleados de RENAULT-Sofasa. Durante dos días participaron en la construcción de una vivienda de emergencia para una familia en Altos de Oriente, en la vereda Granizal, de Bello, Antioquia.
- **Donación PROANTIOQUIA a través de la cual se apoyan iniciativas educativas como:**
 - Ser + Maestro.
 - Premios a la calidad de la Educación de Medellín y Antioquia en conjunto con cinco universidades.
 - Red de Gestión y Calidad Educativa de Medellín.
 - Proyectos Estratégicos de la Alcaldía para aumentar los cupos en las instituciones educativas.
 - Comunidades empresariales de aprendizaje para asesorar a emprendedores.
 - Proyectos estratégicos de la región, como el Plan de Desarrollo de Urabá.



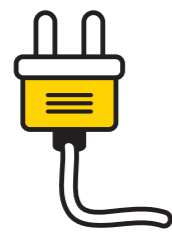


Desempeño ambiental

o o 76 Energía, residuos, emisiones, recurso hídrico, vertimientos

Medio ambiente

Partiendo de la filosofía de RENAULT-Sofasa y de los lineamientos impartidos por el Grupo Renault, se desarrollan programas para garantizar el uso racional de energía y agua y la gestión eficiente de residuos y emisiones. De esta manera se logra disminuir el impacto sobre el medio ambiente. Así mismo, siempre se garantiza el cumplimiento de las normas ambientales en todos los procesos.



Energía

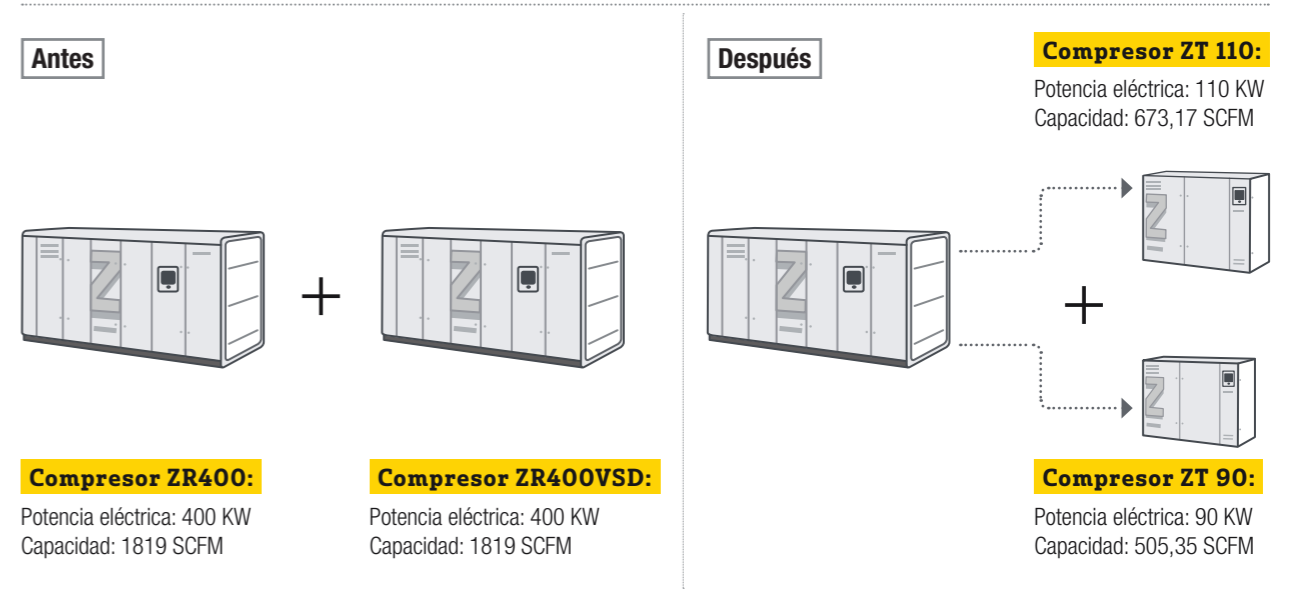
Aualmente se define desde el área de Producción un plan de ruptura que, a través de diferentes actividades, buenas prácticas, sensibilización y adquisición de nuevas tecnologías, permite una mayor eficiencia en el uso del recurso para alcanzar los objetivos de reducción.

¿Qué pasó en el 2015?

Iniciativas de reducción (G4-EN6)

Iniciativa	Tipo de energía	Reducción obtenida
Cambio de anillos red aire por tubería de aluminio: modernización en la configuración en la red de aire comprimido para disminuir ineficiencias en la red.	Eléctrica	1kWh/veh.
Instalación de gobernador sala de compresores.	Eléctrica	3kWh/veh.
Instalación de variadores de velocidad y bombas recirculación estados TTS (Túnel de Tratamiento de Superficies): optimización de operación de bombas.	Eléctrica	0,5 kWh/veh.
Iluminación LED (Salón de Producción).	Eléctrica	0,5 kWh/veh.
Cambio de quemadores Surfacer y Esmaltes: optimización de mezcla de aire y gas natural.	Gas natural	1 kWh/veh.
Turburador para aumento en la eficiencia de la caldera TTS (Túnel de Tratamiento de Superficies): mejora la mezcla entra aire y gas natural.	Gas natural	1 kWh/veh.

- **Instalación de gobernador sala de compresores:** se presentaban ineficiencias en la producción de aire comprimido, por tener dos compresores de gran potencia y una demanda pequeña. Por eso se realizó el cambio de un compresor grande por dos pequeños, los cuales atienden la demanda según el tamaño, generando ahorros significativos en el consumo de energía para la producción de aire comprimido.



Intensidad energética (G4-EN6)

kWh/vehículo	2012	2013	2014	2015
Electricidad	258	253	264	272
Gas natural	310	311	319	327

- A pesar de los esfuerzos realizados, algunas ineficiencias asociadas al nuevo proyecto no permitieron cumplir los objetivos de reducción del consumo de energía.
- Durante el 2015 se tuvo el consumo de energía más bajo por vehículo producido frente a las otras plantas de producción de la Región América.

(G4-EN3) Consumo de energía de la planta e instalaciones administrativas en Envigado - Antioquia



Consumo energía eléctrica
24.301.158 kWh

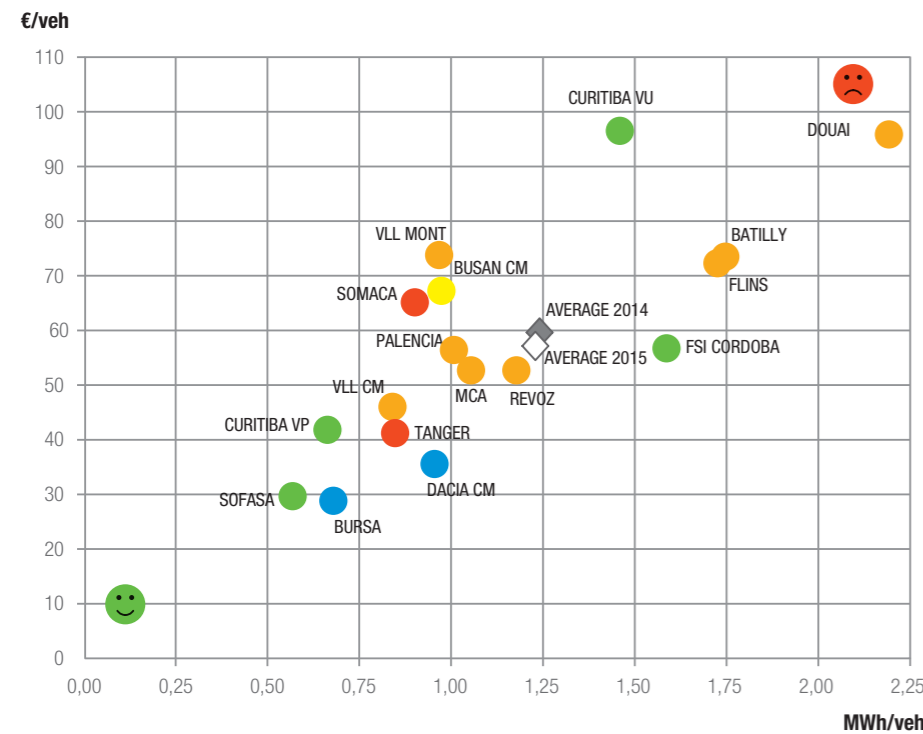


Consumo gas natural
25.360.201 kWh



Consumo total de energía
49.661.359 kWh

Desempeño energético de las plantas Renault en el mundo
MWh/veh. y €/veh.



Retos

- >> Continuar la búsqueda de la optimización de diversos procesos y del consumo de energía para continuar siendo competitivos a nivel nacional e internacional.
- >> Buscar e implementar proyectos de energías renovables.
- >> Mantener el liderazgo entre las plantas de la Región América en la eficiencia en el consumo de energía.

Emisiones de CO₂

El cambio climático es una problemática mundial en la que todos los agentes de la sociedad inciden y por la que todos, de manera directa o indirecta, se ven impactados.

RENAULT-Sofasa no es ajena a esta situación y por lo tanto, durante los últimos años ha venido calculando la huella de carbono de algunas de sus actividades en las emisiones directas (alcance 1) e indirectas (alcance 2) Para identificar aquellos puntos en los que se generan más emisiones para poder implementar planes que permitan reducciones significativas y mayores eficiencias en los procesos.

¿Qué pasó en el 2015?

- Durante el 2015 se presentaron aumentos en las emisiones de gases de efecto invernadero, GEI, asociadas principalmente al incremento en el consumo de energía, combustibles y a nuevos procesos como el banco de rodajes (sitios de pruebas estáticas donde se generan emisiones).

Emisiones directas (alcance 1) (G4-EN15)

Ton eq CO ₂	2012	2013	2014	2015
Instalaciones de combustibles	3.959	4.397	4.069	4.654
Transporte*	117	93	56	2.408
Emisiones fugitivas	2.164	2.243	2.110	185
Banco de rodaje				3.232
Total emisiones directas	6.240	6.733	6.235	10.480

* Para el 2015 se presentó un incremento en el indicador ya que durante este año se aumentó la flota de vehículos de servicios, lo cual generó un mayor consumo de combustible.

Emisiones indirectas (alcance 2) (G4-EN16)

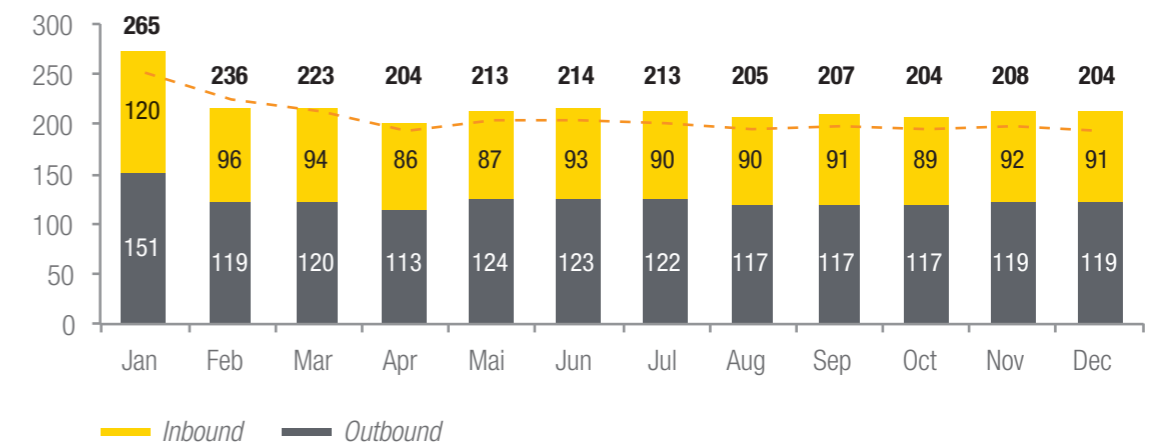
Ton eq CO ₂	2012	2013	2014	2015
Emisiones indirectas T eq CO ₂	3.421	3.321	2.035	3.769

Intensidad de emisiones CO₂ indirectas kg eq CO₂/vehículo (asociados a consumo de energía y gas) (G4-EN18)

	2012	2013	2014	2015
Intensidad de emisiones por unidad	-	103	88	110

- Gracias al ejercicio que se viene adelantando en materia de logística *inbound* y *outbound*, se han obtenido importantes reducciones en las emisiones de CO₂ generadas a lo largo de estas etapas. (G4-EN17)

Kg CO₂/vehículo 2015



Retos

- >> Para el 2106 se cuenta con planes de ruptura que incluyen acciones encaminadas a disminuir los consumos de energía y combustibles.
- >> A partir de la implementación de los planes de reducción de consumo energético se espera llegar a 100 kg CO₂ eq/veh.
- >> Para los procesos logísticos de *inbound* y *outbound* se tienen como metas de reducción:
 - > *Inbound*: 1,5 kg CO₂/vehículo = -1,7%
 - > *Outbound*: 2 kg CO₂/vehículo = -1,7%
 - > Total de reducción esperada: 3,5 kg CO₂/vehículo = -1,7%

Agua

Con el compromiso de hacer un uso eficiente del recurso hídrico, se han diseñado e implementado diferentes iniciativas de gran alcance que han dado lugar a reducciones significativas en la captación de éste. Así mismo, es un reto continuar realizando actividades que busquen disminuir continuamente el consumo de agua.

Con el propósito de prevenir y disminuir el impacto ambiental generado por la operación de la Compañía, se han llevado a cabo algunos proyectos que han logrado la reducción en el consumo.

¿Qué pasó en el 2015?

- Ampliación del área de techos para la captación de aguas lluvias.
- Instalación de sistemas ahorradores de agua en baños.
- Realización del programa integral de seguimiento y control de fugas.
- Instalación de sensores de nivel para llenado de fosas de pintura.



CONSTRUCCIÓN DE LA PLANTA DE TRATAMIENTO DE **AGUA DE POZO**, PARA USO EN EL PROCESO.

Captación de agua (m3) (G4-EN8)

	2012	2013	2014	2015
Agua dulce proveniente de fuentes superficiales incluyendo agua procedente de humedales, ríos, lagos.	0	0	0	0
Aguas subterráneas.	0	0	0	0
Aguas pluviales.	N/A	782	1.385	2.652
Aguas residuales de otra organización.	0	0	0	0
Suministro de agua municipal o de otras empresas de aguas.	186.872	184.130	158.495	178.246

* El consumo de agua total aumentó por el incremento en la producción de vehículos durante el 2015.

Reutilización agua (G4-EN10)

	2012	2013	2014	2015
Volumen de agua reutilizada (m³).	31.654	11.654	16.064	20.481
% de agua reciclada respecto al consumo.	17%	6%	10%	11%

Intensidad de consumo de agua

	2012	2013	2014	2015
m³ consumidos por unidad producida.	2,65	2,47	2,28	2,20

*El consumo de agua por unidad producida disminuyó gracias a las acciones que se describieron anteriormente.

Retos

- >> Aprovechamiento de aguas subterráneas a partir del comienzo de la operación de la planta de tratamiento de aguas de pozo. Dicho avance permitirá dejar de demandar del acueducto municipal aproximadamente 300 m³ diarios de agua potable.



Residuos sólidos

Como política de la Empresa y dando cumplimiento a la normativa nacional, se cuenta con un manejo integral de residuos sólidos que incluye actividades de caracterización, formación, prevención, minimización, separación en la fuente, almacenamiento, transporte, aprovechamiento, valorización, tratamiento y/o disposición final.

¿Qué pasó en el 2015?

- Se alcanzaron reducciones en la generación de residuos peligrosos, gracias a diferentes iniciativas:
 - > Tratamiento químico en fosas de pintura que permitieron deshidratar eficientemente los lodos.
 - > Recuperación de solventes en la Compañía.
 - > Reciclaje de mastic y reincorporación al proceso.
 - > Cambio de canecas a bidones retornables de algunos fluidos hidráulicos.
- Por el desarrollo de los nuevos proyectos, se hizo necesario adquirir insumos nuevos. Esto generó aumento en la generación de residuos no peligrosos, por el material de embalaje necesario para su transporte.

Residuos generados (peso en kg) (G4-EN23)

	2014	2015	2015
Residuos no peligrosos	97%	97%	8.993.287
Residuos peligrosos	3%	3%	240.072
TOTAL	100%	100%	9.233.359

Residuos peligrosos (peso en kg) (G4-EN23)

Residuo	Disposición	2012	2013	2014	2015
Baterías	Aprovechamiento posconsumo	1.816	1.480	430	2.070
Canecas	Aprovechamiento	9.900	5.050	19.980	15.520
Cera P3	Co-procesamiento	21.580	8.480	27.990	37.490
Aceites usados	Aprovechamiento	1.160	2.790	2.240	1.000
Disolvente	Aprovechamiento	15.580	7.785	-	-
Lámparas de neón	Aprovechamiento	1.480	930	950	1.140
Lodos de pintura	Co-procesamiento	105.540	168.810	153.270	132.310
Material impregnado	Co-procesamiento	177.740	117.560	44.910	50.387
Hospitalarios	Incineración	120	147	158	155
TOTAL		334.916	313.032	249.928	240.072

Residuos peligrosos transportados desde RENAULT-Sofasa hasta fuentes/proveedores externos (G4-EN25)

Residuo	2014			2015		
	Tratamiento	Fuente/proveedor	Peso kg	Tratamiento	Fuente/proveedor	Peso kg
Lodos, material impregnado, cera P3, hospitalarios	Incineración/ Co-procesamiento	Ecoeficiencia Holcim Tecniamsa Enviaseo	226.328	Incineración/ Co-procesamiento	Ecoeficiencia Holcim Enviaseo	220.342
Aceite/disolvente	Aprovechamiento	Ecoeficiencia	2.240	Aprovechamiento	Ecoeficiencia	1.000
Baterías/lámparas/tambores	Aprovechamiento	MAC Biológicos y contaminados	21.360	Aprovechamiento	MAC Biológicos y contaminados	
TOTAL			249.928			221.342



Peso de los residuos NO peligrosos (en kg) (G4-EN23)

Disposición	2012	2013	2014	2015
Residuos reciclables	10.552.173	10.643.990	7.430.979	8.400.156
Compostaje	158.880	151.042	149.860	194.221
Disposición final	497.280	523.950	487.060	398.910
	11.208.333	11.318.982	8.067.899	8.993.287

Retos

- >> Implementar el sistema de tratamiento externo para las aguas de las fosas de pintura, lo cual permitirá retirar en línea los lodos y deshidratarlos mecánicamente.

Vertimientos

En materia de vertimientos la Empresa cuenta con una planta de tratamiento físico-química donde se reciben los vertimientos provenientes del proceso industrial, entregando un efluente de excelente calidad al sistema de alcantarillado municipal, para luego realizar un pulimiento biológico en la planta de tratamiento de aguas residuales San Fernando.

¿Qué pasó en el 2015?

- El aumento en la producción se vio reflejado en un incremento en el consumo de agua y por ende en la cantidad de vertimientos generados y tratados.

Vertimientos planificados (m3/año) (G4-EN22)

Vertimiento	2012		2013		2014		2015	
	ARI	ARD	ARI	ARD	ARI	ARD	ARI	ARD
Tipo de agua	Físico, químico y biológico		Físico y biológico		Físico y químico	Físico, químico y biológico	Físico y químico	Físico, químico y biológico
Destino	PLANTA DE TRATAMIENTO MUNICIPAL							
Volumen	98.204	17.647	95.375	14.239	80.709	13.717	89.636	20.200
TOTAL	115.851		109.614		94.426		109.836	

Gastos e inversión ambiental (COP) (G4-EN31)

Tratamiento	2012	2013	2014	2015
	Tratamiento y eliminación de residuos	405.911.763	365.178.385	367.400.000
Costos de eliminación de residuos, tratamiento de emisiones y costos de remediación	22.575.000	30.000.000	26.000.000	265.000.000
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	351.102.366
Certificación externa de sistemas de gestión	15.000.000	15.484.675	14.393.113	15.000.000
Costos de prevención y gestión ambiental	57.246.236	58.000.000	64.000.000	65.300.000
Otros costos de gestión ambiental	95.000.000	235.747.766	159.606.887	150.000.000
TOTAL	929.912.390	1.089.437.258	1.031.400.000	1.154.263.766

**Retos**

- >> En la medida en que se desarrollen los proyectos de consumo de agua se generarán reducciones en la generación de vertimientos.
- >> Dar cumplimiento a la nueva normativa sobre vertimientos que entrará en vigencia en el 2016.

—
Tabla GRI



ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI-G4

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

REFERENCIA GRI	UBICACIÓN O RESPUESTA
Estrategia y análisis	
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla. Págs. 4
Perfil de la Organización	
G4-3	Nombre de la organización. RENAULT-Sofasa
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes. Págs. 13 y 14
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización. La sede principal de RENAULT-Sofasa es en la ciudad de Envigado, Colombia.
G4-6	Países donde opera la organización y países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad que se abordan en la memoria. Colombia.
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica. Sociedad Anónima
G4-8	Mercados que sirve. Págs. 13 y 19
G4-9	Tamaño de la organización -Número de empleados. -Número de operaciones. -Ventas netas y capitalización. Págs. 13, 14, 17 y 19
G4-10	Plantilla de empleados de la organización. Pág. 19
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos. Pág. 56
G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización. Pág. 46
G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización. No se presentaron cambios significativos durante el 2015.
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 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 combustible 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. Pág. 20
G4-16	Gremios y asociaciones. Pág. 20
Aspectos materiales y cobertura	
G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. 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. Los resultados financieros presentados en este informe incluyen: Sofasa, TMX y Plan Rombo. La información de sostenibilidad solo abarca RENAULT-Sofasa.

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

REFERENCIA GRI	UBICACIÓN O RESPUESTA
G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria. Pág. 2
Participación de los grupos de interés	
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización. Pág. 20 Para mayor información, consultar el informe de sostenibilidad RENAULT-Sofasa 2014.
Perfil de la memoria	
G4-28	Periodo objeto de la memoria. Enero - diciembre 2015.
G4-29	Fecha de la última memoria. Enero - diciembre 2014.
G4-30	Ciclo de presentación de memorias. Anual.
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria. Notificaciones.sofasa@renault.com Fundacion@renault.com
G4-32	Opción de conformidad. El presente informe se basa en los lineamientos de GRI 4.0.
G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. El presente reporte no será enviado a verificación de un tercero.
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. Págs. 24, 25 y 26
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. Pág. 26
G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno. Pág. 26
G4-37	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. Pág. 26
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités. Pág. 24
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. Pág. 24
G4-40	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. Los miembros de Junta son elegidos 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.

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

REFERENCIA GRI	UBICACIÓN O RESPUESTA
G4-42	<p>Describe 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 la misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la Organización.</p> <p>Como máximo órgano de gobierno la Junta representa los intereses de la Sociedad, toma de 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, delega al Presidente de la Organización para la toma de decisiones. Además, es el principal encargado 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.</p>
G4-48	<p>Indique cuál es el 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.</p> <p>El Comité Ejecutivo es el encargado de aprobar la memoria de sostenibilidad y posteriormente se presenta a la Junta Directiva a título informativo.</p>
G4-51	<p>Describe las políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección, de acuerdo con los siguientes tipos de retribución.</p> <p>Los miembros principales 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 ad honorem. RENAULT-Sofasa únicamente paga los gastos en que incurra por su asistencia a la reunión. Para el caso de los suplentes son honorarios por hora de asistencia de la Junta, estos honorarios son dispuestos por lineamientos de Casa Matriz.</p>
G4-52	<p>Describe 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.</p> <p>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 Casa Matriz, teniendo como base una política salarial determinada y se revisa la competitividad con encuestas salariales de Hay Group.</p>
Ética e integridad	
G4-56	<p>Describe los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.</p> <p>Pág. 9 y 29</p>
G4-57	<p>Describe 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.</p> <p>Pág. 29</p>
G4-58	<p>Describe los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.</p> <p>Pág. 9 y 29</p>

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI-G4

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

REFERENCIA GRI	UBICACIÓN O RESPUESTA	OMISIÓN
DESEMPEÑO ECONÓMICO		
Desempeño económico		
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Págs. 32 y 33
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	Pág. 17
DESEMPEÑO AMBIENTAL		
Energía		
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Págs. 76 y 78
G4-EN3	Consumo energético interno.	Pág. 77
G4-EN5	Intensidad energética.	Pág. 77
Agua		
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Pág. 80
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	Pág. 80
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	Pág. 80
Emisiones		
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Págs. 78 y 79
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	Pág. 78
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	Pág. 79
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	Pág. 79
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	Pág. 79
Efluentes y residuos		
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Págs. 82, 83 y 85
G4-EN22	Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino.	Pág. 85
G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Pág. 82 y 83
G4-EN24	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No se presentaron derrames en el período cubierto por la memoria.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

REFERENCIA GRI	UBICACIÓN O RESPUESTA	OMISIÓN	
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea 2 y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Pág. 82	El dato no se presenta en porcentaje
Cumplimiento regulatorio			
G4-EN27	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	Durante el 2015 no se presentaron multas.	
General			
G4-EN31	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente.	Pág. 85	
Evaluación ambiental de proveedores			
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Pág. 47 Para ampliar la información, consultar el informe de sostenibilidad del 2014.	
DESEMPEÑO SOCIAL			
Prácticas laborales y trabajo digno			
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Pág. 56-60	
G4-LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	Pág. 96	Se presenta el número de ingresos y egresos por género y rango de edad
G4-LA2	Prestaciones 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.	Pág. 59	
Salud y seguridad en el trabajo			
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Pág. 61 y 62	
G4-LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	Pág. 97	
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	
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.	El 100% de los empleados están representados en el COPASST.	
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.	Pág. 62	El dato del índice de ausentismo no se presenta discriminado por sexo

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

REFERENCIA GRI	UBICACIÓN O RESPUESTA	OMISIÓN	
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.	2014: 45 2015: 32 La ficha de evaluación ergonómica permite evaluar la condición de cada puesto de trabajo referente al nivel de carga física con relación al nivel de postura y esfuerzo, así mismo el nivel de carga mental, en regulación y complejidad. Al final sale la anotación de si el puesto es satisfactorio (verde), con restricciones (amarillo) o con restricciones y mejoras a realizar de forma inmediata (rojo).	
Capacitación y educación			
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Pág. 58	
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Pág. 58	
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	Pág. 58	
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Pág. 56	
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.	Pág. 97	
Evaluación de prácticas laborales en proveedores			
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	Pág. 47 Para ampliar la información, consultar el informe de sostenibilidad del 2014.	
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			
Evaluación de proveedores en Derechos Humanos			
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los Derechos Humanos.	Pág. 47 Para ampliar la información, consultar el informe de sostenibilidad del 2014	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

REFERENCIA GRI	UBICACIÓN O RESPUESTA	OMISIÓN
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. Durante el 2015 no se presentaron reclamaciones relacionadas con Derechos Humanos. Durante el 2015 el Grupo Renault suscribió la iniciativa "Committing Together for Sustainable Growth and Development", un acuerdo vinculante en estos temas, principalmente en: respeto a los derechos fundamentales, responsabilidad social con empleados, responsabilidad hacia la comunidad donde operan, las relaciones con proveedores y la protección del medio ambiente (huella de carbono). RENAULT-Sofasa se adherirá a esta iniciativa a principios del 2016.	
SOCIEDAD		
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. Se identificaron los procesos internos más críticos por las actividades que abarcan. Los procesos de compras, comercial e informática son aquellos en los cuales se pueden presentar mayores riesgos, por lo cual se adicionaron requerimientos y lineamientos específicos en el Código de Ética para éstos, también se establecieron procesos de seguimiento a través de auditoría interna.	
G4-S05	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No se presentaron casos de este tipo.
G4-S07	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Durante el 2015 no se presentó ninguna acción legal relacionada con competencia desleal.
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.
G4-S011	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Durante el 2015 no se presentaron casos de reclamaciones de impactos sociales.
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
Salud y seguridad de los clientes		
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Pág 39-43
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No se presentaron casos. Se realizaron varias campañas de llamamiento (Recall Campaign) dando cumplimiento del mecanismo de seguridad contenido en la circular única de la Superintendencia de Industria y Comercio con resultados positivos de seguimiento.
Etiquetado de productos y servicios		
G4-DMA	Directrices específicas para la información sobre el enfoque de gestión.	Pág. 39-43

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

REFERENCIA GRI	UBICACIÓN O RESPUESTA	OMISIÓN
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 de dichos incidentes.	Durante el 2015 no se presentaron casos de incumplimientos relacionados con el etiquetado de las piezas sujetas a reglamento técnico.
Comunicaciones de mercadotecnia		
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	En 2015 no se presentó para RENAULT-Sofasa ningún incumplimiento de la regulación legal o de los códigos de voluntarios referentes a las comunicaciones de marketing incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio. 4 requerimientos por parte de la SIC dados en 2014 en relación con lo que ellos consideran publicidad engañosa siguen en la SIC pendientes de decisión. En el 2014 no se detectó ninguna filtración, robo o pérdida de datos personales. En el 2015 se mantuvieron las medidas de protección 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). Durante 2015 se revisó el sistema de plataforma virtual de manejo de quejas y o reclamaciones por datos personales para simplificar su manejo y dar respuesta más rápida y efectiva a los clientes o a quienes reclamen.
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Finalmente, de conformidad con la Circular Externa No. 002 de 2015 de la Superintendencia de Industria y Comercio, SOFASA como responsable del tratamiento de datos personales prepara plan 2016 para inscribir sus bases de datos en el Registro Nacional de Bases de Datos (RNBD) de la SIC, para lo cual planea inicios de adecuación del sistema de bases de datos, su organización y respectivo registro.
Cumplimiento regulatorio		
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	No se presentaron multas de este tipo.

G4-LA1

Ingresos

Rango edad	Mujeres			Hombres		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
18-30 años	9	17	14	52	56	99
31-50 años	0	8	6	27	26	71
Más de 50 años	0	0	0	0	1	0
TOTAL	9	25	20	79	83	170

Egresos

Rango edad	Mujeres			Hombres		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
18-30 años	5	5	6	19	18	32
31-50 años	21	10	9	68	68	63
Más de 50 años	10	4	3	33	22	16
TOTAL	36	19	18	120	108	111

G4-LA3

Aspecto	Mujeres		Hombres	
	2014	2015	2014	2015
Número de empleados que ejercieron su derecho a la licencia de maternidad o paternidad	4	6	49	24
Número de empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase la licencia de maternidad	4	6	49	24
Número de empleados que conservaron su empleo pasados doce meses desde su reincorporación	3	5	47	24
Número de empleados que tuvieron derecho a una licencia de maternidad o paternidad	4	6	49	24

G4-LA12

Comité ejecutivo

Área de Personal	Mujeres	Hombres
Comité ejecutivo 18 -30 años	0	0
Comité ejecutivo 31 - 50 años	2	6
Comité ejecutivo mas de 50	0	3