

Somos
movilizadores
de progreso
para todos

INFORME
INTEGRADO
2020-2021
RENAULT-Sofasa



Renault
Group

01 
Informe de Gestión
del Presidente
Pág. 4

02 
Nos movilizamos
por nuestra Compañía
Pág. 19

03 
Nos movilizamos
por nuestra gente
Pág. 35

04 
Nos movilizamos
por nuestros clientes
Pág. 55

05 
Nos movilizamos
por nuestra rentabilidad
Pág. 67

06 
Nos movilizamos
por nuestro futuro
Pág. 76



Acerca de este reporte

(102-45) El presente reporte da a conocer a nuestros grupos de interés los resultados de la gestión de RENAULT-Sofasa durante 2020 y 2021. Contiene la información consolidada del Grupo Empresarial, conformado por Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S. y Plan Rombo S.A.

(102-49) (102-54) Este informe lo elaboramos en conformidad con los estándares GRI, en su opción "esencial", y está basado en los resultados del ejercicio de materialidad realizado en 2019, que nos ha permitido enfocar la gestión y la comunicación hacia temas de mayor relevancia para la Compañía en términos sociales, ambientales y económicos. Por lo tanto, los contenidos temáticos e indicadores aquí incluidos responden a las prioridades definidas por la Organización y los grupos de interés.

(102-50) (102-51) (102-52) Con el Informe 2020-2021 les damos continuidad a los contenidos y resultados expresados anuales en nuestro Informe de Sostenibilidad 2019.

(102-32) Estos contenidos fueron revisados y aprobados por el Presidente Director General.



(102-53) Para conocer información adicional o aclarar algún tema relacionado con este informe, puede contactarnos en: juanita.agamez@renault.com erika.gonzalez@renault.com



01

Informe de Gestión del Presidente

- ➔ Mensaje del Presidente
Director General
- ➔ Balance comercial
- ➔ Balance industrial
- ➔ Balance social
- ➔ Innovación y
transformación digital
- ➔ Desempeño financiero
- ➔ Retos para movilizar
el futuro

(102-14) Mensaje del Presidente Director General

Movilizadores de progreso con optimismo hacia el futuro

En este informe hemos querido hacer un recuento de los aspectos más destacados de la gestión de RENAULT-Sofasa entre 2020 y 2021, y los objetivos estratégicos planteados para 2022 teniendo en cuenta el contexto social, económico y político del país y la región.

Durante el período 2020-2021 transitamos por un escenario particularmente desafiante para toda la industria automotriz en el ámbito global, tanto por los efectos que provocó la pandemia en sus inicios a partir de marzo de 2020 como por lo que hemos vivido en las etapas subsiguientes a partir de la variabilidad en el comportamiento de la emergencia sanitaria.

Con el fin de atender esta coyuntura, requerimos del despliegue de todas nuestras capacidades para hacerles frente a los impactos que esta generó en diversos puntos de la cadena de valor, pero también para aprovechar las inmensas oportunidades que se han suscitado en asuntos estratégicos para la Organización, como lo es la transición hacia una movilidad sostenible, en la cual queremos seguir siendo protagonistas activos.

En ese contexto, en RENAULT-Sofasa pensamos en diversas estrategias que nos permitieran adaptarnos a la situación, mantener nuestros niveles de productividad y consolidar nuestro liderazgo en el mercado industrial y en exportaciones de alto nivel tecnológico y apalancándonos en una de nuestras mejores cartas: la resiliencia de nuestra gente.

El compromiso y la entrega de cada uno de los colaboradores fueron claves para que la Organización mitigara los impactos de la emergencia y supiera sortear los contratiempos, para reflejar, al final del ejercicio 2021, resultados positivos aun en medio de un escenario retador; estos resultados son nuestro punto de partida para construir con optimismo las bases de un futuro prometedor, y seguiremos reforzando nuestra apuesta por el mercado colombiano, como lo hemos hecho durante más de cinco décadas de presencia en el país.



ARIEL MONTENEGRO,
Presidente Director General de RENAULT-Sofasa en Colombia.

El Plan Estratégico Renaulution

Como respuesta a la coyuntura, en RENAULT-Sofasa nos alineamos a esta estrategia global de transformación del Renault Group que reorientó la gestión y la toma de decisiones para favorecer la recuperación de la rentabilidad a los niveles deseados, y contribuir a la redefinición del rol industrial que tiene nuestra filial en Colombia dentro del esquema de negocios en Latinoamérica y al desarrollo de nuevas líneas de negocio asociadas a la movilidad eléctrica y sostenible.

La materialización de estas acciones se soporta en tres palancas. La más importante es su gente, un equipo de profesionales con una trayectoria impecable que tiene claras sus labores y que ha llevado a la Organización a ser líder en la industria automotriz en Colombia en años tan complejos para el sector.

La segunda palanca es la fortaleza que tenemos como marca, con una imagen, un reconocimiento y una historia muy arraigados entre la sociedad colombiana, y sobre los cuales construimos futuro. **Y la tercera es la Red de Concesionarios más amplia y robusta del país, que cubre el 98% del territorio nacional.**

Este Plan Estratégico consta de tres fases. En la primera puesta en marcha, **Resurrection, el foco fue la generación de liquidez y la recuperación de márgenes durante el período más complejo de la pandemia desde el punto de vista financiero.** Con las estrategias implementadas logramos cerrar 2021 cumpliendo con los objetivos planteados para la atención de la coyuntura, ante lo cual contamos con el apoyo decidido de todo el equipo, cuyas capacidades técnicas y humanas favorecieron el desarrollo de las acciones.

En la segunda etapa, Renovation, el propósito es fortalecer las marcas y crecer el portafolio en el segmento de vehículos de talla media y en el desarrollo de la movilidad eléctrica más sostenible.

Y en la tercera y última fase, Revolution, el objetivo es diseñar la trayectoria que como Organización queremos recorrer para que a 2030 el 20% de nuestro negocio provenga de servicios que hoy no existen o no tenemos, con un eje en las nuevas movi- lidades, en la cadena de valor del vehículo eléctrico y en todo lo vinculado con la tecnología de la movilidad.



“

Queremos facilitar a los consumidores **el acceso a nuestros productos en la transición a la movilidad eléctrica** democratizando estas alternativas para consolidarnos como un actor líder en esta materia, en la que Renault ha sido pionero en el país desde hace más de seis años con modelos como Twizy, ZOE y Kangoo E-Tech”.

Ser líderes de la movilidad sostenible: un desafío que vivimos desde ya

La movilidad sostenible no es un reto a futuro: es un desafío que desde ya afrontamos como Compañía con miras a posicionarnos como los líderes en el país, con varios objetivos. Entre estos, uno de gran relevancia es la descarbonización de la movilidad al ofrecer alternativas limpias para que el país avance en esa transición a partir de nuestra oferta de motores térmicos más eficientes; en la actualidad ofrecemos al mercado vehículos con niveles de emisiones mucho más exigentes que, incluso, los fijados en la reglamentación técnica colombiana.

Más allá de lo anterior, de ser líderes de la industria automotriz en Colombia y de que hace cuatro años encabezamos los listados de comercialización de vehículos, RENAULT-Sofasa quiere estar en la primera posición de la movilidad sostenible adaptada al cliente colombiano, pero esto no significa que vayamos a la movilidad eléctrica al 100%, sino que vamos a acompañar la transición energética del país con soluciones a medida del bolsillo del cliente nacional y con ideas que apoyen las estrategias nacionales y las políticas públicas que permitan su desarrollo. Es aquí donde la movilidad híbrida cobra relevancia para acompañar esta transformación, siendo una solución intermedia a la movilidad 100% eléctrica.

Somos un actor social que promueve la movilidad para todos

En RENAULT-Sofasa somos movilizadores de progreso y es nuestra pasión como fabricantes ayudar a que todos los públicos tengan acceso a nuestro portafolio de productos, tal y como lo hemos hecho a través de la historia con vehículos icónicos para la sociedad colombiana. El mejor ejemplo es el mítico Renault 4.

Por eso estamos comprometidos con nuestro propósito de aportar de manera decidida al desarrollo de la movilidad sostenible y a la transición energética del país, a fin de construir lazos de confianza hacia todos nuestros públicos de interés, con claros trazos de optimismo que nos sirvan como plataforma para proyectar nuestras metas a futuro dentro de un mercado promisorio y con mucho potencial, como lo es el colombiano.

Para ello contamos con las capacidades técnicas y humanas de un equipo de trabajo que durante este tiempo, en particular los dos últimos años, ha dado muestras de su entereza, pero además de tener un compromiso muy activo con el desarrollo propio, el del Grupo y el de la sociedad. Así lo hemos interiorizado como parte de nuestra cultura organizacional para apostarles al cambio, a la mejora continua, a la innovación para hacer más y mejores cosas por el país.

“

Somos un actor industrial importante, pero también uno social y de progreso, esto hace parte de nuestro ADN como Organización, y es lo que queremos seguir haciendo como vocación”.

Un futuro optimista con desafíos por afrontar

Miramos al futuro con optimismo, pero entendemos que hay desafíos globales externos que debemos tener presentes para saber cómo actuar. Si bien el comportamiento de la pandemia en los últimos meses de 2021 ofreció condiciones favorables para el desempeño productivo de las industrias en general, hay temas por considerar que podrían tener impacto en nuestro desempeño, como la crisis de semiconductores (que aún continúa) y la de los flujos marítimos.

La situación geopolítica de Europa, en particular la guerra entre Rusia y Ucrania, ha afectado la variabilidad de la inflación, con posibles incidencias en cuanto al consumo y la demanda, y aunque preliminarmente no pone en riesgo la estabilidad de la industria automotriz, amerita un seguimiento cercano para tomar acciones en el momento en que se requiera para prevenir consecuencias en la cadena de abastecimiento de autopartes provenientes de esos territorios y de regiones cercanas.

En el ámbito local, las perspectivas son optimistas dado que la situación social, política y económica de Colombia es algo más estable que las de otros territorios del espacio latinoamericano, lo cual nos da la confianza como Grupo para desarrollar nuestro Plan Estratégico en el país.

El informe que les presentamos a continuación muestra los resultados de un equipo humano de alto rendimiento, además de los retos que tenemos para seguir aportándoles al desarrollo industrial del país y a su competitividad. Así lo hemos hecho durante 53 años, y estaremos presentes por muchos años más como generadores de empleo, progreso y bienestar.

ARIEL MONTENEGRO

Presidente Director General RENAULT-Sofasa

Balance comercial

En 2021, y gracias a la preferencia de los colombianos, logramos ubicar nuestra marca dentro del top 10 de ventas del país con Renault Duster, Renault Kwid, Renault Stepway, Renault Sandero y Renault Logan, modelos con los cuales ofrecimos mejoras en equipamiento y tecnología a precios asequibles.

Protagonistas en los principales segmentos de vehículos particulares en 2021

Renault Logan

Continuó en el primer lugar en el segmento B sedán



6.837 unidades comercializadas y una participación del **19,8%** en el segmento B sedán

Renault Sandero y Renault Stepway

Se posicionaron en el segmento B-HB



15.540 vehículos vendidos y una participación del **40,1%** en el segmento B - HB

Renault Kwid

Se mantuvo como uno de los grandes competidores en el segmento de entrada



8.373 unidades comercializadas y una participación del **36,4%** en el segmento de entrada

Renault Duster

Se mantuvo en el segundo lugar entre los vehículos más vendidos del país. Lanzamos la nueva versión transformada del vehículo en 2021, con cambios en el diseño, el motor y el equipamiento.



9.100 unidades comercializadas y una participación del **4,5%** en el mercado de vehículos particulares

Mantenemos un **excelente desempeño en el segmento SUV** gracias al volumen de ventas de los tres modelos de la marca:



Renault Koleos



Renault Captur



Renault Duster

SEGMENTO SUV

11.515 unidades comercializadas con una participación del **12,7%** en el segmento SUV, manteniendo así una regularidad con respecto a 2020

Somos pioneros en vehículos 100% eléctricos

- En febrero de 2021 lanzamos al mercado **el nuevo Renault ZOE**, un vehículo 100% eléctrico. Su interior renovado incluye el uso de materiales 100% reciclados en asientos, puertas y tablero de bordo, en coherencia con la apuesta de nuestra marca por la economía circular.
- En el segmento de vehículos utilitarios 100% eléctricos, contamos con **Kangoo E-Tech**.

178 vehículos eléctricos comercializamos en 2021, alcanzando una participación del **17,5%** en el segmento vehículos eléctricos (particulares y utilitarios) con



Renault Twizy



Renault ZOE



Renault Kangoo E-Tech

Los vehículos, aliados para el trabajo

SEGMENTO DE LOS VEHÍCULOS UTILITARIOS

5.188 unidades comercializadas. Culminamos 2021 en la segunda posición con una participación histórica del **18,2%**

SEGMENTO DE PICK-UPS

3.530 unidades comercializadas de Renault Duster Oroch y Renault Alaskan



Renault Oroch



Renault Alaskan

Crece en ventas corporativas

- Las ventas corporativas representaron el **31,6%** de las **ventas totales** de RENAULT-Sofasa en 2021, con 15.050 unidades negociadas.
- El **72%** de las ventas fueron directas (flotas de proximidad y acuerdos corporativos a través de la Red de Consecionarios), y un 28% de ventas estatales y a grandes clientes.
- Del **55,5%** fue nuestra participación durante 2021 en los vehículos de servicio público de pasajeros con Renault Duster, Renault Captur, Renault Master y Renault Trafic.

Somos una marca con el respaldo de nuestra Red de Consecionarios y el servicio posventa

- Estamos en **52 ciudades de Colombia** con nuestra Red de Consecionarios: 110 salas de venta, 75 talleres de mecánica, 49 talleres de carrocería y pintura, 27 Renault Minuto (centros de servicio rápido de la red posventa), 14 puntos PRO+, 32 salas Renault Selection, 16 talleres E-Tech y 19 salas de ventas E-Tech, especializados en vehículos eléctricos.
- Por tercer año consecutivo, **Renault Servicios fue reconocido en los Premios Vía en tres categorías:** Mejor Equipamiento de Seguridad, categoría *Pick-ups* (Renault Alaskan), Mejor Costo Reparación, categoría Automóviles (Renault Stepway) y Mejor Costo Reparación, categoría *Pick-ups* (Renault Alaskan).

RCI y Plan Rombo: retos del mercado en oportunidades de crecimiento

En el caso del **Plan Rombo**, el sistema de autofinanciación de nuestra Compañía, culminamos 2021 con **2.750 suscripciones**, el segundo mejor año después de 2019, cuando lanzamos el Renault Kwid.

36.674 créditos desembolsamos en 2021 a través de RCI Colombia, nuestra compañía de financiamiento comercial: un crecimiento del **25,46%** y una tasa de intervención del **60,3%** sobre las ventas de la marca

Latam Business Service (LBS) se incorporó a RENAULT-Sofasa

Con el objetivo de optimizar los ahorros generados por nuestro modelo de negocio, realizamos la transferencia de Renault Centro de Servicios Compartidos hacia RENAULT-Sofasa, pasando de un contrato de prestación de servicios a uno de costo compartido con las filiales del Grupo en el clúster Latam.



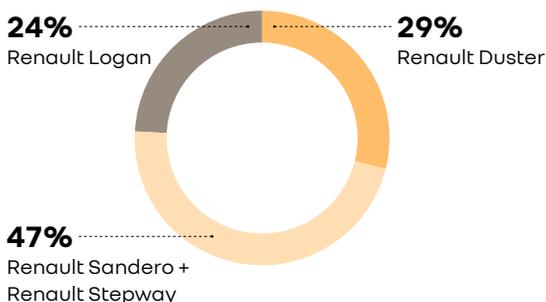
Balance industrial

Nos destacamos entre las plantas de la región en tres ejes de transformación: industrial, digital y organizacional. Esto nos ha permitido generar eficiencias en los procesos productivos y de comercialización.

Les apostamos al ensamble local y al fortalecimiento de la cadena de abastecimiento

- En 2021 tuvimos el reto de comenzar con el proyecto industrial en serie de la nueva Renault Duster, que nos llevó a obtener un **aumento del 10% en automatización de procesos**.
- Afrontamos la crisis derivada del paro nacional y la escasez de componentes electrónicos adoptando una mayor flexibilidad en la planta para adaptar los niveles de producción.

39.910 UNIDADES ENSAMBLADAS EN LA PLANTA DE ENVIGADO EN 2021



Seguimos creciendo en comercio exterior

- **9.847 unidades comercializamos** en 2021 en más de 13 países de Sudamérica, Centroamérica y el Caribe, correspondientes al 25% de nuestra producción en Colombia; así somos el principal exportador automotor del país.
- Trabajamos de la mano de la aduana de Colombia para disminuir el impacto en pago de impuestos aduaneros, mitigar riesgos de eventuales sanciones y revalidar la certificación OEA Importador.
- Llevamos a cabo la estandarización y alineación de los pilares de la Alianza aduanas y comercio exterior Latam por medio de un *benchmarking* (alineamos los pilares con sus actividades y funciones). Además, trabajamos en la consecución de certificados de origen para las piezas que no tenían confirmación de origen.
- El equipo de la Alianza aduanas y comercio exterior de RENAULT-Sofasa participó en seis de los nueve equipos Award Alianza aduanas y comercio exterior Latam, en el que obtuvimos el primer puesto. Además, formamos parte de los equipos ganadores del segundo y tercer puesto.
- Fuimos seleccionados por la casa matriz de Renault como piloto para la implementación de nuevos procesos y sistemas de información de aduanas, **y obtuvimos el primer puesto, con un 89%, en el Customs Self Assessment**, realizado por Corporate.



Trabajamos por nuestra gente en línea con el Plan Estratégico Renaultion

- Desarrollamos las competencias de nuestros colaboradores para acompañar la transformación organizacional y llevamos a cabo un redimensionamiento de la estructura corporativa buscando una Organización más competitiva y eficiente.
- Generamos un plan denominado Reconnection para fortalecer el compromiso y el clima de la Organización.
- El 100% de nuestros gerentes fueron capacitados para adoptar el nuevo Sistema de Gestión del Desempeño, enfocado en acompañar el proceso de sensibilización y de incorporación de la nueva mentalidad para nuestra transformación organizacional.
- Implementamos el proceso de publicación de vacantes internamente para promover el desarrollo de nuestro talento.
- Alcanzamos **24.783 horas totales de formación** de nuestros colaboradores en 2021.
- Implementamos el modelo de trabajo híbrido, con un 98% de adopción por parte de los colaboradores elegibles.
- Contamos con un **35% de mujeres en roles de liderazgo**; el 66% de esas posiciones clave tienen al menos una mujer en los planes de sucesión y el 65% de los reclutamientos realizados por la Compañía en 2021 fueron de mujeres.

Balance social

Desarrollamos el mejor talento en un ambiente de trabajo saludable, constructivo, respetuoso y con sentido de trascendencia, en el que promovemos la innovación y las buenas ideas, y donde todos trabajamos con entusiasmo y pasión.

Hitos de la Fundación Renault en 2021

Inclusión a través del empleo

30 estudiantes de Ingeniería (46% son mujeres) se beneficiaron con el **Programa de Becas universitarias Renault Germán Camilo Calle**.

20 directivos docentes de 20 instituciones educativas de Norte de Santander culminaron el segundo año del programa **Rectores Líderes Transformadores**, que ejecutamos en alianza con la Fundación Empresarios por la Educación (FExE). Con esta iniciativa también impactamos a 1.128 maestros y a 31.998 estudiantes en 12 municipios de este departamento.

2.845 personas inscritas y **39 empresas con vacantes** para 2.551 puestos de trabajo al cierre de 2021 fueron los resultados de la **Alianza Empresarial por el Empleo de Mujeres y Jóvenes** en el departamento de Antioquia.

65 estudiantes de los grados décimo y undécimo, habitantes de Medellín y Envigado, se beneficiaron del **programa Jóvenes CreaTivos 2021**, que desarrollamos en alianza con la Fundación ROFE para impulsar la formación para el trabajo y el emprendimiento.

61 estudiantes matriculados en el **taller Técnico Laboral en Mecánica Automotriz**, y 88 más realizaron cursos complementarios en la Institución Educativa Ciudad Don Bosco. 25 de ellos se vincularon laboralmente.

Seguridad vial

Realizamos la cuarta edición del Concurso Nacional Tus Ideas, Tus Iniciativas, con el que sensibilizamos a los jóvenes y docentes de colegios acerca de las problemáticas que afectan la seguridad vial de sus comunidades.



115 colaboradores participaron del desafío de seguridad vial La Calle y Yo, con el objetivo de continuar movilizándonos para salvar vidas.

75 conductores participaron de Puntos Seguros, una actividad en la que hacemos chequeos preventivos a los vehículos en alianza con el Comité Empresarial de Seguridad Vial (CESV) y con el apoyo de nuestra Red de Consecionarios.

Medioambiente

500 especies nativas sembramos en la Reserva Ecológica El Centello, en el municipio de Jardín, Antioquia, dentro de la estrategia Adopta un Árbol.



328 plántulas de roble fueron obtenidas en el Biovivero del salto del Tequendama, de la Fundación Granja Ecológica El Porvenir (Cundinamarca). De ellas, 297 fueron viables para su siembra en la granja y en predios vecinos; todo esto con el fin de ampliar los corredores biológicos y garantizar la supervivencia de la fauna silvestre en este territorio.

Apoyamos ideas de negocio a través de la Mesa de Sostenibilidad de la Red de Ensamble (red empresarial para la manufactura de productos de alto componente tecnológico) cuyo enfoque sea el mejoramiento del uso y la generación de energía limpia, con modelos de economía circular y formas de producción más eficientes e innovadoras.



Voluntariado Corporativo

- **Social Business.** Seis equipos de voluntarios trabajaron en proyectos de emprendimiento social para dar solución a distintas problemáticas sociales.
- **Mentoría Women@Renault.** Acompañamos a **65 estudiantes** que forman parte del programa Jóvenes CreaTivos.
- **Mentoría Crear Unidos.** Acompañamos al equipo de Gestión Humana de la Corporación Crear Unidos.
- **Ruta Solidaria.** Realizamos cuatro acciones solidarias: la recolección de libros en la Institución Educativa Rural Salinas, Go Baby Go para apoyar la movilidad inclusiva de niños con discapacidad motora, Una Sonrisa para los Niños, y Botellas de Amor para Crear Unidos.
- **La Calle y Yo.** Llevamos a cabo talleres virtuales y presenciales de educación en seguridad vial, con la participación de más de **784 niños y niñas de 20 colegios.**
- **Adopta un Árbol.** Reforestación ecológica y conservación de la biodiversidad en la Reserva Ecológica El Centello.
- **Maletines con sueños de educación.** Vendimos **388 maletines** para apoyar el Programa de Becas Renault Germán Camilo Calle.

113 personas donaron **1.806 horas de trabajo voluntario** en siete actividades, con lo que impactaron a 1.510 beneficiarios.



Para conocer más acerca de la gestión de la Fundación Renault en 2021, **haga clic aquí.**



Innovación y transformación digital

Trabajamos por encontrar alternativas para desarrollar iniciativas de alto impacto e implementar estrategias de conectividad, comunicación, accesibilidad y soporte a usuarios, con el fin de darle continuidad a la operación de nuestra Organización.

- En 2021 lanzamos el programa **Renault Box**, que busca identificar retos y oportunidades dentro de la Organización (propuestos por los mismos colaboradores), enfocados a industrias 4.0, gestión de datos y nuevos negocios relacionados con la movilidad, a fin de desarrollarlos en conjunto con actores activos del ecosistema de innovación local.
- **Expandimos el Creative Lab** a espacios virtuales con universidades, denominados Renault Labs, donde logramos trabajar conjuntamente en desafíos que fueron identificados y priorizados dentro de la Organización.
- Contamos con herramientas de almacenamiento y análisis de datos (DataLake y BI). Estas nos permitieron una democratización del uso de la tecnología analítica en todas las áreas de la Compañía, con el fin de acelerar el desarrollo de modelos analíticos que ayudaran a mejorar en gran medida la gestión y la toma de decisiones.
- Migramos herramientas tecnológicas con miras a impulsar la automatización de procesos dentro de la Compañía en el marco del **proyecto Prepare Renault**, con el fin de ampliar la cobertura a otras áreas, desarrollar modelos tecnológicos ya existentes y priorizar proyectos a nivel Latam con recursos compartidos.

Desempeño financiero

En medio de entornos económicos e industriales retadores, logramos obtener muy buenos resultados financieros al 31 de diciembre de 2021.

La situación financiera de la Compañía fue impactada por las situaciones adversas derivadas del paro nacional del primer semestre de 2021; específicamente, por el bloqueo de vías y el bloqueo en puertos, que afectaron el flujo logístico normal de vehículos y piezas. También hubo escasez de componentes electrónicos y otras materias primas, en detrimento de los procesos normales de producción. Esto obligó a la Compañía a tomar medidas como el uso de transporte aéreo para garantizar la continuidad en la operación.

Asimismo, la industria se vio afectada por la denominada crisis de contenedores, desencadenada principalmente por la escasez de estos a raíz de su acumulación en algunos países por restricciones y cierres de puertos en medio de la pandemia de COVID-19; además de las restricciones en el tráfico marítimo por problemas climáticos en China. Estas situaciones afectaron el flujo logístico y el precio de los fletes.

La Compañía tuvo una afectación por la alta devaluación del 15,98% (año). Fue el peso colombiano una de las monedas más devaluadas del mundo en 2021, y cerramos el año con una TRM de 3.981,16 COP, frente a la TRM de 3.432,50 COP al cierre del año 2020.

Este escenario coyuntural obligó a la administración a tomar medidas oportunas que ayudaron a mitigar los impactos económicos; entre otras, la reducción de costos fijos del 30% respecto a 2019, en línea con el Plan Estratégico de la Compañía implementado en este mismo año.

INGRESOS OPERACIONALES CONSOLIDADOS



Logramos esta cifra gracias a la facturación de **55.210 vehículos**, de los cuales 45.363 fueron facturados en Colombia y 9.847 en mercados externos.

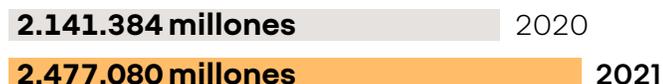


Las exportaciones de vehículos representaron para 2021 el **17,84%** del total en volumen, frente al **26,98%** para 2020.



Las ventas de repuestos aumentaron un 45,02% al pasar de 188.540 millones COP en 2020 a **273.424 millones COP en 2021**.

COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES NETOS (FIJOS Y VARIABLES)*

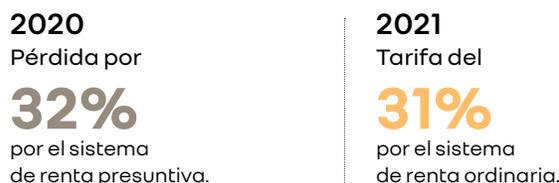


* Costos de fabricación de vehículos CKD vendidos, costos de los vehículos CBU y de las piezas de recambio vendidas, gastos de distribución y venta de los mismos, gastos de funcionamiento de las áreas comerciales y administrativas, y la diferencia en cambio operacional. Los gastos más representativos corresponden a los medios comerciales, el transporte capilar, las regalías, la diferencia en cambio operacional y las garantías reconocidas a los clientes, las cuales incluyen una provisión para los pagos futuros sobre el parque automotor que se encuentra en período de garantía.

UTILIDAD OPERACIONAL



IMPUESTO DE RENTA

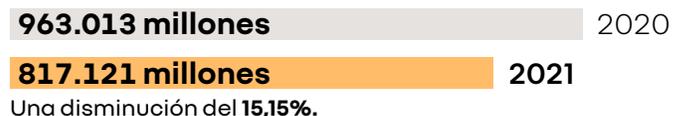


En ambos años, las compañías registraron impuesto de renta diferido, el cual es calculado sobre las diferencias temporales entre los registros contables y los fiscales.

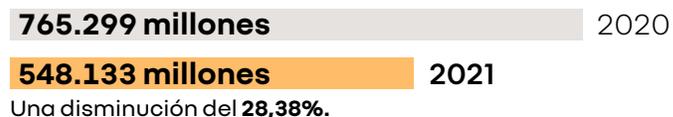
RESULTADO NETO



ACTIVOS



PASIVOS



PATRIMONIO



*Todas las cifras de esta página están expresadas en pesos colombianos.

Retos para movilizar el futuro



Retos comercial

Trabajaremos por desarrollar nuestra capacidad de democratizar la movilidad sostenible y de permitirles a cada vez más personas el acceso a esta, dentro de su derecho a desplazarse con esa libertad. A ello le debemos dar respuesta en un escenario donde se incrementan los costos de producción por las regulaciones vigentes y por factores de desarrollo tecnológico.



Retos industrial

Queremos posicionar a Colombia como un *hub* de producción competitivo en Latinoamérica y el Caribe.



Retos en la cadena de abastecimiento

Deseamos acompañar en su desarrollo tecnológico y competitivo a los autopartistas locales, así como en la transformación de sus competencias. Nuestro deber es proporcionar las condiciones idóneas para que los operadores pasen a ser técnicos y, a su vez, los técnicos se conviertan en especialistas en programación.



Retos en innovación y transformación digital

Ampliaremos nuestros esfuerzos en el desarrollo de nuevas modalidades y tecnologías de movilidad, en línea con el objetivo de transformación de nuestra Compañía.

Situación jurídica

Las actividades de las sociedades fueron desarrolladas conforme a lo dispuesto en la normatividad jurídica vigente. Asimismo, atendimos oportunamente los requerimientos de las entidades gubernamentales.

Durante 2021 obtuvimos varios logros, entre ellos los siguientes:

- Alcanzamos un 87% de éxito en litigio.
- Integramos las plataformas de control de contratos (Legal Operation Control System, LOCOS) y la SAP, garantizando así que al momento de hacer los pagos la documentación del contrato esté completa.

La Dirección Jurídica participa en 14 comités de manera permanente, entre ellos cuatro *squads* (AFST). También hemos formado a 164 personas en temas de *antitrust* (derecho de la competencia), manual de contratos, seguros y *habeas data*.

Constancia de libre circulación de facturas

Informamos que las compañías no impiden la libre circulación de las facturas emitidas por la venta de bienes y servicios, ni de las facturas emitidas por los proveedores para las compras realizadas.

Habeas data

La normativa vigente que regula el *habeas data* exige que todo aquel que utilice datos personales cuente con una política en la cual defina la forma en que estos serán usados, los derechos que asisten a sus titulares y cómo ellos pueden ejercerlos.

Cuando el uso de los datos implique entregarlos o suministrarlos a terceras personas, es obligación suscribir con estas un contrato de transmisión o de transferencia que establezca las condiciones en las cuales los mismos podrán ser tratados por quien los reciba. En RENAULT-Sofasa S.A.S. cumplimos con todo lo anterior.

En 2021 actualizamos la Política de Tratamiento de la Información y el Programa Integral de Protección de Datos, y realizamos la difusión respectiva. Otro tanto hicimos con el registro de las bases de datos ante el RNDC: quedaron 24 registradas, con 15 responsables dentro de la Organización, cuya capacitación reforzamos. Asimismo, empezamos la socialización entre las áreas de los resultados de la consultoría llevada a cabo con MS LEGAL.

Renault en cifras

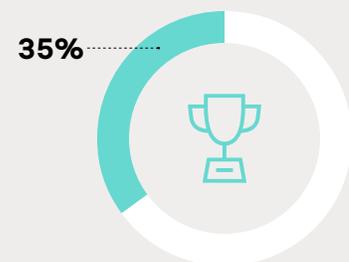
Nos movilizamos por nuestra gente



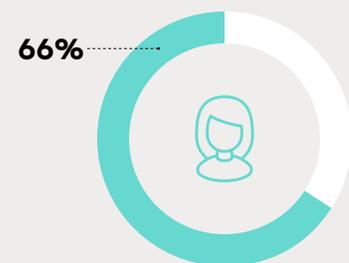
Ocupamos **el puesto 78**

dentro de las 100 empresas en Colombia con **mejores prácticas en equidad de género**, según el *Ranking PAR* de 2021.

35% de los roles de liderazgo están a cargo de mujeres.



66% de las posiciones de liderazgo cuentan con al menos una mujer en los planes de sucesión.



1.187 empleos directos generamos en 2021.

855,6 millones COP invertimos en 2021 para mejorar la seguridad en los puestos de trabajo.

+48.200 personas beneficiamos a través de nuestra Fundación: **3.200 de forma directa** y **45.000 de forma indirecta**.

0 fatalidades por accidentes de trabajo entre nuestros colaboradores y contratistas en los últimos dos años.

795 árboles sembramos: así aportamos a nuestro propósito de ser ambientalmente responsables.



47.035 horas de formación entregamos a los colaboradores entre 2020 y 2021.

+31.000 horas de formación dictamos sobre temas relacionados con **SST: salud y seguridad en el trabajo**.

1.806 horas de trabajo voluntario donaron **113 participantes**, quienes beneficiaron a **1.510 personas**.

Nos movilizamos por nuestros clientes

47.606

vehículos vendimos en 2021, consolidando así nuestra marca en el primer puesto del mercado nacional con una **participación del 20,7% en vehículos particulares y utilitarios.**

178

vehículos eléctricos comercializamos de **Renault Twizy, Renault Nuevo ZOE y Renault Kangoo E-Tech**, alcanzando una participación del 17,5% en el mercado de particulares y utilitarios.

110 salas de ventas,

93 sitios posventa

y 16 talleres eléctricos

certificados forman parte de nuestra Red de Concesionarios en el territorio nacional.

Nos movilizamos por nuestra rentabilidad

240

nuevas referencias de partes de vehículos desarrollamos entre 2019 y 2021, con proveedores locales, para los proyectos **Sandero, Logan y Stepway, en su segunda fase, y la nueva Duster.**

300.000

millones COP, en los últimos tres años, en la transformación de nuestra gama de **Sandero, Logan y Stepway y la nueva Duster.**



Renault Sandero



Renault Logan



Renault Stepway



Renault Duster



2.575.824 COP

obtuvimos en ingresos operacionales en 2021: un aumento del 18,03%.



39.910

unidades ensamblamos en la planta de Envigado en 2021, siendo así **los mayores fabricantes de vehículos en Colombia.**



45,02%

fue el aumento en ventas de repuestos: pasamos de 188.540 millones COP en 2020 a **273.424 millones COP en 2021.**

9.847

vehículos exportamos en 2021, lo que nos convirtió en **el mayor exportador de vehículos del país.**



Nos movilizamos por nuestro futuro

Con el lanzamiento al mercado de ZOE E-Tech nos consolidamos como el primer país en ventas de vehículos eléctricos dentro del territorio en el que Renault Group tiene presencia en Latinoamérica: **agrupamos el 50% del mercado.**



98% de los residuos de la cadena productiva los reincorporamos en procesos de economía circular.



1.584 millones COP obtuvimos como retorno de los tres Renault Labs, espacio de encuentro para la generación de ideas, en los que potenciamos el desarrollo de proyectos e iniciativas de innovación con el fin de crear valor para nuestra Compañía.



+1.300 vehículos eléctricos hemos comercializado en Colombia desde 2015.

Ocupamos **el puesto 46** entre las compañías con mejor reputación corporativa en Colombia durante 2021 según **Merco Empresas**.

Nos mantuvimos dentro de las **30 empresas** más innovadoras de Colombia según el *Ranking* de Innovación de la **ANDI**.



Somos la compañía **número 1** del sector automotor y la **número 50** en Colombia según Merco Responsabilidad ESG (Ambiental, Social y de Gobierno, en español).

Nos consolidamos como un **laboratorio de industria 4.0** para el ecosistema de innovación, a través del programa de innovación abierta Renault Box.



02

Nos movilizamos por nuestra Compañía

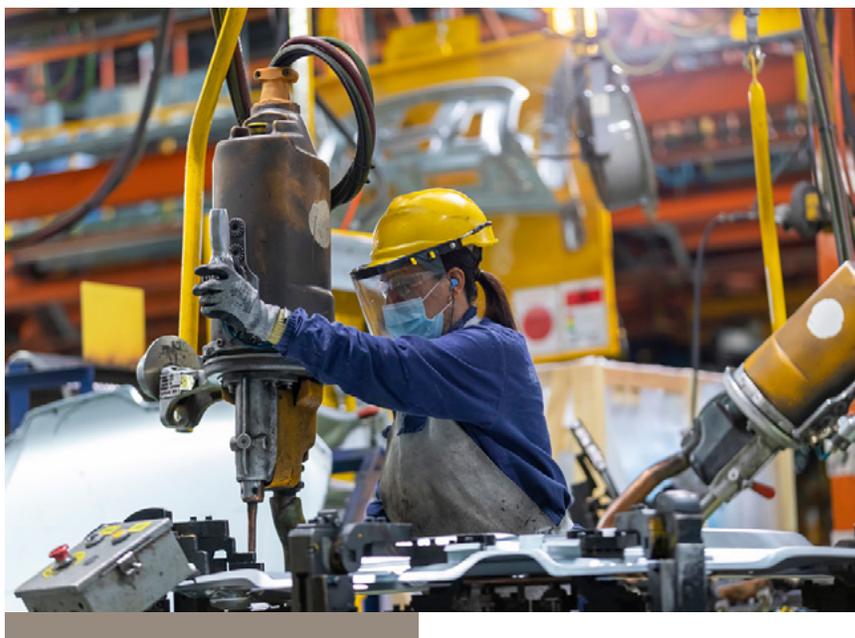
- ➔ Marco estratégico
- ➔ Gobierno Corporativo
- ➔ Ética y transparencia
- ➔ Estrategia Corporativa de Responsabilidad Social Empresarial
- ➔ Materialidad
- ➔ Grupos de interés
- ➔ Alineación con los ODS

Marco estratégico: ¿quiénes somos y qué hacemos?

(102-2) (102-4) Somos una Compañía con más de 50 años de trayectoria y liderazgo en el mercado automotor colombiano. Nos proyectamos como movilizadores del progreso para facilitar y democratizar el acceso de las personas a las distintas formas de movilidad con el desarrollo de alternativas sostenibles.

Durante nuestros más de 50 años de trayectoria en un mercado automotor colombiano altamente competitivo y que registra los más exigentes niveles de calidad en sus procesos productivos, en RENAULT-Sofasa hemos consolidado una posición de liderazgo que en los últimos años nos ha permitido ocupar las primeras posiciones en ventas con varias de nuestras marcas de referencia.

Esto ha sido posible gracias a la definición y al seguimiento de un marco estratégico claro y orientado a la consecución de los logros, el que nos ha hecho la empresa ensambladora de vehículos líder de ventas en Colombia:



Somos líderes en el **96%** del territorio colombiano.

47.606 vehículos comercializados en 2021

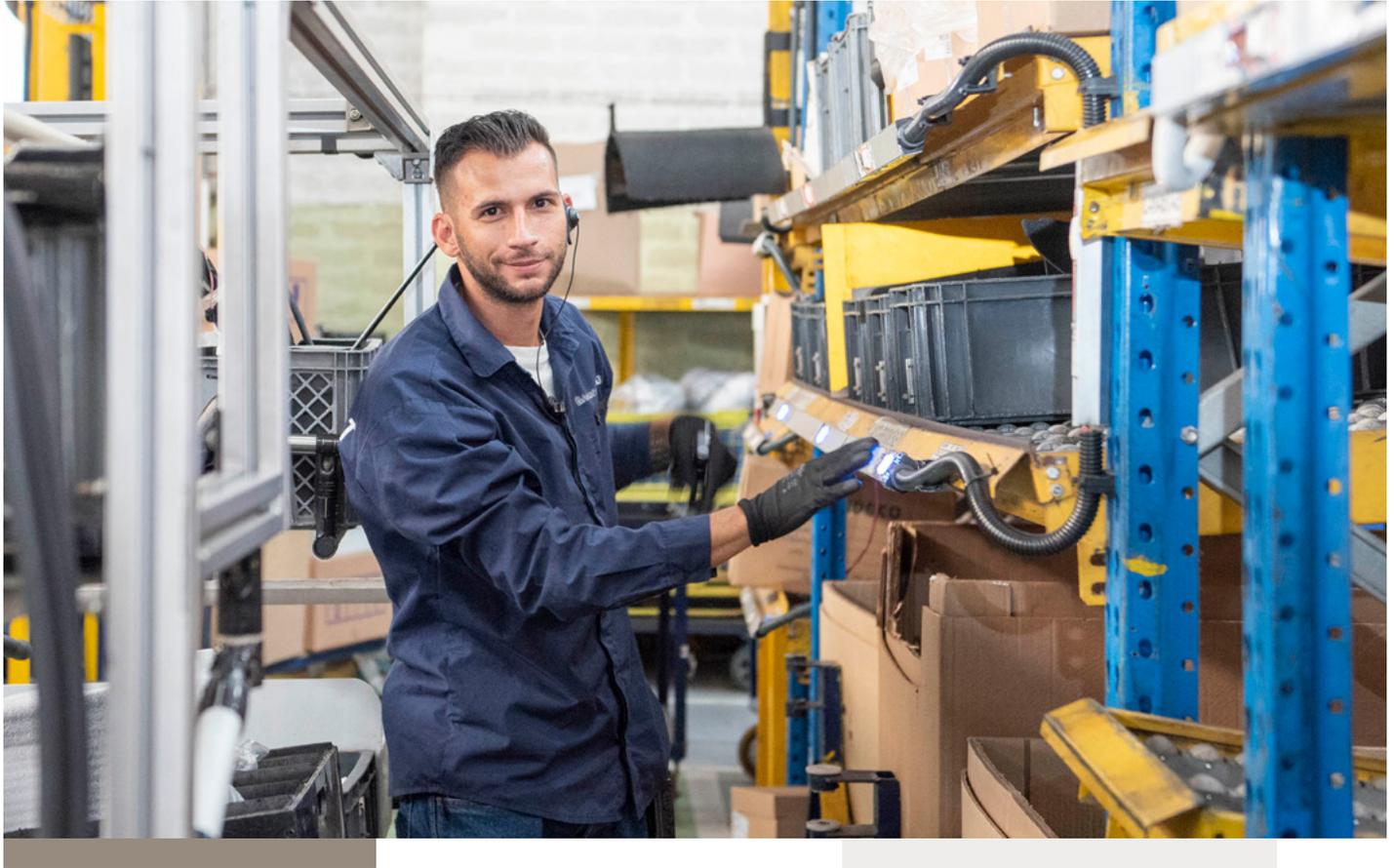
20,7 % de participación en el mercado de VP (vehículos particulares) + VU (vehículos utilitarios)

5 vehículos en el top 10 en ventas, cuatro de ellos de fabricación local: Duster, Stepway, Sandero y Logan

SOMOS PROMOTORES DE UNA NUEVA ERA DEL TRANSPORTE EN EL PAÍS, congruente con las necesidades y las soluciones que el planeta y su gente necesitan.

Además, este marco es el que nos ayuda a sortear con confianza y optimismo los retos que el contexto nos ha deparado en los dos últimos años; es así como hemos tomado decisiones que nos han permitido proteger la sostenibilidad del negocio y conservar nuestro mayor activo: nuestra gente.

Esto, de paso, favorece la creación del ambiente requerido para proyectarnos como una Compañía líder y que viene consolidándose como una movilizadora del progreso, enarbolando en Colombia las banderas de la movilidad sostenible y facilitando a las personas el acceso a las distintas opciones y alternativas que surjan.



LA DINÁMICA DE LA INDUSTRIA y del sector automotor nos exige actuar muy rápido y ser protagonistas de nuestro futuro.

(102-12) Trabajamos en conjunto para ampliar el alcance de nuestras acciones en materia de sostenibilidad. Respaldamos el Plan Integral de Gestión de la Calidad del Aire (PIGECA), el cual coordina el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, al igual que el Pacto por la Innovación que lidera RUTA N, así como los pactos por el Crecimiento y la Generación de Empleo que abandera la Vicepresidencia de la República.

(102-3) En nuestra planta, ubicada en Envigado, Antioquia, trabajamos con los más altos estándares de calidad. Esto nos posiciona como la primera planta de Renault Group en América y la tercera en el ámbito mundial en términos de eficiencia, con **una capacidad de producción de 80.000 vehículos al año**.

TRABAJAMOS CON NUESTROS ALIADOS (102-12) (102-13)

- ANDI (Asociación Nacional de Empresarios).
- Cámara Colombo Francesa de Comercio e Industria.
- Fundación Proantioquia.
- Tecnova.
- Corporación Rueda Verde.
- Cámara de Comercio e Integración Colombo Brasileña.
- Mesa de Educación del Sector Automotor del SENA.
- Red de Ensamble de Medellín y Antioquia.
- Corporación ProSUR.
- Comité Empresarial de Seguridad Vial (CESV).

Renaulution: Plan Estratégico Corporativo de Renault Group

Estamos alineados con la estrategia del Grupo denominada Renaulution, enfocada en recuperar la competitividad, mejorar la rentabilidad y mantener un liderazgo sostenible en el tiempo, en línea con los objetivos planteados y gracias al compromiso de todo un equipo humano capacitado para liderar el rumbo de la transformación organizacional.



RESURRECCIÓN

▼
Lanzamiento exitoso de la nueva Duster.

▼
Costos fijos.

RENOVACIÓN

▼
Definir nuestra futura gama.

REVOLUCIÓN

▼
Nuevas movilidades.

Ejecutamos nuestro Plan Estratégico Corporativo enfocados en:

- Incrementar las utilidades y los márgenes.
- Mejorar el flujo de caja.
- Contar con modelos rentables.
- Tecnología y energía para una nueva movilidad.

A través de:

- Eficiencia en ingeniería, procesos y fabricación.
- Aprovechamiento de activos.
- Alianzas.
- Unidades de negocio rentables, diferenciadas y orientadas a clientes y mercados.

Prioridades 2021: Construimos valor para un liderazgo sostenible



LÍDER RENTABLE

- Optimización de ingresos, competitividad, sistema industrial.



LÍDER EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

- *Quality mindset*, durabilidad, *digital journey*.



LÍDER POR LA GENTE

- Nuevas formas de trabajar, agilidad, nueva organización.

Prioridades 2022:

Articulados con los valores y principios del Grupo y de la Compañía, trabajaremos en líneas:

RENAULT-Sofasa

Somos **los protagonistas** de nuestro futuro



NUESTRA GENTE

- Mejor lugar para trabajar.
- Reconexión.
- Desarrollo de talentos.



NUESTROS CLIENTES

- Líderes en la experiencia de cliente.
- Una planta referente de calidad.



NUESTRA RENTABILIDAD

- Competitividad.
- Optimización de los ingresos.
- Generación de *cash*.



NUESTRO FUTURO

- Nuevos mercados.
- Nuevos proyectos.
- Nuevos negocios.

Alto impacto

Excelencia y velocidad

Sí antes que no

Nuestra meta es ser **líderes de la movilidad sostenible** en Colombia



Gobierno Corporativo, pilar de nuestra gestión

Esta es la estructura de gobierno de nuestra Compañía, con los órganos que la componen.

Estructura de gobierno

(102-18) Para su dirección, administración y representación, la Compañía cuenta con los siguientes órganos y cargos:



- Asamblea General de Accionistas.



- Presidencia-Dirección General.

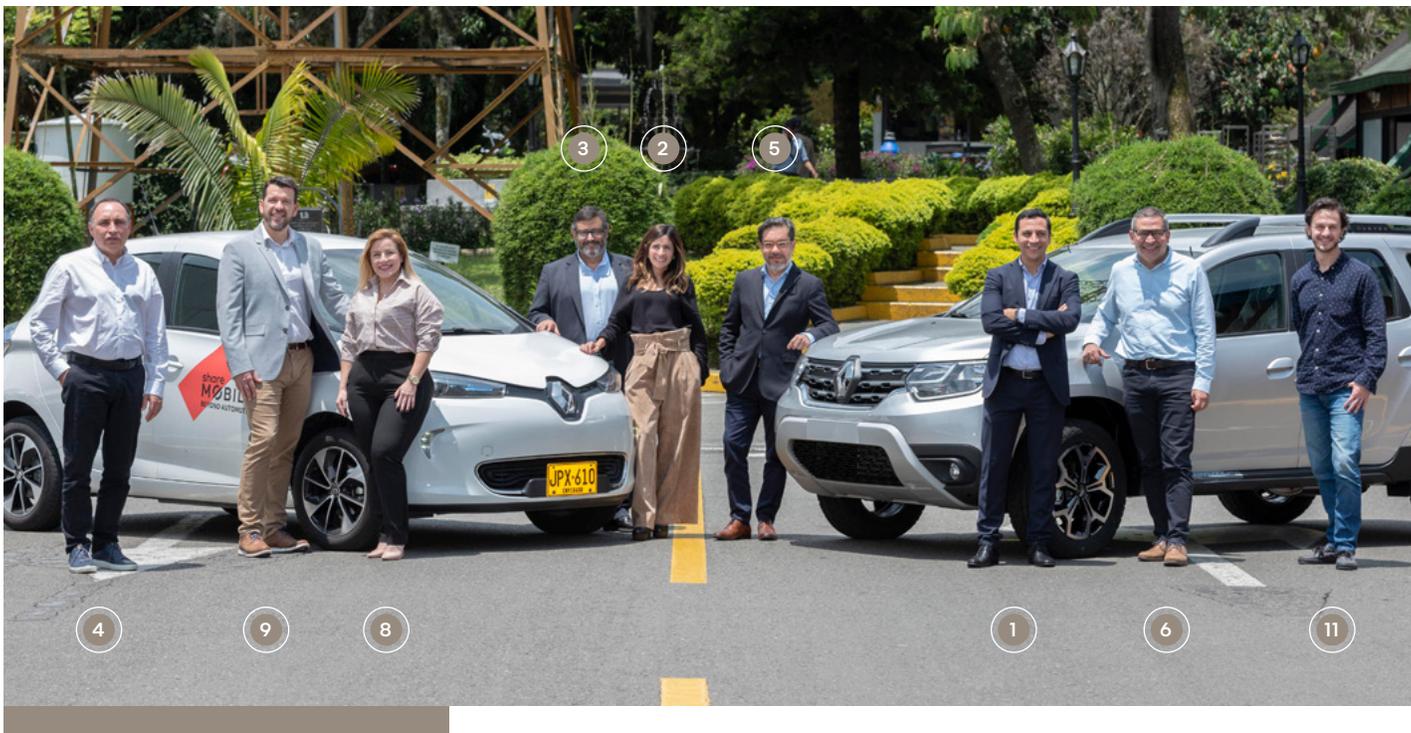
Cada uno de los órganos indicados tiene las facultades y atribuciones que le confieren los Estatutos Sociales, y las ejercerán con arreglo a las normas especiales aquí estipuladas según la ley.

La representación legal de la Compañía está a cargo del Presidente Director General, como sigue:

(102-19) (102-20) La Compañía tiene un Presidente Director General con sus tres (3) suplentes. Para todos los efectos, el Presidente Director General, o quien haga sus veces, es el Representante Legal y el responsable de la dirección, administración y ejecución de los programas industriales de inversión y producción, así como de los de venta de los vehículos automotores y demás conjuntos mecánicos que la Organización ensambla, transforma y fabrica.

El Presidente Director General y sus suplentes son nombrados por la Asamblea General de Accionistas para un período de dos (2) años contados a partir de la fecha de su designación, pero pueden ser removidos en cualquier momento por dicha asamblea cuando las circunstancias así lo exijan. En el evento de remoción del Presidente Director General, o de su ausencia permanente, cualquier accionista puede convocar inmediatamente a la Asamblea General de Accionistas para efectuar una nueva elección.

(102-22) **Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités**



- 1 Ariel Montenegro**
Presidente Director General
- 2 Juanita Agamez**
Directora Jurídica, Relaciones de Gobierno y RSE
- 3 Jorge Leverone**
Director Financiero
- 4 Carlos Vásquez**
Director de Producción
- 5 Mauricio Pino**
Director de Recursos Humanos
- 6 Iván Zapata**
Director de Calidad

- 7 Leandro Pascale**
Director de Compras
- 8 Ana García**
Directora de Latam Business Service
- 9 Camilo Brusco-Hansen**
Gerente División RTA
- 10 Catherine García**
Gerente Departamento de Comunicaciones
- 11 Germán Vargas**
Product Performance Lider HJD Latam



COMITÉS DE APOYO

- Comité Directivo
- Comité de Recursos Humanos
- Comité de Comunicaciones
- Comité Digital y de Transformación de Negocio
- Comité Comercial
- Comité de Compras
- Comité de Calidad
- Comité Financiero
- Asamblea Anual
- Junta Directiva Fundación Renault y RSE

La ética y la transparencia: prioridades para nuestra Compañía

En RENAULT-Sofasa contamos con una política transversal liderada directamente por nuestro Presidente.



¿Por qué es importante?

(103-1) La ética es uno de los valores claves que guían el comportamiento de los colaboradores de RENAULT-Sofasa y permiten el sano funcionamiento de nuestra Compañía. Es, al mismo tiempo, una convicción, un saber hacer, una reflexión, un cuestionamiento, una conciencia profesional y una preocupación constante por su cumplimiento.

(102-16)

VALORES DE LA ORGANIZACIÓN

Cercana

- Respetamos a los colaboradores, asociados y al medioambiente.
- 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 día 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.

¿Cómo lo gestionamos?

(102-17) (103-2) Contamos con mecanismos internos y externos relacionados con la conducta ética y la integridad de la Organización como:



Código de Ética Renault

Aplica a todos los países donde tenemos presencia y se encuentra disponible para todos los colaboradores y demás grupos de interés. Áreas cruciales como Compras, Comercial e Informática cuentan con códigos específicos que indican los lineamientos de comportamiento ético tanto para los colaboradores como para cualquier tipo de público relacionado con la Organización.



Programa de Ética Empresarial

Se encarga de definir y difundir las políticas de la Compañía, adaptadas a las leyes colombianas y francesas, que sirven de lineamiento para los planes de capacitación y formación, y para la coordinación de todas las actividades de animación, estudio y evaluación de los casos registrados en *Whistleblowing* (Línea Ética).



Comité de Ética

Se encarga de hacerles seguimiento al Programa de Ética Empresarial y a la prevención del fraude, la corrupción, el lavado de activos y la financiación del terrorismo. Además, garantiza el cumplimiento de las leyes establecidas en Colombia y Francia, los lineamientos de la casa matriz, y las políticas y los procedimientos aplicables.



Manual Antisoborno y Anticorrupción

Describe de manera simple las señales y los riesgos que se deben tener en cuenta en situaciones de conflictos de intereses, como regalos, invitaciones, entre otras, y la forma adecuada de gestionarlas y tratarlas.



SAGRILAFT

“Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos, de la Financiación del Terrorismo y la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (LA/FT/FPADM)”.



Línea Ética de Renault Group - Whistle B (Whistleblowing)

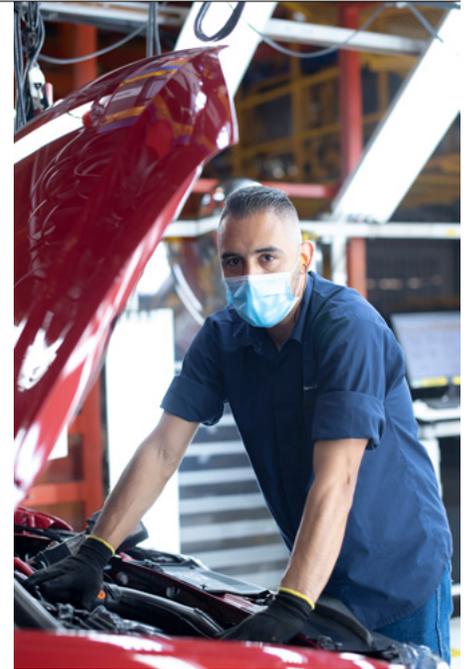
Es una herramienta anónima disponible para todos los colaboradores, proveedores y clientes, en la que pueden reportar comportamientos que vayan en contra de la ética de la Compañía: fraudes económicos y financieros, entrega de información confidencial, decisiones que favorecen al empleado, pero que van en contra de la Organización, uso inapropiado del nombre o de los bienes de RENAULT-Sofasa, acoso laboral o malos tratos, entre otros.

E-mail: alert.colombia@renault.com
Página web: <https://report.whistleb.com/en/portal/renaultgroup>
Línea telefónica: +57-508 7320
 Código 1155

Nuestros resultados 2020-2021 (103-2) (103-3)

- **Logramos un 100% de conformidad** en la auditoría de control interno de Renault Central.
- Ajustamos nuestros procesos y procedimientos para cumplir con la norma colombiana de SAGRILAFT y la norma francesa de SAPIN II, y con el programa de RENAULT central TIM.
- Ajustamos nuestros procesos para el cumplimiento de la norma del Programa de Transparencia y Ética Empresarial de la Superintendencia de Sociedades.
- **(205-1) 100% de las operaciones** para riesgos relacionados con la corrupción fueron evaluadas.
- **El 100% de nuestros proveedores y clientes** están en línea con las políticas de Ética y Transparencia.
- **Realizamos capacitaciones virtuales sobre los siguientes temas:** prevención de la corrupción, ética en Renault Group, manejo del conflicto de intereses. Además, formamos colaboradores del proveedor *Fast Terminal* y llevamos a cabo la inducción a colaboradores nuevos.
- Contamos con herramientas para la depuración y actualización de información de nuestros proveedores y clientes.
- El **91%** del conocimiento de los colaboradores de RENAULT-Sofasa fue el resultado de la encuesta que hizo la Dirección de Ética y *Compliance* de **Renault Central en el mundo con el objetivo de evaluar los conocimientos sobre, precisamente, ética y compliance.**

100%
 de las denuncias presentadas por la Línea Ética fueron gestionadas por el Comité de Ética



(103-2) Retos para movilizar el futuro

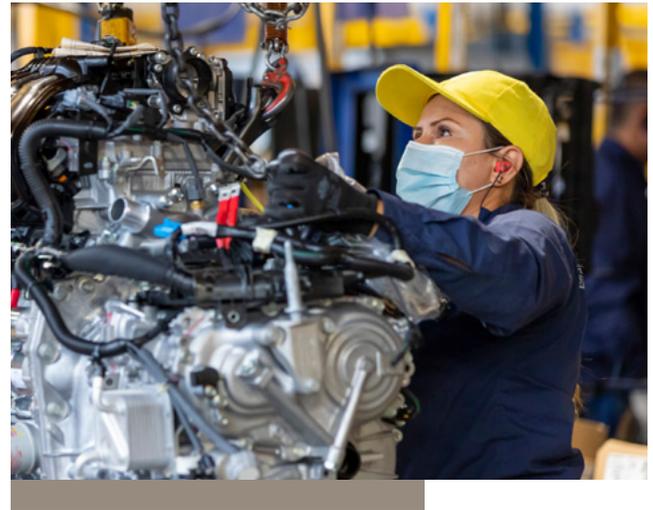
Corto plazo (0 a 2 años)

- Construir la Matriz de Riesgos de Prevención del Fraude y la Corrupción con la metodología Renault Central.
- Actualizar la Declaración de Conflicto de Intereses para todos los empleados de la Organización.
- Desplegar el nuevo Código de Anticorrupción al 100% de los colaboradores.
- Poner en marcha la herramienta automática de segmentación y señales de alerta para el monitoreo de las operaciones con nuestros asociados de negocios.
- Seguir trabajando por fortalecer la cultura de ética y transparencia mediante procesos de formación y sensibilización dentro de la Organización.
- Lograr que nuestros asociados de negocio adopten programas de ética y transparencia que prevengan situaciones de riesgo en toda la cadena de valor.

Estrategia Corporativa de Responsabilidad Social Empresarial

Estamos comprometidos con la huella de carbono, con la seguridad de las personas que utilizan nuestros vehículos y de los colaboradores en su lugar de trabajo, así como con la inclusión. Esto se ajusta a nuestros desafíos estratégicos y refuerza nuestra convicción de movilizar progreso para todos.

En RENAULT-Sofasa consideramos nuestra responsabilidad ambiental y social como uno de los capítulos de **Renalution**, nuestro Plan Estratégico Corporativo.



35% DE LOS ROLES DE LIDERAZGO están a cargo de mujeres, y el 66% de las posiciones de liderazgo cuentan con al menos una mujer en los planes de sucesión.



MEDIOAMBIENTE

Un negocio verde

La transición ecológica a través de la cadena de valor.

- **Alcanzar la carbono-neutralidad en el ámbito global para 2050** reduciendo las emisiones de CO₂ a lo largo de toda la vida útil de nuestros vehículos.
- **Convertir el ciclo de vida del producto y la generación de valor a través de la economía circular** desde nuestros proveedores hasta el fin del ciclo de vida de los vehículos y sus componentes.

SEGURIDAD

Vehículos que cuidan

Nos preocupamos por la seguridad de los clientes en las carreteras y de los empleados en el lugar de trabajo.

- **Promover la seguridad vial** concentrándonos en la prevención de accidentes y en facilitar el rescate de estos.
- Promover la seguridad y la salud para nuestros colaboradores en el lugar de trabajo.

INCLUSIÓN

Creando oportunidades

Empleabilidad, equidad y solidaridad.

- **Fortalecer las nuevas habilidades que requerimos para seguir siendo líderes en el sector y para impulsar la transformación de la Compañía** promoviendo la inclusión mediante acciones que fomenten la equidad de género, la solidaridad a través de la movilidad inclusiva y la empleabilidad.

Materialidad

En línea con nuestra Estrategia Corporativa de RSE, continuamos fortaleciendo nuestra materialidad para seguir alineándonos a las directrices del Renault Group e identificar los asuntos en temas ambientales, sociales y económicos más importantes para nuestra Organización.

(102-46) Durante 2019 realizamos un ejercicio de materialidad en el que tuvimos en cuenta los lineamientos del estándar GRI, el cual facilitó el cumplimiento de los siguientes objetivos:

- Enriquecer nuestra estrategia interna de Compañía y la estrategia de relacionamiento estratégico con nuestros grupos de interés.
- Identificar riesgos, impactos y oportunidades en sostenibilidad, que nos permitan definir estrategias de gestión y monitoreo focalizadas.

(102-47) Este proceso nos permitió identificar cinco temas materiales para nuestra gestión, los cuales presentamos a continuación en orden de prioridad:



1. COMPETITIVIDAD

Cadena de abastecimiento

- Identificación y gestión de riesgos en la cadena de suministro.
- Desarrollo de proveedores.
- Integración de proveedores locales.
- Selección y evaluación de proveedores.

Desempeño económico



2. TRANSFORMACIÓN

Innovación

- Transformación digital.
- Incorporación de tecnología vehicular.

Productos de vanguardia

- Vehículos autónomos, eléctricos, conectados y compartidos.
- Respuesta a las nuevas necesidades del mercado y de los clientes.



3. CALIDAD Y EXPERIENCIA AL CLIENTE

Calidad

- Confiabilidad de los productos.
- Soluciones que responden a las necesidades de los clientes.
- Control de calidad de materias primas y productos terminados.
- Servicios de posventa.

Experiencia de usuarios y clientes

- Atención y satisfacción de clientes y usuarios finales.
- Política, sistemas y procedimientos para la privacidad de datos.
- Confianza en el servicio (servicio oportuno, calidad).
- Canales de ventas y comercialización.



4. GESTIÓN DEL TALENTO

Gestión del talento

- Cultura organizacional.
- Bienestar de los colaboradores (empoderamiento, vida sana, equilibrio vida-trabajo).
- Evaluación de desempeño.
- Libertad de asociación y negociación colectiva.
- Gestión del conocimiento.
- Atracción y retención del talento (candidatos mejor calificados).
- Capacitación y desarrollo / desarrollo de habilidades especializadas.

Seguridad y salud en el trabajo (SST)

- Promoción de la cultura de autocuidado.
- Disminución de accidentes y lesiones laborales.
- Monitoreo y metas asociadas al desempeño en SST.
- Entorno seguro y cómodo (iluminación, ruido, puestos de trabajo, entre otros.).



5. IMPACTOS AMBIENTALES PRODUCTOS

- Contribución al cambio climático. Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) / huella de carbono del vehículo-calidad del aire (emisiones de material particulado).
- Consumo eficiente de combustible.

Además de los cinco temas materiales, identificamos temas adicionales de gestión eficiente y de gestión emergentes:

TEMAS DE GESTIÓN EFICIENTE

- Ecoeficiencia y desempeño ambiental en el proceso productivo.
- Posicionamiento.
- Relacionamiento con grupos de interés.
- Cultura vial / cultura de la seguridad.

TEMAS EMERGENTES

- Contribución a la movilidad sostenible.
- Gestión social.
- Ética empresarial.
- Economía circular.
- Derechos humanos.
- Gobierno Corporativo.
- Gestión de riesgos.

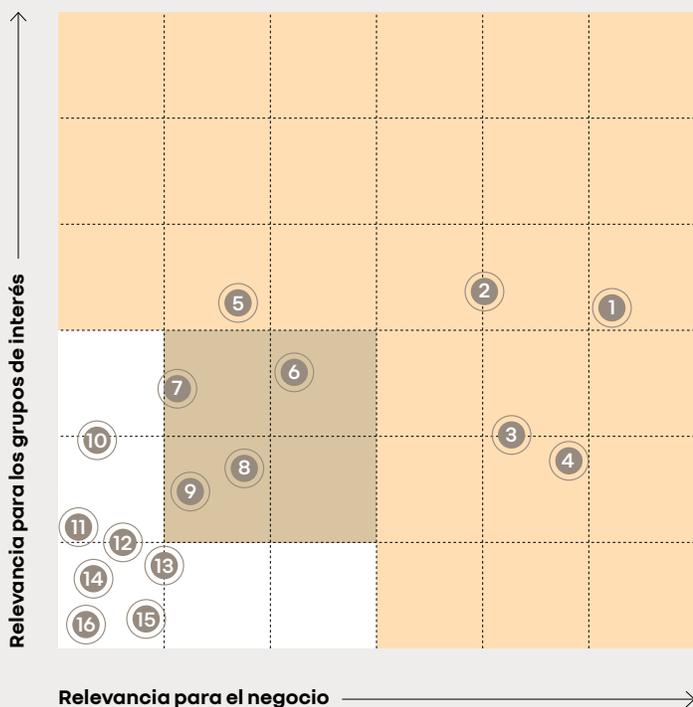


LA ECOEFICIENCIA Y EL DESEMPEÑO AMBIENTAL en el proceso productivo son temas de gestión eficiente que identificamos en nuestro proceso de materialidad.



Para consultar el proceso detallado de nuestro ejercicio de materialidad, **haga clic aquí.**

(102-47) MATRIZ DE MATERIALIDAD RENAULT-SOFASA 2019



Temas prioritarios

1. Competitividad.
2. Transformación.
3. Calidad y experiencia al cliente.
4. Gestión del talento.
5. Impactos ambientales productos.

Temas de gestión eficiente

6. Ecoeficiencia y desempeño ambiental en el proceso productivo.
7. Posicionamiento.
8. Relacionamiento con grupos de interés.
9. Cultura vial / cultura de la seguridad.

Temas emergentes

10. Contribución a la movilidad sostenible.
11. Gestión social.
12. Ética empresarial.
13. Economía circular.
14. Derechos humanos.
15. Gobierno Corporativo.
16. Gestión de riesgos.

Grupos de interés

Comprometidos con los grupos de interés de RENAULT-Sofasa, desarrollamos nuestra actividad a partir de la promoción de actuaciones incluyentes y confiables, manteniendo relaciones basadas en el respeto, la honestidad y la equidad.

(102-42) El intercambio con los grupos de interés favorece la construcción de relaciones efectivas, basadas en el conocimiento y la confianza. De este modo, su participación activa propicia una conversación fluida y sana, que se anticipa a los momentos de crisis.

Gestionar preventivamente las expectativas de nuestros grupos permite que estos se comprometan con los diferentes procesos y actividades destacadas de la Compañía, y que sean nuestros aliados y legitimadores.

(102-40) (102-43) (102-44) En este proceso hemos identificado los grupos de interés detallando y sistematizando los mecanismos de relacionamiento con cada uno de ellos, y analizando los retos y las oportunidades relevantes en cada caso.

Grupo de interés	Medio de relacionamiento	Frecuencia	Temas de interés	Ubicación en el reporte
 <p>Clientes</p>	Página web	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> Vehículos nuevos Vehículos usados Respaldo de posventa Acompañamiento y seguimiento de vehículos y piezas Beneficios Actualidades de marca 	Ver capítulos "Nos movilizamos por nuestros clientes" y "Nos movilizamos por nuestro futuro"
	Línea de servicio al cliente	Permanente		
	Redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram)	Permanente		
	Concesionarios	Permanente		
	Plan de contacto de la Estrategia CRM (mail, call center y SMS)	Según necesidad		
 <p>Concesionarios y puntos autorizados</p>	Kit de despliegue	Trimestral	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo a través de las áreas de soporte de la Compañía: Logística, Jurídica, Servicio Técnico, Servicio al Cliente, Formación, Métodos, Auditoría, Desarrollo de Red, Animación y Gestión, Acciones Comerciales 	Ver capítulos: "Nos movilizamos por nuestros clientes" y "Nos movilizamos por nuestra rentabilidad"
	Jornada y Convención Comercial	Un par de veces al año		
	Dealer council	Según necesidad		
	Reuniones zonales	Mensual		
	Product Day/ formaciones RAC	Mensual		
 <p>Colaboradores</p>	Boletín 5 Minutos	Semanal	<ul style="list-style-type: none"> Vehículos Educación Vivienda Transporte Salud Alimentación Recreación y cultura Beneficios como colaborador de RENAULT-Sofasa Información corporativa 	Ver capítulos: "Nos movilizamos por nuestra Compañía" y "Nos movilizamos por nuestra gente"
	Sofanet (Intranet)	Según necesidad		
	Carteleras digitales	Semanal		
	Comités de Dirección	Semanal		
	InsideR, Facebook y canal de YouTube	Permanente		
	Eventos corporativos	Según necesidad		
	Bilaterales	Semanal		
	Reuniones de área	Semanal		
	Sesiones de mando	Según necesidad		
	Café con la Dirección	Quincenal		
	Reunión 5 Minutos con los colaboradores antes de iniciar la jornada de trabajo	Diario		

Grupo de interés	Medio de relacionamiento	Frecuencia	Temas de interés	Ubicación en el reporte
 Proveedores	Reunión Anual de Proveedores Kaizen proveedores Sesiones de formación (tanto en las instalaciones de Renault como en locaciones externas) dirigidas por expertos técnicos de cada tema Formaciones tipo <i>workshop</i>	Un par de veces al año Anual Bimestral Según necesidad	<ul style="list-style-type: none"> Formaciones para incentivar e implementar esquemas de producción y gestión, con el fin de mejorar su productividad y competitividad Herramientas en desarrollo de piezas, análisis de problemas, procesos de calidad Objetivos y estrategias por trabajar en gestión de proyectos Medición de <i>performance</i> de calidad y Kaizen de proveedores 	Ver capítulo: "Nos movilizamos por nuestra rentabilidad"
 Inversionistas y accionistas	Asamblea General de Accionistas Reporte de Sostenibilidad	Anual Anual	<ul style="list-style-type: none"> Lineamientos estratégicos para la administración y distribución de beneficios 	Ver capítulo: "Nos movilizamos por nuestra compañía"
 Competidores	Comité de Industria Cámara Automotriz de la ANDI ANDI seccional Antioquia	Permanente Permanente Permanente	<ul style="list-style-type: none"> Se discuten iniciativas en pro de la competitividad, se realizan análisis sobre la reglamentación, así como la gestión de temas de impacto para la industria automotriz. 	Ver capítulo: "Nos movilizamos por nuestro futuro"
 Sociedad	Página web Redes sociales Fundación Renault Reporte Integrado Informe de Gestión	Permanente Permanente Permanente Permanente Permanente	<ul style="list-style-type: none"> Programas para la sociedad que generen sensibilización y oportunidades de cambio 	Ver capítulo: "Nos movilizamos por nuestra gente"
 Estado	Reuniones en las que participan nuestra Directora de Relaciones de Gobierno y el Presidente Director General: <ul style="list-style-type: none"> Red de Ensamble Automotriz y ANDI Antioquia Proantioquia 	Bimestral Permanente Permanente	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias conjuntas en la sostenibilidad de la industria Accionar de los diferentes ministerios y gobiernos locales en relación con el sector empresarial 	Ver capítulos: "Nos movilizamos por nuestra compañía", "Nos movilizamos por nuestra rentabilidad" y "Nos movilizamos por nuestro futuro"
 Medioambiente	Plataformas ambientales: RUA Manufacturero, el RH1 Cartillas informativas Campañas ambientales Capacitaciones al personal nuevo	Anual Periódico Mensual Semanal	<ul style="list-style-type: none"> Control de consumo energético, de agua, emisiones de cada uno de los procesos, impacto ambiental de nuevos proyectos Cumplimiento de la normatividad ambiental vigente Campañas de sensibilización ambiental, Programa de Gestión Ambiental y políticas ambientales que rigen a la Compañía 	Ver capítulo: "Nos movilizamos por nuestro futuro"

Alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Teniendo en cuenta nuestros desafíos estratégicos y el reto de movilizar progreso para todos nuestros grupos de interés, en RENAULT-Sofasa estamos alineados con el cumplimiento de la Agenda Global planteada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Así contribuimos al desarrollo sostenible con la minimización de nuestros impactos negativos y ampliando el efecto de los positivos sobre la sociedad y el planeta.

En la siguiente gráfica mostramos los principales programas y acciones con los cuales avanzamos en línea con nuestra estrategia corporativa de Responsabilidad Social Empresarial, y aportamos a la consecución de las metas propuestas en la mencionada agenda. A lo largo de este informe, presentamos mayor información sobre estas acciones y programas.





- Programa La Calle y Yo.
- Concurso Nacional Tus Ideas, Tus Iniciativas.
- Participación en el Comité Empresarial de Seguridad Vial (CESV).



- Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Formación en seguridad y salud en el trabajo.



- Certificación ISO 9001 V2015 del Sistema de Gestión.



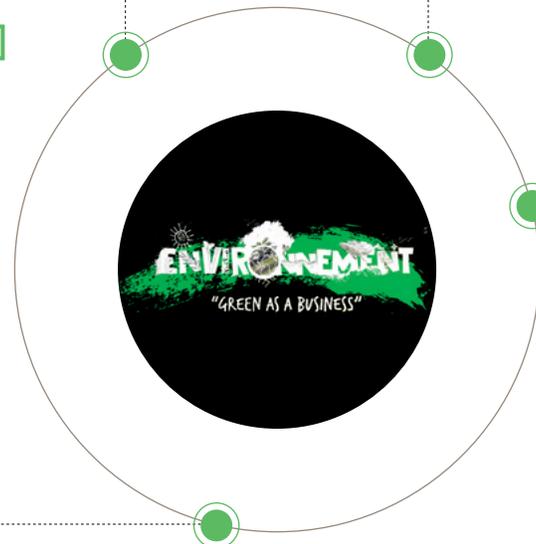
- Trabajo conjunto con aliados del Comité Empresarial de Seguridad Vial (CESV).



- Nueva Renault Duster con motor más eficiente.
- Mobilize, unidad de negocio para generar nuevas alternativas de acceso a modos de transporte sostenibles y eficientes.
- Reincorporación de residuos a la cadena productiva.
- Programa de innovación abierta Renault Box.
- Pioneros y líderes en Colombia en vehículos 100% eléctricos con cero emisiones de carbono.



- Proyecto Biovivero en el salto del Tequendama.
- Iniciativa Adopta un Árbol.



- Fundación Granja Ecológica El Porvenir (Biovivero).
- Alianza con el Jardín Botánico de Medellín (Reserva Ecológica El Centello).
- Apoyo a emprendimientos sociales en la categoría uso eficiente de recursos con el apoyo de la Red de Ensamble y Recon.



- Lanzamiento de la Estrategia Ambiental de Carbono Neutro para Renault Group.
- Iluminación led en la planta de producción.



03

Nos movilizamos por nuestra gente

- ➔ Gestión del talento
- ➔ Seguridad y salud en el trabajo
- ➔ Gestión social

Gestión del talento

Las extraordinarias capacidades técnicas y humanas de nuestra gente son el principal soporte para movilizarnos hacia el cumplimiento de la estrategia corporativa, además de la mayor ventaja competitiva para mantener el liderazgo en la industria y proyectarnos al futuro con solidez y con una visión clara.



¿Por qué es importante?

(103-1) Este período exigente y retador que vivimos en los últimos dos años puso a prueba lo mejor de las competencias y las cualidades de nuestra gente, y con ellas logramos superar las adversidades que el contexto nos propuso. Gracias a su compromiso y responsabilidad nos movilizamos para estar a la altura de la coyuntura, y tuvimos la capacidad y la flexibilidad para adaptarnos a las circunstancias.

Como Organización acompañamos esta etapa a través de distintas iniciativas de formación y capacitación, diagnosticando y tomando medidas donde hiciera falta para reforzar las capacidades entre nuestros colaboradores y avanzar en conjunto por la ruta estratégica que planteamos para solventar la coyuntura.

Nuestra gente fue el pilar más importante para sostener los niveles de productividad, competitividad, calidad y eficiencia, lo que permitió mantener nuestro posicionamiento y liderazgo en el mercado automotor colombiano.

La transformación que hemos implementado para actualizar y reforzar las competencias requeridas para seguir a la vanguardia en el sector ha sido inclusiva, ha fomentado la diversidad en todos los niveles de la Compañía y ha empoderado a todos los colaboradores para que, a partir del fortalecimiento de sus habilidades, asuman responsabilidades y adquieran nociones de liderazgo en los procesos que tienen a cargo.

Estamos convencidos de que la gestión adecuada de nuestro talento nos conduce a una mayor satisfacción laboral entre los colaboradores, disminuye los índices de rotación de personal y aumenta la retención de talento clave. Todos estos constituyen objetivos claros de gestión para garantizar la sostenibilidad de la Organización y la permanencia en el liderazgo.

Promovemos mayores índices de satisfacción laboral: así atraemos y retenemos el mejor talento, para que juntos nos moviliemos al futuro como una Compañía sólida, rentable y sostenible.



PORCENTAJE DE COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO

2019

28,05%

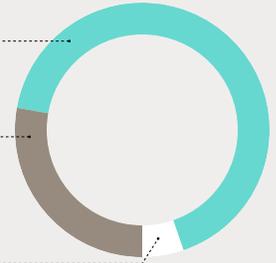
A término fijo

66,77%

A término indefinido

5,19%

Con otro tipo de contratos (aprendizaje)



2020

22,33%

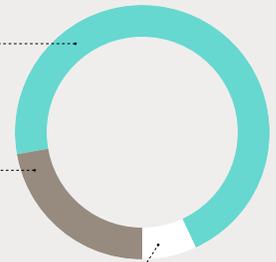
A término fijo

70,97%

A término indefinido

6,71%

Con otro tipo de contratos (aprendizaje)



2021

73,33%

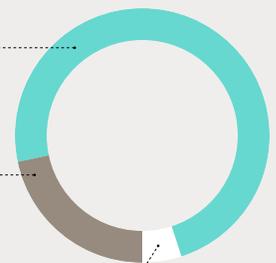
A término indefinido

21,76%

A término fijo

4,91%

Con otro tipo de contratos (aprendizaje)



Para ver más detalle sobre nuestros colaboradores, consulte los anexos en la página 88.

(102-8) NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES



COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO

Empleados	2019	2020	2021
Número de colaboradores a término indefinido	888	836	866
Número de colaboradores a término fijo	373	263	257
Número de colaboradores con otro tipo de contratos	69	79	58
Número de colaboradores indirectos	315	274	382

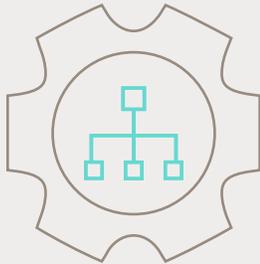
¿Cómo lo gestionamos?

(103-2) Tenemos un modelo de gestión del talento que define:

- **Seis focos de acción.** Nos orientan por el camino que queremos transitar para seguir siendo fuertes y competitivos, con las capacidades adecuadas y con una cultura que le genere progreso a nuestra gente.
- **Seis procesos.**
- **Cuatro principios.** Son comportamientos positivos incluidos en nuestra cultura corporativa Renault Way, los cuales le dan cuerpo a nuestro modelo de comportamiento y, a su vez, forman parte de nuestro proceso de gestión del desempeño.
- **Tres pilares del modelo de liderazgo.**

MODELO DE GESTIÓN DEL TALENTO

Focos de acción



Gestionar las **capacidades** y las **competencias** para asegurar el futuro de la Organización.



Gestionar el **cambio** en aras de transformar la **cultura**.



Gestionar el **desempeño** para garantizar la sostenibilidad de la Organización.



Gestionar el **compromiso** y la **confianza** de nuestra gente.



Gestión colectiva / Gestión individual



Procesos

1. Gestión del desempeño.
2. Gestión del clima y compromiso.
3. Gestión de la selección y la vinculación.
4. Gestión de la sucesión.
5. Gestión de la diversidad.
6. Gestión de la formación y el desarrollo.

Principios Renault Way

1. Cuidamos y valoramos a nuestros clientes.
2. Hablamos con transparencia.
3. Simplificamos las cosas.
4. Decidimos y contribuimos.
5. Crecemos juntos.

Pilares del modelo de liderazgo

1. Inspiramos.
2. Cuidamos.
3. Desafiamos.

Sistemas de participación

Contamos con una plataforma de aprendizaje y desarrollo en los sistemas de participación que nos permite mantenernos conectados para celebrar y reconocer el talento de los equipos, además de generar espacios para contribuir a la solución de problemas dentro de la Compañía. **Estos son:**

Kaizen. Equipos de manufactura enfocados en eficiencia y ahorros.

62 equipos al año
364 participantes

SIS. Ideas simples de los operarios contribuyen a la productividad, seguridad, calidad y costos.

18.406 ideas al año
487 participantes

ICP. Equipos multidisciplinarios implementan ideas innovadoras para la transformación organizacional.

Nuestros resultados 2020-2021

(103-3) Presentamos los resultados obtenidos por cada uno de los focos estratégicos que componen nuestro modelo de gestión del talento:

Gestionar las capacidades y las competencias para la contribución

(404-2) En los últimos años hemos vivido un proceso de transformación dentro de la Compañía en el cual hemos abordado lo digital, lo industrial y lo organizacional. Para este fin tuvimos que aprender sobre nuevas formas de trabajo que optimizaran los procesos y nos condujeran a ser más ágiles y a desarrollar proyectos de manera transversal, para, así, estar alineados con las capacidades que el contexto actual requiere.

Hemos desarrollado nuevas competencias y nos hemos especializado en otras; hemos celebrado cada victoria, por pequeña o grande que sea, para darle una dimensión al aprendizaje que alcancemos. Esto lo logramos implementando el modelo de desarrollo del talento.

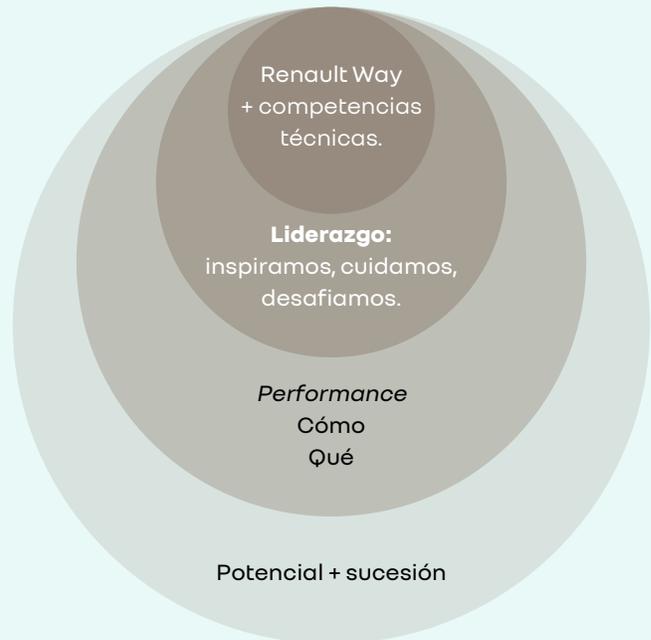
En los talleres de Producción y en el Almacén Central de Repuestos hemos desarrollado iniciativas de formación para aumentar el nivel de especialización de nuestros colaboradores, agregando así valor a su trabajo cotidiano gracias al aprendizaje que han alcanzado en las escuelas de destreza, donde les damos las herramientas necesarias para que autogestionen su preparación y estén, entonces, en capacidad de ser formadores internos tanto en lo tradicional como en la realidad virtual, a fin de que compartan sus conocimientos entre otros compañeros.

Los principales resultados de nuestra gestión fueron:

- (404-2) Con nuestra plataforma virtual Learning@Alliance **logramos 9.067 horas de formación en 2021, 23% más que en 2020**. Algunas de las temáticas de formación se centraron en el desarrollo de habilidades específicas como analítica, Excel, Agile, Scrum, entre otros.
- **Realizamos cinco encuentros de Renault Talks, en los cuales participaron más de 350 personas.** Las temáticas elegidas fueron empatía, economía circular, ciberseguridad, incertidumbre y datos.



MODELO DE DESARROLLO DEL TALENTO



HERRAMIENTAS



Formaciones de Corporate



Programa de Idiomas



Agenda para la Transformación



Talentos Clave



Escuelas funcionales



Mentoría, coaching



Renault Talks



Escuela de Liderazgo



Learning@Alliance



Planes de desarrollo

- Ejecutamos el 100% de las formaciones corporativas planeadas.
- Continuamos con las escuelas funcionales con formaciones en finanzas, cumplimiento, recursos humanos y manufactura.
- Dentro de la Agenda para la Transformación, cuya estrategia fue alineada a Reconnection y enfocada en el desarrollo de competencias para la transformación, **realizamos 12 formaciones (dos más que en 2020), con un 100% de ejecución, 78% de asistencia y 96% de satisfacción (dos puntos por encima de los datos para 2020).**
- Proporcionamos las herramientas para incorporar los comportamientos del nuevo modelo de liderazgo, el cual está enfocado en el empoderamiento y el autodesarrollo; en comprometer y brindar apoyo a los *managers* sobre los cambios en torno a la gestión del talento alineados con Renaultution, y en promover los intercambios culturales entre los líderes del clúster.

(404-1) MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN AL AÑO POR COLABORADOR

Número total de horas de formación



Promedio de horas de formación	2019	2020	2021
Por colaborador	19,0	18,9	21,0
Mujeres	34,6	20,4	21,5
Hombres	16,7	18,7	18,8
Nivel ejecutivo	-	11,0	12,0
Nivel gerencial	42,0	38,0	41,0
Nivel directivo	8,4	17,3	23,0
Nivel especialistas	35,0	24,4	27,6
Otros niveles	16,1	15,3	15,0



364 COLABORADORES DE LOS EQUIPOS de manufactura, enfocados en eficiencia y ahorros, participaron en el programa Kaizen.

Gestionar el desempeño organizacional

Presentamos un **nuevo modelo de gestión del desempeño** para monitorear los cambios en el ciclo de desempeño individual y alinearlos con los objetivos estratégicos del negocio, a fin de generar una mejor valoración de la contribución y un mayor empoderamiento. Lo hicimos teniendo en cuenta cuatro principios clave:

1. **Conectar la contribución individual con la estrategia** promoviendo la cooperación y la orientación a los resultados.
2. **Incentivar el desarrollo profesional** y la contribución en términos de objetivos y formas de actuar.
3. **Reconocer mejor la contribución y el compromiso de los colaboradores** ajustando de manera regular las expectativas.
4. Entender que el nuevo modelo refuerza la idea de que las **conversaciones** deben basarse en el **qué y en el cómo** (Renault Way).

En línea con este nuevo modelo de gestión, capacitamos al 100% de los líderes para que tuvieran las herramientas y los conocimientos adecuados que les facilitarían la adopción del nuevo Sistema de Gestión del Desempeño, enfocado en acompañar el proceso de sensibilización y de incorporación de la nueva mentalidad para la transformación organizacional, con lo cual nos hacemos más fuertes como movilizadores del progreso.

100% de los colaboradores recibieron evaluación del desempeño durante 2020 y 2021 (404-3)

Gestionar el cambio y la transformación de la cultura

Gestión de la diversidad

Promovemos criterios de diversidad en nuestra plantilla para tener un equilibrio en la selección externa y la promoción interna, así como generar oportunidades para las diferentes poblaciones. **Un ejemplo claro es que el 35% de las mujeres ocupan roles de liderazgo. El 66% de esas posiciones clave tienen al menos una mujer en los planes de sucesión.**

(405-1) DIVERSIDAD EN COLABORADORES POR GÉNERO

2019

13%

177 mujeres



87%

1.153 hombres

2020

14%

161 mujeres



86%

1.017 hombres

2021

19%

230 mujeres



81%

951 hombres

DIVERSIDAD EN LA PLANTILLA LABORAL

Número de colaboradores	2019	2020	2021
Menores de 30 años	230	151	201
Entre 31 y 40 años	529	417	426
Entre 41 y 50 años	397	434	408
Entre 51 y 60 años	173	174	145
Mayores de 61 años	1	2	1

Porcentaje de colaboradores	2019	2020	2021
Menores de 30 años	17%	13%	17%
Entre 31 y 40 años	40%	35%	36%
Entre 41 y 50 años	30%	37%	35%
Entre 51 y 60 años	13%	15%	12%
Mayores de 61 años	0%	0%	0%

Identificación de talento clave

Presentamos un **nuevo modelo de identificación de talento clave** para detectar en etapas más tempranas a aquellas personas con capacidades extraordinarias que puedan ser promovidas o seleccionadas, con un seguimiento dedicado a la revisión de sus competencias y con la intención de empoderarlas para que gestionen su trayectoria profesional. Este modelo tiene tres objetivos principales:

- **Más detección más temprana.** Identificar y exponer talentos tempranos y diversos.
- **Más empoderamiento.** El colaborador es el conductor de su carrera.
- **Más desarrollo.** Momento exclusivo dedicado a la revisión del talento.



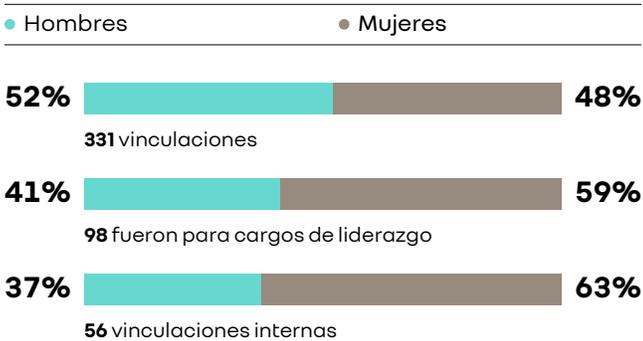
La Organización hará una **identificación temprana de talentos para construir una única lista** que garantice la continuidad en las funciones claves.



CON LA PLATAFORMA PEOPLE AT RENAULT (P@R) ENFRENTAMOS EL RETO de que el talento será móvil, sin lugares fijos para el desempeño de las funciones, para que los colaboradores puedan autónomamente gestionar su proceso de desarrollo y crecimiento.

Gestión de la selección y la vinculación

Desarrollamos estrategias que nos permitan detectar los perfiles de acuerdo con las necesidades que tenemos en cada cargo y contamos con una serie de beneficios laborales que complementan la oferta salarial. Gracias a esto, logramos:



Movilidad interna

En el Renault Group avanzamos en nuestra plataforma People at Renault (P@R) para **gestionar la movilidad interna**, cuyo alcance antes era más local y hoy es internacional para todo el Grupo. Esta iniciativa nos ayuda a enfrentar el reto de que el talento será móvil, sin lugares fijos para el desempeño de las funciones en algunas áreas, de suerte que las personas puedan autónomamente gestionar su proceso de desarrollo y crecimiento a través de estas herramientas para empoderarlas de sus labores.

Desde la gestión de la movilidad interna, implementamos el proceso de publicación de vacantes internas (*job posting*) con el fin de promover el desarrollo del talento para el 100% de aquellas disponibles en nuestra Organización e impulsar el desarrollo de la gente que nos acompaña; además, generamos promociones para el personal de la parte industrial y el de la parte operativa. Para ver el detalle sobre nuevas contrataciones y nuestra rotación de personal, consulte los anexos en la página 88.

Gestionar la conexión, el compromiso y la confianza

Avanzamos en la ejecución del Plan de Acción Reconnection 2021, con el cual alineamos la gestión del clima y el compromiso en cuatro ejes de trabajo:

Dar sentido de futuro para transmitir una visión positiva del futuro

Avanzamos en la ejecución de los planes de desarrollo definidos previamente, **labor en la cual logramos un 87% de cumplimiento**. Estos planes están enfocados en asegurar las capacidades y las competencias para contribuir al negocio y al desempeño organizacional.

Comunicar para compartir la realidad y crear un mensaje inspirador

Realizamos tres sesiones de la estrategia RENAULT-Sofasa Más Cerca de Ti y otras sesiones de trabajo para lograr el objetivo trazado en este eje.

Reconocer y visibilizar el trabajo bien hecho, los aportes individuales, la evolución del talento, las capacidades organizacionales, los logros y el trabajo en equipo

Realizamos la ceremonia de celebración de los quinquenios, con un reconocimiento a los colaboradores que cumplen 5, 10, 15, 20, 25 y más años en la Compañía. Este es un evento especial en el que cada persona es exaltada por sus logros y compromiso. Así generamos sentido de pertenencia con sus labores y con la Organización.

Acompañar para estar más cerca de los equipos, conocer las realidades y cambiar nuestra mentalidad como equipo de trabajo

Hicimos la medición del barómetro de clima y compromiso en tres momentos del año. Estos son los resultados de clima y compromiso organizacional en dicho período:

92%
2019

96%
2020

84%
2021



Diseñamos e implementamos Bienestar en Casa

Se trata de un plan para mejorar la calidad de vida y contribuir al equilibrio entre la vida personal y laboral de nuestros colaboradores y sus familias. Estos espacios son habilitados para favorecer el desarrollo integral y reafirmar que las familias son el eje fundamental de la Compañía. En aquellos integramos a nuestros colaboradores y a sus beneficiarios en actividades dinámicas y creativas en pro de la calidad de vida y el bienestar de nuestro activo más importante: la gente. Como parte de las actividades de este plan llevamos a cabo talleres ocupacionales y de cocina, formación empresarial para el emprendimiento, entre otras. Bienestar en Casa (66%)

Red de Emprendedores

Identificamos las ideas de negocio que tienen nuestros colaboradores y sus familias, les brindamos herramientas útiles y prácticas para potencializar el desarrollo de las que ya están en marcha e impulsamos aquellas que están en etapa de creación. Así, les ofrecemos módulos de capacitación empresarial y talleres manuales basados en nuevas tendencias, que favorecen sus iniciativas y facilitaron la generación de ingresos económicos adicionales que ayudaron a mitigar los efectos de una época difícil.

30 familias beneficiadas

30 emprendimientos beneficiados con nuevas herramientas para su gestión

30 emprendimientos formaron parte del catálogo de la Red de Emprendedores



CONTRIBUIMOS A LA CALIDAD DE VIDA DE NUESTROS COLABORADORES con beneficios, como los préstamos de vivienda.

Otros beneficios

En línea con nuestro propósito de velar por el bienestar y la integridad de nuestra gente, en particular en un período tan complejo para la humanidad en términos económicos y de salud como el que transitamos recientemente, nos enfocamos en que todos los miembros de la Compañía contaran con nuestro apoyo para tener los recursos disponibles que les ayudaran a sobrellevar la coyuntura. Así las cosas, nos preocupamos por garantizar la entrega de beneficios para procurar su calidad de vida, un reconocimiento de que el talento humano es el eje central del proceso. Además, y en este orden de ideas, renegociamos el Pacto Colectivo y mantuvimos los programas sociales que cumplieran con aquella premisa.

- **Educación.** Todos los hijos de nuestros colaboradores con edades entre 3 y 18 años se ven beneficiados con becas de preescolar, primaria y bachillerato, y a partir de los 18, cuando empieza su ciclo de universidad, con becas de pregrado.
- **Préstamos para vehículo.** Otorgamos **62** préstamos por un valor de **1.030** millones COP.
- **Préstamo para vivienda.** Adjudicamos **49** préstamos por un valor de **1.675** millones COP.

Estos resultados nos permiten obtener una perspectiva global de todos los colaboradores sobre cómo se sienten frente a la cultura organizacional y, en general, con respecto a su trabajo, lo cual nos ayuda a detectar e intervenir las variables que impactan finalmente la productividad y el desempeño de nuestra gente, y potencia una de las palancas más poderosas que tenemos para seguir siendo una Compañía líder en el sector.

(103-2) Retos para movilizar el futuro

Corto plazo (0 a 2 años)

- Lograr una brecha salarial de género del 2,1%.

Mediano plazo (3 a 5 años)

- Lograr una brecha salarial de género del 1,4%.

Largo plazo (6 años o más)

- Contar a 2040, como mínimo, con un 50% de mujeres en el personal Renault del mundo.
- Lograr un *gender pay gap* (brecha salarial de género) del 0% a 2025.



CASO DE ÉXITO

Apoyamos las capacidades de los hijos de nuestros colaboradores

En RENAULT-Sofasa somos movilizados de progreso para nuestra gente y sus familias; por eso, hemos hecho extensivos algunos de los beneficios que tenemos contemplados en el Pacto Colectivo para fortalecer y promover sus capacidades en distintos ámbitos del ser, de modo que puedan tener más oportunidades en su futuro en el campo que elijan.

Los hijos de los colaboradores pueden acceder, entre otros, a tres programas de fomento:

- **Fondo de Talentos.** Cada año patrocinamos a un grupo de jóvenes para apoyar el desarrollo de sus habilidades artísticas y deportivas. Hacemos una convocatoria en la que los interesados demuestran un nivel de desarrollo en su proceso de formación en alguna disciplina, y los impulsamos para que puedan continuar con su preparación y su progreso.
- **Campamento de Líderes.** Como parte de la iniciativa que desde hace algunos años ejecutamos con entidades como la ONU en programas que promueven el liderazgo a través de actividades de aventura y experiencias de vida, en 2022 llevaremos a los ganadores, entre 15 y 17 años, hijos de colaboradores, a la isla de Malta para realizar un curso de inglés y de liderazgo. Allí compartirán con jóvenes de varios países en una experiencia social que dejará huella en sus vidas.

- **Intercambios en el exterior.** En 2022, tres hijos de colaboradores, entre 15 y 17 años, viajarán a la isla de Malta, en Europa, y se sumergirán durante algunas semanas en un intercambio cultural mientras realizan un curso intensivo de inglés. De este modo, los apoyamos para que mejoren su dominio de una segunda lengua. Además, disfrutarán de una experiencia única y memorable para sus vidas.

Nicolás David Zambrano, de 15 años, hijo de Alejandra Murcia, analista de registro de facturación en Latam Business Service, fue uno de los escogidos para viajar en 2022. “Me siento doblemente orgullosa: por mi hijo y por pertenecer a una Compañía que le brindará esta experiencia memorable a su familia, que desde lo económico se veía *lejana*, y que ahora es una realidad”, afirma Alejandra.

A Nicolás lo acompañará Salomé Gil, de 16 años, hija de Henry Gil, especialista de Mantenimiento. “Fue una emoción indescriptible, un beneficio más entre los otros tantos que ha recibido de mi Compañía. Como padre, uno de mis objetivos es educar a mis hijos, y esta es una oportunidad única en mi vida como trabajador”, señala Henry.

Seguridad y salud en el trabajo

Para movilizarnos hacia el progreso debemos propiciar entornos seguros que nos brinden las condiciones óptimas para el desempeño de nuestras funciones y velar siempre por conservar la integridad y el bienestar de nuestra gente.



¿Por qué es importante?

(103-1) El bienestar y el cuidado de las personas que nos acompañan han sido siempre una prioridad en nuestra Organización, ya que son el recurso más valioso. Por eso, la Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) forma parte de nuestros ejes estratégicos. Así, procuramos reducir cualquier situación que ponga en riesgo su integridad teniendo las mejores condiciones posibles para el desempeño de sus labores.

Para ello contamos con dos enfoques principales:



- **Gestión del riesgo.** Orientada a administrar las condiciones en las cuales realizamos el trabajo.



- **Comportamiento.** Trabajamos en el establecimiento de una mentalidad de seguridad y en reforzar hábitos de conducta. Esto parte del ejemplo que brindan los líderes de los respectivos procesos, a fin de permear toda la estructura de la Organización.

¿Cómo lo gestionamos?

(103-2) A partir de los lineamientos que nos brinda Renault Group, siguiendo los estándares internacionales en esta materia.

Algunos de esos lineamientos son los siguientes:

- Tenemos 10 principios fundamentales para la seguridad, alineados con los ejes de la gestión de las condiciones de trabajo y de comportamiento.
- Tenemos definidos cinco comportamientos claves de seguridad que orientan nuestras acciones en la Organización.



1

Estoy apto para el trabajo



4

Reporto incidentes y desviaciones



2

Evalúo y controlo los riesgos de mis actividades



5

Ejecuto mis tareas de forma consistente, disciplinada y, por ende, segura



3

Detengo situaciones de riesgo inminente

- Hacemos foco en la prevención de accidentes graves.
- Hacemos foco en la seguridad de máquinas y equipos.

(403-1) Para esta gestión, también nos apoyamos en el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo y en una política integral, como elementos centrales para el cumplimiento de los lineamientos corporativos y de la normativa colombiana. Estos lineamientos y políticas los hacemos extensivos a proveedores y contratistas.

(403-8) **El 100% de nuestros colaboradores y contratistas** están cubiertos con el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo.

Nuestros resultados 2020-2021

(103-3) Durante estos dos años nos enfocamos en atender la crisis generada por la pandemia implementando planes para proteger la vida de las personas y sus familias, y garantizarles el acceso a la salud en momentos en los cuales el sistema hospitalario del país estaba colapsado.

Contamos con nuestra campaña **"Seguridad, la construimos entre todos"**, con sus dos componentes: condiciones de trabajo y comportamiento.



- Avanzamos con los cinco comportamientos claves para que la seguridad se convierta en un hábito y logremos ese cambio de comportamiento y de mentalidad.

 **100%** (403-5) de los contratistas que trabajaron en nuestras instalaciones realizaron las inducciones sobre seguridad

- (403-5) Adecuamos un espacio denominado DOJO de seguridad donde realizamos formaciones basadas en los 10 principios fundamentales definidos por Renault Group, como: evaluación 5S (seleccionar, ordenar, limpiar, estandarizar y mantener), protecciones de maquinaria, sistemas de bloqueo (LOTO), reglas de circulación de peatones y vehículos, reglas para zonas de almacenamiento y de utilización de productos químicos, prevención para tareas de alto riesgo, EPIS (equipos de protección individual), ergonomía y planes de emergencia.



EN NUESTRA COMPAÑÍA velamos siempre por conservar la integridad, el bienestar, la salud y la seguridad de nuestra gente.

 **+31.000** horas de formación realizamos durante 2021 en temas relacionados con SST

855,6 millones COP en 2021 para mejorar la seguridad en los puestos de trabajo permanentemente

Sobre seguridad, existe el RS7, un indicador adicional que congrega siete componentes: FR0, FR1 y FR2, de frecuencia y severidad; G-U-R, que se refiere a accidentes graves, y, por último, el resultado de la auditoría de los 10 MR o fundamentales de seguridad.

Con los resultados de estos siete indicadores calculamos un índice gracias al cual es posible comparar todas las fábricas de Renault y compartir mejores prácticas.

Gestión COVID-19

609 pruebas de antígeno aplicadas a cercos epidemiológicos

5.920 días de ausentismo por COVID evitados como resultado de pruebas negativas

- Monitoreo, ajuste y mantenimiento de protocolos de bioseguridad.
- Implementación de estrategia de atención médica domiciliar para el 100% de la Compañía y su grupo familiar.

Empresarios por la Vacunación

La Compañía participó de la iniciativa Empresarios por la Vacunación para aplicar la inmunización a la totalidad de sus colaboradores y contribuir así a la salud y prevención del contagio de COVID-19.

2.241 vacunas adquiridas (Sofasa + Plan Rombo)

Inversión total **166,4** millones COP

(403-9) LESIONES POR ACCIDENTE LABORAL PARA COLABORADORES Y CONTRATISTAS

Colaboradores	2020	2021
Número de lesiones por accidente laboral registrable	35	34
Tasa de lesiones por accidente laboral registrable	2,90	2,80
Principales tipos de lesiones por accidente laboral	Golpes y heridas	

Contratistas	2020	2021
Número de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	0	1
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	0	0,07
Número de lesiones por accidente laboral registrable	87	84
Tasa de lesiones por accidente laboral registrable	6,41	5,92
Principales tipos de lesiones por accidente laboral	Golpes, heridas y afectación osteomuscular	

(403-9) Durante los últimos dos años no hemos registrado fatalidades entre nuestros colaboradores ni contratistas como resultado de una lesión por accidente laboral, ni lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias.

(103-2) Retos para movilizar el futuro

Corto plazo (0 a 2 años)

- Obtener el nivel B en el *ranking* de los 10 principios fundamentales para la seguridad, con una calificación mayor o igual a 75%.
- Desplegar los 8 MR de higiene industrial de Renault Group.
- Continuar con el desarrollo de la estrategia de 5 comportamientos de seguridad e implementar la herramienta de observación y registro de comportamiento para la gestión de los líderes.

Mediano plazo (3 a 5 años)

- Obtener el nivel B en el *ranking* de los 10 principios fundamentales para la seguridad con una calificación mayor o igual a 80%.
- Obtener una calificación mayor o igual a 42% en la evaluación de 8 MR de higiene industrial.
- Desplegar e implementar la herramienta de inducción específica de seguridad para cada puesto de trabajo.

Largo plazo (6 años o más)

- Obtener el nivel B en el *ranking* de los 10 principios fundamentales para la seguridad con una calificación mayor o igual a 85%.
- Obtener calificación mayor o igual a 58% en la evaluación de 8 MR de higiene industrial.
- Certificar nuestro Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo bajo la Norma ISO 45001.

Gestión social

Somos generadores de oportunidades y, como parte activa de la sociedad, llevamos a cabo distintas estrategias de Responsabilidad Social para aportar a la dinámica económica, política, social y ambiental, así como a la transformación y construcción de un mejor país.



LA GESTIÓN SOCIAL EN LA COMPAÑÍA
la materializamos a partir de tres ejes:
la inclusión, la seguridad y el medioambiente.

¿Por qué es importante?

(103-1) Estamos comprometidos con la construcción de un mejor país y una sociedad más diversa, incluyente y con más oportunidades de progreso y desarrollo. Para conseguirlo, creemos que el mejor camino es la creación de espacios de transformación social que generen impactos positivos en los entornos de las personas, que mejoren su calidad de vida y les ofrezcan un futuro más próspero.

Buscamos conectar con la gente siendo habilitadores de conversaciones que nos ayuden a identificar sus necesidades insatisfechas y a formular posibles soluciones a partir de tres ejes centrales: **la inclusión** a través de la empleabilidad y el fortalecimiento de sus capacidades y competencias; **la seguridad**, velando porque los usuarios de nuestros vehículos y los colaboradores de la Compañía desempeñen sus actividades en entornos confiables; **el medioambiente**, propiciando acciones de protección y conservación de los recursos naturales y reduciendo la huella de carbono que generamos en las operaciones propias del negocio.

¿Cómo lo gestionamos?

(103-2) En RENAULT-Sofasa somos movilizados del progreso: por eso hemos desplegado la nueva Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial como un capítulo de Renaulition, y en Colombia la articulamos con la gestión que lleva a cabo la Fundación Renault, la cual se moviliza hacia **la inclusión a través de la empleabilidad** para construir un país más incluyente, con espacios de transformación social para todos.

Esta gestión está apalancada en los lineamientos globales de la Organización, que hoy se enfocan en tres ejes: inclusión, medioambiente y seguridad. Dentro de sus componentes incorporan dos aspectos que son fundamentales en el ADN del Grupo y que son transversales a todas las acciones que desarrollamos: solidaridad y generosidad.

Estos dos aspectos se reflejan en el aporte que nos brindan aliados estratégicos como los colaboradores, los concesionarios y los proveedores, quienes suman esfuerzos para hacer que nuestras iniciativas sean una realidad participando de forma voluntaria en nuestras causas para transformar y construir sociedad.

Con lo anterior, además, contribuimos a la consecución de los resultados del negocio, fomentando conexiones estratégicas que generen valor compartido con los grupos de interés.

Nuestros resultados 2020-2021

(103-3) Los logros conseguidos durante el ejercicio 2020-2021 fueron el reflejo de la implementación de los pilares de nuestra Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, así como del compromiso y la dedicación de todas las personas y las entidades que confluyeron en las iniciativas para hacerlos posibles.

Durante 2021 destinamos más de 627,4 millones COP en inversión social, recursos que nos permitieron ejecutar las acciones que destacamos en el presente informe, y cuyos resultados nos sirven como motivación para continuar movilizándonos por el progreso, impactando positivamente en las vidas de las comunidades en las que intervenimos.



Para ver más detalle sobre Renaultion y sobre nuestra Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, puede revisar el **capítulo 2** de este informe.

1 INCLUSIÓN A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES DE EMPLEO

Nos movilizamos con el fin de generar espacios de formación y educación para el trabajo dirigidos a distintos grupos poblacionales, los cuales nos permiten crear oportunidades de empleabilidad con mayores condiciones de igualdad.

Programa de Becas Renault Germán Camilo Calle

Su objetivo es brindar oportunidades a jóvenes que desean hacer sus estudios de educación superior en áreas de ingeniería, para que puedan formar sus capacidades y asegurarse su futuro profesional.

30 estudiantes beneficiados



46% mujeres

15 egresados

8 convenios con universidades

Presencia en **seis ciudades: Bogotá, Medellín, Barranquilla, Pereira, Bucaramanga y Cali**

CASO DE ÉXITO ESTEFANÍA ARANZAZU, Ingeniera Mecánica



“Desde que empecé la carrera soñaba con estar en RENAULT-Sofasa”.

Estefanía Aranzazu, Ingeniera Mecánica egresada de la Universidad Pontificia Bolivariana en 2020, lleva en su ser el sello de RENAULT-Sofasa. Para el desarrollo de su carrera contó con el apoyo de la Fundación Renault, que le otorgó una de las becas del Programa Germán Camilo Calle. Además, durante sus estudios tuvo la oportunidad de visitar en varias ocasiones la planta de Envigado y, por si fuera poco, fue practicante de la División Técnica de la Compañía, la misma en la cual hoy se desempeña como profesional.

Por eso, le es difícil ocultar la emoción que siente al referirse a la Organización que le ha brindado sus mejores satisfacciones en la corta pero provechosa carrera profesional que hasta ahora ha recorrido.

Desde que estaba en la universidad tuvo el respaldo y el acompañamiento de la Compañía y de la Fundación, siempre pendientes de que gozara de las mejores condiciones para formarse, y no solo en el plano profesional, también en el personal.

“Siempre soñé con hacer mi práctica profesional en RENAULT-Sofasa. Lo logré y este fue el puente que impulsó mi vida laboral”.

Le tocó una época compleja para la industria, pues su inicio coincidió con el comienzo de la pandemia; sin embargo, fue una experiencia valiosa, pues aportó para que la Compañía superara las adversidades y mantuviera su producción.

Al terminar su práctica, no continuó en RENAULT-Sofasa, pero su sueño seguía latente y se cumplió un año después, cuando, gracias a una convocatoria, logró ingresar a la Compañía en el cargo de Ingeniera de Proyectos de la División Técnica, y de nuevo estaba en el lugar al cual quería pertenecer y donde dice ser feliz.



Taller Técnico Laboral en Mecánica Automotriz, Institución Educativa Ciudad Don Bosco



Apunta a complementar la dotación de tecnología didáctica automotriz en la formación de estudiantes para fomentar y mejorar las posibilidades de inclusión social y laboral entre los egresados del programa.

+149 estudiantes beneficiados

61 personas comenzaron el taller como mecánicos de vehículos automotores

88 personas que forman parte del internado dentro del programa de restitución de derechos de la institución se matricularon en cursos complementarios

54 jóvenes se vincularon a prácticas laborales (correspondientes al 89%)

25 jóvenes se vincularon laboralmente (correspondientes al 46%)

Jóvenes CreaTivos

Ofrece planes de formación a jóvenes de grados décimo y undécimo de instituciones educativas públicas de Medellín y de Envigado para fortalecer sus capacidades para emprender y sus competencias, a fin de que puedan aprovechar las oportunidades de inclusión al mercado laboral.



65 estudiantes beneficiados

30 estudiantes han aplicado a oportunidades de empleo

8 módulos de formación en desarrollo de habilidades esenciales, a través de emprendimiento y desarrollo de software

Alianza Empresarial por el Empleo de Mujeres y Jóvenes

Nos vinculamos en 2021 desde la Fundación Renault como aliados de esta iniciativa que promueve el empleo formal y sostenible para movilizar el cambio entre las mujeres y lograr una sociedad más inclusiva con la entrega de becas de formación en técnica laboral, diplomados, cursos especializados e inglés, así como el acompañamiento en el propósito de vida.



2.845 participantes

39 empresas han participado con vacantes

2.551 puestos de trabajo disponibles

815 vinculaciones laborales



Programa Rectores Líderes Transformadores (RLT), en Norte de Santander

Trabaja por fortalecer las habilidades en gestión directiva de los directivos docentes del departamento de Norte de Santander.

+45.000 estudiantes beneficiados indirectamente

1.705 maestros



Participación de **20 directivos docentes**

Corporación Crear Unidos

A través del vehículo Renault Master donado en 2018 y su mantenimiento anual, apoyamos la movilidad segura de los jóvenes con discapacidad cognitiva de la Corporación Crear Unidos, para que puedan aprovechar las oportunidades de formación e inclusión laboral y social que les ofrece esta institución.

Además, nuestros voluntarios apoyaron con mentorías la mejora y potencialización de algunos procesos de la Corporación.

+130

horas de acompañamiento ofrecimos a través del programa de mentorías

5 jóvenes

con contratos a término indefinido con el Café Crear Unidos y en otras instituciones



2 MEDIOAMBIENTE

En nuestro propósito de ser una Compañía respetuosa de su entorno, desarrollamos distintas iniciativas dirigidas a la protección y la conservación de los recursos naturales en los entornos donde tenemos presencia. Estas fueron algunas de las más destacadas:



Proyecto Biovivero en el salto del Tequendama

Con el apoyo del Biovivero de la Fundación Granja Ecológica El Porvenir, contribuimos a la restauración ecológica de las zonas aledañas al salto del Tequendama, en el departamento de Cundinamarca.



328 plántulas de roble

fueron obtenidas en el Biovivero. De ellas, 297 eran viables para su siembra en la granja y en predios vecinos para ampliar los corredores biológicos y garantizar la supervivencia de la fauna silvestre en este territorio

Mesa de Sostenibilidad de la Red de Ensamble

Apoyamos ideas de negocio, a través de la Mesa de Sostenibilidad de la Red de Ensamble, en la categoría **"Uso eficiente de recursos"**, cuyo enfoque es el mejoramiento del uso y la generación de energía limpia, que promuevan modelos de economía circular y propongan formas de producción más eficientes e innovadoras.

29

emprendimientos se inscribieron a la convocatoria



3 proyectos ganadores

recibirán capital semilla y acompañamiento de mentorías

Adopta un Árbol

Busca promover el cuidado de los ecosistemas con la siembra de árboles para mitigar la pérdida de biodiversidad en los territorios intervenidos y promover entre la comunidad la generación de conciencia por la protección de los ecosistemas y la importancia de la restauración ecológica.

500

especies nativas sembradas en la Reserva Ecológica El Centello, en el municipio de Jardín, Antioquia





3 SEGURIDAD

Reconocemos la importancia de promover las mejores prácticas de seguridad vial para brindar entornos seguros a quienes utilizan nuestros vehículos y a los colaboradores que participan en su fabricación.

Programa La Calle y Yo

+784 niños y niñas de 20 colegios participaron de nuestro programa durante 2021

Sensibilizar a los niños y jóvenes en seguridad vial para mantener el compromiso que nos lleva a movilizarnos de manera segura y confiable por nuestro territorio.

Participación en el Comité Empresarial de Seguridad Vial (CESV)

Sumar capacidades con otras compañías, y compartir buenas prácticas de seguridad vial nos moviliza para lograr el objetivo común de salvar vidas en nuestras carreteras.

+75 chequeos preventivos realizados durante 2021 en la actividad de Puntos Seguros

4 VOLUNTARIADO

Generamos espacios de interacción para nuestros colaboradores permitiéndoles participar, aportar e involucrarse desde sus capacidades, de manera que sean "movilizadores que marcan la diferencia".

Las acciones que desarrollamos con nuestro programa de voluntariado son:

- Ruta Solidaria.
- Social Business.
- Mentoría Crear Unidos.
- Mentoría Women@Renault.
- Adopta un Árbol.
- La Calle y Yo.
- Maletines con sueños de educación.

7 actividades desarrolladas

1.806 horas donadas por los voluntarios

113 voluntarios participantes

1.510 personas beneficiadas



Para ver más detalle sobre nuestra gestión social, **haga clic aquí** y consulte el Informe de gestión de la Fundación Renault.



AGRADECEMOS A NUESTROS ALIADOS

Programa Becas Renault Germán Camilo Calle

- Universidad EAFIT.
- Fundación Solidaria UPB.
- Universidad del Norte.
- ICESI.
- Pontificia Universidad Javeriana (PUJ).
- Universidad Tecnológica de Pereira (UTP).
- Unidades Tecnológicas de Santander (UTS).
- Francia Solidaridad en Colombia.
- Universidad Nacional (UN).
- Casa Británica.
- Automotriz Caldas Motor.
- Autotropical.
- Juanautos.
- Tayrona Automotriz.
- RCI Banque.

Rectores Líderes Transformadores

- Fundación Empresarios por la Educación (FExE).

Alianza Empresarial por el Empleo de Mujeres y Jóvenes

- Proantioquia.
- Comfama.
- Grupo Argos.

Jóvenes Creativos

- Fundación ROFE.

Otros programas

- Fundación Granja Ecológica El Porvenir.
- Corporación Crear Unidos.
- Jardín Botánico de Medellín.
- Alma Rosa.
- Caribe Motor.
- Comité Empresarial de Seguridad Vial (CESV).
- Asociación de Fundaciones Empresariales (AFE).
- Mobilize Share.
- Ruta Solidaria.

Nuestros resultados

Mediante nuestras acciones beneficiamos a más de **48.200 personas:**

3.200 de forma directa **45.000** de forma indirecta

Como parte de Renault Group, y en línea con lo dispuesto por la Organización en el ámbito global, durante 2021 desplegamos la **nueva Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial** como un capítulo de Renaultion.

62% de las personas beneficiadas por nuestras iniciativas son mujeres

Con nuestras actividades sociales hemos impactado a **67 instituciones educativas en 22 municipios** de todo el territorio nacional.



HEMOS SEMBRADO 795 ÁRBOLES, en concordancia con nuestro propósito de ser ambientalmente responsables.

(103-2) Retos para movilizar el futuro

Queremos seguir siendo movilizados del progreso y parte activa en el crecimiento y el posicionamiento de la Compañía, contribuyendo a la consecución de los resultados del negocio a través de la implementación de los pilares de la Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial definida por Renault Group y en articulación con la Fundación Renault en Colombia.

Así, hemos definido tres prioridades para encarar el futuro:

1. Habilitar conversaciones con el fin de propiciar nuevas fuentes de financiación para la Fundación Renault, que permitan extender las acciones y beneficiar a más personas y comunidades.

2. Conectar con nuestra gente propiciando un ambiente de trabajo idóneo para el desempeño de sus funciones, incorporando componentes de equidad de género e inclusión, fomentando nuevas oportunidades de crecimiento e impulsando los voluntariados como herramientas que empoderan y generan sentido de pertenencia.

3. Construir reputación corporativa con acciones de sostenibilidad que generen un triple impacto entre los grupos de interés: social, ambiental y gobierno. Además, de ser partícipes y movilizados de la transición hacia la movilidad sostenible, con lo cual se reforzará el posicionamiento estratégico de la Fundación Renault.



04

Nos movilizamos
por nuestros clientes

- ➔ Desempeño comercial
- ➔ Calidad del producto

Una gestión comercial que genera rentabilidad y sostenibilidad

En RENAULT-Sofasa, el desempeño comercial va más allá de ser líderes del mercado. Nuestro reto es ser protagonistas del ecosistema de movilidad en Colombia.



¿Por qué es importante?

(103-1) Gracias a las soluciones que les brindamos a los clientes desde la gestión comercial de nuestros productos, cada vez más personas tienen acceso a la movilidad y a las alternativas sostenibles en las ciudades.

¿Cómo lo gestionamos?

(103-2) Enfocamos la gestión en diferentes estrategias para lograr nuestro propósito de producto y servicio:

- Buscamos la satisfacción de nuestros clientes, una excelente posventa y mejorar la disponibilidad.
- Brindamos accesibilidad a la movilidad, con vehículos de acuerdo a las preferencias y necesidades de nuestros clientes.
- Contamos con diferentes comités estratégicos para verificar que se están cumpliendo los lineamientos de la marca y los objetivos comerciales.
- Recibimos auditorías de la casa matriz para garantizar el cumplimiento de los lineamientos y procesos de la marca.

Con **47.606 unidades vendidas** en 2021, consolidamos nuestra marca en el **primer puesto del mercado nacional**, con una participación del VP+VU (vehículos particulares y utilitarios) del 20,7% (2021).

CINCO MODELOS DE LA MARCA RENAULT EN 2021 FORMAN PARTE DEL TOP 10 DE LOS MÁS VENDIDOS EN COLOMBIA

Renault Duster **2.º lugar del top 10**



9.100 unidades vendidas

Renault Kwid **4.º lugar del top 10**



8.373 unidades vendidas

Renault Stepway **5.º lugar del top 10**



8.283 unidades vendidas

Renault Sandero **6.º lugar del top 10**



7.257 unidades vendidas

Renault Logan **7.º lugar del top 10**



6.837 unidades vendidas

Lanzamientos 2020-2021

En línea con nuestro objetivo de seguir aportando para la masificación de la movilidad sostenible en el país, buscamos mantener el trabajo conjunto que propicie el desarrollo de nuestros proveedores y de la movilidad electrificada en Colombia.

NUEVA RENAULT DUSTER

En 2021 presentamos la renovación de la Nueva Renault Duster, una camioneta que se ha mantenido como líder por más de nueve años en el mercado colombiano. **Esta versión viene con una transformación en su diseño, motor y equipamiento.**

Sus nuevas características todoterreno mejoran la experiencia 4 x 4 que la ha mantenido **en el top 3 del mercado**, con una participación superior al 7% durante algunos meses del año.



RENAULT DUSTER

Por ser un producto ensamblado en Colombia, contribuimos al desarrollo de la economía nacional y a la tecnificación de los proveedores de autopartes.

ZOE NEO

Fuimos los pioneros en la comercialización de vehículos eléctricos en el país y continuamos apostando por la innovación en este mercado, y no solo para incrementar las ventas, sino como un aporte a los esfuerzos que las autoridades y los diferentes entes involucrados vienen haciendo para agilizar la transición energética. Es por esto que en febrero de 2021 lanzamos al mercado el nuevo Renault ZOE, un vehículo 100% eléctrico con una potencia de 135 hp y una autonomía real de 395 kilómetros.

Su interior es totalmente renovado e incluye el uso de materiales 100% reciclados en asientos, puertas y tablero de bordo, en coherencia con la apuesta de nuestra marca de fomentar la circularidad en su producción y hacerla mucho más optimizada y eficiente reduciendo los costos de fabricación y aumentando y compartiendo los beneficios con los usuarios y con el entorno ambiental.

De este modo, entregamos al mercado un producto mucho más potente, que hará que los clientes se inclinen en sus preferencias por esta modalidad y, así, se fortalezca el mercado.



ZOE NEO

Cuenta con más de 95 kilómetros de autonomía frente a la versión anterior (+32%) y con una carga más rápida (80% en media hora y 100% en hora y media).

Nuestros resultados en 2021

(103-3)



Renault Twizy



Renault ZOE



Renault Kangoo E-Tech

178 vehículos eléctricos fueron comercializados (Renault Twizy E-Tech, Renault ZOE E-Tech y Renault Kangoo E-Tech) con los que alcanzamos una participación en el mercado del **17,5% en el segmento VE (VP+VU)**. Además, trabajamos aliados con los gremios, a través de la ANDI, a fin de crear condiciones más favorables para la industria en términos de regulación e infraestructura, con el fin de promover la masificación y el crecimiento del mercado de vehículos eléctricos.



15.540 unidades vendimos de Renault Sandero y Renault Stepway en el segmento B-Hatchback, con una participación del **40,1%**.



8.373 vehículos comercializamos de Renault Kwid en el segmento de entrada, con una participación del **36,4%**.



6.837 unidades vendimos de Renault Logan, ocupando el primer lugar en el segmento B Sedan, con una participación del **19,8%**.



9.100 unidades comercializamos de la Nueva Renault Duster, con una participación del **4,5%** en el mercado de vehículos particulares (**se mantuvo en el segundo lugar entre los vehículos más vendidos en Colombia**).

15.050 unidades comercializamos a través de las ventas corporativas, que representan el **31,6% de las ventas totales de Renault en el país**. El 28% por venta directa (grandes clientes y ventas estatales) y el 72% en venta directa (flotas de proximidad y acuerdos corporativos por medio de la Red de Concesionarios).

RENAULT, MARCA PREFERIDA EN EL ÁMBITO NACIONAL EN 2021

Zona	Mercado	Participación de mercado	Unidades vendidas
Bogotá-Chía	88.934	17,8%	15.867
Medellín-Envigado	42.497	22,4%	9.503
Cali-Tuluá	22.721	20,3%	4.610
Barranquilla	10.871	21,3%	2.317
Bucaramanga	6.538	27,8%	1.817
Pereira	5.552	20,8%	1.157
Cartagena	4.691	31,4%	1.473
Manizales	5.028	20,8%	1.044
Cúcuta	8.282	13,1%	1.089
Ibagué	4.725	21,6%	1.022
Neiva-Florencia	4.489	29,8%	1.336
Villavicencio	4.167	23,6%	984
Montería-Sincelejo	3.762	29,9%	1.123
Pasto-Ipiales	3.043	22,6%	688
Armenia	2.765	18,7%	517
Santa Marta	1.799	30,3%	545
Popayán	1.629	23,3%	379
Valledupar	1.557	19,1%	297
Tunja	2.232	22,0%	491
Sogamoso-Duitama	1.375	22,0%	303
Yopal	1.575	29,6%	466
Girardot	777	45,0%	350
Barrancabermeja	484	47,1%	228

11.515 vehículos modelos Renault Captur, Renault Duster y Renault Koleos, en el segmento SUV, con una participación del **12,7%** (mantuvimos una regularidad con respecto a 2020).

3.530 vehículos vendimos en el segmento *Pick-ups* con Renault Oroch y Renault Alaskan.

5.188 unidades comercializamos en el segmento de vehículos utilitarios: culminamos 2021 con una participación del **18,2%** del mercado. Allí contamos con una oferta que incluye furgones como Renault Kangoo, Renault Kangoo E-Tech (eléctrico), Renault Trafic y Renault Master.



Renault Duster

55% fue nuestra participación en el segmento de servicio público de pasajeros con los vehículos Duster, Captur, Master y Trafic



Renault Captur



Renault Master



Renault Trafic

Continuamos mejorando la experiencia del cliente en el sitio web (One): la hicimos más amigable. Dentro de las acciones, mejoramos la velocidad de carga, para que el usuario pueda acceder a la información con más agilidad y que la tenga a la mano oportunamente. También hicimos la adaptación para que sea consultada desde cualquier dispositivo.



Contamos con **dos chats virtuales** (robot + personalizado) para prestar una asistencia oportuna a los usuarios. Esta estrategia ocupa el primer lugar en Latinoamérica y el Caribe.

10% fue la penetración de ventas digitales al cierre del año, con un total de **66.164 leads**; de estos, el 60% fueron compartidos con nuestra Red de Concesionarios como *hot leads* (leads gestionados a través de nuestro *Latam Business Center*, con alta intención de compra).

Por tercer año consecutivo, fuimos destacados en los Premios Vía con tres reconocimientos: al Mejor Equipamiento de Seguridad, categoría *Pick-ups* (Renault Alaskan); al Mejor Costo de Reparación, categoría Automóviles (Renault Stepway), y al Mejor Costo de Reparación, categoría *Pick-ups* (Renault Alaskan).

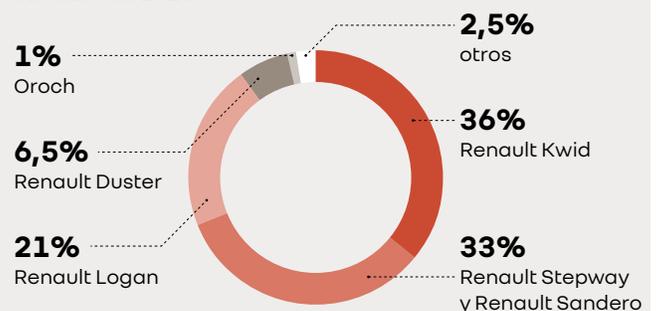
CON RCI Y PLAN ROMBO, CONVERTIMOS LOS RETOS DEL MERCADO EN OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

RCI Colombia, nuestra compañía de financiamiento, presentó un excelente desempeño comercial a pesar del complejo contexto económico y social: logró aprovechar la mayor expansión en el mercado de usados. Cerramos 2021 con **36.674 créditos desembolsados, un crecimiento del 25,46% y una tasa de intervención del 60,3%** sobre las ventas de la marca.

La adecuada gestión de riesgos soportó el crecimiento por medio del control de la tasa de aprobación y gestión de cobranzas, así como el mantenimiento de la calificación de riesgos AAA, que permitió asegurar las buenas tasas de fondeo. También implementamos una correcta gestión comercial de los equipos de *marketing* y ventas, con lo cual logramos mejorar su índice de satisfacción al cliente con un *Net Promoter Score* (NPS) de 48.

En cuanto al Plan Rombo, el sistema de autofinanciación de la Compañía, las medidas tomadas por las autoridades de Gobierno para reactivar la economía durante el segundo semestre de 2021 nos ayudaron a incrementar positivamente las ventas de los contratos de autofinanciamiento. Culminamos el año con **2.750 suscripciones, el segundo mejor registro después de 2019,** cuando lanzamos el Renault Kwid.

Por este medio entregamos 443 vehículos a nuestros clientes en 2021:



Estos resultados son fruto del aumento de la fuerza de ventas, que había disminuido durante la pandemia, y de la reducción de su rotación. Esto nos ayudó a consolidar los puntos de venta rentables y a buscar oportunidades de aperturas a corto plazo. Así, simplificamos las condiciones de inscripción de nuevos suscriptores, acompañamos las adjudicaciones para minimizar los impactos de la baja disponibilidad y seguimos de forma estricta la cartera de deudores morosos para mantenerla bajo control.

Estamos presentes en **52 municipios** y **somos la marca con mejor cobertura en el territorio nacional**. Nuestra Red de Concesionarios está compuesta por:

110
salas de ventas

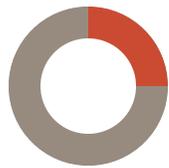
93
sitios posventa

16
talleres eléctricos certificados.

EXPORTACIONES EN LA REGIÓN AMÉRICA Y EL CARIBE (102-2)(102-4)(102-6)



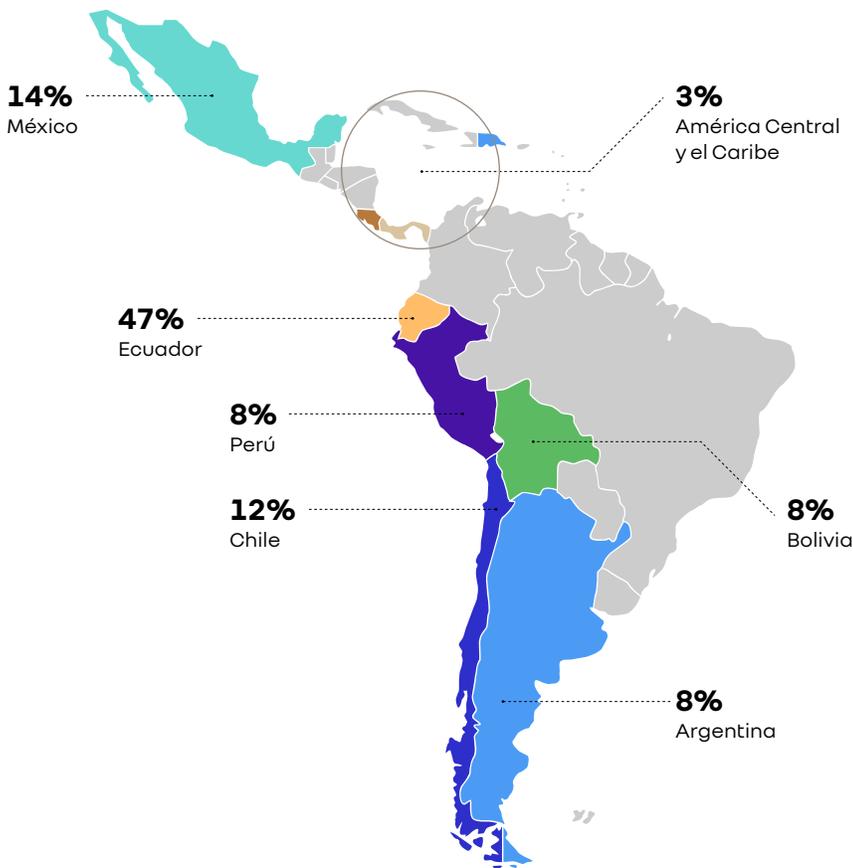
44%
Sandero + Stepway



28%
Renault Logan



28%
Renault Duster



9.847 unidades comercializamos en Latinoamérica, Centroamérica y el Caribe, correspondientes al **25%** de nuestra producción en Colombia.

(103-2) Retos para movilizar el futuro

- Mejorar la rentabilidad de la operación con la búsqueda de productos más competitivos, y contribuir a la movilidad sostenible.
- Seguir posicionándonos como una plataforma exportadora de los productos Sandero, Stepway, Logan y Duster, tanto en los mercados actuales como en nuevos.
- Producir vehículos electrificados y avanzar en el estudio de proyectos.
- Generar estrategias que dinamicen el mercado de los vehículos eléctricos en el país y alternativas comerciales que puedan beneficiar directamente a los clientes: diseño de planes de promoción de movilidad eléctrica, planes de manejo del reciclaje de baterías eléctricas, programas de masificación de la movilidad eléctrica en empresas, por medio de la entrega de beneficios tangibles para la reducción de sus costos de operación, entre otras.
- Abrir dos nuevos puntos de atención en el Oriente antioqueño para acercarnos cada vez más a nuestros clientes y brindarles un mejor servicio. Estos contarán con sala de ventas, usados, talleres de mecánica y taller de carrocería.
- Construir la Red de Estaciones Eléctricas más completa del país, en conjunto con nuestros aliados, la Red de Concesionarios.



CASO DE ÉXITO

Un plan para mejorar la eficiencia en los procesos de distribución, planeación comercial y logística posventa

Durante 2020, en RENAULT-Sofasa no fuimos ajenos al fenómeno global que experimentó el mercado en general, y la industria automotriz en particular, en cuanto al desabastecimiento de productos, la crisis de componentes, la escasez de contenedores y las dificultades logísticas para la distribución de vehículos, piezas de repuestos y materiales para la producción.

Sara Betancur Velásquez, *Sales and Operations Planning Manager* de nuestra Compañía, nos cuenta que, “en busca de soluciones que nos permitieran encontrar oportunidades dentro de las dificultades y satisfacer las expectativas de los clientes en los tiempos de entrega de sus vehículos, nos articulamos con todos los actores de nuestra cadena de distribución y transporte y con la Red de Concesionarios para generar ideas que nos ayudara a mejorar la eficiencia de los procesos.

Entre las decisiones que tomamos se destaca el cambio en el proceso de asignación de los vehículos a los concesionarios a nivel nacional, optimizando el inventario disponible, de modo que cuando se facturaran las unidades solicitadas, se despacharan a los concesionarios con un pedido a cliente y con una necesidad más urgente de *stock*, debido al bajo nivel en su concesionario; así hallamos más eficiencia en la distribución”, afirma Sara.

También optimizamos algunos de los procesos industriales, por ejemplo, de las revisiones que se generan antes de que el vehículo sea facturado, para que aquellos fueran más ágiles y pudiéramos hacer las entregas en los tiempos prometidos.

Además, mejoramos la expedición de documentos, como los necesarios para la generación de la matrícula o la aprobación de créditos,

para que cuando los concesionarios recibieran el vehículo, este ya tuviera todos esos trámites resueltos y pudieran entregarlo al cliente.

Por último, Sara describe la reorganización en la asignación de la fabricación y el transporte de vehículos por concesionario como un medio para garantizar que todos los recibieran en el menor tiempo. Además, asegura que este proceso se llevaba a cabo por modelo, por versión y por zona.

Por otro lado, para mantener nuestra promesa de garantizarles a los clientes la disponibilidad de repuestos durante los 10 primeros años de existencia de los vehículos nuevos, establecimos dos almacenes satélites en Cartagena y Medellín, con el fin de acortar los tiempos de entrega de dichos productos y hacer más eficiente la logística de distribución, comenta José Luis Restrepo, Gerente del Área de Calidad y Producción.

Asimismo, generamos un incremento de nuestra productividad del 35%, gracias a que establecimos un esquema de transporte: pasamos de nueve contenedores a cinco camiones de carga con más capacidad.

“Esto nos generó ahorros considerables en la operación y una disminución de hasta 360 toneladas de emisiones de CO2 al año, que equivalen a la conservación de un área de bosques que ocuparía 340 canchas de fútbol”, concluye José.

5 días se redujo el tiempo estándar de *stock* en los concesionarios, así como el tiempo de entrega promedio: **pasamos de 37 a 32 días**



EN 2021 INICIAMOS LA IMPLEMENTACIÓN de Re.ACT para desarrollar competencias y solucionar los problemas de calidad durante el proceso de fabricación.

La calidad: pilar para la seguridad y satisfacción de los clientes

Realizar un trabajo transversal, multidisciplinario y continuo enfocado en la calidad de nuestros vehículos es uno de los estandartes del día a día.



¿Por qué es importante?

(103-1) **La calidad de nuestros productos no es negociable:** es uno de los principales intereses de la Dirección y lo materializamos a través de la Cultura de Calidad del Producto.

Por esto, trabajamos para mantenernos como líderes en el mercado en cuanto a satisfacción de los clientes para aumentar nuestros estándares de calidad con el fin de atraer nuevos y retener a los actuales. Además, trabajamos con inspiración, alegría y propósito para que cada pieza que elaboremos y ensamblamos sea hecha pensando en la seguridad de nuestros clientes.

Como parte de nuestra Cultura de Calidad del Producto, estamos en contacto con los clientes para escuchar y reaccionar frente a la información valiosa que nos entregan directamente o a través de la Red de Concesionarios. Así nos anticipamos a diversas situaciones, pensando siempre en que la calidad del producto cumpla con las expectativas.

¿Cómo lo gestionamos? (103-2)

Reconocemos la importancia de las auditorías internas y externas al Sistema de Gestión de la Calidad porque nos permiten:

- Obtener una comparación de los procedimientos.
- Identificar los fallos existentes en los diferentes procesos.
- Detectar situaciones o deficiencias que pueden llegar a ser graves.
- Descubrir posibles oportunidades de mejora.
- Plantear acciones correctivas y preventivas.
- Promover la mejora continua de los procesos.

Nos regimos por los códigos internos que estipula Renault Group de forma homogénea para todas las plantas que lo integran en cuanto a la fabricación de los productos que entregamos a nuestros clientes.

Nuestros procesos de fabricación cuentan con diferentes momentos e instancias de revisión y animación, desde controles internos periódicos y sistematizados, y el control a resultados de percepción del cliente y los concesionarios, hasta auditorías internacionales y encuestas a clientes con resultados comparables con los de otras marcas. Estas acciones aseguran que nuestro trabajo se ajusta a lo que dictan las normas y las especificaciones señaladas, con un control permanente y un seguimiento detallado de su implementación y ejecución. Así, garantizamos la mejora continua y la atención inmediata de posibles situaciones que debamos atender en temas como conformidad, reactividad, calidad percibida, comunicación, entre otros.

Además, a lo largo de la línea de producción, realizamos exhaustivas inspecciones que aseguran la conformidad y alta calidad de los vehículos, y aplicamos metodologías de tratamientos de problemas que aseguran un análisis profundo, una rápida respuesta y la solución definitiva de los mismos.



Algunas de las estrategias más relevantes implementadas en 2020 y 2021 para materializar la Cultura de la Calidad del Producto fueron:

- Elaboramos un mapa que representa cada uno de los momentos en que un cliente entra en contacto con la marca. Para cada uno de esos momentos hemos diseñado procesos detallados que buscan asegurar los mejores niveles de experiencia en todos los puntos de contacto.
- Utilizamos *Net Promoter Score* (NPS), que representa la tasa de recomendación de nuestros clientes hacia la red autorizada. El NPS ha crecido linealmente en los tres últimos años y hemos logrado homogenizar ese nivel de recomendación entre los puntos de la red.
- Implementamos un nuevo sistema de reinspección en el patio de almacenamiento de vehículos terminados.

Nuestros resultados 2020-2021 (103-3)

Para garantizar la satisfacción de nuestros clientes, nos enfocamos en mejorar en producto y servicio. Para esto contamos con el *input* de los clientes a través de encuestas e indicadores que nos ayudan a identificar el progreso de la gestión de Calidad. A continuación, presentamos algunos logros:

INDICADORES DE CALIDAD DEL PRODUCTO



- **QFS (Quality Feedback System).** Nos mantuvimos en la primera posición en el *ranking* de marcas, resultado de la encuesta que mide la satisfacción del cliente con su vehículo.



- **GMF (Garantía Mes Fabricación).** Disminuimos el índice de reclamaciones en garantía, **pasando de 35 K%o en 2020 frente a 32 K%o en 2021**, lo que indica menor necesidad de los clientes de llevar su vehículo a los concesionarios por garantía.



- **Ranking Customer.** Disminuimos la cantidad de piezas con necesidad de revisión, **pasando de 233 puntos en 2020 a 142 puntos en 2021**, gracias al trabajo de los proveedores. Esto ratifica las mejoras de los dos ítems anteriormente presentados.

Calidad del producto

La estrategia en el eje de producto implicó darles un tratamiento rápido a las no conformidades reportadas por nuestros clientes, con un plan de reactividad que consistió en aplicar una contramedida que elimine el defecto. Esto implica informar a la Red de Concesionarios para que verifiquen que los vehículos por entregar no tengan el defecto y, en caso de que lo tengan, apliquen la contramedida. Así garantizamos la no recurrencia.

El indicador que utilizamos para medir la Calidad del Producto es el GMF (Garantía Mes Fabricación) y el DRG (Demanda Retorno Garantía); así medimos la reactividad frente a los problemas identificados.

Estos son algunos de los logros que alcanzamos en la implementación de la Cultura Calidad del Producto:

- Luego del **despliegue del Plan Renaultion**, desde agosto de 2021 iniciamos la implementación de la **estrategia Re.ACT**, que nos permitió empoderar a la fábrica en el tratamiento de los incidentes de los clientes durante los primeros 12 meses de uso del vehículo. Re.ACT llegó para desarrollar competencias y solucionar los problemas de calidad durante el proceso de fabricación, erradicando los incidentes inmovilizantes oportunamente e impactando positivamente los indicadores Garantía Mes Fabricación (GMF) y Garantías Inmovilizantes (PIMOF).
- Nuestro personal de la parte operativa, dentro de los procesos de distribución de vehículos Fast Terminal, Contecar y Puerto Bahía, **fue calificado en la categoría más alta del top Renault**.
- Realizamos el **proyecto Nueva Renault Duster**, que consistió en desarrollar los rodajes anticipados de algunos vehículos con el objetivo de predecir su comportamiento con los clientes y capitalizar algunos temas anticipadamente.
- Previo al **lanzamiento de la Nueva Renault Duster**, implementamos un sistema de mejora de la calidad del producto a través de una flota interna de vehículos. Nuestros colaboradores más capacitados tuvieron la oportunidad de conducir anticipadamente los vehículos en condiciones cliente (uso cotidiano) para predecir ítems de mejora y poner en marcha las acciones correctivas necesarias antes del lanzamiento.

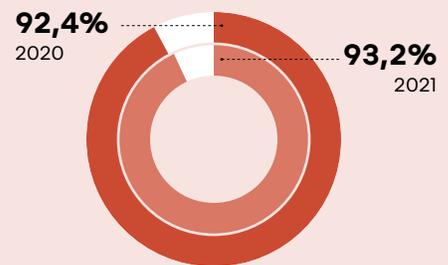


36 de cada 1.000 vehículos regresaron de los concesionarios por no conformidad de producto. Mejoramos nuestra meta, que estaba planeada en 47 vehículos.

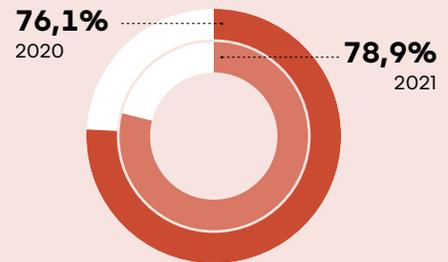
Encuestas de satisfacción del cliente

Nos permiten descubrir lo que a nuestros clientes les gusta, lo que no les gusta o aquello que esperan que mejoremos. Para esto contamos con **Net Promoter Score (NPS)**. Durante 2020 y 2021, los resultados que obtuvimos en esta métrica fueron los siguientes:

Para vehículos nuevos



Para posventa



Estos resultados nos permitieron enfocarnos en aquellos puntos en los cuales los clientes nos sugirieron que podíamos mejorar. Por ello cambiamos en el último trimestre de 2021 la evaluación del desempeño comercial: **incrementamos a un 25% el peso ponderado que la calidad tenía en la calificación definitiva.**

1.500 proveedores, colaboradores y clientes participaron en la **Semana de la Calidad**. Esto nos permitió ser referentes en calidad y recordar los principios básicos de este tema, consolidar las estrategias, **garantizar clientes 100% satisfechos y asegurar el futuro industrial de RENAULT-Sofasa**

95% de los problemas reportados por nuestros clientes se solucionaron en **menos de 48 horas** durante 2021. Esto lo medimos con el indicador DRG

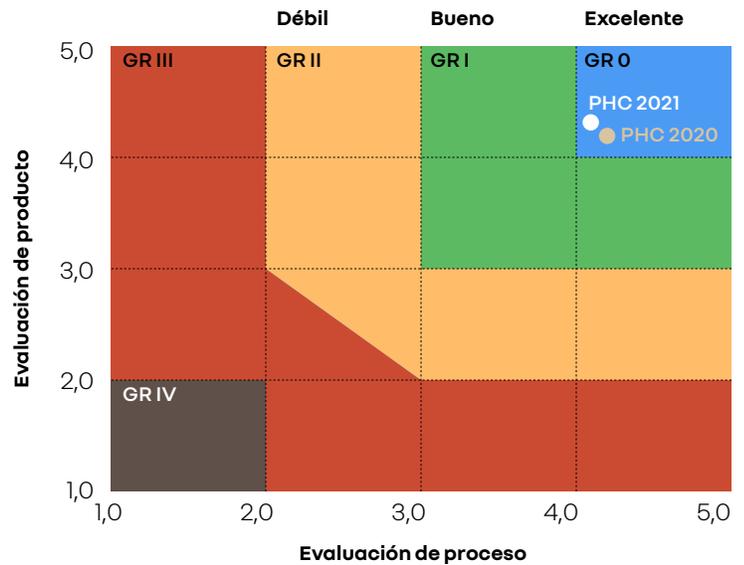
Plan Health Check (PHC)

Grupo de Plantas de Producción de Excelente Calidad

Para garantizar la conformidad de producto y de los procesos, continuamos con las auditorías internas de la Compañía, en las cuales auditores externos validan la conformidad del sistema de producción.

Gracias a este proceso, conseguimos un resultado sobresaliente, ya que durante los dos años consecutivos permanecemos en el Grupo 0. Esta auditoría, llamada PHC, evalúa los ejes del proceso de producción de 1 a 5: cuando los resultados son mayores que 4, se clasifica en Grupo 0, de excelencia.

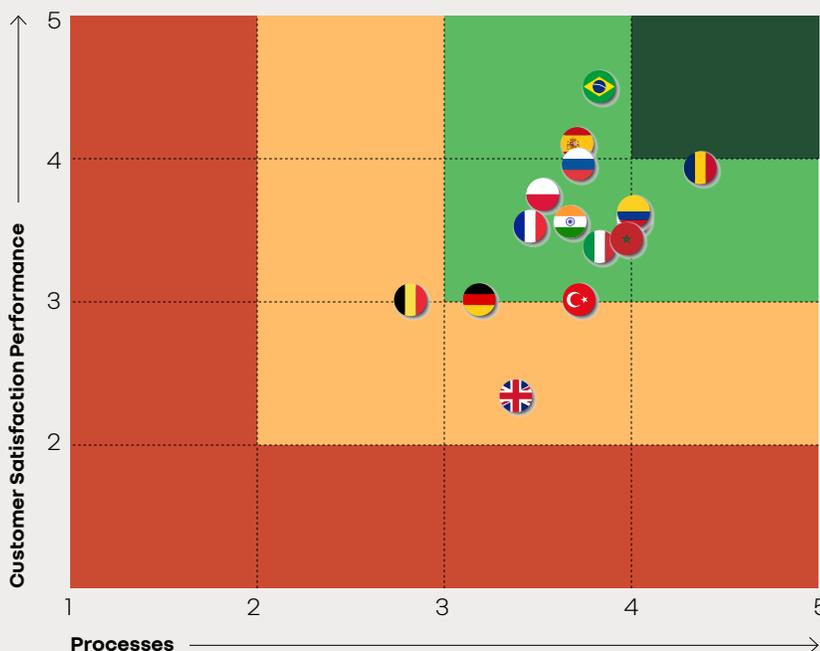
RESULTADOS PHC 2020-2021



QHC (Quality Health Check) Grupo Excelencia en Calidad Comercial

En esta auditoría, que evalúa el Sistema de Gestión de Calidad Comercial, obtuvimos un resultado positivo: **alcanzamos el Grupo 0**. Esta auditoría evalúa los ejes de la gestión en cuanto a la satisfacción de nuestros clientes y el proceso en una escala de 1 a 5. Cuando los resultados son mayores que 4, se clasifica en Grupo 0, de excelencia, destacando su reactividad y su adaptabilidad.

RESULTADOS 2021 QHC POR PAÍS



País	CS Performance YTD 2021	Processes QHC evaluation
1. Rumania	3,9	4,3
2. Colombia	3,6	4
3. Argentina	3,5	4
4. Marruecos	3,4	3,9
5. Brasil	4,5	3,8
6. Italia	3,3	3,8
7. España	4,1	3,7
8. Rusia	4	3,7
9. Turquía	3	3,7
10. India	3,5	3,6
11. Polonia	3,8	3,5
12. Francia	3,5	3,4
13. Reino Unido	2,3	3,3
14. Alemania	3	3,2
15. Bélgica	3	2,8



EN 2021 RECIBIMOS LA RECERTIFICACIÓN ISO 9001 V2015 del Sistema de Gestión de la Calidad por tres años más, el cual verifica y valida que nuestros procesos cumplan con los estándares nacionales e internacionales de producto, proceso y gestión documental.

Tasa de retorno de clientes

Las experiencias de nuestros clientes en el servicio son muy importantes. Por esta razón, luego de cada servicio ofrecido por un concesionario, realizamos una encuesta para que ellos nos den el *feedback* del nivel de atención que recibieron. Este incluye un indicador muy importante: la tasa de retorno, que mide si un cliente tiene que retornar al concesionario luego de una reparación, ya sea porque no solucionaron el problema o porque no tenían los repuestos necesarios para su reparación.

Teniendo en cuenta que el resultado del 9% no fue satisfactorio, definimos aplicar la estrategia Un Retorno, un Plan de Acción, que incluye una animación semanal con los *dealers* que presenten mayor cantidad de retornos en la semana anterior, con análisis realizado (causa-retorno) y soluciones planteadas. Gracias a esta acción, el indicador viene presentando un quiebre, el cual nos garantizará el arribar al objetivo.

Nos llena de orgullo saber que somos la segunda marca en nivel de satisfacción de nuestros clientes frente al producto y en nivel de satisfacción con nuestros concesionarios. Estos resultados nos los entregó el *benchmarking* hecho con *New Car Buyer Studies* (NCBS), que nos permite comprender cómo nos desempeñamos frente a los competidores.

También revela el impacto de la experiencia del cliente con diferentes marcas en su decisión de compra y su intención de recompra y recomendación. Los programas de NCBS cubren aspectos clave del proceso de compra, consideraciones de compra, las razones para comprar y las causas del rechazo. Asimismo, cubren una visión integral de la satisfacción del cliente con los atributos actuales del producto, los hábitos de manejo, el perfil de los compradores y las imágenes de la marca y el vehículo, indicadores clave de lealtad y promoción.

(103-2) Retos para movilizar el futuro

Corto plazo (0 a 2 años)

- Reducir para 2022 a menos del 4% el retorno de nuestros clientes, frente a un resultado de 6,3% para 2021.
- Reducir el impacto en GMF de proveedores no mayor del 20% del indicador, es decir, mejorar en un 45% frente al resultado de 2021.
- Disminuir la cantidad de reclamaciones de clientes del panel de proveedores.
- Disminuir la cantidad de incidentes que reclaman nuestros clientes en garantía.
- Mantener la primera posición en satisfacción cliente con el producto, medida a través de la encuesta QFS.
- Continuar siendo una marca referente en la experiencia de nuestros clientes.

Mediano plazo (3 a 5 años)

- Atender los clientes de nuevos segmentos y enfocarnos en entregarles más eficiencia e innovación, lo cual les generará más confianza y les otorgará un mejor servicio.

Largo plazo (6 años o más)

- Prepararnos para atender los modelos de movilidad del futuro: un sistema de movilidad sostenible adaptado a cada territorio y a las necesidades poblacionales, teniendo en cuenta la salud y el medioambiente.



05

Nos movilizamos por nuestra rentabilidad

➔ Logística y cadena de suministro

Una empresa eficiente y efectiva en su logística y suministro

Trabajamos en alianza con nuestros proveedores para generar procesos eficientes y optimizados que nos permitan ser más ágiles y productivos, y así entregar una respuesta más rápida al mercado.



ESTRECHAMOS LOS VÍNCULOS CON LOS PROVEEDORES locales y construimos con ellos relaciones de confianza que fortalecen nuestros procesos.

¿Por qué es importante?

(103-1) La adecuada planificación, gestión y control de la cadena de abastecimiento nos ofrece una mirada integral del negocio para conectar las necesidades del mercado tanto nacionales como internacionales con toda la cadena de suministro. De este modo, sincronizamos los diferentes procesos, optimizamos los inventarios de piezas y vehículos, reducimos los costos y mejoramos los flujos internos de trabajo, todo con el fin de movilizarnos hacia un desarrollo sostenible de la Organización, siendo más competitivos y transfiriéndoles más beneficios a nuestros clientes, al tiempo que cumplimos con nuestras metas comerciales.

Nuestro interés por la mejora continua de nuestros procesos es permanente, y por eso nuestros avances se basan en el apoyo transversal de la organización de los mismos. En ese recorrido, la digitalización se ha conformado como un pilar fundamental, sobre el cual nos soportamos para tener siempre la información disponible de forma ágil y oportuna a la hora de tomar las mejores decisiones en tiempo real.

Entre 2020 y 2021 afrontamos una coyuntura que tuvo impacto en la línea de abastecimiento y en el suministro de partes, con efectos visibles en los inventarios de los fabricantes de vehículos. Sin embargo, con la resiliencia y el compromiso de nuestra gente, además del respaldo de los proveedores, supimos sortear estos obstáculos apostando por el ensamble local de los vehículos y apoyándonos en la cadena de abastecimiento nacional y regional. Esto nos ayudó a mitigar la interrupción de la producción y a seguir satisfaciendo a nuestros clientes con la entrega de sus vehículos.

En línea con lo anterior, ratificamos nuestro interés por estrechar el vínculo con los proveedores locales, cuya cercanía nos ha permitido construir relaciones de valor que nos facilitan los procesos y nos llevan a mantener los más altos estándares de calidad en la producción, gracias a los cuales somos reconocidos y hemos mantenido las posiciones de liderazgo en el mercado durante los últimos años al poder dar una asistencia más ágil y efectiva a nuestros clientes.

(103-2) **¿Cómo lo gestionamos?**

(102-6) (102-7) (102-9) **Nuestra cadena de abastecimiento**

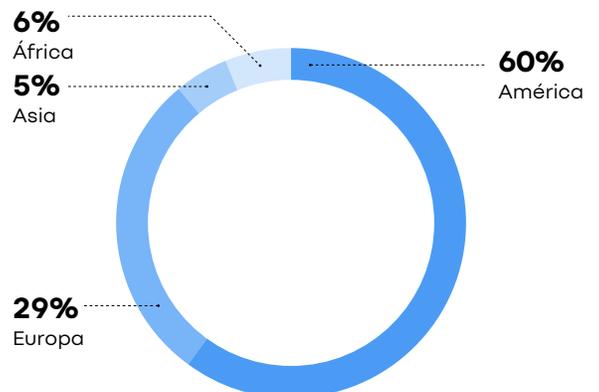
PIEZAS CKD IMPORTADAS EN 2021 (POR LUGAR DE ORIGEN)

CKD - *completely knock down* (piezas importadas, fabricadas por proveedores).



En 2021 contamos con **34 proveedores de piezas locales, 16 proveedores de piezas importadas que entregan directamente a RENAULT-Sofasa y 13 AILN (Alliance International Logistic Network)** que reciben, almacenan y nos entregan el resto de las piezas que componen nuestros vehículos. Asimismo, tenemos **más de 190 proveedores de servicios que trabajan de manera continua con la Compañía.**

VOLUMEN MOVILIZADO POR CONTINENTE



Gestión de proveedores

En el ámbito global, en Renault Group contamos con un panel de proveedores que está disponible tanto para la marca como para Nissan y Mitsubishi, dada la Alianza que tenemos con dichas empresas. Sean proveedores locales, regionales o globales, sus piezas pueden ser utilizadas en cualquiera de las plantas.

Para seleccionar los proveedores realizamos un análisis de aspectos como calidad, costo, plazo, desarrollo y gestión-*management* (QCDDM). Los resultados son validados y decididos de acuerdo con las reglas de delegación de la Compañía.

En este sentido, ponemos todas nuestras capacidades al servicio de la cadena de abastecimiento, haciendo esfuerzos importantes para acompañar a los proveedores y formarlos en temáticas que les entreguen las herramientas y el conocimiento para enfrentar los nuevos desafíos en las metodologías de trabajo y relacionamiento dentro del negocio.

FORMACIÓN A PROVEEDORES DE PIEZAS LOCALES

Indicador	2020	2021
Número de formaciones a proveedores	6	6
Proveedores capacitados	12	19
Personas capacitadas	146	182
Horas de capacitación a proveedores	219	182

Con el procedimiento ANPQP (*Alliance New Products Quality Procedure*, procedimiento de la Alianza Renault-Nissan-Mitsubishi para el desarrollo de nuevas partes de vehículos producidos) ofrecemos a los proveedores una guía por etapas para el desarrollo de las partes, con el fin de garantizar el aseguramiento tanto del producto como del proceso y que todos los requerimientos que les solicitamos a los proveedores sean claros y queden resueltos. Para la ejecución de este procedimiento, disponemos de un equipo multidisciplinario integrado por profesionales de las áreas de Ingeniería, Compras, Calidad y Logística, el cual acompaña en el proceso a los proveedores.

Además, tenemos un *ranking* de proveedores, el cual nos ayuda a medir los problemas de calidad en las partes que estos nos suministran. En este evaluamos aspectos como gravedad, incidencia y cantidad de reclamaciones de clientes industriales y finales. Nuestro objetivo es que este *ranking* sea cero.



TRABAJAMOS DE LA MANO DE NUESTROS PROVEEDORES y les entregamos herramientas y conocimientos para seguir construyendo relaciones de valor.

(103-3) Nuestros resultados 2020-2021

- Trabajamos de manera transversal con los proveedores para implementar Renaultion (*new deal*) y mejorar la competitividad de las piezas.
- Realizamos los mantenimientos y la repotenciación de herramientas por un total de **1.096 millones COP en 12 proveedores locales**.
- Obtuvimos resultados positivos, evidenciados en dos de las auditorías más importantes del Sistema de Calidad y de Procesos:

En los sistemas de calidad

- En la evaluación internacional ASES (*Alliance Supplier Evaluation System*) del Sistema de Calidad de Proveedores de la Alianza pasamos a tener el 100% de proveedores evaluados y el 78% calificados con B, entre las calificaciones A, B, C y D (A es *bench* mundial y D es marginal), lo que posiciona al panel como competente en el ámbito mundial.

En el aseguramiento de los procesos de los proveedores

- En la evaluación SHC (*Supplier Health Check*), que también lleva a cabo la alianza, el **66% de los proveedores** se ubicaron en los niveles de calificación H1-H2, los más altos.



- Mantuvimos el acompañamiento y el seguimiento al panel de proveedores con **más de 125 intervenciones como auditorías o monitoreos a los planes de acción**, entre otras, con lo cual logramos mantener los buenos resultados en un año determinante luego de la pandemia.
- Entre 2019 y 2021 desarrollamos alrededor de **240 nuevas referencias con proveedores locales** para ser utilizadas en nuestros proyectos Renault Sandero, Renault Logan, Renault Stepway en su segunda fase, y la Nueva Renault Duster.
- Con el Re.ACT nos movilizamos para darles una respuesta en menos de 48 horas a proveedores con foco en la protección del cliente, mediante una sinergia para hacer el análisis de problemas y brindar una solución rápida.

- Trabajamos en alianza con entidades como la ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial) y, más recientemente, con Colombia Productiva; estas llevan a cabo consultorías a nuestros proveedores en temáticas orientadas a las necesidades de los clientes, como, por ejemplo, la formación en herramientas de calidad, en aspectos como análisis de causa raíz, metrología, calibración, gráficos de control, entre otros.

En 2020 y 2021, tuvimos el apoyo de ONUDI-Pro Motion-Koica, a través de su programa Competidor de Clase Mundial. Los resultados fueron los siguientes:

Indicador	2020	2021
Formación a proveedores en temas de mejoramiento y calidad con el apoyo de ONUDI-Pro Motion-Koica: programa Competidor de Clase Mundial.	25 proveedores formados.	16 proveedores formados.
	Ciclo 1: herramientas básicas de calidad.	Ciclo 2 y 3: Competidor de Clase Mundial.

CASO DE ÉXITO

La Nueva Renault Duster,
un proyecto que nos dejó
lecciones y grandes avances

La puesta en marcha del proyecto de la Nueva Renault Duster, que comenzó en 2016, representó para la Compañía no solo un éxito comercial (fue uno de los vehículos más vendidos de nuestro portafolio en los últimos años), sino que trajo consigo una evolución significativa de los procesos de fabricación, a partir de la incorporación de herramientas de automatización que mejoraron considerablemente la eficiencia y la efectividad de la producción en nuestra planta.

Para Luis Eduardo Jaramillo, CPM (Jefe de Proyectos Metier) soldadura de la Dirección de Producción, la experiencia fue enriquecedora porque permitió que parte del personal fortaleciera sus habilidades en otras áreas y, además, sirvió para agregar mayor valor a la cadena productiva.

En palabras de Luis Eduardo, el esfuerzo por modernizar los procesos de la planta de producción e incorporar nuevas herramientas tecnológicas para automatizar algunos de aquellos fue loable. Los aprendizajes adquiridos hoy son insumo para producir vehículos con calidad y eficiencia.

De un proceso manual, en el cual intervenía una gran cantidad de personal de la parte operativa y no ofrecía las condiciones óptimas de ergonomía y precisión en el ensamble y la soldadura de las partes de la cabina, pasamos a dos estaciones con 14 robots, que se encargan de que la conformidad en la geometría de los vehículos tenga unos valores máximos de referencia; gracias a esto, llevamos a cabo un trabajo impecable para beneficio de la seguridad, la satisfacción de los compradores y el bienestar de los colaboradores.

Al haber menos intervención humana, los colaboradores que dejaron de asumir esas tareas repetitivas y mecánicas, fueron capacitados en labores de programación, operación y mantenimiento de los equipos.

Para Luis Eduardo hay un dato clave: la conformidad geométrica de los vehículos mejoró al disminuir la dispersión de la simetría en el taller de soldadura de un 40% a un 20%, y hoy, del 14% de los 4.800 puntos de soldadura por resistencia se encarga un robot.



44.347 MILLONES COP INVERTIMOS
en proveedores locales, cifra de negocio en piezas específicas para la Nueva Renault Duster en 2021.

Además, gracias al trabajo articulado con nuestros proveedores locales y a las mejoras en nuestro producto, garantizamos el éxito en un proyecto orgullosamente colombiano. Los procesos en los cuales nos enfocamos para lograr este propósito fueron:

- Proceso de punzonado en parachoques.
- Implementación de moldes con múltiples cavidades para evitar reprocesos en pintura de parachoques.
- Estantería multinivel para almacenamiento de piezas plásticas.
- Implementación de dispositivos de control para los sensores de presencia y control de esfuerzos en el palonier de las cojinerías.
- Nueva tecnología de moldes de parachoques, que mejora el acabado final y reduce los tiempos de producción y la generación de residuos de material.

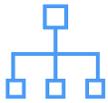
15 proveedores locales con desarrollos exclusivos para la Nueva Renault Duster

18 proveedores locales desarrollaron 230 nuevas referencias para la Nueva Renault Duster

 **28.163** millones COP en inversiones para compra de herramientas

Logística y planta

Para la adecuada planificación de la cadena de abastecimiento y para gestionar de manera efectiva y sincronizada los procesos de aprovisionamiento, contamos con cuatro palancas principales:



Flujo

Optimización de flujos entre los diferentes proveedores y la planta.



Origen

Buscamos tener proveedores más cerca de la fábrica para disminuir los tiempos de transporte y optimizar los costos logísticos.



Densificación

Es la estrategia que analiza y potencializa las densificaciones y optimizaciones de espacios para traer más piezas que ocupen menos volumen, con reducciones importantes en los costos y en las emisiones generadas por el transporte.

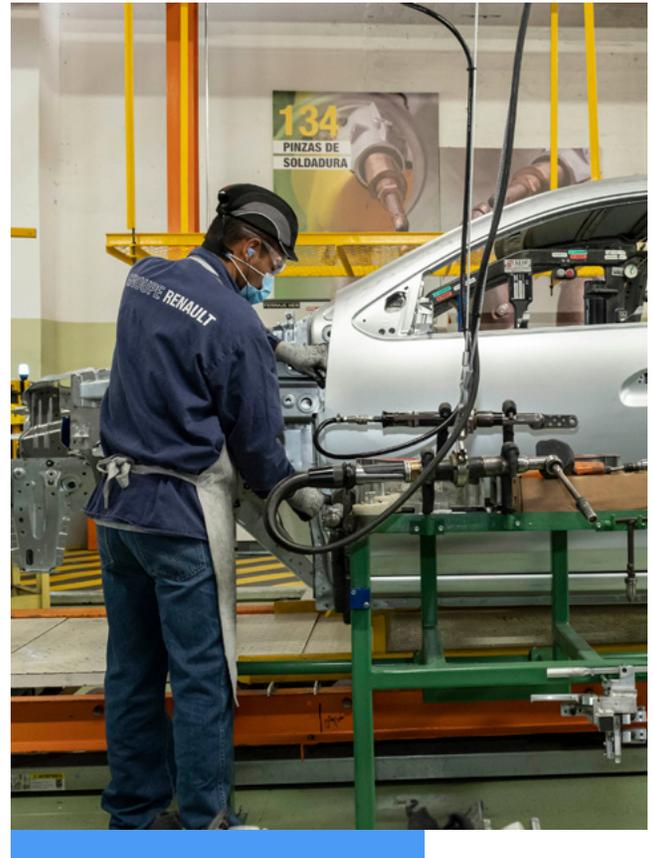


Negociación

Proponemos sinergias con los proveedores para tener costos más competitivos.

Trabajamos constantemente por tener información cada vez más digitalizada en los diferentes sistemas con el fin de mejorar el acceso a los datos de una forma más rápida y eficiente, así como la toma de decisiones en tiempo real. Monitoreamos los procesos y les hacemos seguimiento con indicadores estratégicos de costo, calidad, plazo y recurso humano, e implementando planes de acción para su mejoramiento.

Contamos igualmente con comités de cadena de abastecimiento y de segundo nivel, así como con auditorías internas y externas: por ejemplo, la auditoría LSHC (*Logistic Supplier Health Check*).



NUESTRA PLANTA EN ENVIGADO

es reconocida entre las plantas de Renault Group por sus índices de eficiencia.

(103-3) Nuestros resultados 2020-2021

- En RENAULT-Sofasa nos destacamos como una de las plantas de Renault Group dentro de la región, con los mejores índices de eficiencia en los procesos productivos y de comercialización, gracias al compromiso de nuestra gente, y a nuestra cultura organizacional sólida, enfocada en tres ejes de transformación: industrial, digital y organizacional.
- Lo anterior se evidencia en los resultados del ranking QCTP (Calidad, Costo, Tiempo y Productividad), por sus siglas en inglés, en el cual ocupamos el **primer lugar en 2020 como la mejor planta entre todas las que forman parte de Renault Group; este logro nos compromete a seguir en busca de la excelencia operativa en todos los niveles de la cadena de valor.**

- Nos alineamos con el estándar Renault de las líneas de fabricación en soldadura para ser más productivos respetando los principios de flujos y zonas de inspección y retoque.
- Ejecutamos el proyecto para tercerizar las operaciones de soldadura de tuercas y tornillos, el cual nos ayudó a ser más eficaces con menos costos de fabricación. Para lograrlo, adaptamos una zona de 120 metros cuadrados en el parque de proveedores, donde la compañía UMO realiza al mismo tiempo los ensambles.
- En 2021 culminamos el proyecto y lanzamos al mercado la Nueva Renault Duster. Este implicó inversiones en planta que permitieron aumentar en un 10% la automatización de los procesos.
- Conseguimos la integración con proveedores locales para ejecutar subsambles sencillos, aliviando así los puestos de trabajo en el taller de soldadura y mejorando los tiempos de ciclo de producción.

Culminamos 2021 con **39.910 unidades** ensambladas, distribuidas así:



VEHÍCULOS ENSAMBLADOS (TOTAL)



VEHÍCULOS ENSAMBLADOS (POR MODELO)



Renault Sandero



Renault Logan



VEHÍCULOS ENSAMBLADOS DESDE INICIO DE OPERACIONES (52 AÑOS)



VOLUMEN EXPORTACIONES (UNIDADES)



VOLUMEN EXPORTACIONES (% SOBRE PRODUCCIÓN)



VOLUMEN EXPORTACIONES (UNIDADES POR MODELO EXPORTADAS)

Renault Duster

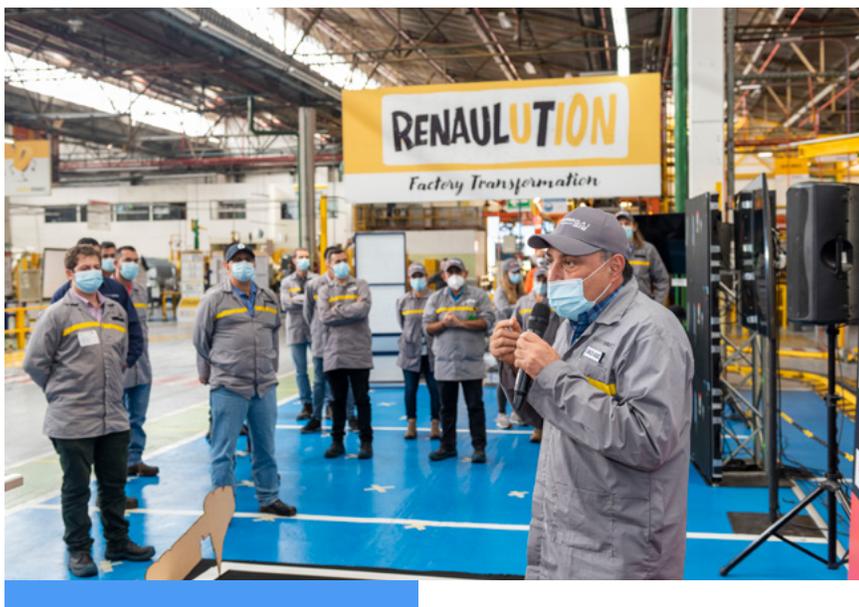


Renault Sandero



Renault Logan





GRACIAS A LA IMPLEMENTACIÓN DE RENAULUTION, desarrollamos en los colaboradores nuevas competencias para solucionar los problemas de calidad desde la fabricación.

- A partir del despliegue del Plan Renaulution, desde agosto de 2021 implementamos la estrategia Re.ACT, con la cual empoderamos a la fábrica en el tratamiento de los incidentes de nuestros clientes durante el primer año de uso del vehículo. Con esto desarrollamos nuestras competencias para solucionar con rapidez los problemas de calidad durante la fabricación, erradicando los incidentes inmovilizantes de manera oportuna y generando un impacto positivo en los indicadores GMF (Garantía Mes Fabricación) y PIMOF (Garantías Inmovilizantes).
- En la densificación de costado de caja en la importación de piezas CKD (*completely knock down*), pasamos de 8 a 12 de estas por embalaje para el costado de caja de la Nueva Renault Duster, la parte CKD más voluminosa del vehículo, lo cual nos brinda mayores índices de eficiencia y un aporte más significativo a nuestro propósito de ser una Compañía sostenible al disminuir la frecuencia del transporte de contenedores y evitar las emisiones de 150 toneladas de CO₂ al año, con ahorros de 21,7 EUR por vehículo y la reducción de la necesidad de áreas de almacenamiento en 181 metros cuadrados.
- En cuanto a *stocks* inteligentes, con el apoyo de metodologías como *data mining* o *data exploration*, y con la utilización de herramientas como *machine learning*, *data lake*, entre otras, optimizamos el inventario de seguridad con el cálculo automático, un histórico de datos y la eliminación de *stocks* innecesarios del sistema. Así, también disminuimos los riesgos de aprovisionamiento y aportamos al flujo de caja de la Compañía con ahorros de dos millones EUR en *stock* industrial, un apoyo clave para garantizar la sostenibilidad del negocio.

(103-2) Retos para movilizar el futuro

Corto plazo (0 a 2 años)

- Mejorar la competitividad en el precio de las piezas para apalancar las exportaciones y asegurar la asignación de nuevos proyectos.
- Ser referente en ideas de innovación para el clúster Latam (conformado por las plantas de Argentina, Colombia y Brasil).
- Consolidarnos como una organización de compras en Latam.
- Automatizar los procesos.
- Mitigar los diferentes impactos del contexto logístico en el ámbito mundial.
- Disminuir en un 20% la cantidad de reclamaciones de clientes industriales y finales de nuestro panel de proveedores con relación al año 2021.
- Continuar con la implementación del programa Alianzas para la Reactivación del Sector Automotor, que promueve el Gobierno, con RENAULT-Sofasa como empresa ancla y la participación de 10 proveedores directos.
- Lograr la estabilidad del panel local de proveedores con un nivel de menos de 60 puntos en el *ranking* y una reducción de las GMF generadas por proveedores a menos del 15% de incidencia.

Mediano plazo (3 a 5 años)

- Utilizar de nuevo el puerto de Urabá como alternativa logística para optimizar los costos de transporte.
- Aumentar la integración local de nuestros proveedores de piezas.
- Continuar con la preparación de los nuevos proveedores para responder a la demanda de nuevas tecnologías que debemos incorporar a los vehículos.

Largo plazo (6 años o más)

- Utilizar el transporte férreo como palanca para el aumento de nuestra competitividad.
- Lograr disminuciones del *ranking* en un 50% y una incidencia menor del 30% de las GMF generadas por proveedores.



06

Nos movilizamos por nuestro futuro

- ➔ Desempeño ambiental de los productos
- ➔ Ecoeficiencia
- ➔ Innovación

Desempeño ambiental de los productos

Le apostamos a la transformación de la movilidad y nos adaptamos a las nuevas tendencias, alineando el portafolio de productos a las metas globales y nacionales en transición energética, con un desempeño acorde con las necesidades del entorno y de los usuarios.



¿Cómo lo gestionamos? (103-2)

Acciones para reducir las emisiones de los motores



Los motores y vehículos Renault pasan por **mejoras constantes orientadas a reducir las emisiones de contaminantes y a mejorar su desempeño**. Esto se prevé tanto en los proyectos de la vida serie (para aquellos vehículos que ya están en producción) como en los proyectos en desarrollo.

Dentro de estas evoluciones se destacan las siguientes:

- **Implementación de herramientas tecnológicas como el GSI (Gear Shift Indicator, o indicador de cambio de marcha), el eco-coaching y el eco-scoring**, que les proporcionan información a los conductores para que puedan mejorar su estilo de manejo en beneficio de la economía de combustible. El GSI informa sobre el mejor momento para subir o bajar de marcha de acuerdo con las necesidades del vehículo. El *eco-coaching* evalúa la forma de conducción del usuario y le da consejos para optimizar su consumo de combustible. Y el *eco-scoring* asigna una calificación de acuerdo con su capacidad para conducir: cuanto mayor es la nota, mejor es su valoración como ecoconductor. Estas herramientas están disponibles en los vehículos fabricados localmente (Renault Logan, Renault Sandero, Renault Stepway y Renault Duster) y los importados.
- Estudios constantes para disminuir el peso del vehículo con el uso de materiales más livianos y tecnológicos, buscando reducir la masa total y, en consecuencia, el consumo de combustible.
- Mejora en la aerodinámica de los vehículos e implementación de direccionadores de flujo de aire (deflectores aerodinámicos).
- Neumáticos con mejor resistencia al rodamiento.

¿Por qué es importante?

(103-1) Nuestro compromiso con la movilidad sostenible es permanente, y no solo desde el enfoque de nuestra oferta comercial, con alternativas amigables con el medioambiente y en línea con las estrategias que impulsan los entes gubernamentales para la promoción de la transición energética, sino también desde la incorporación a los procesos productivos de componentes de circularidad para disminuir el desperdicio de residuos, fomentar segundas oportunidades para su aprovechamiento y recurrir a materias primas en cuya elaboración, extracción y consecución se incluyan buenas prácticas sostenibles y respetuosas con el entorno donde se originan.

Desarrollamos motores de menor cilindrada sin perjuicio de la potencia, **que consumen y contaminan menos** en situaciones normales de uso y de tránsito cotidiano.

PESO DE MATERIAL RECICLADO EN LOS VEHÍCULOS EN 2021 (KILOGRAMOS)



Renault Oroch 10,2



Renault Kwid 4,8



Renault Captur 7,05



Renault Sandero 9,2



Renault Logan 7,5



Renault Duster 8,7

Impacto ambiental de los materiales y reciclabilidad

Estamos comprometidos con la protección y la conservación del medioambiente, y lo declaramos en políticas internas con las cuales apuntamos a que los materiales de los vehículos sean reciclados y aprovechados en el fin de su ciclo de vida útil.

Dicho compromiso está en línea con lo definido por Renault Group, y así ha sido reconocido gracias a la implementación de metodologías de análisis de la criticidad de materias primas desarrolladas por la empresa, las cuales hoy son un referente en Europa.

En la actualidad, en Brasil tenemos 12 proveedores locales de materia prima (plásticos) certificados y aptos para desarrollar formulaciones a partir de materiales reciclados.

Al menos el **95%** de los materiales en nuestros vehículos son aprovechables al final de su ciclo de vida útil, cumpliendo las directrices del Grupo en materia de reciclaje, lo cual tenemos en cuenta desde la concepción misma del producto.

En Colombia trabajamos para **desarrollar materiales y proveedores** que puedan ser también incluidos en el panel de materiales del Grupo.

Dentro de sus políticas, Renault Group exige que los proveedores de piezas adquieran la materia prima solamente de las empresas que estén certificadas por la ingeniería de materiales, como medida para elevar los índices de calidad y control.

Entre las exigencias, dicha certificación incluye criterios termomecánicos y la reducción de emisiones de compuestos orgánicos volátiles (COV) y de olores nocivos. Esto asegura la salud y el bienestar de los usuarios y de y del personal de la parte operativa que participa en la producción de los vehículos.

Por su parte, las piezas son monitoreadas en cada etapa del proyecto por medio de un análisis químico y sensorial que permite identificar la presencia de sustancias cancerígenas y alergénicas prohibidas por las normas de Renault Group.



nuevos materiales reciclados compuestos por propileno fueron certificados en Brasil en 2020. Así totalizamos 12 materiales reciclados disponibles para fabricación de nuestros vehículos

Nuestros resultados 2020-2021

(103-3) Como pioneros en Colombia en los vehículos 100% eléctricos con cero emisiones de carbono, en 2021 presentamos al mercado el Renault ZOE como una segunda generación, más completa, dentro de esta gama de productos.

Como complemento a la venta de vehículos eléctricos en Colombia, hemos habilitado ocho ecoestaciones de carga sin costo para los usuarios en centros comerciales de Bogotá y Medellín, y contamos con una red especializada de 14 talleres E-Tech y 17 salas de ventas E-Tech.

Además, ofrecemos una amplia Red de Concesionarios presentes en 54 ciudades del país, con 15 expertos Renault E-Tech, vitrina comercial y servicio posventa para los modelos especializados en cero emisiones, lo cual les permite a los clientes interesados en el nuevo Renault ZOE tener a su disposición personal altamente calificado y formado especialmente para este tipo de vehículos, y disfrutar de una experiencia completa que los deje satisfechos.

Durante 2020 y 2021 hemos trabajado en el proyecto Twi-Sun, una iniciativa que busca fomentar el uso de energías limpias dando suministro a vehículos eléctricos a partir de celdas solares incorporadas en ellos. Con este proyecto queremos tener ese tipo de tecnologías masivamente, para así generar un impacto más amplio.

1.300 vehículos eléctricos

hemos vendido en Colombia desde 2015. Con el lanzamiento de la segunda generación de Renault ZOE nos consolidamos como el primer país en ventas de vehículos eléctricos en los territorios donde Renault Group tiene presencia en Latinoamérica



LAS NOVEDADES

Ampliamos la cobertura del estándar de emisiones Euro5

La mayoría de los vehículos producidos en la planta de RENAULT-Sofasa ya respeta el nivel Euro5 desde 2021 o antes. El estándar de emisiones exigido en Colombia para los vehículos de combustión de gasolina es el Euro2 (estándar internacional que evalúa las emisiones de gases de los vehículos en movimiento) y existe un proyecto de resolución para migrar a Euro4 en los próximos meses.

Esto equivale a un nivel de emisiones de óxido de nitrógeno e hidrocarburos no quemados (NOx + HC) y de monóxido de carbono (CO) un **64% y un 55% por debajo de lo exigido por la reglamentación nacional**, respectivamente. Todo en línea con nuestro interés de reducir la huella de carbono de Renault en la región.

Nueva Renault Duster con motor más eficiente

Tuvimos el lanzamiento de la Nueva Renault Duster con motor 1.3 TCe (*turbo control efficiency*), como parte del movimiento de *downsizing* o reducción de tamaño de los motores, sin perder potencia, que ha sido posible gracias a la disponibilidad de turbocompresores.

Este vehículo viene equipado con un motor de 1.3 litros de inyección directa de combustible, que, junto con un comando de válvulas variables, proporciona una mayor atomización del combustible, por lo que llega a una potencia de 154 hp y un torque de 25,48 kgm. Esta tecnología nos ha permitido aumentar la eficiencia de nuestra Renault Duster reduciendo el consumo de gasolina, en línea con nuestro compromiso frente al desempeño ambiental de nuestros vehículos.

La Nueva Renault Duster **cuenta con calibraciones cuyo desarrollo considera la topografía colombiana**, lo cual permite tener buenos desempeños de potencia y frenado en altitud.

CASO DE ÉXITO

Con Mobilize revolucionamos el acceso a la movilidad para todos

La intención era clara: transformar la movilidad tal y como la hemos conocido y generar nuevas alternativas para acceder a modos de transporte sostenibles y eficientes. Ese fue el objetivo con el cual, en octubre de 2019, dimos inicio en RENAULT-Sofasa a un proyecto que durante estos tres años nos ha dado señales de que sí es posible ser movilizadores del progreso: se trata de Mobilize.

Así lo señala David Molina, *Product Manager* en Latam de Renault Group e integrante del equipo de desarrollo de Mobilize, quien añade que esta iniciativa surgió en la Compañía dado el interés que tenemos de ser actores en toda la cadena de valor del cliente facilitándole el acceso a la movilidad a través de un servicio compartido de vehículos, con el fin de anticiparnos a una tendencia futura: las personas no desearán tener la propiedad sobre el bien, sino la disponibilidad de su uso.

Sabemos que la industria se transformará y evolucionará, y como Compañía tenemos el deber, asimismo, de transformarnos a la par de esas nuevas realidades. Por eso nació Mobilize, porque queremos estar preparados para prestarles una solución de movilidad a nuestros clientes.

Molina recuerda el inicio de este proyecto, con una prueba piloto efectuada en nuestras instalaciones y en la cual les ofrecíamos este servicio a los colaboradores con vehículos eléctricos y convencionales. Fue tal

la acogida que en la actualidad este proyecto ya está institucionalizado y contamos con ocho vehículos que movilizan a quienes lo requieran. Así reducimos los viajes individuales y la cantidad de vehículos rodando por las ciudades, lo cual produce, a su vez, un impacto directo en la generación de emisiones de CO₂, en el consumo de combustible y en el tráfico.

“No es lo mismo tener 50 carros rodando en las calles que 10 transportando a la misma cantidad de personas”, comenta David Molina.

Por eso hemos querido ser ambiciosos y causar un mayor impacto. Así, hemos ido sembrando una semilla para que las ciudades crezcan con nosotros en servicios de este tipo. Y logramos sumar a más entidades en este propósito estableciendo convenios para hacer pruebas piloto: es el caso de las universidades EAFIT y CES, en Medellín.

La meta es seguir creciendo. En mayo de 2022 comenzamos con este servicio para clientes de concesionarios en Medellín y Bogotá, para quienes tenemos disponibles 100 vehículos cuando necesiten movilizarse mientras su vehículo propio está en mantenimiento o reparación.

Además, en el segundo semestre de 2022 esperamos iniciar otro proceso con los colaboradores del Metro de Medellín, con el deseo de hacerlo luego extensivo a sus usuarios. Un paso con el cual soñamos y por el cual trabajamos en la actualidad.



MOBILIZE BUSCA REDUCIR LA BRECHA entre el uso del automóvil y su costo, ya que los automóviles en la actualidad permanecen sin uso el 90% del tiempo.

(103-2) Retos para movilizar el futuro

- Trabajar porque a 2030 Mobilize represente un 20% del *turnover*.
- Aportar a la meta de electrificación vehicular de Colombia, establecida por el Gobierno nacional hasta 2030.
- Consolidar a mediano plazo indicadores y estrategias para reducir la huella de carbono de Renault en Latinoamérica.
- Avanzar a mediano plazo en el desarrollo de proveedores locales, en Colombia, de materias primas recicladas que puedan ser incluidos en el panel de materiales de Renault Group.

Ecoeficiencia

Promovemos procesos productivos con altos niveles de optimización y eficiencia en el uso de los recursos naturales y energéticos, con el fin de aportar al cumplimiento de los acuerdos globales de reducción de emisiones contaminantes y de nuestras huellas hídrica y de carbono.



¿Por qué es importante?

(103-1) La ecoeficiencia es un principio que aplicamos en la búsqueda permanente de tecnologías y métodos de producción de alta eficiencia y en el uso de menos recursos naturales y de la energía aplicada en el proceso de producción.

Dentro de su estrategia corporativa, el Renault Group ha ratificado el compromiso que desde hace algunos años tiene con la reducción de la huella de carbono, con el cual en RENAULT-Sofasa estamos alineados. Para esto hemos ajustado los desafíos mediante la creación de un plan de acción respaldado por un equipo del Comité Directivo que se integra por completo en las actividades de la empresa.

Los compromisos que definió el Grupo para llegar a ser carbono neutral, y que son extensivos a todas las plantas, apalancan el cumplimiento de los principales objetivos ambientales de reducción en el consumo de los recursos naturales y en la generación de la contaminación.

El escalamiento del desafío climático y la necesidad urgente de generar una movilización colectiva en el ámbito global para reducir el impacto de sus posibles consecuencias, son ahora un consenso en el cual el Renault Group participa con una contribución concreta y completa para afrontar el desafío de reducir las emisiones y lograr la neutralidad de carbono en Europa para 2040 y en el mundo para 2050. De esa forma, el Grupo reafirma su compromiso con la movilidad sostenible, con respeto por sus ecosistemas.



LA ECOEFICIENCIA NOS HA PERMITIDO LA OPTIMIZACIÓN de procesos y la mitigación de los impactos ambientales que generamos en nuestra operación.

¿Cómo lo gestionamos?

(103-2) El Grupo ha entrado en una nueva era en la cual, por medio de acciones concretas y estratégicas, trabaja por garantizar la sostenibilidad y la rentabilidad de su negocio incluyendo acciones que persigan el objetivo estratégico de la Compañía de alcanzar la carbono-neutralidad en sus operaciones.

Para ello ha situado su Proyecto Clima en el centro del Plan Estratégico Renaultion, en línea con las aspiraciones de la sociedad civil y las nuevas generaciones, que reclaman un modelo económico sostenible para todas las organizaciones, sin importar su sector o su tamaño.

Contrastamos nuestro desempeño de la gestión ambiental en las plantas con otras compañías del mismo sector y de otros similares



En Renault Group contamos con un programa informático en el que periódicamente las plantas de la Compañía debemos reportar la totalidad de la información ambiental. Este ejercicio facilita el cálculo y el comparativo automático de los diferentes indicadores de desempeño de las plantas, mostrando cuáles son las referentes y hacia dónde debemos llevar al sistema.

Pruebas, controles, auditorías, certificaciones y sellos



Nuestros sistemas de gestión ambiental están certificados bajo la Norma ISO14001. Además, los datos de cálculo de los indicadores ambientales son auditados por una empresa externa.



EN 2021, RENAULT GROUP lanzó la Estrategia Ambiental de Carbono Neutro.



DE ACUERDO CON LA POLÍTICA AMBIENTAL DE RENAULT GROUP, EN RENAULT-SOFASA NOS COMPROMETEMOS A:

1. Prevenir y reducir continuamente la huella ambiental y el impacto sanitario de nuestras actividades, contribuyendo al mismo tiempo a la competitividad del Grupo y a la protección de sus activos mediante:



- El control del consumo energético y de las emisiones a la atmósfera.
- La utilización de las materias primas en su justa medida.
- La reducción en origen y la maximización de la valoración de los residuos.
- La prevención de la contaminación de los suelos y de las aguas subterráneas.
- El control del consumo de agua y de los vertimientos al medio acuático.
- La prevención de contaminaciones accidentales.
- La reducción de las molestias acústicas y olfativas.
- El control del riesgo químico y la implementación de soluciones optimizadas para el transporte.

2. Implementar un Sistema de Gestión Ambiental certificado bajo la Norma ISO 14001 con el objetivo de garantizar la mejora continua de la eficiencia ambiental y adecuarnos a las reglamentaciones y los compromisos voluntarios de Renault Group.

3. Sensibilizar a los colaboradores sobre los retos medioambientales y comunicar los resultados conseguidos.

En la Compañía **definimos cada año el programa ambiental** y los medios asociados de acuerdo con el esquema director y los aspectos ambientales significativos para cumplir con nuestra política.

Nuestros resultados 2020-2021 (103-3)

Si bien durante los años anteriores a la pandemia veníamos registrando una tendencia en la disminución de los indicadores de consumo de agua, energía y gas, para 2020 y 2021 esta reducción fue aún mayor debido a la disminución en los volúmenes de producción asociados a la emergencia sanitaria fruto del COVID-19.

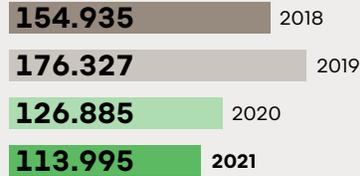
Para los indicadores de generación, como residuos, vertimientos y emisiones, observamos la misma tendencia que en consumo y por causas similares.

Para más detalle sobre estos y otros indicadores de ecoeficiencia, puede ver los anexos en la página 91.

INDICADORES DE ECOEFICIENCIA

Consumo

(303-3) Agua (m³)*



(302-1) Energía (kWh)

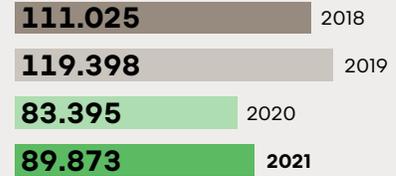


(303-1) Gas (kWh)



Generación

(303-4) Vertimientos (m³)



(306-2) Residuos generados (Ton)



(305-1) (305-2) Emisiones alcance 1 y 2 (Ton CO2eq)



* Equivale a la captación de agua y no al consumo.



La economía circular es una realidad: reincorporamos el 98% de los residuos a la cadena productiva

Establecimos acciones asociadas a la economía circular, como el aprovechamiento de la chatarra industrial, la cual es entregada para la fabricación de piezas nuevas (campanas y discos). Así reincorporamos el material al proceso productivo.

Otros productos que también reincorporamos son: madera, plástico, cartón, vidrio plano con película de seguridad y espumas aglomeradas.



Realizamos el tratamiento físico-químico al 100% de las aguas residuales industriales

Así cumplimos la normativa nacional y la del Grupo. Una vez las aguas son tratadas, las entregamos a la Planta de Tratamiento San Fernando, donde reciben un proceso biológico antes de ser descargados al río Medellín.

Además, contamos con un sistema de tratamiento en línea de las aguas de las fosas de pintura con deshidratación mecánica de los lodos.



Cuidamos nuestra huella hídrica

Obtenemos el agua industrial utilizada en el proceso productivo a partir del aprovechamiento de aguas subterráneas y agua suministrada por la empresa de servicios públicos (estas representan un mayor porcentaje de uso en esta mezcla).

Un porcentaje del rechazo generado en la desmineralización de las aguas es aprovechado en procesos, como el decapado de piezas; así hallamos una oportunidad de disminuir el consumo de agua.

Nuestra planta es referente en el manejo de generación de residuos peligrosos, gracias a acciones para la reducción de lodos de las fosas de pintura y la generación de luminarias.



REALIZAMOS ACTIVIDADES DE FORMACIÓN con los colaboradores para promover los mandamientos ambientales de Renault Group.



Desarrollamos jornadas y campañas internas de sensibilización

Contamos con una matriz de formación para la toma de conciencia y mejoramiento de las competencias en temas ambientales como: la gestión de residuos, el manejo de productos químicos, los requisitos legales, entre otros.

Revisamos dicha matriz cada año para identificar nuevos estándares o requerimientos, tanto nacionales como de Renault Group, que puedan exigir habilidades específicas en las personas.

En 2021 llevamos a cabo formaciones en economía circular y *Mandatory Rules (MR)*, que son los mandamientos ambientales establecidos por el Renault Group para identificar y mejorar el análisis de riesgos ambientales asociados al proceso productivo.

Tenemos una de las mejores plantas del mundo en el Renault Group en cuanto a eficiencia energética.

Dentro del *ranking* anual, somos una de las más eficientes en el consumo de energía, gracias a las acciones de reducción implementadas, en especial la renovación tecnológica en equipos de alta eficiencia.

Lanzamos los ocho MR del Medio Ambiente, que

incluyen las temáticas aire, agua, vertimientos, legionela, conformidad legal, suelos, residuos y ruido, como herramientas para realizar un análisis de riesgo detallado en cada una.



Consumo de energía: el 98% de la planta cuenta con iluminación led

Contamos con un Comité de Energía, liderado por el Área de Mantenimiento Central, el cual se reúne de forma periódica con el objetivo de promover acciones enfocadas en la disminución de los consumos de este recurso, como el reemplazo de luminarias de alta eficiencia, el cambio en la configuración de variadores de velocidad, la puesta a punto de motores de alta eficiencia, entre otras.

(103-2) Retos para movilizar el futuro

A corto plazo (0 a 2 años)

En línea con la estrategia ambiental definida por el Grupo, comenzamos a recorrer el camino hacia la certificación para llegar a la neutralidad del carbono, lo cual implica la implementación de acciones, desde la reconversión tecnológica hasta proyectos de compensación.



La innovación está en nuestro ADN

Esto nos permite mantenernos en el mercado y estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías, la industria 4.0 y la transformación digital.



¿Por qué es importante?

(103-1) En RENAULT-Sofasa estamos innovando y transformando cada uno de los procesos, automatizando las tareas y generando cambios en las metodologías de trabajo, así como en la mentalidad.

Por esto, la innovación es un tema transversal en nuestra Compañía y en los últimos años hemos trabajado para movilizarla tanto interna como externamente. En este escenario, trabajamos para ser parte del ecosistema de innovación local y nos focalizamos en la generación de valor a través de capacidades como el *Creative Lab*, la sala BTO (*Business Transformation Office*) y el programa de innovación abierta Renault Box.

El **Plan Estratégico Renaulution** nos ha movilizado a desarrollar valor y a potenciar la transformación desde la innovación.

NUESTROS COLABORADORES son los protagonistas en los procesos de innovación. Por eso aprovechamos todo su potencial para generar valor.

PLAN ESTRATÉGICO: INTELLIGENT MOBILITY



Protagonistas del negocio
Diversificar y generar nuevas oportunidades de negocio.



Ecosistema extendido
Conectar con el ecosistema para generar relaciones que aporten valor.



Obsesión por el cliente
Entender las necesidades del cliente y entregarle productos y servicios acordes con estas.



Inteligencia colectiva
Utilizar el potencial de las personas y los equipos interdisciplinarios para generar valor.



Foco en la competitividad
Siempre enfocados en competitividad y *performance*.



FUIMOS GANADORES INTERNACIONALES con Twi-Sun, un sistema modular de paneles solares para la carga del Twizy desarrollado por estudiantes de EAFIT.

¿Cómo lo gestionamos?

(103-2) Por medio de mecanismos de participación como Kaizen e ICP (Ideas Concretas de Progreso), invitamos a los colaboradores a proponer soluciones reales a problemas u oportunidades, generando así siempre un espíritu de mejora continua que deriva en el desarrollo e implementación de proyectos de impacto para la Organización, tanto en el ámbito operativo como en el administrativo. Los que generaron mayor impacto al negocio son presentados en la Convención Anual, donde son reconocidos como actores de la transformación.

Además, en 2021 lanzamos el programa Renault Box, que busca identificar retos y oportunidades dentro de la Organización (propuestos por los mismos colaboradores), enfocados a industrias 4.0, gestión de datos

Contamos con tres Renault Labs operando con retornos superiores a los

1.584 millones COP.

y nuevos negocios relacionados con la movilidad, para desarrollarlos en conjunto con actores activos del ecosistema de innovación local.

Esta iniciativa cuenta con el respaldo de importantes actores del ecosistema, como Amazon Web Services, Rockstart, Flink Ventures, Ruta N, el SENA, entre otros, quienes aportaron en la estructuración y en el fondeo del programa.

Para la primera edición identificamos ocho retos, los cuales fueron priorizados por el Comité Ejecutivo; posteriormente, los lanzamos al ecosistema y comenzó la ejecución de siete pruebas de concepto con diferentes empresas, *startups* y universidades.

En 2021 también avanzamos en el desarrollo de herramientas de almacenamiento y análisis de datos (DataLake y BI), las cuales nos permiten una democratización del uso de la tecnología analítica en todas las áreas de la Compañía, con el fin de acelerar el desarrollo de modelos analíticos que ayudarán a mejorar en gran medida la gestión y la toma de decisiones.

Nuestros resultados 2020-2021 (103-3)

- Consolidamos la Compañía como un laboratorio de industria 4.0 para el ecosistema de innovación a través del **programa de innovación abierta Renault Box**.
- Expandimos el Creative Lab a espacios virtuales con universidades, denominados Renault Labs, donde logramos trabajar de manera conjunta en desafíos que fueron identificados y priorizados dentro de la Organización.
- Implementamos estrategias como **Tour de Startups, Digital Days, Hackatones e Innovation Open Week**, con el fin de que los colaboradores se involucraran en el proceso de transformación digital.
- Cerca de **452.700 millones COP invertimos** para financiar proyectos de innovación en 2021.

Más de **2.000** personas (colaboradores y externos) de siete países participaron en la **Semana de la Innovación Latam 2021**, en la que desarrollamos **25** conferencias con **75** expositores.

- Participamos por primera vez en Twizy Contest, un programa mundial al que se vinculan estudiantes para desarrollar proyectos de movilidad e innovación. Fuimos ganadores internacionales con Twi-Sun, un sistema modular de paneles solares para la carga del Twizy desarrollado por estudiantes de la Universidad EAFIT (estamos en proceso de desarrollo físico).

- Nos mantuvimos dentro de las **30 empresas más innovadoras de Colombia** según el *ranking* de innovación de la ANDI.
- Implementamos Data Driven-ASAP, una herramienta con analítica avanzada para realizar predicciones del mercado teniendo en cuenta datos históricos y otras variables para ajustar la producción y los niveles de *stock*.
- Hicimos la migración de herramientas tecnológicas con miras a impulsar la automatización de procesos dentro de RENAULT-Sofasa, en el marco del proyecto Prepare Renaulution, con el fin de ampliar la cobertura a otras áreas de la Compañía, desarrollar modelos tecnológicos ya existentes y priorizar proyectos en Latam con recursos compartidos.
- **Con la Universidad EIA, trabajamos en proyectos de economía circular:** segundos usos de baterías de vehículos eléctricos, *Vehicle to Grid*, *re-factory*, impresión 3D de componentes de posventa y nuevas movilidades complementarias a lo que hoy definimos con Mobilize.
- Con la Universidad EAFIT, trabajamos en el desarrollo de un simulador para medir condiciones de frenado de los vehículos en conducidos en escenarios de altitud.
- **Ejecutamos el proyecto Muévete** en conjunto con la empresa Animalista, en el cual desarrollamos zapatos fabricados con excedentes de material de nuestro proceso productivo. Las ventas fueron donadas a la Corporación Son Batá, para aportar al proyecto de formación de jóvenes en situación de vulnerabilidad por el conflicto.



Más de 80 estudiantes y cinco profesores se vincularon en el desarrollo de proyectos con universidades que forman parte del ecosistema de innovación.

(103-2) Retos para movilizar el futuro

A corto plazo (0 a 2 años)

- Lanzar un nuevo Renault Lab para trabajar en proyectos de conectividad entre vehículos y usuarios.
- Seguir expandiendo el ecosistema de innovación con programas que generen conexiones y deriven en el desarrollo de nuevas iniciativas y oportunidades de negocio.
- Ejecutar los proyectos seleccionados en la edición 2021 de Renault Box e identificar nuevos retos para ser lanzados al ecosistema de innovación.
- Implementar cambios en la estrategia de tecnología en temas relacionados con utilización de datos para proyectos predictivos y prescriptivos, almacenamiento de información y ciberseguridad.

Mediano plazo (3 a 5 años)

- Implementar proyectos de tecnología V2G (*Vehicle to Grid*) por medio de actores externos como *startups*, empresas de energía o universidades. *Del vehículo a la red* hace referencia a la transferencia de energía a la red doméstica o industrial, que genera flujos eléctricos en dos vías y permite que el vehículo sea proveedor de energía para uso residencial o industrial.

- Avanzar en iniciativas concretas para segundos usos de baterías eléctricas.
- Gestionar la obsolescencia tecnológica a través de la modernización de tecnologías CORE, para evitar interrupciones y acompañar la transformación digital.
- Gestionar el Y2C (*Journey to Cloud*) para aprovechar la escalabilidad, la eficiencia, la reducción de costos y la seguridad de datos.
- Implementar la transformación digital para procesos de negocio y apalancar la toma de decisiones.
- Ir más allá de la tecnología RPA (*Robotic Process Automation*) basada en reglas y comenzar a incluir aspectos de IA (Inteligencia Artificial), para pasar de la analítica descriptiva a la prescriptiva.

Largo plazo (6 años o más)

- Materializar proyectos con foco en la última etapa de Renaulution (*Revolution*), donde seremos una empresa de base tecnológica que ofrece servicios de movilidad, con al menos el 20% de sus ingresos provenientes de industrias y negocios distintos al de la fabricación de vehículos.

Anexos

Gestión de talento

(102-8) INDICADORES LABORALES GENERALES

Colaboradores en la Organización por categoría laboral	2019	2020	2021
Categoría 1 (ejecutivo)	19	22 (1,87%)	23 (1,95%)
Categoría 2 (gerencial)	17 (1,28%)	53 (4,50%)	50 (4,23%)
Categoría 3 (directores)	54 (4,06%)	43 (3,65%)	44 (3,73%)
Categoría 4 (especialistas)	50 (3,76%)	334 (28,35%)	434 (36,75%)
Categoría 5 (otros niveles)	1.190 (89,47%)	726 (61,63%)	630 (53,34%)
Detalle hombres	2019	2020	2021
Categoría 1 (ejecutivo)	16 (1,20%)	18 (1,53%)	17 (1,44%)
Categoría 2 (gerencial)	14 (1,05%)	34 (2,89%)	29 (2,46%)
Categoría 3 (directores)	35 (2,63%)	28 (2,38%)	28 (2,37%)
Categoría 4 (especialistas)	31 (2,33%)	250 (21,22%)	281 (23,79%)
Categoría 5 (otros niveles)	1.057 (79,47%)	687 (58,32%)	596 (50,47%)
Número total de hombres con contrato a término indefinido	774	731	717
Número total de hombres con contrato a término fijo	335	235	201
Número total de hombres con otro tipo de contratos: (especifique qué otro tipo de contratos, como aprendices, practicantes, entre otros).	44 aprendices	51 aprendices	33 aprendices
Número total de colaboradores hombres indirectos	217	184	218
Detalle mujeres	2019	2020	2021
Categoría 1 (ejecutivo)	3 (0,23%)	(0,34%)	6 (0,51%)
Categoría 2 (gerencial)	3 (0,23%)	19 (1,61%)	21 (1,78%)
Categoría 3 (directores)	19 (1,43%)	15 (1,27%)	16 (1,35%)
Categoría 4 (especialistas)	19 (1,43%)	84 (7,13%)	153 (12,96%)
Categoría 5 (otros niveles)	133 (10,00%)	39 (3,31%)	34 (2,88%)
Número total de mujeres con contrato a término indefinido	114	105	149
Número total de mujeres con contrato a término fijo	38	28	56
Número total de mujeres con otro tipo de contratos: (especifique qué otro tipo de contratos, como aprendices, practicantes, entre otros).	25 aprendices	28 aprendices	25 aprendices
Número total de colaboradoras mujeres indirectas	98	90	164

(401-1) ROTACIÓN DE PERSONAL

Número y tasa de rotación de personal, distribuidos por edad y género	2019	2020	2021
Menor de 30 años	119 (31,07%)	151 (50,67%)	181 (54,19%)
31 a 40 años	180 (47,00%)	57 (19,13%)	81 (24,25%)
41 a 50 años	47 (12,27%)	38 (12,75%)	41 (12,28%)
51 a 60 años	34 (8,88%)	43 (14,43%)	30 (8,98%)
Mayor de 61 años	3 (0,78%)	9 (3,02%)	1 (0,30%)
Femenino	31 (2,33%)	73 (24,50%)	92 (27,54%)
Masculino	352 (26,47%)	225 (75,50%)	242 (72,46%)

Rotación de colaboradores	2019	2020	2021
Tasa de rotación de personal	28,8%	25,3%	28,3%
Tasa de rotación de personal por renuncia voluntaria	3,8%	2,8%	6,0%
Número de colaboradores retirados por mutuo acuerdo	89	108	93
Número de colaboradores fallecidos	1	0	1
Número de colaboradores retirados por pensión	0	1	0
Número de colaboradores retirados por renuncia voluntaria	50	33	71
Número de colaboradores despedidos	8	7	5
Número de colaboradores terminación de contrato CTF	235	16	1
Porcentaje de colaboradores retirados por mutuo acuerdo	23,2%	36,2%	27,8%
Porcentaje de retiros voluntarios / total de retiros	13,1%	11,1%	21,3%

(401-1) NUEVAS CONTRATACIONES

Número y tasa de contrataciones de personal, distribuida por edad y género	2019	2020	2021
Total contrataciones	144	463	331
Menor de 30 años	96 (66,67%)	163 (35,21%)	230 (69,49%)
31 a 40 años	46 (31,94%)	175 (37,80%)	88 (26,59%)
41 a 50 años	1 (0,69%)	125 (27,00%)	12 (3,63%)
Mayor de 51 años	1 (0,69%)	0 (0,00%)	1 (0,30%)
Femenino	21 (14,58%)	73 (15,77%)	158 (47,73%)
Masculino	123 (85,42%)	390 (84,23%)	173 (52,27%)

(405-1) DIVERSIDAD EN ÓRGANOS DE GOBIERNO Y COLABORADORES

Diversidad en la plantilla laboral	2019	2020	2021
Número total de colaboradores	1.330	1.178	1.181
Número de mujeres	177 (13%)	161 (14%)	230 (19%)
Número de hombres	1.153 (87%)	1.017 (86%)	951 (81%)
Número de colaboradores menores de 30 años	230 (17%)	151 (13%)	201 (17%)
Número de colaboradores entre 31 y 40 años	529 (40%)	417 (35%)	426 (36%)
Número de colaboradores entre 41 y 50 años	397 (30%)	434 (37%)	408 (35%)
Número de colaboradores entre 51 y 60 años	173 (13%)	174 (15%)	145 (12%)
Número de colaboradores mayores de 61 años	1 (0%)	2 (0%)	1 (0%)

(405-2) RATIO DEL SALARIO BASE Y DE LA REMUNERACIÓN DE MUJERES FRENTE A HOMBRES

Relación salario hombres y mujeres distribuido por nivel de cargo	2019	2020	2021
Nivel ejecutivo	1,44	1,13	1,03
Nivel gerencial	1,14	1,01	0,99
Nivel directores	1,01	0,83	0,90
Nivel especialistas	0,84	1,08	1,28
Otros niveles	0,89	1,74	1,83

(404-1) MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN AL AÑO POR COLABORADOR

Media de horas de formación al año por colaborador	2019	2020	2021
Número total de horas de formación	25.333,0	22.252,0	24.783,0
Promedio de horas de formación por colaborador	19,0	18,9	21,0
Promedio de horas de formación mujeres	34,6	20,4	21,5
Promedio de horas de formación hombres	16,7	18,7	18,8
Promedio de horas de formación (nivel ejecutivo)	-	11,0	12,0
Promedio de horas de formación (nivel gerencial)	42,0	38,0	41,0
Promedio de horas de formación (nivel directivo)	8,4	17,3	23,0
Promedio de horas de formación (nivel especialistas)	35,0	24,4	27,6
Promedio de horas de formación (otros niveles)	16,1	15,3	15,0

Anexos

Ecoeficiencia

(302-1) CONSUMO ENERGÉTICO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

(302-3) INTENSIDAD ENERGÉTICA

Consumo de energía (KWh)	2018	2019	2020	2021	Explicación variación
Consumo total de energía interno	35.948.000	37.789.110	24.031.000	26.230.672	La disminución en el consumo total de energía interno se asocia a la disminución en la producción debido a la pandemia de COVID-19 y a la ausencia del personal administrativo, ya que durante este período de tiempo realizaron <i>home office</i> .
Consumo de energía de fuentes no renovables	17.972.000	18.770.412	11.060.000	12.829.000	
Consumo de gas natural	17.972.000	18.770.412	11.060.000	12.829.000	
Energía comprada	21.134.000	22.210.460	15.446.852	16.080.252	
Consumo de energía comprada	21.134.000	22.210.460	15.446.852	16.080.252	
Energía total vendida	3.158.000	3.191.762	2.475.069	2.678.580	
Energía hídrica	3.158.000	3.191.762	2.475.069	2.678.580	
Vehículos ensamblados	69.253	65.649	38.588	39.910	
Intensidad energética (kWh / Veh ensamblados)	519	576	623	657	

(303-3) EXTRACCIÓN DE AGUA POR FUENTE (ml)

(303-4) VERTIDO DE AGUA POR DESTINO (ml)

Consumo de energía (KWh)	2018	2019	2020	2021	Explicación variación
Extracción total de agua	154.935	176.327	126.885	113.995	En los años 2020 y 2021, debido a la pandemia de COVID-19, disminuyeron la producción y las horas de operación de la PTAR por paros en los meses de abril y mayo; por esta razón el volumen tratado disminuyó versus el año 2019.
Agua subterránea	62.017	64.382	53.485	44.657	
Agua de terceros	92.918	111.945	73.400	69.338	
Vertido total a agua superficial	111.025	119.398	83.394,6	89.873	

(303-4) DESCARGA DE AGUA POR CALIDAD Y DESTINO

Calidad del vertimiento

Fuente de descarga	Calidad del vertimiento						
	Año	Límite permisible DBO (mg/L)	Resultado promedio DBO (mg/L)	Límite permisible SST (mg/L)	Resultado promedio SST (mg/L)	Límite permisible grasas y aceites (mg/L)	Resultado grasas y aceites (mg/L)
Planta de Tratamiento Municipal San Fernando	2018	150	149,8	75	9,875	15	4,98
	2019		138,3		15,8		4,79
	2020		117,8		22,8		10,59
	2021		122,8		9,9		10

(305-1)(305-2) EMISIONES DE GEI DIRECTAS E INDIRECTAS

Emisiones directas (Ton CO ₂ eq)	2018	2019	2020	2021
Consumo de combustibles	3.691,64	3.478,74	2.279,00	2.506,00
Transporte	76,283	202,06	112	97
Emisiones fugitivas	2.238,65	2.159,54	1.269,10	1.312,60
Total emisiones alcance 1	6.007	5.840	3.660	3.916
Emisiones derivadas de la generación de electricidad, calentamiento, refrigeración y vapor comprados o adquiridos	3.957	2.548	2.071	2.566
Total emisiones alcance 2	3.957	2.548	2.071	2.566
Total emisiones Alcance 1 y 2	9.964	8.388	5.731	6.482

(305-4) INTENSIDAD DE EMISIONES

	2018	2019	2020	2021
Emisiones alcance 1 (Ton de CO ₂ eq)	6.006	5.840	3.660	3.916
Emisiones alcance 2 (Ton de CO ₂ eq)	3.957	2.548	2.071	2.566
Vehículos producidos y ensamblados	68.598	65.631	38.588	39.910
Intensidad de las emisiones alcance 1 (Ton CO ₂ eq / vehículo ensamblado)	0,088	0,09	0,09	0,10
Intensidad de las emisiones alcance 2 (Ton CO ₂ eq / vehículo ensamblado)	0,058	0,039	0,054	0,064
Intensidad de las emisiones alcance 1 y alcance 2 de GEI (Ton CO ₂ eq / vehículo ensamblado)	0,145	0,128	0,149	0,1625

(305-7) OTRAS EMISIONES SIGNIFICATIVAS AL AIRE (kg)

	2018	2019	2020	2021
NO _x (kg)	2.802	2.644	1.780,5	2.085,28
SO _x (kg)	32,35	35,88	24,29	27,01
Compuestos orgánicos volátiles (COV) (kg)	414.810	380.050	257.577	210.939

(306-2) GESTIÓN DE RESIDUOS (TON) POR TIPO Y MÉTODO DE ELIMINACIÓN

Gestión de residuos (Ton) por tipo y método de eliminación	2018	2019	2020	2021
Total residuos generados y dispuestos	8.989	8.051	4.424	6.614
Residuos peligrosos por disposición	300	243	154	156
Incineración	300	243	154	156
Residuos no peligrosos por disposición	8.689	7.808	4.270	6.458
Reciclaje	8.324	7.491	4.173	6.275
Relleno sanitario	328	274	84	157
Escombrera	38	43	13	26

Índice de contenido GRI

RENAULT- Sofasa 2020-2021

CONTENIDOS GENERALES

Estándar GRI	Contenido	Ubicación o respuesta
GRI 101: Fundamentos 2016		
GRI 102: Contenidos generales 2016		
102-1	Nombre de la organización	RENAULT - Sofasa
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Páginas 20 y 60
102-3	Ubicación de sede principal	Página 21
102-4	Ubicación de las operaciones	Páginas 20 y 60
102-5	Propiedad y forma jurídica	Composición accionaria · Renault S.A.S: 73,24% · Renault S.A.: 27,66%
102-6	Mercados donde opera	Páginas 60 y 69
102-7	Tamaño de la organización	Página 69
102-8	Información de colaboradores y otros trabajadores	Página 37 Anexos Gestión de talento, página 88
102-9	Cadena de abastecimiento	Página 69
102-10	Cambios significativos en la Organización o en su cadena de abastecimiento	No se presentaron cambios significativos en la organización en el período de reporte Nuestra Compañía cuenta con un área de gestión ambiental, encargada de prever los riesgos potenciales que estén asociados a nuestra operación, así como los planes y estrategias para su mitigación y compensación. Dichos planes incluyen la implementación de buenas prácticas y proyectos de gran inversión dentro de nuestra planta que permiten un control ambiental general.
102-11	Principio o enfoque de precaución	
102-12	Iniciativas externas	Página 21
102-13	Membresía a asociaciones	Página 21
Estrategia		
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Páginas 5, 6 y 7
Ética e integridad		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Página 26
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Página 26
Gobierno		
102-18	Estructura de gobierno	Página 24
102-19	Delegación de autoridad	Página 24
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Página 24
102-22	Composición de máximo órgano de gobierno y de sus comités	Página 25
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Página 3
Participación de los grupos de interés		
102-40	Listado de grupos de interés	Página 31
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	100% de nuestros colaboradores se encuentran cubiertos por el Pacto Colectivo
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Página 31
102-43	Enfoque de participación de los grupos de interés	Página 31
102-44	Principales temas y preocupaciones abordadas	Página 31
Prácticas para la elaboración del informe		
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Página 3
102-46	Definición de contenido del informe y los límites del tema	Página 29
102-47	Listado de temas materiales	Páginas 29 y 30
102-48	Reformulación de información	Durante el periodo de reporte no se reformuló ni reexpresó información
102-49	Cambios en el reporte	Página 3

Estándar GRI	Contenido	Ubicación o respuesta
102-50	Período de reporte	Página 3
102-51	Fecha de reporte más reciente	Página 3
102-52	Ciclo de reporte	Página 3
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el reporte	Página 3
102-54	Declaración de reporte de acuerdo con el estándar GRI	Página 3
102-55	Índice de contenido GRI	Páginas 93, 94 y 95
102-56	Verificación externa	El informe no fue verificado por un tercero independiente.

CONTENIDOS ESPECÍFICOS - TEMAS MATERIALES

Estándar GRI	Contenido	Ubicación o respuesta
Competitividad		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016		
103-1	Explicación del asunto material y sus límites	Página 68
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Página 69
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Página 70
Propio	Número de formaciones a proveedores locales	Página 70
Propio	Proveedores locales capacitados	Página 70
Propio	Personas capacitadas en proveedores locales	Página 70
Propio	Horas de capacitación a proveedores locales	Página 70
Propio	Evaluación ASES (Alliance Supplier Evaluation System)	Página 70
Propio	Evaluación SHC (Supplier Health Check)	Página 70
Propio	<i>Ranking</i> de proveedores	Página 71
Propio	Proveedores formados con el apoyo de ONUDI-Pro Motion-Koica: programa Competidor de Clase Mundial	Página 71
Propio	Vehículos ensamblados	Página 74
Propio	Volumen de exportaciones	Página 74
Transformación		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016		
103-1	Explicación del asunto material y sus límites	Página 85
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Página 86
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Página 86
Propio	Inversión en innovación	Página 86
Calidad y experiencia al cliente		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016		
103-1	Explicación del asunto material y sus límites	Páginas 56 y 62
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Páginas 56 y 63
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Páginas 58 y 63
Propio	QFS (<i>Quality Feedback System</i>)	Página 63
Propio	GMF (Garantía Mes Fabricación)	Página 63
Propio	<i>Ranking customer</i>	Página 63
Propio	NPS (satisfacción del cliente) para vehículos nuevos y posventa	Página 64
Propio	Indicador DRG	Página 64
Propio	Resultados Plan <i>Health Check</i> (PHC)	Página 65
Propio	Resultados QHC (<i>Quality Health Check</i>)	Página 65
Propio	Unidades vendidas	Página 58
Propio	Penetración de ventas digitales (%)	Página 59
Propio	Resultados RCI	Página 59
Propio	Resultados Plan Rombo	Página 59
Propio	Distribución exportaciones	Página 60
Gestión del talento		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016		
GRI 401: Empleo		
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018		
GRI 404: Formación y enseñanza		
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades		
103-1	Explicación del asunto material y sus límites	Página 36

Estándar GRI	Contenido	Ubicación o respuesta
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Página 37
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Página 39
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Anexos Gestión de talento, página 89
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Página 46
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Página 47
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Página 46
403-9	Lesiones por accidente laboral	Página 48
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Página 40 Anexos Gestión de talento, página 90
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Página 39
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo profesional	Página 40
405-1	Diversidad en la plantilla laboral y órganos de gobierno	Página 41 Anexos Gestión de talento, página 90
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Anexos Gestión de talento, página 90
Impactos ambientales productos		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016		
103-1	Explicación del asunto material y sus límites	Página 77
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Página 77
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Página 79
Propio	Peso de material reciclado en los vehículos	Página 78

CONTENIDOS ESPECÍFICOS - TEMAS NO MATERIALES

Estándar GRI	Contenido	Ubicación o respuesta
Gestión social		
GRI 103: Enfoque de gestión 2016		
103-1	Explicación del asunto material y sus límites	Página 49
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Página 49
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Página 50
Propio	Proporción de mujeres beneficiadas	Página 54
Propio	Número de beneficiados directa e indirectamente	Página 54
Propio	Número de voluntarios	Página 53
Ecoeficiencia		
GRI 302: Energía 2016		
GRI 303: Agua 2018		
GRI 305: Emisiones 2016		
GRI 306: Efluentes y residuos 2016		
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016		
103-1	Explicación del asunto material y sus límites	Página 81
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Página 81
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Página 83
302-1	Consumo energía interno	Página 83 Anexos Ecoeficiencia, página 91
302-3	Intensidad energética	Anexos Ecoeficiencia, página 91
303-3	Captación de agua por fuente (extracción de agua)	Página 83 Anexos Ecoeficiencia, página 91
303-4	Vertido de agua	Página 83 Anexos Ecoeficiencia, página 92
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Página 83 Anexos Ecoeficiencia, página 91
305-2	Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)	Página 83 Anexos Ecoeficiencia, página 92
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	Anexos Ecoeficiencia, página 92
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire	Anexos Ecoeficiencia, página 92
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Página 83 Anexos Ecoeficiencia, página 92
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	En 2021 no se presentaron casos de incumplimiento a la normativa ambiental que pudieran derivar en multas o sanciones significativas.

**Renault
Group**

**Conceptualización, arquitectura
gráfica, edición periodística y diseño:**
conTREEbute | contreebute.com
Taller de Edición S. A. |
www.tallerdeedicion.co