



**Llevamos
la movilidad
más allá**
para conectar
a las personas

**Renault
Group**

REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD
2022

RENAULT-Sofasa
Colombia



1

Mensaje
del Presidente

Pág. 4

2

RENAULT-Sofasa
en cifras

Pág. 9

3

Nuestra
Compañía

Pág. 13

4

Reconectamos
con nuestra gente

Pág. 28

5

Movilizamos
nuestra cadena de valor

Pág. 38

6

En la ruta
de la sostenibilidad

Pág. 48

7

Anexos

Pág. 67



Acerca de este reporte



(2-3) Para conocer información adicional o aclarar algún tema relacionado con este informe, puedes contactarnos en:

juanita.agamez@renault.com

erika.gonzalez@renault.com

(2-1) (2-2) En este reporte damos a conocer a nuestros grupos de interés los resultados de la gestión de RENAULT-Sofasa durante 2022. Contiene la información consolidada del Grupo Empresarial, conformado por Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S. y Plan Rombo S.A.

Este informe lo elaboramos con los estándares GRI (Global Reporting Initiative), en su opción "Referenciado", y está basado a partir de los hitos más relevantes de 2022 alrededor de la gestión de los asuntos e impactos ambientales, sociales y económicos de la Compañía, y la generación de valor hacia los grupos de interés. Por lo tanto, los contenidos temáticos e indicadores aquí incluidos responden a las prioridades definidas por la Organización y los grupos de interés.

(2-3) Con el Informe 2022 les damos continuidad a los contenidos y resultados anuales expresados en nuestro Informe de sostenibilidad 2021. El período objeto del presente informe incluye información del 1º enero al 31 de diciembre de 2022.

(2-5) Estos contenidos fueron revisados y aprobados por el Presidente Director General.

1

En reconexión ←
con nuestra gente

Seguir construyendo ←
nuestro rumbo estratégico

Actores del ←
desarrollo sostenible

El futuro pinta bien ←

Mensaje del Presidente Director General

ARIEL MONTENEGRO
Presidente Director General
de RENAULT-Sofasa

(2-22) Mensaje del Presidente Director General

Llevamos la movilidad más allá para conectar a las personas y construir futuro

En este informe hacemos un recuento de los aspectos más destacados de la gestión de RENAULT-Sofasa en 2022, y compartimos los objetivos planteados para 2023 teniendo en cuenta el contexto que nos rodea y marca el ritmo de nuestra actividad.

Con unos resultados que nos consolidaron como líderes del sector automotor colombiano por quinto año consecutivo y con los que ampliamos nuestra presencia en el mercado exterior, avanzando así en la construcción del futuro que queremos para la Compañía, comparto con ustedes la alegría de haber cerrado el año 2022 con un balance más que satisfactorio para todos, en lo cual el compromiso y el esfuerzo de quienes forman parte de nuestro equipo fueron fundamentales.

Fue este un año que marcó un punto de inflexión en el desarrollo de nuestro Plan Estratégico Corporativo Renaulution, pues, tras una primera etapa en la que nos enfocamos en la recuperación de nuestras operaciones, luego de las circunstancias vividas a partir de 2020, avanzamos en la fase siguiente, que consistió en reconectar y recuperar el vínculo con nuestros grupos de interés después de un período que generó una distancia física con colaboradores, proveedores y aliados, actores clave para nuestro porvenir.

La gestión durante el año estuvo influenciada por algunas circunstancias externas que nos llevaron a afrontar distintos matices y contextos desde el punto de vista macroeconómico, ya que, si bien durante el primer semestre se notaba una recuperación de las principales actividades industriales tras la pandemia, todavía estaban activos algunos de los efectos de la misma, en cuestiones asociadas a la logística y a la cadena de abastecimiento.

Posteriormente, en el segundo semestre del año, se registró una desaceleración de los mercados producto de variables como las alzas inflacionarias, los incrementos en las tasas de interés y la devaluación de monedas locales, todo lo cual generó incertidumbre en el ámbito global.



Aun con ese contexto, en RENAULT-Sofasa pudimos avanzar en nuestros objetivos gracias a nuestra orientación estratégica, clara y definida, que nos marcó el camino que queríamos seguir en el propósito de reforzar el liderazgo que durante varios años hemos mantenido en el sector, y esto hoy nos permite mirar hacia el futuro con optimismo.

Con orgullo podemos decir que, además de nuestro liderazgo en ventas en el segmento de vehículos de pasajeros, por primera vez ocupamos el primer lugar en el segmento de los utilitarios; además, Renault Duster, el lanzamiento industrial más reciente e importante en Colombia, es el vehículo más vendido del país, y ahora estamos obteniendo resultados muy valiosos con sus exportaciones.

Todo esto quiere decir que la labor que estamos realizando desde nuestra planta comienza a diversificarse para atender no solo el mercado doméstico, sino también el extranjero. Lo anterior, además, afianza nuestro interés por construir un futuro rentable para la organización, en sintonía con nuestro propósito de movilizarnos hacia la sostenibilidad.

A lo anterior se suman, asimismo, desempeños destacados desde el punto de vista productivo, como el hecho de que nuestras exportaciones crecieron un 56%, en especial por el comportamiento de los envíos a México, Ecuador y Argentina, y que el volumen de la producción tuvo un alza del 25%, atendiendo así la demanda que venimos presentando tanto en el mercado local como en el internacional.



Como un hito importante en 2022, nuestra Planta de Envigado fue calificada como la mejor entre las 16 que forman parte de Renault Group, al demostrar la integralidad de todo el ejercicio industrial en aspectos como el cumplimiento de plazos de entregas y estándares de calidad, eficiencia energética, seguridad, entre otras variables.

En reconexión con nuestra gente

La participación de todas las personas que integran nuestra organización hizo posible la consecución de estos y otros logros que destacamos en este informe. Una de las prioridades que nos marcamos cuando definimos la orientación estratégica para este período era volver a reconectarnos con nuestra gente, tras un par de años en los que las circunstancias nos llevaron a implementar modalidades de trabajo que, si bien nos ayudaron a sostener la continuidad de nuestras operaciones, nos distanciaron en el plano físico.

Reencontrarnos y procurar la cohesión organizacional fue uno de los focos que nos propusimos, con la premisa de crecer en nuestro nivel de compromiso interno. Con la participación de todos pudimos lograr aumentar en la medición de la Encuesta Barómetro del 84% al 94% en dicho indicador y obtener, además, la certificación Great Place to Work, con una gran adherencia por parte de los miembros de la Compañía

De este modo quedó demostrado que RENAULT-Sofasa es un excelente lugar para trabajar, que ofrece condiciones dignas y atractivas para atraer y retener el mejor talento de Colombia, y que todas las personas pueden acceder en igualdad de oportunidades para nutrirnos con distintos puntos de vista y capacidades diferentes que nos ayudarán a crecer en el futuro.

Este compromiso se reflejó en nuestros grupos de interés externos, con muy buenos reconocimientos en los niveles de satisfacción del cliente y en el cuidado de nuestros procesos.

Por último, otra de las prioridades que teníamos era asegurar la rentabilidad de la organización, lo cual logramos aun con un escenario macroeconómico complejo, y, gracias al esfuerzo de los equipos, conseguimos las metas que nos propusimos de seguir avanzando con optimismo y confianza hacia el futuro con el que soñamos.

Seguir construyendo nuestro rumbo estratégico

En RENAULT-Sofasa, alineados con la visión que tiene Renault Group, somos optimistas frente al futuro de esta industria, la cual ha pasado por coyunturas económicas globales en los últimos años. Tenemos confianza en la recuperación y en que las personas seguirán eligiendo un vehículo Renault para que sea un miembro más de sus familias y participe en sus momentos importantes.

Renault ha estado presente en Colombia durante 54 años. Y aunque en ese lapso hemos afrontado distintos contextos de toda índole (sociales, económicos, financieros, de seguridad, entre otros), siempre hemos sostenido una visión estratégica que muestre ese panorama completo, en el cual el país ha sido muy resiliente. Ese panorama en el que, pese a las dificultades, el mercado automotor se ha mantenido en una franja entre 200.000 a 300.000 vehículos nuevos vendidos por año.

Así que nuestra apuesta por Colombia es a mediano y largo plazo, y por eso contemplamos una inversión para renovar nuestra presencia, con la intención de industrializar una nueva plataforma para la producción de un nuevo modelo en el país. Confiamos en que fenómenos como la devaluación de la moneda local y la inflación se establezcan pronto y que el poder adquisitivo de las personas se recupere para así retornar a los niveles en los que estábamos antes, quizá un poco inferiores, pero más cercanos a los valores internacionales.

Y es que los planes de la Compañía en el país siguen siendo los mismos: queremos seguir manteniendo una alta participación en el mercado, basándonos en el arraigo que tiene la marca Renault entre las familias colombianas y en una oferta de productos acorde con nuestros clientes. Estas condiciones son las que nos permiten seguir siendo líderes.

Por otro lado, hemos puesto al servicio del mercado diversas iniciativas con las que queremos llevar la movilidad más allá para acercar a las personas. Un ejemplo es Renault Plan Rombo, una filial con 12 años de trayectoria y más de 6.000 carros entregados, así como la compañía financiera propia RCI, con la que brindamos a los clientes la posibilidad de hacer realidad su sueño de subirse a bordo de un Renault.



Nuestra planta es la número 1 entre las 16 de Renault Group en todo el mundo.

Actores del desarrollo sostenible

Uno de los atributos que nos diferencian como uno de los principales actores industriales en el mercado nacional respecto a otras marcas del segmento es que contamos con una planta que aporta el 70% del ensamble automotor en el país, un dato clave si tenemos en cuenta que este sector, a su vez, aporta el 6,6% del PIB industrial colombiano; esto, por tanto, se convierte en un aliciente para llevar la movilidad más allá y acercar a las personas a un amplio portafolio de productos y servicios que atiende todas sus necesidades.

Impactamos más de 13.500 personas por nuestras actividades; 1.440 empleos directos y cerca de 5.000 personas indirectas por medio de nuestra Red de Concesionarios y alrededor de otras 7.000 personas indirectas a través de la red de proveedores.

Así las cosas, es esta nuestra principal contribución al desarrollo sostenible del país, que contempla además otras actividades, como la formación de competencias técnicas y tecnológicas que se extienden a muchas otras industrias, ya que la fabricación de un automóvil, por su complejidad, involucra otros segmentos (la programación, la administración, la comercialización, entre muchos más).



Nuestros colaboradores fortalecen el programa de voluntariado corporativo de la Fundación Renault.

Por su parte, desde el componente de responsabilidad social empresarial fuimos fieles a nuestro principio de trabajar por la inclusión a través de la empleabilidad, gracias a la labor que desempeña nuestra Fundación Renault: por ella estamos en contacto con la comunidad más allá de lo que hacemos como parte del ejercicio industrial.

En materia de seguridad vial, lanzamos vehículos como el Renault Kwid, que permitió que cada vez más personas tuvieran más opciones para movilizarse y que incorpora ahora cuatro *airbags* y un sistema de ayuda en la conducción (como el arranque en pendiente, entre otros).

En cuanto a los aportes para la protección y la conservación del medioambiente, nuestra Planta de Envigado está entre las tres primeras de Renault Group en eficiencia energética, lo que nos permite tener procesos más limpios, con el 55% de su matriz proveniente de fuentes renovables. Esto es destacable teniendo en cuenta que se trata de una planta de 54 años, que hemos ido transformando para adaptarla a las necesidades actuales de eficiencia y productividad.

El futuro pinta bien

Los logros conseguidos en 2022 nos hacen sentir orgullosos, y al mismo tiempo nos dan la confianza que necesitamos para encarar el futuro y poder afrontar los desafíos que el contexto nos proponga, tal como lo venimos haciendo en los últimos años.

Tenemos varios retos por delante, comenzando por sostener el posicionamiento que hemos alcanzado en el sector automotor, con un liderazgo sólido que nos exige ser consistentes en los índices de productividad, de calidad y de eficiencia. También queremos seguir incrementando la incursión en mercados internacionales, apalancados en el crecimiento que tuvimos en 2022 en países como México, Ecuador y Argentina.

Un punto clave en esa mirada de futuro dentro de esta evolución de la industria tiene que ver con la movilidad sostenible, y en RENAULT-Sofasa hemos venido preparando el terreno en los últimos años para convertirnos en un actor protagónico y contribuir al desarrollo que el sector requiere: pondremos a disposición del mercado colombiano un amplio portafolio de productos en la gama *e-tech*, a fin de ofrecer una amplia oferta de productos que permitirá el acceso a una movilidad más sostenible y amigable con el medioambiente.

Finalmente, debo decir que gracias al equipo de RENAULT-Sofasa les hemos demostrado al mercado y a los inversores de Renault Group que estamos comprometidos con la generación de más oportunidades para seguir creciendo y para que Colombia sea un *hub* de exportación, al tiempo que nos ratificamos como un gran productor en el ámbito local, con el fin de continuar avanzando con nuestro propósito de ser movilizados de progreso para todos y un actor principal de la movilidad en Colombia y la región.

Atentamente,

ARIEL MONTENEGRO
 Presidente Director General
 de RENAULT-Sofasa

2

RENAULT-Sofasa

en cifras

Reconectamos con nuestra gente

1.259

colaboradores directos.

Aumentamos en un **6,6%** los empleos directos.

94%

fue el resultado

de nuestro índice de satisfacción del clima y compromiso laboral.



Logramos **la certificación Great Place to Work.**



38%

de las posiciones de liderazgo las ocupan mujeres.



Fuimos reconocidos en la categoría diversidad de Industry Awards 2022 por la iniciativa **Women@Industry.**

La **participación de mujeres en posiciones operativas es del 3,1%**, un avance importante en comparación con el 1,7% de 2020.

Cero fatalidades por accidentes de trabajo entre nuestros colaboradores y contratistas en los últimos tres años.

26.919 horas

en programas de formación para colaboradores. Promedio de **21,4 horas por colaborador.** (404-1)

Fundación Renault

2.137

personas beneficiadas de forma directa y **3.975 adicionales** de forma indirecta.

24%

de los beneficiados son mujeres.



945 árboles sembrados por voluntarios.

1.256

horas donadas



en el voluntariado corporativo.



208 personas involucradas en jornadas de voluntariado.

Ocupamos la **posición número 1 en el sector industrial/automotor** y la 18 en la tabla general del *ranking* de innovación de la ANDI 2022.

Semana de la Innovación Latam

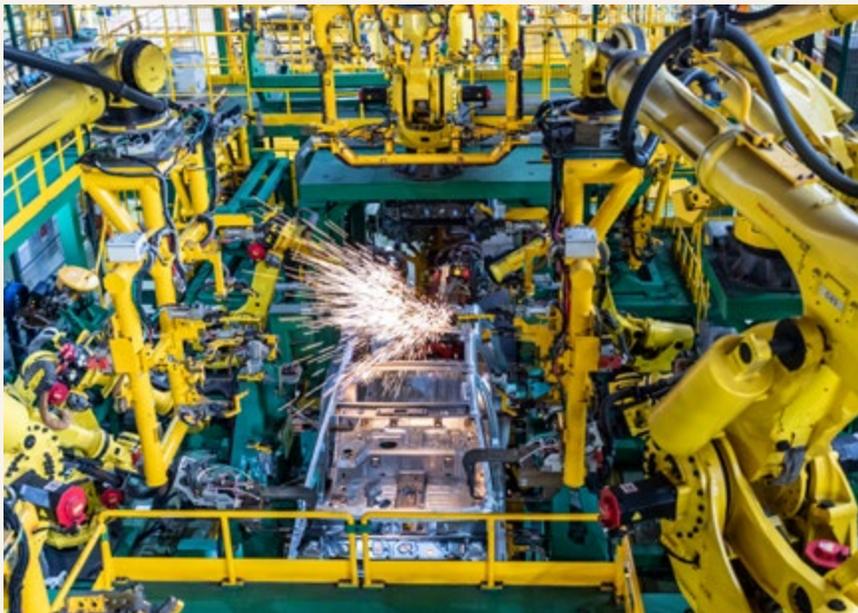
Realizamos **23** actividades,

tuvimos **83** speakers

y asistentes de 4 países, con más de **2.300 conexiones** a las sesiones.

Inauguramos el **primer Renault Lab** externo de Colombia en colaboración con la Universidad EIA.

Movilizamos nuestra cadena de valor



COP 380.000

millones destinados a compras de piezas a proveedores locales.

4,8 / 5,0

la reputación de nuestra marca.



Reconectados con nuestros proveedores locales

Montaje *squad* para realizar diagnóstico a proveedores:

36 diagnosticados (100%) y

16 desarrollados (44%).

Además, conformamos cuatro mesas para trabajo conjuntamente en su desarrollo: Capacitación, Laboratorios, Productividad y Sostenibilidad, y Financiación.

Renault Academy, servicio diferenciado que brindamos a la Red de Concesionarios

Realizamos

+350 cursos

y dictamos

+35.000

horas de formación,

con un promedio de

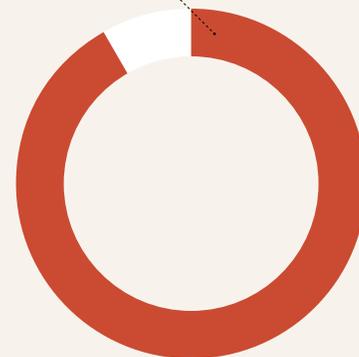
3.900

participantes.



CLIENTES SATISFECHOS EN LA VENTA

91,7%



110

salas de venta



distribuidas en 50 ciudades.

AMPLIO PORTAFOLIO DE SERVICIOS POSVENTA



75

talleres de mecánica.



48

talleres de colisión.



17

sitios de carga para vehículos eléctricos.

Nos ubicamos en el **top 3** del Sistema de Gestión de la Calidad Comercial de todas las plantas de RENAULT-Group, según la auditoría Quality Health Check, la cual evalúa la gestión en cuanto a la satisfacción de nuestros clientes y el proceso.

En la ruta de la sostenibilidad

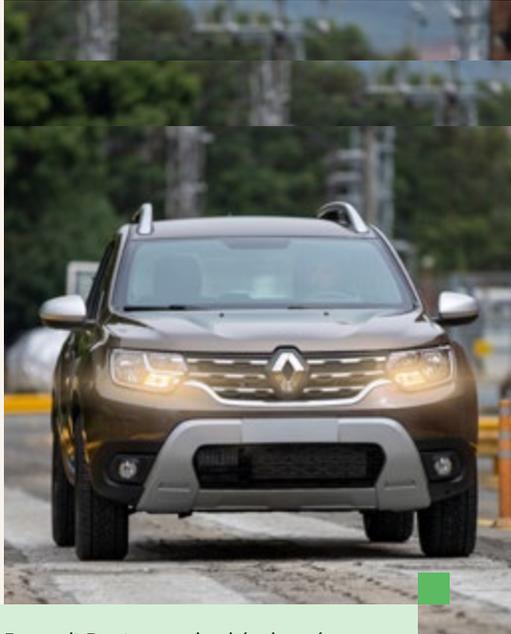
COP 3,7 billones

obtuvimos en ingresos operacionales: **un aumento del 45,46%.**

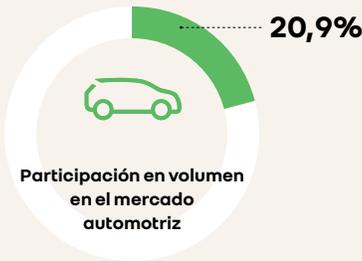
RENAULT-Sofasa es la marca líder en volumen en el mercado automotriz del país con

49.521

unidades comercializadas.



Renault Duster es el vehículo más vendido en Colombia: **10.770 unidades.**



FORTALECEMOS NUESTRO LIDERAZGO EN:

- Ventas **corporativas.**
- Ventas de vehículos **particulares (VP).**
- Ventas de **vehículos utilitarios (LCV).**

Marca líder en el 87% del territorio colombiano.

MODELOS LÍDERES EN SUS SEGMENTOS:



Renault Duster



Renault Kwid



Renault Stepway



Renault Oroch



Renault Kangoo



Somos **la Compañía número 1 en exportaciones de vehículos** en el país.



Nuestra Planta de Envigado fue reconocida como **la mejor entre las 16 de Renault Group.**



Planta número 2 en eficiencia energética dentro de las 16 de Renault Group en el mundo.

70%

del ensamble automotor del país provino de nuestra planta.

100%

de nuestra energía eléctrica para la Planta de Envigado proviene de fuentes renovables.

Somos pioneros en vehículos

100%

eléctricos.



Formamos parte de la **Estrategia Colombia Programa Nacional de Carbono Neutralidad (PNCN).**

Divulgamos nuestro **Plan Climat** para avanzar hacia la carbono neutralidad.

98%

de la iluminación ha sido reemplazada por sistemas led.

43,7%

de reducción de emisiones de CO₂ desde 2021.

12%

descendió el consumo energético.

3

Marco estratégico ←

Ética y transparencia ←

Gobierno Corporativo ←

Estrategia Corporativa ←

de Responsabilidad

Social Empresarial

Grupos de interés ←

Objetivos de ←

Desarrollo Sostenible

Nuestra
Compañía

Marco estratégico

¿Quiénes somos y qué hacemos?

(2-6) Llevamos 54 años presentes en el territorio colombiano. En este tiempo hemos consolidado un liderazgo en el mercado automotor que nos ha permitido convertirnos en movilizadores del progreso cuidando de nuestra gente, desarrollando la cadena de valor y construyendo futuro para asegurar la rentabilidad y sostenibilidad de las operaciones.

Con la premisa de atender la urgencia inmediata, transformar nuestro negocio y dar un salto de calidad para construir futuro, en RENAULT-Sofasa definimos en 2020 un marco estratégico que denominamos Renaulution, en el cual plasmamos una hoja de ruta que nos permitiera afrontar una época incierta para la industria automotriz, como la que vivimos en aquel entonces, y generar las capacidades para revertir la situación hasta convertirla en una oportunidad que hemos aprovechado para consolidar el liderazgo que desde 2018 hemos sostenido como la ensambladora de vehículos con más ventas en el país.

Entre 2020 y 2021, el foco estuvo en ampliar los márgenes y la generación de caja como medida para contener las dificultades que provocó la pandemia a todos los jugadores del mercado en el cual participamos. El paso siguiente, durante 2022, fue reestablecer el contacto que teníamos con los grupos de interés, en especial los colaboradores y los proveedores, a quienes, pese al constante relacionamiento por medio de canales virtuales dadas las circunstancias de los dos años anteriores, nos hacía falta sentir más cerca en la presencialidad. Por lo visto, en el transcurso de los meses más recientes hemos acertado en las estrategias definidas.

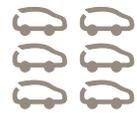
Lo que viene en adelante hacia 2023 consiste en preparar el lanzamiento de nuevos productos y fortalecer nuestras marcas, con el fin de construir futuro y alistarnos para enfrentar los retos y desafíos que están por venir, todo pensando en posicionarnos hacia 2025 como actores principales de la movilidad con la incorporación de altos componentes de tecnología y sostenibilidad en nuestros procesos.

La claridad que nos ha dado este marco estratégico ha sido la base sobre la cual hemos soportado las acciones que nos han permitido cumplir los objetivos trazados. Hoy somos una compañía que presenta una solidez financiera y organizacional que facilita la materialización de las metas, y que refuerza nuestra competitividad y productividad para cultivar la semilla que nos ayude a avanzar por el camino que queremos.

Nuestra Planta de Envigado ha sido reconocida por cumplir con los más altos estándares de calidad y de eficiencia entre las que forman parte de Renault Group: se ubica en el primer lugar dentro del escalafón que cualifica diversas métricas que dan cuenta de la capacidad instalada con la cual contamos y que nos permitiría, en un pico máximo, producir hasta 80.000 unidades al año, a un ritmo de 14,2 por hora.

49.862

vehículos fabricados.



15.383

vehículos (30% de la producción) fueron destinados a exportación. Un 56% más que en 2021.

7.781

vehículos enviados a Ecuador, el principal mercado extranjero; le siguen México (5.500) y Argentina (1.000).

5

de nuestros modelos

están en el top 10 de los más vendidos de Colombia (Duster, Kwid, Stepway, Sandero y Logan).

Los pilares estratégicos

Acorde con lo definido en nuestro Plan Estratégico, y en línea con nuestro propósito superior de llevar la movilidad más allá para acercar a las personas, y convertirnos así en el motor que mueve el futuro de nuestro país, en RENAULT-Sofasa venimos trabajando bajo tres pilares fundamentales:



Cuidar a nuestra gente creando las condiciones que nos conviertan en un gran lugar para laborar y que les ofrezcan a los colaboradores un entorno seguro, saludable, diverso e inclusivo.



Desarrollar nuestra cadena estableciendo vínculos de confianza con los proveedores a partir de la creación de un ecosistema potente, el cual procure que la relación entregue beneficios compartidos para todos los actores.



Construir nuestra sostenibilidad para garantizar la rentabilidad de la organización con la priorización de nuevos proyectos y la mirada puesta en promover la movilidad sostenible.

Todo lo anterior está enmarcado en una mentalidad que incentive la pasión por los detalles, la agilidad, la flexibilidad y el espíritu emprendedor entre todos los que formamos parte de la Compañía.

Nuestra gente es la que ha hecho posible los logros que conseguimos en 2022. Los más de 1.259 colaboradores, contando personal administrativo y operativo, nos brindan cada día su mejor esfuerzo, y ello redundo en los resultados positivos que obtuvimos. Somos una empresa diversa e inclusiva, con una edad promedio entre sus colaboradores de 40 años, y que cada vez recibe a más mujeres en los diferentes cargos (hoy representan el 19% de nuestra gente; de ellas, el 38% están en posiciones de liderazgo).



(2-28) Afiliación a asociaciones

Creemos en el trabajo asociativo y colaborativo como base para sacar adelante las iniciativas que movilicen el progreso del país. Así que nos vinculamos con distintas entidades, a las cuales aportamos nuestras visiones respecto a diversos temas que nos impactan como industria, sin desconocer que también somos parte de la sociedad y, por tanto, tenemos la responsabilidad de actuar en coherencia con nuestro propósito superior.

Trabajamos en conjunto para ampliar el alcance de nuestras acciones en materia de sostenibilidad. Respalamos el Plan Integral de Gestión de la Calidad del Aire (PIGECA), el cual coordina el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, así como los pactos por el Crecimiento y la Generación de Empleo, los cuales abanderó la Vicepresidencia de la República.

- ANDI (Asociación Nacional de Empresarios).
- Cámara Colombo Francesa de Comercio e Industria.
- Mesa de Educación del Sector Automotor del SENA.
- Red de Ensamble de Medellín y Antioquia.



Resultados en 2022

Liderar

- Por quinto año consecutivo fuimos líderes del mercado en unidades vendidas.
- Por primera vez ocupamos el lugar número 1 en ventas dentro del segmento de utilitarios.
- 5 de nuestros vehículos estuvieron entre los 10 más vendidos del país.
- Renault Duster fue el vehículo más vendido en el mercado nacional durante el año.
- Fuimos líderes en ventas en el 87% del territorio colombiano.

Rentabilizar

- Disminuimos a 12 días los inventarios promedio de nuestra red.
- Nuestra Red Comercial tuvo un gran año en rentabilidad.

¿A dónde queremos llegar?

Con la orientación de nuestro marco estratégico pretendemos impactar, apoyar y liderar la promoción de la movilidad en Colombia para el futuro. Tenemos metas como las siguientes:

- Encabezar el mercado de los vehículos electrificados.
- Instalar la red de carga de vehículos eléctricos más amplia del país.
- Crear proyectos de vehículo compartido.
- Generar cero emisiones en nuestra Planta de Envigado en 2030.
- Desarrollar y fortalecer nuestros ecosistemas de innovación.
- Impulsar proyectos de economía circular.

Retos para el futuro

80.000

unidades industrializadas

en producción local a partir de 2025.

Hasta

USD 100

millones serán invertidos

en los proyectos de un nuevo proyecto industrial en la planta y en la gama e-tech.

Hasta

USD 130

millones serán

destinados a realizar compras a proveedores locales con integración competitiva.

Ética y transparencia

Por una gestión integral

En la Compañía, la ética es uno de los valores más importantes y la base de todas las acciones que realizamos dentro y fuera de nuestras instalaciones. Así nos aseguramos de que la operación funcione de forma sana e íntegra.

Para nosotros, la ética es más que una política o un lineamiento, y por ello en cada acto que ejecutamos hay una convicción, un saber hacer, una reflexión, un cuestionamiento, una conciencia profesional y un interés constante y permanente por su cumplimiento.

Valores de la Compañía

- Estimulamos un ambiente de trabajo cálido y retador.
- Somos honestos e íntegros.
- Respetamos a nuestros trabajadores, a nuestros asociados y al medioambiente.
- Tenemos la firme decisión de ser cada vez mejores.
- La calidad es una obsesión.
- Todos nos comprometemos con las causas y los objetivos generales.
- Valoramos el trabajo en equipo.
- Somos flexibles en nuestro accionar.

¿Cómo lo gestionamos?

(2-23) Contamos con un conjunto de compromisos y políticas que nos suministran los mecanismos internos y externos que orientan nuestra conducta ética y la integridad de la organización. Estos son los siguientes:



Código de Conducta Anticorrupción

En RENAULT-Sofasa somos inflexibles con la corrupción y tenemos una política de cero tolerancia respecto a casos asociados a esta práctica indebida que atenta contra nuestros principios y valores.



Código Deontológico

Este documento contempla la protección de los colaboradores, el patrimonio, los clientes, los accionistas y la ciudadanía en un contexto global. Dentro del mismo contamos con códigos dirigidos a ofrecer lineamientos en aquellas funciones que están más expuestas a temas como corrupción, fraude y tráfico de influencias:

- Código Deontológico para Ventas y Marketing.
- Código Deontológico para Relaciones con Proveedores y Compras.
- Código de Deontología para la Informática.



Manual antisoborno y anticorrupción

Tenemos disponible un programa amplio y completo que rige nuestras actuaciones para prevenir situaciones asociadas a estos delitos. Este, a su vez, cuenta con mecanismos para prevenir estas conductas. Algunos ejemplos:

- Política de Conflicto de Interés.
- Política de Regalos, Obsequios e Invitaciones.
- Procedimiento de debida diligencia.
- Procedimiento para pagos.



Procedimientos para prevenir y controlar el lavado de activos, la financiación del terrorismo y la proliferación de armas de destrucción masiva

Entre las acciones que estos contemplan están la realización de la debida diligencia, el proceso de actualización de información para todos los proveedores, clientes y colaboradores, la herramienta para realizar consultas en listas vinculantes, etcétera.

Para garantizar la difusión de estas normas ejecutamos un plan de comunicaciones anual dirigido a todos los colaboradores a través de canales de comunicación internos (cartelera, boletín *5 Minutos*, pantallas, correos...); además, con los proveedores y concesionarios compartimos las buenas prácticas por medio de videos y contamos con una Línea Ética de Renault Group (*whistleblowing*) para denunciar actos indebidos de forma anónima y confidencial.

Incorporación de los compromisos y políticas

(2-24) En RENAULT-Sofasa, la prevención e identificación de prácticas indebidas relacionadas con el delito de corrupción es competencia de todos. Por eso desarrollamos un programa de formación en *compliance* o cumplimiento, para que todos los miembros de la organización conozcan, entiendan y apliquen los mecanismos que tenemos disponibles.

Nuestra Alta Dirección está comprometida con la implementación y ejecución de los más altos estándares legales que enmarquen las acciones que así lo permitan. Periódicamente reportamos al Comité de Ética y al Comité Ejecutivo el avance en la gestión para su involucramiento, de manera que seamos constantes en su difusión y promoción.

Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes

(2-26) Contamos con responsables de velar por el cumplimiento de los programas de Transparencia y Ética Empresarial (PTEE), así como con el SAGRILAFT; asimismo, efectuamos acciones comunicativas que les informen a los grupos de interés acerca de sus nombres, cargos y perfiles, generando así un vínculo de confianza y la posibilidad de que en cualquier momento puedan contactarlos y contarles sobre algún acto sospechoso que atente contra los principios y valores de la organización.

¿Cómo comunicarse con nuestra Línea Ética?

Correo electrónico:
alert.colombia@renault.com

Página web: <https://report.whistleb.com/en/portal/renaultgroup>

Línea telefónica:
 +57 (604) 508 7320
 Código 1155

100%

de las denuncias



que recibimos en la Línea Ética fueron gestionadas por el Comité de Ética, cuyos miembros forman parte del Comité de Dirección.



Todos los documentos asociados al Programa de Transparencia y Ética Empresarial y SAGRILAFT fueron aprobados por la Asamblea General de Accionistas.

Resultados en 2022

- Nuestros colaboradores recibieron formaciones en *compliance* según lo establecido en el Programa de Transparencia y Ética Empresarial y lo estipulado en el Gobierno Corporativo.
- Además, los colaboradores conocieron y entendieron el Código de Conducta Anticorrupción, de manera que tuvieron las herramientas necesarias para prevenir y denunciar hechos asociados a este delito.
- El 100% de nuestros colaboradores diligenciaron la *declaración de conflictos de interés*.
- En el transcurso del año realizamos actividades que nos exigen las normas del país y las del Gobierno de Francia, según la naturaleza de nuestro negocio e industria.
- De forma permanente invitamos a los proveedores a mantener actualizada su información.
- Cumplimos con los procedimientos establecidos por las normas colombianas de SAGRILAFT y PTEE.
- Alcanzamos el 100% de la construcción de la matriz de riesgos de corrupción y tráfico de influencias para su identificación y gestión.
- Fortalecimos el Programa de Transparencia y Ética Empresarial, Prevención del Fraude y Corrupción y SAGRILAFT.
- Participamos activamente en las agremiaciones de las cuales formamos parte para implementar y ejecutar políticas de administración del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo (LAFT).
- Desplegamos nuestro nuevo Código de Ética, un insumo clave para la promoción de las buenas prácticas asociadas a temas de ética y transparencia organizacional.

Gobierno Corporativo

Gobierno Corporativo que orienta y define el rumbo estratégico

(2-9) En RENAULT-Sofasa contamos con un Gobierno Corporativo sólido y estable, que nos brinda las orientaciones indicadas para que nuestras operaciones se alineen con la visión estratégica: así nos aseguramos de cumplir con los marcos legales y los Estatutos corporativos.

Para ello contamos como órganos de dirección con la Asamblea General de Accionistas y la Presidencia-Dirección General, que se encargan de brindarnos los lineamientos respectivos para avanzar por la hoja de ruta definida en nuestro marco estratégico.

Comité Directivo y comités de apoyo

En la actualidad contamos con un Comité Directivo, del cual se desprenden los siguientes comités de apoyo:

- Comité de Recursos Humanos
- Comité de Comunicaciones
- Comité Digital y de Transformación de Negocio
- Comité Comercial
- Comité de Compras
- Comité de Calidad
- Comité Financiero
- Comité de Proyectos
- Comité Legal, Relaciones de Gobierno & RSE

Presidente Director General

(2-10) (2-11) El Presidente Director General es elegido por Renault Group siguiendo criterios objetivos, tales como la competencia y los conocimientos en administración del negocio, según la naturaleza de nuestra industria. Él se encarga de toda la dirección, de la administración y de la ejecución de los programas industriales de inversión y producción, así como de encabezar la implementación de los precios de venta de los vehículos y de sus partes, a fin de garantizar el buen desempeño de la organización.

A su vez, el Comité Directivo está conformado por los directores de todas las áreas de la Compañía, quienes por su experiencia y conocimiento de los procesos aportan a las decisiones que debemos tomar para asegurar el fortalecimiento, la sostenibilidad y el futuro de nuestras operaciones.

(2-14) Tanto el Presidente como los directores miembros del Comité Directivo vigilan que la información emitida desde sus perímetros esté acorde con el desempeño logrado, y así proteger la información que aporta cada reportante.



Máximo órgano de gobierno

Así está conformado:



Ariel Montenegro
 Presidente Director General
 ● 36 años



Juanita Agamez
 Directora Jurídica, Relaciones
 de Gobierno y RSE
 ● 38 años



Jorge Leverone
 Director Financiero
 ● 62 años



Carlos Vásquez
 Director de Producción
 ● 56 años



Iván Zapata
 Director de Calidad
 ● 55 años



Lucía Ploper
 Gerente del Departamento
 de Comunicaciones
 ● 41 años



Mauricio Pino
 Director de Recursos Humanos
 ● 54 años



Gabriel Arango
 Director de Compras
 ● 41 años



Camilo Brusco
 Gerente de la División RTA
 ● 40 años



Germán Vargas
 Gerente Product Performance
 ● 46 años



Adriana Uribe
 Directora de Latam
 Business Service
 ● 49 años



Maritza Pérez
 Secretaria Ejecutiva
 Business Service
 ● 33 años

Miembro ejecutivo

Miembro no independiente

Nacionalidad argentina colombiana

Edad ●

Estrategia Corporativa de Responsabilidad Social Empresarial

Inmersa como uno de los capítulos que forman parte de nuestro Plan Estratégico Corporativo Renaultion, en la Compañía tenemos definida una Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, la cual contempla tres pilares que reafirman nuestro compromiso con la sostenibilidad, con el respeto por el entorno y con el establecimiento de una relación armónica con nuestros grupos de interés. Estos son:



La protección del **medioambiente** y de la naturaleza.



La **seguridad** de nuestros clientes en las carreteras y los diferentes actores en la vía, así como de los colaboradores en su lugar de trabajo.



Oportunidades de **inclusión**, en búsqueda de la diversidad e igualdad.

Estos se alinean con el propósito superior que nos mueve como marca, y con el cual pretendemos llevar la movilidad más allá para acercar a las personas por medio de nuestro espíritu de innovación, y generar conexiones de valor que reflejen nuestro compromiso hacia un desarrollo sostenible que incida en el progreso de manera responsable y comprometida.

Conoce **aquí** nuestro propósito corporativo



Fabricamos vehículos mientras cuidamos. Cuidamos a las personas que los diseñan y los fabrican, a los clientes que los usan, a los recursos naturales con los que los producimos y al planeta en el que son conducidos.

En RENAULT-Sofasa impulsamos el crecimiento responsable y respetuoso de cada persona; por eso, tal y como lo ha hecho nuestra casa matriz desde su fundación hace 125 años, cuya historia, por cierto, ha sido escrita por apasionados de esta industria, creamos vehículos innovadores que están arraigados en la cultura popular del país, y que acompañan diferentes momentos de la vida de los colombianos.

Para nuestra Compañía, la movilidad es fuente de progreso y de oportunidades; por eso queremos ser aportantes constructivos para que ese camino sea una realidad. Consideramos que dichas oportunidades están unidas a la preservación del medioambiente y de la naturaleza, así como de una mejor convivencia entre quienes habitamos el planeta. Esto nos motiva a desafiar nuestras capacidades para disminuir el impacto de las operaciones que generamos hacia el clima y los recursos naturales, y a buscar la forma de hacer que la movilidad sea más inclusiva y segura para todos.

Por otro lado, y en línea con nuestro interés por construir un futuro sostenible para todos, nos atrevemos con audacia a crear las condiciones para que en nuestras instalaciones, la diversidad, la inclusión y la equidad sean principios rectores de las acciones que en ellas desarrollamos, y que les permitan a nuestros colaboradores expresarse como son, con mentalidad abierta, pasión, y con un espíritu innovador que acoja todos los puntos de vista. Nos enorgullecemos de nuestra diversidad, de nuestras raíces y de la presencia internacional que Renault Group ha consolidado a través de los años.

Además, con entusiasmo podemos decir que contamos con aliados y socios, con quienes hemos forjado relaciones constructivas y propositivas, gracias a lo cual hemos podido avanzar tan lejos para crear valor, anticiparnos a las necesidades de movilidad y conectar con las personas.



PILARES DE NUESTRA ESTRATEGIA CORPORATIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



MEDIOAMBIENTE

Un negocio verde

Avanzamos hacia una transición ecológica a través de nuestra cadena de valor cuidando los recursos naturales y limitando nuestros impactos sobre el planeta.

- Alcanzar la **carbono neutralidad** de nuestra planta de producción en Colombia, reduciendo las emisiones de CO₂ a lo largo de toda la vida útil de nuestros vehículos.
- Convertir el ciclo de vida de los productos, desde nuestros proveedores hasta el fin de vida de los vehículos y sus componentes, en fuentes de generación de valor a través de **modelos de economía circular**.



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.
- Fomentar la **seguridad y la salud** para nuestros colaboradores en el lugar de trabajo.



INCLUSIÓN

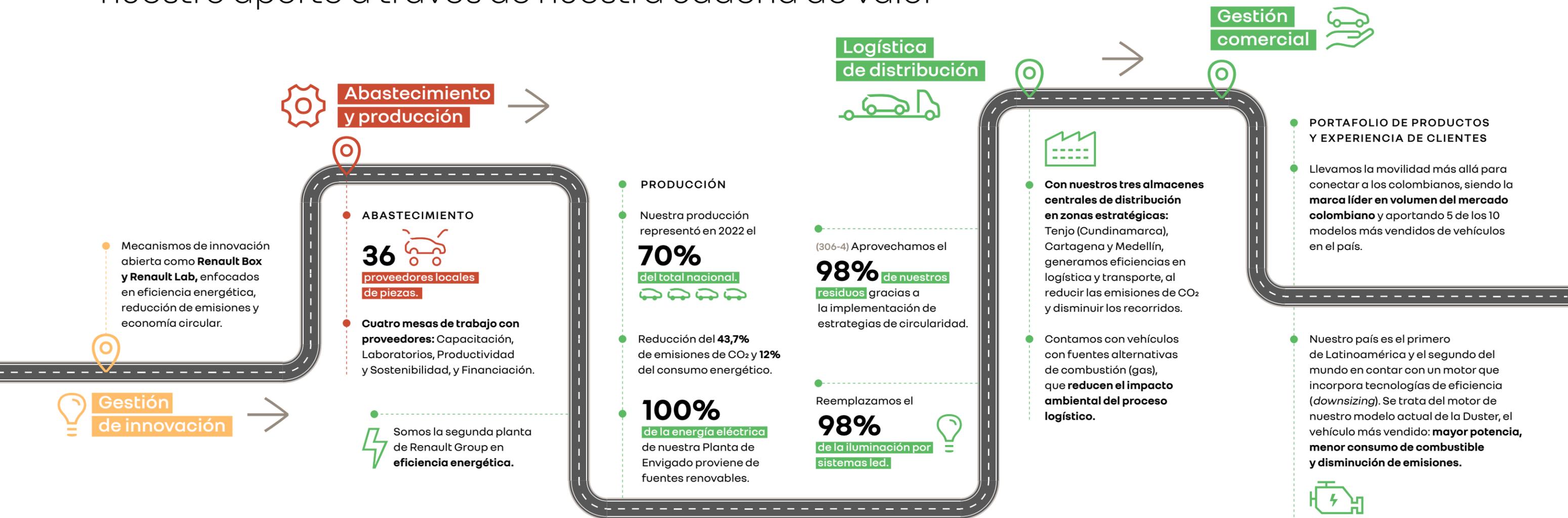
Creando oportunidades

Somos una empresa de puertas abiertas a la diversidad y la inclusión.

- Fortalecer las nuevas habilidades que requerimos para seguir impulsando la transformación de la Compañía, promoviendo la inclusión mediante acciones que fomenten **la igualdad de género, la movilidad inclusiva y la empleabilidad** para nuestra gente, nuestra cadena de valor y nuestras comunidades, y al mismo tiempo seguir siendo líderes en el sector.

Transición ecológica hacia una movilidad sostenible y segura para todos

La sostenibilidad como propósito en todo lo que hacemos: nuestro aporte a través de nuestra cadena de valor



Impacto en el entorno

NUESTRA GENTE

- Obtuvimos la **certificación Great Place to Work**.
- El programa **Women@Industry** apuesta por una industria con mayor equidad de género.

Nuestro ecosistema contribuye, a lo largo de toda la cadena de valor, a la movilización y progreso de más de **13.500 personas**.

COMUNIDADES Y ENTORNO

- 2.137** personas beneficiamos de forma directa con la Fundación Renault, de las cuales el 24% son mujeres.
- 1.256** horas donamos por voluntariado corporativo.

- 94** personas encontraron trabajo por el Programa Camino a la Empleabilidad.
- 945** árboles sembrados.

70 estudiantes y **10** docentes se vincularon a proyectos de innovación desarrollados en equipo con universidades.

Grupos de interés

(2-29) El respeto, la honestidad y la igualdad son los valores que enmarcan nuestra relación con los grupos de interés que se ven impactados por nuestras actividades. Por esta razón siempre promovemos acciones incluyentes y confiables que consoliden y refuercen los vínculos que nos unen con ellos.

De forma permanente fomentamos con ellos la construcción de relaciones efectivas y transparentes que se basen en el conocimiento y la lealtad, con espacios de comunicación y de participación que propicien la fluidez en un entorno sano y que ayuden a resolver las situaciones de crisis de la mejor manera.

Nos interesa la gestión preventiva de sus expectativas, de modo que podamos cumplirlas según nuestras capacidades y ajustar los procesos para mantener siempre ese vínculo de confianza que nos haga socios, aliados y legitimadores.

Estos son los grupos de interés que tenemos identificados y sistematizados para evaluar constantemente los retos y las oportunidades que podamos aprovechar según el caso.

| Grupo de interés | Medio de relacionamiento | Frecuencia | Temas de interés | Ubicación en el reporte |
|--|--|------------------|---|---|
| Clientes | 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: "Nuestra compañía" "Movilizamos nuestra cadena de valor" |
| | 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 | | |
| Concesionarios y puntos autorizados | 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: "Nuestra compañía" "Movilizamos nuestra cadena de valor" "En la ruta de la Sostenibilidad" |
| | Jornada y Convención Comercial | Dos veces al año | | |
| | Dealer council | Según necesidad | | |
| | Reuniones zonales | Mensual | | |
| | Product Day / formaciones RAC | Mensual | | |
| Colaboradores | 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: "Nuestra compañía" "Reconectamos con nuestra gente" |
| | Sofanet (Intranet) | Según necesidad | | |
| | Cartelera 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 mandos | Mensual | | |
| | Café con la Dirección | Según necesidad | | |
| | 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> Mesas de trabajo con proveedores por temáticas | Dos veces al año Anual Bimestral Según necesidad Mensual | <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: "Movilizamos nuestra cadena de valor" |
| 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: "Nuestra compañía" |
| Competidores  | Comité de Industria Cámara Automotriz de la ANDI | 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: "Movilizamos nuestra cadena de valor" |
| Sociedad  | Página web Redes sociales Fundación Renault Reporte Integrado Informe de Gestión | Permanente Permanente Permanente Anual Anual | <ul style="list-style-type: none"> Programas para la sociedad que generen sensibilización y oportunidades de cambio | Ver capítulo: "Reconectamos con 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: "Nuestra compañía" "Movilizamos nuestra cadena de valor" "En la ruta de la Sostenibilidad" |
| 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: "En la ruta de la Sostenibilidad" |

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Nos alineamos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Como actores claves de nuestra sociedad, asumimos con convicción el compromiso de que todas nuestras actividades y operaciones estén alineadas con los acuerdos globales que buscan el cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas hacia 2030.

De este modo aportamos soluciones para lograr el desarrollo sostenible y disminuir el impacto que generan nuestras actividades industriales, prevenir el aumento de la temperatura en el planeta y generar beneficios que compartimos con las comunidades y con el entorno.

A continuación exponemos los principales programas y acciones con los cuales avanzamos siguiendo los lineamientos que contiene nuestra Estrategia Corporativa de Responsabilidad Social Empresarial, y sumamos a la consecución de las metas propuestas en la agenda global. En el desarrollo de este informe ampliamos la información sobre cada uno de estos puntos.



- Programa de Becas Renault Germán Camilo Calle.
- Programa Camino a la Empleabilidad.
- Alianza Empresarial por el Empleo de Mujeres y Jóvenes.
- Programa Jóvenes CreaTivos.
- Donación de herramientas pedagógicas a instituciones educativas.



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



- Promovemos procesos de selección que fomenten la inclusión y la diversidad, con igualdad de oportunidades para todos.
- Alianza Empresarial por el Empleo de Mujeres y Jóvenes.

52% de las becas dentro del Programa Renault Germán Camilo Calle fueron entregadas a mujeres.

38% de las posiciones de liderazgo las ocupan mujeres.

- Programa Women@Industry.



- Impactamos cerca de 13.500 personas a lo largo de nuestra cadena de valor: 1.259 empleados directos de RENAULT-Sofasa y más de 12.000 personas indirectas a través de nuestra Red de Concesionarios y proveedores.
- Integración y desarrollo de proveedores locales.

Destinamos **26.919 horas a programas de formación** para colaboradores, con un promedio de 21,4 horas por colaborador. (404-1)



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



Medioambiente



Seguridad



Inclusión

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES




- Somos la planta número 2 en eficiencia energética entre las 16 que integran a Renault Group en el mundo.
- Con nuestro servicio de alquiler de vehículos Mobilize Share simplificamos la vida de nuestros usuarios, aceleramos la transformación energética y apuntamos a contribuir a la reducción de CO₂.
- Contamos con estrategias de circularidad para generar menos residuos y fomentar la reutilización de material recuperado en etapas como el embalaje. (306-2)
- Aprovechamos el 98% de nuestros residuos.
- En Renault Box desarrollamos proyectos de innovación abierta enfocados en eficiencia energética, reducción de emisiones y economía circular.



Certificación ISO 9001:2015 del Sistema de Gestión de la Calidad.

13 ACCIÓN POR EL CLIMA




- Suministro de energía eléctrica 100% renovable en nuestras instalaciones de Envigado.
- Con el Plan Climat vamos tras la carbono neutralidad en nuestra Planta RENAULT-Sofasa. Este incluye acciones concretas en siete focos: compactación, procesos, gestión de la energía, reducción de las pérdidas, electricidad renovable, calor renovable y compensación de CO₂.
- Estamos concentrados en implementar puntos de control en nuestras operaciones para que estas sean más eficientes, por lo cual invertimos en medidores de energía eléctrica, gas natural y aire comprimido.

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES




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

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS




- Alianzas Programa de Becas Renault Germán Camilo Calle con universidades, Red de Concesionarios Renault y RCI.
- Alianza Empresarial por el Empleo de Mujeres y Jóvenes a través de Proantioquia.
- Convenio con la Fundación ROFE para el programa Jóvenes CreaTivos.
- Abrimos el primer Renault Lab en alianza con la Escuela de Ingeniería de Antioquia (EIA).
- Renault Box, programa que promueve prácticas de innovación abierta al cual invitamos a colaboradores y a público externo, como emprendedores de *startups*, para trabajar conjuntamente en la estructuración y el desarrollo de retos corporativos.
- Firmamos el Pacto por la Industrialización Automotriz y la Movilidad Sostenible en Colombia con el Gobierno nacional.



- 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.



Medioambiente



Seguridad



Inclusión

4

Reconexión ←
con los colaboradores

Fundación Renault ←

Innovación ←

Reconectamos con nuestra gente

GROUPE RENAULT

Reconexión con los colaboradores

Cuidamos de nuestra gente para reconectar y construir futuro

2022 fue un año clave, en el cual propiciamos las condiciones idóneas para reencontrarnos de forma presencial con nuestros colaboradores y estrechar los vínculos que nos fortalecen como equipo y refuerzan nuestras ambiciones a futuro. Las acciones desarrolladas fueron validadas con la obtención del reconocimiento Great Place to Work como una de las mejores empresas para trabajar en el país.



Ocupamos cerca de 13.500 personas en toda nuestra cadena de valor.

El camino comenzó en 2021 con la implementación de la estrategia Reconnection, la cual forma parte del Plan Estratégico Corporativo Renaultution. Con ella nos planteamos el objetivo de reconectarnos con nuestra gente, luego de un período en el que la mayoría de nuestras actividades se alojaron en la virtualidad por las medidas tomadas para garantizar la continuidad de las operaciones en la pandemia.

En RENAULT-Sofasa siempre tuvimos como prioridad la conservación del empleo en condiciones dignas, sin perjuicio de los beneficios y los derechos que tenían los colaboradores, y protegiendo su bienestar e integridad. Las acciones tomadas nos permitieron afrontar las complejas circunstancias que la coyuntura planteó a la industria, además de asegurar la sostenibilidad de la Compañía, y mantener y reforzar las posiciones de liderazgo en la industria.

Sin embargo, tras superar la etapa más crítica sentíamos que era necesario restablecer las condiciones que nos permitieran recuperar la presencialidad y reconectarnos con nuestra gente para seguir movilizándonos juntos por la sostenibilidad.

En ese sentido, el foco estuvo puesto en impactar la salud física y mental de los colaboradores por medio de prácticas sociales como las integraciones, las celebraciones de ocasiones especiales, los espacios de conversación, entre otros, y el fortalecimiento del programa de bienestar.

Así que trazamos la estrategia de Reconexión para sembrar confianza y generar acciones de desarrollo y de competencias que fortalecieran los vínculos y el relacionamiento con la gente. El rol de los líderes de cada una de las áreas fue clave para crear proximidad con los colaboradores, y que estos tuvieran la inspiración y la visión para aportar, de suerte que los equipos llegaran al nivel que la Compañía necesitaba para seguir avanzando.



Resultados 2022

Hemos implementado una dinámica de diálogo social permanente como mecanismo para escuchar a nuestros colaboradores. Algunos de los canales que tenemos disponibles son:

- Cafés con la Dirección.
- **LUP RH.** Sistema de recepción de quejas abierto al personal.
- **HRBP Contigo.** Espacios de encuentro *in situ* en los que la gente, de forma directa, recibe apoyo y contención ante alguna situación que requiera intervención de personal especializado.
- Encuestas mensuales de satisfacción del clima y compromiso.
- Encuentros de mandos mensuales en los que identificamos las necesidades y compartimos los planes estratégicos de la organización.
- Contamos con un Pacto Colectivo que contempla más de 40 beneficios de bienestar para los colaboradores y su grupo familiar, entre ellos auxilios, becas, pólizas de salud, préstamos y más.

Somos un gran lugar para trabajar según GPTW

Fruto de lo anterior, y consecuencia de nuestra filosofía de reconectar con la gente para construir futuro, en 2022 recibimos la certificación de Great Place to Work, que nos catalogó como una de las mejores empresas para trabajar en Colombia dentro del rango de mediana empresa.

La importancia de esta certificación está en que es otorgada por un tercero independiente, el cual reconoce las acciones e iniciativas que desarrollamos en pro del bienestar y la integridad de los colaboradores, y para crear las condiciones óptimas que les permitan desempeñar sus labores.

Entre las variables que Great Place to Work mide para otorgar la certificación están las siguientes:

- Transacción o nivel de compromiso con la organización
- Desarrollo
- Beneficios
- Compensación

90

fue el puntaje general

que recibimos de Great Place to Work, el cual tuvo en cuenta las respuestas de los colaboradores al consultarles si consideran a Renault como un buen lugar para trabajar.

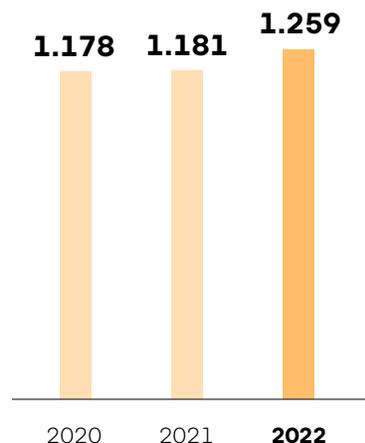
La certificación Great Place to Work nos posiciona como una marca empleadora que se preocupa por gestionar su talento de forma efectiva y generar los mecanismos que garanticen la creación de ambientes y entornos laborales inclusivos.

94%

fue el índice obtenido

en la encuesta de satisfacción del clima y el compromiso (Barómetro).

(2-7) **NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES**





Somos una empresa con un entorno inclusivo basado en el respeto y la diversidad.

En la ruta de la equidad de oportunidades

En RENAULT-Sofasa estamos convencidos de que todas las personas, sin distinción de su origen, raza, orientación sexual, ideología o cualquier otro criterio que forme parte de su identidad, merecen igualdad de oportunidades.

Por eso venimos avanzando en nuestro propósito de ser una empresa con un entorno inclusivo, en el cual destaquen el respeto y la diversidad. Hemos desarrollado acciones para establecer políticas y lineamientos con el compromiso de seguir evolucionando y permitiendo, entre otras acciones, que más mujeres sean parte de los cargos claves para las tomas de decisiones.

38% 
es la participación de las mujeres en posiciones de liderazgo.

37%
es la participación de las mujeres en posiciones administrativas.

4%
es la participación de las mujeres en posiciones operativas, un avance representativo respecto al 1,7% que teníamos en 2020.

Retos para el futuro

A corto plazo (0 a 2 años)

- Seguir creciendo en los resultados del *ranking* Great Place to Work tras lo conseguido en la primera medición en 2022.
- Avanzar en la implementación de la estrategia Reconnection 3.0 y continuar con las acciones que nos permitan generar compromiso con nuestra gente.

A mediano plazo (3 a 5 años)

- Certificarnos en el top 20 de las mejores empresas para trabajar según GPTW.

A largo plazo (6 o más años)

- Mantener un buen clima laboral y social.
- Mantener la certificación como una de las mejores empresas para trabajar según GPTW.
- Avanzar en el cierre de brechas de participación de género.



Con el Programa de Becas Renault Germán Camilo Calle aportamos al futuro de nuestro país al fomentar la formación y la empleabilidad.

Fundación Renault

Con la Fundación Renault seguimos movilizando sueños y ensamblando oportunidades



En 2022 continuamos aportando a la dinámica económica, social, política y ambiental del país mejorando las condiciones de empleabilidad de comunidades locales y reconectándonos con nuestros colaboradores por intermedio de voluntariados con propósito.

(203-2) En 2022 tuvimos la oportunidad de mantener y gestionar a través de la Fundación Renault diversas iniciativas con las cuales generamos impactos positivos en nuestros grupos de interés como una manera de multiplicar fuerzas y sumar voluntades con el propósito de mejorar sus condiciones de vida.

Entre las acciones más destacadas del ejercicio, el año anterior acompañamos a las comunidades locales a mejorar sus condiciones de empleabilidad creando e impulsando oportunidades de inserción al mercado laboral con criterios de diversidad, equidad e inclusión.

En nuestro eje de inclusión a través del empleo resaltamos lo conseguido por medio de **dos iniciativas principales:**

52% 
de los estudiantes **activos beneficiados** con estas becas son mujeres.



Esta es una iniciativa que activamos hace ocho años, mediante la cual favorecemos a estudiantes que han demostrado excelencia académica y que no cuentan con los recursos necesarios para seguir sus estudios de educación superior en Ingeniería: les ofrecemos la oportunidad de tener acceso a varias universidades del territorio colombiano para que cumplan sus sueños.

El desarrollo de este programa también incorpora criterios de equidad de género e igualdad de oportunidades, y además promueve la inserción de las mujeres en el sector automotor, en especial en las áreas de producción.

2 camino a la empleabilidad
Fundación Renault

Generamos espacios para conectar a las personas con oportunidades para hallar un empleo formal y sostenible. Esta visión la logramos llevar a cabo gracias a la participación de la Fundación Renault en:

- Alianza Empresarial por el Empleo de Mujeres y Jóvenes.
- Donación de herramientas pedagógicas.
- Programa Jóvenes CreaTivos.
- Camino a la Empleabilidad (asesoría a becados).



Donamos un vehículo al Taller de mecánica automotriz del CEFIT, en el municipio de Envigado, como parte del programa "Camino a la Empleabilidad", liderado desde la Fundación Renault.

2.137

personas beneficiadas de forma directa.

24%

de las personas beneficiadas fueron mujeres.

6 ciudades impactadas.



17 aliados.

94

personas conectadas laboralmente.

945 árboles sembrados.



Movilizamos capacidades para apoyar a nuestras comunidades

Otra de las facetas por resaltar de la labor de la Fundación Renault es la vinculación de los colaboradores de la Compañía con actividades de voluntariado que ayudan a sumar capacidades con el fin de apoyar a distintas comunidades que beneficiamos con nuestras acciones en materia de inclusión, seguridad y medioambiente.

En 2022, gracias a la solidaridad y al espíritu desinteresado de nuestra gente, logramos alcanzar los siguientes resultados:

208 voluntarios.

1.256 horas donadas.

1.388 personas beneficiadas.



1.409 kilos donados

a las comunidades entre juguetes, ropa, alimentos y otros elementos.



En la Fundación Renault Movilizamos sueños y ensamblamos oportunidades.

Las acciones desarrolladas con los voluntarios estuvieron ligadas a los pilares que forman parte de nuestra Estrategia Corporativa de Responsabilidad Social Empresarial.



Inclusión



Movilidad inclusiva y equidad de género

En 2022 llevamos a cabo la primera edición de este proyecto de movilidad inclusiva mediante el cual cinco mujeres que están en tratamiento oncológico pudieron transportarse hasta las instituciones donde estaban siendo atendidas en los vehículos de Mobilize Share, de manera que sus desplazamientos fueron más cómodos y seguros.

En los trayectos estuvieron acompañadas de voluntarios de la Fundación Renault, quienes donaron su tiempo para transportarlas y permitirles disfrutar del recorrido. Así cumplimos con nuestro propósito de llevar la movilidad más allá para acercar a las personas.

Seguridad



Seguridad vial para jóvenes y adultos

Con la participación de 246 colaboradores y sus grupos familiares realizamos dos activaciones: la primera en la Institución Educativa El Salado, en Envigado, donde llevamos una pista infantil para que los niños conocieran más acerca de las buenas prácticas de comportamiento sobre las vías y, además, ofrecimos charlas de sensibilización.

En el segundo encuentro abordamos a los colaboradores de RENAULT-Sofasa y sus familias tratando temas como chequeos preventivos vehiculares antes de salir de viaje, y cerramos con actividades lúdicas.



Medioambiente



Protección de la biodiversidad en los territorios

Con dos jornadas este programa nos permitió conectarnos con los territorios y reforzar el mensaje de protección de los recursos naturales, aportándoles así a la biodiversidad y al cuidado del medioambiente con colaboradores, familias, proveedores y comunidades en general.

Para conocer en detalle la gestión de la Fundación Renault, consulta su informe de gestión en www.fundacionrenault.com.co o **haz clic aquí** para ver este video.



También puedes ingresar a sus redes sociales: [@fundacionrenaultco](https://www.instagram.com/fundacionrenaultco)    



Innovación

Somos la empresa más innovadora del sector automotor

Encabezamos en nuestra industria el *ranking* de innovación que realizó la ANDI en 2022 y ocupamos la decimoctava posición en el listado general, un logro que es consecuencia de las dinámicas de colaboración e innovación abierta que hemos impulsado en los últimos años.



Con innovación, somos parte de la solución para avanzar hacia el desarrollo sostenible con otras alternativas de movilidad.



En RENAULT-Sofasa concebimos la innovación como la materialización de las ideas en el momento indicado usando las habilidades de nuestros colaboradores, pensando diferente y generando:

- Eficiencias operacionales.
- Gastos evitados.
- Nuevos modelos de negocio / vías de ingreso.
- Satisfacción del cliente.
- Performance de nuestros productos.
- Nuevas movilidades.
- Adopción de nuevas tecnologías y economía circular.

Estamos convencidos de que la innovación es una herramienta clave en nuestro camino de llevar la movilidad más allá para acercarnos a las personas, y por eso en los últimos años hemos acelerado las acciones que nos permitan avanzar en esta materia.

Durante los últimos cinco años nos hemos sostenido como una de las 30 empresas más innovadoras de Colombia, y en 2022 logramos un hito al ser destacados en la primera posición del sector automotor dentro del *ranking* que elabora la ANDI cada año, además de que ocupamos la decimoctava posición en el listado general.

La importancia de este *ranking* radica en la calidad y la cantidad de empresas participantes, así como en el prestigio de la agremiación que lo realiza. Ser reconocidos como la empresa más innovadora de la industria automotriz no solo tiene un impacto positivo en la imagen de RENAULT-Sofasa ante sus grupos de interés, también es un aliciente que refuerza nuestros propósitos y respalda la confianza que tenemos en las estrategias e iniciativas que venimos impulsando.

347

compañías participan del *ranking* de innovación de la ANDI.

17

son del sector productivo.



¿Qué hemos hecho?

Los avances que hemos alcanzado en innovación se deben a los esfuerzos concentrados en trabajar diferentes dinámicas de colaboración e innovación abierta, lo cual nos ha nutrido de ideas y proyectos que nos aportan en nuestro objetivo de construir una Compañía más sólida, conectada con las necesidades de los mercados y las tendencias de la industria, y que, al hallar modelos de negocio atractivos y con proyección, estos nos aseguren ser rentables y sostenibles en el futuro.

Algunas de las iniciativas que venimos formalizando son las siguientes:

Renault Box

Programa de innovación abierta que en 2022 tuvo su primera edición, en la cual invitamos a colaboradores de la Compañía y también a público externo, como *startups*, para trabajar de forma conjunta en la estructuración y el desarrollo de retos corporativos que nos ofrezcan soluciones innovadoras.

Renault Labs

Son espacios físicos y virtuales que gestionamos en común con universidades del país para crear proyectos que tengan aplicabilidad en la industria y nos entreguen beneficios tangibles que podamos aprovechar en un futuro cercano.



Generamos espacios de innovación y colaboración abiertos para fomentar el intercambio de ideas.

21

retos fueron recolectados de Renault Box en 2022.

8

proyectos fueron priorizados por el Comité Ejecutivo.

6

retos lanzados al ecosistema de *startups*. 2 de ellos presentados a universidades.

32

startups presentadas en la primera convocatoria.



3

pruebas de concepto fueron desarrolladas (al cierre del año todas seguían en curso).

EUR 140.000

en ahorros en eficiencias energéticas

gracias a la implementación de procesos de ideación e impresión 3D en el Creative Lab.

EUR 100.000

en retornos (ahorros, gastos evitados, eficiencias proyectadas, entre otros rubros) por las iniciativas de Renault Box.

En 2022 abrimos en el municipio de Envigado el primer Renault Lab de Colombia, en conjunto con la Universidad EIA. Allí hemos realizado *bootcamps*, sesiones de ideación con estudiantes y docentes, entre otras actividades.



La innovación cubre todas las áreas de la Compañía: todos en RENAULT-Sofasa pueden apropiarse de ella para crecer en productividad. Así damos la oportunidad de acceso a estos recursos.

Además:

- Hemos establecido conexiones de valor con entidades de Gobierno para fomentar el desarrollo y la implementación de proyectos de innovación.
- Dentro de la Compañía estamos construyendo y consolidando una cultura de innovación, con foco en la transformación, la generación de valor y la mejora continua, involucrando a los colaboradores y haciéndolos partícipes de estos procesos, que son de todos y para todos.
- Encontramos fórmulas para aportar al cumplimiento del pilar de sostenibilidad ambiental, como la ejecución de proyectos de economía circular para facilitar la gestión de material recuperado y darle otros usos en la fabricación de subproductos; asimismo, analizamos la viabilidad de darle una segunda vida a las baterías de vehículos eléctricos, e implementamos equipos y tecnologías para reducir el consumo energético en diferentes procesos productivos, entre otras acciones.

70
estudiantes y

10
docentes
se han vinculado a los proyectos de innovación que desarrollamos en equipo con universidades.

23
actividades,
83 
conferencistas y

+2.300
personas conectadas
de cuatro países tuvimos en la tercera edición de la Semana de la Innovación Latam.

Retos para el futuro

- Sostenernos entre las empresas más innovadoras del país y del sector automotor, siendo reconocidos por nuestras iniciativas de trabajo colaborativo e innovación abierta con diferentes actores del ecosistema, y convirtiéndonos en un referente de la transformación digital y la industria 4.0.
- Posicionar nuestra Planta de Envigado como el laboratorio de la industria 4.0 más grande del país.
- Seguir trabajando por una cultura de innovación que nos abra nuevas oportunidades para el desarrollo de proyectos que sean potenciados con otros mecanismos de participación que tenemos disponibles en la Compañía, como ICP y Kaizen, o modelos de trabajo como BTO, Creative Lab, Squads Agile, entre otros.
- Establecer relaciones de confianza con instituciones de educación superior que nos brinden la posibilidad de abrir otros Renault Labs en las instalaciones.
- Conseguir financiación para proyectos de investigación y desarrollo gracias a las alianzas que logremos establecer con diferentes actores del ecosistema.
- Ser seleccionados como una de las 40 empresas del programa Innovación Más País, de la ANDI.

BIENVENIDOS

5

LEADERSHIP CAMPUS 2022

Desarrollo de nuestra ←
cadena de valor

Gestión con ←
proveedores

Experiencia y ←
satisfacción del cliente

Movilizamos nuestra cadena de valor

Desarrollo de nuestra cadena de valor

Nos movilizamos para estar más cerca de nuestra cadena de valor

Hemos puesto el foco en el fortalecimiento de nuestra cadena de valor para contar con una red de proveedores fuerte y sólida, en la que todos los que formamos parte de este ecosistema obtengamos beneficios compartidos que nos faciliten la ruta hacia la sostenibilidad.



En 2022 quisimos estrechar nuestro relacionamiento con la cadena de valor con iniciativas que nos permitieran estar más cerca de los proveedores, vincularnos activamente con su crecimiento para hacerlos más fuertes y, por ende, recibir los beneficios de ese acompañamiento.

Lo hicimos porque entendemos que no estamos solos en este ecosistema y que nuestros proveedores son un complemento para que nuestra operación alcance los resultados esperados. Es necesario crear las condiciones para lograr un engranaje perfecto, el cual garantice que todos los procesos estén alineados con la visión estratégica de la Compañía y que generemos un valor compartido con el que todos ganemos.

290

proveedores en total

36 proveedores de piezas locales.
132 proveedores de piezas posventa.
122 proveedores de servicios.

COP 380.000

millones destinamos en compras de piezas vida serie a proveedores locales. (204-1)

Estrategia a corto y mediano plazo de la gestión de proveedores

Una de las novedades más importantes que destacamos de 2022 fue la decisión de ampliar el alcance de Compras APO (Alliance Purchasing Organization), una filial creada por nuestra casa matriz para redefinir la estrategia de negociación con alcance regional, en vez de hacerlo por país, como ocurría hasta 2021.

Esto implicó una serie de cambios internos en los procesos y en la estructura de la filial, entre ellos el diseño de una estrategia global gracias a la cual optimizamos la manera como opera nuestro panel de proveedores. Asimismo, nos permitió ampliar las posibilidades para conseguir proveedores locales, exportar a nuestras filiales regionales y, a su vez, ampliar nuestro panel local con alternativas regionales.

Adicionalmente, nos enfocamos en evaluar la robustez de nuestro panel para asegurar la sostenibilidad de la cadena de suministro. Para este fin hacemos una evaluación de los riesgos asociados a las prácticas operativas y categorizamos el nivel de riesgo en períodos de tiempos para priorizar los planes de acción.

Algunos logros 2022

Durante 2022 tuvimos un gran logro colectivo: el montaje de un *squad*, bajo la metodología *agile*, para realizar el diagnóstico de cada proveedor de acuerdo con el estado de su negocio y analizar la manera mediante la cual podíamos acompañarlos a mejorar las condiciones de sostenibilidad a fin de reforzar lo que fuera necesario, así como garantizar su permanencia en el mercado y, por ende, el suministro de las piezas que necesitamos para el desarrollo de nuestra operación.

De los 36 proveedores de nuestro panel local de piezas vida serie, elegimos 16 (es decir, el 71% de la cifra de negocio como una muestra representativa de este grupo) y, a partir de la identificación de sus principales fortalezas y oportunidades, diseñamos algunas posibles estrategias de corto y mediano plazo, tanto para fortalecer sus capacidades más urgentes como para mantener y consolidar aquellas que ya tenían incorporadas, y así poder hacerlo extensivo a todo nuestro panel.

Corto plazo



Operativas. Tasa logística, entrega, manejo de maquinarias, uso de tecnología y diseño de su estructura.



Estrategias. Red de proveedores globales y locales, planes de crecimiento, alianzas con otros proveedores, transformación energética.



Financieras. Informes financieros, manejo de márgenes y flujos de caja, qué es un ebitda, etc.



Geolocalización. Lugares críticos ante posibles situaciones de riesgo, estado de las condiciones del entorno.

Luego de lo anterior definimos un soporte técnico y financiero a los proveedores, de acuerdo con el estado de cada negocio. El objetivo era recuperar sus márgenes y sanear sus estructuras de costos con el fin de aumentar su generación de ingresos. Para ello recurrimos a herramientas como COST, que mitigó los posibles riesgos asociados a esta actividad y ayudó a cada proveedor a mejorar su situación.

Mediano plazo

A continuación, decidimos implementar una herramienta de Renault Group llamada Thanks, la cual evalúa aspectos operativos como la estructura de costos, el *pricing*, la línea de producción, los niveles de material desperdiciado, entre otras variables, para tomar medidas correctivas y avanzar por la senda del mejoramiento continuo.

Así fue como acompañamos a nuestros proveedores a fortalecer sus unidades productivas y lograr avances significativos que les permitieran ofrecernos condiciones operativas óptimas y recibir a cambio nuestra confianza y respaldo.



Nuestro Presidente Director General, Ariel Montenegro, con los representantes de los proveedores reconocidos en nuestra convención.

Recuperamos un espacio tradicional: la Convención de Proveedores

En línea con nuestra premisa de estar más cerca de los proveedores y de hacerlos partícipes de nuestro propósito de llevar la movilidad más allá para acercarnos a las personas, en 2022 recuperamos uno de los eventos más tradicionales que hemos llevado a cabo en años recientes: la Convención de Proveedores.

En esta ocasión la realizamos en octubre dentro de nuestra Planta de Envigado, y fue un espacio que aprovechamos para cumplir dos objetivos: (i) socializar con ellos nuestro Plan Estratégico Corporativo y la manera como participarían y aportarían para el cumplimiento de las metas propuestas. Y (ii) premiar su desempeño, esfuerzo y compromiso que nos brindan cada día para lograr los resultados obtenidos.

En la convención fueron premiadas tres categorías:

- Mejor proveedor logístico.
- Mejor proveedor en términos de calidad.
- Mejor proveedor en términos de competitividad.

Además, una parte clave del encuentro estuvo enmarcado en la construcción del futuro industrial que estamos imaginando en RENAULT-Sofasa para 2025, de modo que tuvieron información de primera mano sobre hacia dónde estamos apuntando nuestros objetivos y cómo nos pueden acompañar en ese trayecto.

El aporte a nuestra Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial

Como actores claves de nuestra sostenibilidad, los proveedores aportan al cumplimiento de los objetivos que nos planteamos en nuestra Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial. ¿Cómo lo hacen? De la siguiente manera:

Medioambiente

Venimos avanzando con ellos en la preparación e implementación de estrategias que fomenten la transición energética, que hagan que sus procesos sean más eficientes y limpios, y que reduzcan no solo el consumo de energía, sino también el de agua, además de la generación de desperdicios para impulsar la circularidad en sus operaciones.

Estos criterios vienen siendo incorporados por nuestra Compañía dentro de los procesos de selección y evaluación de los proveedores, con el fin de darles mayor preponderancia al momento de evaluar su desempeño.

Dentro de este mismo componente lanzamos la plataforma Ecovadis, creada por Renault Group y que nos sirve para certificar a los proveedores en sus estrategias de responsabilidad social empresarial y para garantizar el cumplimiento de sus compromisos en esta materia.



Seguridad

Hemos generando conciencia respecto al hecho de que trabajar por entregar un producto de calidad implica también pensar en la seguridad de quienes van a usarlo y de quienes lo fabrican. Por eso constantemente fomentamos buenas prácticas, para garantizar que la operación cumpla con todos los lineamientos de seguridad y salud en el trabajo, que hagan mantenimientos a las maquinarias y renueven o actualicen los dispositivos tecnológicos a fin de asegurar su buen funcionamiento.

Inclusión

Evaluamos que cada proveedor tenga incorporados programas de bienestar para sus colaboradores que protejan su integridad; asimismo, incentivamos en ellos la implementación de planes que promuevan la diversidad en sus procesos de selección y la generación de capacidades que lleven a la igualdad de oportunidades sin distingo.

Retos para el futuro

A corto plazo (0 a 2 años)

- Fortalecer nuestra red de proveedores para minimizar sus riesgos financieros y garantizar su estabilidad dándoles prioridad a aquellos con necesidades más críticas.

A mediano plazo (3 a 5 años)

- Fortalecer al resto del panel de proveedores que tengan mayores necesidades y acompañarlos a minimizar sus riesgos financieros, a fin de garantizar su estabilidad.

Gestión con proveedores

Con las mesas de proveedores avanzamos en equipo para construir futuro

En el deseo de establecer conexiones de valor con nuestra cadena de suministro propiciamos diferentes espacios para consolidar un acercamiento con el cual fuéramos partícipes del fortalecimiento de sus capacidades, y así crecer juntos. El objetivo de tales espacios es mejorar el crecimiento de la industria automotriz en Colombia desarrollando proveedores de clase mundial.

Mesa de Capacitación

La formación de las competencias y las habilidades que requieren nuestros proveedores para ser mejores en sus labores es una de nuestras prioridades. Así que tenemos el compromiso de acompañarlos.

Por eso, en esta mesa buscamos identificar aquellos temas en los cuales los distintos miembros del sector nos expresaron su necesidad de capacitarse, a fin de incidir en el desempeño y, por ende, en la calidad de nuestra cadena de suministro.

En ese sentido, establecimos algunas acciones concretas que nos permitieron avanzar, con el propósito de aumentar sus niveles de productividad, medir su desempeño industrial, asegurar el fortalecimiento de sus procesos productivos y capacitarlos por medio de alianzas y sinergias.

Identificamos y priorizamos con los proveedores las necesidades de capacitación que tiene la cadena de suministro de autopartistas, y definimos la creación de un diplomado para aumentar las competencias que vamos a desarrollar durante 2023 con los proveedores del panel.



En compañía de Acolfa (Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes) convocamos a

30 proveedores, con lo que impactaremos a

170 ingenieros del sector.

A futuro, nuestro diplomado tendrá cinco módulos enfocados en los ejes claves para fortalecer el *know how*.

Mesa de Laboratorios

Conscientes de que nuestros proveedores locales requieren acceso a la validación de las piezas de integración local para la implementación de sus proyectos en el futuro, y teniendo en cuenta que esta es una necesidad conjunta que compartimos desde RENAULT-Sofasa, creamos este espacio, en el cual les facilitamos la infraestructura en laboratorios validados y bajo métodos aprobados y certificados por nosotros para realizar ensayos físico-químicos, mecánicos y funcionales.

En Colombia contamos con muy pocos ensayos validados dentro del panel de laboratorios que tenemos disponibles en el país, esto debido a que los equipos requeridos para estos procesos a veces son muy escasos por su especificidad o por el alto costo que implica su compra.

En la Mesa de Laboratorios hemos buscado la forma de reactivar estas certificaciones y de extenderlas a nuevos ensayos dentro del pareto de utilización de los proveedores.

Con miras a conseguir estos objetivos, estamos trabajando en la verificación de las necesidades que tenemos en inversiones, equipos y otros aspectos, así como analizando la rentabilidad con su utilización. En otras palabras, estamos explorando posibilidades de mejorar e incrementar las capacidades locales con proveedores y laboratorios que permitan el desarrollo común de la cadena y las integraciones locales en la red de proveedores nacionales.



Generamos las condiciones para hacer que nuestra industria sea atractiva y retenga al mejor talento joven que nutra y refresque nuestras capacidades y habilidades.

Mesa de Productividad y Sostenibilidad

En este espacio de colaboración entre RENAULT-Sofasa y un grupo de proveedores, nos enfocamos en identificar y aprovechar los instrumentos públicos de productividad y competitividad de los que disponemos en el sector automotor colombiano, más aquellos con los que aún no contamos, pero que son necesarios para construir futuro. Esto nos ayudó a tener claro el marco normativo que rige nuestra labor y poder establecer la forma mediante la cual podemos crear las condiciones propicias para el crecimiento de la industria.

Uno de los objetivos que hemos cumplido en esta mesa ha sido llegar a acuerdos para detectar cuáles son los instrumentos públicos que requerimos para elevar los niveles de productividad y cómo nos podemos amparar en ellos para ser más competitivos.

Esta alineación es clave, ya que la cadena de producción requiere de ese marco para ser capaz de afrontar coyunturas como las que hemos experimentado en tiempos recientes, y para las cuales debemos estar debidamente preparados y unidos.

Estamos uniendo fuerzas en torno a los mismos objetivos con el fin de ponernos de acuerdo en la necesidad de que esta industria sea atractiva dentro del mercado laboral para los jóvenes y que los profesionales del mañana se interesen en aportarnos su talento, de manera que podamos contar con ellos en la construcción de un desarrollo verdaderamente sostenible. Así que estamos trabajando en la estructuración y ejecución de un proyecto común de sostenibilidad que fomente la empleabilidad de jóvenes en el sector automotor, y cuyo inicio de implementación está previsto para 2023.

A futuro seguiremos identificando incentivos, propuestas, proyectos de Gobierno, planes de industrialización, entre otros instrumentos que nos sirvan de insumo para fortalecer las competencias del sector y enriquecer el diálogo con fines constructivos, de forma que todos los miembros de aquel avancemos y mejoremos permanentemente.



7 proveedores,

más el gremio de los fabricantes de autopartes (Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes, Acolfa), participaron de esta mesa.

7 sesiones de trabajo

llevadas a cabo durante 2022.

17,5

horas de trabajo

en total, incluyendo aquellas labores de ideación y estructuración del equipo.

Experiencia y satisfacción del cliente

Experiencia y satisfacción del cliente de principio a fin

Consecuentes con nuestro propósito de llevar la movilidad más allá para acercar a las personas, tenemos el compromiso de ofrecer un excelente servicio al cliente, una de las principales razones por las que regresan.



En la cultura de Renault Way el cliente es nuestra motivación y el centro de lo que hacemos. Todos los miembros de la Compañía compartimos la excelencia y aportamos para satisfacer sus necesidades. Nuestros líderes guían, unifican a los equipos y los apoyan para que estén siempre pensando en esta premisa. Establecimos estándares claros que nos permiten certificarnos bajo varios sistemas de Gestión de la Calidad y cumplir con los más altos estándares según la normatividad vigente en Colombia, lo cual, además, se ajusta a los requisitos exigidos en los mercados internacionales. Este punto es crucial para cumplir con las expectativas que tienen los clientes frente a los productos que les ofrecemos, así como los diferentes grupos de interés que impactamos con las actividades que desarrollamos, tales como proveedores, colaboradores, empresas, distribuidores, organismos de certificación, entre otros.

En RENAULT-Sofasa la concepción de la calidad parte del fomento de un entorno de trabajo seguro y saludable, de contar con un personal de alto nivel de competencias, de ser responsables ambientalmente y de respaldarnos en una cadena de abastecimiento fuerte, desde los proveedores hasta los concesionarios.

Nuestro foco está puesto en la comprensión y satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, buscando siempre proporcionarle a la Compañía una ventaja competitiva que haga la diferencia en el segmento en el cual nos desenvolvemos.



El concepto *end-to-end* (e2e)

La palabra *cliente* en RENAULT-Sofasa no solo vincula a quien compra nuestros productos: su significado se extiende a aquellos que integran toda la cadena de valor, en un concepto que denominamos *end-to-end* (e2e). Esto nos brinda una visión global del principio y fin de los procesos, gracias a la cual los optimizamos y se nos facilita la mejora continua.

A su vez, esto nos ayuda a preservar, de principio a fin, la identidad de la marca, siendo constantes y consistentes para garantizar la rentabilidad y la continuidad de las operaciones y, por ende, la satisfacción de los clientes.

Reconocemos la importancia de nuestros proveedores y del gremio de autopartistas agrupado en Acolfa y lideramos procesos de mejoramiento continuo de competencias y productividad en nuestra red de proveedores, buscando así que cumplan con las condiciones que los lleven a tener los más altos indicadores de calidad en el ámbito global. Entendemos sus necesidades y estructuramos, con base en esa información, programas de formación que nos ayuden a cumplir con ese propósito.

"Trabajamos juntos para ser referentes en calidad"

Con este eslogan, la labor que realizamos en nuestro sistema industrial se ajusta a lo que dictan las normas y las especificaciones señaladas, para empoderar a nuestros colaboradores en el autocontrol y ofrecerles herramientas tecnológicas con las que puedan hacer un llamado en línea a su supervisor en caso de encontrar un defecto y dar tratamiento al caso, todo con el fin de garantizar la conformidad del producto.

Por otra parte, nos aseguramos de fomentar la mejora continua y a lo largo de la línea de producción llevamos a cabo inspecciones exhaustivas que nos conduzcan a la conformidad y la máxima calidad de los vehículos, para lo cual aplicamos metodologías de tratamientos de problemas que incluyen un análisis profundo, una respuesta ágil y oportuna, y una solución definitiva.

Tenemos la mejor Red de Concesionarios de Vehículos del país; junto a ella desarrollamos planes de capacitación permanentes que favorecen la profesionalización de quienes forman parte de las labores de ventas y servicio al cliente. Con el propósito de garantizar sus competencias, ofrecemos Renault Academy (RAC), llamada la *universidad corporativa* de RENAULT-Sofasa, con la cual cada año ofrecemos más de 350 cursos y dictamos más de 35.000 horas de formación a un promedio de 3.900 personas dentro de un programa de capacitación para representantes de la marca en Colombia y en los países importadores bajo los más altos estándares de calidad.

Todo nuestro personal está comprometido con este objetivo y con el cumplimiento de los estándares de calidad que nos lleven a lograr los resultados deseados. Estamos seguros de que seguiremos firmes en nuestro propósito de movilizarnos por la sostenibilidad de la organización.



Nos preocupamos por el desarrollo de las competencias de quienes forman parte de las labores de ventas y servicio al cliente en la Red de Concesionarios.

Por la responsabilidad social

Valoramos y fomentamos el trabajo en equipo con la academia (universidades y tecnológicos), que es fuente clave para la sostenibilidad del negocio; con ella identificamos las necesidades que en materia de talento humano demanda la industria automotriz para aportar los recursos y la información que ayude a que los profesionales de las carreras afines a nuestro negocio obtengan las capacidades y las competencias acordes con lo que está exigiendo el mercado en la actualidad; de esta forma también le aportamos a su desarrollo.

(306-2) Por último, compartimos con todos los actores del sector las buenas prácticas productivas que fomenten la renovación tecnológica y, con ello, la implementación de procesos más limpios y eficientes que promuevan estrategias de circularidad para disminuir la generación de residuos e incentivar la reutilización de material recuperado en etapas como el embalaje, por ejemplo.

Algunos logros 2022

Nos obsesiona la satisfacción de los clientes. Es por ello que en este año logramos resultados excelentes que demuestran el compromiso de toda la organización con aquellos, comenzando por el desarrollo de nuestra estrategia a 2025, con la cual buscamos generar las condiciones de calidad óptimas en toda la cadena de producción, y así alcanzar la excelencia desde el primer día.

| | | | Resultado 2021 | Resultado 2022 | Meta 2022 |
|---------------------------------|------------------------|---------------------------------|----------------|----------------|-----------|
| Plan de calidad | Reputación de la marca | <i>E-reputation</i> (estrellas) | 4,6 | 4,8 | 4,5 |
| | | Net Promoter Score (NPS): VN | 93,2% | 91,7% | 85% |
| Satisfacción del cliente | Servicio | Net Promoter Score (NPS): PV | 79,9% | 79,9% | 75% |
| | Proveedor | Ranking de proximidad | 183 | 42 | 98 |
| | | Ranking de clientes | 151 | 112 | 200 |

1 Excelencia desde el primer día

Ranking de proximidad y de clientes. Este indicador mide el impacto de los problemas de calidad de piezas generados por cualquier proveedor del mundo en nuestros clientes (fábrica o consumidor final). Logramos reducirlo a la mitad respecto a los objetivos que nos habíamos trazado, por lo cual valoramos el mejoramiento continuo de nuestros proveedores.

2 Brand reputation

E-reputation. Con este indicador medimos la reputación y el prestigio de la marca en internet, además de las evaluaciones de la calidad de los productos o servicios que realizan los internautas. De acuerdo con sus comentarios, el resultado es una reputación positiva o negativa.

4,8 / 5,0

Este resultado, el cual nos generó mucha satisfacción, nos demuestra que hacer las cosas bien desde la primera vez es clave para alcanzar una adecuada reputación en internet (redes sociales, blogs u otros medios digitales). Valoramos los comentarios y siempre estamos atentos a dar una respuesta oportuna y clara a nuestros usuarios y clientes, todo con el propósito de perfeccionar esa experiencia y mantener un mejoramiento continuo.

3 Net Promoter Score (NPS)

Utilizamos este indicador para medir el nivel de satisfacción de la experiencia de nuestros clientes en el momento de la venta del vehículo y de la posventa. Lo medimos con una encuesta.

91% de clientes satisfechos **en la venta.**

80% de clientes satisfechos **en la posventa.**

Nuestro propósito es generar valor para los clientes. El *journey map* nos ha permitido identificar los momentos de verdad en los que interactuamos con ellos y creamos experiencias extraordinarias.

Otros logros

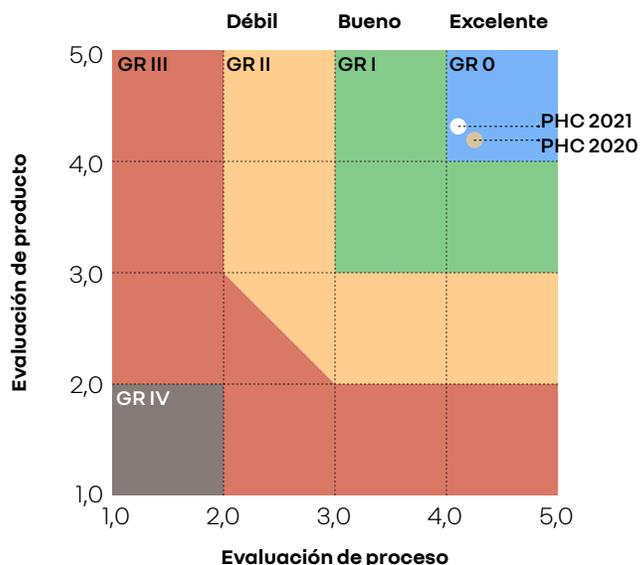
En RENAULT-Sofasa tenemos una cultura de mejoramiento; por eso valoramos las auditorías internas de calidad, que nos ayudan a identificar posibles fallos y oportunidades de mejoramiento en los diferentes procesos de la cadena de abastecimiento. A continuación, algunos resultados de las auditorías internas:

1 Plan Health Check (PHC).

Grupo de plantas de producción de excelente calidad

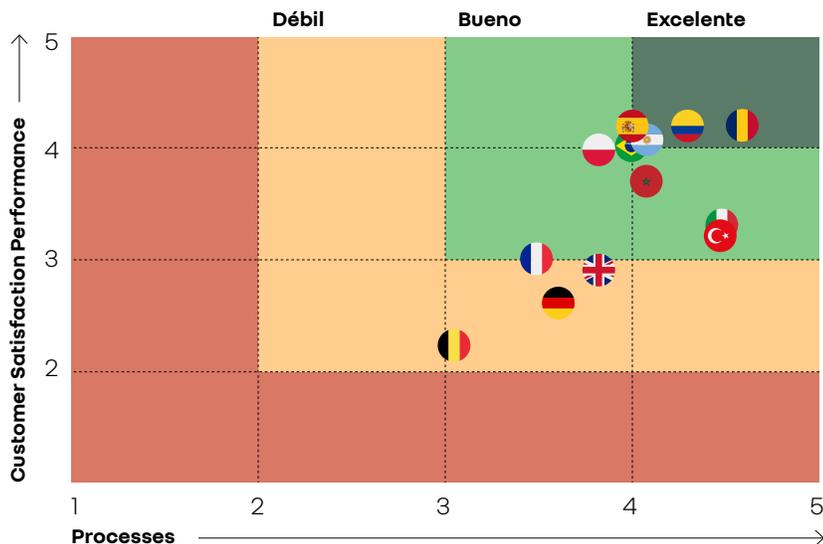
Para garantizar la conformidad de producto y de los procesos continuamos con las auditorías internas de la Compañía, en las cuales auditores de la casa matriz validaron la conformidad del sistema de producción. Gracias a este proceso conseguimos un resultado sobresaliente, ya que durante dos años consecutivos 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.

PLAN HEALTH CHECK



Quality Health Check (QHC). Grupo excelencia en calidad comercial

Auditoría que evalúa, en una escala de 1 a 5, el Sistema de Gestión de la Calidad Comercial y sus ejes en cuanto a la satisfacción de nuestros clientes y el proceso. Cuando los resultados son mayores que 4, se clasifica en grupo 0 de excelencia, destacando su reactividad y adaptabilidad. Para el año 2022, nuestra planta obtuvo una calificación superior a 4.



CS Performance: desempeño de satisfacción del cliente

| País | CS Performance YTD 12/22 | QHC Processes KPIs YDT 11/22 | País | CS Performance YTD 12/22 | QHC Processes KPIs YDT 11/22 |
|--------------|--------------------------|------------------------------|----------------|--------------------------|------------------------------|
| 1. Bélgica | 2,2 | 3,1 | 8. Reino Unido | 2,9 | 3,8 |
| 2. Italia | 3,3 | 4,4 | 9. Rumania | 4,2 | 4,6 |
| 3. Colombia | 4,2 | 4,3 | 10. Marruecos | 3,8 | 4,1 |
| 4. Argentina | 4,1 | 4,1 | 11. Turquía | 3,2 | 4,4 |
| 5. Brasil | 4,1 | 4,0 | 12. Francia | 3,0 | 3,4 |
| 6. España | 4,2 | 4,0 | 13. Alemania | 2,7 | 3,6 |
| 7. Polonia | 4,0 | 3,8 | | | |

Retos para el futuro

A corto plazo (0 a 2 años)

- Estar en el top de las marcas de automóviles del mercado colombiano encuestadas en NCBS (New Car Buyer Survey) y CSI (Customer Satisfaction Index), producto del compromiso por fortalecer nuestros productos y diseñar los mejores vehículos y servicios para nuestros clientes, siempre ubicándolos en el centro de todas nuestras decisiones.
- Hacer el lanzamiento de vehículos *e-tech* y productos nuevos de clase mundial.

A 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 garantizará un mejor servicio.

A 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.

3 Auditoría interna Renault
(12-16 de septiembre)

Resultados:

0 NC Mayores **3** NC Menores

El excelente resultado en la auditoría demuestra la conformidad de nuestro Sistema de Gestión de la Calidad con los referenciales del Sistema de Calidad de la casa matriz y con los de la Norma ISO 9001.

4 Auditoría externa de Bureau Veritas
(31 de octubre al 3 de noviembre)

Resultados:

0 NC Mayores **0** NC Menores

El resultado nos permitió mantener la certificación ISO 9001, lo cual demuestra que somos una compañía que prioriza la satisfacción del cliente y la mejora constante en función de dar respuesta permanente a sus expectativas.

NC = no conformidades

6

En la vida ←
de los colombianos

Marcamos historia ←

Carbono neutralidad ←

En la ruta de la sostenibilidad



En la vida de los colombianos

Reforzamos nuestro liderazgo en ventas para llevar la movilidad a más personas

Continuamos siendo la marca líder tanto en el segmento de vehículos particulares como en el de vehículos utilitarios, un reflejo de la confianza que tiene el mercado en nuestro trabajo. Cada vez estamos más presentes en las familias de los colombianos facilitándoles su movilidad con opciones atractivas y que se acomodan a diferentes necesidades y estilos de vida.

Hay muchos motivos para sentirnos orgullosos de la labor en equipo que venimos desempeñando, y ello involucra a todos los actores de nuestra cadena de valor. Por quinto año consecutivo, RENAULT fue la marca líder del mercado automotor colombiano, una señal de que vamos por buen camino y de que estamos cumpliendo nuestro propósito de llevar la movilidad más allá para acercar a más personas y facilitarles su vida con una diversidad de opciones que se ajusten a sus necesidades.

Lo hicimos aun cuando las condiciones macroeconómicas en el ámbito global no fueron las ideales y todavía son palpables los rezagos de las consecuencias provocadas por la pandemia en aspectos logísticos y de acceso a materias primas y piezas claves para nuestra operación.

Con todo eso, la integralidad de nuestro portafolio y la calidad del trabajo realizado encontraron corresponsabilidad en el mercado, que sigue dándonos su confianza y respaldo con sus compras.

La mayoría de los modelos que lideran sus segmentos son fabricados en la Planta de Envigado: esto demuestra su eficiencia y productividad.

Razones para elegirnos

Hoy podemos decir que somos líderes tanto en el segmento de vehículos particulares (VP) como en el de vehículos utilitarios (LCV), lo cual se debe a diversas estrategias e iniciativas implementadas para estar más cerca de nuestros clientes y responder más efectivamente a sus necesidades, y no solo en el momento de la compra, sino también en los servicios que les ofrecemos en las etapas posteriores.

Vendemos vehículos fabricados siguiendo los más altos estándares de calidad, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales, y que se acoplan a cualquier condición del terreno. Por otro lado, contamos con una cobertura que nos permite estar en más del 90% del territorio nacional atendiendo aspectos comerciales y también de servicio técnico posventa en la Red de Concesionarios que tenemos en funcionamiento. Esto se suma a las facilidades que les brindamos para comprar con el Banco RCI, que les ofrece planes financieros con múltiples opciones y alternativas para que se hagan a su carro nuevo y puedan movilizarse en su cotidianidad.



PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN SU SEGMENTO



Renault Duster
25,6% (B-SUV)



Renault Kwid
39,5% (A)



Renault Stepway
20,3% (B-HB)



Renault Sandero
18,5% (B-HB)

60%
de participación en el mercado del segmento **pickups.**

En 2022 comercializamos 49.521 unidades, consiguiendo una participación de mercado del 20,9%. Asimismo, la Renault Duster completa cinco años siendo el carro más vendido del país en el total general de todas las marcas (y en su segmento B-SUV), con 10.770 unidades. Además, ocupamos los primeros lugares en los segmentos A (Kwid), B-HB (Stepway y Sandero).

5 DE LOS 10 CARROS MÁS VENDIDOS EN COLOMBIA FUERON DE RENAULT (2022)



Renault Duster
10.770
 unidades vendidas
1º lugar del top 10



Renault Kwid
8.360
 unidades vendidas
3º lugar del top 10



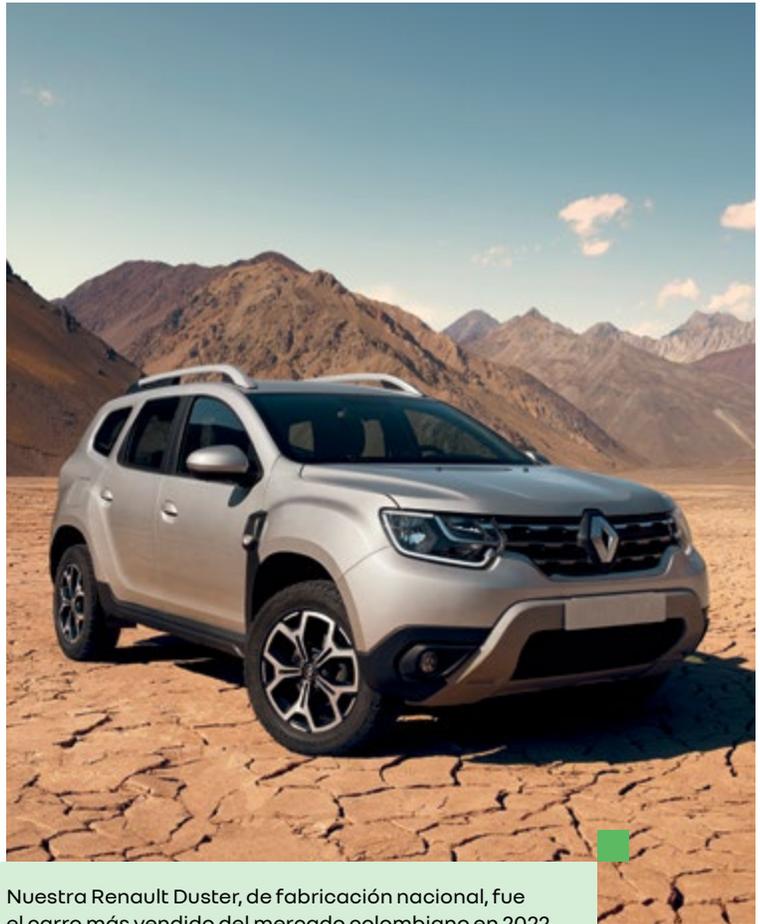
Renault Stepway
8.273
 unidades vendidas
4º lugar del top 10



Renault Sandero
7.520
 unidades vendidas
6º lugar del top 10



Renault Logan
6.949
 unidades vendidas
7º lugar del top 10



Nuestra Renault Duster, de fabricación nacional, fue el carro más vendido del mercado colombiano en 2022.

Somos líderes en ventas corporativas

Con una participación del 35,4% en el total de las ventas de la Compañía en el país, las corporativas vienen reforzando su papel en nuestra mezcla comercial. En 2022 fueron 17.506 unidades dirigidas a grandes clientes y ventas estatales (35%) y venta indirecta (65%), con las flotas de proximidad y los acuerdos corporativos por intermedio de la Red de Concesionarios en todo el país.

Del mismo modo, sostenemos el liderazgo en el mercado de los vehículos de servicio público de pasajeros, con un 37,4% de participación en este segmento. Los vehículos más comercializados son Duster, Logan, Alaskan, Captur, Master, Kangoo, Kangoo ZE, Oroch y Trafic.

A esto se suma el liderazgo que reforzamos en los vehículos utilitarios, con el 20,5% de participación, y los modelos Oroch, Alaskan, Kangoo, Master y Trafic.

¿Cómo lo hacemos?

Con nuestra oferta facilitamos la vida de las personas acercándolas a opciones de movilidad seguras y atractivas. Estamos presentes en todos los momentos de verdad de la toma de su decisión, antes, durante y después de hacer la compra de su vehículo.

Fruto de un trabajo serio y riguroso, hemos diseñado estrategias que favorecen este propósito. Algunas de esas acciones han sido las siguientes:

1 Pioneros en movilización eléctrica

Esta es una estrategia que tenemos en desarrollo, la cual nos ha permitido introducir al mercado algunos modelos que aportan a la transición energética al recurrir a la energía como fuente limpia para su movilización. Somos referentes del mercado gracias a la introducción de marcas como Twizy, Zoe y Kangoo ZE.



Renault Twizy



Renault Kangoo ZE



Renault ZOE

106

vehículos eléctricos

vendimos en 2022.

5,7%

es la participación en el segmento de vehículos eléctricos.



2 Nueva tecnología en la configuración de los motores

Fruto de un trabajo comprometido en nuestra planta logramos generar piezas que nos entregan mayor potencia y menor consumo de combustible y emisiones; así contribuimos a nuestro pilar de responsabilidad social empresarial, que se enfoca en propiciar mejores condiciones ambientales.

3 Mayor cercanía con las regiones

Contamos con tres almacenes centrales de distribución, ubicados en puntos estratégicos del territorio colombiano: Tenjo (Cundinamarca), Cartagena y Medellín. Así nuestros clientes pueden acceder a sus repuestos en cualquier rincón del país con más agilidad y celeridad.

De paso, esto nos ayuda a reducir el impacto ambiental que generan nuestras operaciones logísticas y de transporte, ya que no tenemos que movilizar tanta carga por las carreteras nacionales.

Tenemos presencia en 50 ciudades del país con 138 concesionarios; además, contamos con 110 salas de venta, en las cuales los clientes encuentran una atención personalizada y con altos niveles de servicio para resolver todas sus necesidades de movilidad en compañía de personal experto y capacitado, en cumplimiento de exigentes estándares de calidad.

75 talleres de mecánica 

48 talleres de colisión

27 centros de servicio Renault Minuto

17 sitios de carga para vehículos eléctricos 

15 centros de servicio Pro+

33 salas de venta de vehículos usados.

LA MARCA PREFERIDA POR LOS COLOMBIANOS

| Zona | Total del mercado | Participación de mercado | Unidades vendidas por RENAULT |
|--------------------|-------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Bogotá-Chía | 90.322 | 18,8% | 16.973 |
| Medellín-Envigado | 48.227 | 21,6% | 10.417 |
| Cali-Tuluá | 23.059 | 20,2% | 4.656 |
| Barranquilla | 10.715 | 20,8% | 2.234 |
| Bucaramanga | 5.421 | 29,3% | 1.591 |
| Pereira | 5.480 | 22,0% | 1.205 |
| Cartagena | 5.096 | 30,4% | 1.548 |
| Manizales | 4.749 | 21,2% | 1.005 |
| Cúcuta | 11.530 | 12,3% | 1.416 |
| Ibagué | 3.973 | 23,3% | 927 |
| Neiva-Florencia | 4.234 | 30,3% | 1.284 |
| Villavicencio | 3.944 | 25,2% | 992 |
| Montería-Sincelejo | 3.730 | 32,4% | 1.208 |
| Pasto-Ipiales | 2.747 | 21,4% | 587 |
| Armenia | 2.686 | 21,1% | 568 |
| Santa Marta | 1.800 | 30,0% | 540 |
| Popayán | 1.491 | 22,5% | 335 |
| Valledupar | 1.715 | 18,0% | 309 |
| Tunja | 2.209 | 21,3% | 470 |
| Sogamoso-Duitama | 1.388 | 23,7% | 329 |
| Yopal | 1.456 | 30,0% | 437 |
| Girardot | 941 | 34,3% | 323 |
| Barrancabermeja | 336 | 49,7% | 167 |

TOTAL EN COLOMBIA

237.249

Unidades vendidas en el país

20,9%

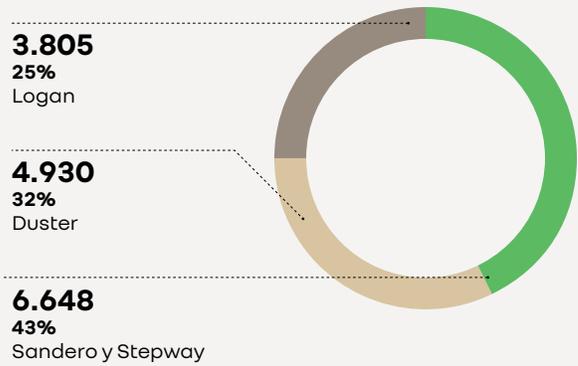
Participación de mercado de RENAULT-Sofasa

49.521

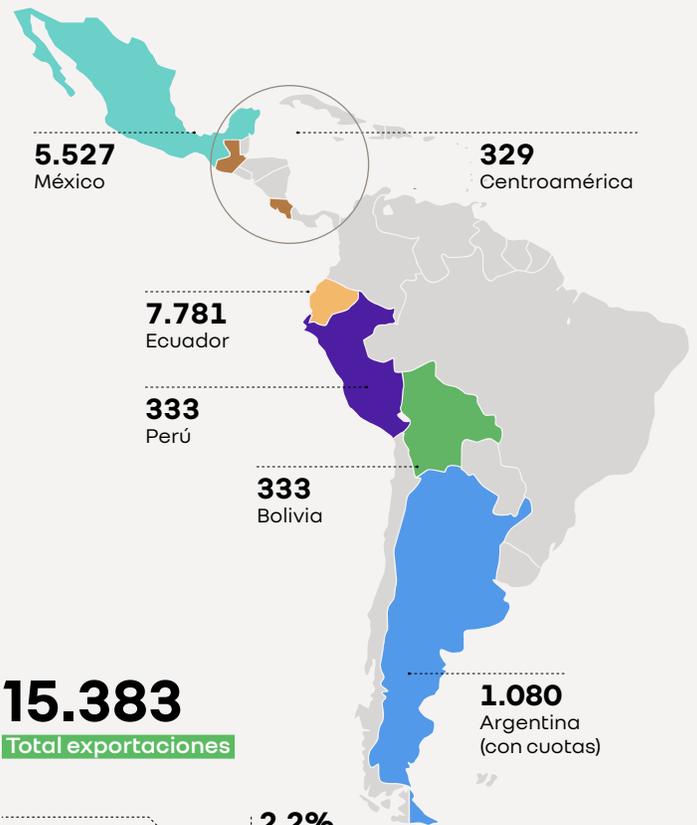
Unidades vendidas por RENAULT-Sofasa



EXPORTACIONES POR MODELO EN LA REGIÓN AMÉRICA Y EL CARIBE

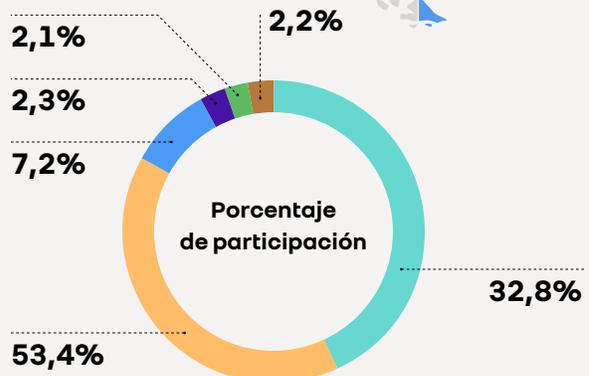


EXPORTACIONES POR PAÍS DESTINO



15.383

Total exportaciones



Por el medioambiente, la seguridad de los clientes y el personal, y la inclusión

Los pilares de nuestra Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial alcanzan todas las áreas de nuestra Compañía, y la gestión comercial no está exenta. Durante 2022, las actividades realizadas tuvieron conexión con todo esto de distintas maneras.



Medioambiente

Además de promover la movilidad eléctrica y de ubicar en el mercado distintas alternativas para que los clientes tengan la facilidad de acceder a ella, todos nuestros vehículos cumplen con las normas relacionadas con la generación de emisiones de gases de efecto invernadero que exigen las autoridades. A esto se suma que en 2022 desarrollamos procesos que nos permiten incorporar tecnologías turbocargadas, pero manteniendo y reforzando su potencia. Esto impactó en indicadores de consumo y de emisiones, y en el uso de materiales más livianos y sostenibles.

Por otra parte, estamos realizando transformaciones para que la flota que integra la logística y el transporte se movilice usando gas natural vehicular, el cual reduce su impacto ambiental significativamente.

Por último, hemos generado estrategias comerciales tales como la negociación por volumen y no por unidades, lo cual nos ayuda a consolidar la carga que debemos movilizar por las carreteras nacionales y a reducir la presión que ejercemos sobre la ocupación de los tractocamiones que utilizamos en dicha operación.



Seguridad

Queremos que la fabricación de los productos represente procesos seguros para nuestro personal y que esto vaya en línea con la seguridad que les ofrecemos a los clientes cuando reciben sus vehículos. Así que en la Planta de Envigado hemos incrementado los niveles de seguridad para prevenir accidentes de trabajo e incorporamos en 2022 algunos elementos que brindan mayor confort y protección a los ocupantes.

Un caso referente es el Renault Kwid, del segmento A, al que le hemos reforzado elementos como *airbags*, ABS y control de estabilidad; y aunque algunos de ellos no son exigidos por las normas, los incluimos bajo la premisa de llevar la movilidad más allá para acercar a las personas.

Asimismo, somos muy activos en nuestra participación en diversas campañas de seguridad vial en relación con nuestro propósito de movilizarnos por la sostenibilidad. Acompañamos las construcciones gremiales en la promoción de iniciativas regulatorias para fortalecer estas acciones, y también para incentivar en los clientes el aseguramiento de sus productos como mecanismo para prevenir y atender posibles situaciones de riesgo en las carreteras.

Hemos fortalecido el Plan Rombo, un seguro creado junto a nuestra Compañía de financiamiento comercial RCI, para que los clientes encuentren opciones atractivas para proteger su vida y su producto. De esta forma seguimos al lado de las personas ofreciéndoles opciones seguras de movilidad.



Inclusión

Toda nuestra cadena de valor es una fuente inagotable de oportunidades laborales en condiciones de igualdad. Por cada puesto efectivo de la Red de Concesionarios, se generan otros seis o siete puestos adicionales.

1.259

colaboradores directos

4.662

personas impactadas

de forma indirecta por intermedio de la Red de Concesionarios.



7.683

personas impactadas

de forma indirecta por intermedio de los proveedores.



+13.500

personas impactadas

desde el ensamble hasta la comercialización.

Algunos logros 2022

Un año más acompañamos a nuestros clientes en toda la etapa de adquisición de su vehículo con el firme compromiso de estar presentes en todos los momentos en que requieran una asistencia que les solucione todas sus necesidades clara y oportunamente.

Nos caracteriza la integridad de nuestros servicios, con cobertura y calidad que faciliten el acceso de las personas a opciones de movilidad. Contamos con un amplio portafolio de soluciones de producto, servicio, accesibilidad, financiación y aseguramiento, y estamos presentes en casi todo el territorio nacional (somos líderes en el 87% de las regiones).

Nuestra búsqueda de la excelencia es permanente, y por eso hemos consolidado el Latam Business Service (LBS), una estrategia orientada a la prestación de servicios financieros, comerciales de posventa y de recursos humanos que compartimos con todas las filiales de Renault Group en la región latinoamericana. De este modo nos vinculamos activamente con la ejecución de la primera fase del Plan Estratégico que diseñó nuestra casa matriz a escala global.

141

colaboradores

forman parte de LBS.

56% son mujeres.

50%

de conversión

de contactos comerciales.

22

procesos

son atendidos con esta unidad.

97%

de cumplimiento

en los niveles de servicio.

RCI Colombia, con excelente desempeño comercial

Nuestra compañía de financiamiento reportó en 2022 un desempeño comercial muy positivo, pese a las difíciles circunstancias económicas que afectan al mercado local: logró desembolsar 36.674 créditos.

25,46%

fue el crecimiento

de los desembolsos de créditos.



60,3%

fue la tasa de intervención

sobre las ventas de la marca.

El Plan Rombo se extiende

En el caso del sistema de autofinanciación de nuestra Compañía, en 2022 mantuvimos una buena dinámica comercial. Conseguimos abrir nuevos puntos de venta en las ciudades de Cali, Cartagena y Manizales, que se sumaron a las otras capitales en las cuales tenemos presencia, como Bogotá, Medellín, Barranquilla y Pereira.

4.513

nuevas suscripciones

en 2022.

81%

de crecimiento respecto a 2021 (récord para la Compañía).



7

ciudades con presencia del Plan Rombo.



En 2022, los Premios Vía entregaron, por tercer año consecutivo, tres reconocimientos a Renault Servicios:

- Premio al Mejor Equipamiento de Seguridad categoría SUV: **Renault Koleos.**
- Premio al Mejor Costo Reparación categoría automóviles: **Renault Stepway.**
- Premio al Mejor Costo Reparación categoría automóviles: **Renault Kwid.**

Retos para el futuro

A corto plazo (0 a 2 años)

- Ser, para 2023, la primera marca generalista con un amplio portafolio de vehículos eléctricos.
- Mantener un liderazgo rentable mientras se acelera la transformación de la marca más colombiana: moderna, más digital y centrada en el cliente.

A mediano plazo (3 a 5 años)

- Ser una marca que acompañe a sus clientes en todas las etapas de sus vidas, desde su primer vehículo hasta la cima de su desarrollo profesional, con un nuevo portafolio de productos.
- Ser la marca generalista referente en experiencia del cliente.

A largo plazo (6 años o más)

- Liderar la movilidad sostenible de Colombia, junto a la mayor Red de Concesionarios, con alternativas de movilidad en todo el territorio nacional.

En la vida de los colombianos

Crece nuestra presencia en el exterior: aumentamos las exportaciones en un 56%

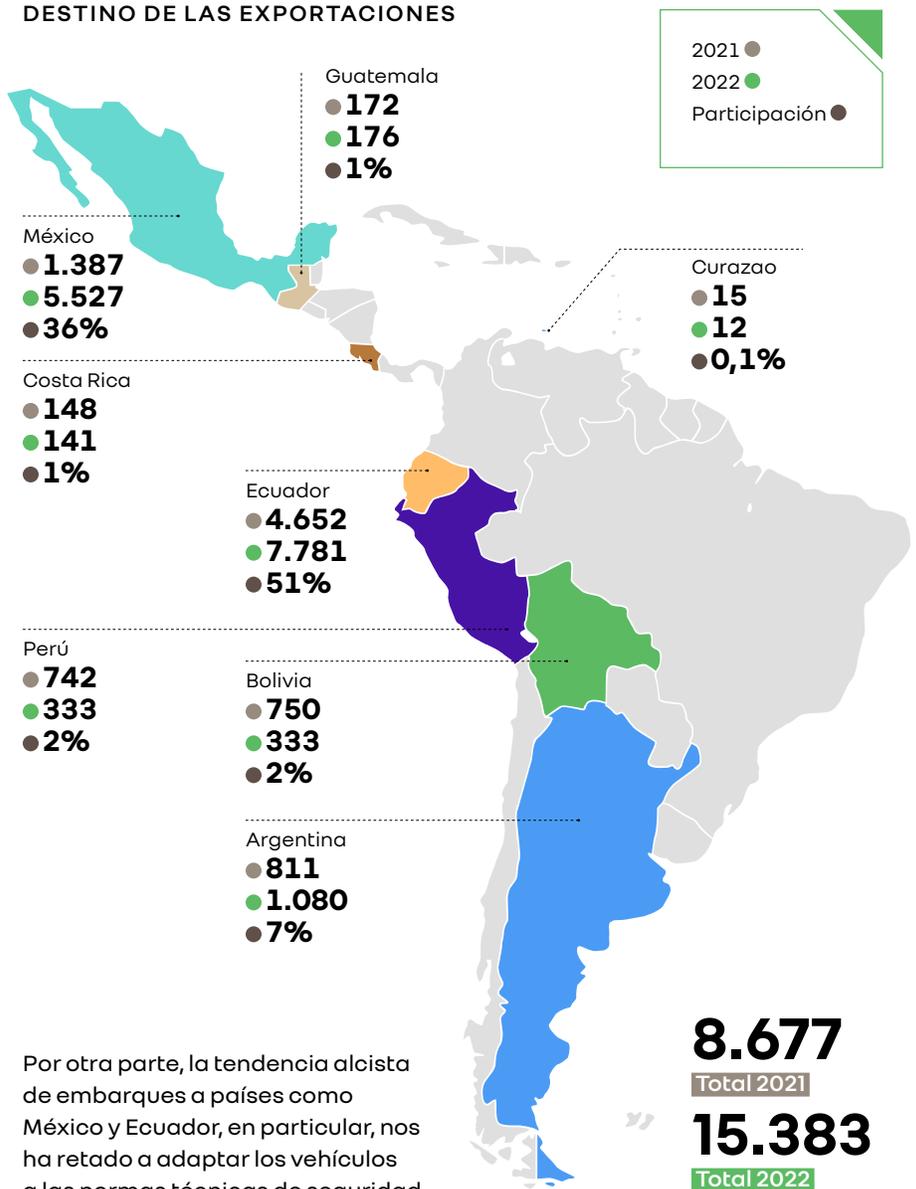
Logramos un aumento considerable en los envíos de nuestros vehículos a mercados como México, Ecuador y Argentina, superando desafíos logísticos y de suministro. El trabajo conjunto con nuestra cadena de valor y con las diferentes áreas de la Compañía hizo posible estos resultados.

De los 49.862 vehículos que produjimos en 2022, 15.383 fueron exportados a diversos mercados, lo cual representó un aumento del 56% respecto al año anterior. Este es un logro destacable teniendo en cuenta que afrontamos diversos retos logísticos, tales como la escasez de componentes electrónicos producto de las dificultades en los aprovisionamientos o los inconvenientes presentados en el transporte marítimo, los cuales, sin embargo, no nos impidieron superar las metas y avanzar en el propósito de ofrecerles a más personas diversas alternativas de movilidad que mejoren su calidad de vida.

Trabajamos en conjunto con más de 15 proveedores de servicios de transporte terrestre, servicios portuarios, operadores logísticos, agentes de aduanas y compañías marítimas, cuyo papel fue fundamental para la consecución de este objetivo, ya que nos permiten cumplir con los tiempos y las condiciones de entrega; asimismo, tenemos el respaldo de nuestros colaboradores, quienes con esfuerzo y dedicación lo dieron todo para seguir abriendo más mercados.

México, Ecuador y Argentina tuvieron el aporte más significativo en este incremento, el cual, además de las cifras comerciales, nos genera un impacto positivo en otras esferas, tales como la generación de empleo, ya que el buen rendimiento de las exportaciones nos permite contar con más colaboradores que nos ayuden a cumplir los requerimientos de los mercados atendidos.

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES



Por otra parte, la tendencia alcista de embarques a países como México y Ecuador, en particular, nos ha retado a adaptar los vehículos a las normas técnicas de seguridad que aplican en estos territorios, una labor que el área de Ingeniería de la Compañía ha realizado de manera impecable e invaluable.



En 2022, el 70 % de los vehículos ensamblados en el país fueron producidos en nuestra Planta en Envigado, Antioquia.

¿Cómo lo logramos?

Una de las ventajas que hemos aprovechado para ampliar nuestra cobertura en el exterior es que hemos procurado asegurar que los vehículos sean ensamblados en la planta con certificación de origen colombiano. Esto abre más posibilidades para gozar de los beneficios que ofrecen los tratados de libre comercio que el país tiene firmados con otras naciones, así como desarrollar la cadena de proveedores locales.

Asimismo, nos concentramos en buscar oportunidades que nos ayudaran a mejorar los indicadores logísticos y de producción a través de metodologías ágiles e interdisciplinarias que nos marcaron la ruta para concretar las ideas de ahorro que surgieron en estos procesos.

El 100% de nuestros proveedores locales han recibido formación y asesoría en comercio exterior y cumplimiento de origen de las piezas, a fin de fortalecer sus conocimientos en esta materia y que les saquen provecho a los beneficios.

Retos para el futuro

A futuro, nuestro deseo es reforzar y mantener el posicionamiento que como marca hemos alcanzado en los países donde tenemos presencia con los productos que fabricamos. Nuestra expectativa es poder abrir nuevos mercados, lo cual no solo beneficia a la empresa, sino también a la cadena de valor gracias al aumento de las compras de piezas locales tanto para ensamble de vehículos como para repuestos, luego de cumplir con los requisitos de ingreso a cada territorio.

A corto plazo (0 a 2 años)

- Incrementar y ampliar nuestro portafolio en las exportaciones a México en 2023 y 2024 hasta duplicarlas en 2024 respecto a 2022.
- Renovar nuestros productos para cumplir con las evoluciones del mercado y los reglamentos técnicos, y encaminarnos hacia una movilidad más sostenible.
- Estudiar la apertura de nuevos mercados dentro y fuera de Latinoamérica.

A mediano plazo (3 a 5 años)

- Industrializar una plataforma para la producción de un nuevo vehículo en Colombia, con un intenso trabajo para el desarrollo de proveedores locales y propiciando las condiciones para el crecimiento y progreso de toda la cadena de valor.
- Aprovechar el 100% de la capacidad de producción de la planta a fin de convertirnos en una empresa con mayor vocación exportadora y que supere el 50% de su oferta.
- Consolidar la estrategia de la marca hacia una movilidad más sostenible, ayudando así a disminuir la huella de carbono.

A largo plazo (6 años o más)

- Mantenernos como una empresa con mayor vocación exportadora, desarrollando el parque de proveedores locales.
- Operar la planta en su capacidad total.
- Seguir renovando el portafolio hacia una movilidad más sostenible.
- Continuar siendo la marca preferida por los colombianos, con vehículos adaptados a las necesidades y a la topografía del territorio nacional.
- Seguir evolucionando para el máximo cumplimiento de los reglamentos técnicos y de seguridad para nuestros clientes.

Marcamos historia

Así nos movilizamos por la sostenibilidad: somos la mejor planta de Renault Group

Ocupar el primer lugar entre 16 plantas de producción que tiene el Grupo en todo el planeta es un hito que nos involucra a todos en la organización, además del reflejo de un trabajo colectivo serio y riguroso en el que cada aporte es vital para seguir construyendo el futuro con solidez y visión estratégica.



Con una puntuación de 81 sobre 100, nuestra Planta de Producción de Envidado encabezó el *ranking* que elabora Renault Group entre las 16 que forman parte de la organización en todo el planeta.

49.862

vehículos fabricamos en nuestra planta durante 2022.

En este *ranking*, el Grupo considera indicadores de calidad, eficiencia energética, costo, plazo, *performance* y seguridad, y en 2022 tuvimos el honor de ocupar el primer lugar, principalmente por el consumo de energía: la segunda planta más eficiente en este aspecto. Esta posición avala el trabajo que venimos desempeñando en el país, y es un reconocimiento que nos enorgullece, ya que visibiliza la labor de nuestro equipo. Cada integrante es parte de este logro y debe sentirse orgulloso.

Durante 2022 fabricamos en nuestra planta 49.862 vehículos, superando con amplitud la meta propuesta, que era de 42.000. Esto ha sido posible gracias a la implementación de planes de mejora en la producción, gracias a los cuales fuimos más eficientes y productivos. Así, por ejemplo, para la nueva exportación de Logan Cross a México pudimos reducir el tiempo de homologación y especificación, y además hemos optimizado los tiempos de entrega de los productos a los clientes, así como el consumo energético por vehículo fabricado.

De este modo seguimos avanzando en la construcción de nuestro futuro al asegurarnos de que nuestra producción cumple con los más altos estándares de calidad y de eficiencia, al tiempo que protegemos la seguridad de nuestros clientes y colaboradores, y entregamos al mercado productos que por su rendimiento son amigables con el medioambiente.

(403-9) Nos destacamos por tener una operación segura y eficiente. En 2022 logramos cero accidentalidad de alto impacto que comprometiera la integridad de nuestros colaboradores.

Marcamos historia

Aumentamos en un 25% los volúmenes de producción

La evolución de nuestros procesos de producción es notable. En 2022 conseguimos un crecimiento importante en los volúmenes de fabricación, gracias a lo cual aumentamos, a su vez, la cantidad de vehículos que entregamos al mercado.

Aumentamos nuestra capacidad de producción y con ello aportamos a la sostenibilidad y la rentabilidad de la Compañía. Hemos conseguido mejoras importantes en aspectos como la eficiencia del consumo energético y de gas natural en iluminación y hornos, por mencionar solo dos rubros. Estos beneficios se hacen extensivos a todos nuestros grupos de interés, ya que, por ejemplo, los proveedores se ven impactados positivamente por un mayor volumen de pedidos y los clientes acceden a más alternativas de movilidad.

Esto nos ha permitido, entre otros aspectos, incrementar en un 56% las exportaciones, en especial a los mercados de México, Ecuador y Argentina, así como consolidar el liderazgo que desde hace cinco años sostenemos en el mercado automotor colombiano, con cuatro de los diez vehículos más vendidos del país elaborados en la Planta de Envigado.

Para resaltar, pudimos implementar el proyecto de producción del modelo Logan para México en poco tiempo, respondiendo así oportunamente a los requerimientos de este mercado, el cual nos pedía celeridad frente a sus demandas.

8%

mejoramos

la *performance*

de la línea de producción.

Generamos 64 nuevos puestos de trabajo directos en la línea de producción; de estos, el 17% fueron ocupados por mujeres.



La presencia de personal femenino en nuestra línea de producción nos permite ampliar la diversidad de conceptos y puntos de vista.

¿Cómo lo conseguimos?

- Cada día hacemos monitoreo de los indicadores de calidad y de *performance* con el fin de establecer planes de mejora en aquellos que presenten un desempeño que no vaya acorde con lo esperado, y fortalecer los que estén cumpliendo con las expectativas.
- Permanentemente estamos reforzando las competencias de los miembros de los equipos de trabajo capacitándolos en aquellos aspectos que requieran para mejorar su desempeño.
- Implementamos las mejores prácticas de producción a fin de generar eficiencias en los costos de la fabricación de los vehículos.

UNIDADES ENSAMBLADAS EN PLANTA DURANTE 2022



Renault Sandero + Renault Stepway

23.588 unidades
47,3% de participación



Renault Duster

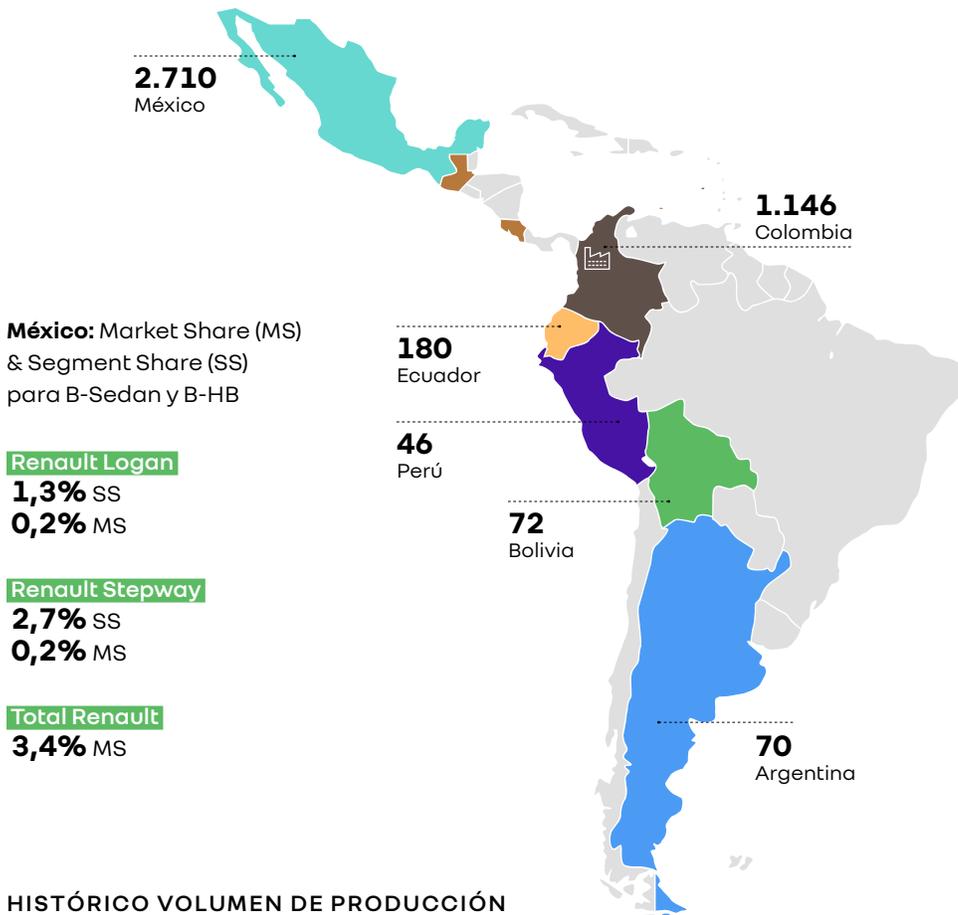
15.531 unidades
31,2% de participación



Renault Logan

10.743 unidades
21,5% de participación

INCREMENTO DE DEMANDA POR PAÍS



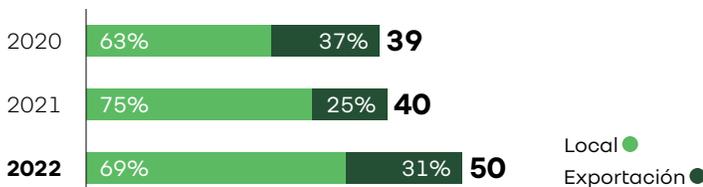
Retos para el futuro

Nuestro foco está puesto en la construcción de un futuro rentable y sostenible para la organización, y en este propósito contar con una capacidad instalada suficiente es clave.

Tenemos como meta mantener el crecimiento en los volúmenes de producción que favorezcan nuestros planes de seguir incrementando las exportaciones, al menos hasta conseguir que estas aporten el 50% de la producción.

También queremos seguir integrando nuevos proyectos que nos ayuden a sostenernos como la mejor planta de Renault Group, para así ratificarnos como una marca que es referente en calidad y que cuida de sus clientes y de la gente con procesos seguros y eficientes. Por esto, una de las metas es certificarnos como una industria carbono neutro que se destaque por una mayor utilización de energías renovables y nuevas tecnologías.

HISTÓRICO VOLUMEN DE PRODUCCIÓN



Marcamos historia

Con Women@Industry nos fortalecemos con el mejor talento femenino



Esta iniciativa fue reconocida en la categoría *diversidad* de los Industry Awards 2022 por los esfuerzos que a partir del lanzamiento de este programa venimos haciendo para promover la empleabilidad de las mujeres en nuestro sector.

Women@Industry es un programa que presentamos en 2022 y con el cual pretendemos promover las acciones que nos ayuden a atraer el mejor talento femenino, de manera que la nuestra sea una industria atractiva para las mujeres.

Esta iniciativa tiene dos ejes de trabajo:

- Inspirar y empoderar a la mujer en su desarrollo dentro de la industria.
- Identificar y promover iniciativas que permitan superar aquellas barreras que evitan que las mujeres se destaquen en la industria, además de fomentar y compartir experiencias y buenas prácticas entre las plantas de Renault Group.

Con Women@Industry queremos elevar la participación de las mujeres en el mercado laboral del sector automotor, el cual históricamente ha tenido predominio masculino.

80%

de los practicantes de la Compañía fueron mujeres.



38%

de los puestos gerenciales están ocupados por personal femenino.

11 

mujeres ingresaron

a la línea de fabricación (17% del total de ingresos durante el año en esta área). Esta fue una de las palancas que nos permitió aumentar la participación de mujeres de 4% a 6% en toda el área de producción, con las acciones que venimos implementando para hacer más atractiva y diversa la industria para todos.

¿Cómo lo hacemos?

Queremos que más mujeres nos acompañen a llevar la movilidad más allá para acercar a las personas y construir futuro; por eso hemos querido acompañarlas en su deseo de vincularse a la Compañía por medio de diversas estrategias, tales como charlas de sororidad y liderazgo, y conversatorios en colegios y universidades.

Como apoyo a lo anterior, internamente hemos hecho un diagnóstico de todos los puestos de trabajo sobre la carga física que estos requieren y el porcentaje de mujeres que podrían acceder a esas vacantes. Las convocatorias fueron publicadas por distintos medios.

Retos para el futuro

A corto plazo (0 a 2 años)

- Incrementar al 10% la participación de las mujeres en la Planta de Producción.
- Implementar una sala de lactancia.
- Mejorar la dotación femenina.

A mediano plazo (3 a 5 años)

- Incrementar al 20% la participación de las mujeres en la Planta de Producción.
- Realizar una mejora ergonómica de los puestos de trabajo y acondicionarlos para las mujeres.

A largo plazo (6 o más años)

- Incrementar al 30% la participación de las mujeres en la Planta de Producción.
- Realizar una mejora ergonómica de los puestos de trabajo y acondicionarlos para las mujeres.

Pasamos de 8 a 44 puestos de trabajo viables para ser ocupados por mujeres en labores operativas.

Marcamos historia

Lideramos la firma del pacto para impulsar una movilidad más sostenible

Como actores principales de la industria a la cual pertenecemos, formamos parte activa de la construcción de un futuro que brinde la oportunidad de acceder a una movilidad más sostenible. Por esto, junto con las autoridades de Gobierno, realizamos la negociación y firma de un acuerdo para fortalecer nuestra intención.



Esta responsabilidad le fue encomendada al área de Asuntos de Gobierno de RENAULT-Sofasa, dependencia que tuvo a su cargo la tarea de negociar ante el Gobierno colombiano un pacto que contemplara la promoción de estrategias que hagan de nuestro país una plataforma exportadora de vehículos y líder en la movilidad sostenible en Latinoamérica, creando las condiciones para maximizar las capacidades de la producción local.

Este pacto se ha convertido en un acontecimiento histórico para la industria automotriz nacional, y está alineado con el propósito que tenemos en la Compañía de movilizarlos por la sostenibilidad; así que hemos convocado para ello a los distintos actores de la cadena de valor.

Las empresas fabricantes de vehículos en Colombia le hemos manifestado al Gobierno nacional nuestro interés de ser protagonistas del desarrollo sostenible del país y nuestro compromiso con las acciones necesarias para lograr que la movilidad sea un actor principal en ese futuro deseado.

En RENAULT-Sofasa entendemos que esta transición es vital, y así lo tenemos establecido en los pilares de nuestra Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, la cual hace énfasis en la necesidad de ofrecer soluciones de movilidad amigables con el medioambiente.

Además, a medida que crezca la producción de estos modelos, habrá mayores posibilidades de incrementar los empleos para atender la demanda de los mercados, lo cual impacta de forma importante otro pilar de la Estrategia de RSE, el de inclusión, diversidad y equidad, con lo que reafirmamos que todas las personas deben tener las mismas oportunidades de participar en esta transición, sin distinción por su condición.

¿Qué logramos?

Tras meses de negociaciones con el Gobierno y de haber compartido con actores de otras empresas fabricantes y del gremio de autopartes, el 30 de junio de 2022 logramos firmar el Pacto por la Industrialización Automotriz y la Movilidad Sostenible en Colombia.

Como consecuencia de este acuerdo, el Gobierno expidió el Decreto 1514 de 2022, que permitió hacer uso del Contingente IAMAS en 2023, y trasladar el tope fiscal que no había sido utilizado en 2021 (ahorro para la Compañía en el pago de aranceles de importación).

En ese mismo sentido, y acorde con nuestro propósito de construir futuro, esto nos ayudó a avanzar en el proyecto de fortalecimiento de nuestra capacidad industrial, logrando que desde Renault Group liberaran los primeros recursos para financiar iniciativas dirigidas a explorar nuevos proyectos industriales.

Retos para el futuro

A corto plazo (0 a 2 años)

- Conseguir la expedición del decreto para establecer IAMAS como instrumento de mediano/largo plazo.

A mediano plazo (3 a 5 años)

- Producir el nuevo vehículo asignado a la Planta de Renault en Colombia.
- Consolidar a Colombia como plataforma exportadora de vehículos en Latinoamérica.

A largo plazo (6 años o más)

- Hacer uso de la plataforma industrial electrificable que será traída al país (solo cuando el mercado colombiano esté listo para la fabricación local de vehículos electrificados).

Carbono neutralidad

Ser una empresa carbono neutral es nuestro propósito

Creemos con firmeza que la forma en la que actuemos hoy marcará el mañana de las futuras generaciones. Por eso, desde hace varios años estamos trabajando por hacer nuestra producción más limpia y eficiente, aportando a la meta global de Renault Group de reducir las emisiones y contribuir al cuidado del medioambiente.



Enmarcados en el **Plan Climat** de la Compañía en el ámbito global y en la estrategia del Gobierno nacional, definimos como uno de nuestros objetivos obtener la carbono neutralidad para nuestra Planta de Producción.

Renault Group, con el lanzamiento de su Plan Estratégico Renaulution, ha reafirmado el compromiso que desde hace años tiene con la reducción de su huella de carbono, y con el cual RENAULT-Sofasa está alineado. Para esto hemos ajustado los desafíos mediante la creación de un plan de acción respaldado por un grupo del Comité Ejecutivo integrado por completo en las actividades de la Compañía.

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 en la reducción del consumo de los recursos naturales y de la contaminación.

Por medio de acciones concretas y estratégicas a corto, mediano y largo plazo, trabajamos para garantizar la sostenibilidad y la rentabilidad de la carbono neutralidad en nuestras operaciones.

Este plan está segmentado en siete capítulos:



1 Compactación

Buscamos que nuestras operaciones productivas y administrativas puedan ser realizadas en un menor espacio y ocupando menos volumen para, a su vez, generar menos presiones sobre consumos energéticos (por ejemplo, la iluminación o el aire acondicionado).



2 Procesos

Disponemos de equipos tecnológicos más eficientes energéticamente.

98%

de la iluminación ha sido reemplazada por sistemas led.

14,5%

aumentaron los procesos de automatización.



3 Management de la energía

Trabajamos con celeridad en la implementación y el despliegue de herramientas que comparte con nosotros Renault Group para la optimización del consumo energético. En conjunto con Google iniciamos el desarrollo de la plataforma Looker, la cual nos brinda la posibilidad de visualizar en tiempo real cómo es nuestro consumo y tomar decisiones para gestionar este recurso.

EUR 80.000

invertimos en medidores de energía eléctrica, gas natural y aire comprimido, para incrementar los puntos de medición y control.



4 Reducción de las pérdidas

Identificamos, por medio de termografías, puntos en los que se puedan estar presentando fugas de calor, a fin de corregir los aislamientos en las zonas faltantes o deterioradas. Asimismo, gestionamos las fugas de aire comprimido con ultrasonido, lo cual nos ha permitido reducir en 2 PSI la presión de generación.

1°C a 2°C

ha sido la reducción de la temperatura de operación en nuestros hornos.

Actualmente estamos en proceso de implementación de un proyecto que nos ayudará a reducir la temperatura de operación de la caldera de agua caliente.



5 Electricidad renovable

En 2022 el 100% del suministro de energía eléctrica en la Planta de Envigado provino de fuentes renovables



6 Calor renovable

Perseguimos la meta de reemplazar progresivamente el gas natural que utilizamos en la operación por otras soluciones más amigables con el medioambiente. Una de las opciones que tenemos en fase de estudio es la caldera de biomasa, que nos representaría un 40% de lo que consumimos en gas natural.



7 Compensación de CO2.

Lograr la carbono neutralidad es el mayor reto que tiene la Compañía en materia ambiental, y para esto hemos trazado el camino que nos llevará a obtener la certificación, el cual incluye acciones de compensación.

43,7%

ha sido la reducción de emisiones de CO2 desde 2021 (305-5).

70

kg equivalentes de CO2 por vehículo ha sido la reducción de las emisiones entre 2021 y 2022 (de 160 kg a 90 kg por unidad).

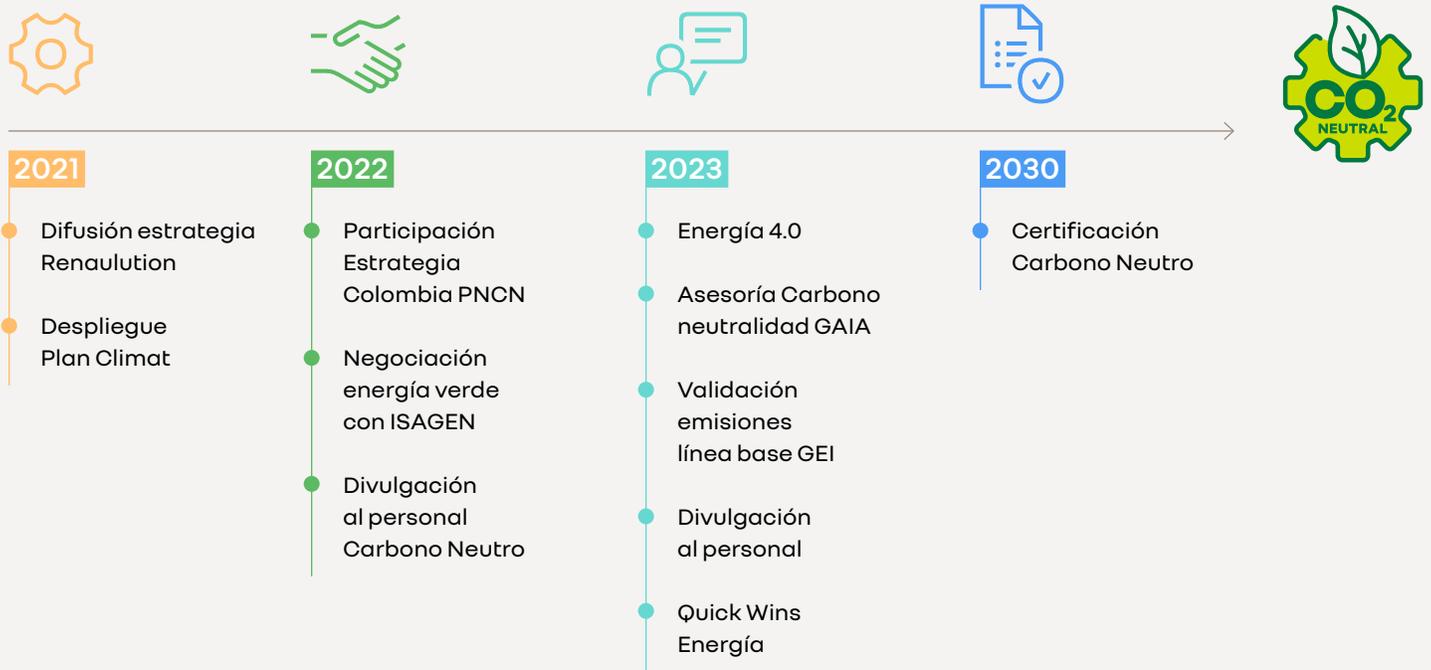
(302-4) Adicionalmente, estas acciones también nos permitieron una reducción energética del 12%.

¿Cómo lo hacemos?

Cualquier acción que mejore las condiciones del medioambiente y permita que las personas respiren mejor, y, por ende, tengan una mejor salud, es bienvenida: en RENAULT-Sofasa estamos comprometidos con ello.

Esta es nuestra visión del *planning* que tenemos programado para alcanzar la carbono neutralidad:

VISIÓN PLANNING CARBONO NEUTRO



¿Qué hemos hecho?

En 2022 nos vinculamos al Programa Nacional de Carbono Neutralidad, una iniciativa del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible que ofrece los lineamientos gubernamentales para alcanzar, precisamente, la carbono neutralidad. Recordemos que la meta país es alcanzar esta condición a 2050.

Estamos comprometidos con la construcción colectiva de un futuro sostenible y, como actores principales de nuestra industria, somos conscientes del aporte que debemos entregar para que el país alcance estos objetivos.

Por otra parte, cerramos la negociación con ISAGEN para el suministro de energía eléctrica 100% renovable en nuestras instalaciones. Asimismo, con frecuencia realizamos campañas de comunicación y otras actividades dentro de la Compañía para vincular a todos los colaboradores con este propósito. En ellas ofrecemos formaciones y capacitaciones, además de actividades didácticas para generar conciencia respecto a la importancia de la declaración de carbono neutralidad.



Obtuvimos el reconocimiento como la mejor planta de Renault Group en 2022.

Un reconocimiento de la Alcaldía de Envigado

La Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Agropecuario de Envigado nos entregó un reconocimiento por la contribución al entorno natural y por el aporte a la sostenibilidad ambiental gracias a la implementación de estrategias de producción más limpia.

Nuestras emisiones

(305-1)

Emisiones directas de GEI (alcance 1):

4.706 tCO₂e

(305-2)

Emisiones indirectas de GEI (alcance 2):

4,23 tCO₂e

De **0,1915** a **0,00031**

TMWh PCI fue el cambio de factor de emisión.

Retos para el futuro

- Validar el inventario de gases de efecto invernadero que generamos en nuestras operaciones.
- Poner en marcha el proyecto de eficiencia energética, en el cual invertiremos cerca de EUR 55.000.
- Alcanzar la certificación como empresa carbono neutral
- Validar el uso de fuentes de energías renovables no convencionales en un plazo de tres a cinco años.

La voz de quienes hacen posible que llevemos la movilidad más allá para acercar a las personas

Luego de acompañarnos en la construcción de un futuro más sostenible y rentable para nuestra organización, colaboradores, aliados y proveedores comparten con nosotros sus testimonios.



LUIS FERNANDO SIERRA,
docente de Ingeniería de Diseño de Producto de la Universidad Eafit

En nuestra cooperación con RENAULT-Sofasa, destaco los proyectos llevados a cabo con la Escuela de Ciencias e Ingenierías en los últimos años, como el Twizy Contest, adelantado entre 2020 y 2022, del cual fuimos ganadores a nivel mundial, así como el acompañamiento que hicimos en la iniciativa del primer 'Proyecto especial en fundamentos para el diseño y conceptualización de vehículos (*car design*)', realizado en el segundo semestre de 2022 con estudiantes de Ingeniería de Diseño de Producto.

Las asesorías, los seguimientos y las presentaciones con los directivos de la empresa fueron muy constructivos, como muestra de las muchas posibilidades de cooperación a futuro entre ambas partes para fortalecer una relación empresa-academia con mucho potencial".



ANDRÉS CHICA,
Jefe de Unidad RENAULT-Sofasa

En el 2022 logramos resaltar la importancia de nuestros colaboradores para seguir construyendo con ellos el futuro industrial de nuestra Compañía. Tuvimos espacios de reconexión como el Café con la Dirección y los Gerentes de la Planta, pudimos escuchar las necesidades y expectativas de nuestra gente para hacer de RENAULT-Sofasa el mejor lugar para trabajar".



MARYTZABEL AGUIRRE,
gerente de Proyectos Industriales en RENAULT-Sofasa



Las mujeres en RENAULT-Sofasa trabajamos con orgullo en un sector que por lo general ha sido masculinizado. Cada vez somos más y nos sentimos reconocidas y valoradas. Esta empresa trabaja y promueve una cultura que despierta la diversidad y equidad, estableciendo un ambiente en el que todos podamos desempeñar nuestras funciones y demostrar las habilidades que tenemos con tranquilidad y confianza. En RENAULT-Sofasa los equipos de trabajo valoran y creen en nuestra cultura. Estamos comprometidos en seguir construyendo futuro industrial para Colombia".



LEONARDO TOVAR,
Director financiero y administrativo de Yazaki (proveedor)



Para Yazaki es un orgullo obtener el reconocimiento de parte de RENAULT-Sofasa como *mejor proveedor en logística*. Esperamos seguir siendo un socio estratégico y aportar al crecimiento de Renault en Colombia y en la región".

7

Gestión de talento ←
Índice de contenido GRI ←

Anexios

Anexos

Gestión de talento

(2-7) INDICADORES LABORALES GENERALES

| Indicadores laborales generales | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|----------------|--------------|----------------|
| Número total de empleados | 1.178 | 1.181 | 1.259 |
| Número de empleados a término indefinido | 836 (70,97%) | 866 (73,33%) | 1.019 (80,94%) |
| Número de empleados a término fijo | 263 (22,33%) | 257 (21,76%) | 180 (14,30%) |
| Número de empleados con otro tipo de contratos (aprendizaje) | 79 (6,71%) | 58 (4,91%) | 60 (4,77%) |
| Número total de hombres | 1.017 (86,33%) | 951 (80,52%) | 1.014 (80,54%) |
| Número total de mujeres | 161 (13,67%) | 230 (19,48%) | 245 (19,46%) |
| Empleados en la organización por categoría laboral | | | |
| Categoría 1 (ejecutivo) | 22 (1,87%) | 23 (1,95%) | 9 (0,71%) |
| Categoría 2 (gerencial) | 53 (4,50%) | 50 (4,23%) | 64 (5,08%) |
| Categoría 3 (directores) | 43 (3,65%) | 44 (3,73%) | 45 (3,57%) |
| Categoría 4 (especialistas) | 334 (28,35%) | 434 (36,75%) | 441 (35,03%) |
| Categoría 5 (otros niveles) | 726 (61,63%) | 630 (53,34%) | 700 (55,60%) |
| Detalle hombres | | | |
| Desglosado por categoría laboral | | | |
| Categoría 1 (ejecutivo) | 18 (1,53%) | 17 (1,44%) | 7 (0,56%) |
| Categoría 2 (gerencial) | 34 (2,89%) | 29 (2,46%) | 39 (3,10%) |
| Categoría 3 (directores) | 28 (2,38%) | 28 (2,37%) | 28 (2,22%) |
| Categoría 4 (especialistas) | 250 (21,22%) | 281 (23,79%) | 277 (22,00%) |
| Categoría 5 (otros niveles) | 687 (58,32%) | 596 (50,47%) | 663 (52,66%) |
| Desglosado por tipo de contrato | | | |
| Número total de hombres con contrato a término indefinido | 731 | 717 | 851 |
| Número total de hombres con contrato a término fijo | 235 | 201 | 120 |
| Número total de hombres con otro tipo de contratos: aprendices | 51 | 33 | 43 |
| Detalle mujeres | | | |
| Desglosado por categoría laboral | | | |
| Categoría 1 (ejecutivo) | 4 (0,34%) | 6 (0,51%) | 2 (0,16%) |
| Categoría 2 (gerencial) | 19 (1,61%) | 21 (1,78%) | 25 (1,99%) |
| Categoría 3 (directores) | 15 (1,27%) | 16 (1,35%) | 17 (1,35%) |
| Categoría 4 (especialistas) | 84 (7,13%) | 153 (12,96%) | 164 (13,03%) |
| Categoría 5 (otros niveles) | 39 (3,31%) | 34 (2,88%) | 37 (2,94%) |
| Desglosado por tipo de contrato | | | |
| Número total de mujeres con contrato a término indefinido | 105 | 149 | 168 |
| Número total de mujeres con contrato a término fijo | 28 | 56 | 60 |
| Número total de mujeres con otro tipo de contratos: aprendices | 28 | 25 | 17 |
| Diversidad | 2020 | 2021 | 2022 |
| Porcentaje de empleados pertenecientes a minorías étnicas | - | - | 4,00% |

(401-1) ROTACIÓN DE COLABORADORES

| Rotación de colaboradores | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|--------|--------|--------|
| Retiros totales | 298 | 334 | 134 |
| Retiros voluntarios | 33 | 71 | 96 |
| Tasa de rotación de personal | 25,30% | 28,30% | 10,60% |
| Tasa de rotación de personal por renuncia voluntaria | 2,80% | 6,00% | 7,60% |
| Número de colaboradores retirados por mutuo acuerdo | 108 | 93 | 22 |
| Número de colaboradores fallecidos | 0 | 1 | 0 |
| Número de colaboradores retirados por pensión | 1 | 0 | 0 |
| Número de colaboradores retirados por renuncia voluntaria | 33 | 71 | 96 |
| Número de colaboradores despedidos | 7 | 5 | 4 |
| Número de colaboradores terminación de contrato CTF | 16 | 1 | 12 |
| Porcentaje de colaboradores retirados por mutuo acuerdo | 36,20% | 27,80% | 16,40% |
| Porcentaje de retiros voluntarios/total de retiros | 11,10% | 21,30% | 71,60% |

| Número y tasa de rotación de personal, distribuidos por edad y género | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|-------------|-------------|------------|
| Menor de 30 años | 151 (50,7%) | 181 (54,2%) | 49 (36,6%) |
| 31 a 40 años | 57 (19,1%) | 81 (24,3%) | 63 (47,0%) |
| 41 a 50 años | 38 (12,8%) | 41 (12,3%) | 19 (14,2%) |
| 51 a 60 años | 43 (14,4%) | 30 (9,0%) | 3 (2,2%) |
| Mayor de 61 años | 9 (3,0%) | 1 (0,3%) | 0 (0,0%) |
| Femenino | 73 (24,5%) | 92 (27,5%) | 54 (40,3%) |
| Masculino | 225 (75,5%) | 242 (72,5%) | 77 (57,5%) |

| Número y tasa de contrataciones de personal, distribuidos por edad y género | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Total contrataciones | 463 | 331 | 210 |
| Menor de 30 años | 163 (35,21%) | 230 (69,49%) | 128 (60,95%) |
| 31 a 40 años | 175 (37,80%) | 88 (26,59%) | 72 (34,29%) |
| 41 a 50 años | 125 (27,00%) | 12 (3,63%) | 7 (3,33%) |
| Mayor de 51 años | 0 (0,00%) | 1 (0,30%) | 3 (1,43%) |
| Femenino | 73 (15,77%) | 158 (47,73%) | 76 (36,19%) |
| Masculino | 390 (84,23%) | 173 (52,27%) | 134 (63,81%) |

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

| Diversidad en la plantilla laboral | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|-------------|-----------|-------------|
| Número de mujeres | 161 (14%) | 230 (19%) | 245 (19%) |
| Número de hombres | 1.017 (86%) | 951 (81%) | 1.014 (81%) |
| Número de empleados menores de 30 años | 151 (13%) | 201 (17%) | 220 (17%) |
| Número de empleados entre 31 y 40 años | 417 (35%) | 426 (36%) | 399 (32%) |
| Número de empleados entre 41 y 50 años | 434 (37%) | 408 (35%) | 439 (35%) |
| Número de empleados entre 51 y 60 años | 174 (15%) | 145 (12%) | 198 (16%) |
| Número de empleados mayores de 61 años | 2 (0,0%) | 1 (0,0%) | 3 (0,24%) |

(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 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|------|------|------|
| Nivel ejecutivo | 1,13 | 1,03 | 1,87 |
| Nivel gerencial | 1,01 | 0,99 | 1,29 |
| Nivel directores | 0,83 | 0,9 | 0,88 |
| Nivel especialistas | 1,08 | 1,28 | 1,21 |
| Otros niveles | 1,74 | 1,83 | 2,08 |

(403-9) LESIONES POR ACCIDENTE LABORAL

| Colaboradores | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|------|------|--|
| Número de lesiones por accidente laboral registrable | 35 | 34 | 28 |
| Principales tipos de lesiones por accidente laboral (descriptivo) | | | Golpes y heridas |
| Tasa de lesiones por accidente laboral registrable | - | - | 2,21 |
| Contratistas | | | |
| Número de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos) | 0 | 1 | 0 |
| Número de lesiones por accidente laboral registrable | 87 | 84 | 70 |
| Principales tipos de lesiones por accidente laboral (descriptivo) | | | Golpes, heridas y afectación osteomuscular |
| Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos) | 0 | 0,07 | 0 |
| Tasa de lesiones por accidente laboral registrable | 6,41 | 5,92 | 4,96 |

Descarga **aquí** nuestro Informe de Gestión RENAULT-Sofasa.



Índice de contenido GRI

RENAULT- Sofasa 2022

CONTENIDOS GENERALES

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación o respuesta |
|--|--|---|
| La organización y sus prácticas de presentación de informes | | |
| 2-1 | Detalles organizacional | Acerca de este reporte, página 3 |
| 2-2 | Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad | Acerca de este reporte, página 3 |
| 2-3 | Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto | Acerca de este reporte, página 3 |
| 2-4 | Actualización de la información | No se presentaron cambios significativos en la organización en el período de reporte |
| 2-5 | Verificación externa | Acerca de este reporte, página 3 |
| Actividades y trabajadores | | |
| 2-6 | Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | ¿Quiénes somos y qué hacemos?, página 14 |
| 2-7 | Empleados | Reconexión con los colaboradores, página 29 Anexos, Gestión del talento, página 68 |
| Gobernanza | | |
| 2-9 | Estructura de gobernanza y composición | Gobierno corporativo, página 19 |
| 2-10 | Designación y selección del máximo órgano de gobierno | Gobierno corporativo, página 19 |
| 2-11 | Presidente del máximo órgano de gobierno | Gobierno corporativo, página 19 |
| 2-14 | Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad | Gobierno corporativo, página 19 |
| Estrategia, políticas y prácticas | | |
| 2-22 | Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | Mensaje del presidente, página 5 |
| 2-23 | Compromisos y políticas | Ética y transparencia, página 17 |
| 2-24 | Incorporación de los compromisos y políticas | Ética y transparencia, página 18 |
| 2-25 | Procesos para remediar los impactos negativos | Estrategia Corporativa de Responsabilidad Social Empresarial, páginas 22 y 23 |
| 2-26 | Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | Ética y transparencia, página 18 |
| 2-27 | Cumplimiento de la legislación y las normativas | Ética y transparencia, página 18 |
| 2-28 | Afiliación a asociaciones | Ética y transparencia, página 18 |
| Participación de los grupos de interés | | |
| 2-29 | Enfoque para la participación de los grupos de interés | Grupos de interés, página 24 |
| Impactos económicos indirectos | | |
| 203-2 | Impactos económicos indirectos significativos | Conectamos con nuestra gente, Fundación Renault, página 32 |
| Prácticas de abastecimiento | | |
| 204-1 | Proporción de gasto en proveedores locales | Desarrollo de nuestra cadena de valor, página 39 |
| Energía | | |
| 302-4 | Reducción del consumo energético | Carbono neutralidad, página 63 |
| Emisiones | | |
| 305-1 | Emisiones directas de GEI (alcance 1) | Carbono neutralidad, página 65 |
| 305-2 | Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2) | Carbono neutralidad, página 65 |
| 305-5 | Reducción de las emisiones de GEI | Carbono neutralidad, página 63 |
| Residuos | | |
| 306-2 | Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos | Alineación con ODS, página 27 Experiencia y satisfacción del cliente, página 45 |
| 306-4 | Residuos no destinados a eliminación | Estrategia Corporativa de Responsabilidad Social Empresarial, página 23 |
| Empleo | | |
| 401-1 | Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal | Anexos, página 69 |
| 403-9 | Lesiones por accidente laboral | Marcamos historia, página 57 Anexos, página 70 |
| Formación y educación | | |
| 404-1 | Promedio de horas de formación al año por empleado | Renault-Sofasa en cifras, página 10 Alineación con ODS, página 26 |
| Diversidad e igualdad de oportunidades | | |
| 405-1 | Diversidad de órganos de gobierno y empleados | Anexos, página 70 |
| 405-2 | Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres | Anexos, página 70 |

INDICADORES PROPIOS

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación o respuesta |
|--|---|---|
| Reconectamos con nuestra gente | | |
| Propio | Proporción de mujeres beneficiadas | Fundación Renault, página 32 |
| Propio | Número de beneficiados directa e indirectamente | Fundación Renault, página 33 |
| Propio | Número de voluntarios | Fundación Renault, página 33 |
| En la ruta de la sostenibilidad | | |
| Propio | Ranking de clientes | Experiencia y satisfacción del cliente, página 46 |
| Propio | NPS (satisfacción del cliente) para vehículos nuevos y posventa | Experiencia y satisfacción del cliente, página 46 |
| Propio | Resultados Plan Health Check (PHC) | Experiencia y satisfacción del cliente, página 46 |
| Propio | Resultados QHC (Quality Health Check) | Experiencia y satisfacción del cliente, página 47 |
| Propio | Unidades vendidas | En la vida de los colombianos, página 50 |
| Propio | Distribución exportaciones | En la vida de los colombianos, páginas 52 y 55 |
| Propio | Unidades ensambladas en planta durante 2022 | Marcamos historia, página 59 |
| Propio | Histórico volumen de producción | Marcamos historia, página 59 |

**Renault
Group**