Reporte de Sustentabilidad

General Motors de Argentina
2009 • 2010

Reporte de Sustentabilidad

General Motors de Argentina
2009 • 2010

Presentación

Publicamos el segundo Reporte de Sustentabilidad de General Motors de Argentina con el objetivo de mantener la práctica de mostrar a nuestro público de interés el desempeño de nuestra operación en las áreas económica, ambiental y social. Es nuestro deseo alcanzar la visión global de General Motors de *"Diseñar, Fabricar y Vender los Mejores Vehículos del Mundo"* de una forma sustentable. Nuestras prioridades internas son los clientes, nuestros productos y servicios, actuar con velocidad, asumir riesgos y hacerlo con responsabilidad. Para ello, guiamos nuestros procesos a través de un modelo de mejora continua que nos permite planificar, actuar, revisar y corregir nuestras acciones para lograr el triple resultado mencionado.

Este informe refleja precisamente esta filosofía de mejora continua, ya que hemos agregado prácticas que nos han permitido incorporar temas prioritarios para varios de nuestros *stakeholders* a partir de charlas y encuestas que hemos generado para mejorar nuestro proceso de reporte. En este sentido, el primer ejercicio de GM Argentina recibió muy buenos comentarios, e incluso fue elegido como uno de los diez mejores del país por parte de un panel de expertos en RSE convocados por la revista *Mercado* a principios de este año.

Con estos antecedentes, nuestro desafío es presentar un nuevo reporte que refleje la gran tarea que todos y cada uno de los empleados de GM Argentina han realizado para mejorar nuestro desempeño. En materia económica, podemos destacar que a pesar de la grave crisis económica y financiera de nuestra corporación y de la industria en general durante 2009, las operaciones locales se mantuvieron sólidas gracias al nivel de producción y de ventas. Incluso, en 2009 se realizó una inversión que incluyó el financiamiento del Gobierno argentino para iniciar la producción de un nuevo modelo en nuestro Complejo Automotor de Rosario, lo que nos permitió generar a su vez nuevos empleos. En 2010, los excelentes resultados locales de la compañía nos permitieron saldar de forma anticipada, y pagando la totalidad de los intereses, el préstamo recibido del Gobierno argentino. Las ventas alcanzaron un récord histórico y nos convertimos en la terminal automotriz de mayor producción del país.

En el aspecto ambiental, en 2009 logramos que nuestra planta de motores fuera declarada "libre de residuos" o "*landfill-free*"; en 2010 instalamos lo último en tecnología de pintura, lo que nos permitió reducir al mínimo las emanaciones a la atmósfera; también instalamos un campo de compostaje para reciclar los residuos orgánicos generados por los restaurantes de nuestro complejo.

En materia social existen avances interna y externamente, incluida nuestra cadena de valor como parte primordial para alcanzar estas metas. Seguimos trabajando en la capacitación de nuestros empleados, convencidos de que GM Argentina es un gran lugar para trabajar gracias al talento humano con el que contamos. Estamos fomentando en nuestra red de concesionarios un programa de responsabilidad corporativa que en 2010 alcanzó una participación récord que duplicó la participación de concesionarios. Mantenemos nuestro contacto con organizaciones no gubernamentales que nos permiten focalizar nuestros recursos de voluntariado y económicos en la educación, eje rector de nuestras iniciativas más importantes para con la comunidad.

Los avances, sin duda importantes, son sólo un paso más en nuestra permanente búsqueda de mejora continua para lograr una gestión eficiente. No sólo queremos ofrecer una movilidad sustentable para las personas, también queremos hacerlo de una forma ética y responsable con nuestro entorno.

Bernardo S. García
Gerente de Comunicaciones
& Responsabilidad Corporativa de GM Argentina

Sobre el reporte

Dado que la transparencia en nuestra gestión corporativa es una cualidad que caracteriza a General Motors, invitamos a nuestros grupos de interés a conocer las actividades y novedades de GM durante el período 2009-2010 a través del presente Reporte de Sustentabilidad.

El objetivo de esta publicación es compartir con toda la comunidad las iniciativas más destacables y nuestra performance a nivel económico, ambiental y social. Al igual que en la primera edición, continuamos utilizando los lineamientos de la versión G3 de GRI (*Global Reporting Initiative*[1]) para el nivel de aplicación C.

En esta ocasión, sumamos tres instancias de mejora del proceso. En primer lugar, realizamos un informe de materialidad para enriquecer los contenidos de la presente publicación para contemplar no sólo los temas relevantes para la empresa sino también aquellos que lo son para nuestros grupos de interés. Asimismo, convocamos a representantes de nuestros empleados y de nuestra red de concesionarios para que, por medio del trabajo en grupos de enfoque, pudieran expresar sus opiniones sobre el primer reporte y sus expectativas para su nueva edición. Por último, hemos sometido nuestro informe al proceso de revisión de *Global Reporting Initiative*, y recibimos la confirmación del nivel de aplicación C de la norma G3.

Los principales temas identificados por los grupos de interés y contemplados en el presente informe son:

- Antigua GM *vs*. Nueva GM
- Pago del préstamo de ANSES
- Principales magnitudes económicas
- Fuente de trabajo: directa e indirecta
- Productos: proceso de diseño del auto
- Premios recibidos por el desempeño en 2009-2010
- Recursos Humanos: selección de personal local, reconocimiento y desarrollo del personal
- Salud y seguridad para el personal: ergonomía
- Desarrollo de la cadena de valor: buenas prácticas de los concesionarios
- Impacto ambiental de la producción
- Futuro desarrollo de vehículos más ecológicos

Para facilitar la lectura del reporte y aportar claridad, toda la información incluida ha sido debidamente clasificada y organizada en diferentes capítulos.

[1] www.globalreporting.org

Contenidos

Nuestra visión consiste en diseñar, fabricar y vender los mejores vehículos del mundo.

Presentación del reporte .4

GM y la sustentabilidad .8

- Entrevista a Sergio Rocha
- Perfil de la organización
- La formación de la Nueva GM
- General Motors Argentina
- Gobierno corporativo
- Código de conducta
- Conflictos, denuncias y sugerencias
- Grupos de interés

Desempeño económico .22

- Productos y servicios
- Sucesos destacados 2009-2010
- Producción
- Inversiones
- Ventas

Desempeño ambiental .28

- El medio ambiente y GM
- Programas ambientales
- Prevención de la contaminación
- Camino a cero
- El medio ambiente y nuestra gente
- Midiendo nuestro desempeño
- Uso de energía directa e indirecta
- Consumo de agua
- Reciclado y tratamiento de residuos
- Reducción de las emisiones
- Compartiendo nuestros conocimientos

Desempeño social .44

- Recursos humanos
- Compensaciones y beneficios
- Reconocimientos corporativos
- Ambiente de trabajo
- Diversidad
- Higiene, seguridad y salud ocupacional
- Relaciones con el sindicato
- Desarrollo de las personas
- Oportunidades de entrenamiento
- Capacitación de los empleados
- Reclutamiento y selección de personal
- Responsabilidad del producto
- El medio ambiente y los productos GM
- Relaciones con la comunidad
- Programa de voluntariado
- Cadena de valor

Tabla de indicadores GRI .78

Encuesta .81

Nuestro objetivo es lograr una mayor reducción del consumo de combustibles y una mayor eficiencia energética en todos nuestros productos.

GM y la sustentabilidad

Entrevista a Sergio Rocha, Presidente y Director Ejecutivo de General Motors de Argentina, Uruguay y Paraguay

1. ¿Cómo se integra la sustentabilidad al negocio de GM?

Para General Motors, el concepto de sustentabilidad es muy claro: hay que tener competitividad para garantizar la sustentabilidad. Una primera consideración es que un negocio nos permitirá ser sustentables a largo plazo sólo si se contempla el aspecto económico pero también el ambiental, que es un aspecto fundamental. GM ha invertido mucho para la reducción del uso de combustibles fósiles. En la última década, la economía de combustible de nuestro portfolio de productos ha mejorado un 280% en promedio.

Otro aspecto relevante en la dimensión social es la seguridad pasiva y activa de nuestros vehículos. En la actualidad, los dispositivos y equipamientos de seguridad están cada vez más presentes en toda la línea de productos. Antes el airbag estaba en un auto de alta gama; hoy producimos en la Argentina un auto como el Agile, que ofrece los dos airbags –para conductor y acompañante–, opción de ABS y otros dispositivos de protección. Todo ello significa, ni más ni menos, que cuidar y respetar el valor de la vida de los clientes Chevrolet.

2. ¿Cuáles son los principales aportes e impactos de una empresa como GM al desarrollo sustentable?

En GM estamos convencidos de que no hay otro camino más que la sustentabilidad. Desde el punto de vista tecnológico, y teniendo en cuenta el trabajo en nuestros cinco centros de diseño (Alemania, Australia, Brasil, Corea y los Estados Unidos), desarrollamos día a día productos que contemplan la protección del medio ambiente: reducción de emisiones, economía de combustibles, etcétera.

Otro pilar fundamental de nuestro plan de sustentabilidad es la educación, a la que dividimos en tres ejes: educación vial, educación ambiental y educación profesional. En educación vial trabajamos muy cerca de diversas ONG para reforzar la seguridad de peatones y conductores; en educación ambiental, hacemos foco especialmente en nuestra Planta, enseñando a nuestra gente a trabajar en el reciclado y la recolección selectiva; y por último, promovemos la educación profesional a través de la capacitación técnica que ofrecemos a diferentes públicos.

3. ¿Qué desafíos y oportunidades asociados a la sustentabilidad se presentan para GM?

Nuestra visión hacia el futuro está concentrada en lograr una mayor reducción del consumo de combustibles y mayor eficiencia energética en todos nuestros productos. El mapa de tecnologías de propulsión avanzada de GM refleja nuestra preocupación por la diversidad energética. Hoy se usa petróleo en los motores de combustión interna, siguen los biocombustibles –como el etanol y el biodiesel–, hay una tercera generación integrada por los vehículos eléctricos y, en cuarto lugar, se encuentran los que funcionan a base de hidrógeno. Nuestra planta de Rosario, provincia de Santa Fe, fue la primera en producir motores Euro IV y también Flex, o sea, motores que pueden ser utilizados con etanol o nafta indistintamente, que se exportan a Brasil. Allí tenemos la tecnología y el conocimiento, fabricamos y exportamos.

En el orden global, en 2010 lanzamos en los Estados Unidos el Chevrolet Volt, un vehículo eléctrico de autonomía extendida, que fue elegido "Auto del Año" por la prensa especializada norteamericana y es una muestra de la tecnología de GM y de la tendencia en ese sentido. Creemos que podemos reinventar la industria automotriz con el Chevrolet Volt; esta es nuestra apuesta y nuestra convicción. El último eslabón en ese sentido son las celdas de hidrógeno, en cuyo caso, la única emisión resultante sería el vapor de agua.

Pasando a las oportunidades, creemos que en Argentina el mercado automotor va a seguir creciendo. Nosotros tenemos planeado renovar por completo nuestro portfolio de productos en los próximos tres años, lo cual sin dudas significa realizar inversiones adicionales en el país para la contratación de gente nueva que se incorpore a GM: eso también significa desarrollo social.

4. ¿Cuáles son los factores o riesgos que podrían afectar el trabajo de GM en torno a la sustentabilidad?

Una barrera que afrontamos para desarrollar nuestro mapa de energía es el costo, pero no desistimos de nuestro objetivo. Los costos estructurales, que hoy se presentan como una dificultad, seguramente dejarán de serlo con las futuras generaciones de tecnología. En este punto, creemos que el principal desafío es alcanzar un acuerdo entre la industria automotriz, proveedores, sindicatos y gobiernos para favorecer el desarrollo de tecnologías competitivas en cuanto a emisiones, seguridad y protección ambiental. Esto permitirá que los productos sean accesibles. A veces me preocupa la exigencia de la inmediatez, que se transforma en una barrera del contexto que no deja ver el futuro. Proteger el medio ambiente no es una opción sino una obligación, y por lo tanto hay que actuar con liderazgo: tener una visión de largo plazo, planear a mediano plazo y ejecutar a corto plazo.

Perfil de la organización

En General Motors Argentina valoramos la integridad para hacer negocios, el trabajo en equipo y la mejora continua de nuestros procesos.

Desde 2010, a partir de la reestructuración de la compañía, el trabajo de todos los que integramos General Motors está orientado hacia cuatro "Prioridades Culturales".

- **Enfoque en el cliente y los productos**
  Crear vehículos que los clientes aspiren a comprar, construir marcas de las que se sientan orgullosos y ofrecerles una experiencia incomparable como propietarios.
- **Responsabilidad**
  Comprometerse personalmente para obtener resultados: propios, los del equipo y los de GM.
- **Velocidad**
  Actuar con rapidez y decisión para obtener resultados.
- **Toma de riesgos**
  Asumir riesgos que valgan la pena, experimentar y renovarse para lograr más de lo que se creía posible.

Estas cuatro Prioridades Culturales conforman el eje de diferentes políticas y programas de la compañía, como así también el de nuevas iniciativas implementadas que facilitan y promueven el cambio cultural interno.

GM GLOBAL

Casa Matriz
Detroit, Michigan, Estados Unidos

Producción
en 30 países

Comercialización
en más de 120 países

Facturación (en miles de millones de dólares)
2009: 104,1 **2010:** 135,4

Unidades vendidas
2009: 7.500.000 **2010:** 8.400.000

Empleados
2009: 252.000 **2010:** 202.000

LA FORMACIÓN DE LA NUEVA GM
por Sergio Rocha

La crisis inmobiliaria en Estados Unidos entre 2007 y 2008 terminó generando una recesión muy importante que impactó en la industria automotriz, y en el caso de GM nos afectó de manera significativa. Ante esa situación, la corporación decidió trabajar en una reestructuración profunda. Todos los líderes que participamos de dicho proceso coincidimos en que requirió un gran sacrificio: de la gente que perdió el empleo, de la gente que se quedó en la empresa y que perdió a sus colegas; y también un sacrificio para los líderes, porque es un momento muy doloroso decidir quién se queda y quién se va. Encaramos esta tarea de manera profesional, apropiada y respetuosa. Entramos al proceso de *Chapter 11*[2] y en 40 días salimos de él, estuvimos muy bien preparados. En ese momento, GM Corporation se convirtió en GM Company –el nombre de la Nueva GM–, y continuamos trabajando en la reestructuración de las funciones y regiones.

No conozco ningún negocio desde la Revolución Industrial que haya tenido éxito sin dos factores: producto y gente. El balance de ambos nos respaldó para tener éxito en la reinvención de la Nueva GM, por supuesto con el apoyo del Tesoro del Gobierno de los EE.UU., el Banco de Desarrollo de Canadá y un acuerdo con el Sindicato Norteamericano de Trabajadores (UAW). Era una oportunidad única y no podíamos fallar. El resultado está a la vista: cada producto que lanzamos al mercado desde ese momento se ha vendido y mucho, porque lo hicimos bien. Nuestros vehículos ofrecen cuatro elementos básicos: tecnología, confort, diseño y seguridad, los cuatro pilares que conforman nuestra línea maestra.

Tras la reorganización de las regiones, se nombró un nuevo CEO, reestructuramos el directorio y seguimos capacitando y desarrollando a nuestra gente. En 2010, la corporación decidió crear GM Sudamérica, área que hoy se ha posicionado como una región importante en la que, por primera vez, se vendieron 5 millones de unidades; la marca Chevrolet superó el millón de unidades, alcanzó el 20% de participación de mercado en Sudamérica y finalizamos 2010 como líderes de ventas en cinco países de la región. Además, el presidente de nuestra región es el primer latino que ocupa el puesto de VP corporativo, lo que implica el reconocimiento de la región como un mercado clave en crecimiento.

En el caso de Argentina, el año 2010 fue muy bueno para la operación local: por primera vez, produjimos alrededor de 128.000 unidades. Cerramos el año como la automotriz número uno en producción del país y creamos mil nuevos puestos de trabajo, lo cual representa la creación de empleo, una clara apuesta al desarrollo de la industria automotriz en particular y a la economía del país en general. En definitiva, es una valiosa contribución al crecimiento socioeconómico de la Argentina en su conjunto. La visión de la Nueva GM es muy clara y directa. Nunca fue tan sencilla: ***"Diseñar, Fabricar y Vender los Mejores Vehículos del Mundo".***

Presidenta Cristina Fernández de Kirchner, ministra de Industria Débora Giorgi y Presidente de GM Sergio Rocha

[2] El Código de Bancarrotas de Estados Unidos contempla, entre muchas otras reglas, el "*Chapter 11*" o "Capítulo 11", que permite a la empresa la reorganización del negocio para que se convierta en uno rentable. De esta forma, las operaciones de la corporación se mantenían en el día a día, con la diferencia de que las decisiones de negocio debían ser aprobadas por la Corte de Bancarrotas. En 2009, GM Corporation solicitó a las autoridades de Estados Unidos iniciar los procedimientos del "*Chapter 11*" para lanzar una compañía renovada y altamente competitiva, construida exclusivamente sobre las partes más sólidas del negocio. Sólo algunas de las operaciones de GM en Estados Unidos fueron parte de este proceso, que permitió a la compañía seguir operando mientras preparaba su relanzamiento como una Nueva GM. Ninguna de las subsidiarias de GM en las regiones de Latinoamérica, África y Oriente Medio fueron incluidas en los procedimientos de "*Chapter 11*", por lo que continuaron operando normalmente durante este proceso.

El Complejo Automotor de General Motors es considerado como modelo industrial a escala mundial, ya que recibió y mantiene todas las certificaciones internacionales de medio ambiente y calidad desde el inicio de sus operaciones.

General Motors Argentina

En la actualidad, nuestra compañía cuenta con instalaciones desplegadas en cuatro puntos del país[3]:

- **Oficinas centrales** en la ciudad de Buenos Aires (Av. Leandro N. Alem 855, piso 2). Allí funcionan las áreas de Dirección General, Comercial, Ventas y Marketing, Posventa, Comunicaciones y Responsabilidad Corporativa, y Gobierno, entre otras.

- **Oficinas del Plan de Ahorro** en la ciudad de Buenos Aires (San Martín 344, piso 7). Desde allí se ofrece al público el sistema de ahorro para facilitar la adquisición de los vehículos de GM.

- **Complejo Automotor de General Motors** en Alvear, Rosario, provincia de Santa Fe (ruta nacional N° 9, km 278). Es el complejo industrial en el que se fabrican los automóviles Chevrolet Classic y Chevrolet Agile en todas sus versiones. En esta planta funcionan los departamentos de Manufactura, Abastecimiento y Logística, Relaciones Industriales, Planeamiento de Producto, Legales, Ingeniería de Producto, Finanzas y Sistemas de Servicios de Información, entre otros.

- **Centro de Distribución de Piezas y Depósito, y Centro de Capacitación Técnica.** Están ubicados en General Rodríguez (Ruta 24, km 20) y cubren una superficie de 10.000 metros cuadrados. Allí trabajan alrededor de 50 empleados de GM y diversos proveedores. El Centro de Distribución abastece de autopartes a toda la red de servicio Chevrolet y Suzuki en el país. El Centro de Capacitación Técnica, por su parte, es el lugar en el que se llevan adelante los cursos técnicos de los distintos vehículos de GM. Asimismo, es el ámbito en el que los técnicos de las concesionarias reciben capacitación y se los asiste a través del Centro de Atención Técnica.

[3] Para conocer la historia de GM en Argentina ver Reporte de Sustentabilidad 2007-2008

Gobierno corporativo

En GM asumimos el compromiso de trabajar con los más altos estándares en Gobierno Corporativo, responsabilidad, integridad comercial y liderazgo comunitario.

Nuestra estructura de Gobierno Corporativo cuenta con un directorio en el plano global (*Board of Directors*) que representa no sólo los intereses de los accionistas, sino que también es responsable ante los clientes, los empleados, los proveedores y las comunidades en las que operamos.

El Directorio Ejecutivo de General Motors Argentina está conformado por el Presidente y los Directores de Finanzas, Manufactura, Relaciones Industriales, Comercial y Posventa, y Logística y Abastecimiento. Su principal responsabilidad consiste en monitorear el correcto manejo de los negocios en el orden local y el cumplimiento de las políticas corporativas y los objetivos definidos por la conducción de la región sudamericana, así como fijar las pautas para el proceso de decisión y la ejecución de las estrategias corporativas.

El staff gerencial está integrado por el Directorio Ejecutivo, y se suman los gerentes de Relaciones Gubernamentales, Comunicaciones y Responsabilidad Corporativa, Legales, Planeamiento y Desarrollo de Producto, Ingeniería de Producto, Calidad y Tecnología de Información.

Estructura organizacional

Al ingresar a la empresa, los empleados firman la adhesión al Código de Ética, y anualmente se solicita que reconfirmen el cumplimiento de las reglas.

Código de conducta

Los principales lineamientos del Gobierno Corporativo se incluyen en nuestro Código de Conducta "*Winning with Integrity*"[4], al cual deben adherir todos los empleados sin distinción del cargo o función que desempeñen.

La última revisión se realizó en marzo de 2010, y los cinco ejes abordados incluyen:

- **Integridad personal**
- **Integridad en el ambiente de trabajo**
- **Integridad en el mercado**
- **Integridad en la sociedad y en nuestras comunidades**
- **Integridad hacia el medio ambiente**

Al ingresar a la empresa, los empleados firman la adhesión al Código de Ética, y anualmente se solicita que reconfirmen el conocimiento y cumplimiento de las reglas.

De esta forma, en GM promovemos la comprensión y compromiso con nuestros valores corporativos y con políticas que aseguran que todas nuestras operaciones se desarrollarán dentro de estrictos parámetros éticos.

[4] Se puede consultar la versión completa en http://investor.gm.com/corporate-governance/docs/Winning_With_Integrity.pdf

En GM promovemos una cultura de integridad que demanda conductas de negocio apropiadas: actuar correctamente es crucial para nuestra reputación y el éxito de nuestra empresa.

Conflictos de interés

En GM promovemos una cultura de integridad que demanda conductas de negocio apropiadas: actuar correctamente es crucial para nuestra reputación y el éxito de nuestra empresa. Por eso, parte de nuestra responsabilidad para consolidar la cultura de la Nueva GM consiste en reconocer, reportar y detener cualquier acción inapropiada.

El cuestionario "Conflicto de Interés" es una herramienta facilitada por GM para ayudar a los colaboradores a analizar aquellas situaciones que pudieran significar una amenaza para nuestra integridad.

Al igual que la adhesión al Código de Ética, completar este cuestionario es obligatorio para todos los empleados que trabajen con información confidencial crítica para el desarrollo del negocio, incluidos los integrantes del Directorio, de manera tal que se puedan comunicar cualquiera de las situaciones incluidas en él y actuar en consecuencia.

Gestión del riesgo

El área de Legales trabaja con todas las áreas de la empresa, promoviendo un contacto directo y un activo involucramiento con la operatoria del negocio, tanto en la planta de Rosario como en las oficinas de Buenos Aires. De esa forma, los abogados pueden encontrarse a disposición de las necesidades urgentes que pudieran surgir durante el transcurso de cada jornada laboral.

La intención principal es la de afianzar la prevención para evitar futuras contingencias: la cultura de prevención de riesgos se traduce también en instancias de capacitación tanto para el cliente interno como para el externo.

Asimismo, existe un Comité de Control de Emergencias integrado por miembros del staff gerencial y coordinado por el área de Relaciones Industriales para instrumentar acciones necesarias para responder a situaciones de emergencia dentro de las instalaciones de GM Argentina. El CCE realiza una reunión trimestral para revisar procedimientos y actualizar el "*Call Tree*", o cadena de llamados, para asegurar que todos los miembros de CCE estén informados durante una emergencia y puedan actuar con diligencia.

Denuncias

Todos los integrantes de GM tenemos la posibilidad de reportar reclamos e inquietudes sobre acciones que estén en contra de las políticas de nuestra empresa, así como posibles amenazas a la integridad. Para ello se puede optar por comunicarlo al supervisor, al área de Recursos Humanos o a través de una línea telefónica gratuita y en forma anónima –*GM Awareline*– que está disponible durante todo el año, las 24 horas.

Este servicio es confidencial y busca resguardar la identidad de las personas que reportan casos de fraude, robo, violencia o amenazas, discriminación, acoso sexual, uso inadecuado de los recursos de la compañía, conflicto de intereses en el sector compras o contabilidad y demás comportamientos que demuestren falta de ética en las conductas.

Para aportar mayor seguridad y comodidad, este servicio está manejado por una empresa externa a General Motors que documenta los llamados y los distribuye regularmente a un contacto de la compañía que deriva la denuncia y toma las decisiones correspondientes en cada caso.

El área de Relaciones Industriales revisa y verifica, con ayuda de Seguridad Patrominial y Auditoría, todas las unidades de negocio en donde se hayan denunciado riesgos potenciales de corrupción. Durante los años 2009 y 2010, no se reportaron líneas de investigación en ese sentido. En diciembre de 2010 pusimos en marcha una campaña de relanzamiento de nuestra línea abierta de denuncias para resaltar la importancia de reportar las malas conductas.

Sugerencias

Cada empleado de General Motors cuenta con medios adicionales para manifestar reclamos y/o sugerencias. Por ejemplo, para reportar cuestiones relacionadas con higiene y seguridad, los empleados cuentan con los reportes de incidentes y los análisis de riesgos. Además, los empleados pueden hacer uso del Plan de Sugerencias para reportar y/o proponer mejoras en relación con la seguridad, ergonomía, calidad, productividad y/o eliminación de desperdicios.

Grupos de interés

Nuestros grupos de interés son los públicos clave para nuestra empresa, definidos en función de tres criterios:

1. **Influencia:** se trata de aquellas personas que tienen o tendrán posibilidades de influir en el proceso de decisión o en el desempeño de GM.
2. **Cercanía:** son las personas con las que interactuamos cotidianamente o que viven o trabajan cerca de nuestras plantas.
3. **Dependencia:** incluye a todos aquellos que dependen de GM para su sustento o bienestar.

Para conocer sus opiniones y expectativas sobre nuestra empresa desarrollamos diferentes canales de comunicación que nos permiten mantener un contacto fluido con cada uno de estos grupos de interés.

Participación en Cámaras empresarias y Organizaciones no gubernamentales

En Argentina, participamos activamente en distintos foros y asociaciones con el fin de potenciar el crecimiento del mercado automotriz y fomentar el intercambio de ideas y experiencias con otras empresas y organizaciones de la sociedad civil.

- **ADEFA**
  Asociación de Fábricas de Automotores de la República Argentina
- **AMCHAM**
  Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina
- **IDEA**
  Intituto para el Desarrollo Empresarial de Argentina
- **FISFE**
  Federación Industrial de Santa Fe
- **CERA**
  Cámara de Exportadores de la República Argentina
- **CER**
  Cámara de Exportadores de Rosario
- **CIMPAR**
  Comisión Interempresaria Municipal de Protección Ambiental Región Rosario
- **MOVERSE**
- **Fundación MAS**
- **Fundación Compromiso**

Canales de comunicación

	Canal de comunicación	Frecuencia	Mecanismo para conocer expectativas y recibir *feedback*
Clientes	Red de Concesionarias	Diario	Llamadas telefónicas, mails
	Foro La Voz del Cliente	Semanal	Escuchas telefónicas y análisis
	Centro de Atención al Cliente Chevrolet y Suzuki	Diario	Llamadas telefónicas, mails (consultas, reclamos)
	Servicio de Posventa	Diario	Llamadas telefónicas, mails
Empleados	Carta del presidente de GM	Mensual	Canal unilateral
	Intranet - My Sócrates	Diario	Canal unilateral
	8 hojas (periódico interno)	Frecuente	Canal unilateral
	Periódico en cartelera	Semanal	Canal unilateral
	Correo electrónico	Diario	Intercambio de mensajes
	Reuniones de Cafecito	Frecuentes	Diálogo directo con empleados

3300 empleados trabajan en forma directa para General Motors Argentina.

	Canal de comunicación	Frecuencia	Mecanismo para conocer expectativas y recibir *feedback*
Empleados	Reunión de Comité Ejecutivo	Semanal	Diálogo directo
	Reunión de Staff	Semanal	Diálogo directo
	Reunión de Gerentes	Trimestral	Diálogo directo
	Reunión de Coordinadores	Diaria	Diálogo directo
	Reunión de Producción	Diaria	Diálogo directo
	Reuniones de resultados (con empleados administrativos)	Trimestral	Sesión de preguntas y respuestas
	Reuniones de resultados (con empleados bajo convenio)	Semestral	Sesión de preguntas y respuestas
Proveedores	Reuniones	Mensual	Diálogo directo
	Visitas a planta	Frecuente	Diálogo directo
	Eventos (Certificado de Mérito)	Anual	Diálogo directo
	Web Supply Power	Permanente	Consultas
	Reunión de Calidad	Trimestral	Diálogo directo
Concesionarios	Correo electrónico (envío de circulares comerciales, lista de precios, com. varias)	Semanal	Mails
	Portal *GM Global Connect*	Diario / semanal	Canal unilateral
	Portal *GM Academy*	Diario	Canal unilateral
	Portal Club de Líderes - El Podio	Diario	Canal unilateral
Autoridades	Reuniones	Semanales	Diálogo directo
	Correo electrónico	Semanal	Consultas
	Llamadas telefónicas	Semanales	Consultas
	Participación en cámaras empresariales	Semanal / mensual	Diálogo y participación
Periodistas	Correo electrónico (envío de comunicados de prensa)	Diario / semanal	Consultas y publicaciones
	Web GM Media	Diario / semanal	Consultas y publicaciones
	Eventos para prensa (lanzamientos de productos, *test drives*, conferencias, etc.)	Frecuentes	Diálogo directo
	Llamadas telefónicas	Diario / semanal	Consultas
	Requerimientos de prensa	Diario	Publicaciones
Sindicato	Reuniones	Semanal / mensual	Diálogo directo
Comunidad	Programas y acciones de Responsabilidad Corporativa	Frecuentes	Cartas de agradecimiento, mails, encuestas de satisfacción
	Reuniones	Frecuentes	Diálogo directo
	Donaciones	Frecuentes	Cartas de agradecimiento, mails
	Programa de visitas a planta	Semanal	Encuesta de satisfacción
	Web Chevrolet	Diario	Consultas

Desempeño económico

2009 • 2010 en cifras

Producción

127.818

UNIDADES PRODUCIDAS EN 2010: UN VOLUMEN QUE NOS CONVIERTE EN LA TERMINAL DE MAYOR PRODUCCIÓN DEL PAÍS.

Trabajadores

1050

COLABORADORES NUEVOS CONTRATAMOS EN 2009/2010, EN UNA APUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ Y DE LA ECONOMÍA ARGENTINA.

Exportaciones

78.000

UNIDADES CHEVROLET FUERON EXPORTADAS EN 2010 A DIFERENTES PAÍSES DE LA REGIÓN.

Patentamientos

100.000

FUERON LAS UNIDADES PATENTADAS EN EL AÑO 2010.

Inversiones

$ 500.000.000

MÁS DE 500 MILLONES DE PESOS FUE LA INVERSIÓN ANUNCIADA EN 2007 Y MATERIALIZADA EN 2009 PARA LA NUEVA LÍNEA DE PRODUCCIÓN DEL CHEVROLET AGILE EN EL COMPLEJO AUTOMOTOR DE GM EN ALVEAR, ROSARIO, SANTA FE.

NUESTRA FILOSOFÍA DE TRABAJO

El proceso de fabricación de General Motors Argentina se rige por el Sistema Global de Manufactura (GMS), un riguroso sistema que busca integrar los mejores procesos, prácticas y tecnologías en la producción de vehículos. El GMS basa su efectividad en el cumplimiento de cinco principios. Son los siguientes:

- Compromiso
- Estandarización
- Calidad
- Menor tiempo de ejecución
- Mejora continua

Productos y servicios

En General Motors Argentina realizamos la comercialización de la marca Chevrolet en el país. Un importante porcentaje de nuestra producción de vehículos, piezas y autopartes también se exporta a varios países de la región, en especial a Brasil, Uruguay y Paraguay.

Contamos con una extensa red de concesionarios distribuida en todo el país a cargo de la venta y promoción de nuestro portfolio de vehículos. Además, tenemos un abanico de servicios a disposición de nuestros clientes organizado en tres unidades de negocio:

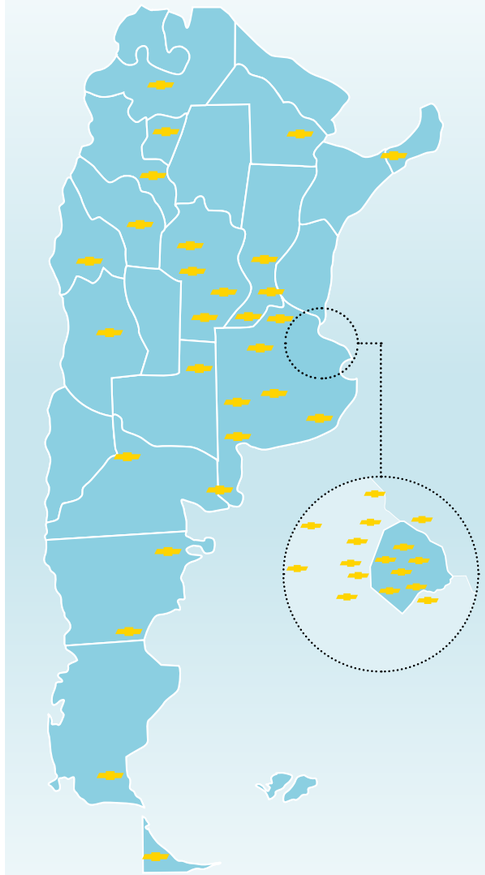
- **Servicio de posventa**
  Es el área encargada de comercializar nuestros repuestos, servicios y accesorios. Cuenta con personal altamente calificado para asistir a nuestros clientes en el mantenimiento de sus autos en excelentes condiciones.

- **AC Delco**
  Es una unidad de negocio especializada en la venta de repuestos tales como baterías, filtros, lubricantes y bombas de agua para el mantenimiento de vehículos multimarca. Opera por medio de una amplia red de distribuidores en todo el país y abastece a las principales casas de repuestos en el plano nacional.

- **Plan de Ahorro Chevrolet**
  Es un área financiera especializada en ofrecer el sistema de ahorro previo que nuestra compañía pone a disposición del público para facilitar la adquisición de vehículos de nuestra línea. El plan funciona mensualmente adjudicando un vehículo por licitación y otro por sorteo en cada grupo activo.

Oficinas de Plan de Ahorro en Buenos Aires

Red de concesionarios Chevrolet



Sucesos destacados 2009-2010

- En octubre de 2009 concretamos la inversión de más de $ 500 millones para la nueva línea de producción del Chevrolet Agile, en el Complejo Automotor General Motors en Alvear, Rosario, Santa Fe.
- Entre junio y noviembre de 2010 anunciamos la cancelación total del préstamo por el que se abonaría a ANSES la suma total de $ 320,5 millones, entre capital e intereses.
- El Chevrolet Classic fue el auto de fabricación nacional más vendido en 2009 y 2010.
- En 2010 alcanzamos las 100.000 unidades patentadas en un solo año.
- Fuimos reconocidos con el "Premio a la Producción Automotriz 2009" que otorga el programa radial *Alta Performance*, en Radio Splendid (AM 990).
- Recibimos la distinción "Responsabilidad Social Comunicativa 2010" por el programa "Futuro Sobre Ruedas".
- El Chevrolet Cruze logró tres premios en el año 2010. Fue reconocido como el "Mejor Auto Importado de 2011", por parte de las revistas *Auto Test* y *Parabrisas*, y como el "Auto Más Seguro del Año", por CESVI Argentina.

General Motors Argentina es un actor relevante en la industria local. Actualmente, empleamos alrededor de 3300 personas en forma directa y generamos más de 14.000 empleos indirectos en todo el país a través de nuestra red de concesionarios y de la cadena de abastecimiento.

Producción

El moderno Complejo Automotor de General Motors localizado en Alvear (Rosario, provincia de Santa Fe) se inauguró el 11 de diciembre de 1997. Durante los años 2009 y 2010 se realizaron obras que le permitieron expandir su capacidad de producción e instalar los últimos avances en tecnología en sus diferentes plantas, manteniendo así su vigencia como uno de los complejos productivos más modernos y ecológicos de Latinoamérica.

En esta planta se fabrican las diferentes versiones de los modelos Chevrolet Classic y Agile. El volumen de producción de 2010 alcanzó el récord histórico de 127.818 unidades, suficiente para convertirnos en la terminal de mayor producción del país.

Además de comercializar la marca Chevrolet en Argentina, exportamos un significativo porcentaje de vehículos, piezas y autopartes a distintos países de la región: más del 60% de la producción tiene como destino la exportación a mercados que incluyen los de Brasil y Uruguay.

Inversiones

En junio de 2009, el Gobierno argentino nos otorgó un crédito por 259 millones de pesos para financiar parte de la inversión de más de 500 millones de pesos para la nueva línea de producción del Chevrolet Agile en el Complejo Automotor de GM en Alvear, Santa Fe.

Dicho préstamo no sólo permitió mantener el cronograma de implementación para la fabricación del nuevo modelo, sino que además contribuyó a generar 1050 puestos de trabajo, incrementar las compras locales anuales en un 50% y ampliar las instalaciones de nuestra planta en un 20%.

Gracias al trabajo en equipo de los 3300 empleados de la compañía y al éxito de ventas del Chevrolet Agile en el país y en los mercados de exportación, en junio de 2010 pudimos cancelar anticipadamente el 50% del préstamo de ANSES y en noviembre de 2010 anunciamos la cancelación de la mitad restante, tres años antes de que venciera el plazo.

Con la cancelación total del crédito, General Motors de Argentina abonó a ANSES $ 320,5 millones entre capital e intereses. Hasta diciembre de 2010 ya se han producido más de 100.000 vehículos del nuevo Chevrolet Agile, 85.000 de los cuales han sido exportados.

1050 nuevos puestos de trabajo se generaron en el período 2009-2010 gracias al préstamo del Gobierno argentino.

Ventas

Estos son los vehículos que comercializamos en el país

Autos

Chevrolet Cruze

Ícono del nuevo lenguaje de diseño global de Chevrolet, representa un antes y un después en la historia de la marca. El diseño, la seguridad, la tecnología y el confort del Cruze permiten que establezca nuevos parámetros de referencia para todo su segmento.

Chevrolet Spark

Un auto innovador, con dimensiones ideales para la ciudad pero con un amplio y cómodo exterior. Pensado para las generaciones jóvenes, con características urbanas, divertido y deportivo, el Spark traza el futuro de la marca en cuanto a diseño.

Chevrolet Captiva

Esta SUV se caracteriza por un gran diseño exterior. Se trata de un vehículo robusto, moderno y con aire deportivo.

127.818 unidades se produjeron en el año 2010, un récord histórico que nos posiciona como la terminal automotriz de mayor producción de Argentina.

Autos

Chevrolet Agile

Fabricado exclusivamente en la planta de General Motors en Rosario, este modelo se ha convertido en un éxito de exportación.

Chevrolet Aveo

Referente de Chevrolet a nivel mundial, es uno de los sedanes más vendidos del país. Combina elegancia y diseño moderno, calidad y óptimas dimensiones, asegurando un alto nivel de confort.

Chevrolet Vectra

Un auto que conjuga elegancia, prestigio y confort de una manera única.

Pick-ups y 4x4

Chevrolet S-10

Con un diseño que combina potencia, confiabilidad y confort, esta pick-up es un referente del campo argentino por su robustez y potencia.

Chevrolet Classic

En 2010 fue el auto de producción nacional más vendido en el país por segundo año consecutivo. Por su confiabilidad, calidad y equipamiento, ofrece la mejor relación precio-producto.

Chevrolet Astra

Deportivo, confortable y, fundamentalmente, confiable, el Astra se convirtió en un referente dentro de su segmento.

Monovolumen

Chevrolet Meriva

Primer monovolumen compacto de la Argentina. Dueño de un diseño multipremiado internacionalmente, permite conseguir una habitabilidad sorprendente y un alto nivel de confort.

Chevrolet Montana

Basada en la arquitectura VIVA, fue ideada y diseñada desde sus orígenes como una pick-up. De diseño robusto y moderno, cuenta con gran espacio interior y un equipamiento sorprendente para la categoría de las pick-ups chicas, pero fundamentalmente con lo más importante que tiene que tener un vehículo comercial de estas características: aptitud para el trabajo y capacidad de carga.

Desempeño ambiental

2009 • 2010 en cifras

Emisión de Compuestos Orgánicos Volátiles (VOC)

↓ 15%

FUE LA REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES DE VOC EN 2009 Y 2010 GRACIAS A DIFERENTES MEDIDAS IMPLEMENTADAS EN LA PLANTA DE GM.

Residuos compostados

↑ 10.000

KILOGRAMOS DE RESIDUOS FUERON TRATADOS EN NUESTRA PLANTA DE COMPOSTAJE DURANTE EL AÑO 2010.

Inversiones para la sustentabilidad

$ 250.000

MÁS DE US$ 250.000 SE INVIRTIERON DURANTE EL PERÍODO 2009-2010 PARA EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE.

Consumo de agua

↓ 20%

FUE LA REDUCCIÓN DEL VOLUMEN DE AGUA CONSUMIDA EN 2010: UN 20% RESPECTO DEL PERÍODO ANTERIOR.

Consumo de energía directa

↓ 45%

SE REDUJO EL CONSUMO DE ENERGÍA DIRECTA, VINCULADO AL CONSUMO DE GAS NATURAL, POR UNIDAD PRODUCIDA.

Reciclado de residuos

↑ 98%

FUE EL PORCENTAJE DE RECICLADO ALCANZADO EN 2010 EN NUESTRA PLANTA DE PRODUCCIÓN DE ROSARIO.

Los Criterios Ambientales de General Motors Company son revisados año a año con el objetivo de hacer más cuidadosas y estrictas las normas ambientales internas de GM.

El medio ambiente y GM

La gestión ambiental de General Motors pasó en 2009 y 2010 por modificaciones que permitieron fortalecer su estructura y su funcionamiento para cumplir el objetivo de articular la actividad productiva con el cuidado del medio ambiente y la utilización eficiente de los recursos. Para ello realizamos importantes inversiones en infraestructura, laboratorio, equipamientos, recursos humanos y capacitación ambiental.

Principios ambientales

Los principios ambientales de GM Company fueron lanzados en el año 1991 y marcan la dirección a seguir en materia ambiental para todas las plantas de General Motors en el mundo.

Como empresa socialmente responsable, GM contempla la integración de prácticas que aseguran la protección ambiental en la toma de decisiones diarias. De esta manera se involucra en la protección de la salud humana, los recursos naturales y el ambiente global, lo que significa una dedicación que supera el cumplimiento del marco legal aplicable.

Los principios ambientales proporcionan una guía para el personal de General Motors en la conducción de sus prácticas diarias de negocios[5].

Pilares de trabajo

Nuestra gestión ambiental continúa consolidándose cada vez que se suceden los ciclos de mejora continua previstos. En este período hemos realizado la modificación de nuestra Política Ambiental de forma de abordar nuevos desafíos: la sustentabilidad del negocio y la asimilación de la producción limpia. Nuestro compromiso con la gestión ambiental y sustentable de las operaciones se evidencia en el mantenimiento y continuación de nuestros pilares de trabajo, su evaluación crítica, los esfuerzos puestos en su avance y el logro de los objetivos.

Criterios de desempeño ambiental[6]

Buscamos uniformar el desempeño ambiental de las operaciones sin importar el lugar en el que se desarrollan, dando cumplimiento a los requisitos legales existentes en cada base de operaciones de todo el mundo.

Plan de negocios

Al igual que en el período anterior, el Plan de Negocios de la compañía se encuentra dividido en seis categorías –Seguridad, Calidad, Desarrollo de las personas, Capacidad de respuesta, Costos y Medio ambiente–, y cuenta con la definición de metas, objetivos y métodos para lograr su cumplimiento.

A comienzos del año calendario se fija cada una de las metas y los objetivos que se tendrán que cumplir a lo largo del período: se utiliza el principio *Plan-Do-Check-Act*, el ciclo de mejora continua de Deming para el planeamiento estratégico.

Mes a mes nos reunimos área por área y con toda la planta, para evaluar el plan de negocios y analizar su evolución en lo que respecta al medio ambiente. Esta dinámica nos permite revisar constantemente nuestro desempeño, y nos lleva a identificar los desvíos en la operatoria y gestión.

[5] Más información sobre los principios ambientales en página 23 del Reporte de Sustentabilidad 2007-2008.

[6] Para más información sobre los criterios de desempeño ambiental, consultar el Reporte de Sustentabilidad 2007-2008.

Plantado de árboles en el Día del Medio Ambiente.

Planta de tratamiento de efluentes.

Todos los que trabajamos en GM aplicamos nuestro máximo empeño en las tareas del día a día con el objetivo de mantenernos en un nivel de excelencia en la gestión y operación.

Sistema de Gestión Ambiental

Basado en la norma ISO 14.001 y contando con especificaciones para nuestras operaciones, el Sistema de Gestión Ambiental (SGA) nos permite enfocar nuestros esfuerzos en identificar las oportunidades de mejora y consolidarlas como fortalezas.

Durante el transcurso de estos dos años hemos realizado dos auditorías de mantenimiento del SGA por un tercero independiente: los resultados demuestran que el sistema posee robustez y evidencian la mejora continua en áreas como manejo de residuos, procesos, capacitación y el compromiso de los proveedores que trabajan en General Motors Argentina.

Como entrenamiento en el Control de Emergencias pedido por la Norma ISO 14.001, anualmente probamos nuestro Plan Maestro para Contingencias, que cuenta con instrucciones de trabajo para abordar situaciones de emergencia, con la participación de los bomberos zonales.

Buenas prácticas

A través de la modalidad *e-learning*, la compañía entrena mensualmente a los ingenieros ambientales de todas las plantas de GM en el mundo. También con periodicidad mensual se comparten las “buenas prácticas ambientales” en conferencias de los especialistas en temas ambientales de GM.

En 2010, la planta de motores del complejo General Motors en Rosario fue declarada libre de residuos.

Programas ambientales

Gerenciamiento de químicos

Llevando a la práctica la filosofía de extender la vida útil de los productos químicos, trabajamos con el Gerenciamiento de Químicos como parte del programa Producción Más Limpia. Este programa cuenta con el permanente soporte del laboratorio, responsable de analizar y evaluar la calidad de las materias primas en función del tiempo de operación y de la calidad de las piezas fabricadas.

El Programa de Gerenciamiento de Químicos avanzó en el período reportado en este informe y alcanzó el nivel más alto de cumplimiento en la escala de implementación. Esto implica la máxima participación del proveedor en el gerenciamiento de los insumos: se deja atrás una etapa de adquisición de insumos para pasar a una de mayor responsabilidad del proveedor dentro de la operatoria de la planta.

Al mejorar la eficiencia en el uso del material se reducen directamente los residuos generados, uno de los objetivos de este programa ambiental.

Planta de GM en Rosario, Santa Fe.

Gerenciamiento de recursos

El programa de Gerenciamiento de Recursos continuó sus actividades durante el lapso de estos dos años, avanzando de la fase 1 a la fase 2. Este cambio implica la profundización del desempeño y de las mejoras ambientales, tales como la separación de una mayor cantidad de corrientes de residuos.

El fundamento de este programa radica en considerar el residuo una materia prima que puede transformarse en un nuevo producto: a diferencia de las antiguas filosofías de gestión de residuos, que priorizaban la disposición final de los residuos frente a su reducción, el sistema actual de GMA trabaja en la fuente de generación del residuo, buscando priorizar las oportunidades de reducirlo o de no generarlo.

Como segunda instancia se procura viabilizar el reuso: un ejemplo de esto es la utilización de *thinner* para limpiar las paredes de las cabinas de pintado.

En tercer lugar se intenta realizar el reciclado, una metodología mediante la cual hoy gestionamos muchas variedades de plásticos de embalajes que posteriormente se reciclan para fabricar nuevos elementos.

En el caso de no resultar posibles las anteriores actividades, buscamos obtener la recuperación de energía, ejemplificada en la utilización de los restos de madera como fuente calórica para generar aire caliente para sanitizar los nuevos embalajes que serán utilizados, tal como se requiere para las exportaciones.

La última alternativa que consideramos dentro de nuestra estrategia es la disposición final, con el objetivo de ir disminuyendo hasta cero nuestros envíos de residuos a rellenos, lo cual implica trabajar constantemente en la no generación o valorización de todas las corrientes residuales.

En nuestra Eco Isla, que actúa como base de operaciones del proceso de gerenciamiento de recursos, se acondicionan los residuos como insumos para ser vendidos: dejar de ver los residuos como desechos es el primer paso hacia el camino del reciclaje.

El criterio utilizado para la construcción de la Eco Isla consideró la maximización de los potenciales de los materiales; por ende, se prioriza su cuidado para su comercialización. Por ese motivo se realizaron dos naves para almacenar los materiales que serán vendidos de forma de no afectar su calidad: por ejemplo, en el caso de humedecerse, el cartón se convierte en un material de segunda calidad, lo que reduce su valor de venta en el mercado.

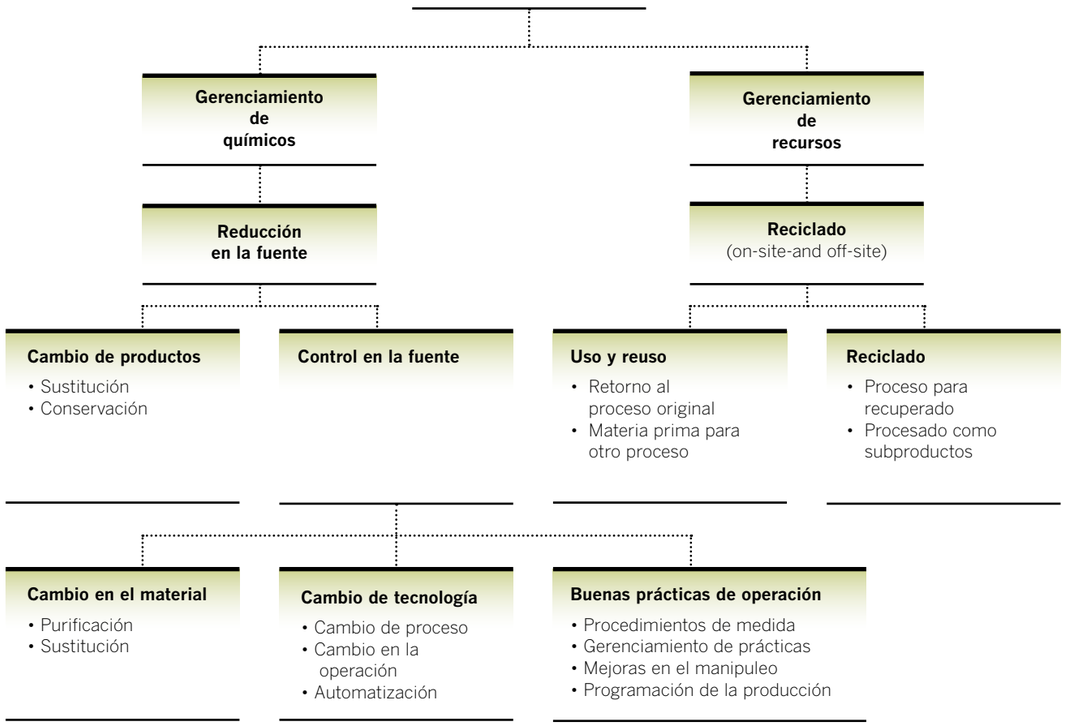
Prevención de la contaminación

Los programas de Gerenciamiento de Químicos y de Recursos se complementan en la búsqueda de la minimización de los impactos y la prevención de la contaminación, ya que mientras uno actúa en la prevención de la generación de residuos en la fuente, el otro lo hace en la optimización del recurso una vez generado.

Gerenciamiento de energía

Durante estos dos años también continuamos enfocándonos en este pilar, entendiendo la necesidad de reducir el consumo para minimizar los costos ambientales vinculados a la producción y la huella de carbono asociada a nuestra actividad productiva. Hemos desarrollado, desde el Comité de Ahorro de Energía, diversas campañas de concientización y boletines informativos en los que abordamos no sólo el uso racional de la energía, sino también la conservación del agua, el gas y el aire comprimido.

Técnicas de prevención de la contaminación - Reducción de residuos



Camino a cero

Durante el período reportado también avanzamos en la implementación de la estrategia corporativa "*Road to Zero*", que busca minimizar la generación de agentes contaminantes y residuos. Esforzándonos por alcanzar nuestro objetivo, durante este período hemos realizado actividades sobre distintos ejes:

- **Reducción de compuestos volátiles orgánicos (VOC).** Mediante el pintado por lotes de colores y el cambio de solventes por otros de base acuosa logramos minimizar la cantidad de solventes utilizados para la limpieza, con la consecuente reducción de emisiones de VOC en un 15% entre 2009 y 2010.
- **Reducción de residuos peligrosos y residuos no reciclables (NRW).**
- **Reducción de la cantidad de agua como efluente.**
- **Aumento en la clasificación de reciclados:**

Residuos no peligrosos	Residuos de papel	Residuos de cartón
Residuos peligrosos	Residuos patológicos	Residuos plásticos
Residuos metálicos	Tubos y lámparas fluorescentes agotados	Residuos orgánicos (yerba, café, té, restos de comida)
Residuos líquidos	Residuos de madera	Elementos de seguridad para reciclar
Residuos de embalaje	Pilas y baterías agotadas	Residuos vegetales

Algunas de estas categorías permiten realizar una discriminación aún mayor:

- Plástico de embalaje
- Plástico rígido
- Plástico rígido con insertos metálicos
- Plástico rígido con insertos metálicos y restos de uretanos
- Aluminio limpio
- Aluminio con plástico
- Cobre limpio
- Cables (cobre más plástico)
- Bronce limpio
- Restos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)
- Telgopor
- Restos de poda
- Residuos de demolición
- Vidrio, cerámica y goma rotos

Logros del período 2009-2010

En el período reportado avanzamos en el tratamiento de todos los residuos vegetales de los comedores de la planta de Rosario mediante la instalación de una planta de compostaje. Además, gracias a la sustitución de los vasos descartables por otros reciclables de policarbonato en los comedores de la planta hemos evitado el envío de 1.500.000 vasos al año al relleno sanitario.

La detección de oportunidades de reciclaje sigue siendo el desafío más grande que tenemos para el próximo período, ya que las mejoras requieren contar con la participación de nuestro personal en la identificación de innovadoras oportunidades de reducción en la fuente de generación del residuo. Para ello se están realizando campañas de concientización sobre la importancia de separar los residuos.

También continuamos aplicando la filosofía de Mantenimiento Productivo Total (TPM), de forma de reducir desperdicios y aumentar eficiencias de proceso.

El medio ambiente y nuestra gente

Capacitación de los empleados

Renovamos nuestro compromiso con la formación de nuestros equipos de trabajo tanto en el plano local como mediante su participación en actividades a distancia de alcance global.

Asimismo, seguimos realizando entrenamientos para situaciones de emergencia: incendios, derrames, accidentes, etcétera. En estos simulacros evaluamos la efectividad de los procedimientos y el funcionamiento de los equipos.

Durante el año 2010 hemos desarrollado una capacitación en ISO 14.001 y Auditores Internos de Medio Ambiente, lo que nos permitió contar con 30 auditores internos en ISO 14.001.

Comunicaciones internas

Se mantienen vigentes los mecanismos de comunicación con nuestros equipos de trabajo: las líneas de formación ambiental –boletines, transmisiones vía satélite, reuniones regionales– y el sitio de intranet.

Gerenciamiento de proveedores

Dada la existencia de nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA), es requerimiento de la norma ISO 14.000 la participación e involucramiento de nuestros proveedores en dicho sistema a través de las auditorías internas[7].

Esto significa que, para ser proveedor de GM, es preciso alinearse con la Política Ambiental de GM de Argentina, y que el propio proceso de evaluación de proveedores valora positivamente la existencia de un SGA.

Las auditorías externas realizadas en el período no han detectado "no conformidades" sobre el sistema. También nuestros proveedores van identificando periódicamente oportunidades de mejora que nos permiten afianzar la gestión conjunta y los aprendizajes.

Adicionalmente, participamos a nuestros proveedores de las actividades de capacitación que consideramos necesarias para su formación. De esta forma buscamos involucrar a nuestros proveedores directos en el cuidado y la concientización ambiental.

Como medida de minimización del impacto asociado a nuestras actividades logísticas, que se encuentran tercerizadas en su totalidad, continuamos requiriendo la presentación del certificado de Verificación Técnica Vehicular en las flotas de vehículos. De esta manera buscamos asegurarnos que las emisiones de éstos se encuentren verificadas y dentro de los parámetros legales.

En el caso de las actividades de transporte de residuos y piezas, procuramos maximizar la relación de carga transportada por combustible consumido.

[7] Estos proveedores, que se encuentran dentro de nuestra planta, están avanzando en la implementación de la norma ISO 14.000. Continúan siendo cuatro los que cuentan con dicha certificación.

ISO 14.001 Para ser proveedor de GM es preciso alinearse con la Política Ambiental de GM de Argentina.

Midiendo nuestro desempeño

Para evaluar la implementación de nuestra estrategia y el cumplimiento de nuestros objetivos, medimos el desempeño de nuestra gestión ambiental. Tal como en períodos anteriores, los indicadores son establecidos por el Equipo Global de Indicadores de Medio Ambiente y el Equipo Global de Problemáticas Ambientales de GM.

Los indicadores definidos para el período 2009-2010 han sido los siguientes:

Indicadores de desempeño global

- Uso de energía
- Uso de agua
- Residuos no reciclados
- Emisiones de gases de efecto invernadero

Indicadores de desempeño local

- Incidentes ambientales
- Agua procesada por la planta de efluentes
- Residuos especiales reciclables
- Residuos especiales no reciclables
- Residuos peligrosos totales generados
- Residuos provenientes del pintado de autos
- Gramos de VOC emitidos por m^2 de superficie pintada
- Toneladas de CO_2 emitidas
- Residuos generados en la planta de efluentes
- Residuos enviados a compost interno
- Solvente de limpieza usado
- *Thinner* enviado a reciclado

Certificación
GENERAL MOTORS DE ARGENTINA S.R.L.
PLANTA ROSARIO
ISO 14001:2004

Uso de energía

Energía indirecta

En las gráficas se observa la evolución 2008-2010 del consumo de energía indirecta asociada al consumo de energía eléctrica de la red eléctrica nacional[8]. De ello se desprende que la reducción del consumo energético del período 2008-2009 ha sido de un 25%, equivalente a 17.306 gigajoules (GJ) ahorrados. Esta reducción se debe a optimizaciones en los procesos, auditorías energéticas en días no productivos e implementación de buenas prácticas energéticas en otras unidades de GM. El aumento del consumo del año 2010 se ve directamente influenciado por el incremento en la producción durante ese período.

Energía directa

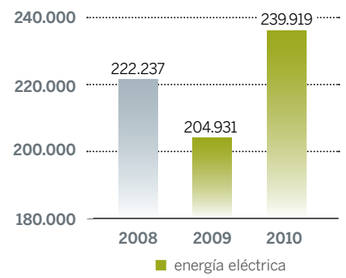
El consumo de energía directa vinculado al consumo de gas natural ha experimentado una reducción del 45% por unidad producida, equivalente a 34.119,9 GJ en el año. Esto se debe a optimizaciones realizadas en los hornos de la planta de pintura y a ajustes en las temperaturas de la calefacción en invierno, entre otras iniciativas.

El gasoil, por su parte, se utiliza para la calefacción interna y como combustible en el caso de que sea necesario hacer uso de los equipos de generación eléctrica autónomos disponibles en planta. De ocurrir restricciones de disponibilidad de gas natural en invierno, contamos con reservas de GLP (gas licuado de petróleo).

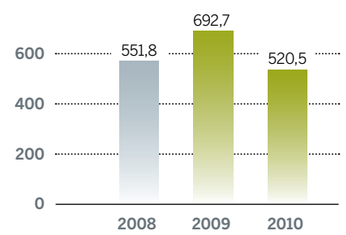
Energía		2008 (GJ)	2009 (GJ)	2010 (GJ)
Indirecta	Electricidad	222.237	204.931	239.919
Directa	Gas natural	222.140	236.908,8	202.788,9
	Gasoil[9]	-	-	2641,5
	GLP	1182,5	3973,2	9176,2
	Total energía directa	224.028	241.977	259.809
Total		446.350	446.829	492.018

[8] GM desconoce la fuente de la energía entregada en planta por la Empresa Provincial de Energía. La red eléctrica nacional cuenta con un mix de energías renovables en su composición.
[9] No hay datos de los años 2008 y 2009.

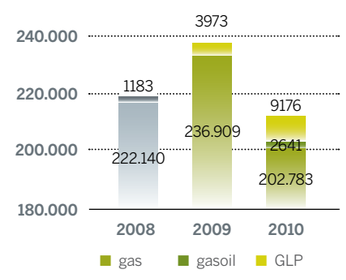
Energía indirecta (GJ)



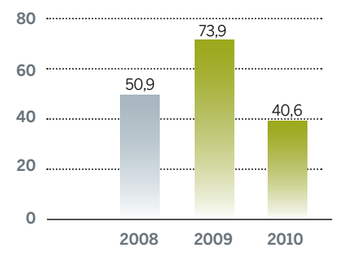
Consumo de energía eléctrica (kWh/auto)



Energía directa (GJ)



Consumo de gas (m³/auto)



Consumo de agua

También continuamos implementando soluciones para minimizar el consumo de agua y, por ende, favorecer su conservación[10]. Durante este período, por ejemplo, hemos concentrado nuestros esfuerzos en incrementar la automatización de los sistemas de enfriamiento mediante seguimiento por sistemas inalámbricos (*modem wi fi*). La implementación de ésta y otras actividades ha permitido la reducción del 20% del volumen de agua consumido respecto del período anterior (2009-2010).

Tratamiento de efluentes

Nuestra planta de efluentes está diseñada para tratar los volúmenes generados en planta, tanto industriales como sanitarios, con el objetivo de disminuir su vuelco en el arroyo Frías. La calidad del agua salida de la planta de tratamiento cumple con los requerimientos legales vigentes.

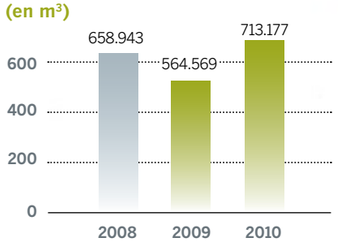
Contamos con instrumentos de medición de calidad de vertido a la salida de la planta, previo al punto de descarga y posterior al punto de descarga: diariamente se realizan los análisis de DBO[11], DQO[12] y Sólidos Suspendidos (SS), y la información se registra en una base de datos.

Para el período de reporte, estos valores se encontraron dentro de los límites establecidos por la legislación vigente aplicable. La siguiente tabla indica los valores promedio correspondientes a los años 2008, 2009 y 2010.

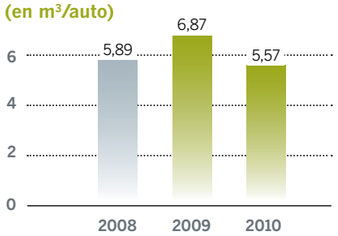
Valores de DBO, DQO y SS. Período 2008-2010

	2008 (mg/l)	2009 (mg/l)	2010 (mg/l)	Máximo legal permitido (mg/l)
DBO	24	45	40	50
DQO	46	65	64,7	75
SS	30	24	26	30

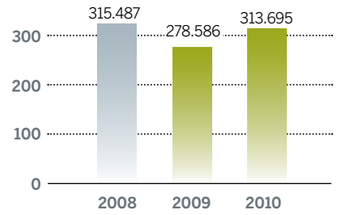
Consumo de agua (en m³)



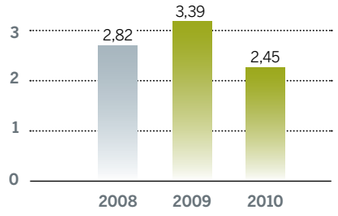
Consumo de agua (en m³/auto)



Generación de efluentes tratados (en m³)



Generación de efluentes tratados (en m³/auto)



[10] Buscamos así conservar la fuente de agua utilizada, el acuífero profundo Puelche. • [11] DBO: Demanda Biológica de Oxígeno. • [12] DQO: Demanda Química de Oxígeno.

Planta de Pintura

Proceso de reciclado

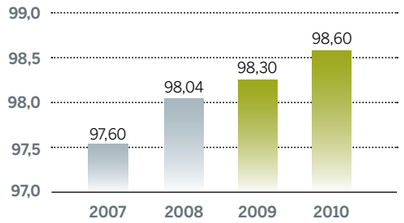
Reciclado y tratamiento de residuos

De acuerdo con nuestros principios ambientales, nos esforzamos diariamente en la minimización de los residuos generados en los procesos productivos y en las actividades soporte. También contamos con el programa de recolección selectiva, por medio del cual realizamos la separación de los residuos en la fuente de generación.

La eficiencia alcanzada en este período es consecuencia de la implementación de las siguientes actividades:

- Clasificación de los residuos en más categorías.
- Separación en la fuente de generación.
- Valorización del residuo.

Porcentaje de reciclados



Durante el período reportado, la Eco Isla continuó actuando como base de operaciones de segregación y compactación de residuos reciclables: cartón, plástico, madera, telgopor, metal y generales. En este reporte comenzamos a comunicar la información de cada una de las corrientes residuales reciclables en valores anuales.

Corriente residual	Año 2008[13] (tn)	Año 2009 (tn)	Año 2010 (tn)
Madera	8939	6237	8873
Plástico	588	351	4334
Cartón	1700	1101	2314
Telgopor	12	2	6
Metal	6000	8300	13.700
Textiles	3	N/D[14]	N/D[14]

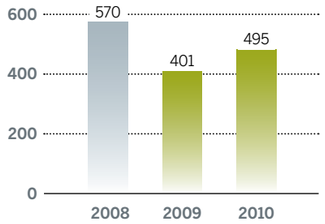
[13] Los valores reportados referidos al año 2008 son los valores reales y difieren de la información presentada en el reporte del período anterior dado que se trataba de los valores promedio.

[14] Los residuos textiles generados alcanzan volúmenes poco significativos y son tratados mediante la tecnología de vitrificación junto a los restantes residuos peligrosos a los cuales se les aplica esta tecnología de tratamiento.

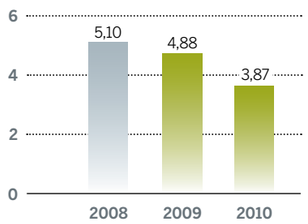
Residuos no reciclables

Si bien enfocamos nuestros esfuerzos en el programa de reciclado, existe una cantidad menor de residuos que no pueden ser reciclados.

Residuos no reciclables (tn)



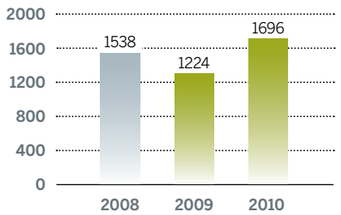
Residuos no reciclables (kg/auto)



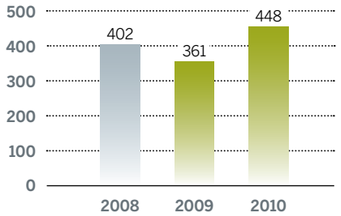
Tratamiento de residuos peligrosos

En el período 2009-2010 también continuamos trabajando para reducir la generación de los residuos peligrosos. Implementamos el filtrado de *thinner* usado y la robotización de la Planta de Pintura, con lo que se redujo alrededor de un 30% la cantidad de residuos de pintura. Esto se evidencia en la diferencia comparativa con el año 2008. Los residuos peligrosos son tratados por el proceso de vitrificación para generar un material que resiste la descomposición física y química.

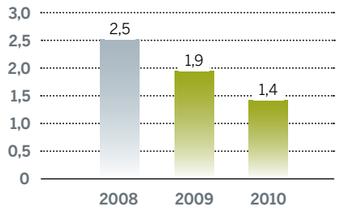
Residuos peligrosos (tn)



Residuos peligrosos provenientes de la Planta de Efluentes (tn)



Barros de pintura coagulada (kg/auto)



Residuos vegetales

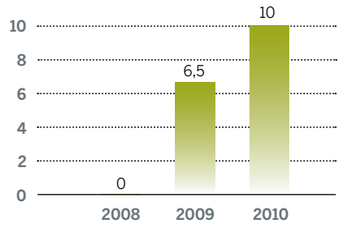
La Planta de Compostaje permite tratar la mayor parte de los residuos vegetales mediante el uso de lombrices cuyo producto final se denomina "humus", el cual brinda nutrientes a la tierra.

La puesta en práctica del compostaje recicla los residuos orgánicos vegetales generados en los comedores de planta, transformándolos en abono natural indispensable para la vida vegetal.

Los restantes residuos compostables –restos de carnes, masas, etc.– son enviados a plantas externas que cuentan con otra tecnología para este tipo de materiales.

Estas actividades complementan las funciones de la Planta de Tratamiento de Efluentes que posee el Complejo Automotor, en la cual se procesan y tratan los efluentes líquidos y oleosos industriales y sanitarios que producen las actividades desarrolladas en la planta automotriz.

Residuos compostados (tn)



Reducción de las emisiones

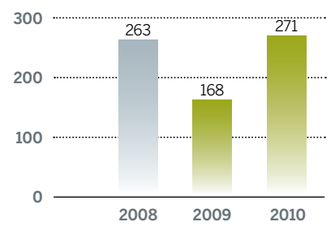
Durante este período continuamos esforzándonos en la reducción de las emisiones al aire mediante la innovación en nuestro proceso productivo. En primer lugar, como ya señalamos, hemos implementado el pintado por lotes de colores, y reemplazado los solventes de limpieza por otros de base acuosa. El solvente de limpieza de sistemas consumido es reciclado y posteriormente reusado (el aumento en el consumo en valores absolutos, respecto de períodos anteriores, se relaciona con el aumento en la cantidad de unidades producidas).

Además, en 2009 se concretó la automatización de las cabinas de pintura, lo cual significó la incorporación de una nueva tecnología de producción que permite reducir considerablemente el impacto de este proceso sobre el medio ambiente y disminuir así significativamente las emisiones a la atmósfera. Este cambio se desarrolló en tiempo récord respecto de los tiempos normales de instalación, puesta a punto e innovación en la utilización de tecnologías proambiente. En cuanto a las emisiones de compuestos orgánicos volátiles (VOC), se ha notado una importante disminución.

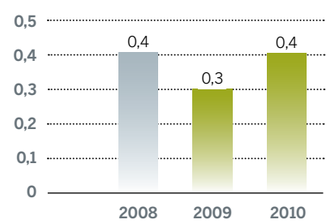
Las emisiones de gases de efecto invernadero para el período, medidas en dióxido de carbono, se originan en el consumo de energía eléctrica, gas natural, gasoil y GLP, y su incremento se ve asociado al aumento de la producción de la empresa en el período de reporte.

Los gases utilizados para la carga de los equipos de aire acondicionado de los vehículos producidos en la planta son amigables con el medio ambiente. Para las unidades disponibles fijas instaladas en la planta para el confort humano contamos con un programa de reemplazo de gases duros por amigables con el medio ambiente: de esta manera evitamos la generación de sustancias que afecten la capa de ozono.

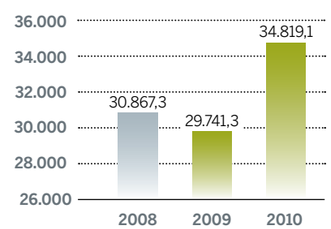
Solvente de limpieza consumido (tn)



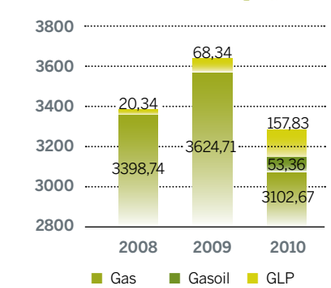
***Thinner* reciclado (kg/auto)**



Emisiones indirectas (tn CO_2eq)



Emisiones directas (tn CO_2 eq)



EMISIONES DE CO_2 EQUIVALENTE PROVENIENTE DE FUENTES DIRECTAS E INDIRECTAS

Emisiones (tn CO_2 eq)	2008 (tn CO_2 eq)	2009 (tn CO2 eq)	2010 (tn CO_2 eq)
Directas	3419,08	3693,04	3313,86
Indirectas	30.867,30	29.741,30	34.819,10
Total	34.286,36	33.434,35	38.132,91

Compartiendo nuestros conocimientos

A través de nuestra participación en la Comisión Interempresaria Municipal de Protección Ambiental Región Rosario, CIMPAR, compartimos nuestras experiencias y lecciones aprendidas en lo referente a la gestión ambiental.

Acompañamos a CIMPAR –como organismo multisectorial: gobierno, universidad, empresa– en las diversas actividades llevadas a cabo, desde la edición de los Manuales de Buenas Prácticas Ambientales, la consolidación de la Primera Feria Internacional y Sexto Congreso de Medio Ambiente, hasta la realización de desayunos de actualización y los cursos ambientales.

También participamos de la mesa redonda sobre aplicación, ventajas y barreras de los Sistemas de Gestión Ambiental Corporativos, en el Sexto Congreso de Medio Ambiente.

La dedicación y compromiso de nuestro equipo de trabajo con las actividades impulsadas por CIMPAR en el año 2010 resultó en la obtención del Reconocimiento a GM "por la actuación y trabajo permanente en el logro de los objetivos de CIMPAR" y "por la representación en el Comité Técnico de Medio Ambiente de Santa Fe".

Durante los años 2009 y 2010 hemos recibido visitas de Escuelas con Orientación Ambiental en nuestra planta, que incluyó una visita del Comité de CIMPAR.

Inversiones

Durante el período 2009-2010 hemos continuado realizando inversiones para el cuidado del medio ambiente. Hemos tenido gastos e inversiones diversas que han significado la erogación de más de US$ 250.000.

Incidentes y sanciones

Durante los años 2008, 2009 y 2010 no se han registrado derrames a cuerpos de agua, emisiones furtivas de gases o solventes. Tampoco se han registrado multas o sanción alguna vinculada al incumplimiento de la normativa ambiental aplicable durante el período de reporte.

Logros ambientales 2009-2010

Durante este período hemos alcanzado los siguientes logros en el cuidado del medio ambiente:

- Premio CIMPAR
- Primera Planta de Motores Categoría "Zero Waste" de Sudamérica

Desempeño social

2009 • 2010 en cifras

Incidentes y accidentes de trabajo

40%

LOS INCIDENTES Y/O ACCIDENTES DE TRABAJO SE REDUJERON EN UN 40% COMO RESULTADO DE LAS DISTINTAS ACCIONES IMPLEMENTADAS DURANTE 2009 Y 2010.

Reconocimientos corporativos

588

RECONOCIMIENTOS FUERON OTORGADOS A EMPLEADOS POR PARTE DE LA COMPAÑÍA EN 2010, UN 45 % MÁS QUE EL AÑO ANTERIOR.

Capacitación de empleados

2236

EMPLEADOS SE CAPACITARON DURANTE 2010 A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES PROGRAMAS OFRECIDOS POR LA EMPRESA, LO QUE EQUIVALE A MÁS DE 118 HORAS DE CAPACITACIÓN.

Futuro sobre Ruedas

380

VOLUNTARIOS PARTICIPARON DEL PROGRAMA DE RSE "FUTURO SOBRE RUEDAS" EN 2010, AL QUE SE SUMARON 32 CONCESIONARIOS DEL PAÍS.

Empresarios del Futuro

330

ESTUDIANTES DE LOCALIDADES ALEDAÑAS A LA PLANTA FABRIL DE GM SE HAN CAPACITADO GRACIAS AL PROGRAMA DE RSE "EMPRESARIOS DEL FUTURO".

Cadena de valor

$ 320,6

MILLONES DE DÓLARES FUE EL MONTO TOTAL PAGADO A NUESTROS PROVEEDORES EN EL AÑO 2010.

Recursos humanos

En General Motors nos definimos como una empresa socialmente responsable que valora los logros y el desarrollo de sus empleados: ellos son la base de nuestro éxito como compañía, y la pieza clave para que nuestra gestión tenga un impacto positivo en la comunidad con la cual interactuamos.

El mercado en el que operamos es competitivo por naturaleza. En este contexto, nuestra compañía favorece un ambiente laboral que reconoce el esfuerzo: todos los que trabajamos en GM hacemos de la creatividad, la motivación y la proactividad nuestras herramientas fundamentales para enfrentar desafíos e inspirarnos en la toma de decisiones.

Perfil de nuestros empleados

Según nivel jerárquico o de responsabilidad	2008	2009	2010
Directores	6	2	6
Gerentes	34	36	39
Supervisores	72	70	71
Profesionales	108	111	126
Administrativos	173	155	148
Operadores	2230	2070	2796
Operadores eventuales	66	441	189
Pasantes	34	37	54
Total	**2723**	**2922**	**3429**

Distribución por locación (incluye eventuales y pasantes)	2008	2009	2010
Rosario	2573	2784	3290
Alem y Plan de Ahorro	143	132	133
Gral. Rodríguez	7	6	6
Total	**2723**	**2922**	**3429**

Distribución por modalidad de contratación	2008	2009	2010
Efectivos	2470	2276	2751
Pasantes	34	37	54
Contratados	153	168	435
Eventuales	66	441	189
Total	**2723**	**2922**	**3429**

Distribución por tipo de empleado	2008	2009	2010
Bajo convenio	2230	2070	2796
Fuera de convenio	393	374	390
Pasantes	34	37	54
Eventuales	66	441	189
Total	**2723**	**2922**	**3429**

Consultorías

En 2009 logramos consolidar la implementación de dos modelos de consultoría que desarrollamos para la gestión de Recursos Humanos.

Consultoría de Recursos Humanos

Se trata de un modelo de gestión en el que los consultores de Recursos Humanos son considerados referentes de los empleados y socios estratégicos de los líderes. El consultor actúa como agente de cambio y trabaja junto al líder, asesorándolo en diferentes temas relacionados con la gestión del talento y desempeño de los empleados, entre otros temas.

Durante 2009 y 2010, la consolidación de este modelo resultó en un aumento de la rotación de puestos en todas las áreas, lo que representó oportunidades de desarrollo profesional para los empleados y permitió una mayor integración de las diferentes áreas.

Asimismo, el trabajo en conjunto con los líderes permitió reestructurar algunos sectores para adaptarlos a nuevos escenarios y reducir los tiempos de transición de nuevos líderes para aumentar la efectividad de los equipos de trabajo.

Consultoría de Relaciones Laborales

En este caso, el rol del consultor es ser un agente clave en la prevención y resolución de conflictos y cuestiones laborales, además de negociar con el sindicato. La presencia de los consultores en las diferentes plantas de producción permite una mayor capacidad de respuesta y asesoramiento a los líderes, lo que favorece la prevención de conflictos, el aumento de la productividad y la reducción del ausentismo.

Tasas de rotación

Distribución de bajas por sexo	2008	%	2009	%	2010	%
Baja hombres	199	8,1%	353	14,3%	100	4,3%
Baja mujeres	11	7,7%	10	6,4%	10	6,9%

Distribución de bajas por rango de edades	2008	%	2009	%	2010	%
Menores de 30	143	68,1%	261	71,9%	66	60,0%
Entre 30 y 39	44	21,0%	75	20,7%	32	29,1%
Entre 40 y 49	20	9,5%	24	6,6%	11	10,0%
Más de 50	3	1,4%	3	0,8%	1	0,9%
Total	**210**		**363**		**110**	

Tasa de rotación por locación	2008	%	2009	%	2010	%
Rosario bajo convenio	184	8,3%	334	15,0%	80	3,5%
Rosario fuera de convenio	20	8,5%	20	7,8%	16	6,5%
Alem y Plan de Ahorro	6	5,1%	9	6,9%	14	11,7%
Gral. Rodríguez	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	**210**		**363**		**110**	

CANTIDAD DE RECONOCIMIENTOS OTORGADOS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

2008	2009	2010
491	390	588

Compensaciones y beneficios

Nuestra política de compensaciones y beneficios tiene como objetivo retribuir a cada empleado de acuerdo con su desempeño y mantener nuestra empresa en una posición competitiva en el mercado laboral en el cual operamos.

Para fijar los salarios del personal fuera de convenio se consideran tanto lineamientos corporativos como las tendencias del mercado local, a los fines de mantener una adecuada competitividad externa y la valoración del trabajo de nuestros empleados.

La política de administración de salarios se rige por niveles y emplea una metodología de valoración de cargos de acuerdo con puntos o grados, lo que nos permite construir las escalas salariales para cuidar nuestra equidad y competitividad interna.

Para el personal fuera de convenio, la compensación total está conformada por una parte fija y otra variable que se establece en función del cumplimiento de objetivos definidos al comienzo de cada año por la compañía.

En el caso del personal bajo convenio, los salarios y adicionales –que también están conformados por una parte fija y otra variable– se rigen de acuerdo con el convenio colectivo de trabajo firmado por la empresa y el sindicato.

Revisiones salariales

Durante 2009 se introdujeron cambios en la política de compensaciones de la compañía: el principal fue la decisión de realizar más de un análisis salarial al año teniendo en cuenta la situación macroeconómica del país.

Junto con el foco en el desempeño de los empleados, durante el año 2010 buscamos resolver los problemas de inequidad interna ocasionados por el solapamiento salarial entre el personal fuera de convenio y el personal bajo convenio.

Beneficios

Los beneficios son esencialmente ingresos complementarios que forman parte del paquete total de compensaciones que reciben nuestros empleados. Estos beneficios, que tienen por objeto mejorar la calidad de vida del empleado y de su familia, son los siguientes:

- **Bono vacacional:** nuestros empleados reciben anualmente un bono vacacional junto con sus vacaciones.
- **Reintegros de cursos:** con el objetivo de promover la capacitación continua de nuestros empleados, la empresa comparte el costo de aquellos cursos externos que estén relacionados con las necesidades de la industria, la empresa y/o el puesto de trabajo.
- **Comedor en planta o adicional para almuerzo en oficinas de Buenos Aires & General Rodríguez.**
- **Descuento en compra de vehículos:** otorgamos beneficios para la compra de vehículos nuevos y usados para empleados y sus familiares directos.
- **Seguro de vida colectivo:** un seguro que brinda una protección total en caso de fallecimiento, accidente o enfermedad que no permita seguir trabajando, con protección dentro o fuera del lugar de trabajo y en cualquier parte del mundo.
- **Caja navideña:** en el mes de diciembre, se otorga a todos nuestros empleados una caja con alimentos tradicionales para las Fiestas.
- **Mochila escolar:** antes del inicio del ciclo lectivo, entregamos una mochila con artículos escolares para los hijos de empleados de entre 5 y 15 años.
- **Plan de salud privado:** todos nuestros empleados fuera de convenio y su grupo familiar directo cuentan con una cobertura médica prepaga mediante un sistema de *pool* de aportes. Los gerentes y directores poseen un plan diferenciado con mayores topes de reintegro de las prestaciones médicas.

Reconocimientos corporativos

En General Motors llevamos adelante un sistema de reconocimiento a la labor de nuestros empleados que se aplica en forma permanente durante todo el año. Este reconocimiento se organiza en una serie de iniciativas.

- **Premio a la excelencia:** otorgado por el presidente de GM Sudamérica a una persona o equipo de trabajo que se haya destacado en el cumplimiento de objetivos exigentes alineados con las prioridades culturales de GM.
- **Plan de sugerencias:** premia la creatividad y el esfuerzo de los empleados bajo convenio en la mejora de la calidad de los productos, la contribución a la seguridad y ergonomía en el puesto de trabajo, la productividad y la eliminación de desperdicios. Adicionalmente, el Plan premia las "Mejores Ideas" a través de un esquema de incentivos.
- **Campaña de sugerencias para personal fuera de convenio:** en 2009 se lanzó esta campaña durante tres meses a fin de promover la participación por medio de propuestas relacionadas con la reducción de costos.
- ***Speeding Ticket*:** se entrega a quienes hayan demostrado actuar con audacia y velocidad, enfocados en un objetivo, y hayan alcanzado la meta.
- **Reconocimientos locales** por acciones y comportamientos alineados a las prioridades culturales aplicables a miembros del *management* y a todos los empleados fuera de convenio.

Campaña de actualización

En línea con la introducción de nuevos reconocimientos en el período 2009-2010, en 2010 realizamos una campaña de actualización en las oficinas de Buenos Aires con el fin de promover el uso del sistema y concientizar a los líderes de la compañía sobre la importancia de reconocer y celebrar los logros. Como resultado, por ejemplo, las entregas de los reconocimientos comenzaron a llevarse a cabo en el marco de reuniones de todos los empleados y reuniones del equipo de liderazgo.

En el año 2010 recibimos el reconocimiento de “La empresa de nuestros sueños” (9° puesto) según una encuesta realizada a 3500 estudiantes universitarios de todo el país

Ambiente de trabajo

En General Motors apostamos a la creatividad, la innovación y el trabajo en equipo. Buscamos que nuestros empleados estén orgullosos de pertenecer a la organización y que se sientan cómodos en su ambiente de trabajo para comprometerse personalmente con la compañía. Con este objetivo diseñamos iniciativas que resulten en un lugar de trabajo ameno y confortable para nuestra gente.

El programa **“GM, Un Gran Lugar para Trabajar”** es una iniciativa que fomenta el desarrollo de acciones que apuntan a lograr un clima positivo de trabajo, donde los líderes junto con empleados clave que son “modelo de conducta” sean referentes y donde las personas puedan opinar en un ambiente de comunicación abierta, contando con la información necesaria para realizar su trabajo de la mejor manera posible.

El programa se centra en siete dimensiones que se trabajan en diversos talleres y reuniones de equipo:

- Compromiso
- Trabajo en equipo
- Confianza
- Crecimiento personal y profesional
- Reconocimiento
- Equidad
- Salud y bienestar

El objetivo es promover a GM como un gran lugar para trabajar, que atrae y retiene talentos y les brinda un ambiente de trabajo motivador y desafiante.

A lo largo de los talleres se registraron 71 iniciativas: muchas de ellas ya fueron implementadas en 2010 y en 2011 se continua con la implementación del resto.

Oportunidades de mejora

Las principales oportunidades de mejora identificadas en este aspecto se centran en el trabajo en equipo y la integración entre las diferentes áreas, y en la posibilidad de implementar cambios más rápidamente, reduciendo la burocracia y mejorando la comunicación.

Algunas de las iniciativas y planes de acción llevados a cabo fueron:

- **El trabajo en acciones para mejorar la satisfacción del cliente interno** sobre la base de una encuesta sobre clientes internos del año 2009.
- **La introducción de la cartelera “Hay equipo”**, para que los empleados conozcan el resto de las áreas, sus miembros, las actividades que realizan y el valor agregado que ese equipo de trabajo le brinda a la empresa.
- **La realización de talleres en las disitintas áreas** para identificar iniciativas que tengan el objetivo de eliminar burocracia y actividades que no agregan valor (más de 40 iniciativas, 29 de la cuales ya se encuentran implementadas).
- **La implementación de un sistema de comunicación interna integral** que abarca desde reuniones trimestrales con los empleados, cafecitos y rediseño de las carteleras, hasta un sistema de marketing y celebraciones internas.

Diversidad

El respeto individual y la responsabilidad es uno de nuestros valores corporativos, lo que ayuda a asegurar un compromiso sostenible con la diversidad y establece expectativas básicas respecto de la conducta y las acciones, tendientes a crear un ambiente que permita la plena contribución de todos los que integramos la empresa.

El compromiso con la diversidad se expresa en una serie de medidas que tomamos para asegurar la igualdad de oportunidades y la amplitud de perspectivas en nuestra organización.

Para nosotros, la diversidad excede la mera consideración de factores como raza o género. Además de estos elementos abarca otras variables tales como la edad, situación familiar, religión, orientación sexual, nivel de educación, habilidades físicas, representación sindical, antigüedad en la empresa, idioma, estilos de pensamiento y personalidad.

Grupo de Afinidad de Mujeres

El Grupo de Afinidad de Mujeres –que toma su nombre de las siglas en inglés *Women Affinity Group (WAG)*– se estructuró formalmente en 2009: fue implementado como programa piloto con la misión de "alcanzar niveles de excelencia interna y hacia la comunidad a través de la diversidad como valor diferenciador".

Este grupo busca facilitar la inclusión y valoración de los empleados, particularmente de las mujeres.

Durante el año 2010 las iniciativas del WAG incluyeron:

- **Charlas de prevención** a cargo de un médico especialista en cáncer de mama, tanto en Buenos Aires como en Rosario, para los empleados y sus familias.
- **Política de trabajo flexible después del nacimiento de un hijo**: jornada reducida para las empleadas fuera de convenio y jornada laboral fija en un solo turno de trabajo hasta los 2 años de edad del hijo. El principal objetivo es facilitar el retorno al trabajo luego del nacimiento y permitir que la readaptación se realice en un proceso lento y gradual que conserve el equilibrio entre la vida personal y laboral.
- **Programa de visitas a la Planta de clientas Chevrolet**.

Integrantes del WAG Rosario.

En 2009 se realizaron inversiones por 4,3 millones de dólares en proyectos de ergonomía y, en 2010, por más de 2,2 millones. Durante este último año logramos más de 700 mejoras ergonómicas.

Higiene, seguridad y salud ocupacional

En General Motors Argentina contamos con un sistema de gestión de Higiene y Seguridad que busca promover el bienestar general de todos los empleados y reúne el esfuerzo de las áreas de Salud ocupacional, Higiene, Ergonomía y Seguridad.

Mediante nuestra política de Seguridad y Salud ocupacional nos comprometemos a proteger la salud y seguridad de cada empleado de GM. La implementación de acciones para ayudar a desarrollar un ambiente de trabajo saludable y seguro es una de las responsabilidades más importantes de General Motors y un compromiso de todos nuestros líderes.

Estandarización de procedimientos

Contamos con un repertorio de herramientas y métodos para ayudar a los empleados y contratistas a identificar riesgos en el lugar de trabajo y asegurar la utilización de los procedimientos correctos al realizar la tarea a cargo: Auditorías, Análisis de riesgos, *Pre-Task*, Reporte e investigación de incidentes, y Caminatas de seguridad, entre otros.

Análisis de riesgos

Como empresa automotriz comprometida con la seguridad consideramos de extrema importancia velar por las buenas prácticas en seguridad de nuestros empleados y contratistas. Por eso, estamos orgullosos de haber batido récords en el número de análisis de riesgos realizados en 2010. Más de 4071 análisis con sus acciones correctivas correspondientes fueron realizados, lo que indica el alto compromiso y participación de los empleados.

Comité de ergonomía

Conformado por empleados y por un grupo de especialistas en la materia, este comité se dedica a la detección de oportunidades de mejora y modificaciones necesarias de prácticas existentes para ofrecer condiciones de trabajo más confortables para los empleados.

En 2009-2010, introdujimos nuevas herramientas y métodos de identificación y cuantificación del riesgo, capacitando a más de 2300 empleados en los nuevos métodos. Como resultado de esta capacitación, logramos más de 700 mejoras ergonómicas durante 2010.

Es importante mencionar que en 2009 se realizaron inversiones por 4,3 millones de dólares en proyectos de ergonomía y, en 2010, 2,2 millones, sin considerar las inversiones en ergonomía realizadas dentro del proyecto del Programa Agile y del programa "Incremento de Capacidad de producción" de la planta de General Motors en Santa Fe.

Recertificación de conductores de vehículos industriales

Con el objetivo de afianzar el conocimiento de nuestros empleados sobre su responsabilidad para cumplir procedimientos de seguridad y usar elementos de seguridad personal, impulsamos la recertificación de conductores de autoelevadores y operadores de puente grúa mediante cursos de capacitación y certificación a cargo de agentes certificadores externos.

Recertificación	2009	2010
Conductores de autoelevadores	44	66
Operadores de puente grúa	0	63

Durante 2009 y 2010 hemos logrado una reducción de más del **40%** en el número de incidentes y/o accidentes de trabajo.

Comité mixto de Higiene y Seguridad

Está constituido por dos representantes de GM Argentina y dos del sindicato (representan al 100% de los empleados bajo convenio). Su tarea consiste en analizar medidas para la prevención de accidentes, campañas conjuntas para la capacitación de los empleados, propuestas de mejoras ergonómicas en los puestos de trabajo, etc.

Los miembros del Comité también conforman el *Master Safety* de la planta y del Comité de Ergonomía, lo que permite el trabajo conjunto detrás de un único objetivo: la seguridad como prioridad número uno para GM Argentina.

Charlas de seguridad de 5 minutos

Consisten en breves encuentros diarios en los que se instruye a los empleados de manufactura en materia de seguridad antes de que inicien sus labores cotidianas.

Simulacros

Desde el año 2008 se realizan prácticas junto con agentes externos de bomberos y protección contra incendios con simulacros de accidentes e incendios, rescate vehicular y simulación de tareas en áreas confinadas riesgosas.

Estas actividades son coordinadas y dirigidas por personal del área de Seguridad e Higiene de GM Argentina y se realizan dentro de nuestro predio. El objetivo es no sólo mejorar las relaciones entre las diferentes dotaciones de bomberos de la zona y la comunidad, sino también capacitar a todos los participantes de las actividades.

Actividades preventivas

En función del compromiso con la salud y el bienestar de nuestra gente, año tras año organizamos acciones de educación, prevención y asesoramiento para nuestros empleados y sus familias, que incluyen campañas de vacunación y de prevención sobre diversas temáticas (tabaquismo, enfermedades infectocontagiosas, HIV, accidentes en el hogar, manejo defensivo, etc.).

Los cursos son dictados por el Servicio Médico de Planta, junto a destacados profesionales de la región especialmente invitados. En todos los casos brindamos material informativo impreso.

Simulacro de accidente.

Servicio médico

Un equipo de profesionales de la salud trabaja para atender emergencias durante la jornada laboral, así como consultas generales de nuestros empleados en la planta industrial y en nuestras oficinas de Buenos Aires.

Resultados

Como resultado de las distintas acciones implementadas durante 2009 y 2010, y alineados con los principios de nuestra política, hemos logrado una reducción de más del 40% en el número de incidentes y/o accidentes de trabajo.

	2008	2009	2010
Tasa de ausentismo operacional	2,76	3,7	3,2
Tasa de accidentes	2,76	2,65	2,07
Análisis de riesgo realizados	3993	4020	4071
Accidentes con días perdidos	5	4	3
Enfermedades profesionales	36	25	14
Fatalidades	0	0	0

Los temas planteados en las reuniones con el sindicato tienen un alto nivel de resolución: aproximadamente el 90% de ellos logra resolverse positivamente.

Relaciones con el sindicato

General Motors mantiene un convenio colectivo de trabajo con el Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor (SMATA), bajo el cual desarrollan sus actividades la siguiente cantidad de empleados:

Distribución por tipo de empleado	2008	2009	2010
Bajo convenio	2230	2070	2796
Eventuales	66	441	189
Total	2296	2511	2985

El objetivo principal es mantener abiertos los canales de comunicación entre la empresa y el sindicato.

En el período 2009-2010 consolidamos el modelo de consultoría en relaciones laborales en cada sector de trabajo: este sistema permite mantener un clima de diálogo constante con el sindicato, consulta e información antes de la toma de decisiones que pueden tener impacto en las operaciones de la planta o afectar el clima laboral interno.

También contamos con otros procesos de comunicación y relacionamientos constante y permanente con el sindicato y sus representantes, que se detallan a continuación.

Reuniones trimestrales

Se llevan a cabo entre los representantes sindicales que conforman la Comisión Interna de la planta y el Secretario General de SMATA Rosario con el Presidente de la empresa y la Dirección de Relaciones Industriales. Allí se analizan los resultados generales y las proyecciones, y se plantean inquietudes mutuas para encontrar una vía de resolución conjunta de los temas planteados. Durante el encuentro se redacta una detallada minuta de los asuntos discutidos para realizar su correcto seguimiento. En general, los temas planteados tienen un alto nivel de resolución: aproximadamente el 90% de ellos logra resolverse positivamente.

Reuniones mensuales

Estas reuniones cuentan con la presencia de los representantes sindicales que forman la Comisión Interna y la Dirección de Manufactura. Durante ellas se intercambia información sobre los resultados del mes, específicamente referidos a las métricas de producción, calidad y desempeño en general de la planta y los empleados bajo convenio. En este caso también se realiza una descripción precisa de cada tema: el nivel de resolución es del 100%.

Reuniones semanales

Participan los representantes sindicales que forman la Comisión Interna y la Gerencia de Relaciones Laborales. Allí se tratan los temas generales relacionados con la performance de la planta y sus empleados bajo convenio. Entre las inquietudes más comunes están: desempeño de los empleados, niveles de ausentismo, cuestiones de Ergonomía e Higiene y Seguridad –que se derivan para su análisis al Comité Mixto de Higiene y Seguridad–, aspectos relacionados con la interpretación y aplicación del convenio colectivo de la empresa, pedidos extraordinarios de colaboración para producción, etc.[15]

Además, con el objetivo de brindar agilidad al tratamiento de las cuestiones cotidianas, cada grupo de delegados se reúne semanalmente con el gerente de su planta y el consultor de relaciones laborales para tratar temas específicos del sector. Al igual que en el resto de los casos, se lleva un control detallado de los temas tratados y se monitorea continuamente la capacidad de respuesta de la compañía.

[15] Ver detalle de "Comité de Ergonomía" en el capítulo sobre **Higiene, seguridad y salud ocupacional**.

Iniciativas por la comunidad

El sindicato también participa junto con la empresa en acciones de responsabilidad social empresaria, entre las cuales se hallan las donaciones a la comunidad, capacitación para estudiantes de colegios secundarios, entrenamiento a personas desocupadas en herramientas que mejoren sus capacidades para conseguir empleo y el proyecto Empresarios del Futuro –Fábrica de Perchas–, junto a Junior Achievement.

En 2009 y 2010 se realizaron 68 talleres de Ambiente de Trabajo Simulado, en los que participaron 1156 empleados.

Desarrollo de las personas

El desarrollo profesional de nuestros empleados es una herramienta clave para la gestión exitosa del negocio.

Como parte del modelo de Consultoría de RR.HH., y debido al proceso de reestructuración de la compañía, durante 2009 se realizaron 90 y en 2010, más de 60 reuniones de Recursos Humanos con los líderes funcionales de la organización con el objetivo de:

- Facilitar procesos de reestructuración y rotaciones.
- Desarrollar habilidades como líderes de personas y asesorar a los líderes en el rol de miembro de RR.HH. con herramientas de facilitación.
- Crear conocimiento acerca de procesos y herramientas de RR.HH.
- Desarrollar futuros líderes a través del modelo de líderes actuales.

Dentro de las actividades llevadas a cabo en estas reuniones se encuentran las siguientes:

- **Programa de Identificación de Altos Potenciales**
  El propósito de este programa es identificar a los empleados con potencial para crecer dentro de la organización sobre la base de los resultados del negocio obtenidos y las competencias de liderazgo demostradas a través de sus comportamientos, y definir planes de desarrollo para acompañar al empleado en este proceso.

- **Planes de Sucesión y Progresión**
  El objetivo de este proceso es identificar aquellas posiciones gerenciales de la organización que no cuentan con sucesores listos en el corto plazo. Como consecuencia de este análisis y la identificación de altos potenciales, se definen prioridades para trabajar en planes de acción concretos, y se hace un seguimiento de los planes de desarrollo definidos para este grupo.

- **Repatriación de Talentos**
  Durante 2009 se trabajó en las repatriaciones de talentos a sus países de origen, con motivo de la restructuración global de la compañía, lo que significó una oportunidad para que varios talentos nacionales trabajando en el exterior fueran repatriados y asignados a posiciones del equipo directivo y gerencial como la Dirección Comercial, Dirección de Finanzas, Dirección de Abastecimiento y Logística, Gerencia de Ingeniería de Producto y Gerencia de Tecnología de la Información, entre otros.

- **Rotación de Puestos**
  En 2010 el foco estuvo puesto no sólo en trabajar en los planes de desarrollo de altos potenciales, sino también en implementar un plan de rotación de empleados: el 11% fue rotado a otras áreas funcionales o dentro de su propia función con el objetivo de promover una organización de alto desempeño e integrada.

- **Assessment Center**
  Es el método que utilizamos para identificar potenciales líderes de equipo para las diferentes células de trabajo en planta. Está organizado en diversas dinámicas grupales destinadas a evaluar a los empleados con potencial para ser en el futuro líderes de equipo.

Oportunidades de entrenamiento

Programa de Inducción

Participan todas las personas que ingresan a la compañía. Durante las 45 horas de capacitación en aula, el foco está puesto en Higiene y seguridad, Sistema de manufactura de GM, Calidad y Disciplina.

Durante 2009 se capacitaron 314 nuevos empleados, y en 2010 lo hicieron 740. En 2010 sumamos a nuestro programa de inducción dos cursos adicionales: el *GM Difference!*, cuya duración es de 1 hora y tiene la finalidad de dar a conocer el programa corporativo de Fidelización & Satisfacción de Clientes; y el Taller de Estandarización, con una duración de 5 horas, cuyo objetivo principal es capacitar en la forma estandarizada en que debe ejecutarse un proceso de trabajo para garantizar la seguridad, la calidad y la productividad en los puestos de trabajo.

Programa de Capacitación en Sistema de Manufactura GM-GMS

Toda la labor que se realiza en GM está basada en el sistema GMS, siglas en inglés del Sistema Global de Manufactura. Se trata de un sistema único y común que incorpora los mejores procesos, prácticas y tecnologías para fabricar automóviles. Consta de cinco principios: compromiso, estandarización, calidad, menor tiempo de ejecución y mejora continua. Los principios a su vez se dividen en 33 elementos, necesarios para asegurar el adecuado funcionamiento del sistema. Durante el período de reporte se capacitó a 117 personas en 3 módulos de 1,5 horas cada uno.

Ambiente de Trabajo Simulado – SWE

Se trata de un taller de ocho horas de extensión en el cual se entrena a un grupo de empleados en la aplicación de los principios del GMS. Es obligatorio para todos los nuevos integrantes de manufactura de la compañía y es acompañado por tres semanas de entrenamiento teórico. Mediante la simulación de una línea de montaje, para la que se utilizan autos de madera, los participantes entran en contacto directo con varios aspectos que luego experimentarán en su trabajo cotidiano: entrenamiento, estandarización del trabajo, rotación de puestos, sistema de calidad, organización del trabajo en equipo y mejora continua. En 2009 y 2010 se realizaron 68 talleres en los que participaron 1156 empleados.

Capacitación de los empleados

En 2009 realizamos capacitación sobre competencias, retroalimentación honesta y constructiva y gestión del desempeño para niveles gerenciales y mandos medios. Con el objetivo de dar continuidad a estos programas de entrenamiento, durante 2010 se definieron e implementaron los siguientes programas:

- **Programa de Liderazgo para Niveles Gerenciales**
  A lo largo de 2010 se capacitó a 31 líderes en un entrenamiento de dos módulos teórico-prácticos de 16 horas de duración. Los temas tratados cubrieron enfoques relacionados con Pensamiento Estratégico, Toma de Decisiones y Estrategias de Negociación.

- **Programa de Liderazgo para Mandos Medios**
  En 2010 se capacitó en temas de liderazgo a 111 personas en dos módulos que sumaron 9 horas por persona.

- **Curso de Gestión del Desempeño**
  Durante 2009 y 2010, 231 y 382 empleados, respectivamente, recibieron 2 horas de capacitación en promedio sobre gestión del desempeño y la nueva herramienta corporativa de evaluación de desempeño.

- **Curso de Presentaciones Efectivas**
  27 empleados recibieron esta capacitación que consistió en dos sesiones teóricas de 3 horas cada una.

- **Curso de Negociación**
  Desarrollado internamente e implementado en 2010, está dividido en dos niveles con diferente carga horaria. En 2010, en el nivel básico (8 horas de duración) se capacitó a 52 personas, y 24 empleados lo hicieron en el nivel avanzado (16 horas).

- **Proyecto Viva – Modelo Agile**
  Consistió en un programa de capacitación técnica para las áreas de mantenimiento, implementado en 2009 para los empleados bajo convenio. Abarcó a 132 empleados con un total de 637 horas de entrenamiento en 2009 y, en 2010, a 198 empleados, que sumaron 1200 horas de entrenamiento.

- **Programa de Capacitación para Líderes de Equipos**
  En línea con los programas de liderazgo de mandos medios del personal fuera de convenio, este programa se desarrolló en cuatro módulos de 1,5 horas y abarcó los siguientes temas: competencia, disciplina, motivación y comunicación. El entrenamiento se desarrolló internamente y los módulos fueron dictados por líderes de Manufactura. Recibieron esta capacitación 283 líderes.

Nivel jerárquico	Promedio de horas de capacitación (2009)	Promedio de horas de capacitación (2010)
Directores	21	31
Gerentes	30	111
Supervisores	38	117
Profesionales	34,5	382
Operarios	18	22,6

PROGRAMAS	2009		2010	
	Cantidad de horas	Cantidad de personas capacitadas	Cantidad de horas	Cantidad de personas capacitadas
Programa de liderazgo para niveles gerenciales	postergado a 2010[16]		16	31
Programa de liderazgo para mandos medios	postergado a 2010[16]		9	111
Programa de capacitación en Sistema de Manufactura GM-GMS	7,5	949	4,5	117
Curso de gestión del desempeño	2	231	2	382
Programa de inducción	45	314	45	740
Curso de presentaciones efectivas	7	45	6	27
Proyecto Viva – Modelo Agile	3,5	182	6	198
Curso de negociación	postergado a 2010[16]		24	76
Programa de capacitación para líderes de equipos	postergado a 2010[16]		6	283
Total	**65**	**1721**	**118,5**	**1965**

[16] Postergados a 2010 debido a las restricciones presupuestarias de orden corporativo relacionadas con la reestructuración de la compañía en 2009.

Capacitación en línea

GM Learning es un portal corporativo de capacitación en línea, anteriormente denominado *GM University*. En 2010 se introdujeron nuevos contenidos para el personal administrativo y se realizó una división de áreas de acuerdo con diferentes ejes temáticos para facilitar el acceso a la información.

Evaluación de los cursos

Como parte de nuestro proceso de mejora continua realizamos evaluaciones de los distintos cursos para conseguir la retroalimentación de la audiencia con respecto al contenido, material, tiempo e instructor. Con esta información realizamos modificaciones durante el año 2010, y servirá de base para planificar la matriz de entrenamientos de 2011.

Contamos con un programa de pasantías cuyo objeto es atraer a los mejores talentos del mercado y complementar su formación.

Reclutamiento y selección de personal

Con el objetivo de atraer a los mejores talentos del mercado y contribuir a su formación profesional, tenemos en marcha varias iniciativas tendientes al desarrollo y retención de los empleados.

Herramientas de selección de personal

Además de la entrevista por competencia, el proceso de selección de personal bajo convenio está organizado en una serie de dinámicas grupales e individuales que permiten observar capacidades tales como habilidades de comunicación, trabajo en equipo, liderazgo, resolución de problemas y destrezas manuales de los candidatos.

Búsquedas internas

El procedimiento de búsquedas internas tiene como propósito brindar las mismas oportunidades a todos los miembros de la organización mediante un proceso de selección interna objetiva que busca aprovechar a las personas más calificadas para los requerimientos de la posición buscada. Todos los empleados efectivos y pasantes de GM Argentina con una antigüedad de seis meses o más tienen la posibilidad de presentarse como candidatos en búsquedas internas. Durante 2009, los procesos de búsquedas internas fueron cancelados debido al proceso de reestructuración de la compañía, pero en 2010 se retomaron y se realizaron 11 procesos de búsqueda, en los que participaron 24 empleados y se concretaron 2 transferencias de un sector a otro.

Programa de pasantías

Contamos con un programa de pasantías cuyo objeto es atraer a los mejores talentos del mercado y complementar su formación, como así también seleccionar y desarrollar nuevos talentos para cubrir futuras posiciones en GM Argentina. Durante 2009 y 2010 realizamos charlas informativas y entregamos material institucional en diferentes universidades de Rosario y Capital Federal con el objetivo de captar el interés de los estudiantes para incorporarse a nuestro programa de pasantías. Los disertantes fueron empleados de la compañía y ex alumnos de las instituciones que dieron a conocer la historia y evolución de la compañía a nivel mundial y local.

Sistema de comunicaciones internas

Nuestra compañía busca favorecer un entorno de trabajo abierto en donde los empleados se sientan cómodos y seguros comunicando sus inquietudes y reclamos. Como parte de diferentes acciones llevadas a cabo para que GM sea un "gran lugar para trabajar", y a los fines de mejorar la percepción de la empresa, el clima laboral interno y la satisfacción del cliente, durante 2010 rediseñamos nuestro sistema de comunicaciones internas sobre la base del concepto de marketing interno. Éste se basó en una serie de comunicaciones escritas y comunicaciones cara a cara con los empleados[17].

Encuesta de clima interno

A principios de 2010 llevamos adelante una encuesta interna para conocer y medir el compromiso de los empleados con la nueva cultura de GM. Una vez obtenidos los resultados se definió un plan de mejora y se organizaron grupos de trabajo en las distintas áreas conformados por empleados que ayudarían a impulsar las nuevas Prioridades Culturales de la Nueva GM. El objetivo fue trabajar en los temas que mayores oportunidades de mejora presentaban. La integración y el trabajo en equipo, la reducción de la burocracia y la mejora de la comunicación interna fueron algunas de las áreas tratadas y sobre las cuales llevamos a cabo acciones de mejora. En total se propusieron 40 iniciativas, de las cuales implementamos 29. Quedaron sólo 11 para considerar en el año 2011.

Jubilaciones

Con el fin de facilitar el inicio de su trámite jubilatorio a los empleados, en casos especiales hemos contratado los servicios de un estudio jurídico que los asiste a lo largo del proceso administrativo. Además, de acuerdo con cada situación particular, hemos organizado planes de retiro anticipado teniendo en cuenta las necesidades y preocupaciones de los empleados próximos a jubilarse.

Egresos

Contamos con una política que establece las acciones a seguir en el proceso de egreso de empleados para asegurar el cumplimiento de los aspectos legales y corporativos. Durante una entrevista liderada por un profesional del área de Recursos Humanos, los empleados tienen la posibilidad de dar su opinión sobre la compañía y aquellos aspectos que consideren importante dejar establecidos. Los resultados de estas entrevistas de egreso son consolidados y analizados periódicamente a los fines de detectar oportunidades de mejora y definir planes de acción.

Plan de retiro voluntario

Durante 2009, debido a la reestructuración de GM en todo el mundo, pusimos en marcha un retiro voluntario para empleados, con beneficios adicionales a la indemnización legal, para facilitar la toma de decisión de las personas que estuviesen pensando en salir de la compañía. El resultado final fue la desvinculación voluntaria de 23 empleados fuera de convenio.

[17] Ver detalle en cuadro de "Grupos de Interés" del capítulo Gobierno Corporativo.

Una vez que los vehículos son vendidos mantenemos nuestro compromiso con los clientes y la calidad realizando continuas pruebas de durabilidad.

Responsabilidad del producto

Nuestra Visión de calidad

Los productos General Motors se desarrollan con los más altos niveles de calidad y seguridad, y cumplen con los requisitos legales y corporativos.

La calidad de nuestros productos se garantiza a través de los procesos de concepción, desarrollo y manufactura hasta su venta. Las distintas etapas de concepción del producto se rigen por procesos creados para fabricar con calidad e implementar mejoras en el producto.

En las etapas de desarrollo y lanzamiento de productos se verifican los procesos para lograr el cumplimiento en términos legales de seguridad y calidad, entre otros, y así asegurar un producto de excelencia para nuestros clientes.

En el proceso de manufactura, no sólo se controlan las piezas producidas por General Motors sino también aquellas adquiridas: todos nuestros proveedores deben cumplir con procedimientos y certificaciones de Calidad ISO TS, asegurando sus piezas como General Motors asegura su producto final. A su vez, la línea de producción cuenta con controladores de calidad en donde se verifican las actividades realizadas y se comprueba el correcto ensamblaje y funcionamiento. El 100% de las unidades se controla antes de salir a la venta.

Una vez que los vehículos son vendidos mantenemos nuestro compromiso con los clientes y la calidad realizando continuas pruebas de durabilidad y seguridad a las unidades producidas, y mantenemos un estricto control en la calidad de reparaciones y servicios efectuados por la Red de Concesionarios Oficiales.

El programa *GM Difference!* contribuye a fortalecer la métrica que indica la satisfacción del cliente en su experiencia de compra y de servicio, el CSI (*Customer Satisfaction Index*), con el objetivo de crear "clientes para toda la vida". Mediante una estrategia de acompañamiento, se visita cada año la red de concesionarios en dos olas de calibración, lo que logra la implementación y maduración de estándares establecidos por *GMD!*.

En el año 2010 se incorporaron los foros de "*La Voz del Cliente*" para los líderes de GMA y sus equipos. A través de la escucha de grabaciones de las encuestas de CSI se genera la búsqueda de oportunidades de mejora y el análisis en los desvíos de procesos (*Customer Care Day*). Este intercambio dinámico contribuye a la sensibilización y toma de conciencia sobre las expectativas de los delears y clientes finales sobre nuestro servicio.

Durante el año 2010, los objetivos propuestos resultaron desafiantes: 78% en ventas y 65% en servicios. Gracias al compromiso asumido se ha obtenido un índice de total satisfacción, histórico para nuestra empresa.

Unidad 800.000 producida en la Planta Rosario.

El Chevrolet Cruze recibió en 2010 el premio al auto más seguro en su categoría otorgado por el Centro de Estudios Viales (CESVI) de Argentina.

El medio ambiente y los productos GM

En GM entendemos como movilidad sustentable el desarrollo, la construcción y el uso de vehículos impulsados por energía de fuentes renovables, que no contaminen el medio ambiente, producidos con procesos y materiales no contaminantes y reciclables, así como la concientización de los conductores en el uso racional de los medios de movilidad.

Además, preocupados por potenciales impactos sobre el medio ambiente y anticipándonos a las legislaciones pertinentes, validamos y certificamos el proyecto de nuevos vehículos que causen el menor impacto posible en términos ambientales.

Gases de efecto invernadero

Trabajamos permanentemente en el cumplimiento de la legislación vigente para reducir las emisiones de dióxido de carbono, óxidos de nitrógeno e hidrocarburos, causantes junto a otros gases del efecto invernadero. Actualmente, todos los vehículos vendidos por GM en Argentina cumplen con el nivel de emisiones de gases y ruido Euro IV permitido, que también limita las emisiones de monóxido de carbono y las partículas sólidas en suspensión.

Combustibles fósiles

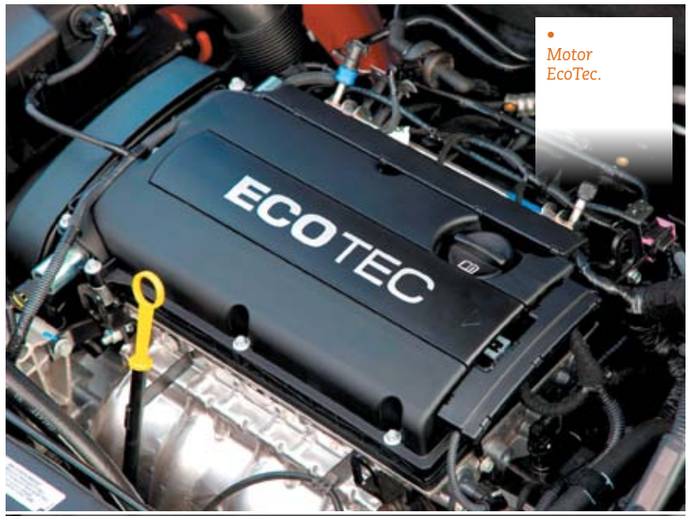
Por una cuestión de costo y disponibilidad, hoy constituyen la principal fuente de energía de nuestros vehículos. Sin embargo, en Rosario ya estamos produciendo más de un 50% de vehículos con motores Flex para exportación, que pueden funcionar con 100% de etanol o con mezcla de hasta 20% de etanol y 80% de nafta. En Argentina no es posible utilizar estos motores debido a que la legislación sólo permite el 5% de etanol en la nafta y un 7% de biodiesel en el gasoil.

Plásticos

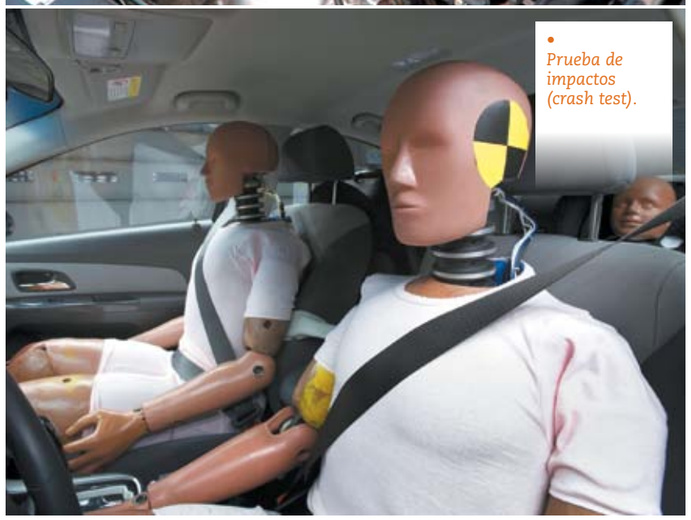
Nuestras piezas plásticas y elastómeros se identifican por tipo de material, lo que viabiliza así su posterior reciclado al momento de desmontarlas. Mediante un sistema implementado globalmente de colecta de informaciones del 100% de la composición y peso de las piezas de todo el vehículo se logra calcular, comprobar y trabajar para alcanzar los índices de reciclado deseados. Nuestros vehículos son reciclables en un 80-85%, considerados la parte metálica y los vidrios, que son fácilmente removibles y reciclables. Constantemente trabajamos para incrementar ese porcentaje.

Metales pesados

Trabajamos en la eliminación de este tipo de metales en las piezas actuales y en los nuevos proyectos. Nuestras especificaciones de materiales cumplen con patrones globales de prohibición de uso de sustancias nocivas; todas se consideran y adoptan en nuestros desarrollos. Además de especificar, certificamos y garantizamos la no utilización de este tipo de sustancias a través de un proceso de verificación a nuestros proveedores, para que cuando el vehículo llega al final del ciclo de su vida no contamine el ambiente.



Motor EcoTec.



Prueba de impactos (crash test).

Seguridad

Nuestros vehículos han sido desarrollados, probados y fabricados para superar las normas de seguridad propias y cumplir con las legislaciones de los países en donde se comercializan.

La salud y seguridad de los usuarios es contemplada en todas las etapas: el desarrollo e investigación, la fabricación y certificación, y la concepción responsable de las actividades de marketing y distribución.

Cada uno de nuestros productos se entrega con una completa guía para su correcta utilización con el objetivo de minimizar el riesgo de accidentes y el impacto ambiental.

Se realizan pruebas de impactos (*crash tests*) delanteros, traseros y laterales, pruebas de vuelco, arrancamiento de cinturones y asientos, flamabilidad de las partes, proyección de cabeza contra las partes interiores, además de pruebas específicas sobre cada componente para asegurar que cumpla adecuadamente su función.

Distintos elementos de seguridad se encuentran como equipamiento de línea o bien como opcionales en las distintas versiones de cada vehículo.

En este sentido, podemos destacar que el Chevrolet Cruze recibió en 2010 el premio al auto más seguro en su categoría, otorgado por el Centro de Estudios Viales (CESVI) de Argentina.

Relaciones con la comunidad

La política de responsabilidad corporativa de General Motors Argentina refleja el compromiso de la compañía con el desarrollo del país y considera nuestra incidencia en las comunidades en las que operamos a través de las instalaciones fabriles, la red de concesionarios y la cadena de valor.

El programa "Relaciones con la Comunidad" parte de un diagnóstico de las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés que nos orienta para definir las líneas de trabajo y el plan de acción.

En el período 2009-2010, el eje de nuestras acciones de inversión social estuvo puesto en reforzar la educación, un motor de desarrollo comunitario que adquiere un rol fundamental en áreas clave de nuestro negocio.

- **Educación vial.** Fomentamos el cumplimiento de las normativas viales para asegurar la circulación de vehículos y peatones de manera segura.
- **Educación ambiental.** Nuestra visión es Diseñar, Fabricar y Vender los Mejores Vehículos del Mundo, atendiendo a las necesidades ambientales según la tecnología disponible y económicamente viable en el mercado local.
- **Educación profesional.** Debido a que nuestra planta está radicada en una zona con fuerte actividad agropecuaria, fomentamos la capacitación del personal en las áreas administrativas y metal-mecánicas para que no sólo puedan encontrar trabajo en el complejo automotor de GM, sino también en la cadena de valor que rodea el polo industrial. De esta manera, contamos con talento local sustentable para nuestra industria y para el país.

Inversión social

El año 2009 fue de crisis en muchas industrias, incluida la automotriz. Pero a pesar de las dificultades del entorno mantuvimos nuestro compromiso con la comunidad, sosteniendo las acciones de inversión social realizadas en el período anterior. Al mejorar las perspectivas, en 2010 reformamos aquellos programas exitosos que veníamos desarrollando e incluso pudimos generar nuevos programas que fomentaran la educación de las comunidades en donde operamos.

Las iniciativas de inversión social 2009-2010 incluyeron los programas que se detallan en las páginas que siguen.

Donación de motores.

EVOLUCIÓN DEL PROGRAMA FUTURO SOBRE RUEDAS

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Concesionarios participantes	3	8	13	14	24	32
Voluntarios	80	61	10	70	78	387
Organizaciones sociales	3	8	13	13	11	32

Futuro sobre Ruedas

El programa "Futuro sobre Ruedas" (FSR) se sustenta en dos líneas de acción: el desarrollo de jornadas educativas dirigidas a niños y adolescentes, y la promoción de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en nuestra cadena de valor. Esta iniciativa busca que la red de Concesionarios Chevrolet establezca relaciones de cooperación y colabore con el desarrollo sostenible de las comunidades en las que tenemos presencia través de nuestra red de ventas.

Así, los concesionarios de la red GM asumen un compromiso que incluye la participación de sus empleados en actividades de voluntariado corporativo en diversas organizaciones sociales de la comunidad para realizar actividades educativas con niños y jóvenes: cada concesionario establece una relación con escuelas u organizaciones sociales, y en forma conjunta coordinan la aplicación de módulos de Educación Vial, Educación Recreativa o Educación Ambiental.

La duración de las actividades –en las que participan empleados voluntarios del concesionario, docentes o coordinadores y niños– depende de las características específicas de cada grupo y región, y abarca desde media jornada a una jornada completa.

Relanzamiento

Si bien el programa se desarrolla desde 2005, fue relanzado en el año 2009, ya que la crisis de la empresa en el orden global obligó a que la Fundación GM suspendiera las becas para los programas de apoyo al voluntariado. Fieles a nuestra filosofía de mejora continua, incluso en momentos adversos buscamos oportunidades de superación para mantener los programas en el plano local: a partir de la crisis encontramos una oportunidad de ganar sustentabilidad a largo plazo. La reestructuración del programa permitió sumar más concesionarios, incorporando la iniciativa "Futuro sobre Ruedas" al programa *Franchise Meeting*[18] bajo la premisa de que un concesionario de excelencia debe realizar acciones de RSE. Esa incorporación permitió alinear el programa con los objetivos del negocio e incrementar el nivel de compromiso y resultados del programa.

Herramientas

Como soporte para la aplicación de las actividades, el programa cuenta con herramientas propias: el Programa de FSR y el Manual de Actividades FSR. Este último contiene grillas de actividades, sugerencias para los equipos de voluntarios de cada concesionario y actividades diseñadas y preparadas para imprimir.

Rol del equipo coordinador: General Motors y Fundación Compromiso

Para el enlace con la organización social local y el proceso de diseño e implementación de las actividades que realizan los equipos de voluntarios, cada uno de los concesionarios cuenta con un espacio de consultoría a cargo de la Fundación Compromiso, en el que se trabaja en el diseño específico de cada jornada de acuerdo con la localidad y especialmente según el perfil de cada grupo de niños y jóvenes.

Una vez que el concesionario realiza la jornada aplicamos un proceso de auditoría en el que establecemos contacto con la organización social beneficiaria, y el concesionario hace entrega de las herramientas de evaluación que corroboran la realización de la actividad.

[18] Los concesionarios están sujetos a una evaluación anual conocida como *Franchise Meeting*, en la que se mide su desempeño en distintas áreas (venta, posventa, servicio al cliente, etc. Los resultados de la evaluación arrojan una puntuación que determinará la categoría del concesionario y el acceso a sus beneficios. Los concesionarios que se suman al programa Futuro sobre Ruedas pueden acceder a puntos Bonus.

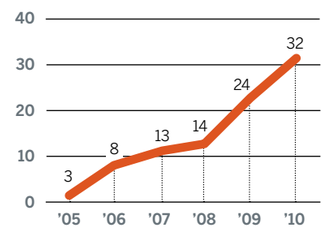
Más de 330 estudiantes de localidades aledañas a la planta fabril de GM se han capacitado gracias a la participación de cerca de 40 empleados voluntarios de la empresa en carácter de asesores.

Evolución y crecimiento

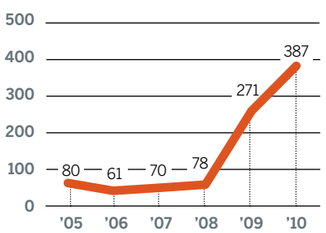
El programa "Futuro sobre Ruedas" está vigente desde el año 2005 y hoy muestra un incremento en los volúmenes de participación, tanto de los concesionarios como de los voluntarios y las organizaciones sociales, con las que se ha establecido un vínculo en cada una de las localidades donde un concesionario Chevrolet forma parte de la red del programa.

"Futuro Sobre Ruedas" recibió el premio "Distinción Responsabilidad Social Comunicativa 2010", otorgado por RSC Argentina espacio multimedial y el periodista Guillermo Petruccelli.

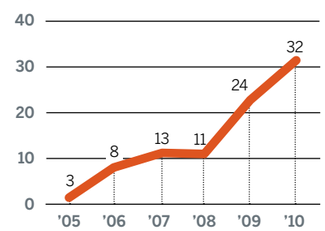
Concesionarios participantes



Voluntarios



Organizaciones sociales



Jornadas sobre educación ambiental

En el marco de este programa, en 2010 impulsamos junto con la Fundación MAS[19] actividades de educación ambiental en colegios de todo el país con el fin de apoyar las tareas de responsabilidad corporativa de los concesionarios Chevrolet en el cuidado del ambiente.

Hemos provisto a la Fundación MAS de materiales que se han utilizado durante las jornadas educativas y hemos puesto a su disposición un vehículo (Chevrolet S10) que se empleó para transportar los materiales a las escuelas de todo el país.

[19] La Fundación MAS (Muchas Acciones Suman) es una ONG dedicada a promover, difundir, fomentar valores y concientizar sobre el cambio climático, la preservación, el cuidado del medio ambiente y el desarrollo sustentable. Valores como responsabilidad individual y grupal, participación activa, conciencia ambiental y trabajo en equipo reflejan parte del espíritu del programa.

La Educación del Bicentenario: Nuestras familias

Junto a Junior Achivement participamos de un programa dirigido a alumnos de 1º grado, en el cual se aborda el concepto de "familia" y se explica cómo viven y trabajan sus integrantes y cuáles son sus necesidades y deseos.

A través de 5 clases de 45-50 minutos semanales que ofrecen voluntarios de GM, los alumnos identifican diversos empleos y ocupaciones que pueden desarrollar las personas que integran una familia y conocen las diferentes herramientas que utilizan. En el año 2010 participaron de este programa los alumnos de la Escuela Normal Nº 2 de Rosario.

Empresarios del Futuro

Este programa se implementa desde 2006 junto a la Fundación Junior Achievement, y busca fomentar el espíritu emprendedor de los estudiantes con el objetivo de incentivar la formación de futuros empresarios.

"Empresarios del Futuro" involucra a jóvenes de 16 y 17 años para que aprendan a constituir y administrar una empresa: para ello son capacitados por un cuerpo asesor formado por empleados voluntarios de nuestro Complejo Automotor de Rosario. En el caso de GM Argentina, el programa se desarrolla a partir de la creación de una fábrica de perchas, cuyas instalaciones están montadas en un área de la planta de pintura del Complejo Automotor de GM en Rosario.

Este programa ha sido declarado "de Interés Educativo" por el gobierno de la provincia de Santa Fe. Hasta el año 2010, más de 330 estudiantes de localidades aledañas a la planta fabril de GM se han capacitado gracias a la participación de cerca de 40 empleados voluntarios de la empresa en carácter de asesores.

Año	Escuela
2009	Escuela EEM Nº 398 Malvinas Argentinas de la localidad de Funes, Santa Fe.
2010	Escuela Comercial Nº 8187 de la Comuna de Alvear. Escuela Gral. Manuel Belgrano de Rosario, Santa Fe.

Participantes del programa Empresarios del Futuro.

El voluntariado se mantuvo vivo gracias a la participación de empleados interesados en colaborar en los programas emblemáticos de GM.

Programa de voluntariado

GM Voluntariado es un programa que fue lanzado en Argentina en el año 2004 con el fin de apoyar el trabajo de aquellos empleados voluntarios que desarrollan actividades en forma personal y grupal en organizaciones no gubernamentales (ONG), y fomentar el involucramiento de más empleados en este tipo de actividades.

En 2009 y 2010, esta actividad se redujo significativamente debido a varios factores externos e internos; entre ellos, la cancelación de becas por parte de la Fundación GM que se otorgaban a las organizaciones sociales; la reorganización de United Way en Argentina –la ONG a través de la cual se canalizaban dichos fondos– y el cambio de foco en el apoyo a instituciones dedicadas exclusivamente a fomentar la educación –por lo que se canceló el apoyo a las organizaciones vinculadas a salud, nutrición y otros–, lo que redujo las posibilidades de participación. También se presentó una pérdida de interés de las audiencias internas con motivo de la reestructuración de la corporación y un cierto grado de desmotivación producto de ella.

No obstante, el voluntariado de GM se mantuvo vivo gracias a la participación de empleados interesados en colaborar en los programas emblemáticos de GM Argentina, tales como Empresarios del Futuro, Futuro sobre Ruedas, CID Bicentenario, donaciones y otras actividades de ayuda social.

Un ejemplo de esto fue la realización de una jornada de voluntariado en 2010 en el marco de la Feria de Juegos "Creactivar", que incluyó las siguientes iniciativas:

- Compra de libros de estudio utilizados por Creactivar.
- Espacio con juegos recreativos con diversas pautas y consejos sobre Educación Vial (este material pertenece al kit de propuestas del programa "Futuro sobre Ruedas").
- Charla interactiva "Cambio climático: ¿qué podemos hacer?". Con la participación de la Fundación MAS.

Centro de Inclusión Digital Bicentenario

Esta iniciativa fue impulsada en forma conjunta en el año del Bicentenario de la patria por General Motors Argentina, la Comuna de Alvear y la Fundación CDI Educación Digital. Se trata de un centro de formación digital que tiene como misión promover la inclusión y generar espacios para el desarrollo de emprendimientos comunitarios sustentables. El proyecto, instalado en Alvear, busca lograr su sustentabilidad en el mediano plazo a través del dictado de cursos de informática y la prestación de servicios.

Tres meses después de la inauguración del Centro de Inclusión Digital Bicentenario, los primeros 24 alumnos recibieron sus certificaciones por finalizar sus cursos de informática. Se estima que más de 450 alumnos tomarán algunos de los más de 40 cursos que se dictarán en el Centro durante los primeros 2 años de su funcionamiento.

Seminario de RSE en Rosario

Con el objetivo de promover una cultura local de RSE, en 2009 y 2010 se realizaron dos seminarios en Rosario, junto a MoveRSE y Fundación Compromiso, para brindar al empresariado local una nueva visión y herramientas metodológicas para la planificación de negocios de manera inclusiva y sustentable. Los temas abordados fueron:

- **Generando capital social desde la empresa.**
- **Las empresas frente al desafío de la inclusión social.**
- **Voluntariado corporativo para la construcción de ciudadanía.**
- **La empresa y su entorno: el voluntariado corporativo como estrategia territorial de la empresa.**

En 2010, el seminario tuvo como principal foco la importancia de la articulación público-privada para el éxito de las iniciativas de RSE en empresas de la región.

Donaciones

En 2010 se realizaron donaciones de motores, autos y partes de autos a escuelas técnicas, facultades e institutos de capacitación especializados, tales como el INTI, el Colegio Otto Krausse y el Instituto Tecnológico de Capacitación Automotriz (ITCA) de la ciudad de Buenos Aires.

Otras actividades desarrolladas en el período 2009-2010

- **Convenio de cooperación con la Universidad Austral de Rosario**
  Firmamos un convenio de cooperación de tres años de duración con la Universidad Austral de Rosario, Santa Fe, para fortalecer la relación ya existente entre la terminal automotriz y esa casa de altos estudios. La alianza redundó en el fortalecimiento de las acciones docentes de institución educativa en relación con la formación universitaria de posgrado, programas ejecutivos, seminarios y talleres, así como tareas de investigación y consultoría en el área de las ciencias empresariales.

- **Un Sol para los Chicos**
  Tanto en 2009 como en 2010 participamos de la iniciativa a beneficio de Unicef ofreciendo dos autos Chevrolet para su sorteo entre las personas que participaban con sus donaciones.

- **Nochebuena para todos**
  A través del *Women Affinity Group* participamos del programa de Cáritas "Nochebuena para todos" con el armado de cajas navideñas para familias carentes. Luego del proceso de recolección, armamos una verdadera línea de producción de las cajas con nuestros conceptos de manufactura: aplicamos las herramientas de producción de autos para fabricar las cajas navideñas. Los empleados donaron los alimentos, el área piloto preparó la línea de producción, los hijos de los empleados escribieron cartitas para las familias que recibieron las cajas y los delegados de SMATA ayudaron a llevarlas al lugar de donación. Como resultado de esta iniciativa se armaron 300 cajas de Navidad que fueron entregadas a familias de la Parroquia Santísima Trinidad, la Parroquia Nuestra Señora del Valle, la capilla La Granadita, la Parroquia del Valle, la Parroquia San Vicente de Paul y el Jardín Los Surcos.

- **Recolección y reciclado de papel y plástico**
  Desde el año 2007 participamos del programa de Reciclado de la Fundación Hospital de Pediatría Garrahan. En el año 2009 recolectamos 4633 kg de papel, mientras que en 2010 alcanzamos los 5406 kg. Con respecto a la recolección de tapitas de plástico, logramos 26 kg en el año 2009, mientras que en 2010 la cifra fue de 19 kg.

- **Desarrollo de un Manual de Medio Ambiente con CIMPAR.**

- **Programa "Socios por un día" con Amcham.**

MONTO PAGADO A PROVEEDORES (MILLONES DE US$)

145,8 — 2009

320,6 — 2010

Cadena de valor

En GM buscamos construir una cadena de valor basada en lazos de confianza y seriedad. Entendemos que nuestros clientes y proveedores son clave para alcanzar con éxito nuestra visión de "Diseñar, Fabricar y Vender los Mejores Vehículos del Mundo".

Proveedores

La relación con nuestros proveedores es fundamental para poder llevar adelante correctamente nuestras operaciones y compromisos. Por esta razón, el sector de Compras, Logística y Abastecimiento (GPSC) se esfuerza cotidianamente en mantener una relación fluida y constante con los proveedores que nos abastecen. GPSC es el área responsable de las compras de piezas, material indirecto, logística (vehículos y piezas), así como de distintos tipos de servicios (seguridad, limpieza, restaurant, marketing) requeridos por la compañía para realizar las operaciones del día a día.

Contratación y requisitos para proveedores

Independientemente de su envergadura y tamaño, todas las empresas que nos brindan sus servicios deben cumplir con un mínimo de exigencias. Entre ellas se cuentan los procedimientos de calidad requeridos por GM, la certificación ISO/TS 16949 y la norma TS16789 en el caso de los proveedores directos de material y piezas.

La compra y desarrollo de las piezas para producción se realiza a través del programa Planeamiento Avanzado de Producto (por sus siglas en inglés, APQP [*Advanced Product Quality Planning*]), a través del cual, una vez determinada la necesidad de compra, se evalúa si los posibles proveedores son aptos técnicamente. En ese caso se realizan revisiones técnicas detalladas que, en conjunto con la revisión de cotizaciones, nos permiten determinar el proveedor más conveniente para el material o servicio necesario.

Red de concesionarios.

Plan de localización

En General Motors consideramos de vital importancia mantener una comunicación constante con nuestros proveedores para conocer su capacidad productiva real y para que ellos estén al tanto de las necesidades estratégicas de nuestra compañía.

Durante 2009 iniciamos una serie de rondas de negocio para que nuestros proveedores con potencial de exportación pudieran reunirse con otras subsidiarias de la compañía en la región para ampliar y fortalecer la base de autopartismo local.

En 2010 organizamos una exhibición de piezas de la que participaron autoridades, asociaciones y autopartistas para mostrar a nuestros proveedores las piezas que GM utiliza en la fabricación de automotores que podrían producirse localmente. El objetivo de esta iniciativa fue dar a conocer nuestras necesidades para que aquellos proveedores con la capacidad productiva adecuada comiencen a elaborar las piezas y así disminuir la importación de materiales.

En 2010 adherimos al Programa de Desarrollo Competitivo de las empresas de Santa Fe, organizado por el gobierno de la provincia: más de 50 empresas proveedoras asistieron a las jornadas realizadas en el Complejo Automotor de Rosario, Santa Fe.

Desafíos

Los principales desafíos se relacionan con los altos volúmenes de producción y con el objetivo de lograr una mayor localización de autopartes, colaborando con aquellos proveedores que invierten en el país.

Desarrollo de proveedores

Para el período 2009-2010 pusimos en marcha diversas iniciativas tendientes a capacitar y promover el desarrollo de nuestros proveedores:

Taller de Calidad. Se centra en la capacitación sobre Herramientas Básicas de Calidad (QSB), esenciales dentro de la filosofía de trabajo de General Motors.
Taller de APQP (*Advanced Product Quality Planning*). Consiste en un planeamiento de desarrollo de piezas a suministrar por los proveedores en etapas.
Taller SWE (Ambiente Simulado de Trabajo) para Proveedores. Al igual que nuestros empleados, los proveedores trabajan en una línea de producción simulada para poder implementar las diferentes herramientas de la filosofía de General Motors.

Clientes

Para estar atentos a sus demandas y necesidades hemos avanzado en el conocimiento de nuestros clientes organizándolos en dos grupos: concesionarios o clientes directos; y consumidores o clientes finales.

1. Red de concesionarios

Son nuestros aliados estratégicos, ya que son el punto de contacto entre la compañía y el cliente final: es por ello que cotidianamente nos esforzamos por superar sus expectativas respecto de nuestros productos y servicios.

Para brindar soporte a cada centro de ventas contamos con un abanico de servicios de asistencia:

- **Centro de Contacto:** atiende consultas específicas de los concesionarios sobre nuestros productos con el objetivo de aclarar dudas provenientes de clientes finales.

- **Centro de Asistencia Técnica:** cuenta con personal altamente especializado y es el encargado de resolver cuestiones técnicas específicas.

- **Área de Servicios:** recibe las consultas e inquietudes por parte de los concesionarios en cuestiones de calidad. Una vez recogida la información, este sector deriva las consultas al departamento correspondiente de la empresa, que luego desarrolla las acciones de mejora requeridas.t

2. Consumidores

Permanentemente buscamos las mejores formas de conocer las preferencias y necesidades de los consumidores finales. Por eso, en 2009 reemplazamos la segmentación de clientes de acuerdo con variables demográficas por una nueva modalidad que considera factores actitudinales. De esta manera obtenemos un mapa de preferencias de consumo más ajustado a la realidad y que supera el aspecto meramente socioeconómico.

Vías de comunicación

En GM utilizamos todos los medios posibles para poner en conocimiento de nuestros clientes finales las novedades sobre productos y servicios de nuestra compañía. Mantenemos un contacto permanente con los consumidores a través de campañas de comunicación en diversos medios: televisión, diarios, revistas, radio, internet, blogs y redes sociales.

Chevrolet en TC2000.

GM Difference![20]

La completa satisfacción del cliente de General Motors es el elemento que nos diferencia. Por eso contamos con *GM Difference*!, el programa con el cual buscamos generar un compromiso con nuestros clientes de manera que se transformen en "clientes para toda la vida". Este programa está organizado alrededor de diferentes estándares que comenzamos a desarrollar en 2007 y completaremos en 2011.

Centro de Atención

Nuestro Centro de Atención al Cliente está compuesto por asesores especialmente capacitados y entrenados que reciben sugerencias, brindan información sobre nuestras marcas y servicios, y gestionan reclamos. Contamos con un sistema organizado de comunicación para que las inquietudes, las sugerencias y los reclamos de nuestros clientes sean derivados y atendidos en tiempo y forma.

Encuesta CSAT

Medimos la satisfacción de aquellos clientes que se comunican con nosotros y realizamos una encuesta coordinada por un proveedor externo, denominada CSAT, que busca conocer su grado de conformidad con el servicio de atención telefónica. De acuerdo con la encuesta CSAT realizada en los períodos 2009 y 2010, el 84% de los clientes que se contactaron con el Centro de Atención al Cliente afirmaron haber quedado "totalmente satisfechos" o "muy satisfechos".

Desafíos

El desafío para 2011 y 2012 es continuar aumentando nuestros índices de satisfacción en relación con los productos y servicios que brindamos.

[20] Mayor información en la p. 44 del Reporte de Sustentabilidad 2007-2008.

Global Reporting Initiative™

Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **General Motors de Argentina SRL** ha presentado su memoria "Reporte de Sustentabilidad 2009 - 2010" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación C.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 11 Octubre 2011

GRI REPORT
GRI CHECKED

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org

Descargo de responsabilidad: *En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 26 Septiembre 2011. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.*

Tabla de contenidos GRI

Código GRI	Descripción	Estado	N° página /Respuesta directa
1.	**ESTRATEGIA Y ANÁLISIS**	**REPORTADO**	
1.1.	Declaración del máximo responsable.	Completo	8, 9
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Parcial	9
2.	**PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN**	**REPORTADO**	
2.1	Nombre de la organización.	Completo	3
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	Completo	22-23, 25-27
2.3	Estructura operativa.	Completo	12
2.4	Localización de la sede principal.	Completo	12
2.5	Países en los que opera.	Completo	11, 12
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Completo	General Motors SRL es una subsidiaria de General Motors Company.
2.7	Mercados servidos.	Completo	22-23
2.8	Dimensiones de la organización informante.	Parcial	12, 22-27, 46. La política de General Motors Company no permite la apertura por país de las ventas netas y la capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto.[21]
2.9	Cambios significativos del período.	Completo	11, 23
2.10	Premios y distinciones recibidos.	Completo	23
3.	**PARÁMETROS DE LA MEMORIA**	**REPORTADO**	
3.1	Período cubierto por la información.	Completo	2009-2010
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	Completo	2007-2008
3.3	Ciclo de presentación de memorias.	Completo	Bienal
3.4	Punto de contacto para cuestiones de la memoria.	Completo	80
3.5	Proceso de definición del contenido.	Completo	5
3.6	Cobertura de la memoria.	Completo	5
3.7	Existencia de limitaciones de alcance.	Completo	No existen limitaciones de alcance.
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones.	Completo	No existen dichos aspectos.
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.	Completo	38-43
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información de memorias anteriores.	Completo	No se han formulado reexpresiones de información.
3.11	Cambios significativos relativos a períodos anteriores.	Completo	No se registraron cambios.
3.12	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web.	Completo	77
4.	**GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS**	**REPORTADO**	
4.1	Estructura de gobierno.	Completo	14
4.2	Características de la presidencia del consejo.	Completo	El presidente del Directorio de GMA es también el presidente del Comité Ejecutivo.
4.3	Número de miembros del máximo órgano de gobierno independientes o no ejecutivos.	Completo	El Directorio Ejecutivo de GMA no cuenta con miembros independientes o no ejecutivos en su máximo órgano de Gobierno.
4.4.	Mecanismos de comunicación de accionistas y empleados con el máximo órgano de gobierno.	Completo	17, 19
4.5	Vinculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.		No corresponde al nivel de aplicación C.
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	Completo	17
4.7	Capacitación de los miembros del máximo órgano de gobierno.		No corresponde al nivel de aplicación C.
4.8	Declaración, misión, valores y código de conducta y sobre sustentabilidad.	Completo	10, 11, 15, 17
4.9	Procedimientos para supervisar la gestión económica, social y ambiental de la organización.		No corresponde al nivel de aplicación C.
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno.		No corresponde al nivel de aplicación C.
4.11	Adopción del principio de precaución.	Completo	17
4.12	Adhesión a principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	Completo	Adhiere a la CONAETI (Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil), los Principios de Sullivan, UNICEF, Fundación CDI Digital, CIMPAR (Comisión Interempresaria Municipal de Medio Ambiente Rosario).
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicancia.	Completo	18
4.14	Relación de grupos de interés de la organización.	Completo	18, 19
4.15	Bases para la identificación y selección de los grupos de interés.	Completo	18
4.16	Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés.	Completo	5, 17-19, 63, 65, 75-76
4.17	Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés.	Completo	5, 50, 63

[21] Para obtener más información sobre los resultados regionales de General Motors consultar: http://media.gm.com/content/dam/Media/gmcom/investor/2010/FSFinancial-Highlights.pdf (2009 - GMIO) / http://media.gm.com/content/dam/Media/gmcom/investor/2011/Q4-2010-Financial-Highlights.pdf (2010 - GMSA)

Código GRI	Descripción	Estado	N° página /Respuesta directa
	INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO	**REPORTADO**	
EC1	Principales magnitudes económicas.	No reportado	
EC2	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	Parcial	9
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Completo	En 2009 y 2010, se pagaron $ 116.066.233 en concepto de contribuciones a la seguridad social, que incluye los aportes establecidos en la legislación vigente.
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Completo	24
EC5	Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	Completo	El salario inicial estándar de un trabajador bajo convenio es 195% superior al salario mínimo vital y móvil.
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales.	Parcial	74, 75
EC7	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales.	Completo	De los 13 integrantes del staff, sólo 2 son extranjeros.
EC8	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público.	No reportado	
EC9	Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos.	Completo	22, 24
	INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		
	PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE	**REPORTADO**	
LA1	Desglose de empleados por tipo de empleo, contrato y región.	Completo	46
LA2	N° total de empleados y rotación media, desglosados por edad, sexo y región.		47
LA3	Beneficios sociales para empleados con jornada completa.		48
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Completo	88%
LA5	Periodos mínimos de preaviso relativos a cambios organizacionales.	Completo	Los períodos de preaviso contemplan lo establecido en las leyes laborales argentinas.
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud.	Completo	54
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y N° de víctimas mortales.	Completo	55
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves.	Completo	54, 55
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Completo	54, 56
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Completo	60
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores.	Completo	59-61
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional.	Completo	El 100% de los empleados recibe una evaluación anual de desempeño.
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, por sexo, edad, pertenencia a minoría y otros indicadores de diversidad.	No reportado	
LA14	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional.	Completo	Los salarios de GM se definen en función del cargo, sin importar el género del empleado/a. La relación es 1 a 1.
	DERECHOS HUMANOS	**REPORTADO**	
HR1	Porcentaje y N° total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos.	Completo	GMA no cuenta con dichas cláusulas.
HR2	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	No reportado	
HR3	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos en anticorrupción.	No reportado	
HR4	N° total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Completo	No se registraron incidentes.
HR5	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras.	Completo	No se registraron tales actividades.
HR6	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras.	Completo	No se registraron tales actividades.
HR7	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras.	Completo	No se registraron tales actividades.
HR8	Porcentaje del personal de seguridad formado en aspectos de derechos humanos.	No reportado	
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.		No se registraron tales actividades.
	SOCIEDAD	**REPORTADO**	
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad para evaluar, gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	Completo	68-73
SO2	Porcentaje y N° total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción.	Parcial	17
SO3	Porcentaje de empleados formados en anticorrupción.	Completo	El 100% de los empleados recibe capacitación sobre políticas de anticorrupción.
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Completo	No se registraton dichos incidentes.
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de éstas y de actividades de lobbying.	No reportado	
S06	Aportes financieros y en especies a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	Completo	No se realizaron aportes a partidos políticos.
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	Completo	No hemos sido acusados de realizar prácticas monopólicas y contra la libre competencia.
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Completo	No se recibieron multas.

Código GRI	Descripción	Estado	N° página /Respuesta directa
	RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	**REPORTADO**	
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	Completo	66
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios.	Completo	No se registraron incidentes.
PR3	Procedimiento para la información y el etiquetado de productos y servicios.	No reportado	
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y el etiquetado de los productos y servicios.	No reportado	
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluidos los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	No reportado	
PR6	Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing.	No reportado	
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	Completo	No se registraron incidentes.
PR8	Número total de reclamos con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Completo	No se recibieron este tipo de reclamos.
PR9	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y uso de productos y servicios.	Completo	No se recibieron multas por tal motivo.
	INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL	**REPORTADO**	
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	No reportado	
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	No reportado	
EN3	Consumo directo de energía por fuentes primarias.	Completo	38
EN4	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	Completo	38. La energía comprada y consumida por GMA proviene de fuentes no renovables. Actualmente no se utiliza energía de fuentes renovables.
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Completo	38
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables.	No reportado	
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	No reportado	
EN8	Captación total de agua por fuentes.	Completo	39. La fuente de agua es el acuífero profundo Puelche.
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No reportado	
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No reportado	
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados en espacios protegidos.	No reportado	
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad.	No reportado	
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No reportado	
EN14	Estrategias y acciones para gestión de impacto sobre la biodiversidad.	No reportado	
EN15	Especies en extinción afectadas por las operaciones.	No reportado	
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Completo	42
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	No reportado	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	No reportado	
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	Completo	42
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Completo	42
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Completo	39
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Completo	40, 41
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Completo	43
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	Completo	41
EN25	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	No reportado	
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.	Completo	66
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil por categorías de producto.	No reportado	
EN28	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Completo	No se recibieron multas.
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	No reportado	
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Parcial	43

Encuesta sobre el Reporte de Sustentabilidad 2009 • 2010

Su opinión nos interesa

1. ¿Cuál es su vínculo con GM?

- ○ Empleado
- ○ Proveedor
- ○ Concesionario
- ○ Cliente
- ○ Otro ¿Cuál?

2. ¿Cuánto leyó usted del Reporte de Sustentabilidad de GM?

- ○ Todo
- ○ Poco
- ○ Mucho
- ○ Nada
- ○ Bastante

3. Antes de leer este reporte, ¿conocía usted las acciones de RSE desarrolladas por la empresa?

- ○ Sí
- ○ No

4. ¿Cuáles son los tres temas que más recuerda de todos los incluidos en el reporte?

- ○ Ética
- ○ Gobierno corporativo
- ○ Medio ambiente
- ○ Recursos Humanos
- ○ Clientes
- ○ Proveedores
- ○ Relaciones con la comunidad
- ○ Seguridad del producto
- ○ Información general de la empresa

5. ¿Cuáles son las tres dimensiones a las cuales GM debería darle mayor importancia en su trabajo de RSE?

- ○ Relaciones con la comunidad
- ○ Medio ambiente
- ○ Gestión de recursos humanos
- ○ Clientes
- ○ Proveedores
- ○ Ética
- ○ Responsabilidad de productos

6. Por favor califique el reporte utilizando una escala de 1 a 5 en la cual:

1. Malo 2. Regular 3. Bueno 4. Muy bueno 5. Excelente

- __ Diseño
- __ Claridad de la información presentada
- __ Presentación de la información
- __ Profundidad de los contenidos
- __ Importancia de la información
- __ Temas incluidos

7. Tras haber leído el reporte de GM, ¿cómo califica la gestión de RSE de la empresa?

- ○ Excelente
- ○ Regular
- ○ Muy buena
- ○ Mala
- ○ Buena

¿Qué sugerencias quisiera hacer para mejorar el próximo reporte de GM?

.....

.....

.....

Puede enviarnos esta encuesta a General Motors Argentina - Gcia. de Comunicaciones y Responsabilidad Corporativa - Av. Leandro N. Alem 855, Piso 2 (C1001 AAD) Bs. As., Argentina, o escribirnos a comunicaciones.gma@gm.com para hacernos llegar sus comentarios y/o sugerencias.

Staff

Reporte de Sustentabilidad 2009 • 2010
General Motors de Argentina

Contenidos
General Motors de Argentina

Edición y Coordinación
Gerencia de Comunicaciones y
Responsabilidad Corporativa de GMA

Asesores Externos
Fundación Compromiso
www.compromiso.org

Producción editorial
annik media makers
www.annik.com.ar

Diseño
Mediamasa
www.mediamasa.com.ar

Fotografía
Las imágenes utilizadas en este reporte
son propiedad de General Motors de Argentina

MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC® C004640

El papel utilizado para la impresión de este reporte cuenta con la certificación de Cadena de Custodia FSC (Forest Stewardship Council), lo que implica que fue producido bajo prácticas forestales responsables en materia social y ambiental.

GM