



**Renault
Group**

**REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD
2023**

RENAULT - Sofasa
Colombia

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



Página

1

Carta del Presidente Director General

4

2

Cifras RENAULT-Sofasa

8

3

¿Quiénes somos y qué hacemos?

10

Nuestros grupos de interés

14

Nuestros temas materiales

16

(3-3) Cuidamos nuestra gente

16

Un gran lugar para trabajar

16

Un ambiente seguro, saludable, diverso e inclusivo

18

Acuerdos para el futuro

22

(413-1) (3-3) Fundación Renault

23

4

(3-3) (2-6) **Desarrollo** de nuestra cadena

25

Clientes 100% Satisfechos

26

Un ecosistema potente, de

28

proveedores a concesionarios

5

Construimos nuestra sostenibilidad

29

Rentabilidad

33

Nuevos proyectos y Logros 2023

36

Movilidad sostenible

37

6

Índice GRI

38



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2023

RENAULT-Sofasa
COLOMBIA

(2-2)(2-3) En este reporte anual damos a conocer a nuestros grupos de interés los resultados de la gestión de **RENAULT SOCIEDAD DE FABRICACIÓN DE AUTOMOTORES S.A.S.** durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2023. Contiene también información consolidada de la Fundación Renault.

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

Para conocer información adicional o aclarar algún tema relacionado con este informe, puedes contactarnos en:

Juanita.agamez@renault.com
luz.perez@renault.com.

También puedes comunicarte a través de nuestra línea gratuita nacional 018000519333 o en la dirección carrera 49 # 39 sur - 100. Envigado - Colombia

(2-4) No se hicieron ajustes con respecto al informe del año 2022.



1

Carta

del Presidente Director General

Ariel Montenegro
Presidente Director General
RENAULT-Sofasa
Colombia

Carta del Presidente Director General

LLEVAMOS LA MOVILIDAD MÁS ALLÁ, PARA CONECTAR A LAS PERSONAS Y CONSTRUIR FUTURO

(2-22) Tenemos el gusto de compartir nuestro informe de sostenibilidad, en el que presentamos un recuento de los aspectos más relevantes de nuestra gestión en el 2023. Además, recopilamos los proyectos más importantes en los que actualmente estamos trabajando para ser el motor que mueve el futuro sostenible de Colombia.

En un contexto macroeconómico global y local retador, el 2023 fue un año de contracción de mercado. Sin embargo, esta situación no fue una limitante para que Renault fuera por sexto año consecutivo la marca favorita de los colombianos en vehículos de pasajeros y utilitarios, al mantener su liderazgo, manteniendo su cercanía al corazón de los colombianos. También logramos posicionar tres de nuestros vehículos en el top 10 de los más vendidos, siendo la Renault Duster, ensamblada orgullosamente en nuestra planta de Envigado, el vehículo más vendido en Colombia.

Adicionalmente las exportaciones a los mercados que atendemos crecieron un 11%, especialmente por el incremento de exportaciones a México y Argentina, y comenzamos la recuperación de la exportación de nuestros vehículos a Venezuela, un mercado que esperamos acompañar de nuevo en su crecimiento y desarrollo económico. Esto es importante porque la labor que realizamos desde nuestra planta comienza a fortalecer su diversificación, para atender el mercado doméstico y al extranjero.

Estos resultados, sumados a que seguimos liderando el ensamble nacional de vehículos con más del 70% de la participación en el país, nos permiten tener confianza en el futuro para seguir generando desarrollo y valor sostenible en toda nuestra cadena de abastecimiento, el crecimiento de nuestra red y todos los grupos de interés de la Compañía.



Uno de los hitos más importantes para el futuro de nuestra operación, fue la confirmación de la inversión de hasta Usd 100 millones para el ensamble del nuevo carro colombiano, el Renault Kwid, a partir del 2025 tanto para el mercado nacional como para exportación a más de 15 países. Este proyecto refleja la confianza del Grupo Renault en la operación en Colombia y su relevancia para la estrategia en la región.

SOMOS UN GRAN LUGAR PARA TRABAJAR

El talento en RENAULT-Sofasa ha sido siempre una prioridad y es sin duda el factor clave para que nuestra marca sea una de las favoritas en Colombia.

Una de nuestras prioridades es cuidar a nuestra gente, y el reflejo es el resultado en la encuesta Great Place To Work, en la que tuvimos una participación del 97% de los colaboradores, y un puntaje de 95%, 5 puntos más que en 2022, con un crecimiento importante respecto a cada una de las variables que miden la calidad del clima laboral y la experiencia en la Compañía en dimensiones como la credibilidad, el respeto, la equidad y el compañerismo.

Sin duda es el resultado del compromiso de todos los que cada día hacemos posible trabajar en una empresa en la que encontramos oportunidades de crecer personal y profesionalmente, así como sentirnos conectados con una organización que contribuye al desarrollo de nuestro país, generando valor social y económico.

También fue un año en el que firmamos un nuevo Pacto Colectivo con una vigencia de tres años. Esta es una de las herramientas de calidad de vida y de construcción de lazos sociales más importantes de nuestra empresa, siendo un acuerdo para el futuro que nos llena de orgullo porque sabemos que trae consigo crecimiento económico, educativo y social de cada colaborador y sus familias.

En nuestro Grupo Renault la diversidad es una característica del ADN de nuestras operaciones, nuestra presencia en tantos países y operaciones que involucran incluso proveedores al rededor del mundo, son sinónimo de diversidad. Por eso, la creación de nuestro Comité de Diversidad e Inclusión, declarar nuestro manifiesto e iniciar un camino en el que cada uno aporta desde su valor personal, es otra de las iniciativas que nos llenan de satisfacción, porque en **RENAULT-Sofasa, SOMOS LO QUE NOS DIFERENCIA.**

Regresamos al top de MERCOSUR que mide las 100 empresas con mejor reputación en Colombia, como un reconocimiento al trabajo integral y articulado con todos los grupos de interés. Estar en este importante ranking, no solo es motivo de orgullo por la gestión que venimos realizando con integridad, sino que representa una responsabilidad superior al ser referentes en la industria y las empresas del país. Nuestra marca humana, cálida y cercana, está cada vez más orientada a las necesidades de los clientes.

Nuestro compromiso con Colombia es a mediano y



largo plazo, por eso seguimos invirtiendo en el país, renovando nuestra tecnología, siendo referentes del mercado con un portafolio que ofrezca alternativas para los diferentes clientes y nos permita mantener el arraigo que tiene Renault con las familias colombianas.

Seguiremos acercando el valor de la marca a nuestros clientes porque entendemos sus necesidades, desarrollando soluciones que van más allá de ofrecer un vehículo nuevo. Por eso, fortalecimos nuestro portafolio de servicios financieros a través de MFS (Mobilize Financial Services), filial de financiamiento del Grupo Renault con presencia en Colombia, pues más del 70% de los vehículos nuevos se compran con financiación; también, seguimos fortaleciendo las opciones para estrenar carro con productos como Renault Plan Rombo, que ofrece a los clientes, a través del autofinanciamiento comercial, un sistema bajo el principio de "ayuda mutua" o financiación solidaria, permitiendo la adquisición de un vehículo nuevo de la Compañía.

SOMOS EL MOTOR QUE MUEVE EL FUTURO SOSTENIBLE DE COLOMBIA

En RENAULT-Sofasa no nos detenemos, seguimos avanzando para continuar dando respuesta a las necesidades de la industria, del mercado y de nuestros clientes, quienes son nuestra razón de ser.

En 54 años de historia hemos contribuido al



crecimiento económico del país, y seguiremos trabajando para ampliar nuestros volúmenes de producción, manteniendo el liderazgo en la industria y aumentando la contribución del total del PIB industrial en los últimos años, que se posiciona en una contribución de al rededor del 6,6% en Colombia **para toda la industria automotriz**. De ahí la relevancia estratégica de nuestro proyecto industrial para ensamblar el Kwid, que posicionaremos en el mercado nacional como el nuevo carro colombiano y en mercados internacionales nos permitirá llegar a nuevos destinos y mantener fortalecida nuestra operación.

Un vehículo como el Kwid es una gran solución y respuesta a la movilidad eficiente y compacta, con un peso liviano aproximado de 800 Kilos, que lo hace más eficiente en términos de consumo de combustible y emisiones de CO2.

La descarbonización es una prioridad en nuestra industria, y como Grupo Renault, la estamos abordando a partir de diferentes tecnologías; es por

esto que en 2024 estará disponible toda la gama de vehículos 100% eléctrica: Kwid E-Tech, Megane E-Tech, Zoe E-Tech, Kangoo E-Tech y Master E-Tech consolidando el 30% de nuestro portafolio, 100% eléctrico. Además, hemos aportado a la creación de un ecosistema que, de manera paralela, habilite el crecimiento de la movilidad cero emisiones, y para esto incrementamos la capacidad de carga eléctrica, con más de 30 puntos a nivel nacional en todos nuestros concesionarios, lo que facilita el acceso a la movilidad eléctrica en diferentes ciudades y el uso de los modelos que ya se encuentran disponibles en todo el territorio colombiano.

Estos avances en portafolio, inversiones y tecnología, van de la mano con la estrategia de sostenibilidad de nuestro Grupo Renault, en la que trabajamos por la inclusión, la seguridad vial y mitigar el impacto ambiental de nuestras operaciones, buscando la carbono neutralidad al 2050 como una meta retadora, pero con una línea de trabajo clara, en la que nos reconocemos como parte del problema, pero también aportamos a la solución con el desarrollo de nuevas tecnologías, más limpias, más eficientes y con procesos de economía circular en la mayoría de nuestros modelos.

No quiero cerrar esta presentación, sin hacer un reconocimiento a la misión de nuestra Fundación Renault, que sigue generando valor social a través del programa de Becas Germán Camilo Calle, de los programas de educación vial, proyectos de inclusión social y de voluntariado, que conectan a nuestros colaboradores con un propósito superior en el que contribuyen de manera individual y colectiva.

Para finalizar, solo quiero expresar mi gratitud con un equipo de trabajo talentoso, comprometido y orientado a lograr los retos que tenemos como empresa. Sabemos las exigencias de nuestro mercado, pero así mismo, tenemos el talento y las capacidades para hacerle frente a los desafíos. Entendemos el valor de lo que hacemos para las más de 10.000 familias que hacen parte de esta cadena de valor, para cada cliente que confía en el respaldo y valor de nuestra marca, y seguiremos trabajando para mantener cerca del corazón de los colombianos un "Renol" que los lleve a cumplir más sueños.

Ariel Montenegro

Presidente - Director General de RENAULT-Sofasa.

2

Cifras

RENAULT-Sofasa



Cifras RENAULT-Sofasa

Somos la marca líder del país por sexto año consecutivo, con 5 vehículos en el TOP15 de los vehículos más vendidos en Colombia.



1. Duster
2. Kwid
3. Stepway
4. Sandero
5. Logan



1.095 colaboradores directos.



38% de las posiciones de liderazgo las ocupan mujeres.



Logramos la **certificación Great Place to Work con 95 puntos**, 5 puntos más que en 2022.



14.905 horas totales de formación en 2023.



2,1% de mujeres en puestos operativos, en 2020 era el 1.7% y en 2022 el 3.1%.



94,5% clientes satisfechos en la venta, 3% más que en 2022.



87% clientes satisfechos en la posventa, 7% más que en 2022.



Somos **Cuadrante de la Excelencia** según auditoría Quality Health Check.



Renault Duster: el carro más vendido del país por segundo año consecutivo.



625 personas beneficiadas en **inclusión a través de la empleabilidad.**



5.039 árboles donados.



1.697 horas donadas en el voluntariado corporativo.



203 voluntarios Fundación Renault.



Contamos con **34 proveedores nacionales** para piezas locales.



100% de **nuestra energía eléctrica** para la Planta de Envigado proviene de **fuentes renovables.**



¿Quiénes

Somos y qué hacemos?

¿Quiénes somos y qué hacemos?

(2-1) (2-6) Llevamos 54 años presentes en el territorio colombiano. **En este tiempo hemos consolidado un liderazgo en el mercado automotor que nos ha permitido convertirnos en movilizadores del progreso, cuidando de nuestra gente, desarrollando la cadena de valor y construyendo futuro para asegurar la rentabilidad y sostenibilidad de las operaciones.**

Durante el 2022 nos propusimos lanzar nuevos productos y fortalecer nuestras marcas, por eso, es un orgullo contarles que en el 2023 lanzamos **nuestro Kwid E-Tech 100% eléctrico**. Esta es una fiel muestra de que nos encaminamos a posicionarnos en el año 2025 como actores principales de la movilidad eléctrica con la incorporación de altos componentes de tecnología y sostenibilidad en nuestros procesos.

LOS PILARES ESTRATÉGICOS

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

- Cuidar a nuestra gente:



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

- Desarrollar nuestra cadena



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

- Construir nuestra sostenibilidad



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



(2-28) AFILIACIÓN A ASOCIACIONES

Creemos en el trabajo asociativo y colaborativo como base para sacar adelante las iniciativas que movilicen el progreso del país. Participamos activamente en agremiaciones, asociaciones, y grupos de interés, desde los que aportamos visiones sobre diversos temas industriales, como aspectos ambientales y sociales, conscientes de la responsabilidad que debemos actuar acorde con nuestro propósito superior. Por eso trabajamos de la mano con:

- **ANDI** (Asociación Nacional de Empresarios).
- **Cámara Colombo Francesa.**
- **Proantioquia.**
- **Mesa de Educación del Sector Automotor del SENA.**
- **Red de Ensamble.**

(2-9) GOBIERNO CORPORATIVO QUE ORIENTA Y DEFINE EL RUMBO ESTRATÉGICO

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

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

(2-12) (2-13) COMITÉ DIRECTIVO Y COMITÉS DE PROYECTOS

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

(2-11) Presidente Director General

El Presidente Director General es elegido por Renault

Group siguiendo criterios objetivos, tales como la competencia y los conocimientos en administración del negocio, según la naturaleza de nuestra industria. Él se encarga de toda la dirección, de la administración y de la ejecución de los programas industriales de inversión y producción, así como de encabezar la implementación de los precios de venta de los vehículos y de sus partes, a fin de garantizar el buen desempeño de la organización.

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

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



MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO

(2-10) El Comité Ejecutivo es el centro de nuestra estructura y es el más alto foro de decisión en Renault Colombia. La elección de los líderes que lo componen está basada en sus competencias, comportamientos y entrega, que a su vez, son validados por los líderes locales, regionales y globales del Grupo Renault. Estos líderes desempeñan un papel fundamental en la gestión de los impactos corporativos y en la implementación de las estrategias.

Así está conformado:



Ariel Montenegro
Presidente
Director General
37 años



Juanita Agamez
Directora Jurídica,
Relaciones de Gobierno
y RSE
39 años



Daniel Canuto
Director Financiero
40 años



Carlos Vásquez
Director de Producción
y Calidad
57 años



Mauricio Pino
Director de Recursos
Humanos
55 años



Adriana Uribe
Directora de Latam
Business Service
50 años



Camilo Brusco
Gerente de División de
Ingeniería Producto
41 años



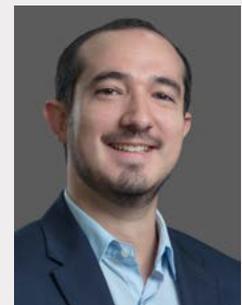
Germán Vargas
Gerente Product
Performance
47 años



Gabriel Arango
Director de Compras
42 años



Maritza Pérez
Secretaria Ejecutiva
34 años



Santiago Puerta
Gerente de Tecnología
de la Información
36 años

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

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

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

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

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

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

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

NUESTROS TEMAS MATERIALES

(3-1)(3-2) Nuestros temas materiales se ven reflejados en el siguiente recuadro, los cuales surgieron gracias a un análisis de materialidad interno, donde se determinaron los temas cruciales para nuestra compañía y su sostenibilidad.

PRIORIDADES RENAULT-Sofasa 2023

SOMOS EL MOTOR QUE MUEVE EL FUTURO DE NUESTRO PAÍS

- CUIDAMOS Nuestra Gente**
 - Un gran lugar para trabajar
 - Un ambiente seguro, saludable, diverso e inclusivo
 - Acuerdos para el futuro
- DESARROLLAMOS Nuestra Cadena**
 - Clientes 100% satisfechos
 - Un ecosistema potente, de proveedores a concesionarios
- CONSTRUIMOS Nuestra Sostenibilidad**
 - Rentabilidad
 - Nuevos proyectos
 - Movilidad Sostenible

MINDSET

- PASIÓN POR LOS DETALLES**
- AGILIDAD Y FLEXIBILIDAD**
- ESPIRITU EMPRENDEDOR**

(3-3) CUIDAMOS NUESTRA GENTE

UN GRAN LUGAR PARA TRABAJAR

(2-7) (401-1) (404-2) Queremos que nuestro talento se desarrolle, crezca junto a su familia, tenga el reconocimiento que merece por su esfuerzo y tengan oportunidades de desarrollo personal y profesional. Por eso, **en 2023 firmamos el Pacto Colectivo 2023-2026, valorado por nuestros colaboradores como el mejor pacto colectivo de la historia**, orientado en temas de bienestar, cultura, deporte y educación. Además, fomentamos el reconocimiento y la participación, porque sabemos que todos tenemos algo que aportar para seguir siendo una empresa líder.

Tenemos actividades en familia como olimpiadas deportivas para la unión de nuestros colaboradores a través de la sana competencia. También **contamos con puertas abiertas para hijos y familiares**, espacio en donde nuestras familias pueden conocer nuestro proceso y ser parte de la compañía.

Durante 2023 vivimos grandes experiencias, momentos memorables que nos permitieron fortalecer nuestros lazos y las prácticas que hacen de RENAULT-Sofasa un gran lugar para trabajar. Estos planes son fruto del análisis de los resultados de la encuesta Great Place To Work 2022 y los barómetros que hacemos de forma periódica.

Adicional, tuvimos el lanzamiento mundial de SHIFT (Solution-driven, Heritage, Integrity, Forward-thinking y Trust), nuestro nuevo conjunto de valores y comportamientos que definen fielmente nuestra cultura, nos impulsa a fortalecernos como un equipo sólido y acompañar nuestra estrategia de transformación.

Estas son algunas de las acciones que evidencian el cuidado por nuestra gente durante el año:

(404-1) Somos una compañía que cree y acompaña el desarrollo de las personas, es por esto que, en el 2023 promovimos las movilidades apalancadas en la herramienta de internal mobility logrando:

1. **72%**
de cubrimiento de vacantes
con talento interno.

Implementamos más de
60 acciones
de formación
logrando más de **8.000 horas**
de formación tradicional.

A través de nuestra plataforma
de aprendizaje llegamos a
6.600 horas
de formación e-learning.

Nuestros líderes se vienen formando y entrenando en las mejores prácticas para acompañar y cuidar a sus equipos, enfocándose en generar las condiciones que nos permitan seguir creciendo como compañía.

2. Nuestros sistemas de participación como KAIZEN e ICP (idea concreta de progreso) están en nuestro ADN, son espacios donde todos podemos proponer cambios y mejoras en los cuales, mediante el trabajo en equipo y la inteligencia colectiva, hemos logrado resultados que nos han permitido estar entre las mejores plantas, mantener prácticas competitivas y consolidar una cultura de mejoramiento continuo en la organización.

Además, nos importa reconocer a nuestros colaboradores y valoramos su esfuerzo, por eso, a través de celebraciones especiales como quinquenios, reconocemos su trayectoria y contribución en la organización; convirtiéndose en una tradición y práctica que fortalece nuestra cultura.



4. Durante el 2023, avanzamos y consolidamos nuestra Escuela de Liderazgo Social, iniciativa que vinculó a **114 líderes de operaciones de las Direcciones de Producción, Calidad, Comercial y Latam Business Services** con el objetivo de fortalecer el ejercicio del liderazgo social mediante el fortalecimiento de habilidades, competencias y prácticas sociales, que les permita desarrollarse en línea con nuestros principios de liderazgo.

5. Recibimos la visita de **Renault Academy**, quienes auditaron, capacitaron y certificaron a nuestro equipo de APW. Esta es una excelente noticia ya que es la primera vez en la historia que Renault valida escuelas de destreza en Latinoamérica, siendo los pioneros con nuestra planta de RENAULT-Sofasa.

6. Realizamos una capacitación en **Antitrust, dirigida a todas las áreas administrativas de la compañía y una jornada específica para nuestro Comité Ejecutivo, la Dirección Comercial, Ingeniería y Relaciones de Gobierno** enfocada en las buenas prácticas de competencia para fortalecer el conocimiento de nuestros equipos sobre el cumplimiento e importancia de las normas referentes a estos temas, ratificando así nuestro compromiso con compliance.

7.

Continuando con nuestro compromiso con las normas de competencia, adicionalmente lanzamos la **Política de Libre Competencia**, la cual busca fortalecer los procesos de cumplimiento normativo en derecho de la competencia, facilitando la prevención, detección y sanción de actos que restrinjan la libre competencia.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



(3-3) UN AMBIENTE SEGURO, SALUDABLE, DIVERSO E INCLUSIVO

(405-1)(403-3)(405-2) **La diversidad e inclusión hacen parte del ADN de nuestra Compañía.** Durante el 2023 continuamos construyendo una RENAULT-Sofasa para todos, donde resaltamos y celebramos la esencia de cada persona, encontrando en nuestras diferencias lo que nos hace únicos. También conformamos nuestro Comité de Diversidad e Inclusión, un equipo con el que juntos seguiremos recorriendo este camino y aprendiendo con nuestra base: **SOMOS LO QUE NOS DIFERENCIA.**



Además, hicimos alianzas poderosas en pro de la diversidad: **fuimos seleccionados como una de las 50 empresas elegidas por la ANDI para hacer parte de Impacto M, un programa de Mentorías en Liderazgo Femenino**, que, junto con nuestros programas internos de Mentorías Renault en Latinoamérica, nos permitieron avanzar en el desarrollo profesional de 10 mujeres de la organización. Esta es una oportunidad



para reafirmar la apuesta que hace la compañía por la diversidad, y que conecta con nuestro propósito de trabajar por la equidad de género, buscando que las mujeres tengan las herramientas para romper prejuicios y ocupar posiciones determinantes en una industria que ha sido mayoritariamente liderada por hombres.

Estamos trabajando por convertirnos en una empresa cada vez más diversa y que asegura los escenarios que permitan la inclusión y la contribución de todos dentro de la organización. Promovemos la diversidad y la equidad como ejes de transformación, por eso, en 2023:

Contamos con un **38%** de mujeres en roles de liderazgo.

44% de los reclutamientos realizados por la Compañía en 2023 fueron de mujeres.

5 IGUALDAD DE GÉNERO



(3-3) POR UNA GESTIÓN INTEGRAL:

En la Compañía, la ética es uno de los valores más importantes y la base de todas las acciones que realizamos dentro y fuera de nuestras instalaciones. Así nos aseguramos de que la operación funcione de forma sana e íntegra. Para nosotros, la ética es más que una política o un lineamiento, y por ello en cada acto que ejecutamos hay una convicción, un saber hacer, una reflexión, un cuestionamiento, una conciencia profesional y un interés constante y permanente por su cumplimiento.

- Nuestros colaboradores recibieron formaciones en compliance según lo establecido en el Programa de Transparencia y Ética Empresarial y lo estipulado en el Gobierno Corporativo
- Cumplimos con los procedimientos establecidos por las normas colombianas de SAGRILAF y PTEE.
- Fortalecimos el Programa de Transparencia y Ética Empresarial, Prevención del Fraude y Corrupción y SAGRILAF.



VALORES DE LA COMPAÑÍA



Promovemos un **ambiente de trabajo cálido y retador.**



Somos **honestos e íntegros.**



Respetamos a nuestros trabajadores, a nuestros asociados y al medioambiente.



Tenemos la firme decisión de **ser cada vez mejores.**



La calidad y el cuidado por nuestros clientes es una obsesión.



Todos **nos comprometemos con las causas** y los objetivos generales.

¡VALORAMOS EL TRABAJO EN EQUIPO!

¿CÓMO LO GESTIONAMOS?

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

(3-3)(205-2) Código de Conducta Anticorrupción

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

Código de Ética

El Código de Ética del Grupo Renault contempla:

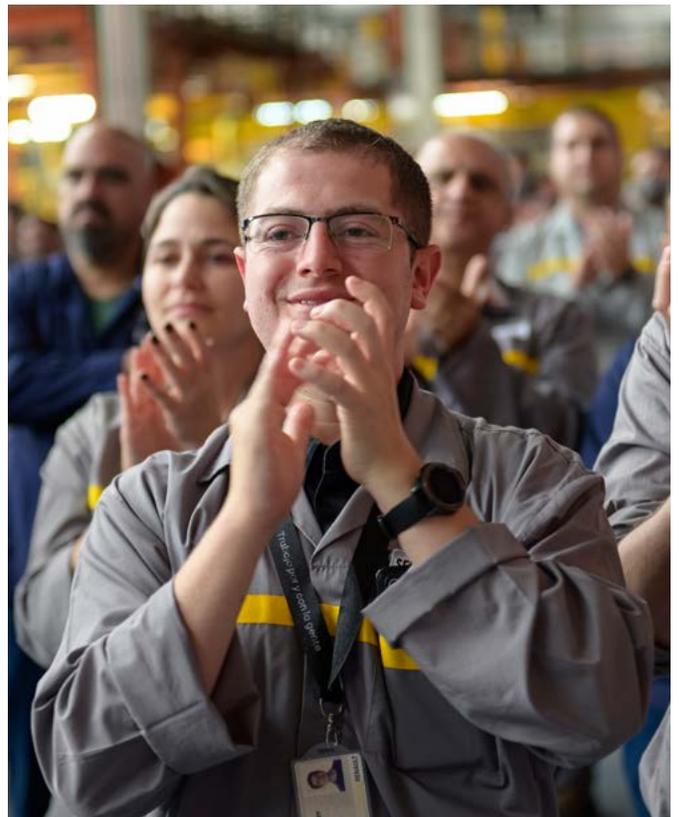
- **Nuestra Ética como empleador**, reafirmando nuestros compromisos en materia de salud, higiene, seguridad, diversidad, inclusión, lucha contra toda forma de acoso y neutralidad religiosa y política.
- **Nuestra ética como empresa**, evocando la forma en que gestionamos nuestras relaciones con nuestros proveedores, prestadores de servicios, clientes y en general con nuestros accionistas.
- **Nuestra Ética como ciudadano corporativo**, recordando los derechos y deberes de todos, los compromisos asumidos por el Grupo Renault en materia de medio ambiente y movilidad o en el marco de la Fundación Renault.
- **Manual de Cumplimiento del Programa de Transparencia, Ética Empresarial y Anticorrupción para la Prevención del Soborno Transnacional y Nacional.**
- Tenemos disponible un programa amplio y completo que rige nuestras actuaciones para prevenir situaciones asociadas a estos delitos. Este, a su vez, cuenta con mecanismos para prevenir estas conductas. Algunos ejemplos:
 - Política de conflicto de Interés.
 - Política de regalos, obsequios e invitaciones.
 - Procedimiento de debida diligencia.
 - Procedimiento para pagos.
 - Procedimiento de identificación y evaluación de riesgos de corrupción y soborno transnacional.

- (205-1) **Procedimientos para prevenir y controlar el lavado de activos, la financiación del terrorismo y el financiamiento para la proliferación de armas de destrucción masiva**

Entre las acciones que este contempla están la realización de:

- Debida diligencia.
- Proceso de actualización de información para todos los proveedores, clientes y colaboradores.
- Utilización de herramienta para realizar consultas en listas vinculantes.
- Programa de capacitación y comunicación.
- Proceso de identificación de riesgos.

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



INCORPORACIÓN DE LOS COMPROMISOS Y POLÍTICAS

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

Además, por medio de las políticas antitrust y habeas data garantizamos la implementación y monitoreo del programa para la libre competencia, así como el respeto y difusión de la estrategia de protección de datos y seguridad de la información.

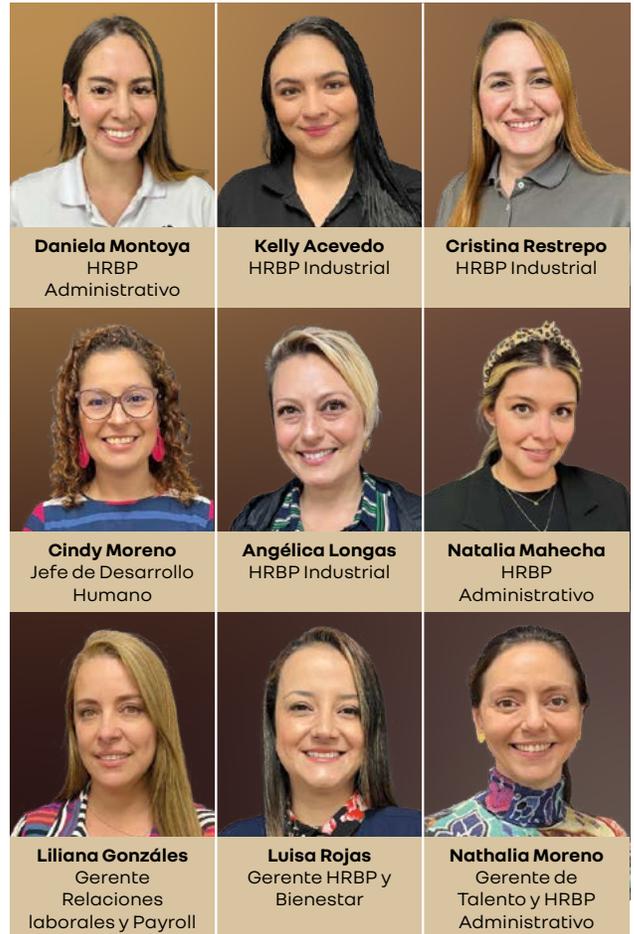
Nuestra Alta Dirección está comprometida con la implementación y ejecución de los más altos estándares legales que enmarquen las acciones que así lo permitan. Periódicamente reportamos al Comité de Ética y al Comité Ejecutivo el avance en la gestión para su involucramiento, de manera que seamos constantes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

MECANISMOS PARA SOLICITAR ASESORAMIENTO Y PLANTEAR INQUIETUDES

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

Esta es nuestra red de apoyo en temas relacionados con cero discriminación. Ellas están disponibles y atentas para escuchar a todos los colaboradores en caso de tener inquietudes o comentarios relacionados a la discriminación, propiciando un entorno seguro y un espacio abierto a la conversación.

REFERALS CERO DISCRIMINACIÓN



OFICIAL DE CUMPLIMIENTO



Juanita Agamez
Antitrust y Habeas Data



Liliana Ossa
Sagrilaft y PTEE

(205-2) ¿CÓMO COMUNICARSE CON NUESTRA LÍNEA ÉTICA?



(3-3) SEGURIDAD INDUSTRIAL

En RENAULT-Sofasa la seguridad vial y el control de los riesgos derivados del tráfico de vehículos al interior de la planta han sido siempre una prioridad y a lo largo del 2023 nos enfocamos en la protección del peatón, quien es el actor vial más vulnerable y que se expone en determinados momentos a todos los riesgos presentes en las vías internas y externas. Para esto instalamos barreras físicas de protección en las principales zonas de riesgo, principalmente donde hay una interacción peatón - vehículo, en donde se mejoraron también aspectos complementarios como señalización, demarcación y mensajes mediante comunicaciones internas para mejorar simultáneamente el comportamiento de las personas, todas estas medidas en conjunto, han mejorado significativamente las condiciones de seguridad al desplazarnos por la planta y zonas aledañas, representando cero lesiones por atropellamientos o eventos relacionados con circulación peatonal.



ACUERDOS PARA EL FUTURO

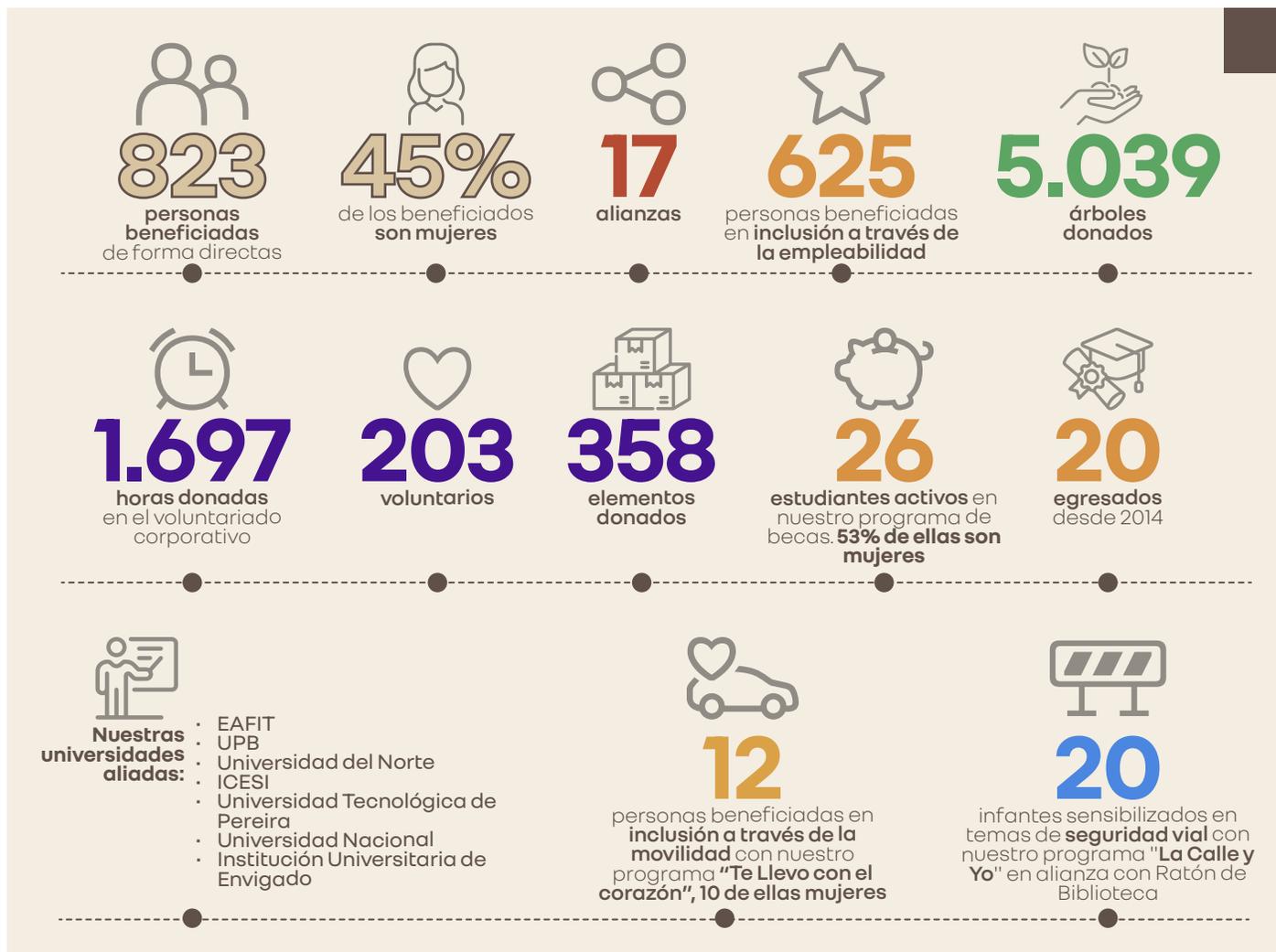
(3-3) Pacto colectivo 2023-2026: renovamos nuestra esencia, nuestra confianza, nuestras raíces

A través de la firma de nuestro nuevo Pacto colectivo 2023-2026, aseguramos la continuidad de un acuerdo que ha sentado por años las bases para construir un futuro sostenible para nuestras familias y para la compañía.

Toda la familia RENAULT-Sofasa celebró la unión a través del Pacto Colectivo, el acuerdo social más robusto en nuestra historia, que representa la mejora en la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias. Después de firmar una vigencia por 3 años, seguimos juntos enriqueciendo el legado humano que ha caracterizado a nuestra compañía en Colombia y el mundo. Con nuestros colaboradores como motor principal de nuestra organización, cerramos **el 2023 con 1.494 personas movilizadas por nuestra entrega de beneficios**, construyendo una compañía llena de oportunidades de crecimiento personal y profesional.



Renovamos nuestra esencia, nuestra confianza, nuestras raíces.



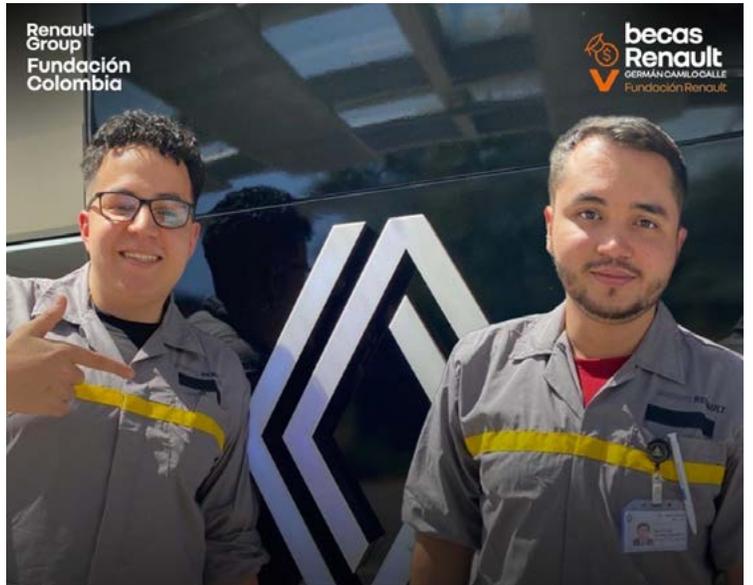
CON LA FUNDACIÓN RENAULT SEGUIMOS MOVILIZANDO SUEÑOS Y ENSAMBLANDO OPORTUNIDADES

En 2023 continuamos aportando a la dinámica económica, social, política y ambiental del país mejorando las condiciones de empleabilidad de comunidades locales y reconectándonos con nuestros colaboradores por intermedio de voluntariados con propósito.

Uno de nuestros principales ejes es la Inclusión a través de la educación, por eso desde el surgimiento de la Fundación Renault en 2014, implementamos el programa de **Becas Renault Germán Camilo Calle**, en el que impactamos la vida de los jóvenes beneficiados, transformamos la realidad de sus familias y un entorno social completo.

Durante el año tuvimos la oportunidad de mantener y gestionar a través de la Fundación Renault diversas iniciativas con las que generamos impactos positivos en nuestros grupos de interés para multiplicar fuerzas y sumar voluntades para mejorar sus condiciones de vida.

Creemos y apoyamos el talento de los jóvenes, a quienes potenciamos a través de diferentes iniciativas, como futuros líderes de la sociedad, creando para ellos oportunidades para facilitar su acceso al mundo laboral y complementando su formación humana para tener profesionales íntegros.





4

(3-3)(2-6) Desarrollo de nuestra

Cadena

CLIENTES 100% SATISFECHOS

En nuestra cultura, **el cliente es nuestra motivación y el centro de lo que hacemos**. Todos los miembros de la Compañía compartimos la excelencia y aportamos para satisfacer sus necesidades. Nuestros líderes guían, unifican a los equipos y los apoyan para que estén siempre pensando en esta premisa.

Establecimos estándares claros que nos permiten certificarnos bajo varios sistemas de Gestión de la Calidad y cumplir con los más altos estándares según la normatividad vigente en Colombia, lo cual, además, se ajusta a los requisitos exigidos en los mercados internacionales.

Este punto es crucial para cumplir con las expectativas que tienen los clientes frente a los productos que les ofrecemos, así como los diferentes grupos de interés que impactamos con las actividades que desarrollamos, tales como proveedores, colaboradores, empresas, distribuidores, organismos de certificación, entre otros. Estas son algunas de las acciones que implementamos para garantizar la satisfacción de nuestros clientes.

Con las encuestas **Voice of Customer** y las encuestas **multimarca** medimos el nivel de satisfacción y recomendación de nuestros clientes con la marca y/o con el dealer:

- **Voice Of Customer** es la encuesta que se hace a nuestros clientes en venta y posventa, en la que se mide su satisfacción con el servicio. Es una encuesta muy completa que **tiene en cuenta los MOT Moments Of Truth (momentos de verdad) de todo el proceso de la venta** desde la recepción en la sala, la cotización, la prueba de ruta y la entrega. En la posventa realizamos el mismo seguimiento, lo que nos da un panorama de la calidad del servicio de los concesionarios en ambos ítems.
- **Encuesta Multimarca** es realizada por un externo donde participan varias marcas. Se selecciona una muestra de clientes y les miden la satisfacción en los MOT para sacar un comparativo entre las marcas.

Otras herramientas con las que medimos la satisfacción de nuestros clientes son:



Call Center:

Para atención de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, ajustados al estatuto del consumidor Ley 1480 de 2011. Puedes comunicarte por medio de la línea de atención 018000519333, el correo servicioalcliente@renault.com y atención a través de la página web, sección contáctenos.



Comité PQR y proceso Atención de PQR:

La Compañía cuenta con un procedimiento para la atención de Peticiones, Quejas y Reclamos. En ejecución del proceso, se reciben las PQR y se les da respuesta a los consumidores con el fin de garantizar los derechos de nuestros clientes y se hacen efectivas las garantías cuando es procedente.



Comité interno PQR:

Es un comité con participación de las áreas de jurídica, polo técnico y servicio relación/ cliente.



Seguimiento a casos críticos mayor a 5 días, afectación cliente Filial y Cluster LATAM (Vehículos inmovilizados, PQRs, Diagnóstico Técnico).



Ruta de la experiencia



Encuestas QFS:

Seguimiento a rodaje clientes (3 meses de rodaje).



Comité de Satisfacción cliente Cluster LATAM

ESTOS SON ALGUNOS DE LOS LOGROS OBTENIDOS DURANTE 2023:

94,5% clientes satisfechos en la venta.

- Somos Cuadrante de la Excelencia según auditoría Quality Health Check, la cual evalúa la gestión en cuanto a la satisfacción de nuestros clientes y el proceso. Esto es un reflejo de seguir mejorando por y para nuestros clientes, así es como seguimos demostrando que RENAULT-Sofasa es una planta referente en Calidad.



- Somos TOP 3 en el año 2022 y TOP 2 en el año 2023 en la Encuesta NCBS que mide la Satisfacción del Cliente a Nivel Global en el Sector Automotriz.
- Ganadores del Círculo Preferencial de talleres 2023 de CESVI Colombia por "Mejor Estándar Red".



Evolucionamos para nuestros clientes: En abril realizamos el lanzamiento de nuestro E-commerce, una apuesta al corazón del negocio: nuestros clientes. Innovando en la evolución de hábitos de consumo, desarrollamos nuestra plataforma virtual para que los colombianos reserven su Renault desde su celular, en cualquier lugar y a cualquier hora del día.



Ganamos los Premios VIA a mejor experiencia de servicio Posventa año 2023 y mejor costo de Reparación Competitiva con los modelos Kwid y Alaskan.



LATAM AWARDS por manejo de métodos comerciales Ventas y Posventa en pro de la excelencia de la Satisfacción del Cliente en la marca Renault.

Mejor resultado en Score Reputation a Nivel Cluster LATAM Renault.

NET PROMOTER SCORE (NPS)

Utilizamos este indicador para medir el nivel de satisfacción de la experiencia de nuestros clientes en el momento de la venta del vehículo y de la posventa. Lo medimos con una encuesta. Para el 2023:



Nuestro propósito es generar valor para los clientes y gracias al Journey Map hemos podido identificar los momentos en los que interactuamos con ellos y creamos experiencias extraordinarias. Para RENAULT-Sofasa es indispensable conocer las expectativas y necesidades de nuestros clientes, pues así proporcionamos una ventaja y mayor competitividad a nuestra Compañía, intentando siempre marcar la diferencia.

UN ECOSISTEMA POTENTE, DE PROVEEDORES A CONCESIONARIOS

(3-3)(414-1) NUESTROS PROVEEDORES

Nuestros proveedores se comprometen formalmente a cumplir unos criterios en responsabilidad y sostenibilidad a la hora de contratarlos. Uno de los estándares para la elección de un proveedor es la firma de un acuerdo de responsabilidad social empresarial CSR. Adicional a esto, todos nuestros proveedores pasan por una auditoría Supplier Health Check, realizada por el área de calidad al momento de introducir un nuevo proveedor al panel.

Se extendió el montaje squad para realizar diagnóstico a proveedores:

36 diagnosticados (100%) y 26 desarrollados (76%), 10 más que en 2022.



Adicional, dimos un acompañamiento a nuestros proveedores con el fin de tener un panel mas robusto y saludable financieramente.



Se nominó un nuevo proyecto industrial XBB, dando visibilidad de producción futura a nuestros proveedores.



(204-1) Contamos con **34 proveedores nacionales.**





5

Construimos nuestra

Sostenibilidad

(3-3) ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

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



La protección del medio ambiente y de la naturaleza.



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



Oportunidades de inclusión a través de la movilidad y la empleabilidad, en búsqueda de la diversidad e igualdad.

Para nuestra Compañía, la movilidad es fuente de progreso y de oportunidades; por eso queremos ser aportantes constructivos para que ese camino sea una realidad. Consideramos que dichas oportunidades están unidas a la preservación del medio ambiente y de la naturaleza, evidenciando nuestro compromiso con el desarrollo del país y contribuyendo a la conciencia social y ambiental de nuestros colaboradores y su entorno. Esto nos motiva a desafiar nuestras capacidades para disminuir el impacto de las operaciones que generamos hacia el clima y los recursos naturales, y a buscar la forma de hacer que la movilidad sea más inclusiva y segura para todos, dejando un legado invaluable en la sociedad y nuestras futuras generaciones.

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

Con entusiasmo, contamos con aliados y socios, con quienes hemos forjado relaciones constructivas y propositivas, gracias a lo que hemos logrado avanzar tan lejos para crear valor, anticiparnos a la movilidad y conectar con las personas.

(3-3) AVANCE DE RENAULTION RESPECTO A 2022

- Comenzamos el lanzamiento de **nuevos proyectos para renovar nuestra gama de vehículos desde 2025 hasta 2030.**
- A diferencia del 2022, donde el foco era la recuperación financiera del Grupo con soporte de sus proveedores, **en esta nueva fase el enfoque es renovar nuestra gama de productos y buscar con el proveedor alianzas más robustas y perennes**, donde comenzamos a trabajar en acuerdos de reconocimiento de los principales impactos económicos que sufre la cadena de suministro ante un compromiso de competitividad por parte de nuestros proveedores.



MEDIOAMBIENTE

Nuestras Metas

- **Alcanzar la carbono-neutralidad de nuestra planta de producción en Colombia**, reduciendo las emisiones de CO2 a lo largo de toda la vida útil de nuestros vehículos.
- Convertir el ciclo de vida de los productos, desde nuestros proveedores hasta el fin de vida de los vehículos y sus componentes, en fuentes de **generación de valor a través de modelos de economía circular**.
- Contamos con **estrategias de circularidad para generar menos residuos y fomentar la reutilización de material recuperado** en etapas como el embalaje.
- Con el **Plan Climat vamos tras la carbono-neutralidad en nuestra Planta RENAULT-Sofasa a 2050**. Este incluye acciones concretas en cuatro focos: compactación, procesos y gestión eficiente de la energía, electricidad renovable y calor renovable.

Nuestros Logros

- Avanzamos hacia una transición ecológica a través de nuestra cadena de valor **cuidando los recursos naturales y limitando nuestros impactos** sobre el planeta.
- **Somos la planta número 3 en eficiencia energética** entre las 16 que integran a Renault Group en el mundo.
- Contamos con **estrategias de circularidad para generar menos residuos y fomentar la reutilización de material recuperado** en etapas como el embalaje.
- **Aprovechamos el 98% de nuestros residuos**.
- **En Renault Box desarrollamos proyectos de innovación abierta enfocados en eficiencia energética, reducción de emisiones y economía circular**.
- Suministro de **energía eléctrica 100% renovable en nuestras instalaciones de Envigado**.
- Estamos concentrados en implementar puntos de control en nuestras operaciones para que estas sean más eficientes, por lo cual **invertimos en medidores de energía eléctrica, gas natural y aire comprimido**.
- **Proyecto Biovivero en el Salto del Tequendama**.
- **Iniciativa Adopta un Árbol**.
- Creemos con firmeza que la forma en la que actuemos hoy marcará el mañana de las futuras generaciones. Por eso, desde hace varios años **estamos trabajando por hacer nuestra producción más limpia y eficiente, aportando a la meta global de Renault Group de reducir las emisiones y contribuir al cuidado del medioambiente**.
- Tuvimos un balance positivo durante nuestra Auditoría Ambiental 2023, donde **se destacó nuestro sólido y maduro sistema de gestión ambiental que cumple completa y adecuadamente con los estándares de la norma ISO 14001** y las exigencias del Grupo Renault a nivel mundial.
- Como puntos fuertes **se destaca el proceso de comunicaciones, la gestión de los residuos sólidos y diferentes proyectos como la densificación de medios**.



(305-2)

100% de nuestra energía eléctrica

para la Planta de Envigado **proviene de fuentes renovables**.



(305-1)

Emisiones directas de GEI (alcance 1):

3.270 e un 30,5% menos que en 2022.



(302-1)

Consumo total de energía eléctrica:

21995 MWh, un 24,4% menos que en 2022.

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS





SEGURIDAD

(305-2) Vehículos que cuidan:

- **Nos preocupamos por la seguridad de los clientes en las carreteras y de los empleados en el lugar de trabajo.**
- Promover la seguridad vial concentrándonos en la **prevención de accidentes y en facilitar el rescate de estos.**
- (403-6) **Fomentar la seguridad y la salud para nuestros colaboradores** en el lugar de trabajo



INCLUSIÓN

Creando oportunidades:

(405-1) Somos una empresa de puertas abiertas a la diversidad y la inclusión.

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



(3-3) NOS ALINEAMOS CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

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

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



RENTABILIDAD

(201-1) (3-3) Nuestra rentabilidad le aporta al desarrollo sostenible del país, ya que **nuestra industria moviliza más de 10.000 empleos directos e indirectos**, ratificando nuestro aporte como el motor que promueve el desarrollo sostenible del país.

2023 trajo consigo una reducción de volumen de producción, efecto que se mitigó parcialmente con el crecimiento de las exportaciones en un 11%: de 34.712 unidades fabricadas 17.052 fueron a mercado de exportación, lo que representa el 49% del volumen producido, de esta forma garantizamos nuestro compromiso con la industria nacional en la que se prevé además una continuidad en el crecimiento para los próximos años.

Conoce nuestros principales logros a nivel comercial en el 2023:

- **Renault fue la marca líder del país por sexto año consecutivo**, logrando conquistar el 15,8% del mercado, lo que representa 26.780 unidades. Tuvimos además 5 vehículos en el TOP15 de los vehículos más vendidos en Colombia.



El carro más vendido del país: Renault Duster, por segundo año consecutivo.

| |  |  |  |  |  |
|------------------|---|---|---|---|---|
| MODELO | DUSTER | KWID | STEPWAY | SANDERO | LOGAN |
| MARCA | Renault | Renault | Renault | Renault | Renault |
| SEGMENTO | B SUV | A | B HB | B HB | B SND |
| TOTAL MATRICULAS | 7.085 | 4.733 | 3.371 | 3.087 | 3.080 |
| MARKET SHARE | 4,9% | 3,3% | 2,3% | 2,1% | 2,1% |
| PUESTO | 1º | 5º | 10º | 11º | 12º |

34.712
unidades
fabricadas

11%
Crecimiento de
las exportaciones

15%
participación del
mercado

5
vehículos en el
TOP15



Kwid E-Tech: Vehículo 100% eléctrico.

Tuvimos el lanzamiento de nuestro Kwid E-Tech, vehículo 100% eléctrico, que llegó a Colombia para democratizar esta tecnología para todos los colombianos. En su inicio de comercialización en diciembre, logró llegar a los hogares de 92 familias colombianas.

Posicionamiento de nuestros vehículos de acuerdo con sus segmentos:

| VP | Kwid | Duster | Stepway + Sandero |
|---------------|-------|--------|-------------------|
| MODELO | | | |
| SEGMENTO | A | B HB | B SUV |
| PARTICIPACIÓN | 34,4% | 21,9% | 30,7% |
| UNIDADES | 4.733 | 7.085 | 6.485 |
| PUESTO | 2º | 1º | 1º |

| VU | Oroch | Kangoo |
|---------------|-------|--------|
| MODELO | | |
| SEGMENTO | PU1 | FU1 |
| PARTICIPACIÓN | 59,3% | 21,2% |
| UNIDADES | 2.149 | 850 |
| PUESTO | 1º | 1º |



Participación en el segmento de vehículos eléctricos: Renault comercializó 206 unidades.

| MARCA | MODELO | TOTAL |
|---------|---------------|-------|
| Renault | Twizy | 9 |
| | Zoe | 92 |
| | Kwid E-tech | 92 |
| | Master E-tech | 12 |
| | Megane E-tech | 1 |



Kwid E-tech



Zoe



Master E-tech



Twizy



Megane E-tech



Oroch Renault: 2.149 unidades matriculadas.

Posicionamiento dentro del segmento de vehículos utilitarios:

| |  |  |  |  |  |
|------------------|---|---|---|---|---|
| MODELO | OROCH | KAGOO | ALASKAN | NUEVA MASTER | TRAFIC |
| MARCA | Renault | Renault | Renault | Renault | Renault |
| SEGMENTO | PU1 | PU1 | PU2 | FU3 | FU2 |
| TOTAL MATRICULAS | 2.149 | 850 | 485 | 375 | 120 |
| MARKET SHARE | 8,8% | 3,5% | 2,0% | 1,5% | 0,5% |
| PUESTO | 3º | 6º | 12º | 15º | 33º |

Logramos un gran balance en la Feria del Automóvil 2023, nos dejó:

- **786 unidades vendidas.**
- **Más de 270 pre-reservas de Megane E-Tech.**
- **34 pedidos de Kwid E-Tech.**
- **Un récord histórico de 39 contratos firmados en Plan Rombo** y una amplia base de contactos.

Retomamos las exportaciones a Venezuela:

Después de 15 años, un primer camión partió de nuestra fábrica con rumbo al país vecino, quien comienza a tener una progresiva apertura de mercado con la que se espera reanudar la relación comercial.



Después de 15 años, un camión partió de nuestra fábrica con rumbo a Venezuela.

NUEVOS PROYECTOS Y LOGROS 2023

- **RENAULT-Sofasa reafirmó la Industrialización de Renault Kwid en Colombia:** en 2023 recibimos al CEO del Grupo Renault, con la amabilidad que caracteriza a nuestra gente y las puertas de la organización abiertas, acogimos a **Luca De Meo** junto a su comité directivo. Fue una visita de **grandes decisiones para el futuro de la Compañía**, donde la más importante de ellas fue **anunciar junto a Luiz Fernando Pedrucci, presidente de Renault en América Latina, la producción en RENAULT-Sofasa a partir del 2025 del Kwid, el nuevo carro colombiano.**



RENAULT-Sofasa reafirmó la Industrialización de Renault Kwid en Colombia.

- **Nos ganamos un EFFIE 2023:** Con la activación comercial "La Fuerza Del Poder Interior" protagonizada por nuestra Captur y realizada por el equipo de Marketing de RENAULT-Sofasa, recibió el premio EFFIE 2023 en la categoría bronce. Este premio reconoce las campañas de marketing más efectivas del país.

- **Comenzamos el año siendo la cumbre de Renault en Latinoamérica:** en marzo fuimos la sede del Latam Seminar, un evento donde recibimos importantes visitas internacionales con las que **revisamos la estrategia del grupo para América Latina en aspectos como nuestra marca, productos, clientes y la revolución en la industria.**

- **Inauguramos el segundo Renault LAB en Colombia:** Después de varios años de colaboración entre la Universidad EAFIT y RENAULT-Sofasa, nos sentimos orgullosos de crear **un nuevo espacio dentro de la universidad, para conectar las necesidades de la industria con el conocimiento de la academia.**

Tocamos el corazón de los colombianos con la Campaña "Es Renol, no Renault": En 1969 Renault llegó a Colombia, 54 años después confirmamos que nos posicionamos en el corazón del país como **Renol**. Con nuestra exitosa campaña nos reafirmamos como la marca líder del mercado y dejamos un recuerdo imborrable en las familias que, generación tras generación, han tenido corazón de rombo.



El segunda RenaultLab en Colombia.



MOVILIDAD SOSTENIBLE

(305-5)(305-3) **La Movilidad Sostenible es un punto clave en nuestra mirada de futuro** y en RENAULT-Sofasa hemos venido preparando el terreno para convertirnos en un actor protagonista y contribuir al desarrollo que el sector requiere. Nos consolidamos como referentes de la movilidad eléctrica en el país:

- **Celebrando nuestros E-Tech Days en Barranquilla.**
- Comenzamos un nuevo capítulo de los vehículos en el país, **cerrando el 2023 con el 30% de nuestro portafolio, 100% eléctrico.**
- En 2023, celebramos la llegada de la gama E-Tech 100% eléctrico a Colombia con el Kwid E-Tech, el Megane E-Tech, el Master E-Tech y Kangoo E-Tech.





Índice

GRI

RENAULT-Sofasa 2023

| | |
|--|---|
| Declaración de uso | (2-3) SOCIEDAD DE AUTOMOTORES RENAULT SOFASA S.A.S. ha elaborado el informe referenciando a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre 1 de enero de 2023 y 31 de diciembre de 2023 del periodo objeto del informe |
| GRI 1 usado | GRI 1: Fundamentos 2021 |
| Estándares Sectoriales GRI aplicables | |

| Estándar GRI / Otra fuente | Contenido | Número de Página | Omisión | | | N° de referencia del Estandar Sectorial |
|--|--|------------------|------------------------|--------|-------------|---|
| | | | Requisitos por omisión | Motivo | Explicación | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | | | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | Contenido 2-1: Detalles Organizacionales | 11 | | | | |
| | Contenido 2-2: Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad | 3 | | | | |
| | Contenido 2-3: Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto | 3 | | | | |
| | Contenido 2-4: Actualización de la información | 3 | | | | |
| | Contenido 2-5: Verificación externa | 3 | | | | |
| | Contenido 2-6: Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | 11 y 25 | | | | |
| | Contenido 2-7: Empleados | 16 | | | | |
| | Contenido 2-9: Estructura de gobernanza y composición | 12 | | | | |
| | Contenido 2-10: Designación y selección del máximo órgano de gobierno | 13 | | | | |
| | Contenido 2-11: Presidente del máximo órgano de gobierno | 12 | | | | |

| Estándar GRI / Otra fuente | Contenido | Número de Página | Omisión | | | Nº de referencia del Estándar Sectorial |
|--|--|------------------|------------------------|--------|-------------|---|
| | | | Requisitos por omisión | Motivo | Explicación | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | | | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | Contenido 2-12: Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos | 12 | | | | |
| | Contenido 2-13: Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos | 12 | | | | |
| | Contenido 2-22: Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | 5 | | | | |
| | Contenido 2-28: Afilación a asociaciones | 12 | | | | |
| | Contenido 2-29: Enfoque para la participación de los grupos de interés | 14 | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales | Contenido 3-1: Proceso de determinación de los temas materiales | 16 | | | | |
| | Contenido 3-2: Lista de temas materiales | 16 | | | | |
| Desempeño Económico | | | | | | |
| | Contenido 2-2: Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad | 3 | | | | |
| | Contenido 2-3: Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto | 3 | | | | |
| | Contenido 2-4: Actualización de la información | 3 | | | | |
| | Contenido 2-5: Verificación externa | 3 | | | | |
| | Contenido 2-6: Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | 3 | | | | |
| | Contenido 2-7: Empleados | 16 | | | | |

| Estándar GRI / Otra fuente | Contenido | Número de Página | Omisión | | | N° de referencia del Estándar Sectorial |
|---|--|------------------|------------------------|--------|-------------|---|
| | | | Requisitos por omisión | Motivo | Explicación | |
| Desempeño económico | | | | | | |
| | Contenido 2-9: Estructura de gobernanza y composición | 12 | | | | |
| | Contenido 2-10: Designación y selección del máximo órgano de gobierno | 13 | | | | |
| | Contenido 2-11: Presidente del máximo órgano de gobierno | 12 | | | | |
| | Contenido 2-12: Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos | 12 | | | | |
| | Contenido 2-13: Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos | 12 | | | | |
| | Contenido 2-22: Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | 5 | | | | |
| | Contenido 2-28: Afilación a asociaciones | 12 | | | | |
| | Contenido 2-29: Enfoque para la participación de los grupos de interés | 14 | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales | Contenido 3-1: Proceso de determinación de los temas materiales | 16 | | | | |
| | Contenido 3-2: Lista de temas materiales | 16 | | | | |
| Desempeño económico | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 25 | | | | |
| Estándar 201 (2016): Desempeño Económico | Contenido 201-1: V305 Valor económico directo generado y distribuido | 33 | | | | |

| Estándar GRI / Otra fuente | Contenido | Número de Página | Omisión | | | N° de referencia del Estándar Sectorial |
|--|--|------------------|------------------------|--------|-------------|---|
| | | | Requisitos por omisión | Motivo | Explicación | |
| Práctica de Abastecimiento | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 25 | | | | |
| Estándar 204 (2016): Prácticas de abastecimiento | Contenido 204-1: Proporción de gasto en proveedores locales | 28 | | | | |
| Anticorrupción | | | | | | |
| Estándar 205 (2016): Anticorrupción | Contenido 205-1: Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción | 20 | | | | |
| | Contenido 205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | 20 y 21 | | | | |
| Energía | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 30 | | | | |
| Estándar 302 (2016): Energía | Contenido 302-1: Consumo de energía dentro de la organización(*) | 31 | | | | |
| Emisiones | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 30 | | | | |
| Estándar 305 (2016): Emisiones | Contenido 305-1: Emisiones directas de GEI (alcance 1) | 31 | | | | |
| | Contenido 305-2: Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2) | 31 | | | | |
| | Contenido 305-3: Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) | 37 | | | | |
| | Contenido 305-5: Reducción de las emisiones de GEI | 37 | | | | |

| Estándar GRI / Otra fuente | Contenido | Número de Página | Omisión | | | N° de referencia del Estándar Sectorial |
|---|---|------------------|------------------------|--------|-------------|---|
| | | | Requisitos por omisión | Motivo | Explicación | |
| Empleo | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 16 | | | | |
| Estándar 401 (2016): Empleo | Contenido 401-1: Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal | 16 | | | | |
| Salud y Seguridad en el Trabajo | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 22 | | | | |
| Estándar 404 (2016): Empleo | Contenido 403-6: Promoción de la salud de los trabajadores | 22 | | | | |
| | Contenido 403-7: Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales | 22 | | | | |
| Formación y Educación | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 16 | | | | |
| Estándar 404 (2016): Formación y educación | Contenido 404-1: Promedio de horas de formación al año por empleado | 17 | | | | |
| | Contenido 404-2: Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición | 16 | | | | |
| Diversidad e Igualdad de Oportunidades | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 18 | | | | |
| Estándar 405 (2016): Diversidad e igualdad de oportunidades | Contenido 405-1: Diversidad de órganos de gobierno y empleado | 18 y 32 | | | | |

| Estándar GRI / Otra fuente | Contenido | Número de Página | Omisión | | | N° de referencia del Estándar Sectorial |
|---|---|------------------|------------------------|--------|-------------|---|
| | | | Requisitos por omisión | Motivo | Explicación | |
| Comunidades Locales | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 23 | | | | |
| Estándar 413 (2016): Comunidades locales | Contenido 413-1: Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo | 23 | | | | |
| Evaluación Social de los Proveedores | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 28 | | | | |
| Estándar 414 (2016): Evaluación social de proveedores | Contenido 414-1: Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales | 28 | | | | |
| Privacidad del Cliente | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 33 | | | | |
| Estándar 201 (2016): Desempeño económico | Contenido 201-1: Valor económico directo generado y distribuido | 33 | | | | |
| Prácticas de Abastecimiento | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 25 | | | | |
| Estándar 204 (2016): Prácticas de abastecimiento | Contenido 204-1: Proporción de gasto en proveedores locales | 28 | | | | |
| Anticorrupción | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 20 | | | | |

| Estándar GRI / Otra fuente | Contenido | Número de Página | Omisión | | | N° de referencia del Estandar Sectorial |
|---|--|------------------|------------------------|--------|-------------|---|
| | | | Requisitos por omisión | Motivo | Explicación | |
| Anticorrupción | | | | | | |
| Estándar 205 (2016): Anticorrupción | Contenido 205-1: Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción | 20 | | | | |
| | Contenido 205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | 20 y 21 | | | | |
| Energía | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 30 | | | | |
| Estándar 302 (2016): Energía | Contenido 302-1: Consumo de energía dentro de la organización(*) | 31 | | | | |
| Emisiones | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 30 | | | | |
| Estándar 305 (2016): Emisiones | Contenido 305-1: Emisiones directas de GEI (alcance 1) | 31 | | | | |
| | Contenido 305-2: Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2) | 31 | | | | |
| | Contenido 305-3: Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) | 37 | | | | |
| | Contenido 305-5: Reducción de las emisiones de GEI | 37 | | | | |
| Empleo | | | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | Contenido 3-3: Gestión de los temas materiales | 16 | | | | |
| Estándar 401 (2016): Empleo | Contenido 401-1: Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal | 16 | | | | |

**Renault
Group**