

# **5° Reporte de Sustentabilidad**

**2024-2025**



**Construimos un  
futuro más sostenible**

## CONTENIDO

### 2. CARTA DEL PRESIDENTE

### 3. PERFIL INSTITUCIONAL

- 4. Destacados 2024
- 5. Una cultura guía

### 7. SUSTENTABILIDAD Y FUTURO

- 8. ESG y definiciones en prospectiva
- 10. Comunicación con nuestros grupos de interés
- 11. Gestión de sustentabilidad

### 12. MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE

- 13. Vehículos que comercializamos
- 16. Posventa: mantenimiento conveniente
- 17. Kinto: movilidad sustentable
- 18. GR Garage
- 19. Servicios adicionales
- 21. Equipos Industriales

### 23. GOBIERNO CORPORATIVO

- 24. Gobernanza y ética empresarial
- 25. Cultura de integridad
- 30. Desempeño económico

### 31. CLIENTES: CENTRO DE NUESTRO PROPÓSITO

- 32. Nos acompañan en el movimiento hacia el futuro
- 33. Club Toyota: está buenísimo
- 34. Experiencias que inspiran
- 35. Escucha activa y constante
- 36. Mantenemos (y medimos) la satisfacción
- 36. Crear valor más allá de la compra

### 37. EQUIPO QUE NOS MUEVE

- 38. El empuje está en nuestra gente
- 39. Diversidad que suma
- 40. Salud, seguridad y bienestar
- 43. Aprendizaje y movilidad interna

### 46. COMUNIDAD E IMPACTO SOCIAL

- 48. Seguridad vial como cultura ciudadana
- 49. Alianzas estratégicas
- 50. Educación ambiental y economía circular
- 51. Automovilismo: pasión, innovación y compromiso
- 56. Gestión responsable de la cadena de valor
- 57. Impulso a la economía local

### 59. COMPROMISO CON EL AMBIENTE

- 60. Políticas y Sistema de Gestión Ambiental
- 66. Principales materiales utilizados
- 67. Gestión de residuos
- 72. Gestión del agua
- 74. Tratamiento de efluentes
- 75. Eficiencia energética
- 77. Huella de carbono

### 79. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

- 94. Reference Claim

## CARTA DEL PRESIDENTE

2-22

Con orgullo y gratitud presento este **5° Reporte de Sustentabilidad** de Centro Motor S.A. Llegar a esta edición representa no solo una continuidad en nuestro camino de rendición de cuentas, sino también una oportunidad de mirar hacia atrás para validar aprendizajes, renovar compromisos y proyectar metas más ambiciosas para el futuro.

A lo largo de estas cinco ediciones hemos consolidado una cultura organizacional donde la sustentabilidad es un eje estratégico. Avanzamos en la optimización del consumo energético, la gestión responsable de residuos, el control de emisiones y el fortalecimiento del vínculo con la comunidad. Estos progresos no son resultado de acciones aisladas, sino del compromiso persistente de toda la empresa. Nuestra certificación de gestión ambiental (ISO 14001) y la aplicación de metodologías de mejora continua (como Kaizen) son parte de esa base estructural que nos permite sostener resultados en el tiempo.

Este quinto Reporte es, además, un ejercicio de reflexión: evaluamos dónde hemos cumplido, dónde aún hay margen de mejora y cuáles son los grandes desafíos que enfrentamos hacia adelante. En un contexto de transformación profunda en la industria automotriz (movilidad eléctrica e híbrida, nuevos estándares regulatorios, demanda ambiental crecientemente exigente), Centro Motor debe reinventar procesos, productos y servicios para anticipar las necesidades de nuestros clientes y de la sociedad. Esto exige innovación, adaptabilidad y un firme sentido ético en cada decisión.

Las personas son el centro de este propósito. Creemos que la sustentabilidad empieza por la fortaleza interna: capacitación continua, bienestar laboral, equidad e inclusión. Al mismo tiempo, impulsamos programas de educación vial, colaboramos con organizaciones locales y priorizamos alianzas con proveedores que compartan nuestros valores. No solo aspiramos a operar mejor, sino a generar valor compartido con el entorno que nos acoge.

Quiero agradecer a todos quienes hacen posible este camino: al equipo de Centro Motor, a proveedores, clientes y a Toyota Argentina por confiar en nosotros para llevar adelante la visión sostenible de la marca. Este Reporte es más que una rendición de cuentas: es un compromiso público para continuar creciendo con integridad, responsabilidad y audacia. Los invito a recorrerlo con la misma visión de futuro con la que trabajamos, para juntos seguir construyendo una movilidad más sustentable y una empresa más resiliente, que aprende de su entorno.

Buena lectura.



**Darío José Ramonda**  
Presidente – Centro Motor S.A.





CENTRO MOTOR

# PERFIL INSTITUCIONAL





**Destacados 2024-2025**

2-6

Centro Motor S.A. es un referente en el sector automotriz argentino, con más de 32 años de trayectoria y una red de sucursales estratégicamente ubicadas en la región. Nuestra historia está marcada por la innovación constante, el compromiso con la excelencia y la confianza construida junto a miles de clientes, colaboradores y comunidades.

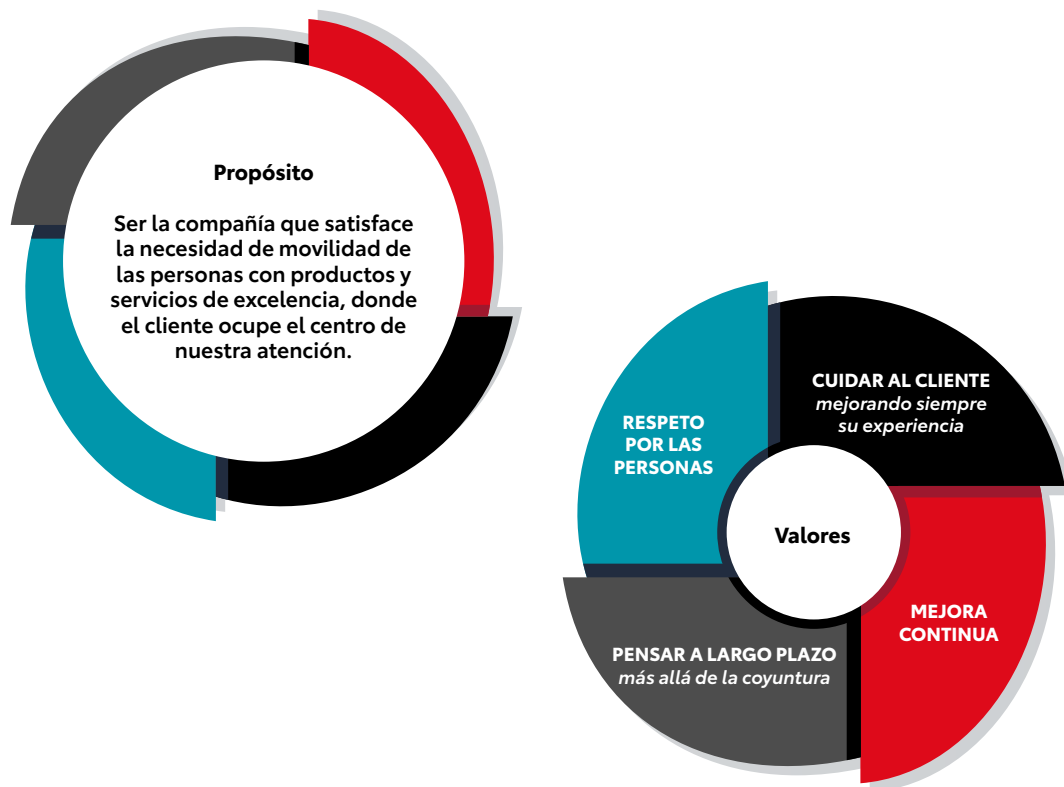
Nuevo Presidente	290 colaboradores	11.836 asociados a Club Toyota desde Centro Motor S.A. (+3000 nuevos clientes en este período)	233 proveedores
3 sucursales	Primer GR Garage fuera de Asia	Primer concesionario en el Mercosur en certificar los estándares del programa TSM Kodawari	Recertificación ISO 14001 en todas las operaciones
-31% residuos sólidos peligrosos generados	Certificación TWSO (Toyota Washing Standard Operation) en los lavaderos de las 3 sucursales	+10.000 niños y niñas impactadas con nuestro programa socioambiental de seguridad vial	+12 organizaciones aliadas, públicas y privadas, para proyectos de sustentabilidad

## Una cultura guía

2-23; 2-24

Nuestra identidad empresarial se fortalece en la articulación entre tradición y futuro: somos una compañía con raíces sólidas, que se adapta y transforma para liderar la transición hacia una movilidad más eficiente, responsable y sustentable en Argentina.

Estos principios se alinean directamente con la filosofía japonesa de Toyota.



## Toyota Way

La cultura corporativa se apoya en el Toyota Way, compromiso compartido con la red de concesionarios de la marca. Esta visión global alinea nuestros valores, impulsando el mismo espíritu y un modo de ser y actuar común a todos los que la representamos.

La **filosofía Kaizen** (mejora continua) es otra guía que seguimos de Toyota, especialmente, en la satisfacción de nuestros clientes. Así, el respeto por las personas y la mejora continua rigen como ejes estratégicos, asentados en una metodología *Just in time* (Justo a tiempo) que nos ayuda a ocupar lo necesario, en el momento necesario y en la cantidad necesaria, evitando, además, la transmisión de errores en el proceso (Jidoka).



## Certificaciones y programas Toyota

Los programas internos de la marca son parte de nuestro objetivo de mejora continua. **La formación de nuestros equipos es clave para cumplir con el Estilo de Movilidad TOYOTA y alcanzar las certificaciones logradas.**

### Estilo de Movilidad TOYOTA - Best in Town

Ser reconocidos como “el mejor de la ciudad” es lo que orienta nuestra atención hacia la personalización en cada cliente y con cada propuesta: venta tradicional, servicio al cliente, Kinto, Club Toyota, Toyota Plan, TCFA y Usados. Ofrecemos un Servicio de Soluciones Integrales que resuelve todas las necesidades de movilidad de nuestros clientes y diseñamos experiencias excepcionales para sostener su satisfacción y el vínculo de largo plazo que nos une.

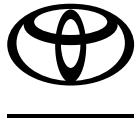


### Certificación TSM Kodawari

Toyota Motor Corporation nos otorgó esta certificación, lo que nos convirtió en el primer concesionario del Mercosur en obtenerla.

La misma certifica que cumplimos con todas las guías de evaluación y estándares en la operación de posventa, y garantiza las operaciones básicas para el cliente en los Concesionarios Toyota.





CENTRO MOTOR

# SUSTENTABILIDAD Y FUTURO





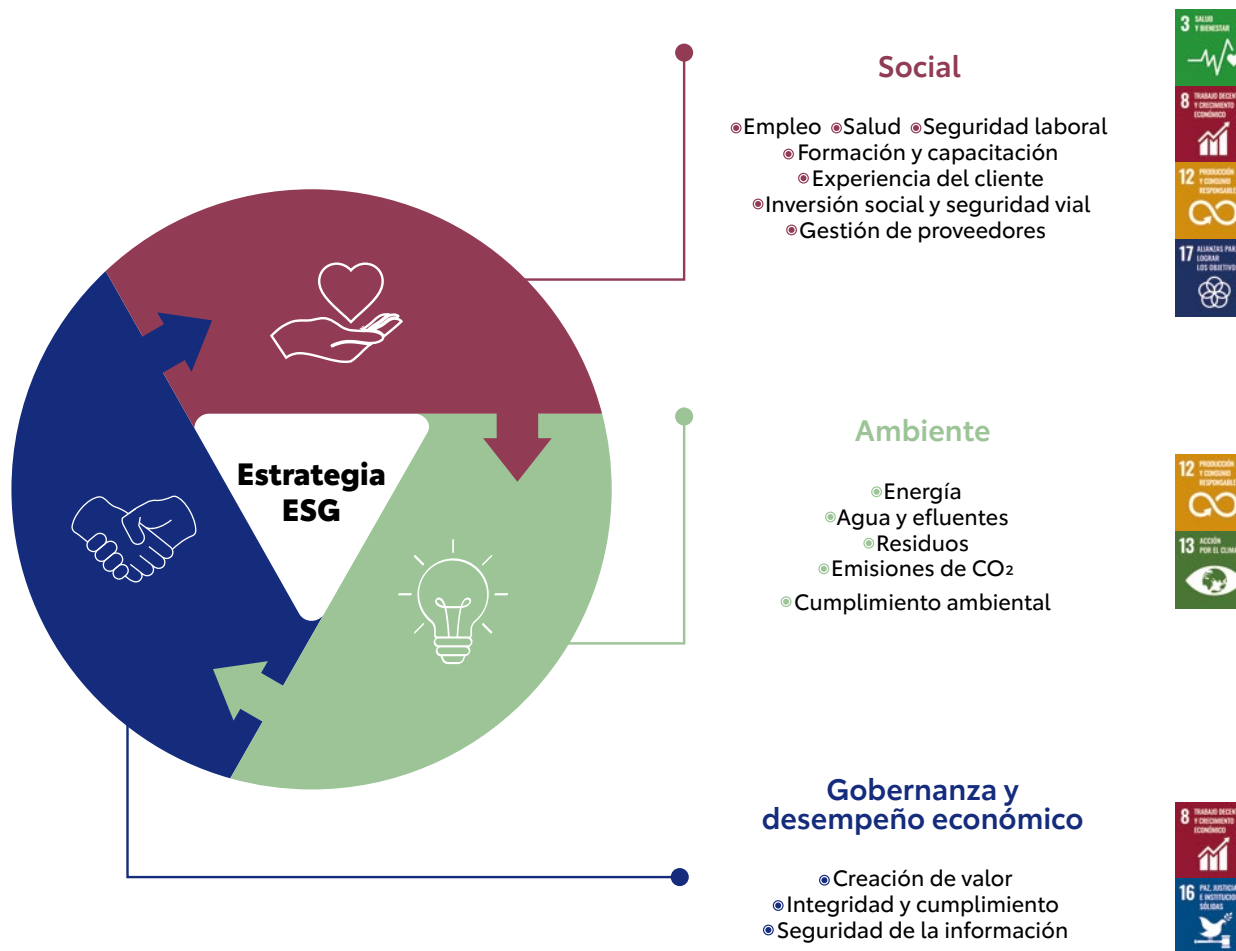
## ESG y definiciones en prospectiva

2-3; 2-23; 3-1; 3-2

Este 5° Reporte de Sustentabilidad, elaborado con referencia a los Estándares GRI, da cuenta de los impactos de nuestra gestión entre el 1 de julio de 2024 y el 30 de junio de 2025. En esta edición, realizamos una actualización de los temas materiales, reafirmando aquellos que continúan siendo prioritarios y evaluando su relevancia para nuestros grupos de interés.

El proceso incluyó un análisis del contexto local e internacional como, así también, los lineamientos de Toyota para su cadena de valor: Programa de Desarrollo de RSE de Toyota Argentina y la Política de Responsabilidad Social de Toyota Motor Corporation. Los resultados evidencian que los temas de empleo, salud y seguridad laboral, experiencia del cliente, integridad y cumplimiento, eficiencia en el uso de recursos naturales y gestión de residuos siguen siendo fundamentales en nuestra gestión.

Estos temas son los que mayor impacto tienen en la creación de valor económico, social y ambiental y se consolidan como base de nuestra estrategia ESG porque, además, muestran nuestra contribución a la Agenda 2030.



## Análisis de temas emergentes

Además de los temas ya consolidados, identificamos desafíos emergentes que comienzan a tener mayor relevancia para nuestro sector y comunidad.

### Cambio climático y transición energética

Fortalecer nuestras acciones para reducir emisiones de CO<sub>2</sub> y adaptarnos a nuevas regulaciones ambientales.

### Digitalización y ciberseguridad

Mejorar la protección de datos de clientes y proveedores y potenciar la digitalización de procesos internos y de atención.

### Nuevas formas de movilidad más sustentable

Prepararnos para la llegada y expansión de vehículos híbridos y eléctricos, así como nuevos modelos de uso compartido y sostenible del automóvil.

### Diversidad, equidad e inclusión

Promover entornos laborales más inclusivos, con igualdad de oportunidades y programas de sensibilización.





## Comunicación con nuestros grupos de interés

2-29

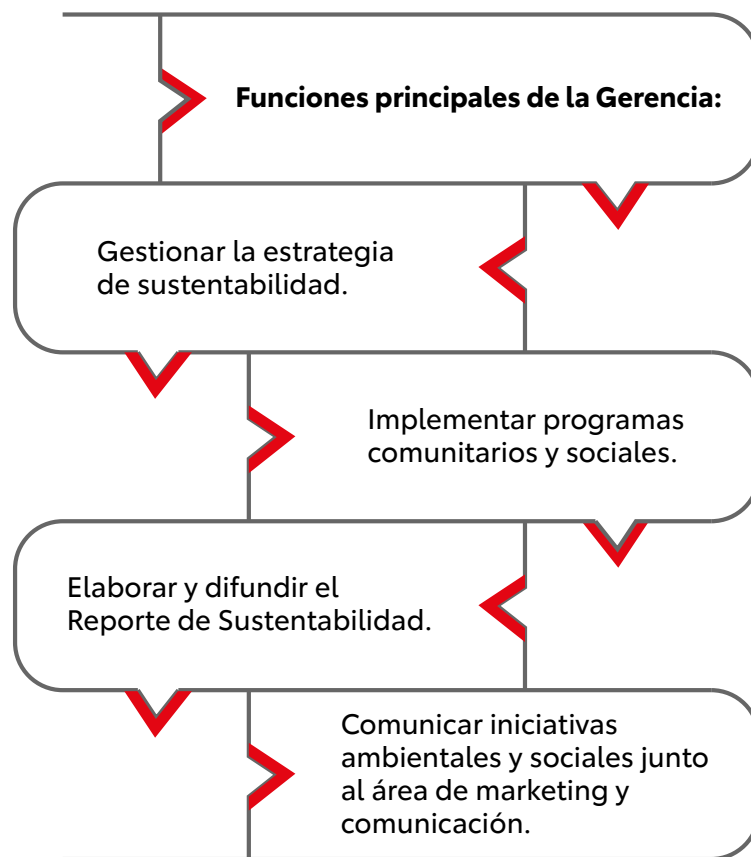
La gestión responsable requiere diálogo constante con quienes se ven impactados por nuestras decisiones o influyen en ellas. Escuchar a cada grupo nos permite definir prioridades y responder con acciones concretas.



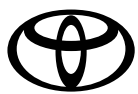
## Gestión de la sustentabilidad

2-13

Desde 2018, la Gerencia de Recursos Humanos y Sustentabilidad lidera la integración de los temas ESG en nuestra estrategia. Su trabajo, en coordinación con el Comité de RSE de Toyota Argentina S.A., garantiza la mejora continua bajo la cultura Kaizen y asegura que nuestras acciones contribuyan a la Agenda 2030.







CENTRO MOTOR

# MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE



## Vehículos que comercializamos

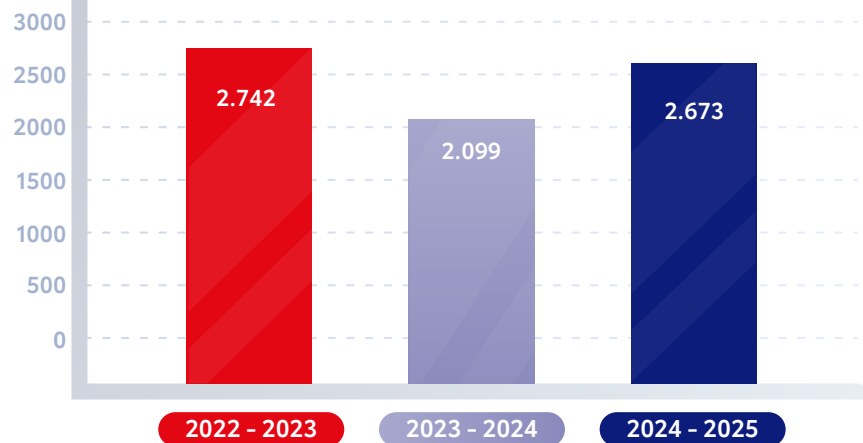
2-6

Ofrecemos productos y servicios Toyota, con una propuesta de valor centrada en generar soluciones eficientes a las necesidades de nuestros clientes.

Buscamos, con empeño, ser el mejor de la ciudad ("Best in town"), al crear experiencias altamente relevantes para cada persona que se acerca a nuestros concesionarios.

**27% aumentaron  
las ventas con  
respecto al  
período anterior**

Evolución venta de Cero Km





## Modelos para la venta

Nuestros clientes nos eligen porque brindamos movilidad combinada con estilo y calidad. A los modelos tradicionales, sumamos alternativas híbridas que utilizan sistemas nuevos, con dos motores (naftero y eléctrico) que mejoran su eficiencia, ahorrando combustible y reduciendo su impacto en el ambiente.

### Autos



Yaris Hatchback



Corolla



Corolla Hybrid



Crown



Corolla GR



GR Yaris



GR 86

### Comerciales



Hiace Furgón



Hiace Commuter



Hiace Wagon

### SUV



Corolla Cross



Corolla Cross Hybrid



Corolla Cross GR-Sport



SW4



SW4 GR-Sport



RAV4

### Pick-up



Hilux Chasis Cabina



Hilux Cabina Simple



Hilux Cabina Doble

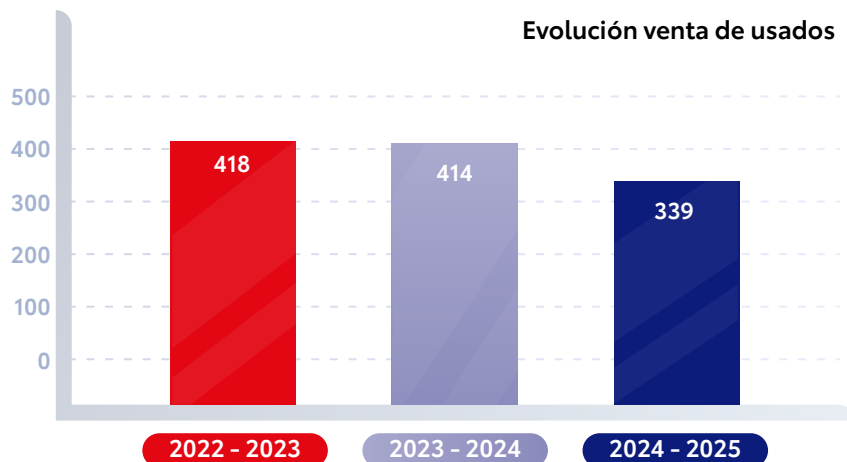


Hilux GR-Sport IV



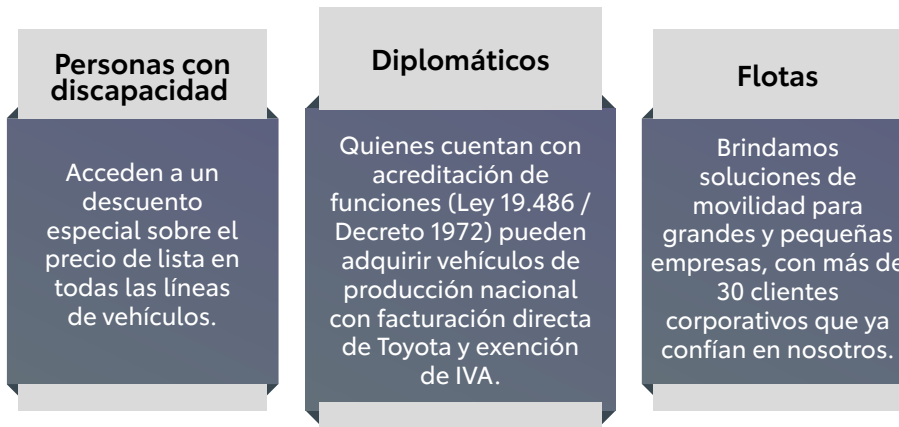
## Usados

Disponemos de una amplia selección de vehículos usados, cuidadosamente elegidos para nuestros clientes. Aquellos que son inspeccionados y reacondicionados por nuestros técnicos reciben el Certificado Toyota, garantía de los altos estándares de calidad de la marca.



## Ventas especiales

En Centro Motor tenemos una opción para cada necesidad como principal diferencial.



## Somos garantía

Los vehículos que ofrecemos están respaldados por una garantía transferible de 5 años o 150.000 km (lo que ocurra primero), asegurando calidad y respuesta. Esto se extiende sobre los componentes híbridos, en 8 años o 160.000 km.



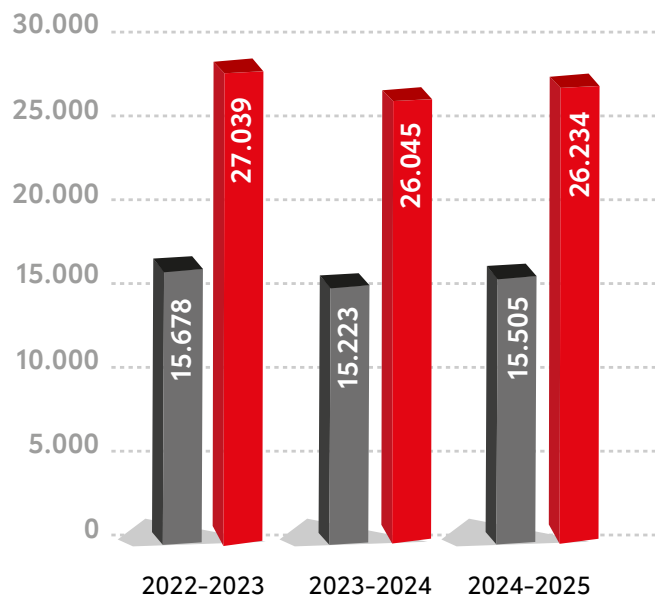
## Posventa: Mantenimiento conveniente

A fines de 2023 inauguramos la primera sucursal de posventa en Córdoba, lo que reafirma nuestro compromiso con la experiencia del cliente, ampliando la capacidad de servicio y priorizando sus necesidades.

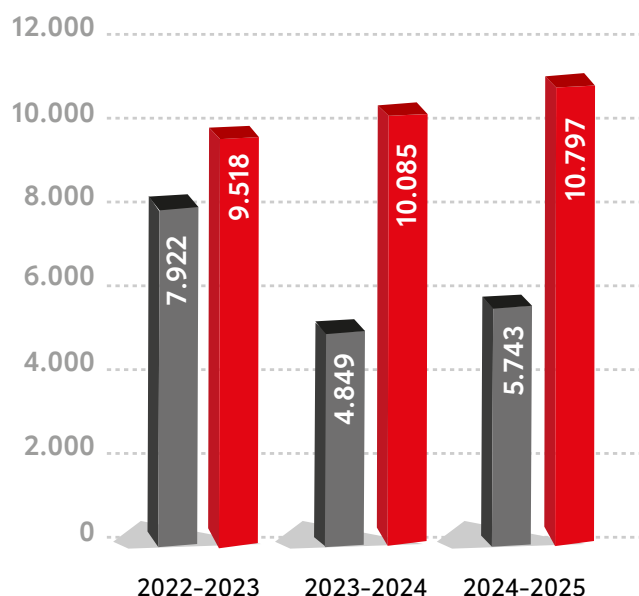
Nuestros concesionarios, certificados por Toyota Motor Corporation, ofrecen Mantenimiento Express bajo los estándares del Sistema de Producción Toyota, permitiendo realizar el servicio en solo una hora con máxima calidad. Contamos con salas reacondicionadas para una espera cómoda y medimos nuestro desempeño mediante **CPUS (Servicios y Reparaciones a cargo del Cliente) y Unidades Atendidas**.



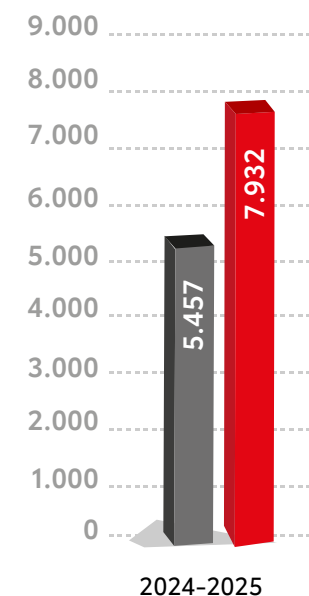
Servicio de posventa - Av. Colón



Servicio de posventa - Av. Monseñor Pablo Cabrera



Servicio de posventa Av. Sagrada Familia

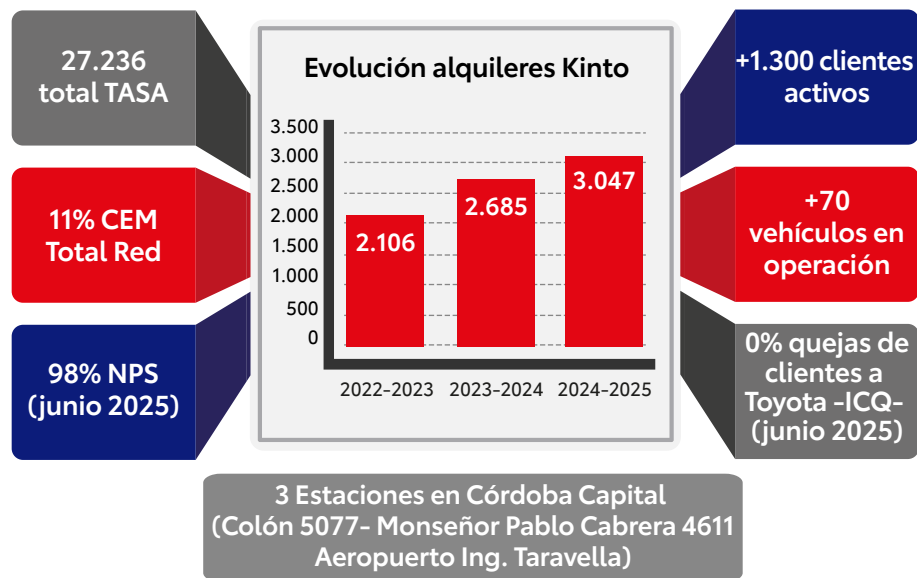


● Cantidad de CPUS ● Cantidad de Unidades Atendidas

## Kinto: movilidad sustentable

En Centro Motor creemos que siempre hay un KINTO para cada persona que busca libertad de movimiento. Con este servicio, tanto clientes individuales como empresas pueden acceder al alquiler de nuestros modelos en cualquier lugar del país, en el momento y por el tiempo que lo requieran. Para ello, ponemos a disposición una amplia flota y diversas alternativas de contratación, con la calidad y confiabilidad que distinguen a la marca.

**3.047  
alquileres  
+13% que en el  
período anterior**



**KINTO**

**KINTO SHARE**

### Alquiler de autos

Una solución de movilidad práctica y segura que permite alquilar un Toyota de manera sencilla, por el tiempo que se necesite y desde el lugar más conveniente.

*El Toyota que quieras, por el tiempo que quieras, cuando quieras.*

**KINTO ONE FLEET**

### Alquiler todo incluido

Diseñado para empresas que buscan optimizar su movilidad, ofrecemos vehículos 0 km en modalidad de alquiler a mediano y largo plazo, con todos los servicios incluidos.

Cobertura nacional, calidad garantizada y la seguridad de contar con un socio estratégico de confianza.

*Más que un servicio de gestión de flotas, tu socio comercial favorito.*

**KINTO ONE PERSONAL**

### Suscripción flexible

Pensado para clientes particulares, esta modalidad permite acceder a un vehículo mediante una suscripción mensual, con la opción de sumar días adicionales de uso a través de la plataforma KINTO Share.

*Una experiencia de alquiler a mediano y largo plazo.*



## GR Garage

En 2019 nos convertimos en el primer concesionario oficial en inaugurar un Gazoo Racing (GR) Garage fuera de Asia. Lo hicimos con un propósito claro: fortalecer el vínculo con los clientes más apasionados de Toyota, acercándoles productos exclusivos, indumentaria y merchandising de los equipos oficiales.

Nuestro espacio está pensado para los fanáticos de la marca y del automovilismo: allí pueden encontrar una amplia variedad de accesorios para personalizar sus vehículos y disfrutar de la experiencia única de un simulador profesional de competición.

*En nuestro local se realizó la presentación del equipo que representó a Toyota Gazoo Racing Argentina en la competencia Ruta 40 de Cross Country internacional, donde participan los mismos equipos del Dakar.*



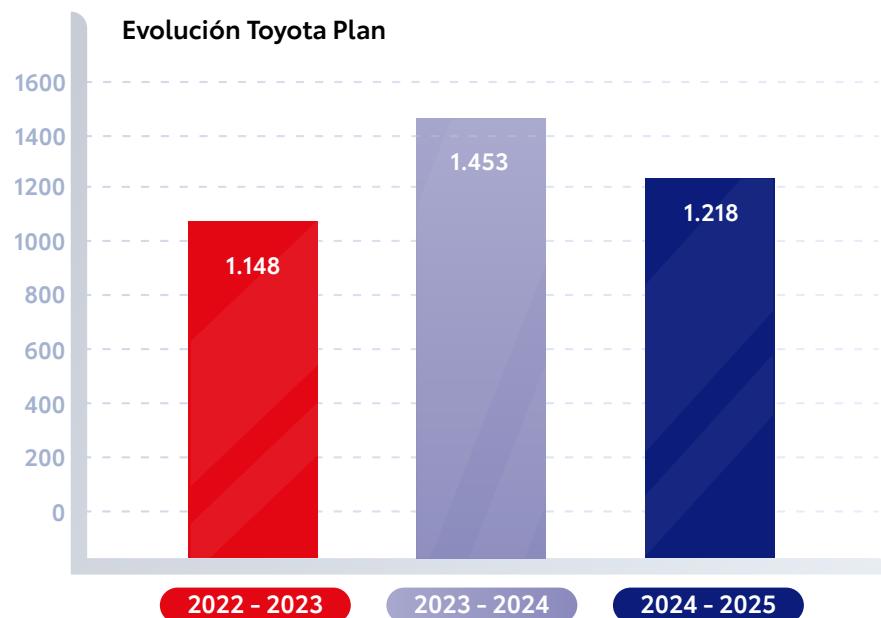


## Servicios adicionales

### TOYOTA PLAN: un plan distinto

Nuestro compromiso es hacer que cada vez más personas puedan acceder a un vehículo Toyota. Por eso ofrecemos planes de ahorro flexibles, adaptados a las necesidades de cada cliente, que les permiten organizar sus cuotas de la manera más conveniente para su economía. Brindamos asesoramiento personalizado, tanto en nuestros concesionarios como en sus domicilios, para acompañarlos en cada decisión.

**TOYOTA**  
**P | L | A | N**



#### Plan FLEX

Suscripción que amplía las alternativas de financiación. Al momento de la adjudicación, el cliente puede elegir entre un vehículo 0 km, un Usado Certificado con garantía oficial de Toyota o el equivalente en dinero. Esta propuesta es un diferencial en el mercado argentino de planes de ahorro.

## Compañía financiera

Toyota Financial Services Corporation estableció en nuestro país a Toyota Compañía Financiera de Argentina S.A., con el propósito de facilitar a los clientes el acceso a su vehículo Toyota. Para ello, ofrece una amplia gama de soluciones financieras, que incluyen Créditos Prendarios adaptados a las necesidades de cada cliente y herramientas como Leasing, pensadas para brindar flexibilidad y confianza.



## Broker Seguros

En Toyota Broker de Seguros trabajamos junto a compañías líderes del mercado para garantizar la confianza de nuestros clientes. A través de alianzas estratégicas, ofrecemos propuestas diferenciales que se destacan por su valor y respaldo. Además, brindamos la posibilidad de reparar los vehículos siniestrados en Concesionarios Oficiales Toyota, asegurando calidad técnica y repuestos originales.



## Equipos Industriales

En un claro compromiso con el cuidado ambiental, Centro Motor S.A. fue el primer concesionario de Equipos Industriales Toyota del país en obtener la certificación ISO 14001 en todas las áreas de la empresa.

Hace más de dos décadas ofrecemos soluciones inteligentes y de calidad para las áreas de logística de nuestros clientes, a través de marcas como BT y RAYMOND (desde 2008).



## Vehículos ECO

- Operación silenciosa.
- Mínima emisión de gases.
- Motor y tren de tracción cuidadosamente diseñados que reducen drásticamente la cantidad de vibración.
- Sistema de convertidor catalítico de 3 vías (opcional).
- Filtro Diesel Particulado DPF-II (opcional).



## Ventas

En Centro Motor comercializamos productos provenientes de las distintas plantas de Toyota Material Handling.

Nuestra misión es lograr una sólida relación de mutuo beneficio con nuestros clientes, ofreciéndoles:

- Productos de alta calidad.
- Asesoramiento Técnico Comercial personalizado.
- Condiciones comerciales de acuerdo con las necesidades de cada cliente.
- Atención especial a flotas y Grandes Clientes.
- Garantía de productos y servicios.
- Soluciones en movimiento de materiales.

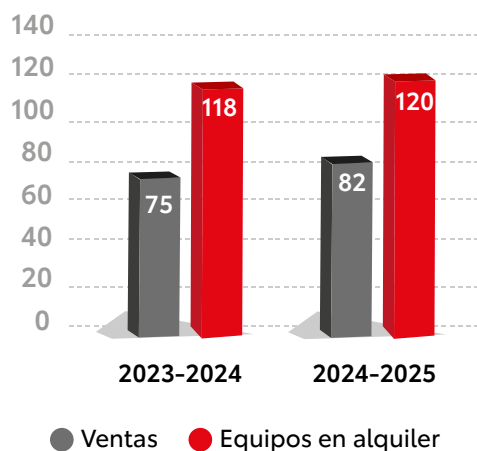
**82**  
equipos  
vendidos en  
el período

## Alquileres

Contamos con un line up completo de vehículos para alquilar, tanto de equipos con motores a combustión como eléctricos.

120  
equipos  
alquilados en  
el período

Equipos Industriales



## Posventa

Ofrecemos reparaciones de alta complejidad, mantenimiento preventivo programado, transporte de unidades y un equipo de profesionales altamente calificado para brindar un servicio de posventa de excelencia.

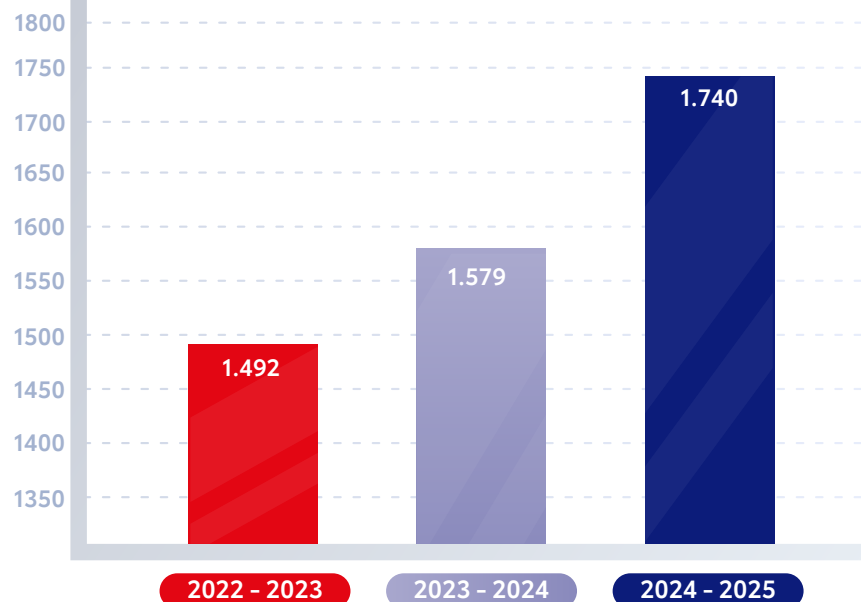
## Certificación ASEC de Toyota Material Handling

Estamos recertificados (hasta fines de 2025) por el programa ASEC (After Sales Service Evaluation & Certification) de Toyota Industries Corporation. Esta certificación nos exige la aplicación de metodologías que garantizan los estándares de eficiencia en el servicio de posventa de la red Toyota.

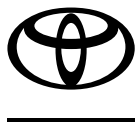
Nos caracterizamos por:

- Usar repuestos genuinos que garantizan la Calidad Total del Servicio y optimizan la vida útil de los equipos, Just in Time.
- Disponer de 4 Talleres Técnicos Móviles completamente equipados (**incorporamos uno más en este período**). Con ellos, realizamos servicios de mantenimiento en la empresa del cliente, lo que nos permite otorgar una garantía exclusiva de Centro Motor S.A y cumplir estrictamente con las medidas de protección ambiental, según la Norma ISO 14001-DNV.
- Sumar beneficios:
  - Visitas programadas.
  - Alta tecnología de diagnóstico.
  - Repuestos genuinos y cambio de lubricantes en el domicilio del cliente, sin cargo extra.
  - Línea directa con el servicio.
  - Amplia cobertura geográfica.

Servicios Posventa







CENTRO MOTOR

# GOBIERNO CORPORATIVO



## Gobernanza y ética empresarial

En Centro Motor creemos que la integridad no es solo un requisito de gestión, sino un compromiso que fortalece nuestra relación con la sociedad y con cada persona que confía en nosotros.

### Liderazgo responsable

2-9; 2-11; 2-12

Nuestra gobernanza se apoya en un modelo de dirección participativa que combina la experiencia de nuestros fundadores con la innovación de nuevas generaciones. Con un cambio realizado en la presidencia, **Darío José Ramonda** pasó a dirigir la empresa, mientras **Darío Onofre Ramonda** asume la vicepresidencia. Este equipo de liderazgo cuenta, además, con el respaldo de gerentes que impulsan la gestión integral de nuestras operaciones, desde la atención posventa hasta las finanzas y la sostenibilidad.



**Darío José Ramonda**  
Presidente



**Darío Onofre Ramonda**  
Vicepresidente



**Claudio Correa**  
Gerente General (Av. M.P. Cabrera)



**Diego Loyber**  
Gerente de Posventa



**Agustín Guercovich**  
Gerente de Planeamiento



**Ricardo Bravo**  
Gerente de Recursos Humanos y  
Responsabilidad Social Empresaria



**Alberto Amateis**  
Gerente de Plan de Ahorro



**Walter Wehrli**  
Gerente de Finanzas

## Cultura de integridad

2-23; 2-24; 2-27; 3-3; 205-1

Desde 2021 contamos con el Programa de Integridad Centro Motor, un marco que promueve la ética en los negocios y el cumplimiento normativo. Nuestro Código de Conducta, aprobado en 2023, y las Políticas ABAC de Toyota (Antisoborno y Anticorrupción en español) nos guían en la construcción de relaciones transparentes con colaboradores, proveedores y clientes.

## Nuestro compromiso

El Programa de Integridad se estructura sobre seis pilares que marcan nuestro camino:



## Comité de Ética e Integridad

2-9; 2-15; 2-16

En 2023 conformamos este espacio de decisión y resguardo normativo, integrado por el Gerente General y un abogado externo. Su tarea es velar por el cumplimiento del Código de Conducta, asesorar en proyectos sensibles y garantizar que cada acción de la compañía esté guiada por principios de transparencia y responsabilidad.

### Funciones del Comité

- Velar por la aplicación de normas y principios éticos en todas las operaciones.
- Evaluar proyectos y negocios desde una perspectiva ética.
- Prevenir, investigar y sancionar posibles irregularidades.
- Diseñar planes de prevención y acciones correctivas.
- Asegurar transparencia y acceso a la información.
- Impulsar la formación continua y un plan anual de capacitación en ética.

## Herramientas para la gestión ética

2-23; 2-24; 3-3; 205-1; 205-2; 404-2

El Programa de Integridad se materializa en un conjunto de políticas y procedimientos que abarcan temas clave como conflicto de interés, obsequios y hospitalidades, compras, gestión de riesgos, investigación interna y prevención de represalias. Estas herramientas aseguran un marco homogéneo y claro para todos los concesionarios de Toyota.

### Código de Conducta

Es la guía que orienta a nuestros colaboradores frente a situaciones de riesgo o conflicto que puedan surgir en el ámbito de trabajo.

En su introducción establece que Centro Motor S.A. tiene como política desarrollar sus actividades comerciales, de negocios e internas bajo los más altos estándares éticos, de integridad y transparencia, asegurando el cumplimiento estricto de las leyes y regulaciones, tanto con sus trabajadores y proveedores como con todos sus grupos de interés, en línea con nuestros valores corporativos.

Más que un marco normativo, este documento promueve una conducta ética y responsable entre colaboradores, clientes y terceros vinculados. Además, incluye ejemplos prácticos que sirven como apoyo y orientación en la toma de decisiones cotidianas, ayudándonos a prevenir errores y a actuar de manera correcta y coherente con nuestros principios.

CÓDIGO DE  
CONDUCTA



### Políticas ABAC

Forman parte del cuerpo normativo que regula la actividad de los concesionarios Toyota, al consolidar los criterios de ética corporativa. Este marco nos permite alinear nuestra actividad a lo establecido por Toyota Motor Corporation y Toyota Argentina S.A., generando un gobierno corporativo íntegro.

Los principales instrumentos ABAC son:

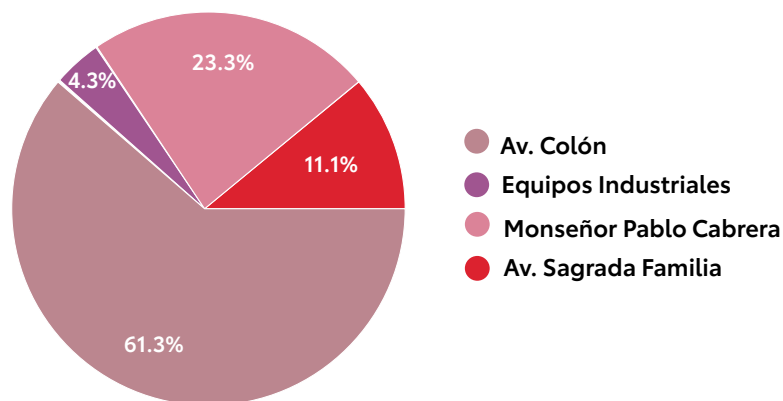
- ➔ Código de Conducta
- ➔ Política Antisoborno y Anticorrupción
- ➔ Política de Atenciones, Obsequios y Hospitalidades
- ➔ Política de Compras
- ➔ Política de Conflicto de intereses
- ➔ Política de Denuncias y no represalias
- ➔ Política de Gestión de Riesgos
- ➔ Política de Investigación interna
- ➔ Política de Descuentos Comerciales
- ➔ Política de Viajes
- ➔ Programa de Integridad CM
- ➔ Instructivos de Debida Diligencia
- ➔ Instructivos de Desembolsos
- ➔ Marco y Reglamento del Comité de Ética



## Infundir integridad

En el primer semestre de 2025 realizamos un video resumen de nuestro Programa de Integridad junto a las políticas ABAC que distribuimos en toda la plantilla de colaboradores, acompañado de una evaluación. Nuestro objetivo fue garantizar que todas las personas que trabajan en Centro Motor S.A. conozcan el Programa y estén alineadas a la conducta que se espera de ellas.

Además, compartimos información en nuestro newsletter NotiCEM tanto sobre el Programa como del canal de denuncia que ponemos a disposición como línea ética confidencial y anónima.



### Resultados capacitación en Integridad

**Promedio**  
84.73 / 100 puntos

## PROGRAMA DE INTEGRIDAD

*El Programa de Integridad resulta aplicable a todo el personal de **Centro Motor S.A.**, cualquiera sea su jerarquía, categoría o modalidad de contratación. También, a sus proveedores, clientes y a cualquier tercero que se encuentre vinculado con la empresa.*

Entre los objetivos específicos del Programa, podemos identificar los siguientes:

- Fomentar una cultura ética y de cumplimiento normativo en la empresa;
- Identificar y evaluar los riesgos de fraude y corrupción a los que está expuesta;
- Establecer medidas y/o planes de prevención y acción ante los riesgos identificados;
- Capacitar a los miembros de la empresa en materia de ética, cumplimiento normativo y prevención de conductas indebidas.
- Crear canales de denuncia y mecanismos de investigación de las mismas;
- Monitorear y evaluar la efectividad del Programa.

### DENUNCIAS

**[denuncias@centromotorsa.com.ar](mailto:denuncias@centromotorsa.com.ar)**

Formulario de denuncias de Irregularidades y Comportamientos inadecuados en relación al Programa de Integridad de Centro Motor SA.  
Para proteger la confidencialidad, las preguntas 1 a 5 son OPCIONALES. Sin embargo, contar con esta información puede ser útil si es necesario hacer seguimiento a la denuncia.

Buzón de denuncias de Irregularidades y Comportamientos inadecuados en relación al Programa de Integridad de Centro Motor SA.  
Ubicados en los comedores de todas las concesionarias.



## Canal de denuncias

2-25; 2-26

Ponemos a disposición de colaboradores, proveedores y clientes canales ágiles, anónimos y confidenciales para reportar conductas indebidas. No toleramos represalias contra quienes lo utilicen de buena fe, reafirmando nuestro compromiso con un clima de confianza y responsabilidad compartida.



Personalmente en la Oficina de Recursos Humanos\*.



Por correo electrónico a la dirección: [denuncias@centromotorsa.com.ar](mailto:denuncias@centromotorsa.com.ar)



En forma telefónica al interno: 212.



Buzones de denuncia.

*\*En caso de que la denuncia no pueda ser recibida por la Oficina de Recursos Humanos, podrá realizarse ante el Comité de Ética e Integridad.*

## Gestión de riesgos

3-3; 205-1; 404-2

Con nuestra matriz de riesgos (definida en 2023), incorporamos una visión más sistemática sobre la detección y prevención de incidentes, en especial aquellos vinculados a la corrupción y la integridad. Aún no se han incorporado riesgos relacionados con impactos sociales y ambientales, aunque forman parte de los próximos pasos de evolución de nuestra gestión



## Prevención y seguridad

- **Lavado de activos y financiación del terrorismo:** cumplimos con las normas de la Unidad de Información Financiera (UIF) y contamos con un área especializada que audita y promueve que se cumplan, mediante:

### Manual para la prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo

Explica el procedimiento a aplicar y la información que se debe solicitar a cada cliente para concretar una operación. Este manual es enviado cada año al personal de ventas y administración de ventas.

### Auditorías de legajos de clientes

Verificamos, en forma mensual, si el personal aplica correctamente las pautas del Manual UIF.

### Marco regulatorio

A disposición del personal y de los clientes que lo soliciten.

**Todos los colaboradores recibieron capacitación sobre el Programa de Integridad**







- **Seguridad de la información:** invertimos en infraestructura y protocolos para resguardar datos sensibles y prevenir riesgos de ciberseguridad.



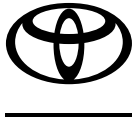
Desempeño económico

3-3; 201-1

Compartimos nuestros resultados económicos obtenidos en el último ejercicio coincidente con el período de este Reporte (1 julio de 2024 al 30 de junio de 2025). Los valores se encuentran expresados en porcentajes para reflejar la distribución de los ingresos y gastos entre los distintos públicos con los que trabajamos en Centro Motor S.A.

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO (en millones de pesos)		2022-2023	2023-2024	2024-2025
 VALOR ECONÓMICO GENERADO				
Ingresos por Ventas		98%	97%	98%
Otros Ingresos		2%	3%	2%
TOTAL		100%	100%	100%
 VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO				
 Costos operacionales* (incluye pagos a proveedores)		86%	93%	89%
 Sueldos y prestaciones a colaboradores		6%	7%	8%
 Pagos al gobierno (nacional, provincial y municipal): Tasas e impuestos		3%	1%	1%
TOTAL		95%	101%	98%
 VALOR ECONÓMICO RETENIDO				
TOTAL		5%	-1%	2%

\* Valores históricos.



CENTRO MOTOR

# CLIENTES: CENTRO DE NUESTRO PROPÓSITO





## Nos acompañan en el movimiento hacia el futuro

2-1; 2-4; 2-6; 2-29

En Centro Motor entendemos que cada cliente es mucho más que un comprador: es parte de una comunidad en movimiento que nos impulsa a innovar y crecer. Por eso, buscamos que cada experiencia con la marca sea memorable, cercana y responsable con el futuro que compartimos.

### Concesionario 2.0, ahora Monseñor Pablo Cabrera

En 2025 se inició la obra para convertir el concesionario de Av. Monseñor Pablo Cabrera en 2.0, tal como lo tenemos en Av. Colón. El objetivo de esta remodelación es renovar nuestra propuesta de valor de cara al cliente, con un espacio innovador y digitalizado que revoluciona la experiencia de compra, facilita la interacción y permite brindar un asesoramiento personalizado con las últimas tecnologías.

Además, inauguraremos una nueva unidad de chapa y pintura, equipada con tecnología de punta para garantizar calidad, rapidez y los más altos estándares Toyota.



## Club Toyota: está buenísimo

Con casi 12 mil socios vinculados desde Centro Motor S.A., el Club Toyota se consolida como el espacio que transforma a nuestros clientes en verdaderos protagonistas de la marca. Beneficios exclusivos, experiencias deportivas y actividades recreativas son solo algunas de las propuestas que fortalecen este sentido de pertenencia.

**CLUB • TOYOTA**



**Sos parte**

**11.836**  
asociados desde  
Centro Motor S.A.  
(3.000 más que en  
el período anterior)

**175.871**  
socios a  
nivel país

Con esta membresía ofrecida a toda persona física que compre un Toyota, se puede disfrutar de:

- Beneficios junto a marcas asociadas (YPF Full, Kinto, indumentaria, gastronomía, lifestyle y más).
- Tratamiento preferencial en nuestros concesionarios.
- Invitación a eventos de Gazoo Racing Argentina y otros relacionados con el Turismo Carretera.
- Visitas a la planta industrial ubicada en Zárate.
- Tutoriales y consejos útiles.
- Concursos para los más creativos.



**CLUB • TOYOTA**





## Experiencias que inspiran

Realizamos diversas actividades para agasajar a nuestros clientes amantes de Toyota.

### Clínicas de Manejo Urbano

Unimos seguridad vial y adrenalina en un mismo espacio, con pilotos profesionales y pruebas en condiciones reales.



### Visita a la Planta en Zárate

Nuestros clientes tienen la posibilidad de recorrer la Planta de Toyota en Buenos Aires y conocer cómo se fabrica nuestra Hilux, un ícono de la industria nacional.



## Escucha activa y constante

2-26; 2-29

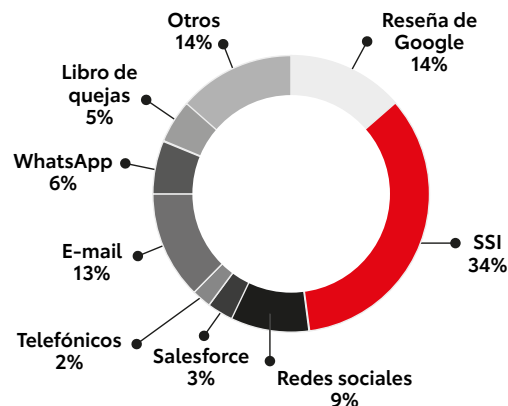
Nuestros canales de atención y redes sociales son puentes permanentes con los clientes. Utilizamos una estrategia multicanal y constante de atención al cliente: las redes sociales, sucursales y líneas de contacto nos permiten mantener una relación cercana y dinámica, atendiendo consultas de forma ágil y con seguimiento.



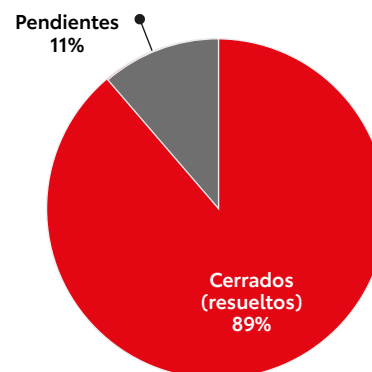
## Atender y mejorar

Gestionamos cada consulta y reclamo como una oportunidad de aprendizaje y mejora. Les damos seguimiento y acompañamos al cliente para que su experiencia con la marca sea siempre positiva.

Reclamos por origen - 2024 a 2025



Reclamos por gestión - 2024 a 2025



## Mantenemos (y medimos) la satisfacción

416-1

De la mano de Toyota, procuramos mantener en alto la satisfacción de nuestros clientes, midiendo indicadores que resguardan toda su experiencia con la marca. Utilizamos SSI (Sales Satisfaction Index) para evaluar diversos aspectos de la venta y CSI Posventa<sup>1</sup> y FIR<sup>2</sup> (servicio de reparaciones) para medir la satisfacción con los servicios de posventa. Ellos son una brújula que nos orientan para optimizar los servicios, reforzar la calidad y responder a las expectativas de quienes nos eligen. Año a año trabajamos fuertemente en mejorar nuestra performance.

### SSI Ventas:

(resultado mínimo fijado por TASA **94,5**)

SSI Puro	95,3
SSI Puro Red	95,9
SSI Móvil	95,4
SSI Móvil Red	95,3

### Avanzamos:

4 puestos en el Ranking Móvil (de 25 a 21)  
1 puesto en el Ranking anual (de 30 a 29)  
3 puestos en el Ranking interanual (de 32 a 29)

### CSI Posventa:

**91,44 puntos**

(vs. 93,28  
la Red)

### FIR:

**94 puntos**

(vs. 97,30  
de la Red)

## Crear valor más allá de la compra

Creemos que la sustentabilidad también se construye junto a nuestros clientes. Por eso, los invitamos a sumarse a nuestras campañas de seguridad vial, movilidad sustentable y consumo responsable. Promovemos el uso de vehículos híbridos y del servicio Kinto, que reducen la huella de carbono con nuevas formas de movilidad. Incluso, los obsequios que acompañan la entrega de un Toyota tienen un valor especial: surgen de procesos de economía circular, reforzando nuestra mirada hacia el futuro.



<sup>1</sup> Indicador que evalúa la facilidad de turnos, características, calidad y precio del servicio, trato personal, explicación de trabajo, solicitudes y necesidades, puntualidad y limpieza del vehículo.

<sup>2</sup> Índice que mide la disponibilidad de repuestos, experiencia general, recomendación del servicio, recompra de vehículo y contacto posterior, con valoración también sobre el tiempo del servicio y la reparación.





CENTRO MOTOR

# EQUIPO QUE NOS MUEVE





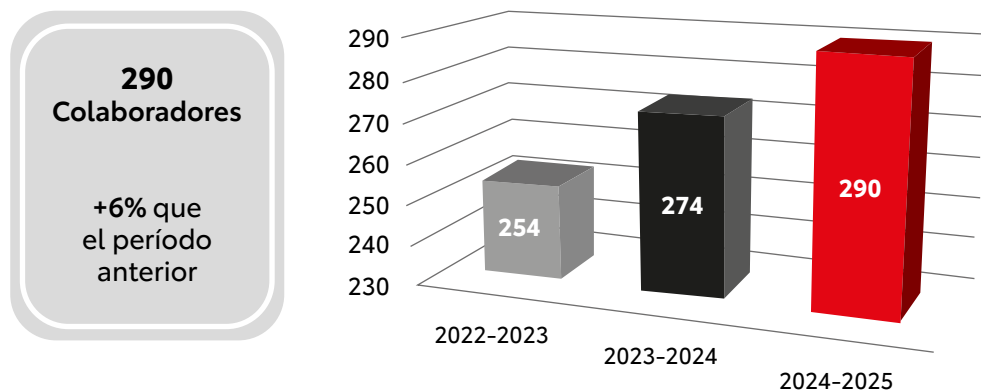
## El empuje está en nuestra gente

2-7; 3-3; 405-1

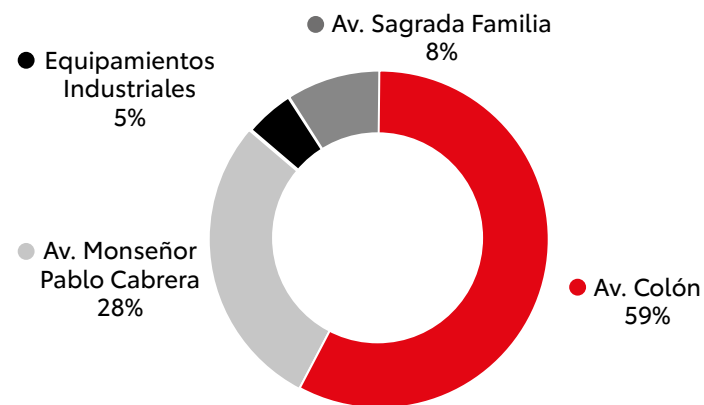
En Centro Motor sabemos que los autos nos conectan, pero son las personas quienes realmente nos mueven. Cada colaborador y colaboradora es parte del motor que impulsa nuestra historia y, por eso, ponemos en primer lugar el respeto a sus derechos, su seguridad y las oportunidades de crecimiento.

Creemos en un trabajo con sentido. Así, cada año crecemos en dotación, incorporando talentos jóvenes y cultivando un ambiente diverso, inclusivo y saludable.

Evolución del equipo de un período a otro



Equipo por concesionario



24% mujeres | 76% hombres

100% con contrato permanente

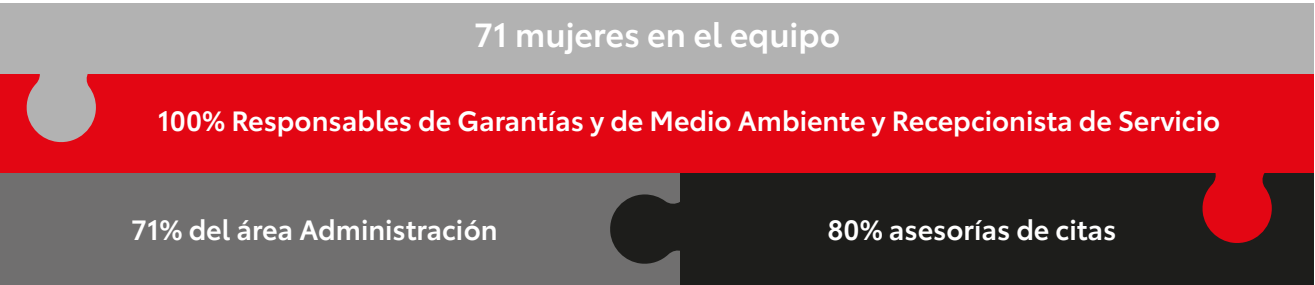
99% trabaja full time

60% tiene entre 31 y 50 años

## Diversidad que suma

2-7; 3-3; 405-1; 405-2

Nuestros equipos están formados por personas de diferentes edades, géneros y trayectorias. La heterogeneidad no es un desafío: es lo que hace más fuertes a nuestras tres sucursales.



No existe diferencia salarial por género. Únicamente se da por categoría laboral.

## Empleo local, impacto real

2-30; 202-2; 203-2; 401-1; 407-1

Uno de los principales aportes de Centro Motor a la comunidad es el empleo. Cada puesto de trabajo significa una familia cordobesa que encuentra estabilidad, oportunidades de desarrollo y un proyecto en común.

Aseguramos el respeto a la libertad de asociación, la no discriminación, la salud y seguridad en el trabajo y el acceso a la formación continua. Estos principios son parte de nuestra identidad y del vínculo transparente con los gremios.

**100%**  
de altos ejecutivos contratados en la comunidad local

Nuevas contrataciones	01/07/2024 a 30/06/2025		
	Hombres	Mujeres	Total
Menores de 30 años	15	6	21
Entre 31 y 50 años	7	4	11
Empleados mayores de 50 años	6	-	6

3 delegados gremiales.  
93% de colaboradores comprendidos en el convenio colectivo de trabajo.

## Salud, seguridad y bienestar

3-3; 403-1; 403-3; 403-6-; 403-7; 403-8

La seguridad es prioridad. Cumplimos con la Ley 19.587 de Higiene y Seguridad y trabajamos con una consultora especializada para implementar un sistema de gestión robusto.

Nuestros concesionarios cuentan con:

- Áreas protegidas por servicios de salud y emergencias.
- Médico disponible para atención a colaboradores.
- Supervisión de la Aseguradora de Riesgos de Trabajo (ART) para cumplir con los planes de mejora.

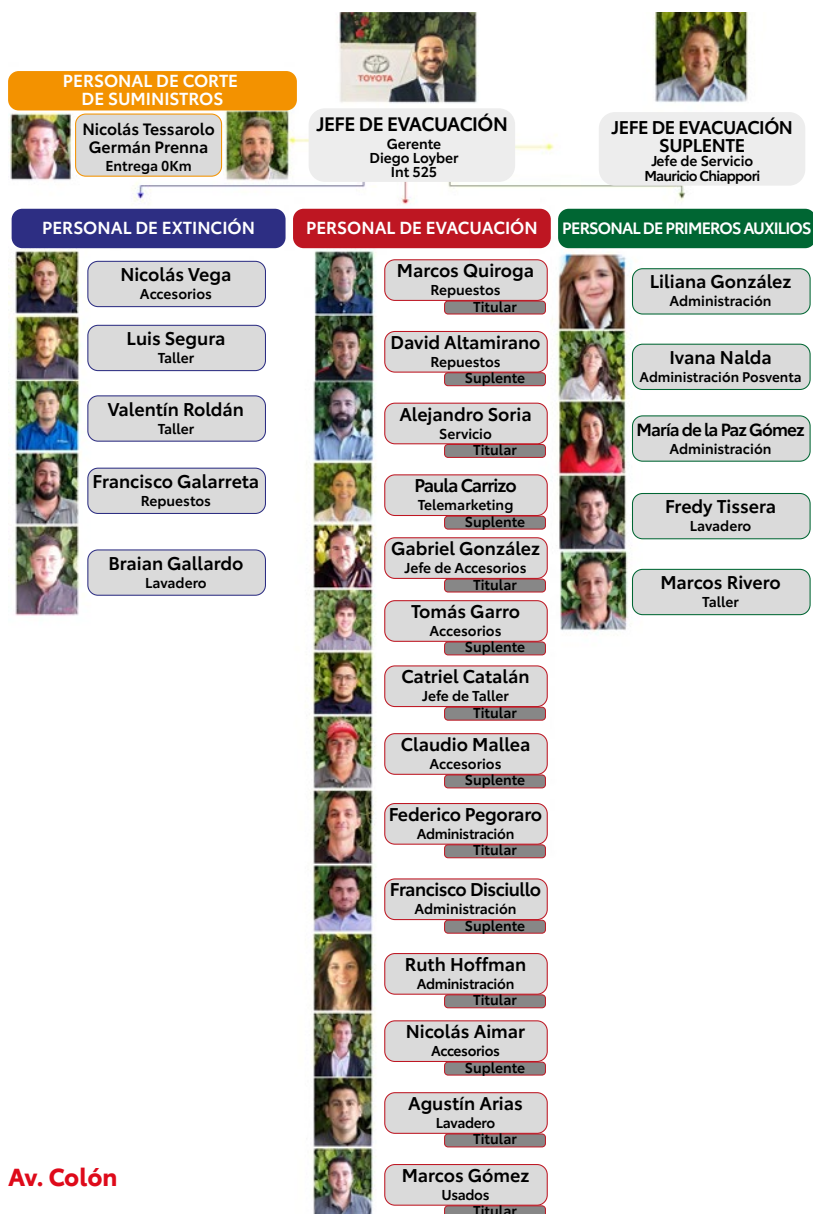
100% de la plantilla (permanente y tercerizada) cubierta según la legislación de la seguridad social vigente que incluye una ART.

## Matriz de riesgos y Comité de Seguridad

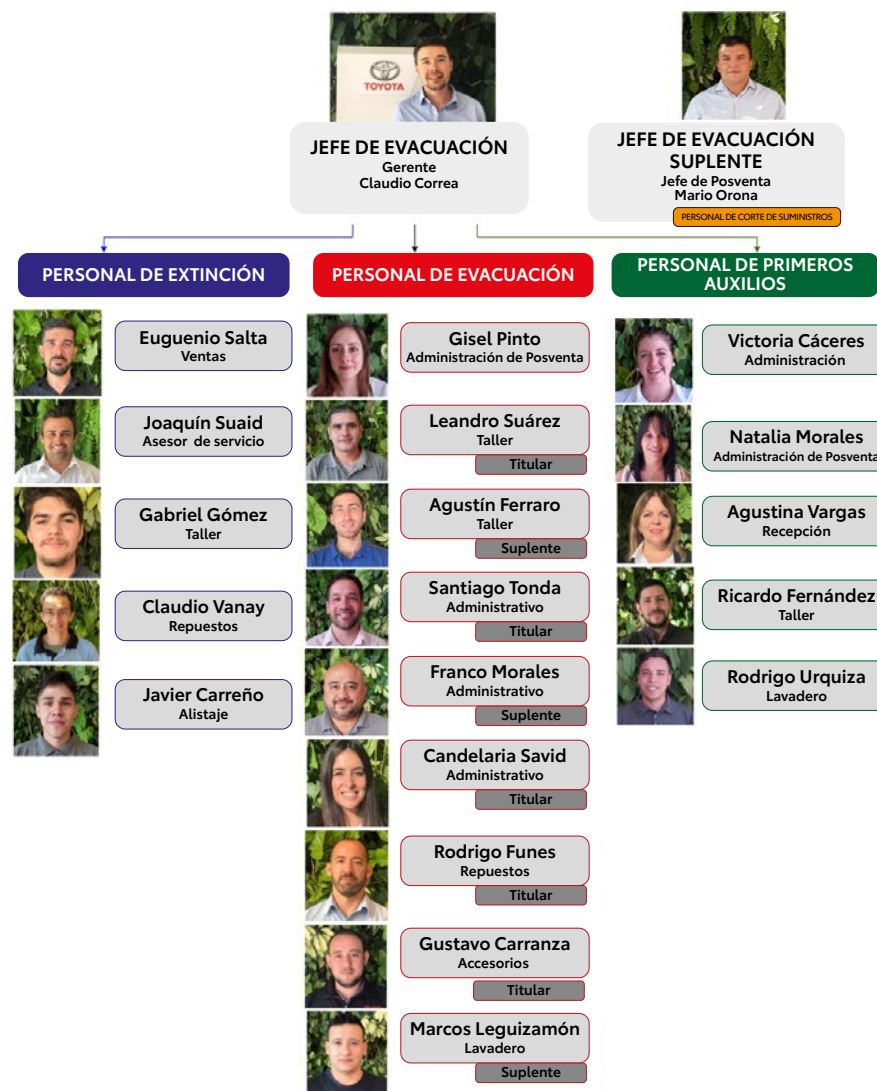
403-2; 403-4

Trabajamos con una matriz de riesgos que revisamos de forma permanente, y con un Comité de Seguridad y Salud Ocupacional que se reúne trimestralmente para dar seguimiento a planes de prevención. Aplicamos la matriz IPVR (Identificación de Peligros y Valoración de Riesgos) para cada puesto, priorizando los riesgos según su nivel y diseñando planes de acción con responsables y plazos definidos. También contamos con Brigadas de Evacuación y de Primeros Auxilios, capacitadas para actuar en emergencias.





Av. Colón



Av. Monseñor Pablo Cabrera



### Aprender a salvar vidas

403-5; 403-6; 404-2

Cada año invertimos en horas de formación sobre salud, seguridad e higiene ocupacional para mejorar la prevención y la atención ante posibles siniestros o accidentes. Esto se traduce en una muestra de contención, cuidado y atención a nuestros equipos.

Uso de desfibrilador, primeros auxilios, prevención de riesgos en talleres mecánicos, autoelevadores o con computadora, prevención de incendios, uso de Elementos de Protección Personal (EPP) son algunos de los cursos que realizaron nuestros colaboradores.

42

cursos

sobre H&S

### Indicadores de medición

403-9; 403-10

Accidentes y días perdidos	2022/2023	2023/2024	2024/2025
Número de accidentes con baja de al menos un día	15	9	13
Tasa de frecuencia de accidentes con baja de al menos un día basado en el número total de horas trabajadas	130,17	33,5	24,31
Víctimas fatales	0	0	0



## Aprendizaje y movilidad interna

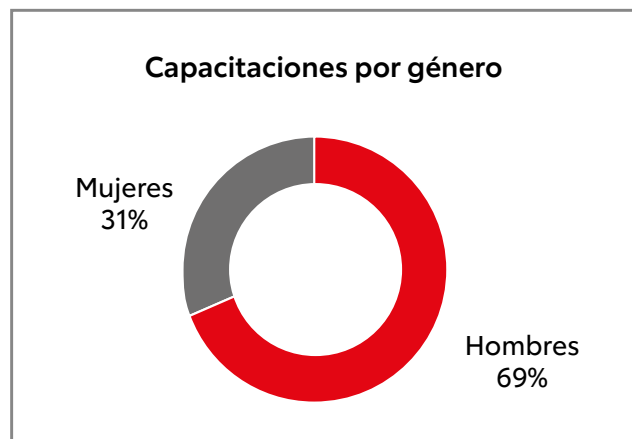
3-3; 401-1; 404-1

Creer dentro de la empresa es posible: impulsamos búsquedas internas y promociones, acompañando con capacitaciones técnicas y de habilidades blandas.

Los programas de inducción para nuevos ingresos aseguran que, desde el primer día, cada persona se sienta parte de nuestra cultura y valores. Les entregamos un kit de bienvenida y les presentamos la información clave sobre el funcionamiento de los concesionarios y de la marca en general, incluyendo la política ambiental que queremos que cumplan.

**3.746 h**  
totales de  
capacitación  
(+6% que en el período  
anterior)

**68 h**  
se destinaron  
a inducción



**8**  
búsquedas  
internas

**39**  
colaboradores  
promovidos a  
una categoría  
superior  
(26 hombres y 13 mujeres)



## Mejora continua en el desempeño

3-3; 404-3

A partir del primer año de antigüedad, los colaboradores con un año de antigüedad<sup>3</sup> participan en procesos de evaluación de desempeño. Los mismos tienen un doble propósito: reconocer y retener el talento y brindar retroalimentación que impulse su desarrollo.

Trabajamos junto a una consultora externa que aporta objetividad al proceso mediante una plataforma especializada donde se centraliza la información y los resultados. Aplicamos los estándares de Estilo de Movilidad que nos permiten ajustar perfiles, reorganizar la estructura y potenciar las capacidades de cada persona, ubicándola en el rol donde mejor pueda desplegar sus competencias. De esta manera, el proceso gana en efectividad y amplía las posibilidades de desarrollo individual.

**70%**  
del equipo  
fue evaluado  
en su desempeño

La evaluación se realiza una vez al año, con instancias de seguimiento semestrales y revisiones intermedias a través de reuniones de progreso que nos permiten hacer un balance y ajustar sobre la marcha. Cada colaborador/a recibe una devolución personalizada y un plan de acción orientado a reducir brechas de desarrollo y trabajar tanto fortalezas como aspectos de mejora.



## Más que un trabajo: beneficios y reconocimiento

201-3; 401-2

Valoramos el compromiso y la dedicación de cada persona. Por eso, además de los beneficios legales, sumamos iniciativas que fortalecen el vínculo humano:



## Una comunicación que nos conecta

2-29

Desde 2023 contamos con NOTICEM, nuestro newsletter interno que se consolidó como un espacio para compartir logros, buenas noticias y aprendizajes. La transparencia y el diálogo son la base de un clima laboral que queremos seguir cuidando.

Promovemos una comunicación de puertas abiertas y las reuniones de equipo. Pero también contamos con canales tales como los grupos de WhatsApp, mail, teléfono, cartelería y monitores por donde compartimos información.







CENTRO MOTOR

# COMUNIDAD E IMPACTO SOCIAL



## Inversión social de Centro Motor S.A.

3-3; 413-1

En Centro Motor entendemos la inversión social como un camino para crear valor compartido con nuestra comunidad. Bajo esta convicción, impulsamos programas que integran educación para la seguridad vial y el cuidado ambiental, siempre con una mirada de sostenibilidad que se alinea a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y al Programa de Responsabilidad Social para Concesionarios de Toyota Argentina S.A. También fomentamos el trabajo en alianza, en virtud de multiplicar los impactos positivos y fortalecerlos.

Ejes de nuestra estrategia de inversión social



El propósito de nuestra inversión social es reforzar el vínculo y contribuir con una comunidad más segura, consciente y sostenible.



## Seguridad vial como cultura ciudadana

El principal foco de atención de nuestra estrategia de sustentabilidad orientada a la comunidad versa sobre la seguridad vial, la cual abordamos desde el programa **Luz Verde: conduciendo hacia el futuro**. Esta propuesta educativa está orientada principalmente a las infancias, con la convicción de que son ellas quienes transmiten hábitos seguros en sus hogares y entornos cercanos.

Nuestra trayectoria y experiencia en el desarrollo del proyecto nos impulsa, siempre, a la mejora continua y la optimización de resultados. Cada año, trabajamos nuevas iniciativas en el marco de este proyecto, adecuando sus objetivos y metodología de implementación.

### Mayo con amarillo de precaución

El mes de mayo se convirtió en la fecha disparadora de nuestra causa ya que **#mayoamarillo** es un movimiento conocido a nivel global sobre seguridad vial y, por ende, un llamado a reflexionar sobre el impacto de nuestras acciones y decisiones frente a un volante.

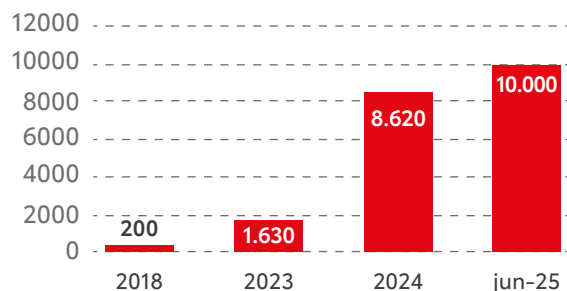


Así, en 2024 nos centramos en la metáfora de la regeneración: impulsar la educación vial para cambiar la mentalidad de las nuevas generaciones y también fomentar el compromiso ambiental con nuestros autos de cartón revalorizado mediante procesos de economía circular. En 2025 el objetivo sigue siendo el mismo, con mayor fuerza en la generación de alianzas dado que la mejor forma de potenciar resultados es haciendo JUNTOS, con otros, como se denomina nuestro programa en esta última edición.

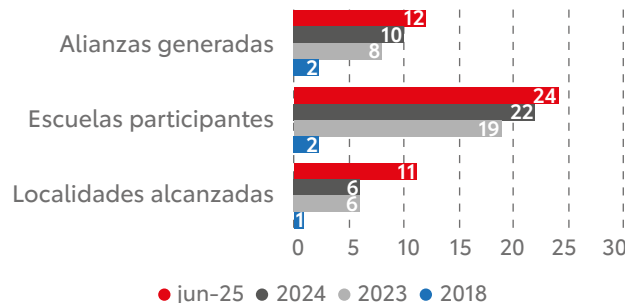
**Esta sinergia con diferentes organizaciones público-privada y del tercer sector nos permite multiplicar el impacto y dar mayor sentido al compromiso colectivo.** Participamos en eventos masivos como las celebraciones de Mayo Amarillo, el Día de las Infancias, el Día de la Seguridad vial y otras, donde nuestras propuestas educativas lograron sensibilizar a miles de familias.



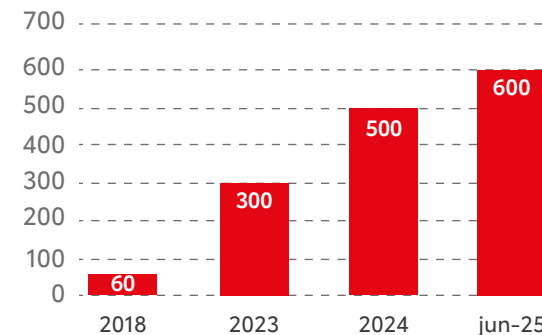
Niños, niñas, adolescentes y docentes impactados



Evolución Luz Verde - 2018 a junio 2025



Kg de cartón revalorizado



## Alianzas estratégicas

2-28; 203-1; 203-2

La experiencia de estos años nos enseñó que los resultados más significativos se logran cuando se construyen alianzas sólidas. Por eso, trabajamos junto a Sirkel y la Cooperativa de Carreros, que elaboran nuestros autitos y circuitos de cartón para las actividades educativas; con escuelas y jardines de infantes que nos abren sus puertas; y con organismos municipales y provinciales que fortalecen el alcance de nuestros programas. Además, contamos con el acompañamiento de AR Sustentable en la estrategia ESG y participamos activamente de la Asociación de Concesionarios Toyota de la República Argentina (ACTRA), siendo el presidente de Centro Motor S.A. quien preside también la Asociación.

En este período, el vínculo se profundizó con cada una de ellas e **iniciamos nuevas relaciones con el Concejo Deliberante y la Intendencia de Córdoba, lo que nos abrió la posibilidad de llevar la seguridad vial a las aulas de la capital cordobesa.**



\*Foto: El Viceintendente de la Ciudad de Córdoba, Javier Prieto, junto al equipo de Centro Motor S.A. en un evento donde la seguridad vial para las infancias fue la protagonista.

## Educación ambiental y economía circular

3-3; 203-1; 203-2; 413-1

El compromiso con el ambiente y la economía circular es otro de los ejes de nuestra gestión social y contamos con dos propuestas para desarrollar cada uno:

### Economía circular

Donamos los cartones que envuelven nuestros repuestos a la Cooperativa de Carreros de Villa de Urquiza, quienes se encargan de darles tratamiento y acondicionarlos para su venta. Luego, la empresa Sirkel les compra ese residuo reciclado y lo convierte en nuestros autos y circuitos viales de cartón, materiales didácticos que adquirimos para el programa sobre seguridad vial Luz Verde. De esta manera, hacemos girar la rueda de la economía circular, revalorizando residuos y generando empleo en nuestra comunidad.



### Educación ambiental

Presentamos los modelos híbridos Toyota en cada evento en el que participamos desde el área de RS&S, con expertos que explican al público los beneficios de estos vehículos, fundamentalmente, para reducir el impacto ambiental de los autos. De esta manera, logramos concientizar a las nuevas generaciones sobre la importancia de repensar los modelos de consumo, alineados al compromiso de carbono neutralidad de Toyota para 2050 que venimos trabajando con la marca.

También realizamos campañas internas para optimizar el consumo de energía y agua en nuestras instalaciones y promover la recolección diferenciada de residuos.



## Automovilismo: pasión, innovación y compromiso

3-3; 413-1

El automovilismo forma parte de la identidad de Centro Motor desde hace más de 25 años. A través de nuestra participación en Toyota Gazoo Racing Argentina, hemos acompañado la evolución del motorsport nacional e internacional, consolidándonos como un referente en la promoción de valores como la disciplina, el trabajo en equipo y la búsqueda constante de la excelencia.

Desde los inicios en TC2000 y Top Race hasta el desafío internacional en la categoría TCR, entendemos al automovilismo no solo como una competencia, sino también como un espacio de desarrollo humano y profesional. Para nuestros colaboradores, significa la posibilidad de innovar, aprender y crecer en un ámbito altamente exigente. Para nuestros clientes, representa experiencias únicas que refuerzan la relación con la marca y con nuestra empresa.





Con la creación de CM Racing nos propusimos profesionalizar la gestión deportiva, liderando la coordinación logística, la puesta en pista y el desarrollo tecnológico de los vehículos de competición. Este camino nos llevó a alcanzar títulos nacionales y a posicionar a Córdoba como un polo de ingeniería aplicada al automovilismo.

Un hito de este recorrido fue la apertura del primer Gazoo Racing Garage fuera de Asia, un espacio innovador pensado para que los fanáticos del motorsport encuentren un punto de encuentro con la cultura Toyota, accediendo a indumentaria, accesorios y experiencias exclusivas. **Tal es así que, del 1 al 7 de junio, se realizó la competencia Ruta 40 de Cross Country internacional en donde participan los mismos equipos que en el Dakar, siendo nuestro local el lugar elegido para la presentación del equipo que representó a Toyota Gazoo Racing Argentina en la misma.**

Además, desde nuestras instalaciones impulsamos el diseño y construcción del Toyota Corolla TCR, un proyecto de alcance mundial desarrollado junto a Toyota Argentina. El debut internacional del vehículo, con victoria en su segunda carrera, no solo puso en alto la ingeniería argentina, sino que también reforzó nuestra convicción de que la innovación local puede trascender fronteras.

En 2023, el Toyota Team Argentina (TTA) volvió a las pistas con el nombre con el que nació en el año 2000, para seguir impulsando valores como la excelencia, la disciplina y el trabajo en equipo. En 2024, el equipo TTA compitió en el TCR South America, siendo Matías Rossi el piloto encargado de manejar el Toyota Corolla de TCR. Al finalizar el año, Rossi fue el piloto que más puntos sumó en dicho campeonato, pero por cuestiones de reglamentos de la categoría no fue consagrado campeón.

*Luego de la competencia de la Ruta 40, nuestros clientes del GR Garage CEM tuvieron la posibilidad de ser acompañantes de los pilotos de la competencia, para disfrutar y experimentar la potencia de las Hilux 4x4 del Equipo TGR.*





Además, ese año, competimos en el TC 2000, campeonato argentino con vehículos que disponen de la más alta tecnología. Los pilotos asignados: Matías Rossi y Marcelo Ciarrocchi estuvieron manejando los Toyota Corolla. Matías estuvo luchando por el campeonato hasta la última fecha, en donde logró finalizar el año con otra victoria.



A fines de 2024 la categoría de TC 2000, comunicó que en el 2025 se cambiaría la parte técnica, empezando a utilizar las SUV y, en el caso de TGR Argentina, se desarrolló la Toyota Corolla Cross GR-S para estar disputado dicho campeonato. Esta modificación se llevó a cabo en nuestras instalaciones de CM Racing. Los pilotos asignados para conducir dichos vehículos serán Matías Rossi y Emiliano Stang, posteriormente se incorporará Marcelo Ciarrocchi a la estructura Toyota Gazoo Racing Argentina.

## Solidaridad y acompañamiento

203-1; 413-1

Sostenemos una serie de acciones solidarias y de acompañamiento en fechas significativas para la comunidad. A través de entregas de valor y solidaridad, realizamos donaciones a la Casa Ronald McDonald de Córdoba durante Navidad. Esta increíble organización sin fines de lucro lleva 30 años apoyando a niños con enfermedades complejas y brindando contención emocional a sus familias en momentos tan difíciles.



La Casa de  
Ronald McDonald™  
Argentina





## Presentes en días especiales

Además de reconocer continuamente el compromiso de nuestros colaboradores y sus años de dedicación a la empresa, destacando los aniversarios en diferentes canales de comunicación, llevamos adelante acciones y diversas intervenciones en momentos del año que son para celebrar.



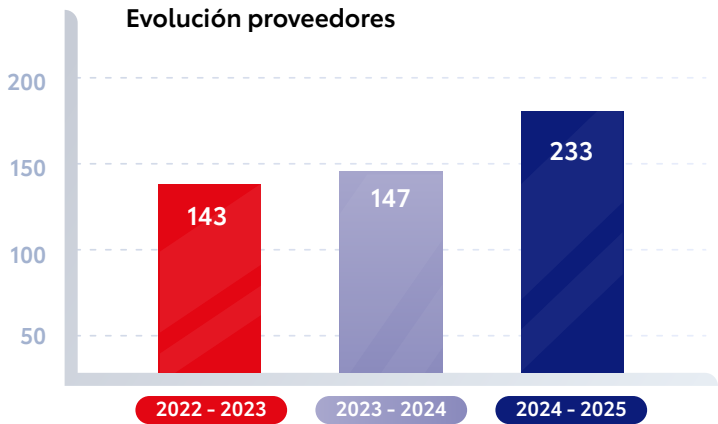
Gestión responsable de la cadena de valor

2-6; 3-3

En Centro Motor entendemos que nuestra cadena de abastecimiento es clave para sostener la calidad de nuestros servicios y generar impacto positivo en la comunidad. Por ello, trabajamos bajo un modelo de gestión integral de proveedores, que prioriza transparencia, criterios ambientales y desarrollo local.

Nuestro principal socio proveedor es Toyota Argentina S.A. (TASA), que nos abastece de vehículos y repuestos. También integramos insumos de GR Garage y Equipos Industriales de Toyota Material Handling Mercosur, garantizando coherencia en los estándares de calidad de la marca.

+230%  
proveedores activos  
en rubros que van  
desde servicios  
profesionales  
hasta insumos  
de oficina.



SERVICIOS y otros productos no Toyota	Cantidad 07/2024 al 06/2025
Alquileres	26
Energía	1
Comunicaciones	4
Talleres de pintura	3
Disposición final residuos con certificación	2
Servicios profesionales	12
Materiales de oficina	8
Merchandising	3
Organización eventos	4

## Impulso a la economía local

3-3; 204-1

Priorizamos la contratación de proveedores locales que ofrecen soluciones innovadoras y sustentables, en línea con nuestra política ambiental.

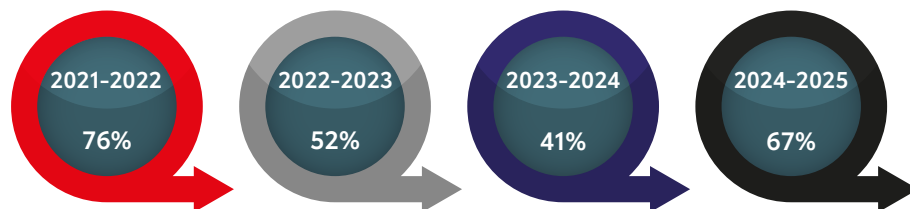
83%

fue nuestro gasto en vehículos, equipos industriales, repuestos, accesorios, indumentaria y merchandising.

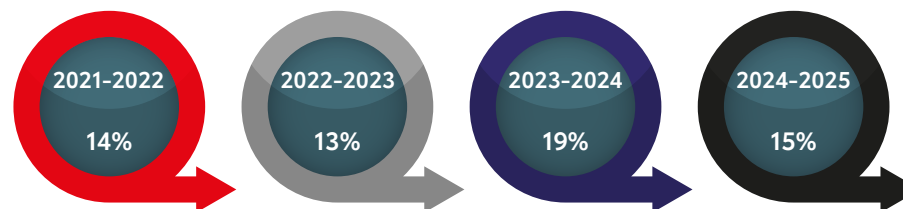
15%

de nuestras compras se realizaron a proveedores locales, contribuyendo a dinamizar la economía de Córdoba.

### Porcentaje del gasto anual en proveedores



### Porcentaje del gasto en proveedores locales



## Compras con impacto

414-1

Integramos en nuestra cadena a empresas que trabajan bajo modelos de economía circular y de inclusión social. Ejemplo de ello son Ondulé y Sirkel, empresas B que transforman residuos en nuevos productos y generan oportunidades de empleo en comunidades vulnerables.



## Transparencia y relaciones de largo plazo

2-29

Construimos relaciones con proveedores basadas en el diálogo abierto, la confianza mutua y la visión compartida de largo plazo. Este enfoque nos permite generar vínculos comerciales sostenibles y beneficiosos para todas las partes.

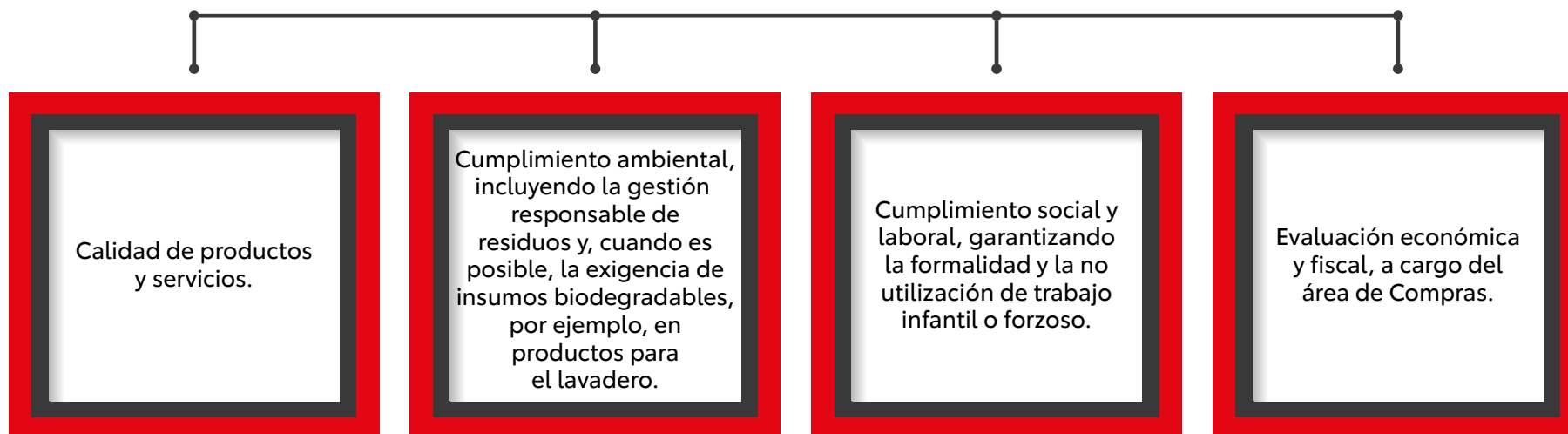
Habilitamos diferentes canales para mantener la comunicación fluida con nuestros proveedores.



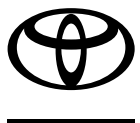
## Criterios de selección y evaluación

3-3; 205-1; 308-1; 308-2; 414-1; 414-2

Nuestros procesos de selección consideran:







CENTRO MOTOR

# COMPROMISO CON EL AMBIENTE

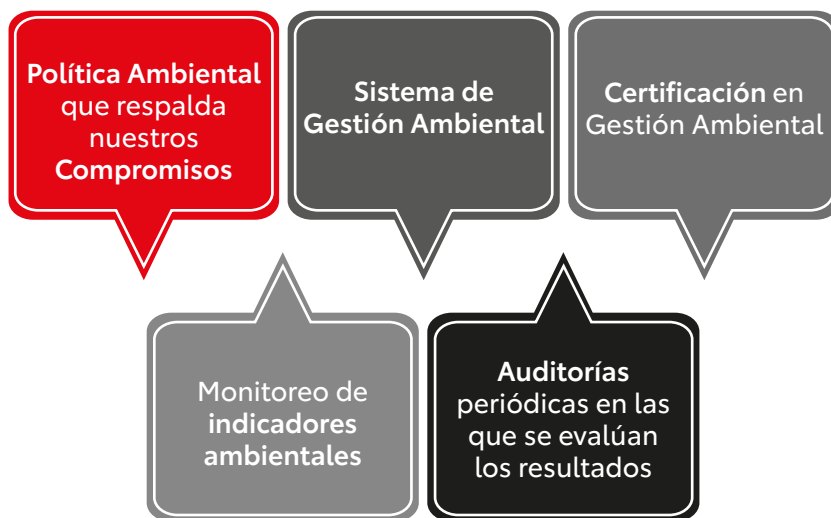


## Políticas y Sistema de Gestión Ambiental

2-23; 3-2; 3-3

En Centro Motor controlamos los principales impactos ambientales de nuestra operación: **residuos, agua y efluentes, consumo energético y emisiones.**

Contamos con normativas que rigen nuestra conducta, un sistema de gestión ambiental certificado y diversos instrumentos para auditar nuestro desempeño.



## DESAFÍO MEDIOAMBIENTAL TOYOTA 2050



Utilizamos como marco de referencia el **Desafío Ambiental Toyota 2050**, que nace para hacer frente a problemas globales como la crisis climática. Este desafío consta de seis objetivos, a través de los cuales aspiramos a reducir el impacto ambiental negativo de la fabricación y conducción de los vehículos de la marca.

## Política ambiental

2-23; 3-3

POLÍTICA 1	POLÍTICA 2	POLÍTICA 3	POLÍTICA 4	POLÍTICA 5	POLÍTICA 6
Proteger el medio ambiente, prevenir la contaminación y el uso sostenible de los recursos naturales.	Cumplir con los requisitos legales y otros requisitos aplicables en materia Ambiental.	Mejorar continuamente el Sistema de Gestión Ambiental incluyendo la mejora del desempeño de este.	Brindar los recursos necesarios para implementar, mantener, comunicar y hacer entender esta Política en todo el ámbito de la empresa y que la misma esté disponible para las Partes Interesadas.	Establecer los Objetivos del Sistema de Gestión Ambiental tomando como marco de referencia esta Política.	Promover la protección y el cuidado del ambiente hacia todos los públicos de la empresa, incluyendo a las personas que la integran, clientes, proveedores y a la sociedad en general, con el objetivo de que cada día haya más personas que tomen el desafío de comprometerse a través de sus conductas a construir un mejor lugar para todos.

Periódicamente revisamos nuestra política y el Manual de Operación Medio Ambiental a los fines de actualizarlos para su correcta aplicación.

- La política se encuentra publicada en nuestro sitio web y forma parte de nuestros espacios de trabajo, en lugares visibles para colaboradores y clientes.
- Realizamos comunicaciones y enviamos tips ambientales, en forma mensual, a la totalidad de nuestros equipos de trabajo, dentro del newsletter institucional e interno de la empresa (NOTICEM).



**Tips**

LAS PEQUEÑAS ACCIONES GENERAN GRANDES CAMBIOS

**PARA CLASIFICAR RESIDUOS**



**Tips**



**Tips**

LAS PEQUEÑAS ACCIONES GENERAN GRANDES CAMBIOS

**REDUCÍ EL CONSUMO DE AGUA**



## Compromisos ambientales

2-23

Nos desafiamos a:



Llevar adelante todas nuestras actividades procurando el **desarrollo sustentable**, considerando al medioambiente como un aspecto central de nuestra gestión y consolidando la misión de colaborar a construir, en el futuro, un mundo mejor.



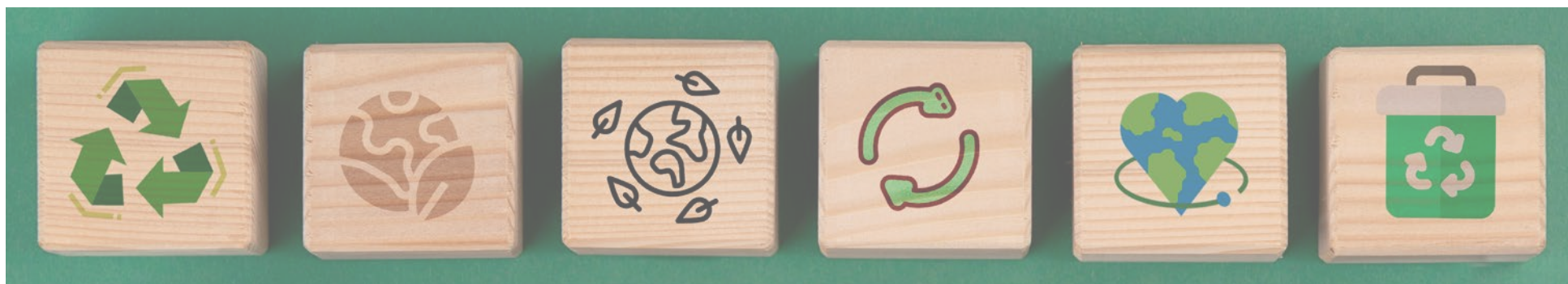
Gestionar **procesos controlados**, evitando impactos ambientales negativos y cumpliendo con todas las normativas legales que pudieran corresponder, convencidos de que respetar los derechos del prójimo, del medioambiente y de las normas que los regulan nos va a convertir en una sociedad mejor.



Promover la mejora continua en todo lo relacionado a nuestra gestión ambiental, fijando objetivos ambientales progresivos que permitan hacer un mejor uso de los **recursos naturales** y asegurar una **adecuada gestión de los residuos**.



Comunicar nuestra **política ambiental** a todos los públicos de la empresa, incluyendo a las personas que la integran, clientes, proveedores y a la sociedad en general, con el objetivo de que cada día haya más personas que tomen el desafío de comprometerse a través de sus conductas a construir un mejor lugar para todos.



## Sistema de Gestión Ambiental con ISO 14.001

3-3

CERTIFICADO DE SISTEMAS DE GESTIÓN



IRAM certifica que:

### CENTRO MOTOR S.A.

Casa central: Av. Colón 5077/23 - (5003) - Córdoba - Pcia. de Córdoba - República Argentina  
Sucursal Av. Monseñor Pablo Cabrera: Av. Monseñor Pablo Cabrera 4611 - (5001) - Córdoba - Pcia. de Córdoba - República Argentina  
Sucursal Av. Sagrada Familia: Av. Sagrada Familia 258 - (5003) - Córdoba - Pcia. de Córdoba - República Argentina

posee un Sistema de Gestión Ambiental que cumple con los requisitos de la norma:

### IRAM - ISO 14001:2015

Cuyo alcance es:

Casa central:

Venta de unidades 0 km automóviles y equipos industriales, compra/venta de automóviles usados, alquiler de equipos industriales, venta y asesoramiento de repuestos originales, posventa: cotizaciones, reparaciones, mantenimiento express, mantenimiento especializado y lavado. Alquiler de vehículos (KINTO).

Sucursal Av. Monseñor Pablo Cabrera 4611 Córdoba, provincia de Córdoba:

Venta de unidades 0 km automóviles y equipos industriales, compra/venta de automóviles usados, alquiler de equipos industriales, venta y asesoramiento de repuestos originales, posventa: cotizaciones, reparaciones, mantenimiento express, mantenimiento especializado y lavado. Alquiler de vehículos (KINTO).

Sucursal Sagrada Familia 258 Córdoba, provincia de Córdoba:

Posventa: cotizaciones, reparaciones, mantenimiento express, mantenimiento especializado y lavado.

Certificado de Registro N.º:	14000-9284
Vigencia Desde:	24/04/2025
Hasta:	20/04/2028
Emisión:	30/04/2025



Este certificado es válido siempre que la organización mantenga en operación, en condiciones satisfactorias, su Sistema de Gestión Ambiental y que cumpla con el Acuerdo de Certificación DC-R 010 y el Procedimiento DC-PG 096.

Gustavo Pontoriero  
Gerente División SG&CCPP  
Certificación IRAM  
(Firmado digitalmente)

Miembro de:



IRAM | Instituto Argentino de Normalización y Certificación

Perú 552/6 | C1068AAB | Buenos Aires, República Argentina | [certificacion@iram.org.ar](mailto:certificacion@iram.org.ar) | [www.iram.org.ar](http://www.iram.org.ar)

**Nuestro Sistema de Gestión Ambiental está certificado bajo la Norma ISO 14001 desde 2004, siendo uno de los primeros concesionarios de Latinoamérica en obtener esta certificación, la cual se ha mantenido vigente a través de las recertificaciones correspondientes.**

Esta certificación se complementa con el compromiso ambiental que todos los concesionarios de Toyota tenemos para con la marca.

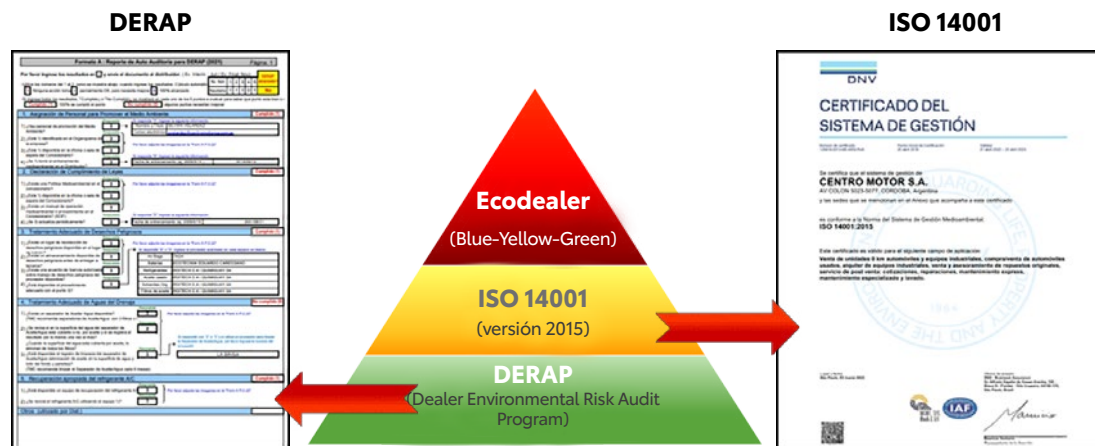
**La última auditoría de recertificación se llevó a cabo en enero de 2025 por IRAM, otorgando validez a la certificación hasta abril de 2028.** Este proceso incorporó a la sucursal de Av. Sagrada Familia, incluyendo las actividades de Posventa: cotizaciones, reparaciones, mantenimiento express, mantenimiento especializado y lavado. También se incorporó el servicio de alquiler de vehículos KINTO en las sucursales de Monseñor Pablo Cabrera y Av. Colón.

Como parte del proceso, llevamos adelante periódicamente auto auditorías internas y externas de mantenimiento, a los fines de controlar el cumplimiento de las normativas ambientales vigentes, el correcto tratamiento de los residuos peligrosos como, así también, el del agua de drenaje del lavadero.

● La auditoría interna inició en septiembre, a cargo de un consultor externo, con quien se mantuvieron reuniones periódicas para revisar de manera exhaustiva todo el Sistema de Gestión Ambiental (SGA), actualizándolo y renovándolo en su totalidad. Como resultado de esta auditoría se identificaron 3 no conformidades y 1 oportunidad de mejora, las cuales fueron abordadas mediante acciones correctivas activas. Este programa de auditoría interna concluyó de manera satisfactoria y eficaz.

● Este año se realizó el cambio de ente certificador, pasando a trabajar con IRAM para la auditoría de recertificación. De dicha auditoría surgieron 2 no conformidades y 2 oportunidades de mejora, las cuales fueron trabajadas exhaustivamente para la obtención del certificado.

También, anualmente se realizan dos autoevaluaciones del programa **DERAP**, habiéndose llegado al cumplimiento de todo lo requerido.





## Programa ECO DEALER

3-3; 302-5

Formamos parte del programa **ECO DEALER**, una iniciativa de Toyota destinada a su red de concesionarios, que promueve acciones concretas de concientización y compromiso ambiental como parte de su cadena de valor.

El objetivo principal del programa es **reducir la huella de CO<sub>2</sub>** generada por las operaciones de los concesionarios, mediante la optimización del uso de recursos, el reemplazo de equipos por tecnologías más eficientes y la implementación de mejoras que generen un impacto positivo tanto en el ambiente como en la comunidad.



Cuenta con **tres niveles de certificación progresiva: BLUE, YELLOW y GREEN**, cada uno con un puntaje máximo del 100%. La certificación es acumulativa, lo que significa que para acceder a un nuevo nivel es necesario haber completado y certificado el nivel anterior. Resultados del período reportado:

- **Concesionario Av. Colón:** se mantuvo la certificación en **nivel BLUE**, cumpliendo con los requerimientos establecidos por el programa.
- **Concesionario Av. Monseñor Pablo Cabrera:** gracias a las acciones e inversiones implementadas durante el año, en diciembre de 2024 se alcanzó el **puntaje ideal**, logrando así la certificación **nivel BLUE**.
- **Concesionario Av. Sagrada Familia:** al tratarse de una sucursal de reciente apertura que no cuenta con un año de historial (2024), no es posible realizar una evaluación comparativa completa, ya que el programa requiere al menos dos años de información para su análisis. No obstante, se realizó una **autoevaluación interna**, que arrojó un **puntaje del 80%**. Mientras tanto, se mantendrán reuniones periódicas con Toyota para continuar revisando y mejorando cada ítem del programa, con el objetivo de alcanzar el puntaje ideal y avanzar en el proceso de certificación.

Sentimos un gran orgullo por haber conseguido estas certificaciones e ir por más, ya que cada nivel implica incluir nuevas mejoras ambientales. Esto fue posible gracias al trabajo entre áreas, en el que los mandos medios de administración y posventa mantuvieron reuniones y capacitaciones periódicas para, luego, trasladarlas a sus equipos.

## Principales materiales utilizados

3-3; 301; 301-3

Para la gestión de oficina y ventas, utilizamos diferentes materiales, insumos que nos permiten llevar adelante la operación del negocio. La importancia de su identificación reside, principalmente, en el tratamiento de los desechos que se producen, a partir del uso que les damos.



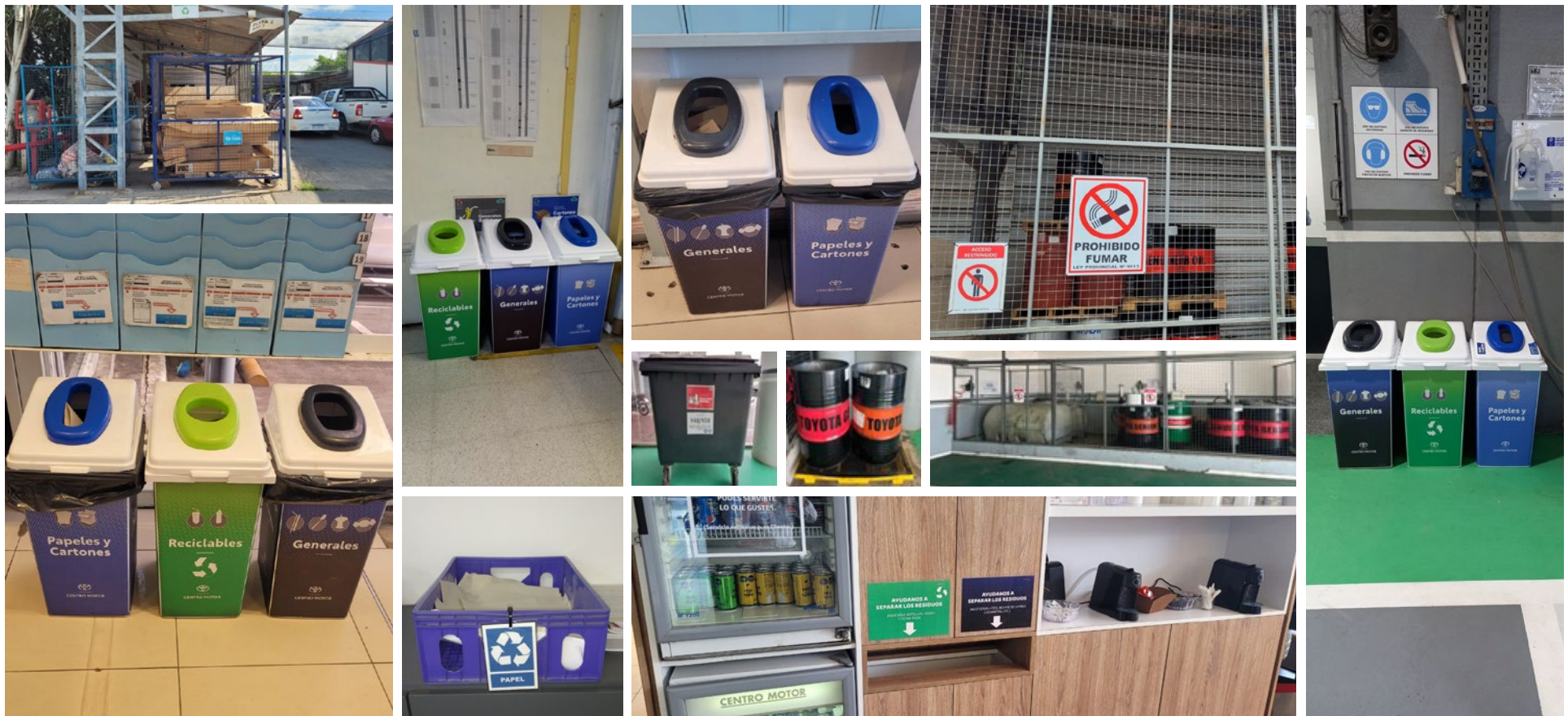
Principales materiales e insumos utilizados (Oficinas y salones de ventas)

Concepto	Unidad de medida	Cantidad Anual 22/23	Cantidad Anual 23/24	Cantidad Anual 24/25
Papel impresión utilizados en oficinas	Kg.	3.421	5.025	7.000
Descartables (vasos)	Unidades	64.923	49.665	47.650
Cartuchos de impresión	Unidades	70	86	33
Mobiliario	Unidades	157	s/d	s/d
Equipos de computación	Unidades	15	81	116
Celulares	Unidades	6	11	10
Botellas Pet Toyota Plaza	Unidades	s/d	19.416	18.360
Latas de gaseosas Toyota Plaza	Unidades	s/d	10.006	7.158
Bolsas fiselina	Unidades	3.000	3.500	3.134
Banners	Unidades	3	7	1

## Gestión de residuos

3-3; 306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5

Seguimos las regulaciones ambientales a la hora de clasificar, almacenar y dar disposición final a nuestros residuos. Para cumplir con esta finalidad, colocamos nuestros residuos en islas de separación ubicadas en diversas áreas. Esto facilita la segregación en origen, su acopio y posterior disposición final.





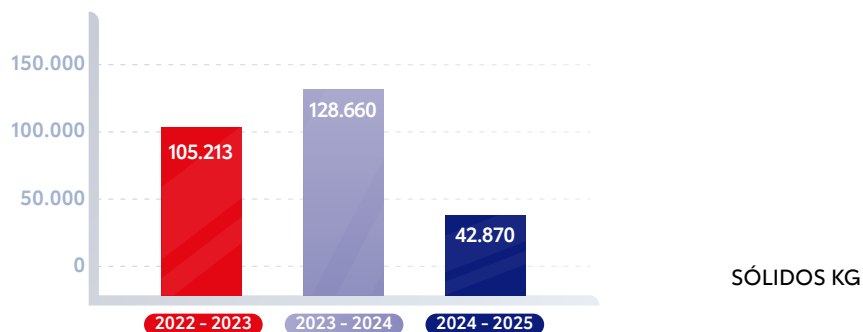
## Residuos de los talleres: retiro y disposición final

Almacenamos los principales desechos peligrosos en un lugar seguro hasta la instancia de su disposición final, a cargo de operadores habilitados mediante certificación ambiental.

- ✓ Los residuos peligrosos son separados con cautela, en virtud de asegurar un tratamiento adecuado.
- ✓ Los aceites que retiramos de los vehículos son utilizados como combustibles en la industria.
- ✓ Las baterías son entregadas a operadores autorizados quienes se responsabilizan de su reciclado.
- ✓ El refrigerante utilizado en los aires acondicionados es recuperado y reciclado.

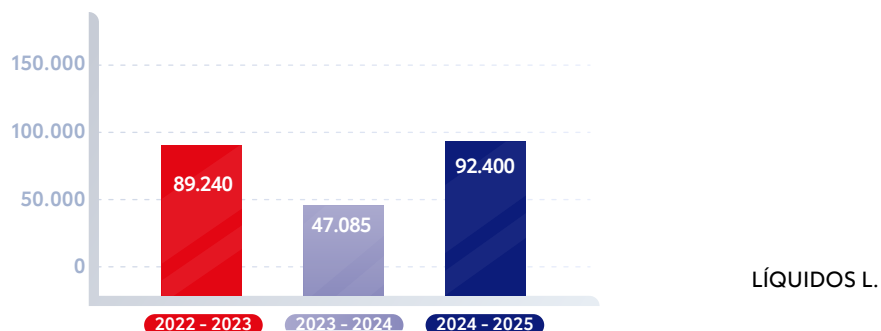


Residuos peligrosos sólidos generados tratados con disposición final (3 concesionarios)



**-31%**  
residuos sólidos  
peligrosos generados  
en el último periodo.

Residuos peligrosos líquidos generados y tratados con disposición final (3 concesionarios)



Los residuos peligrosos líquidos (aceite usado) presentan un importante incremento en el último periodo comparativamente con el anterior, pero no resultan significativos si se los compara con los generados totales.

RESIDUOS PELIGROSOS										
Clasificación, almacenamiento y disposición final de acuerdo con la reglamentación ambiental.										
Tipo de residuo		2022/2023		2023/2024			2024/2025			Disposición final con certificación
		Av. Colón	Av. MPC	Av. Colón	Av. MPC	Av. SF	Av. Colón	Av. MPC	Av. SF	
SÓLIDOS Kg.	Sólidos contaminados con hidrocarburos	10.332	2.970	54.980	3.040	250	4.055	2.640	2.710	Transicom S.R.L.
	Barros del lavadero	92.860	7.980	71.640	21.260	0	35.900	32.480	13.540	IBS Córdoba
	Electrónicos	0	-	0	-	-	0	-	-	Reciclado / Donación
	Baterías	2.000	-	2.000	-	-	2.881	-	-	Transicom S.R.L.
	Tóner	21	-	40	-	-	34	-	-	Servicios Ambientales S.A.
	Kg TOTALES	<b>105.213</b>	<b>10.950</b>	<b>128.660</b>	<b>24.300</b>	<b>250</b>	<b>42.870</b>	<b>35.120</b>	<b>16.250</b>	-
LÍQUIDOS Litros	Aceites	71.590	17.650	23.760	21.825	1.500	48.800	22.000	21.600	Transicom S.R.L.

Nota: Trasladamos los residuos peligrosos generados en las sucursales de Av. Monseñor Pablo Cabrera y Av. Sagrada Familia (tales como residuos electrónicos, tóner y baterías) a la sucursal de Av. Colón ya que cuenta con un espacio de acopio transitorio habilitado y adecuado para su almacenamiento seguro.

Esta centralización se realiza debido a que, en dichas sucursales, la frecuencia de generación es menor y no se alcanza la cantidad mínima requerida por las empresas habilitadas para efectuar el retiro directo. De esta manera, aseguramos una gestión responsable y trazable de los residuos hasta su disposición final autorizada, cumpliendo con la normativa ambiental vigente y minimizando los riesgos asociados a su manejo.

## Residuos de oficinas: tratamiento y disposición final

La mayor parte de los residuos generados en las oficinas no son peligrosos, excepto los cartuchos de impresión. Cada uno recibe un tratamiento adecuado a sus posibilidades dado que nos centramos en su gestión, de acuerdo con el tipo de residuo de que se trate.

Utilizamos resmas de papel NAT de Ledesma, elaboradas con 100% fibra de caña, 0% fibra de árbol y 0% blanqueadores químicos, que poseen verificación de huella de carbono. Además, tratamos de no realizar impresiones. En caso de ser necesario, buscamos su reutilización, aplicando la impresión en ambas caras de las hojas.

RESIDUOS RECICLADOS EN EL PERÍODO				
Conceptos	Unidad de medida	Retira	Disposición Final	Producto/Tratamiento
Cartón/Papel	6.700 kg	Cooperativa de Recicladores Los Carreros Villa Urquiza	Federación de Cartoneros de Córdoba	Planta de reciclado de la Federación
Cartones seleccionados (mejor calidad)	S/D	Cooperativa de Recicladores Los Carreros Villa Urquiza	ONDULÉ - Empresa B	Desarrolla y produce juguetes didácticos y packaging para Centro Motor S.A.
Banners	1	ONDULÉ - Empresa B	ONDULÉ - Empresa B	Desarrolla y produce porta notebook / porta juguetes





## Toyota Plaza

En los concesionarios de Av. Colón y Monseñor Pablo Cabrera, se reemplazaron parte de las botellas Pet de los Toyota Plaza por latas de aluminio para facilitar su reciclaje y usar menos plástico.

Tanto las botellas Pet como las latas son retiradas por la Cooperativa de Recicladores.

RESIDUOS RECICLADOS EN EL PERÍODO				
Conceptos	Cantidad en kg	Retira	Disposición Final	Producto/Tratamiento
Botellas Pet Toyota Plaza	18.360 unidades	Cooperativa de Recicladores Los Carreros Villa Urquiza	Ecopet Coca Cola Andina	Reciclado
Latas de gaseosas Toyota Plaza	59 kg	Cooperativa de Recicladores Los Carreros Villa Urquiza	Ecopet Coca Cola Andina	Reciclado

Nota: La información sobre los kilogramos de latas de gaseosa retiradas es aproximada, ya que se basa en lo que nos informan los miembros de la Cooperativa de recicladores al momento de la recolección. Además, corresponde únicamente a la sucursal de Av. Colón dado que recién en agosto 2025 se incorporó el convenio y el control de los materiales retirados por la Cooperativa en las demás sucursales.

## Residuos sólidos urbanos (RSU)

Como requerimiento del plan integral de gestión de residuos sólidos urbanos establecido por la Ciudad de Córdoba, desde Centro Motor contratamos un servicio particular para su tratamiento y disposición final. La empresa con la que trabajamos cuenta con habilitación de la Municipalidad local.

Las tres sucursales tienen el expediente iniciado como Grandes Generadores de Residuos en la Municipalidad de Córdoba.

## Gestión del agua

3-3; 303-1; 303-3; 303-5

### Tratamiento

Adoptamos el proceso **TWSO (Toyota Washing Standard Operation)** lanzado por Toyota Argentina para los lavaderos, mediante el cual podemos **controlar el consumo y filtrado del agua utilizada**, a efectos de evitar los residuos de jabón y químicos que se vierten a la red, optimizando su utilización.

Dicho proceso permite:



### EVALUACIÓN DE LAVADO

#### Auditoría de Lavado

La auditoría es una evaluación que consta de 35 ítems divididos en tres áreas:

- **Puesto de Lavado:** 30% del puntaje (9 ítems)
- **Equipamiento:** 40% del puntaje (21 ítems)
- **Operación de Lavado:** 30% del puntaje (5 ítems)

Se evalúa con "O", "Δ", "X" y se requiere una puntuación mayor al 90% para aprobar el programa.

Nuestros 3 concesionarios cuentan con certificación, cuyo procedimiento se realiza una única vez. Posteriormente, se realiza un seguimiento y evaluación anual. Mientras no se produzcan cambios, variantes, indicadores de alerta o modificaciones en el procedimiento, no es necesario volver a certificar.



## Registro del consumo

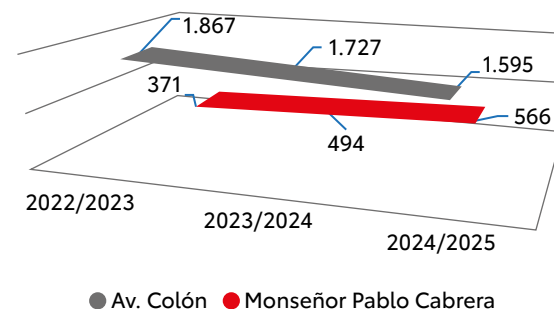
Usamos agua de red de la ciudad para nuestro principal consumo que es en los lavaderos.

No se presentan datos del concesionario de Av. Sagrada Familia, último inaugurado. En este establecimiento se instaló un caudalímetro que funcionó correctamente durante los primeros meses, pero luego se detectaron errores en la forma de registro. Se investigaron posibles causas, sin poder identificar el problema aún. Como alternativa, se instaló un nuevo caudalímetro en otra toma, el cual se encuentra actualmente en período de prueba. Hasta contar con datos concluyentes, no es posible informar el consumo con precisión.

Con respecto al periodo anterior:

- ✓ **8% MENOS** de agua utilizada en el concesionario de Av. Colón.
- ✓ **15% MÁS** en el consumo del concesionario de Monseñor Pablo Cabrera debido al incremento en su nivel de actividad.

Evolución del consumo de agua m3 por concesionario





## Tratamiento de efluentes

3-3; 303-1; 303-2; 303-4

Cumplimos con las normativas ambientales en materia de volcamiento de efluentes, tanto de los provenientes de los lavaderos de Av. Colón como de los de Av. Monseñor Pablo Cabrera y de Av. Sagrada Familia. Estos efluentes son volcados a la red de saneamiento municipal de Córdoba para lo cual contamos con autorización.

**Secretaría de Desarrollo Urbano**  
Dirección de Redes Sanitarias y Gas / Depto. Estudios y Proyectos  
Narciso E. de Alvar 122, 4° Piso Centro, Argentina - +54 351 4255888 (Int. 183/184/185)

**Autorización de Volcamiento de Efluentes**

Identif. Catastral	Dist. 06	Zona 17	Manz. 002	P. 066
Razón Social	CENTRO MOTOR S.A.			
Domicilio	Av. Colon 5077			
Barrio	Las Palmas			
Profesional	Ing. Alfredo Tejedor		Mat 2550	
Actividad	Concesionario Automotor -Lavadero de autos			
Vencimiento	14/3/2029			
Expediente N°	000995/2024			
Propietario	Centro Motor s.a.			
Observaciones	SOLICITUD N° 48491			
Revisó:	WALTER A. CORIA Jefe de División División de Estudios y Proyectos Municipalidad de Córdoba			
Autorizó:	Ing. Jorge Daniel Tejedor Ingeniero en Saneamiento Municipalidad de Córdoba			
Fecha:				

**Secretaría de Desarrollo Urbano**  
Dirección de Redes Sanitarias y Gas / Depto. Estudios y Proyectos  
Narciso E. de Alvar 122, 4° Piso Centro, Argentina - +54 351 4255888 (Int. 183/184/185)

**Autorización de Volcamiento de Efluentes**

Identif. Catastral	Dist. 14	Zona 27	Manz. 001	P. 096
Razón Social	CENTRO MOTOR S.A.			
Domicilio	Av M.P. Cabrera 4611 esq. D. Garat			
Barrio	Poeta Lugones			
Profesional	Ing. Alfredo Tejedor		Mat 2550	
Actividad	Concesionario Automotor -Lavadero de autos			
Vencimiento	14/3/2029			
Expediente N°	000998/2024			
Propietario	Centro Motor s.a.			
Observaciones	SOLICITUD N° 47556			
Revisó:	WALTER A. CORIA Jefe de División División de Estudios y Proyectos Municipalidad de Córdoba			
Autorizó:	Ing. Jorge Daniel Tejedor Ingeniero en Saneamiento Municipalidad de Córdoba			
Fecha:				

**Secretaría de Desarrollo Urbano**  
Dirección de Redes Sanitarias y Gas  
Municipalidad de Córdoba

**Autorización de Volcamiento de Efluentes**

Identif. Catastral	Dist. 06	Zona 05	Manz. 011	P. 072
Razón Social	CENTRO MOTOR S.A. (Concesionario de Vehículos Toyota)			
Domicilio	SAGRADA FAMILIA 258			
Barrio	VILLA SIGURO			
Profesional	RICARDO CRISTAL OLGUIN		MP 2523	
Actividad	VENTA DE AUTOS, REPUESTOS, LAVADO Y CAMBIO DE ACEITE			
Vencimiento	27/6/2029			
Expediente N°	014760/24			
Propietario	AVANT S.A.			
Observaciones	SOLICITUD N° 44904			
Revisó:	WALTER A. CORIA Jefe de División División de Estudios y Proyectos Municipalidad de Córdoba			
Autorizó:	Ing. Jorge Daniel Tejedor Ingeniero en Saneamiento Municipalidad de Córdoba			
Fecha:				

En 2025, se realizaron las tomas de muestras de efluentes en las cámaras de las tres sucursales, siendo sus valores los establecidos por la normativa.

Una empresa autorizada se encarga de recuperar y retirar los barros que producimos para su tratamiento como residuo peligroso.

## Eficiencia energética

3-3; 302-5

La electricidad es nuestro principal insumo energético. Efectuamos su control e implementamos distintas acciones orientadas a la reducción y uso responsable de la energía en todas las sucursales.

Entre ellas se destacan:



### Consumo de energía eléctrica e intensidad del consumo

302-1; 302-3; 302-4; 302-5

Con respecto al periodo anterior se registra:

- +2,16% en el consumo total de electricidad en términos absolutos.
- +24% en la cantidad de TUS posventa<sup>4</sup>.
- -18% en la intensidad energética por TUS. Esto refleja una mayor eficiencia en el consumo de energía durante el último período dado que, si bien la cantidad de TUS se incrementó significativamente, el consumo energético por unidad disminuyó.

Energía eléctrica consumo e intensidad energética						
Consumo total Kwh periodos contables 01/07 al 30/06					TUS Posventa	Intensidad del consumo de energía eléctrica por año
Años	Colón	MPC	Av. SF	Consumo total Kwh	Cantidad por período	Kwh por período/Cantidad TUS
2022 2023	351.838	222.030		573.868	36.557	15,70
2023 2024	348.562	214.054	35.758	598.374	36.130	16,56
2024 2025	385.769	156.020	69.500	611.289	44.963	13,60

<sup>4</sup> Para estimar la intensidad del consumo energético y medir su eficiencia en la organización, tomamos la energía eléctrica consumida por unidad de actividad que en este caso se utiliza como unidad de actividad la cantidad de TUS de posventa.

### Consumo energético total: electricidad y gas natural

302-1

Contamos con gas natural solo en el concesionario de Av. Colón. En la tabla se muestra el consumo de gas natural de este concesionario y el resultado final del consumo energético total para los periodos informados.

CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL (ELECTRICIDAD Y GAS NATURAL CONVERTIDO A KWH)				
Años	Electricidad Kwh año	Gas Natural m3 conversión a Kwh <sup>5</sup>		Consumo energético total por periodo
		m3	En Kwh	
2022 2023	573.868	642,84	7.521	605.895
2023 2024	598.374	1536	17.971	629.260
2024 2025	611.289	882	10.319	621.608

<sup>5</sup> Cada m3 de gas natural corresponde a un Poder Calorífico Superior (PCS) de 11,70 kWh aproximadamente.



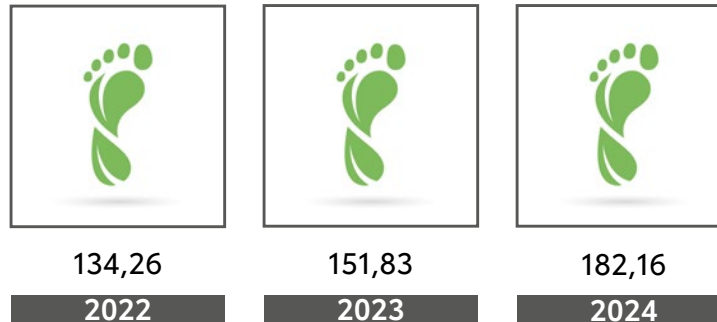
## Huella de carbono

3-3; 305-1; 305-2

El carbono neutro en la operación es un desafío que Toyota nos propuso, para 2050, como parte de su cadena de valor. Nos venimos capacitando en la temática con el objetivo de aprovechar los indicadores que recabamos sobre nuestros impactos ambientales para medir las emisiones de GEI (Gases de Efecto Invernadero) y conocer nuestra huella de carbono.

**Medimos y controlamos nuestras emisiones más significativas que son las provenientes del consumo de energía eléctrica adquirida, generada fuera de la organización. También las generadas por el consumo de gas natural (Alcance 1) en el concesionario de Av. Colón que es el único que lo utiliza. El período que se informa es año calendario, a los fines de contar con información que resulte comparativa para TMC.**

### Evolución de las emisiones Alcance 1 y 2 por año en tCO<sub>2</sub>e



El aumento en las emisiones se debe al incremento de la actividad en los últimos años por estar en funcionamiento pleno los tres concesionarios, lo que genera mayor consumo de energía para satisfacer la demanda.

## Evolución de las emisiones por Alcance

305-1; 305-2

### Alcance 1

Emisiones por consumo de gas natural – enero/diciembre - Solo concesionario de Av. Colón			
Años	2022	2023	2024
m <sup>3</sup> consumidos	757	822	888
Factores de emisión gas natural tCO <sub>2</sub> /m <sup>3</sup>	0,001948	0,001948	0,001948
tCO <sub>2</sub> e/m <sup>3</sup> emitidas	1,48	1,60	1,73

### Alcance 2

Emisiones por consumo de electricidad adquirida – enero/diciembre			
Energía eléctrica Kwh	2022	2023	2024
Av. Colón	167.389	350.374	369.277
Av. Monseñor Pablo Cabrera	142.700	150.386	156.286
Av. Sagrada Familia	0	0	60.258
Total consumo kwh/período	310.089	500.760	585.821
Factores de emisión electricidad tCO <sub>2</sub> /kWh	0,0004282	0,0003000	0,000308
tCO <sub>2</sub> e/kWh emitidas	132,78	150,23	180,43

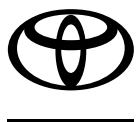
Nota: Se consideran las emisiones de electricidad y gas natural por año calendario y no por el período del ejercicio económico que va de julio a junio del año siguiente. Para 2022 los factores de emisión aplicados son los informados por la Secretaría de Energía de la Nación: <http://datos.minem.gob.ar/dataset/calculo-del-factor-de-emision-de-co2-de-la-red-argentina-de-energia-electrica>. Para 2023 se consideró el factor de emisiones para energía eléctrica calculado por AGERA, el mismo que utilizó Toyota Argentina. Para 2024 se consideró el valor que utiliza TMC actualizado anualmente de IEA (International Energy Agency) para la República Argentina: Energía eléctrica: 1 kWh = 0,000308 t-CO<sub>2</sub>; gas natural: 1 m<sup>3</sup> = 0,001998 t-CO<sub>2</sub>.

## Intensidad de las emisiones

305-4

Esta medida nos permite conocer las emisiones de CO<sub>2</sub>e que se generan por cada TUS que realizamos, permitiendo año a año comparar los resultados para controlar nuestras emisiones de GEI a la atmósfera.

Años	2022	2023	2024
Total de emisiones tCO <sub>2</sub> e Alcances 1 y 2	134,26	151,83	182,16
TUS realizados por año calendario	33.866	38.296	42.400
tCO <sub>2</sub> e por TUS	0,0040	0,0040	0,0043



CENTRO MOTOR

# ÍNDICE GRI





# Índice de contenidos GRI

## Declaración de uso

Centro Motor S.A. ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de julio de 2024 y el 30 de junio de 2025, utilizando como referencia los Estándares GRI.

## GRI 1 usado

GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
CONTENIDOS BÁSICOS		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles organizacionales	<b>Pag. 32 a 37</b> Centro Motor es una Sociedad Anónima que opera en la Provincia de Córdoba, Argentina. Inició sus actividades en el año 1993, como representante oficial de TOYOTA y hoy tiene tres concesionarios en Córdoba, ubicados en Av. Colón 5077, Av. Monseñor Pablo Cabrera 4611 y Av. Sagrada Familia 258, de la ciudad de Córdoba, Argentina.
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	De acuerdo con la información que surge de los Estados Contables de la Sociedad, la información contenida en el Reporte de Sostenibilidad considera los datos de todas las operaciones de Centro Motor S.A.
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	<b>Pág. 8 a 9</b> El período objeto del informe coincide con el de nuestros informes financieros y balance económico. El punto de contacto es Ricardo Atilio Bravo, Gerente de RRHH y Sustentabilidad. Mail: rbravo@centromotorsa.com.ar Presentamos este reporte en noviembre de 2025.
	2-4 Actualización de la información	<b>Pág. 32 a 37</b> La información se ha actualizado según los protocolos técnicos de los Estándares Universales de GRI.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>CONTENIDOS BÁSICOS</b>		
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	<b>2-5</b> Verificación externa	Este reporte no cuenta con verificación externa.
	<b>2-6</b> Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	<b>Pág. 4; 13 a 22; 32 a 37; 56</b>
	<b>2-7</b> Empleados	<b>Pág. 38 a 39</b>
	<b>2-8</b> Trabajadores que no son empleados	51 trabajadores no empleados trabajan prestando servicios de limpieza, seguridad y vigilancia, incluyendo una persona que desarrolla sus tareas en calidad de práctica profesional (pasantía).
	<b>2-9</b> Estructura de gobernanza y composición	<b>Pág. 24; 25</b> En este período, hubo un cambio en las máximas autoridades ya que Darío José Ramonda reemplazó a su padre como Presidente de la empresa, pasando a ocupar la Vicepresidencia Darío Onofre Ramonda.
	<b>2-10</b> Designación y selección del máximo órgano de gobierno	El Presidente y VicePresidente son los socios fundadores de la S.A.
	<b>2-11</b> Presidente del máximo órgano de gobierno	<b>Pág. 24</b>
	<b>2-12</b> Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	<b>Pág. 24</b>
	<b>2-13</b> Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	<b>Pág. 11</b>
	<b>2-14</b> Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Aprueba el reporte, la estrategia de sustentabilidad y la inversión social.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
CONTENIDOS BÁSICOS		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	<b>2-15</b> Conflictos de interés	Pág. 25
	<b>2-16</b> Comunicación de inquietudes críticas	Pág. 25
	<b>2-17</b> Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Todos los gerentes participan continuamente de las capacitaciones brindadas por Toyota Argentina, incluyendo el Gerente de RRHH&Sustentabilidad.
	<b>2-18</b> Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	El desempeño del máximo órgano de gobierno se evalúa en función de los resultados económicos de la gestión.
	<b>2-19</b> Políticas de remuneración	Aún no se cuenta con una política de remuneración para los directivos.
	<b>2-20</b> Proceso para determinar la remuneración	El proceso para determinar la remuneración sigue la tendencia del mercado.
	<b>2-21</b> Ratio de compensación total anual	Información no disponible.
	<b>2-22</b> Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Pág. 2
	<b>2-23</b> Compromisos y políticas	Pág. 5 a 6; 8 a 9; 25 a 27; 60 a 62
	<b>2-24</b> Incorporación de los compromisos y políticas	Pág. 5 a 6; 25 a 27

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>CONTENIDOS BÁSICOS</b>		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	<b>2-25</b> Procesos para remediar los impactos negativos	Pág. 28
	<b>2-26</b> Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Pág. 28; 35 a 36
	<b>2-27</b> Cumplimiento de la legislación y las normativas	Pág. 25
	<b>2-28</b> Afiliación a asociaciones	Pág. 49
	<b>2-29</b> Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág. 10; 32 a 36; 45; 58
	<b>2-30</b> Convenios de negociación colectiva	Pág. 39
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-1</b> Proceso de determinación de los temas materiales	Pág. 8 a 9; 60
	<b>3-2</b> Lista de temas materiales	Pág. 8 a 9
<b>ESTÁNDARES TEMÁTICOS</b>		
<b>ECONÓMICOS</b>		
GRI 201: Desempeño económico 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 30



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>ESTÁNDARES TEMÁTICOS</b>		
<b>ECONÓMICOS</b>		
<b>GRI 201: Desempeño económico 2016</b>	<b>201-1</b> Valor económico directo generado y distribuido	<b>Pág. 30</b> Se presentan porcentajes por restricciones de confidencialidad. Centro Motor S.A. no es una sociedad de capital abierto.
	<b>201-2</b> Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Necesidad de adaptar la tecnología que utilizamos para reducir nuestro impacto ambiental. Contamos con vehículos eco friendly y modelos híbridos. Además, promovemos diferentes alternativas de movilidad con Kinto.
	<b>201-3</b> Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	<b>Pág. 45</b> Centro Motor cumple con la legislación laboral y de seguridad social. También otorga beneficios a sus colaboradores que exceden lo estipulado por la ley.
	<b>201-4</b> Asistencia financiera recibida del gobierno	No hubo asistencia financiera por parte del gobierno.
<b>GRI 202: Presencia en el mercado 2016</b>	<b>202-1</b> Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	Los salarios convenidos se encuentran por encima del SMVM. En junio de 2025, esta diferencia fue del 197%.
	<b>202-2</b> Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	<b>Pág. 39</b>
<b>GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016</b>	<b>203-1</b> Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	<b>Pág. 49 a 50; 54 a 55</b>
	<b>203-2</b> Impactos económicos indirectos significativos	<b>Pág. 39; 49 a 50</b>

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>ESTÁNDARES TEMÁTICOS</b>		
<b>ECONÓMICOS</b>		
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 56 a 57
	<b>204-1</b> Proporción de gasto en proveedores locales	Pág. 57
GRI 205: Anticorrupción 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 25 a 29; 58
	<b>205-1</b> Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	Pág. 25 a 29; 58
	<b>205-2</b> Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 26 a 27
	<b>205-3</b> Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	No hemos tenido.
GRI 206: Competencia desleal 2016	<b>206-1</b> Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	No hemos tenido.
<b>ESTÁNDARES TEMÁTICOS</b>		
<b>AMBIENTALES</b>		
GRI 301: Materiales 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 60 a 61; 63 a 66

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>ESTÁNDARES TEMÁTICOS</b>		
<b>AMBIENTALES</b>		
GRI 301: Materiales 2016	<b>301-1</b> Materiales utilizados por peso o volumen	Pág. 66
	<b>301-3</b> Productos y materiales de envasado recuperados	Pág. 66
GRI 302: Energía 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 60 a 61; 63 a 65; 75
	<b>302-1</b> Consumo de energía dentro de la organización	Pág. 76
	<b>302-3</b> Intensidad energética	Pág. 76
	<b>302-4</b> Reducción del consumo energético	Pág. 76
	<b>302-5</b> Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Pág. 65; 75 a 76 Además de las acciones emprendidas para este fin, en este período la sucursal de Av. Monseñor Pablo Cabrera obtuvo puntaje ideal en el Programa ECO DEALER, por lo que logramos la certificación nivel BLUE.
GRI 303: Agua y efluentes 2018	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 60 a 61; 63 a 65; 72 a 74
	<b>303-1</b> Interacción con el agua como recurso compartido	Pág. 72 a 74

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>ESTÁNDARES TEMÁTICOS</b>		
<b>AMBIENTALES</b>		
GRI 303: Agua y efluentes 2018	<b>303-2</b> Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua	Pág. 74
	<b>303-3</b> Extracción de agua	Pág. 72 a 73
	<b>303-4</b> Vertido de agua	Pág. 74
	<b>303-5</b> Consumo de agua	Pág. 72 a 73
GRI 305: Emisiones 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 60 a 61; 63 a 66
	<b>305-1</b> Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Pág. 77 a 78
	<b>305-2</b> Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Pág. 77 a 78
	<b>305-4</b> Intensidad de las emisiones	Pág. 78
GRI 306: Residuos 2020	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 60 a 61; 63 a 65; 67 a 71
	<b>306-1</b> Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 67 a 71



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>ESTÁNDARES TEMÁTICOS</b>		
<b>AMBIENTALES</b>		
GRI 306: Residuos 2020	<b>306-2</b> Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 67 a 71
	<b>306-3</b> Residuos generados	Pág. 67 a 71
	<b>306-4</b> Residuos no destinados a eliminación	Pág. 67 a 71
	<b>306-5</b> Residuos destinados a eliminación	Pág. 67 a 71
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	<b>308-1</b> Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	Pág. 58; 60 a 61; 63 a 66
	<b>308-2</b> Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 58 Ver información sobre proveedores de lavadero y pintura que son los que generan los mayores impactos.
<b>SOCIALES</b>		
<b>PRÁCTICAS LABORALES</b>		
GRI 401: Empleo 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 38 a 39
	<b>401-1</b> Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Pág. 39; 43 Tuvimos una rotación de 28 personas (19 hombres y 9 mujeres) durante el período.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>SOCIALES</b>		
<b>PRÁCTICAS LABORALES</b>		
GRI 401: Empleo 2016	<b>401-2</b> Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	<b>Pág. 45</b>
	<b>401-3</b> Permiso parental	Las licencias por paternidad y maternidad se cumplen conforme a la legislación laboral vigente.
GRI 402: Relaciones trabajador -empresa 2016	<b>402-1</b> Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Se cumple lo establecido en los convenios colectivos a los que se encuentran adheridos los empleados.
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	<b>Pág. 40 a 41</b>
	<b>403-1</b> Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	<b>Pág. 40 a 41</b>
	<b>403-2</b> Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	<b>Pág. 40 a 41</b> Los principales riesgos laborales que aborda el sistema son: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Posturas forzadas durante las tareas de taller</li> <li>- Electrocución</li> <li>- Salpicadura de productos químicos y peligrosos</li> <li>- Incendios y explosiones</li> <li>- Resbalones tropiezos y caídas</li> <li>- Atrapamiento/Aplastamiento</li> <li>- Cortes o golpes por el uso de herramientas manuales</li> <li>- Atropellamiento</li> <li>- Quemaduras</li> </ul> Una vez evaluados se identifican cómo: Aceptable, Moderado, Sustancias, Intolerable.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>SOCIALES</b>		
<b>PRÁCTICAS LABORALES</b>		
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	<b>403-3</b> Servicios de salud en el trabajo	Pág. 40 a 41
	<b>403-4</b> Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 40 a 41
	<b>403-5</b> Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 42
	<b>403-6</b> Promoción de la salud de los trabajadores	Pág. 40 a 42
	<b>403-7</b> Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	Pág. 40 a 41
	<b>403-8</b> Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 40 a 41
	<b>403-9</b> Lesiones por accidente laboral	Pág. 42
	<b>403-10</b> Las dolencias y enfermedades laborales	Pág. 42

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>SOCIALES</b>		
<b>PRÁCTICAS LABORALES</b>		
GRI 404: Formación y educación 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 43 a 44
	<b>404-1</b> Promedio de horas de formación al año por empleado	Pág. 43
	<b>404-2</b> Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pág. 26 a 29; 42
	<b>404-3</b> Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Pág. 44
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 38 a 39
	<b>405-1</b> Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Pág. 38 a 39
	<b>405-2</b> Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	Pág. 39
GRI 406: No discriminación 2016	<b>406-1</b> Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No hemos tenido



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>SOCIALES</b>		
<b>PRÁCTICAS LABORALES</b>		
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	<b>407-1</b> Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	Pág. 39
<b>COMUNIDAD</b>		
GRI 413: Comunidades locales 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 47 a 49; 50 a 54
	<b>413-1</b> Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	Pág. 47 a 49; 50 a 55
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	<b>414-1</b> Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	Pág. 57 a 58
	<b>414-2</b> Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 58
Inversión social seguridad vial (indicador propio)	Proyectos realizados	Pág. 47 a 49
	Resultados obtenidos	Pág. 47 a 49
Educación y concientización (indicador propio)	Sensibilización socioambiental	Pág. 50

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>SOCIALES</b>		
<b>RESPONSABILIDAD PRODUCTOS</b>		
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	<b>416-1</b> Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	<b>Pág. 36</b>
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	<b>418-1</b> Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Hemos tenido un solo caso de filtración de datos que fue resuelto inmediatamente. Luego de ello, capacitamos a nuestros colaboradores en seguridad de la información y protección de datos
<b>Experiencia del cliente (indicador propio)</b>	SSI (Índice de Satisfacción de Clientes de Ventas)	<b>Pág. 36</b>
	CSI (Índice de Satisfacción de Clientes Servicio de Posventa).	<b>Pág. 36</b>
	FIR (Índice de Satisfacción de Clientes de Reparaciones Posventa).	<b>Pág. 36</b>

## Reference Claim

Centro Motor S.A. ha presentado la información utilizando los Estándares GRI como referencia.

Los contenidos de este Reporte fueron trabajados en conjunto con todos los Concesionarios Toyota de Argentina, definiendo como temas prioritarios los siguientes:

- GRI2: Contenidos Generales 2021.
- GRI3: Temas materiales 2021.
- GRI 201: Desempeño económico 2016.
- GRI 205: Anticorrupción 2016.
- GRI 302: Energía 2016.
- GRI 303: Agua y Efluentes 2018.
- GRI 305: Emisiones 2016.
- GRI 306: Residuos 2020.
- GRI 401: Empleo 2016.
- GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018.
- GRI 404: Formación y enseñanza 2016.
- GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016.
- GRI 413: Comunidades locales 2016.

Año a año, el compromiso de Centro Motor S.A. con la sustentabilidad le permitió avanzar en otras gestiones ESG, mejorando los impactos de los que rendimos cuenta en este Reporte.

## Punto de contacto por más información

Ricardo Bravo – Gerente de RRHH y RS&S  
[rbravo@centromotorsa.com.ar](mailto:rbravo@centromotorsa.com.ar)

Fecha de publicación: noviembre de 2025

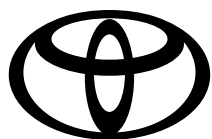
## Créditos

Darío José Ramonda – PRESIDENTE  
Darío Onofre Ramonda – VICEPRESIDENTE CENTRO MOTOR S.A.  
Ricardo Atilio Bravo – GERENTE DE RRHH Y RS&S  
Diego Loyber – GERENTE DE POSVENTA  
Claudio Correa – GERENTE GENERAL (Monseñor Pablo Cabrera)  
Juan Manuel Ramonda – ENCARGADO DE GR GARAGE  
Alejandra García – RESPONSABLE DE ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL  
Cándida Criado – ADMINISTRATIVA DE DESARROLLO DE RR. HH.  
Patricia Zalazar – ADMINISTRATIVA DE DESARROLLO DE RR. HH.  
Melanie Lepre – RESPONSABLE DE GESTIÓN AMBIENTAL  
Cecilia Traverso – JEFA DE MARKETING

## Facilitadores externos

AR Sustentable

[www.arsustentable.com](http://www.arsustentable.com)



**CENTRO MOTOR**

**(0351) 485 8400 al 04**  
**Av. Colón 5077**

**(0351) 485 8450 al 54**  
**Av. Monseñor Pablo Cabrera 4611**

**(0351) 485 8410**  
**Av. Sagrada Familia 258**  
**(Posventa)**