



## CONTENIDO

<b>SEGUIR CRECIENDO, CON PERSPECTIVA ESG</b>	<b>3</b>	<b>SOCIEDAD EN LA QUE INVERTIMOS</b>	<b>45</b>
Mensaje del Vicepresidente	3	<i><b>Del lado del Cliente</b></i>	46
<b>CULTURA INSPIRADORA</b>	<b>4</b>	30 años y la primera sucursal de Posventa	46
Alineación con la filosofía japonesa	5	Renovamos nuestros concesionarios	47
Valores corporativos	7	<i><b>Todo lo que te mueve:</b></i> Club Toyota	48
Una historia que nos une	8	Escuchamos para una comunicación eficiente	51
<b>NEGOCIOS ENFOCADOS EN LA CALIDAD</b>	<b>10</b>	<i><b>Presencia activa en la Comunidad</b></i>	56
Modelos para la venta	11	“Luz verde” para la seguridad vial	60
Posventa Toyota: mantenimiento conveniente	16	Sinergia con aliados	63
Centro Motor es Estación KINTO	18	Automovilismo: pasión y valores del motorsport	64
TOYOTA PLAN: un plan distinto	20	<i><b>El Equipo: nuestro “Centro y Motor”</b></i>	69
Compañía financiera	21	Conformación del personal	70
Broker de Seguros	21	Generamos empleo local	72
GR Garage	22	Ambiente saludable y seguro	74
Equipos Industriales	23	Promover el crecimiento con formación	79
<b>ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD</b>	<b>26</b>	Evaluamos el desempeño	82
La mirada ESG de la empresa	27	<b>AMBIENTE QUE CUIDAMOS</b>	<b>85</b>
<b>GOBERNANZA TRANSPARENTE</b>	<b>32</b>	Marco de actuación	86
Equipo directivo	33	Principales impactos ambientales	92
Cumplimiento e integridad	34	Consumo de agua	92
Desempeño económico	40	Gestión de residuos	96
Una cadena de gran valor	41	Camino a la eficiencia energética	99
		Huella de carbono	101
		<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI</b>	<b>102</b>

## SEGUIR CRECIENDO, CON PERSPECTIVA ESG

### Mensaje del Vicepresidente

2-22

*En el período que comprende este Reporte de Sustentabilidad cumplimos 30 años de actividad como concesionario oficial de Toyota en Córdoba. Esto no es menor, en un país marcado por la inestabilidad política y económica que afecta a las industrias, pero en el que siempre pudimos ser sustentables gracias a la mirada de largo plazo y la filosofía kaizen que implementamos, de la mano de Toyota.*

*En este contexto, elegimos reconocer todo lo que construimos junto al equipo de Centro Motor en estos años:*

- *Abrimos una nueva sucursal de servicios, con foco en la atención al cliente, no solo para aumentar la capacidad de servicio, sino también para superar las expectativas de nuestros clientes. Esto nos permite sostener nuestra actividad, impulsar la economía y el trabajo y brindar un mejor servicio de posventa.*

- *Generamos empleo continuamente, con más de 270 puestos laborales activos. Desde nuestros inicios que apostamos a la creación de trabajo calificado, que ocupa más profesionales y técnicos, hombres y mujeres de diversas edades. Cumplimos con los derechos humanos y laborales, damos oportunidades de formación y crecimiento, cuidamos a nuestros equipos y fomentamos el empleo local, tanto en nuestra plantilla como en la cadena de valor que conformamos para que trabaje con Centro Motor.*

- *Prestamos especial atención a nuestra comunidad y fomentamos la sustentabilidad desde un área especializada que creamos en 2018. Centramos la atención en la responsabilidad que tenemos como concesionario de fomentar la seguridad vial en las próximas generaciones y promovimos la creación de alianzas*

*para conseguir estos y otros resultados de valor para la sociedad. Además, promovemos el motorsport que, como todos los deportes, propaga el valor de la mejora continua y de la búsqueda de la excelencia, filosofía que compartimos con Toyota y de la que estamos muy orgullosos.*

- *Nos sumamos al desafío ambiental de Toyota de empezar a adecuar nuestra operación al carbono neutro. Centro Motor es uno de los concesionarios de Sudamérica que hizo punta, en 2004, al certificar la Norma ISO 14.001 (aún vigente) y eso demuestra nuestro compromiso con el medioambiente y las futuras generaciones. Buscamos reducir nuestra huella ambiental, con decisiones que impactan en cada área de nuestra empresa.*

- *Entendemos los efectos que está provocando el cambio climático y nos adaptamos, amplificando las opciones de movilidad sostenible. Respetamos la necesidad del cliente, de aquel que se compromete con el uso del vehículo y apuesta a la electrificación o a modelos híbridos y del que elige otras formas de trasladarse, con servicios como el que les acercamos con Kinto.*

*Nuestro propósito siempre es estar del lado del cliente y este Reporte de Sustentabilidad, el cuarto en nuestro haber, es una muestra clara del trabajo comprometido que realizamos para demostrar que somos una compañía que actúa conforme a buenas prácticas empresariales, en virtud de mantener la confianza absoluta de sus clientes en la marca que representamos.*

**Gracias a todo el equipo de Centro Motor por ser parte del mejor mundo que queremos construir.**

Darío José Ramonda

VICEPRESIDENTE  
CENTRO MOTOR S.A.



# Cultura inspiradora

---



## Alineación con la filosofía japonesa

2-23; 2-24

El diferencial de Toyota está en su filosofía. Y Centro Motor S.A. lo entiende a la perfección. Nos comprometemos con la calidad en todos los ámbitos en los que actuamos. En nuestros productos y servicios, en una atención que pone al cliente en el centro y en una disposición a la mejora continua que optimiza la productividad y se aplica en todas nuestras operaciones y concesionarios.

### Toyota Way

La visión global de Toyota es nuestra base para funcionar como compañía que fomenta una cultura empresarial común, regida por el Toyota Way. Este “expresa las creencias y valores compartidos por Toyota a nivel global. Está basado en la Guía de Principios de Toyota, la cual define la misión de Toyota como compañía y los valores que alientan la construcción de una cultura corporativa que garantiza un espíritu común y un modo de ser u actuar en todas las filiales”. Así lo define la empresa.

El Toyota Way engloba nuestra perspectiva común, poniendo siempre al mejoramiento continuo y al respeto por las personas como pilares estratégicos inalienables.

Organizamos el trabajo de todas las áreas de manera tal que se pueda estandarizar, mejorar siempre (Kaizen) y evitar transmitir errores en el proceso (Jidoka). Todo ello, mediante

una metodología Just in time (Justo a tiempo), con la que ocupamos lo necesario, en el momento necesario y en la cantidad necesaria.

### Kaizen: volver a hacer y mejorar

La filosofía Kaizen que caracteriza a Toyota es nuestra guía recurrente de mejora continua, especialmente, perfeccionándonos en la satisfacción de nuestros clientes.

Nos enfocamos en optimizar la calidad de nuestros productos, sostener la excelencia operativa y brindar una atención personalizada, para que nuestros concesionarios brinden un nivel de experiencias altamente gratificantes.

### Propuestas en las que nos destacamos

2-23; 2-24

Toyota cuenta con una serie de certificaciones y programas especialmente destinados a mejorar el servicio de la red de concesionarios, tanto en la venta como en la posventa.

Por ello, en Centro Motor somos parte activa de todas estas propuestas. Invertimos continuamente en la formación de nuestros equipos, lo que se evidencia en el uso de Estilo de Movilidad TOYOTA y en las certificaciones obtenidas como TSM Kodawari.

## Estilo de Movilidad TOYOTA

El Estilo de Movilidad TOYOTA – Best in Town orienta nuestra gestión, para ser reconocidos como “el mejor de la ciudad”, al atender a cada cliente como una persona cercana, a la que queremos satisfacer con nuestros productos y servicios.

Esto se traduce en toda nuestra oferta: venta tradicional, servicio al cliente, Kinto, Club Toyota, Toyota Plan, TCFA y Usados, porque estamos atentos a generar una experiencia relevante en cada individuo que interacciona, de forma física y digital, con nuestros representantes.

Resolver todas las necesidades de movilidad de nuestros clientes nos lleva a ofrecer un Servicio de Soluciones Integrales que sostiene un vínculo de largo plazo.



## Certificación TSM Kodawari: primer concesionario del Mercosur

Fuimos el primer concesionario en obtener esta certificación otorgada por Toyota Motor Corporation por cumplir con la totalidad de guías de evaluación y estándares en la operación de posventa.

Primer concesionario  
del Mercosur  
en certificar  
**TSM Kodawari**



La Certificación garantiza las operaciones básicas para el cliente en los Concesionarios Toyota.

## Valores corporativos

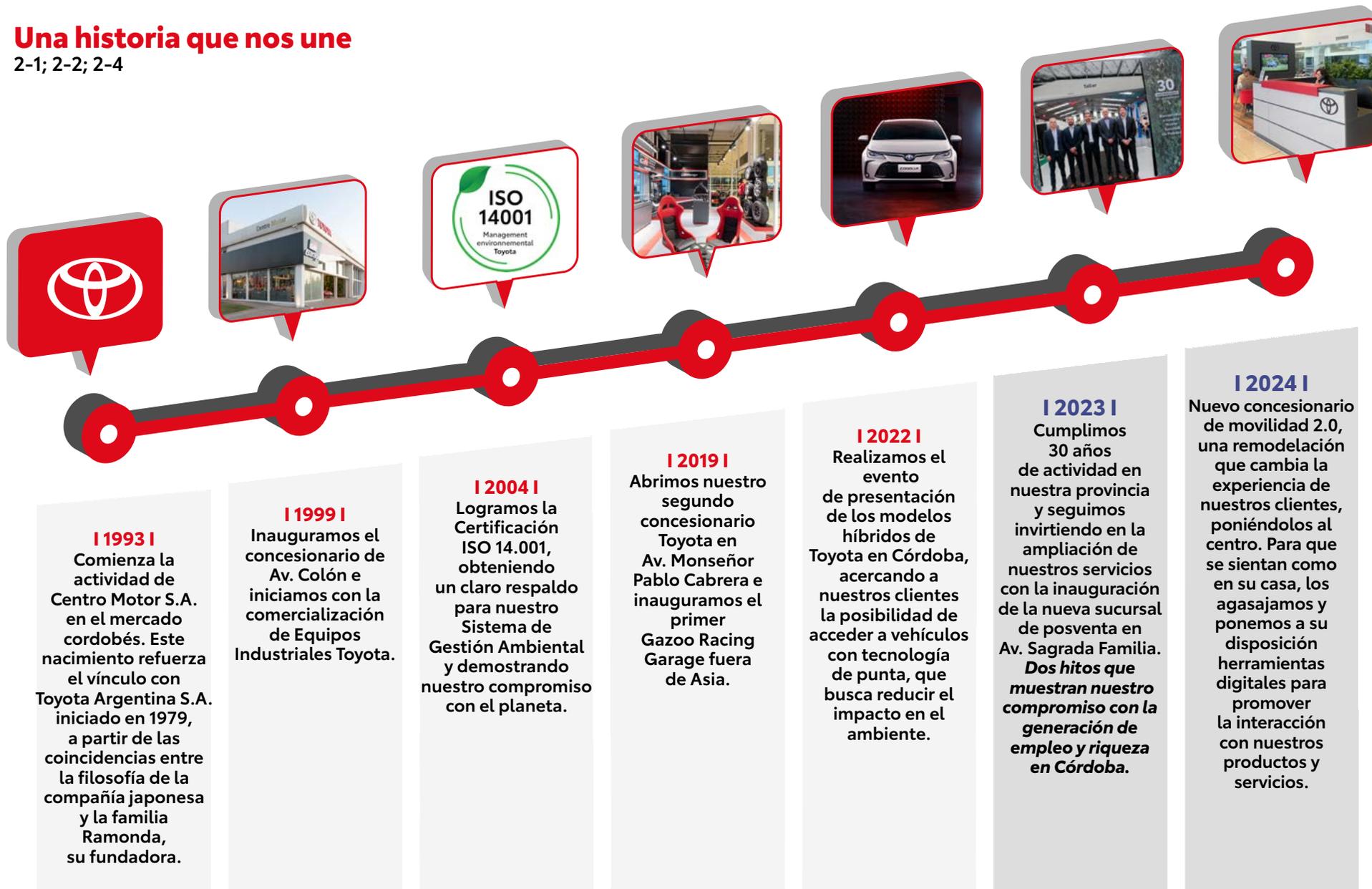
2-23

Nuestra cultura se fundamenta en el Toyota Way y comparte este compromiso con la red de concesionarios de la marca. Así, nuestro propósito de ser la compañía que satisface la necesidad de movilidad de las personas, con productos y servicios de excelencia y poniendo al cliente en el centro de nuestra estrategia, acompaña los valores corporativos de Centro Motor.



## Una historia que nos une

2-1; 2-2; 2-4



**| 1993 |**  
Comienza la actividad de Centro Motor S.A. en el mercado cordobés. Este nacimiento refuerza el vínculo con Toyota Argentina S.A. iniciado en 1979, a partir de las coincidencias entre la filosofía de la compañía japonesa y la familia Ramonda, su fundadora.

**| 1999 |**  
Inauguramos el concesionario de Av. Colón e iniciamos con la comercialización de Equipos Industriales Toyota.

**| 2004 |**  
Logramos la Certificación ISO 14.001, obteniendo un claro respaldo para nuestro Sistema de Gestión Ambiental y demostrando nuestro compromiso con el planeta.

**| 2019 |**  
Abrimos nuestro segundo concesionario Toyota en Av. Monseñor Pablo Cabrera e inauguramos el primer Gazoo Racing Garage fuera de Asia.

**| 2022 |**  
Realizamos el evento de presentación de los modelos híbridos de Toyota en Córdoba, acercando a nuestros clientes la posibilidad de acceder a vehículos con tecnología de punta, que busca reducir el impacto en el ambiente.

**| 2023 |**  
Cumplimos 30 años de actividad en nuestra provincia y seguimos invirtiendo en la ampliación de nuestros servicios con la inauguración de la nueva sucursal de posventa en Av. Sagrada Familia. *Dos hitos que muestran nuestro compromiso con la generación de empleo y riqueza en Córdoba.*

**| 2024 |**  
Nuevo concesionario de movilidad 2.0, una remodelación que cambia la experiencia de nuestros clientes, poniéndolos al centro. Para que se sientan como en su casa, los agasajamos y ponemos a su disposición herramientas digitales para promover la interacción con nuestros productos y servicios.

**2023**

**30° Aniversario**



**2023**

**Nueva Sucursal Posventa (2S)**



**2024**

**Nuevo Concesionario 2.0**



**Negocios enfocados**  
 **en la calidad**



## Productos y servicios Toyota

2-6; 2-29; 3-3

Nuestras propuestas esenciales se basan en la venta de productos y servicios de la marca Toyota y en la atención eficiente a las necesidades de nuestros clientes.

Trabajamos arduamente para ser “Best in town” (el mejor de la ciudad). Personalizamos nuestra atención en cada cliente, en cada detalle, para satisfacer sus demandas y, sobre todo, para crearle una experiencia agradable por ser parte de nuestras apuestas.

## Modelos para la venta

Con nuestros vehículos logramos que, quien guste manejar un Toyota, tenga la posibilidad porque brindamos movilidad, pero también, un estilo característico. Ofrecemos diferentes modelos. A los vehículos tradicionales (a combustible), se suma nuestro diferencial, con opciones híbridas que utilizan sistemas nuevos, combinando dos motores (naftero y eléctrico) para mejorar su eficiencia: reduce el impacto ambiental de los automóviles y ahorra combustible.

Cero Km vendidos por período



**Lanzamiento de la nueva Hilux SRX: evento destacado de producto**

La icónica pick-up tiene una reversión de alta gama y realizamos su lanzamiento en nuestro concesionario de Av. Colón, para presentársela a nuestros clientes.

La nueva Hilux SRX fue rediseñada para mejorar la experiencia de conducción en términos de confort de marcha y maniobrabilidad, con mejoras que se traducen en una conducción más precisa y cómoda, con una apariencia aún más elegante.

**Autos**



Yaris Hatchback



Yaris Sedán



Corolla



Corolla Hybrid



Corolla GR-Sport

**SUV**



Corolla Cross



Corolla Cross Hybrid



Corolla Cross GR-Sport



SW4



SW4 GR-Sport

**Pick-up**



Hilux Chasis Cabina



Hilux Cabina Simple



Hilux Cabina Doble



Hilux GR-Sport IV

**Comerciales**



Hiace Furgón



Hiace Commuter



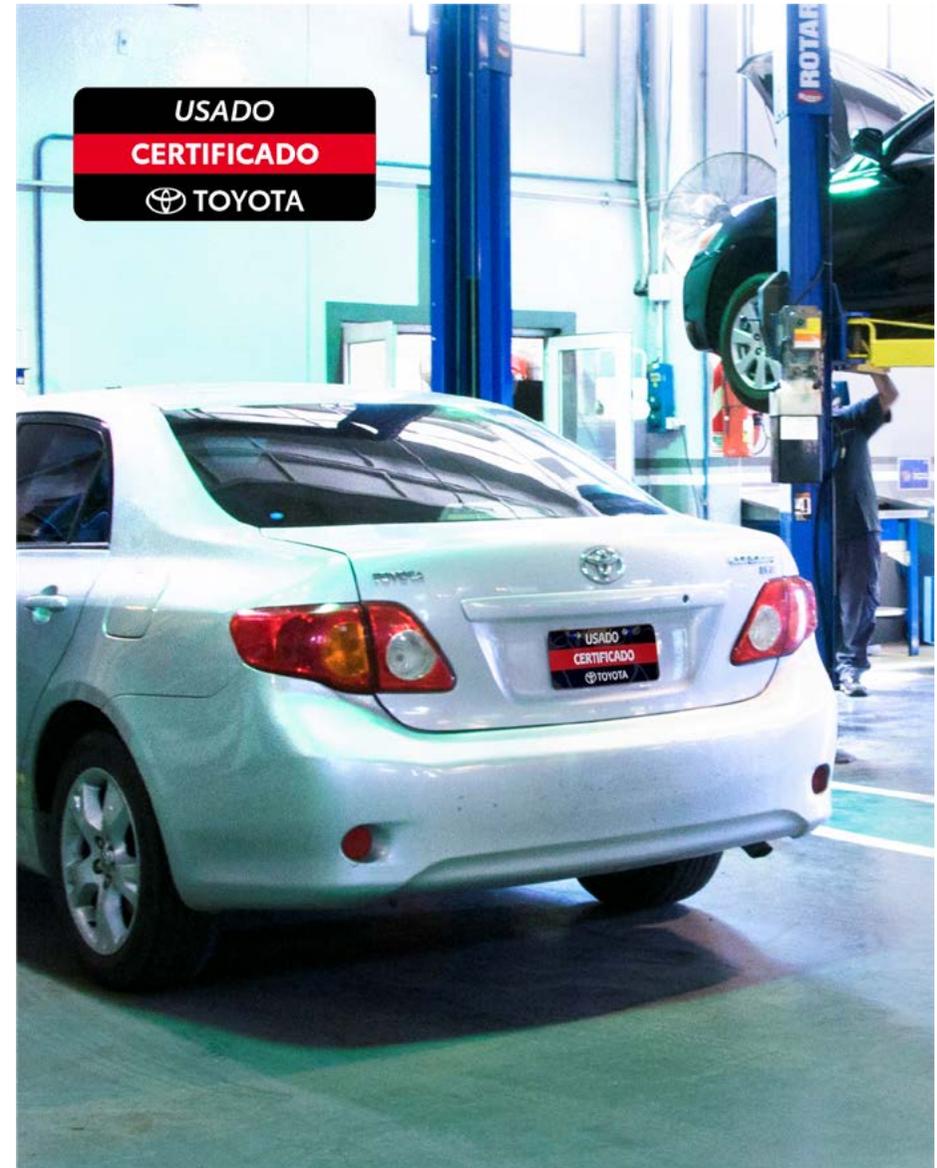
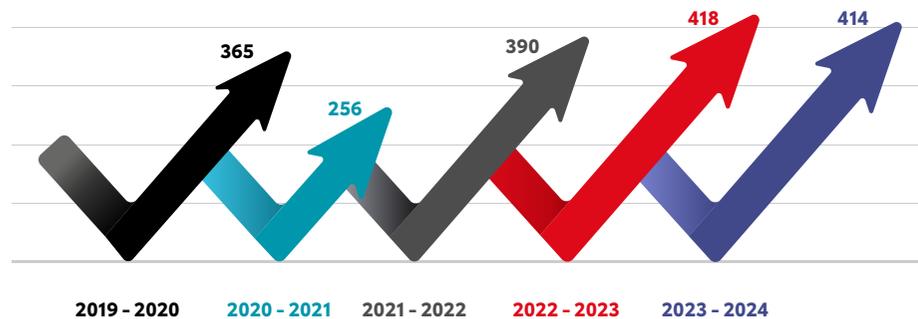
Hiace Wagon

## Usados

Contamos con una amplia gama de modelos y marcas de vehículos usados, los cuales son especialmente seleccionados para cuidar a los clientes que llegan a nuestros concesionarios.

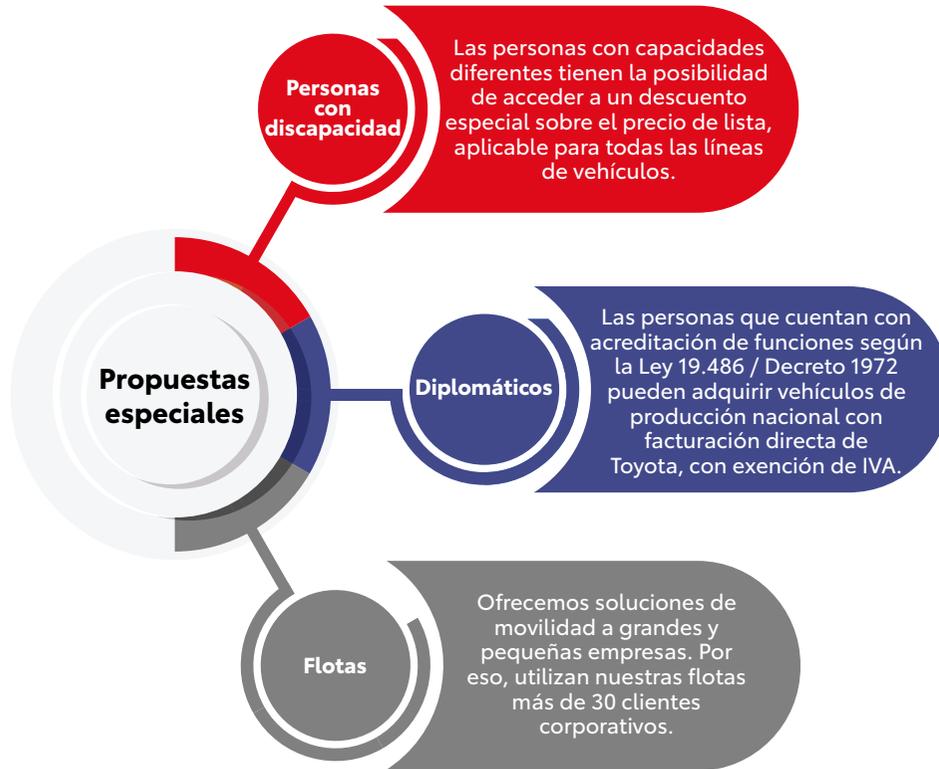
En esta línea, entregamos un Certificado Toyota cuando los vehículos usados fueron inspeccionados y reacondicionados por nuestros técnicos, formados y capacitados para cumplir con los estrictos estándares con los que trabajamos como marca.

Usados vendidos por período



## Ventas especiales

Tenemos una opción para cada necesidad porque, en Centro Motor, hacemos de la atención especializada nuestra propuesta de valor.



## Posventa Toyota: mantenimiento conveniente

La apertura, a fines de 2023, de la primera Sucursal de Posventa de la marca en Córdoba es una muestra clara de nuestro compromiso con

la experiencia del cliente. Así, podemos dar cumplimiento a nuestro objetivo de ampliar la capacidad de servicio y atender las necesidades de nuestros clientes con prioridad.

**POSVENTA TOYOTA**  
MANTENIMIENTO CONVENIENTE

Los concesionarios de Centro Motor están certificados y habilitados para ofrecer los servicios de Mantenimiento Express que siguen los conceptos del Sistema de Producción Toyota, aplicados a la posventa, desarrollados por Toyota Motor Corporation. La finalidad es lograr que el cliente solo deba esperar una hora hasta que se realiza el servicio en su vehículo, manteniendo una alta calidad. Somos de los pocos concesionarios de Latinoamérica en contar con estas certificaciones.

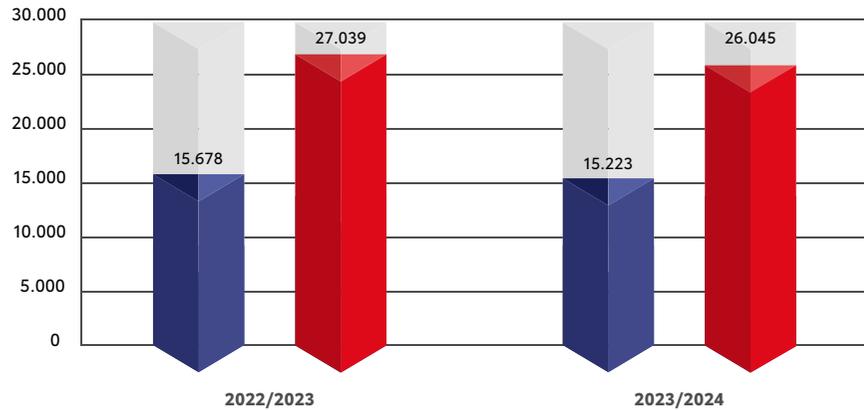
Por esta razón, todas nuestras instalaciones están preparadas para ofrecer este servicio de calidad en un corto tiempo, siempre desde la comodidad de nuestras salas que fueron reacondicionadas para que la espera sea amena.

Medimos nuestro desempeño a partir de la cantidad de CPUS (Servicios y Reparaciones a cargo del Cliente) y la Cantidad de Unidades Atendidas.



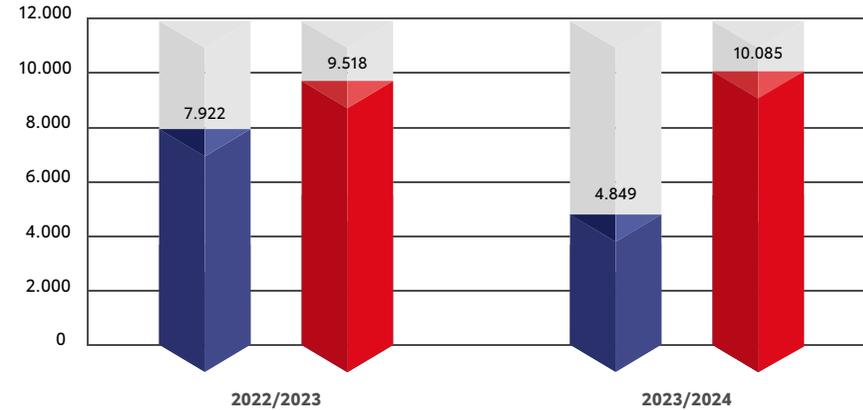
**Servicio de posventa - Av. Colón**

▲ Cantidad CPUS ▲ Cantidad de Unidades Atendidas

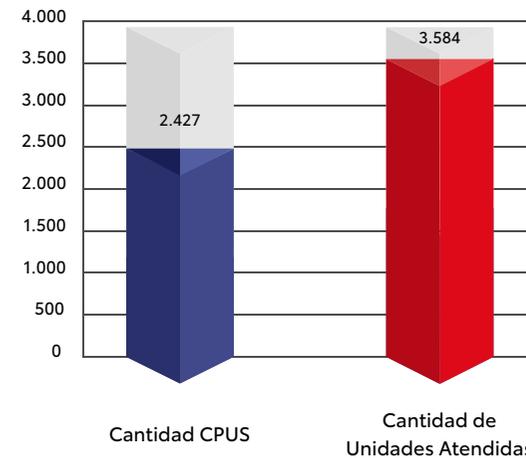


**Servicio de posventa - Monseñor Pablo Cabrera**

▲ Cantidad CPUS ▲ Cantidad de Unidades Atendidas



**Servicio de posventa - Sagrada Familia  
(diciembre 2023 a junio 2024)**



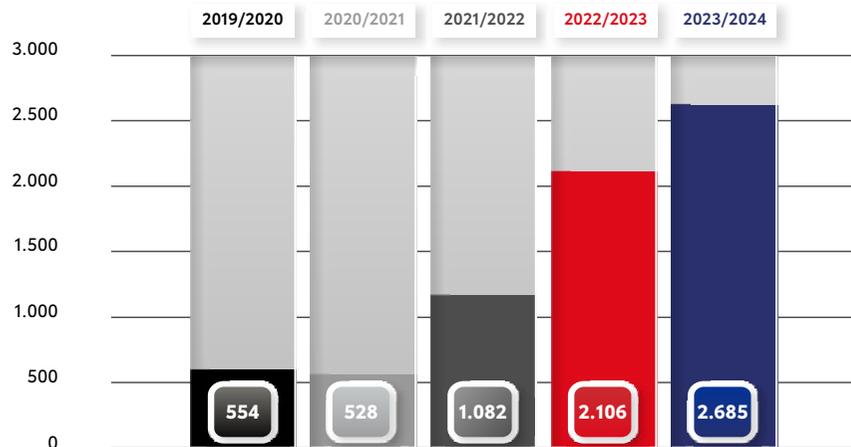
*En el último tramo del período, la nueva sucursal de Sagrada Familia nos permitió ampliar nuestros servicios y descomprimir la demanda de los otros concesionarios.*

## Centro Motor es Estación KINTO

*Siempre hay un KINTO para cada persona que necesite libertad de movimiento.*

Con este servicio, los clientes (individuales o empresas) pueden alquilar nuestros modelos en cualquier lugar del país, cuando quieran y por el tiempo que deseen. Para lograrlo, ponemos a disposición nuestra flota y una multiplicidad de alternativas para contratar el Toyota de sus sueños: servicios de transporte, formas de pago, vehículos compartidos y suscripciones flexibles.

Evolución alquileres KINTO



**27,5%**  
**aumentaron los alquileres de KINTO**  
 (con respecto al período anterior).





## KINTO SHARE

### ALQUILER DE AUTOS

Es una solución de movilidad conveniente, inteligente y confiable en la que se puede alquilar un Toyota, por tiempo ilimitado y desde donde más convenga.

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



## KINTO ONE FLEET

### ALQUILER TODO INCLUIDO

Queremos ser socios estratégicos de las empresas, ofreciéndoles una solución de movilidad mediante el alquiler de vehículos a mediano y largo plazo, con todos los servicios incluidos. Proveemos de unidades 0Km, con la garantía, calidad y cobertura nacional que sólo Toyota puede ofrecer.

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



## KINTO ONE PERSONAL

### SUSCRIPCIÓN FLEXIBLE

Opción dirigida a personas interesadas en una suscripción mensual. Ofrecemos el uso de un vehículo a mediano y largo plazo, con la posibilidad de acceder a días adicionales de uso de los vehículos disponibles en la plataforma de KINTO SHARE, en cualquier momento que el cliente lo disponga.

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

## TOYOTA PLAN: un plan distinto

Tenemos la misión de hacer que la experiencia de adquirir un vehículo de la marca sea accesible para cada vez más personas. Por ello, brindamos la posibilidad de comprar nuestros vehículos en cuotas, con planes de ahorro flexibles y acordados con los clientes, con el objetivo de que puedan organizar sus cuotas de la manera más conveniente para su economía y la del país. Les brindamos, para ello, asesoramiento uno a uno, en nuestros concesionarios o en sus domicilios.

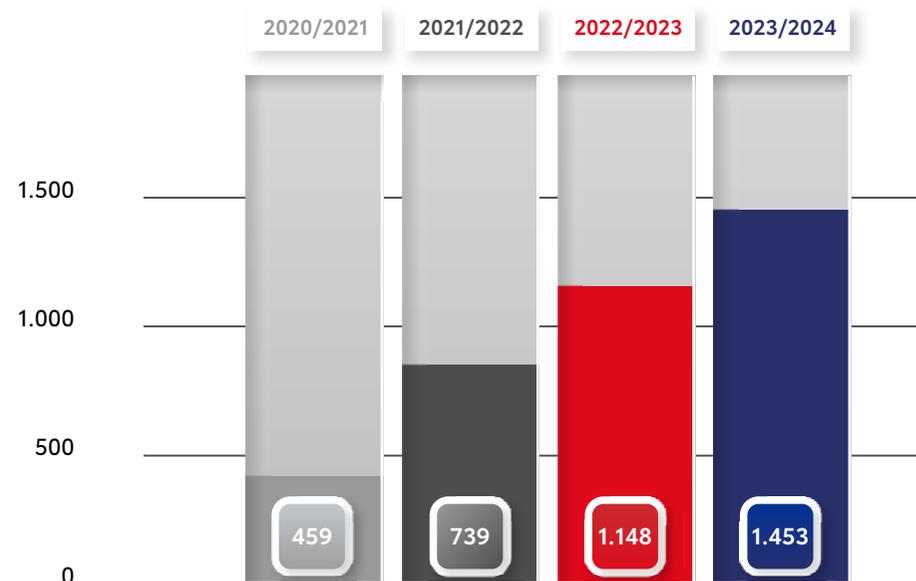
**TOYOTA**  
**| P | L | A | N |**

### Nuevo Plan Flex

Lanzamos una nueva suscripción FLEX que amplía las opciones para que cada cliente encuentre la financiación y el producto que mejor se adapte a sus necesidades.

Es una suscripción que permite elegir, al momento de la adjudicación, entre un vehículo 0km, un Usado Certificado con garantía oficial de la marca o el dinero. Una alternativa única en el mercado de planes de ahorro del país.

## Evolución TOYOTA PLAN



**26,5%**  
aumentaron los planes de ahorro  
(versus período anterior).

## Compañía financiera

Toyota Financial Services Corporation creó en nuestro país la empresa Toyota Compañía Financiera de Argentina S.A. Su objetivo es facilitar a los clientes la adquisición de su vehículo de la marca. Así, pone a disposición una amplia gama de productos financieros, como Créditos Prendarios diseñados para las necesidades de los clientes y excelentes herramientas financieras como Leasing.



## Broker de Seguros

Desde Toyota Broker de Seguros apuntamos a trabajar con compañías líderes del mercado para mantener la confianza de nuestros clientes. Por eso, desarrollamos alianzas que nos permiten llevarles propuestas únicas y diferenciales.

Además, Toyota Broker de Seguros le brinda al cliente la opción de reparar su vehículo de un siniestro en los Concesionarios Oficiales Toyota, lo cual asegura calidad técnica y de los repuestos.



## GR Garage

En 2019, fuimos el primer concesionario oficial que abrió un Gazoo Racing (GR) Garage fuera de Asia. ¿Por qué? Porque queríamos (y queremos) reforzar la relación con los clientes fieles a la marca, acercándoles productos, indumentaria y merchandising de los equipos oficiales Toyota.

Nuestro local ofrece, a los amantes de la marca y del automovilismo, una gran diversidad de accesorios para personalizar sus vehículos, además de contar con un simulador profesional de competición.

### GR Day Centro Motor

En abril de este año, desarrollamos el GR Day Centro Motor, un evento de pura pasión y adrenalina, especialmente preparado para los usuarios de vehículos GR.



## Equipos Industriales

Comercializamos Equipos Industriales Toyota hace más de 20 años y ofrecemos soluciones inteligentes y de calidad a las áreas de logística de nuestros clientes, con 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

Centro Motor S.A. tiene a su cargo la venta de productos provenientes de las distintas plantas de Toyota Material Handling, como también productos usados.

**75\***  
**Equipos vendidos**

Con la enorme tranquilidad de ofrecer equipos de última generación, infraestructura y procesos con los más altos estándares de calidad, también contamos con profesionales altamente capacitados para atender los requerimientos de los clientes, tanto desde el área comercial como de posventa.

## Alquileres

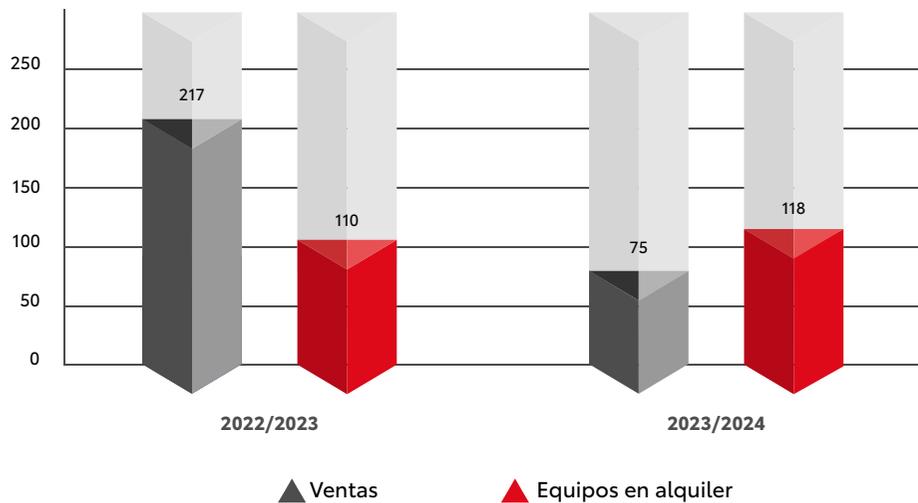
Contamos con una flota de alquiler, con un line up completo de productos tanto de equipos con motores a combustión como eléctricos.

**118**  
**Equipos alquilados**

*\*Las ventas decrecieron debido a la falta de aprobación de importaciones que afectó al sector, en el último período informado.*



Equipos Industriales



## Posventa

Contamos con un área de reparaciones de alta complejidad y de mantenimiento preventivo programado, transporte de unidades y un equipo de profesionales preparado para brindar un servicio de postventa realmente valorado por el cliente.

Nos distinguimos por:

- **Usar repuestos genuinos** que garantizan la Calidad Total del Servicio y optimizan la vida útil de los equipos, Just in Time.
- **3 Talleres Técnicos Móviles**, completamente equipados para realizar servicios de mantenimiento en la empresa del cliente. Estas unidades nos permiten ofrecer 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 su domicilio, sin cargo extra.
  - Línea directa con el servicio.
  - Amplia cobertura geográfica.

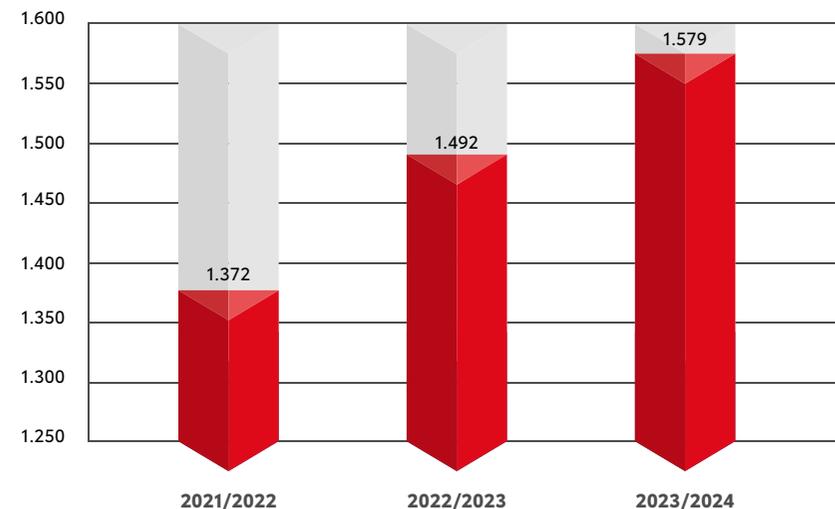


### Certificación ASEC de Toyota Material Handling

La recertificación, para 2022-2025, del programa ASEC (After Sales Service Evaluation & Certification) evidencia nuestra labor por la excelencia de la mano de Toyota Industries Corporation. Esta nos permite aplicar las metodologías y herramientas adecuadas para transmitir valor al cliente, en cumplimiento de estándares de eficiencia en el servicio de post venta de la red Toyota.

Así, acompañamos la optimización que Toyota Material Handling Argentina ha estado incorporando en los procesos internos, con inversión en equipamiento que contribuya con una mejor atención al cliente.

Servicios de Posventa



# Estrategia

de sustentabilidad

---

**CENTRO MOTOR**  
**SUSTENTABLE**



## La mirada ESG de la empresa

2-3; 2-23

Presentar nuestro 4° Reporte de Sustentabilidad es un gran orgullo ya que nos permite reflexionar sobre el trabajo realizado año tras año.

Rendimos cuenta de nuestros impactos ESG (Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo -ASG en español), en el período transcurrido desde el 1 de julio de 2023 y al 30 de junio de 2024. Para ello, utilizamos como referencia los Estándares GRI (Global Reporting Initiative) y compartimos nuestra contribución con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Tenemos una responsabilidad como empresa que genera empleo y riqueza en su comunidad, que atiende a sus clientes con profesionalismo y que fomenta una gobernanza transparente. También invertimos en reducir las consecuencias de nuestra operación en el planeta y promovemos una economía circular como buena práctica socioambiental.

## Nos interesamos por nuestros públicos

2-29

Conocemos y prestamos especial atención a nuestros públicos. Escuchamos lo que nos quieren decir y sabemos cómo responder a la expectativa que cada uno de ellos tiene sobre Centro Motor.

Algunos pueden influenciar nuestro desempeño a través de la toma de decisiones; otros resultan afectados por nuestras operaciones; y también se encuentran aquellos con los que tenemos responsabilidades legales, financieras u operacionales.

- Toyota Argentina S.A.
- Socios
- Clientes (ventas, posventa y movilidad)
- Colaboradores
- Sindicatos: SMATA / ACARA
- Asociación de Concesionarios Toyota de la República Argentina (actra)
- Proveedores
- Entidades públicas y privadas vinculadas a la actividad (aseguradoras, registros del automotor)
- Comunidad
- Medios e influenciadores

## Comunicación abierta

Nuestros canales de comunicación son vías dispuestas para el diálogo y la retroalimentación. Compartimos información con nuestros públicos y escuchamos, atentamente, sus opiniones. Consideramos que la forma de nutrir los vínculos es a partir de la generación de conversaciones de valor.

<b>Canales de comunicación</b>	Socios	Toyota Argentina S.A.	Colaboradores	Sindicatos	Clientes	Proveedores	ACTRA	Entidades públicas y privadas	Comunidad	Medios e influenciadores
Reuniones y eventos físicos y virtuales	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶
Memorias y Estados Contables	▶									
Reporte de Sustentabilidad	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶
Reuniones de asociados		▶					▶			
Sitio web / Redes sociales	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶
Concursos para concesionarios		▶					▶			▶
Reportes y Auditorías Ambientales		▶								
Encuestas de desempeño venta y postventa		▶	▶							
Canales de atención específicos	▶				▶	▶				
Auditorías de riesgos ambientales		▶								
Reuniones con el personal			▶	▶						
Encuestas de satisfacción de clientes		▶				▶				
Capacitaciones y talleres		▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	
Teléfono / Mail	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶
Gacetillas / Entrevistas / Publicaciones										▶
Folletería de difusión	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶
WhatsApp / CRM / Reseñas de Google	▶				▶					
Newsletter (NOTICEM)			▶							

## Temas que gestionamos

3-1; 3-2

Los temas materiales son aquellos aspectos de la operación que generan impactos positivos o negativos en la creación de valor económico, en las personas y el ambiente. Su priorización decanta del contexto de sustentabilidad en el que nos movemos y de escuchar lo que nuestros públicos nos plantean como necesidades y en base a sus expectativas.

Compartimos la materialidad definida por Toyota Argentina S.A. para su Red de Concesionarios, tomando como referencia el "Programa de Desarrollo de RSE para concesionarios", el análisis llevado adelante por la propia terminal automotriz, su Política de Responsabilidad Social, los compromisos de Toyota Motor Corporation y la Agenda 2030.

**Diseñamos nuestra estrategia de sustentabilidad siguiendo criterios ESG (ASG, Ambientales, Sociales y de Gobernanza, en español).**

## GOBERNANZA Y DESEMPEÑO ECONÓMICO

### TEMAS MATERIALES

- » Creación de valor para la empresa y sus principales públicos
- » Integridad y Cumplimiento
- » Seguridad de la información

### ODS a los que aporta



### Metas de los ODS

-  **8.1** Mantenimiento del crecimiento económico.
-  **16.5** Reducción de la corrupción y soborno.
-  **16.6** Creación de instituciones eficaces y transparentes.

**SOCIALES**  
(Clientes, colaboradores, comunidad)

**TEMAS MATERIALES**

- Empleo
- Salud y Seguridad en el trabajo
- Formación y enseñanza
- Experiencia del cliente
- Inversión social, sensibilización y seguridad vial

**ODS a los que aporta**



**Metas de los ODS**

 <b>3.6</b> Reducción de accidentes de tráfico.	 <b>12.5</b> Prevención, reducción, reciclado y reutilización de residuos.
 <b>17.9</b> Refuerzo de capacidades de implementación ODS.	 <b>12.6</b> Adopción de prácticas sostenibles en empresas.
 <b>8.5</b> Lograr el pleno empleo y trabajo decente.	 <b>12.1</b> Aplicación marco de consumo y producción sostenibles.
 <b>8.6</b> Protección de los derechos laborales y trabajo seguro.	

**AMBIENTALES**

**TEMAS MATERIALES**

- Energía
- Agua y efluentes
- Residuos
- Emisiones de Co2
- Cumplimiento Ambiental

**ODS a los que aporta**



**Metas de los ODS**

 <b>13.3</b> Mejora de la educación y sensibilización medioambiental.
 <b>13 A</b> Movilización de recursos económicos.
 <b>12.4</b> Gestión de desechos y productos químicos.
 <b>12.5</b> Prevención, reducción, reciclado y reutilización de desechos.

## Una Gerencia con foco en la sustentabilidad

2-13

Tomamos decisiones continuamente enfocados en los temas prioritarios para una gestión guiada por criterios ASG. Nuestro compromiso con el mundo se evidencia en cada acción que desarrollamos, porque siempre buscamos mejorar, con pequeños cambios, como aprendimos de la cultura Kaizen.

Por eso, en 2018 creamos la Gerencia de Recursos Humanos y Sustentabilidad para trabajar junto al Comité de RSE de Toyota Argentina S.A. De esta manera, acompañamos el plan anual de sustentabilidad de la compañía, como un eslabón clave de su cadena de valor para contribuir con la Agenda 2030.

A cargo de dicha Gerencia se encuentra:

- » La gestión de sustentabilidad.
- » El desarrollo de los programas con la comunidad.
- » La elaboración de los Reportes de Sustentabilidad anuales.
- » La difusión de las iniciativas ambientales y sociales de la compañía entre clientes y sectores interesados en articulación con los responsables de marketing y comunicación.

A través del Programa de Desarrollo de RSE para Concesionarios definimos los alcances de nuestra estrategia ESG, respondemos a las expectativas de nuestros públicos y nos formamos, junto a Toyota, para mejorar nuestra gestión de la sustentabilidad.



# Gobernanza transparente



 | CENTRO MOTOR

CÓDIGO DE CONDUCTA  
2022

## Equipo directivo

2-9; 2-11; 2-12

Centro Motor S.A. concentra su gobernanza en un equipo de Dirección que trabaja, en forma conjunta, siguiendo buenas prácticas empresariales. Nuestro gobierno es presidido por Darío Onofre Ramonda, uno de los socios fundadores, y Darío José Ramonda, su hijo, lidera la estrategia como Vicepresidente.

- **Presidente: DARÍO ONOFRE RAMONDA**
- **Vicepresidente: DARÍO JOSÉ RAMONDA**
- Gerente General (Av. Monseñor Pablo Cabrera): **CLAUDIO CORREA**
- Gerente de Posventa: **DIEGO LOYBER**
- Gerente de Planeamiento y Ventas: **AGUSTÍN GUERCOVICH**
- Gerente de RRHH y RSE: **RICARDO BRAVO**
- Gerente Plan de Ahorro: **ALBERTO AMATEIS**
- Gerente de Finanzas: **WALTER WEHRLI**



Darío Onofre Ramonda  
Presidente



Darío José 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

## Cumplimiento e integridad

2-23; 2-24

Con la firma en la Declaración Jurada de Ética y Compliance para Concesionarios de Toyota Argentina S.A que nos permitió adherirnos a los principios del Código de Conducta de Toyota Argentina, en 2021, empezamos a dar forma al Programa de Integridad Centro Motor (PICEM).

En este período, definimos los lineamientos sobre los que se apoya el PICEM y, en 2024, completamos el sistema normativo que lo respalda. Nuestro Código de Conducta, aprobado en 2023, se complementa con la presentación y aprobación de las Políticas ABAC (Anti-Bribery and Anti-Corruption, Antisoborno y Anticorrupción en español) que Toyota Motor Corporation y Toyota Argentina S.A. ponen a disposición de los concesionarios de la marca para orientar el marco legal y de gestión hacia la ética en los negocios.

## Objetivos de nuestro Programa

2-25; 2-26; 3-3

Nuestro Programa de Integridad se robustece año tras año, acercándonos cada vez más a los objetivos planteados desde su comienzo:

- ▶ Fomentar una cultura ética y de cumplimiento normativo.
- ▶ 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.
- ▶ Realizar un monitoreo y evaluación para la mejora continua de su efectividad.

## Comité de Ética e Integridad

2-9; 2-15; 2-16

El Comité de Ética e Integridad se crea en el marco de la implementación del Programa de Integridad en 2023 y está constituido por el Gerente General de la sucursal de Av. Monseñor Pablo Cabrera y un Abogado como consultor externo.

Entre las funciones del Comité se encuentran:

➔ Contribuir al cumplimiento y resguardo del Código de Conducta como así también de las normas, pautas y principios reconocidos en el ámbito nacional e internacional en materia de Ética e Integridad empresarial.

➔ Evaluar, a requerimiento, los aspectos éticos de los proyectos y negocios que se pongan en su conocimiento, previo o durante su desarrollo.

➔ Alentar, difundir y promover en el personal el conocimiento y respeto del Código de Conducta y de toda normativa vigente sobre la materia.

➔ Establecer reglas y procedimientos específicos cuyo objeto sea la prevención de toda violación a la normativa vigente en materia de contratos y/o negocios que desarrolle la empresa.

➔ Participar en investigaciones, en forma conjunta con otras áreas, de situaciones en las que se detecten irregularidades éticas. En este caso, el Comité deberá analizarlas y valorarlas para priorizar acciones y asignación de recursos que contribuyan a su prevención, detección y gestión.

➔ Aplicar sanciones e implementar acciones correctivas en base a planes de acción “tipificados”.

➔ Establecer planes de prevención en pos de evitar futuros incidentes o incumplimientos.

➔ Asignar un presupuesto para la continua formación profesional de los integrantes del Comité.

➔ Mantener funciones de transparencia activa (publicación de datos por parte de la empresa) y pasiva (accesibilidad a información puntual de la empresa por parte de los ciudadanos).

➔ Establecer, junto con el área de Recursos Humanos, un plan de capacitación anual sobre cultura ética para el personal.

## Instrumentos del Programa de Integridad

2-23; 2-24

El Programa cuenta, además, con diversos instrumentos formales para su correcta implementación.

### **Código de Conducta**

Nuestro [Código de Conducta](#) no brinda la información necesaria para orientar a los equipos de trabajo, sobre el comportamiento que esperamos que asuman ante situaciones de riesgo o conflicto que se generan en toda actividad comercial.

Así, en su introducción, manifiesta que “Centro Motor S.A. [...] tiene por política llevar a cabo sus actividades comerciales, de negocios e internas con los más altos estándares éticos, de integridad y transparencia, garantizando el estricto cumplimiento de las leyes y regulaciones entre sus trabajadores, proveedores y, en general, con todos sus grupos de interés”, siguiendo nuestros valores corporativos.

Este documento no solo incentiva conductas éticas y responsables en nuestros colaboradores, clientes y en terceros vinculados, sino también, contiene ejemplos prácticos y pertinentes que ofrecen asistencia, consejo y guía para realizar nuestro trabajo continuo. De esta manera, nos ayuda a identificar errores y responder apropiadamente.

## **Políticas ABAC**

El Proyecto ABAC es el cuerpo normativo que regula la actividad de los concesionarios Toyota, a efectos de unificar los criterios éticos, de integridad y transparencia corporativa. Esto nos permite alinear nuestra actividad a lo establecido por Toyota Motor Corporation y Toyota Argentina S.A., generando un gobierno corporativo más sólido.

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

## Identificación y gestión de riesgos: matriz

3-3; 205-1

A partir de haber definido nuestra matriz de riesgos del negocio en 2023, prestamos especial atención a su gestión, fundamentalmente, haciendo énfasis en la prevención y control de los asuntos identificados.

El riesgo de corrupción y falta de integridad es el único que puede asociarse a los riesgos centrados en la sustentabilidad dado que detalla delitos como cohecho y tráfico de influencias, balances falsos, enriquecimiento ilícito de funcionarios y empleados, etc. Sin embargo, todavía no hemos incluido riesgos que abarquen nuestros impactos ambientales y sociales.

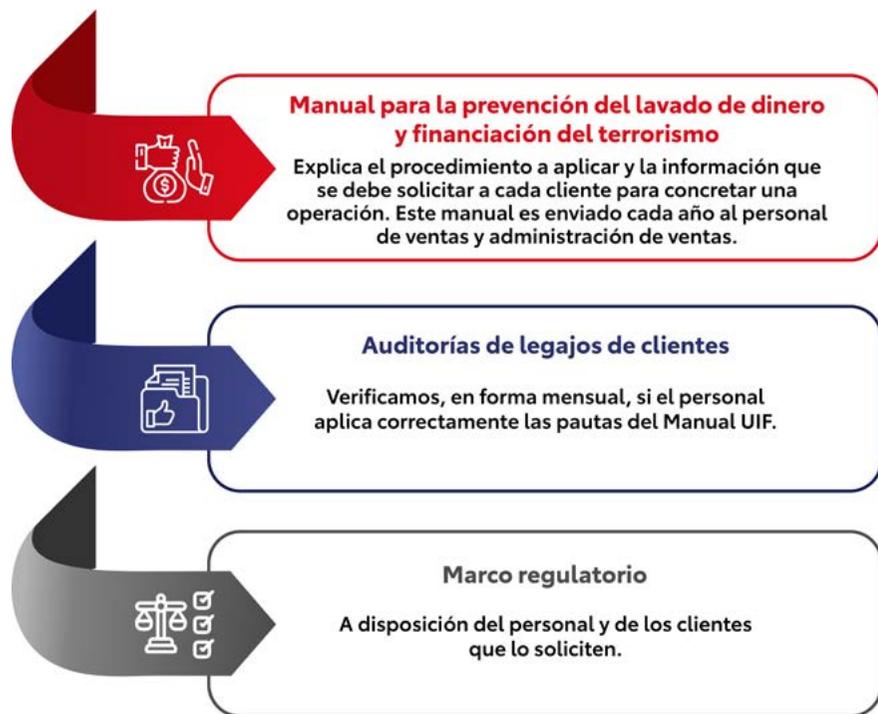


## Prevención del Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo

2-27; 3-3; 205-1; 205-2

Siguiendo las especificaciones establecidas por la Unidad de Información Financiera (UIF) para la prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo, cumplimos con la obligación de reportar cualquier operación sospechosa por parte de nuestros clientes.

En Centro Motor S.A., un área especializada audita y promueve el acatamiento de las normas, mediante:



Para asegurarnos de cumplir con los requerimientos de la UIF, realizamos capacitaciones anuales de las que participan tanto Directivos y Gerentes, como personal del área de ventas y de administración de ventas, debido al riesgo de sus funciones:



## Seguridad de la Información y Protección de Datos

418-1

Tomamos medidas para tratar este asunto, asesorados por profesionales expertos en el tema. Invertimos en mejorar la seguridad de la información que manejamos y seguimos trabajando en la elaboración de políticas y procedimientos ante eventualidades que pudieran ocurrir.

### Canal de denuncia

2-25; 2-26; 3-3; 205-1

En Centro Motor contamos con un canal de denuncias para posibles conductas indebidas y puede ser utilizado tanto por colaboradores de la empresa, como por proveedores y clientes.

**Nuestro canal de denuncia garantiza el anonimato y la confidencialidad de la identidad del denunciante, en la medida que la misma no sea requerida por orden judicial.**

Buscamos que este sistema sea ágil y estandarizado para un tratamiento justo y transparente, que resguarde tanto a la persona denunciante como a la denunciada. En este sentido, no toleramos las represalias o discriminación contra denunciante que recurran al canal y, para cuidar dicho instrumento, tampoco aceptamos el abuso de su utilización.

Las vías de recepción de una denuncia son:



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 denuncias.

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

## Desempeño económico

3-3; 201-1

A través de los resultados económicos obtenidos en el último ejercicio podemos compartir con nuestros públicos el desempeño que la empresa tuvo durante el período de este Reporte (1 julio de 2023 al 30 de junio de 2024). Nuestros resultados se expresan en porcentajes, reflejando la distribución de los ingresos y gastos entre los distintos públicos con los que trabaja la empresa.



### VALOR ECONÓMICO GENERADO

	Ingresos por Ventas	Otros Ingresos
2020 - 2021	99%	1%
2021 - 2022	99%	1%
2022 - 2023	98%	2%
<b>2023 - 2024</b>	<b>97%</b>	<b>3%</b>



### VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO

2020 - 2021	95%
2021 - 2022	95%
2022 - 2023	95%
<b>2023 - 2024</b>	<b>101%</b>



### Costos operacionales (incluye pagos a proveedores)<sup>1</sup>

2020 - 2021	86%
2021 - 2022	86%
2022 - 2023	86%
<b>2023 - 2024</b>	<b>93%</b>



### Sueldos y prestaciones a colaboradores

2020 - 2021	6%
2021 - 2022	6%
2022 - 2023	6%
<b>2023 - 2024</b>	<b>7%</b>



### Pagos a proveedores de capital (proveedores de crédito)

2020 - 2021	0%
2021 - 2022	0%
2022 - 2023	0%
<b>2023 - 2024</b>	<b>0%</b>



### Pagos al gobierno (nacional, provincial y municipal): Tasas e impuestos

2020 - 2021	3%
2021 - 2022	4%
2022 - 2023	3%
<b>2023 - 2024</b>	<b>1%</b>



### VALOR ECONÓMICO RETENIDO

2020 - 2021	5%
2021 - 2022	5%
2022 - 2023	5%
<b>2023 - 2024</b>	<b>-1%</b>

<sup>1</sup> Incluye la cuenta RECPAM (Resultados por cambios en el poder adquisitivo de la moneda) para ambos ejercicios.

## Una cadena de gran valor

2-6; 3-3

Trabajamos junto a Toyota Argentina S.A. (TASA) que es nuestro mayor proveedor. Nos abastece de vehículos y también los repuestos que utilizamos para ofrecer calidad en nuestros servicios de posventa.

Los productos de GR Garage, asimismo, están incluidos dentro del suministro de TASA, mientras los equipos industriales y sus repuestos nos llegan de Toyota Material Handling Mercosur.



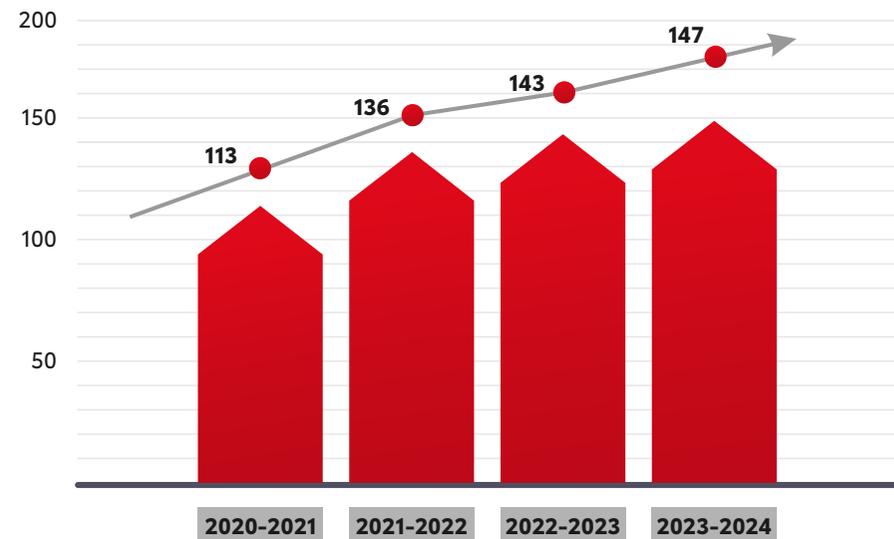
## Dinamizamos la economía local con nuestros proveedores

2-6

Nuestros proveedores se encuadran en múltiples rubros, debido a que buscamos productos y servicios adicionales de alta calidad para que todas nuestras propuestas y el funcionamiento del negocio estén siempre en su mejor rendimiento.



Evolución proveedores



<b>Servicios y otros productos (no Toyota)</b>	Cantidad 07/2021 al 06/2022	Cantidad 07/2022 al 06/2023	Cantidad 07/2023 al 06/2024
Alquileres	4	34	25
Energía	1	1	1
Comunicaciones	3	3	5
Talleres de pintura	5	4	3
Disposición final residuos con certificación	1	2	0
Servicios profesionales	18	21	2
Materiales de oficina	10	9	13
Merchandising	1	1	9
Organización eventos	6	10	3

### Gasto en proveedores

3-3; 204-1

#### Anual



#### Por rubros

<b>SERVICIOS y otros productos no Toyota</b>	% del gasto total en proveedores
Alquileres	0,51%
Energía	0,10%
Comunicaciones	0,03%
Talleres de pintura	0,41%
Servicios profesionales	0,02%
Materiales de oficina	0,16%
Merchandising	0,08%
Organización eventos	0,04%

#### Locales



### Compras inclusivas

414-1

Cuando nuestros proveedores nos presentan propuestas inclusivas, con impacto social o ambiental, tratamos de ponerlas en valor y promover su trabajo, no solo comprando sus productos, sino también, difundiendo su tarea.

Desde hace varios años que incluimos a Ondulé y Sirkel como parte de nuestra cadena de aprovisionamiento. Ambas son empresas B locales que centran su negocio en la economía circular. A partir de sus actividades, crean empleo a integrantes de organizaciones sociales o intermedias, cuyo propósito es mejorar su impacto en el ambiente o en sus comunidades.

### Comunicación transparente

2-29

Ponemos a disposición de nuestros proveedores distintos canales de comunicación mediante los que construimos un vínculo comercial transparente, basado en el diálogo.

Realizamos acuerdos en los que se genera la confianza suficiente para mantener nuestras relaciones de negocios en el largo plazo, apostando siempre al beneficio mutuo.



## Lineamientos claros en la selección y contratación

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

Utilizamos criterios de selección de proveedores priorizados por la calidad de sus productos y servicios y por el respeto a nuestra política ambiental. Contamos con casos en los que este requisito es obligatorio, por ejemplo, para productos destinados al lavado de vehículos, en los que solo contratamos proveedores que utilicen opciones biodegradables.

En este sentido, realizamos control sobre el impacto ambiental a los proveedores de servicios de posventa (talleres de pintura o lavado de vehículos). Desde el punto de vista social, aunque no realizamos auditorías, sí verificamos que la empresa cumpla con el registro formal de sus empleados y de ninguna manera, contratamos proveedores que incentiven el trabajo forzoso o trabajo infantil.

Con relación al alta de nuevos proveedores, solo contratamos empresas o profesionales que resuelvan una necesidad real de Centro Motor. En este sentido, el área solicitante es la encargada de revisar sus antecedentes, probar su experiencia en el mercado y validar la calidad ofrecida.

Para garantizar que la gestión de proveedores sea transparente y sin privilegios, implementamos un procedimiento de triple control:

- ➔ **Comienza con el área que solicitó el gasto.**
- ➔ **Luego pasa a Administración, que se encarga de supervisar las facturas o comprobantes de compra y de emitir la orden de pago.**
- ➔ **Cierra el proceso el área de Finanzas, que efectúa el pago autorizado.**

*Una vez realizado dicho proceso, el área de Compras evalúa el presupuesto, la situación impositiva del proveedor y controla que cumpla con los parámetros sociales y ambientales (especialmente para el área de taller) requeridos. Asimismo, esta área realiza la negociación de plazos, presupuestos y pagos.*

# Sociedad en la que invertimos

---



## Del lado del Cliente

2-1; 2-4; 2-6

Buscamos dar valor al cliente en toda nuestra propuesta. Invertimos en infraestructura para que su beneficio sea continuo y nuestra calidad de servicio mejor. Así, en este período hicimos dos grandes apuestas en nuestros concesionarios para que la espera de nuestros clientes no sea un problema: abrimos una sucursal de servicio y digitalizamos nuestros concesionarios.

## 30 años y la primera sucursal de Posventa en Córdoba



A fines de 2023, para celebrar nuestro Aniversario número 30, inauguramos una nueva sucursal, la primera en Córdoba con dedicación exclusiva al servicio de Posventa. Esto nos permite sumar comodidad y agilidad en la atención, donde los clientes obtienen resultados en tiempo récord.

*Esta iniciativa es la primera en su tipo, por su exclusividad en el servicio siendo el tercer concesionario de la empresa en la ciudad cordobesa. Está ubicado en Avenida Sagrada Familia 258 y cuenta con tecnología, equipamiento y personal calificado, para dar el mejor servicio de atención a vehículos de todos nuestros modelos.*



## Renovamos nuestros concesionarios hacia la movilidad 2.0

Nuestros concesionarios están preparados para que el cliente se sienta como en su casa. Cuentan con un servicio de atención organizado con eficiencia y nuestros Toyota Plaza especialmente preparados para su confort.

En 2023, estos fueron remodelados, adecuando su disposición a la comodidad del cliente, con espacios más amplios, luminosos y, como siempre, con una propuesta de refrigerio para amenizar el tiempo de espera de las visitas.



“En Centro Motor hemos avanzado en el rediseño de nuestro showroom, alineados a las nuevas tendencias de hospitalidad y digitalización definidas por Toyota para ofrecer mejores servicios y experiencias a nuestros clientes”.

**Darío José Ramonda,**  
Vicepresidente



## Todo lo que te mueve: Club Toyota

Ofrecemos beneficios exclusivos a quienes son parte de Club Toyota, mejorando su experiencia con la marca y reforzando nuestro vínculo.



### CLUB • TOYOTA

**8.895 socios** a Club Toyota  
provenientes de Centro Motor  
**+23%** que en el período anterior  
(de los **+140.000 socios** totales  
de Toyota Argentina S.A.)

Sos parte

Esta membresía dirigida a toda persona física que compre un Toyota incluye:

- 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 y ¡muchos más!



Más información en



### Aniversario Club Toyota

En el marco del aniversario de Club Toyota organizamos una visita a la planta de Toyota Argentina en Zárate junto a algunos de nuestros clientes. Estos pudieron conocer el fascinante proceso de creación de nuestra Hilux, el vehículo más vendido en el país, y vivir una experiencia inolvidable junto a la marca.



### Clínica de Manejo Urbano

Luego de compartir una charla técnica junto a los pilotos Ianina Zanazzi y Franco Coscia, los socios y socias vivieron una experiencia práctica e inolvidable con nuestros vehículos. Realizaron pruebas de esalon, maniobras de esquite y frenado de emergencia sobre la pista de Berta Experience.

**40 socios/as  
recibieron  
este beneficio**



### Travesía 4x4

Otra actividad que realizamos desde Centro Motor para que nuestros clientes Club Toyota puedan disfrutar son las Travesía 4x4. En este período, se llevó adelante en el predio de Atv Tours Argentina y participaron 50 clientes.



## GR Day by Centro Motor

En abril realizamos el GR Day, un evento exclusivo para usuarios de vehículos de la marca y Gazoo Racing y para clientes vinculados con el Motorsport.

La actividad se llevó a cabo en el Autódromo Oscar Cabalén, de Alta Gracia. Comenzó con una charla técnica, seguida de actividades en pista y en la parte offroad, en las que los clientes disfrutaron de diversas experiencias de manejo.

Equipos de Toyota Argentina participaron de la organización junto a personal de Centro Motor y el Representante de nuestro GR Garage, Juan Manuel Ramonda.



**CENTRO MOTOR**

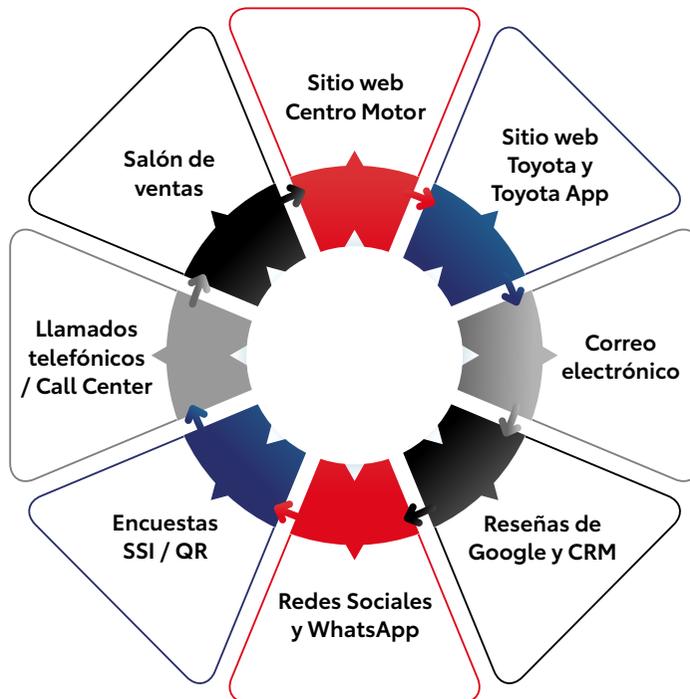


## Escuchamos para una comunicación eficiente

2-29

Nuestros canales de atención al cliente están siempre activos para optimizar la comunicación, escuchar lo que nos quieren decir y mantener viva nuestra comunidad.

Ponemos a disposición de esta interacción una gran variedad de canales que refuerzan el vínculo y nos ayudan a mejorar su experiencia con la empresa. Sabemos que nuestra atención es clave para brindar el servicio que nuestro cliente espera de Centro Motor como concesionario oficial de Toyota.



### Presencia en redes sociales

Dialogamos con nuestros públicos de interés también en redes sociales, ya que este canal permite una interacción dinámica y muy participativa por parte de quienes las utilizan con habitualidad.



### Medir la satisfacción para mejorarla

2-26; 2-29; 416-1

A través de la mejora continua y nuestra propia exigencia, trabajamos denodadamente para ofrecer cada día una experiencia inolvidable con nuestra marca.

**La nueva sucursal 2S, en Sagrada Familia, surgió para dar respuesta a la continua demanda de los clientes por recibir nuestra atención en posventa.**

Los múltiples canales que abrimos para comunicarnos con nuestros clientes son cruciales para conocer sus expectativas con respecto a la empresa.

Además de reconocer su solicitud, medimos su satisfacción de diversas maneras y nos planteamos estrategias de mejora, a efectos de que siempre nos elija con complacencia.

Evaluamos nuestro desempeño en distintas operaciones, mediante indicadores que nos facilita Toyota Argentina S.A. Así, en base a las últimas mediciones de junio/julio de 2024, ajustamos y renovamos nuestro compromiso con la satisfacción de los clientes:

### ✓ CSI (Índice de Satisfacción de Clientes de Ventas)

Target 2024	94.0		
92,5 SSI Puro	94,4 SSI Puro RED	93,3 SSI YTD	93,8 SSI YTD RED
93,4 SSI Movil	93,7 SSI Movil RED	93,8 SSI Interanual	94,3 SSI Interanual RED

✓ CSI (Índice de Satisfacción de Clientes Servicio de Posventa). 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.

**89,6**  
(91,29 La Red)

✓ FIR (Índice de Satisfacción de Clientes de Reparaciones Posventa). Con este índice medimos 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.

**96,13**  
(97,53 La Red)

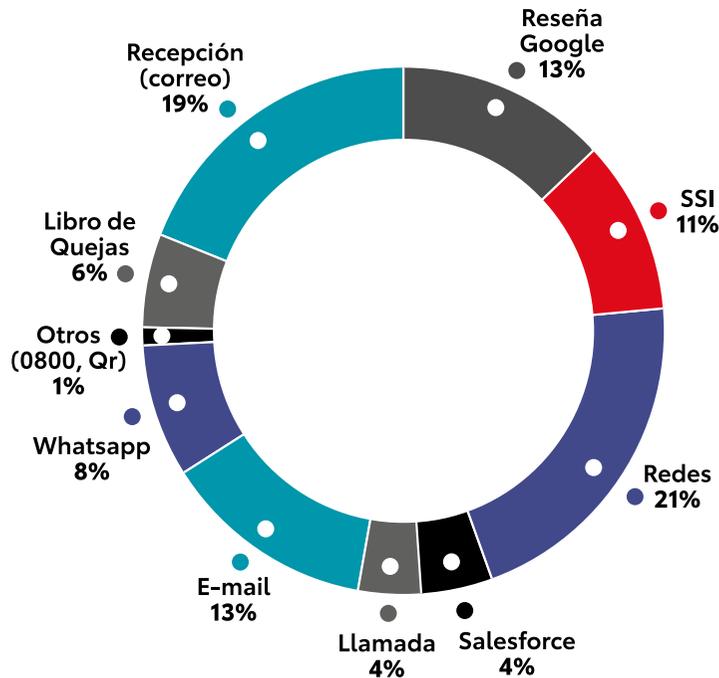
## Gestión de reclamos como parte de la escucha

2-25; 2-26

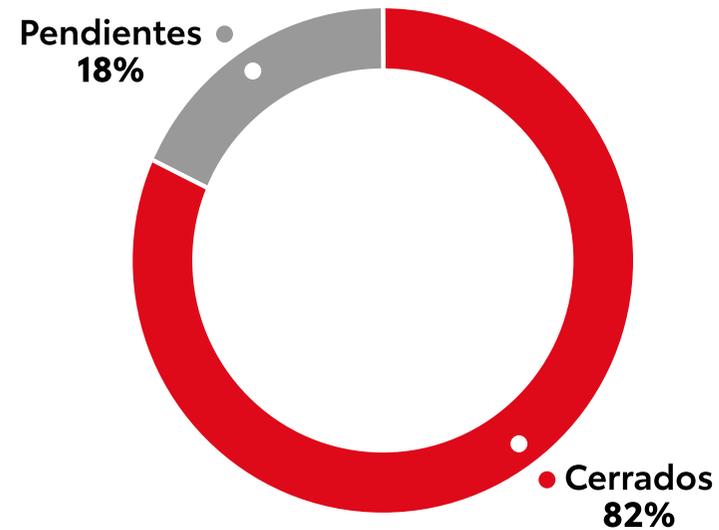
Todos nuestros canales de comunicación están disponibles para escuchar a nuestros clientes, aun si muestran disconformidad con nuestros servicios. Es la manera en la que aprendemos, revisamos y accionamos para mejorar nuestra atención.

Además de responder todos los reclamos, los gestionamos y damos seguimiento para demostrar nuestro interés por revertir la experiencia del cliente y transformarla en positiva.

Reclamos por origen - Julio 2023 a Junio 2024



Reclamos por gestión - Julio 2023 a Junio 2024



## Sensibilizar a nuestros clientes

3-3

Nuestra estrategia de sustentabilidad nos incentiva a involucrar a los clientes en las acciones que realizamos para multiplicar los resultados positivos.

### Conciencia socioambiental

Una de nuestras fortalezas como concesionario es la inversión constante en la promoción de la seguridad vial en diferentes localidades de Córdoba.

Acompañamos este objetivo con una campaña de difusión de nuestros Programas “Circular con movilidad sustentable” y “Luz verde: conduciendo hacia el futuro” sobre educación vial en las infancias tanto en los Toyota Plaza de nuestras sucursales, como en redes sociales y vía mail, realizando concursos con premios para nuestros clientes. ¿El objetivo? Dar a conocer el compromiso de Centro Motor con la seguridad en rutas y calles cordobesas, para que el impacto se contagie a nuestros clientes y sus familias.



## Compromiso con el planeta

Apuntalamos nuestra responsabilidad y compromiso con el ambiente con estrategias de sensibilización a nuestros clientes para que, juntos, cuidemos el planeta en el que vivimos.



Incorporamos a nuestra propuesta comercial modelos híbridos que reducen la generación de emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) y no producen contaminación sonora, siguiendo las tendencias mundiales.



Con Kinto también contribuimos con la disminución de emisiones de carbono, ya que se reutilizan vehículos mediante este servicio de movilidad que permite reducir la huella ambiental de nuestros clientes. Es una propuesta muy utilizada en ciudades de alta congestión vehicular.

Como detalle final, entregamos nuestros autos con regalos que tienen un valor especial: provienen de un proceso de economía circular, cada vez más estimado por la sociedad.



## Presencia activa en la Comunidad

3-3

Definimos nuestra estrategia de inversión social cuando nos adherimos al Programa de Responsabilidad Social para Concesionarios de Toyota Argentina S.A. Desde allí, trabajamos en tres focos de gestión esenciales, con los que buscamos generar un impacto positivo en nuestra comunidad.



## Economía circular, base de la sensibilización ambiental

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

Con el objetivo de hacer circular la rueda de la economía, diseñamos programas y planes de acción para llegar a nuestra comunidad con una propuesta que llame su atención y le despierte interés.

### “Circular con movilidad sustentable”

En 2023 dimos inicio a una nueva campaña para valorizar la economía circular y lograr mayor conciencia socioambiental en las próximas generaciones de futuros/as conductores/as de nuestros modelos ecológicos.

Nos centramos en dos pilares que venimos desarrollando desde Centro Motor:



#### Proceso eficiente de economía circular

Diseñamos autos y circuitos viales para dar formación en seguridad vial, a partir de la revalorización de nuestros cartones y lonas. Esta labor, la realizamos junto con la Cooperativa de Recicladores de Villa Urquiza y Sirkel, una empresa B de Córdoba.

**¿QUÉ LOGRAMOS?** Integrar la noción de economía circular al proceso de formación sobre seguridad vial en niños y niñas de diversos jardines y escuelas de localidades cordobesas.

#### Movilidad sustentable con modelos híbridos

Llevamos autos híbridos a todos nuestros eventos de RSE y contamos sobre las nuevas tecnologías en materia de movilidad y su impacto en el ambiente, tema de gran interés para estas generaciones. Lo hacemos con dos modelos, uno tradicional y otro sustentable, e instructores que explican los beneficios ambientales de estos últimos y los desafíos de Toyota para 2050.

**¿QUÉ LOGRAMOS?** Mostrar las alternativas de movilidad actual y futura que está desarrollando Toyota, cumpliendo con su compromiso de cuidar el medioambiente.



### Proyecto premiado

Tuvimos el honor de ganar el premio otorgado por Toyota Argentina en el ESG Award 2023 con este programa. Lo presentamos en Buenos Aires, ante un jurado de especialistas y con una terna compuesta por proyectos de los otros concesionarios. Fue un gran orgullo, para Centro Motor, esta distinción a su compromiso con un mundo mejor.



Para ver más sobre nuestro proyecto



## Participamos en la Cumbre Mundial de Economía Circular

Con el propósito de difundir nuestra contribución a la economía circular, el Ente BioCórdoba y la Secretaría de Ambiente Sustentable y Economía Circular de la Municipalidad de Córdoba, en 2023 nos invitaron a participar de la 3° Cumbre Mundial de Economía Circular, realizada en la ciudad.

En el panel #ExperienciasCirculares contamos la tarea que venimos realizando con los residuos de nuestros concesionarios, especialmente, con la revalorización del cartón y las lonas plásticas de los banners publicitarios. Compartimos espacio con otras empresas sustentables, de las que aprendemos continuamente y con las que compartimos buenas prácticas.

*Conocé más sobre nuestro compromiso de  
Hacer circular la historia*



## “Luz verde” para la seguridad vial

413-1

Seguimos desarrollando nuestro Programa “Luz Verde, conduciendo hacia el futuro” en el que brindamos educación sobre seguridad vial a las infancias, como principales promotoras de esto en sus hogares.

En 2023, y siguiendo la filosofía Kaizen de incorporar mejoras a las propuestas que llevamos adelante, rediseñamos este programa educativo y nos pusimos en marcha para expandir el objetivo. El desafío fue extender el alcance de nuestra propuesta, abarcando nuevas localidades y llegando a más niños, niñas, adolescentes y docentes de nuevas escuelas. Y no solo lo conseguimos con éxito en 2023. ¡Este 2024 viene con resultados espectaculares!

Objetivos	Resultados		
	2018	2023	2024 (parcial)
Niños, niñas, adolescentes y docentes impactados	200	1.630	6.620
Impacto indirecto (familiares y entorno cercano)	800	+6.100	+26.400
Alianzas generadas	2	8	8 + 4 (nuevas)

## La primera parte en 2023

Junto a funcionarios de Seguridad Ciudadana de la Municipalidad de Mendiolaza diseñamos una nueva actividad formativa pensada para la niñez. La intención del proyecto fue también ampliar el impacto en más localidades de las Sierras Chicas de Córdoba, aprovechando que las municipalidades están reunidas en un Ente Intermunicipal.

Mediante una actividad dinámica, con material didáctico ecológico y adaptado a la edad, niñas y niños conocieron y aprendieron a respetar normas viales y las consecuencias de no hacerlo. Adquirieron sensibilidad y conciencia de lo que implica la conducción responsable y tenemos la convicción de que la transmitirán en sus hogares.

Conocé más sobre nuestro programa de seguridad vial



Nuestra estrategia de  
Sustentabilidad

**Firma de convenio  
de cooperación**

Un resultado destacable fue la firma de un convenio de cooperación con las intendencias de las localidades en las que forjamos nuevas alianzas, en virtud de seguir fortaleciendo la educación vial, la conciencia social sobre el tema y una mejor convivencia en niños y niñas.

De este modo, contribuimos a posicionar la marca Toyota como compañía que apuesta a la sustentabilidad, con una nueva acción digna de imitar.



## 2024 y la regeneración

En la reactivación del Programa, al que renombramos Luz Verde Regeneración, comenzamos por buscar alianzas estratégicas en otras organizaciones y localidades. Así, pronto llegamos a las autoridades del Ministerio de Seguridad de la Provincia de Córdoba, a cargo de la Dirección General de Criminología y Seguridad Vial y la Policía Caminera, quienes nos demostraron un compromiso activo con la gestión del tema.

Esto generó una sinergia público-privada inmediata y contundente, ya que ellos también quedaron cautivados con lo realizado desde el concesionario en estos años y con la iniciativa del autito junto a su circuito de cartón.

La actividad que selló el acuerdo fue la acción conjunta realizada en la explanada de la Policía de Córdoba, con motivo de sensibilizar sobre Mayo Amarillo, un movimiento internacional para prevenir y concientizar sobre la seguridad vial. Esto se dio bajo la consigna: #mayoamarillo y coincidió con la celebración por el 16° Aniversario de la creación de la división Policía Caminera.

Realizamos varias visitas y presencias en diferentes eventos y localidades junto a nuestros aliados (nuevos y anteriores). Por ejemplo, en el Día de las Infancias, se realizaron actividades de todo tipo vinculadas a la educación y seguridad vial, en las que Centro Motor estuvo presente. La más convocante, sin dudas, fue la organizada por el Ministerio de Seguridad en un Estadio Kempes repleto de familias.

Dada la dimensión de la institución convocante, la repercusión tomó otras dimensiones, con los principales medios provinciales cubriendo los múltiples actos en los que estuvimos presentes.

A las invitaciones del Ministerio, se sumaron las del Tribunal Administrativo de Faltas de la Municipalidad de Córdoba. Con ellos, trabajamos en instancias formativas teórico/prácticas, donde se aborda el contenido del Código de Convivencia de la Ciudad de Córdoba (Ord. N°12468), que incluye el eje de tránsito y seguridad vial.



## Sensibilización interna

En nuestro NOTICEM (newsletter interno) compartimos estos logros con todo el equipo de Centro Motor, algunos de los cuales participaron activamente en la ejecución del Programa.



## Sinergia con aliados

2-28; 413-1

Aprendimos, en estos años recorridos en el ámbito de la sustentabilidad, que las alianzas con otras empresas y organizaciones son cruciales para conseguir un impacto más directo, positivo y multiplicador.

Descubrimos que el valor de las alianzas no está solo en el resultado, sino en el camino de aprendizaje que cada uno transita en ese compartir con los demás.

Nos unimos a Sirkel y la Cooperativa de Carreros para hacer nuestros audífonos y circuitos de cartón y enseñar seguridad vial a las infancias.

Junto a varios municipios de Sierras Chicas de Córdoba y sus áreas de Seguridad Ciudadana, dictamos decenas de talleres sobre educación vial. Luego se sumaron las instituciones académicas, que nos abrieron sus puertas para que impartamos la formación a tantos niños y niñas.

De a poco, nuevas invitaciones nos fueron llegando: del Ministerio de Seguridad de la Provincia de Córdoba, de la mano de la Dirección General de Criminología y Seguridad Vial, de la Policía Caminera, del Ente BioCórdoba y la Secretaría de Ambiente Sustentable y Economía Circular de la Municipalidad de Córdoba, del Tribunal Administrativo de Faltas y muchas más.

Además, nos asesora y acompaña en nuestra estrategia ESG la Consultora AR Sustentable; somos miembros del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) y formamos parte de ACTRA, la Asociación de Concesionarios Toyota de la República Argentina.



## **Dream Car: concurso de arte para la niñez**

De la mano de Toyota, abrimos Dream Car a las infancias cercanas a Centro Motor, un concurso de arte que invita a soñar con un auto, dibujarlo y participar de un premio personal y para su escuela.

En esta edición número 12, compartimos la información internamente, con nuestros equipos, para que incentiven a sus niños y niñas próximos a participar. Además, realizamos difusión por redes sociales, permitiendo que nuestros clientes sean parte de esta maravillosa experiencia.



Hacé clic para ver los resultados del concurso, a nivel nacional.



## **Automovilismo: pasión y valores del motorsport**

Centro Motor S.A. tiene una extensa historia vinculada al deporte, como promotor de valores y del desarrollo de las personas. En el Automovilismo, desde hace ya 25 años, siendo parte del equipo TOYOTA GAZOO Racing Argentina desde su origen en el TC2000, el Top Race y ahora liderando el proyecto internacional que permitió el debut de Toyota como marca a nivel mundial, en la categoría TCR.

Desde sus primeros días, en Centro Motor hemos considerado al Motorsport como una acción fundamental en su operación, tanto para el desarrollo de sus empleados como así también para la fidelización de clientes, brindándoles a través de las competencias automovilísticas experiencias que de otro modo serían imposibles de vivir.

Para hacerlo realidad, dispusimos la creación de CM Racing, la empresa responsable de la ejecución, coordinación logística y puesta en pista del equipo TOYOTA GAZOO Racing Argentina en TC2000 y Top Race, categorías en la cual ya logró campeonatos y una gran cantidad de triunfos a nivel nacional.

En este contexto, Centro Motor fue el primer concesionario Toyota fuera de Asia y Malasia en inaugurar uno de los exclusivos Gazoo Racing Garage, un espacio dedicado íntegramente al Motorsport y enfocado en los clientes y público amante del automovilismo, para que pueda encontrar allí todo tipo de accesorios y prendas exclusivas.

Continuando el desarrollo de proyectos de nivel internacional, CM Racing lideró desde sus instalaciones en la ciudad de Córdoba, con su Departamento de Ingeniería y Desarrollo, el diseño y construcción del nuevo Toyota Corolla de TCR, con el cual Toyota debutó como marca oficial en la categoría de autos de turismo más importante del mundo.

El nuevo auto fabricado en Córdoba junto a Toyota Argentina, que se convirtió en una gran novedad mundial, obtuvo su primera victoria tan sólo en la segunda competencia que participó.

**A partir de 2023, el equipo Toyota Team Argentina (TTA), perteneciente a CM Racing, continúa en la actividad con el nombre que lo vio nacer en el año 2000. TTA sigue compitiendo con Toyota Corolla de TCR en el campeonato sudamericano, actualmente conducido por el piloto Matías Rossi.**



### ***Lo que más nos motiva***

A través del Automovilismo, Centro Motor puede acercar a sus clientes vivencias únicas en los autódromos, desarrollar a su personal en el crecimiento profesional que ofrecen las diferentes áreas que se integran en el deporte motor y contribuir al desarrollo de la gama de modelos GR que Toyota ofrece en todo el mundo, creados a partir de su experiencia en los diferentes ámbitos de la competición del más alto nivel.



## Acciones especiales en días especiales

Ponemos en valor el mensaje de efemérides importantes para nuestra comunidad, interna y externa, con el convencimiento de que acompañar con un gesto, un obsequio o un simple reconocimiento sirve para concientizar sobre causas trascendentes.

 8 de marzo: Día de la mujer



 16 de junio: Día del padre



 20 de agosto: Día de las Infancias



 19 de octubre: Día mundial de la lucha contra el cáncer de mama



 25 de diciembre: Navidad

Acompañamos con un gesto a las familias que se encuentran alojadas en la Casa Ronald McDonald de Córdoba. Como cada año, les acercamos decenas de Pan Dulces para que disfruten en Navidad.



Ofrecemos, a cambio:

## El Equipo: nuestro “Centro y Motor”

3-3

Respetamos los derechos humanos y laborales con la decisión de una empresa que pone a sus valores por encima de cualquier negocio.

La visión global del Toyota Way nos mantiene alineados con la perspectiva de poner a las personas en el centro de la escena y así lo hacemos: con nuestros clientes, pero también con los equipos que motorizan las actividades que les proponemos.



**Estabilidad laboral**  
para que los equipos se concentren en sus tareas.



**Capacitación y promoción del talento**  
para que sean los mejores en lo que hacen.



**Beneficios extras**  
para que trabajen motivados.



**Cuidados para su salud y ambiente laboral**  
para una estadía diaria segura.

*Así, el resultado es fruto de una labor colectiva, en la que todos somos parte del Centro y Motor de esta compañía.*

## Conformación del personal

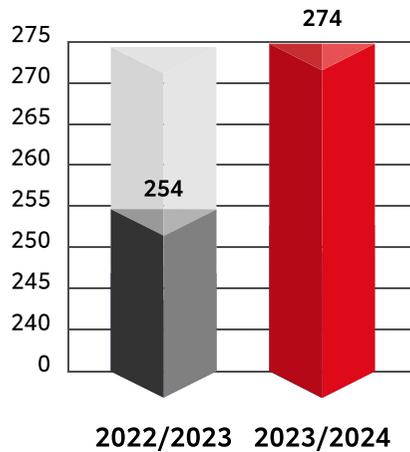
2-8; 3-3; 202-1; 405-1

Armamos equipos de trabajo heterogéneos y diversos, siempre que es posible, para sumar lo mejor de cada persona al resultado conjunto.



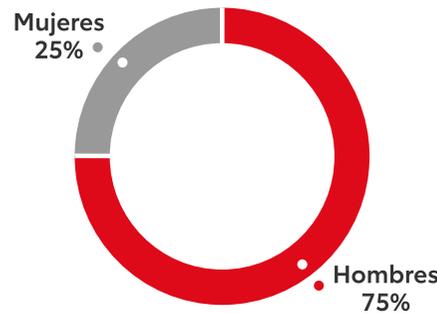
**+8%** que en período anterior

### Evolución del equipo de un período a otro

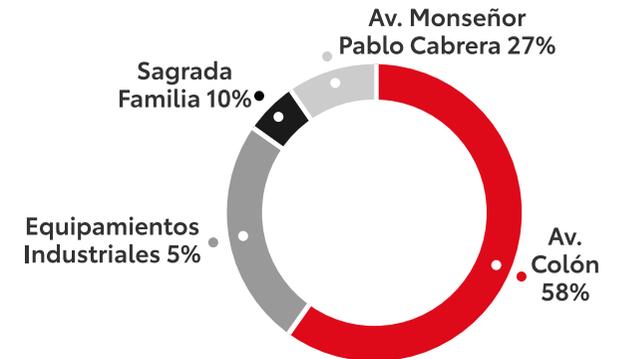


<b>99%</b> empleados permanentes	<b>99%</b> full time	<b>100%</b> de ejecutivos son locales	<b>21%</b> antigüedad de 10 a 20 años
-------------------------------------	-------------------------	--	--

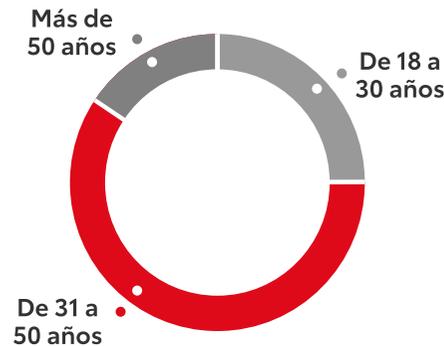
### Colaboradores/as por género



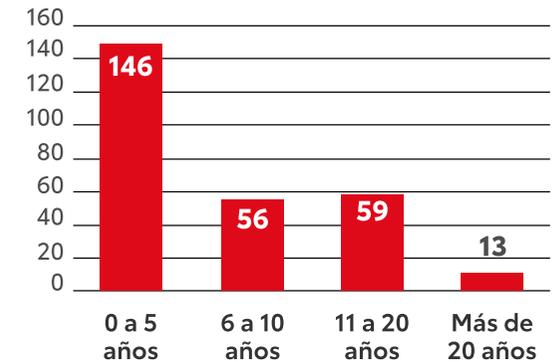
### Colaboradores/as por sucursal



### Por edad



### Antigüedad



## Las mujeres a cargo

3-3; 405-1

Somos una empresa que aprende y busca mejorar con los cambios de realidades. Por eso, tratamos de impulsar el crecimiento de las mujeres que llevan adelante Centro Motor S.A. e incorporar nuevos talentos femeninos, ofreciéndoles oportunidades a quienes se empoderan con su trabajo y profesionalismo.

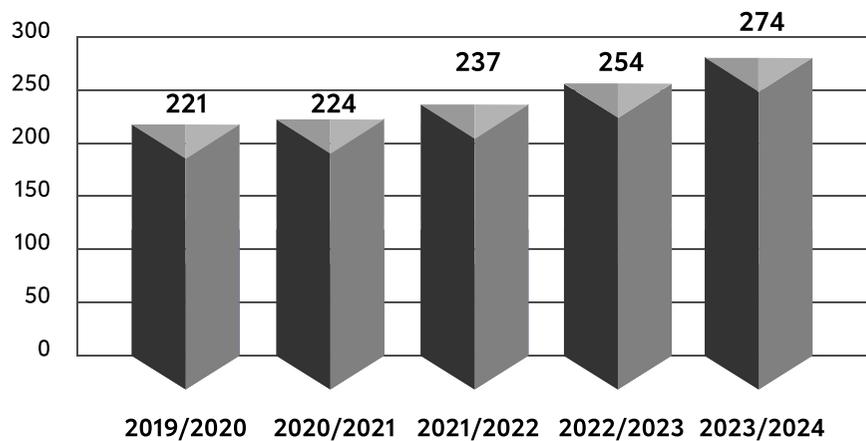


## Generamos empleo local 203-2

Nuestro principal aporte a la economía local está en la generación de empleos que creamos, año a año, para desarrollar nuestra actividad, manteniendo nuestra plantilla estable y sumando nuevos ingresos.

Sostenemos el crecimiento anual de nuestra plantilla, porque apostamos a la creación de empleo y riqueza local, con la apertura de nuestra nueva sucursal de posventa.

Crecimiento del equipo  
(de julio 2019 a junio 2024)



## Nuevas contrataciones y rotación de personal 401-1

Incrementamos nuestra plantilla para ofrecer más valor a nuestros clientes, fundamentalmente, asistiéndolos con un servicio de posventa que optimice la planificación de turnos y los tiempos de entrega.

Contrataciones	1/07/23 a 30/06/24	
	Hombres	Mujeres
Menores de 30 años	14	7
Entre 31 y 50 años	13	4
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>11</b>

**38**  
nuevos/as  
ingresantes

Rotación	1/07/22 a 30/06/23		1/07/23 a 30/06/24	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<b>Por edad</b>				
Menores de 30 años	2	2	2	2
Entre 31 y 50 años	4	4	6	4
Mayores de 51 años	2	-	4	-
<b>Por tipo</b>				
Voluntaria	6	4	7	2
No voluntaria	2	2	5	4

## Movilidad interna

Nuestro personal adhiere al convenio colectivo de ACARA-SMATA, que es el que determina las categorías laborales para cada puesto, sus condiciones de trabajo, remuneraciones, los elementos de protección personal (EPP), etc.

**13**  
búsquedas  
internas

**13**  
promociones  
a nivel superior

## Acuerdo empresa-gremio

2-30; 407-1

Los derechos laborales y humanos contemplan la libertad de asociación y agremiación del personal, el derecho de no ser discriminados, de trabajar en ambientes saludables, seguros y cuidados, la formación para ejercer sus funciones, entre otros. Todos ellos son custodiados en Centro Motor, en virtud de su protección y respeto.

**93%**  
del personal bajo  
convenio colectivo

**4**  
representantes  
gremiales  
(3 hombres /  
1 mujer)

**99%**  
colaboradores  
permanentes cubiertos  
por seguridad social

## Ambiente saludable y seguro

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

Cuidamos a nuestra gente cumpliendo la Ley 19.587 sobre Higiene y Seguridad Laboral, sus decretos y resoluciones complementarias, la cual garantiza los recaudos que debemos tomar obligatoriamente.

A través de una consultora en Higiene y Seguridad ocupacional recibimos asesoramiento continuo para la implementación de nuestro sistema de gestión. El mismo, no solo respeta la normativa y disposiciones provinciales, sino que también incluye un cronograma de actividades que revisamos en forma permanente para su control.

Nuestros concesionarios cuentan con:

➤ Área protegida por una empresa de salud y emergencias reconocida en la provincia.

➤ De ser necesario, un médico que asiste a nuestros colaboradores y les brinda atención de salud.

Buscamos, siempre, la prevención de riesgos en tareas, operaciones y actividades. Para ello, propiciamos que los espacios se encuentren en óptimas condiciones de Higiene y Seguridad, con los sectores limpios y ordenados, siguiendo las directrices específicas para cada caso.

La Aseguradora de Riesgos de Trabajo (ART) que contratamos es constante en sus inspecciones y, tal como esperamos, nos avisa sobre posibles riesgos o irregularidades, aunque no es muy habitual encontrarlos.



**100%**

planta permanente cubierta según legislación de la seguridad social.



**100%**

personal tercerizado (limpieza y vigilancia) cubierto según legislación de la seguridad social que incluye una ART.



## Identificación de peligros y riesgos

403-2

Implementamos la matriz de riesgo IPVR (Identificación de peligros y Valoración de Riesgos), la cual contempla todas las tareas que se realizan en la empresa, puesto por puesto. Dicha matriz incluye la medición de los índices de gravedad, estimado en virtud del peligro del accidente en caso de que ocurriera, y de probabilidad de riesgo, considerándolo crucial para la determinación de variables que definen el valor del riesgo donde ocurra (en infraestructura, procedimientos de trabajo, comportamientos de cada persona, capacitación, etc.).

De esta manera, los riesgos se priorizan por tipo de tratamiento. Primero se colocan los “intolerables” hasta llegar al nivel más bajo que sería “aceptable”. Con esta modalidad de determinación, junto con la consultora confeccionamos un plan de acción que nos permita dar tratamiento a cada riesgo, dejándolo en el nivel más bajo. El plan incluye, además, las tareas que se deberán introducir para su optimización, con la asignación de responsables y plazos de ejecución manifestados en un cronograma.

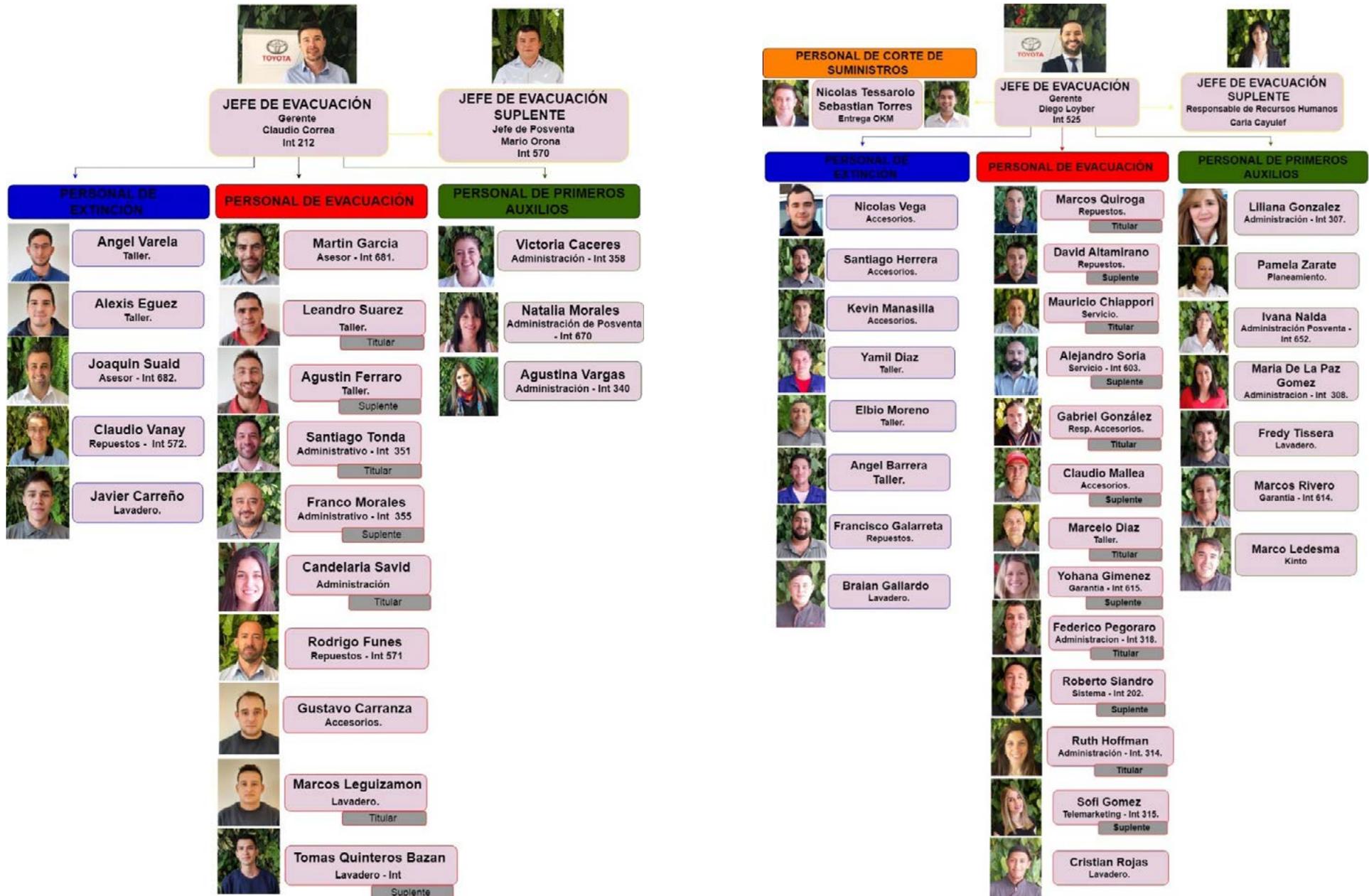
Por su parte, todo colaborador está obligado a dar aviso a su supervisor en caso de detectar un posible riesgo para que éste se comunique con los encargados de Higiene y Seguridad de la compañía. Esto, a efectos de evaluar rápidamente la intervención e introducirlos en el plan de acción.

## Participación del personal

403-4

Un Comité de Seguridad y Salud Ocupacional es el encargado de reunirse trimestral o cuatrimestralmente con la Consultora contratada para dar seguimiento a los temas de Higiene y Seguridad. En dichas reuniones, se tratan y verifican diferentes situaciones ocurridas en ese lapso, y se prepara el plan de prevención y acción específico.

Contamos con una Brigada de Evacuación y otra de Primeros Auxilios, las cuales prestan especial atención a los eventos que puedan ocurrir, para actuar en caso de emergencias.



## Aprender a salvar vidas

403-4; 403-5; 403-6

En este período, incrementamos las horas de capacitación en salud, higiene y seguridad laboral sobre todo el personal, a los fines de dotarlos de herramientas y técnicas que les permitan enfrentar accidentes y riesgos. El propósito de esta acción no es solo sensibilizar sobre el asunto desde la prevención; también queremos que adquieran los conocimientos para aprender a actuar dentro y fuera de nuestros concesionarios.

### ENCUENTROS Y CAPACITACIONES



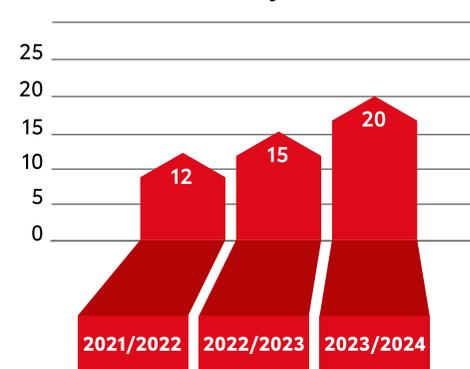
#### HYS - Brigada de Primeros Auxilios

Junto a la ART, ponemos a disposición de nuestro plantel más vinculado con la salud y seguridad una plataforma de aprendizaje multimedial (Campus Físico de PREVENET), con una gran variedad de propuestas de formación, para que cursen las que más les interese y sirva.

Dictamos formaciones generales y específicas por áreas y funciones que realizan dentro de la empresa:

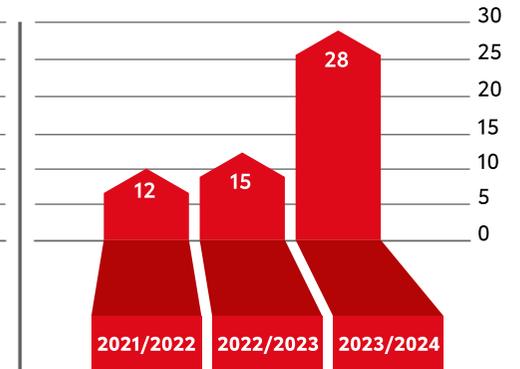
- Actuación ante siniestros.
- Plan de respuesta ante emergencias, reanimación cardiovascular y Primeros Auxilios.
- Prevención y extinción de incendios.
- Control a exposición de contaminantes químicos.
- Cuidado de la voz.
- Ergonomía.
- Elementos de Protección Personal.
- Evacuación.
- Técnica y manejo defensivo.
- Buenas prácticas y manejo de autoelevador.
- Otros

Evolución: cantidad de cursos sobre SySO



+33%

Cantidad de horas totales de formación

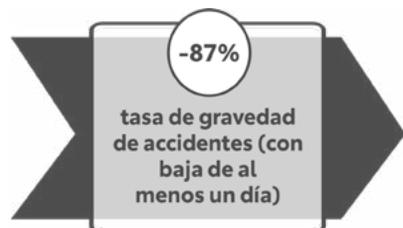


+86%

## Accidentes en el período

403-9; 403-10

El incremento en las horas de formación sobre temas referidos a la salud y seguridad ocupacional tuvo su repercusión en los resultados del período:



<b>Accidentes y días perdidos</b>	2021/2022	2022/2023	2023/2024
Número de accidentes con baja de al menos un día	11	15	9
Número de días perdidos por accidentes de trabajo	161	303	88
Tasa de frecuencia de accidentes con baja de al menos un día (basado en el número total de horas trabajadas)	20,28	130,17	33,5
Tasa de gravedad de accidentes con baja de al menos un día (basado en el número total de horas trabajadas)	0,029	2,62	0,33
Número total de horas perdidas por accidentes y enfermedad	1,288	2,424	704
Víctimas fatales	0	0	0

## Promover el crecimiento con formación

3-3; 404-1; 404-2



Nos profesionalizamos y entrenamos continuamente a efectos de brindar la mejor atención al cliente. Buscamos formar a cada colaborador/a en su tarea para que siempre sepa lo que debe hacer y pueda complementarse con el resto de equipo, en virtud de lograr un resultado de excelencia, colectivo. Capacitamos permanentemente al personal de Taller, junto a Toyota Argentina S.A., que cuenta con los conocimientos técnicos necesarios y actualizados para que su desempeño se vea reflejado en los arreglos de los vehículos de la marca.

Los equipos de Venta y Posventa que mantienen un vínculo cercano con el cliente, también reciben formación específica, a los fines de prepararlos para que brinden información clara, precisa y conveniente a nuestros usuarios.

Otras capacitaciones que ofrecemos en el período se relacionaron con la comunicación asertiva, el medioambiente, inducciones a la empresa y demás.

Horas de formación al año por empleado	2022/2023		2023/2024			
	Horas	Participantes	Horas	Participantes	Hombres	Mujeres
Ventas	116	582	861	326	173	
Posventa	445	51	1830	104	12	
Generales (incluye Inducción, Higiene y Seguridad, Comunicación)	46	243	835	378	65	
<b>Totales</b>	<b>607</b>	<b>876</b>	<b>3.526</b>	<b>808</b>	<b>250</b>	



TOYOTA PLAN ADM. 3 - MATIAS. S



POSVENTA: AS. SERVICIO - FRANCO M



TOYOTA PLAN ADM. 2 - SANTIAGO. T



MANEJO DE AUTOELEVADORES

**CAPACITACIONES**



**CAPACITACIONES EN TOYOTA ARGENTINA**

TOYOTA PLAN: "VENTAS 3"



COLABORADOR: FACUNDO TISEIRA

POSVENTA: "ASESORES DE CITAS M2"



COLABORADOR: GASTON QUIÑONES

POSVENTA: "TEAM GP G3 I"



COLABORADOR: AGUSTIN FERRARO

## Empezar por arriba

2-17

Desde 2023 que venimos llevando adelante un programa de entrenamiento para Gerentes y Mandos Medios que permite trabajar sobre las habilidades de liderazgo de quienes gestionan los equipos de Centro Motor S.A. y participan en la toma de decisiones.



## Acompañar a los nuevos ingresantes con inducción

A quienes ingresan a Centro Motor les ofrecemos talleres de inducción, con el objetivo de enseñarles lo fundamental de la empresa y la marca, su cultura y filosofía.

Esta instancia va acompañada de un kit de bienvenida que les entregamos para que inicien su trayecto profesional alineados a la compañía.

Además del video sobre la historia de Toyota, les facilitamos información de la estructura y funcionamiento de los concesionarios, incluyendo nuestro diferencial clave: la política ambiental que cumplimos desde la empresa y de la que, esperamos, se apropien rápidamente.



## Evaluamos el desempeño

3-3; 404-3

**Todo el personal<sup>2</sup>**  
(con un año de antigüedad)  
**es evaluado en su desempeño**

Medimos el desempeño de nuestros equipos para retener a nuestros talentos y darles feedback sobre su labor, a efectos de que puedan aspirar a diversas oportunidades de crecimiento que ofrecemos. Lo hacemos en conjunto con una consultora externa, que contribuye a garantizar la objetividad del proceso, mediante una plataforma en la que se aloja la información y los resultados.

**Para Centro Motor, el objetivo de la Evaluación de desempeño es fortalecer, mejorar y optimizar el desarrollo de las personas.**

Utilizamos los estándares de Estilo de Movilidad para poder ajustar los perfiles y reorganizar la plantilla, en virtud de sacar lo mejor de cada persona y ubicarla donde pueda demostrar sus competencias. Esto nos permite otorgar más eficacia en el proceso y proporcionar mayores oportunidades de crecimiento.

La evaluación se realiza de forma anual con seguimiento semestral. Se divide en etapas, iniciando el año con el personal de Posventa, mientras la segunda mitad del año es aplicada por tramos: Administración Contable, Kinto, Administración de Ventas, Planeamiento, Marketing, Usados, Toyota Plan, Venta Convencional y Recepción. Además, en el medio, incluimos revisiones intermedias, con reuniones de progreso, donde efectuamos un balance de lo acontecido en ese período.

El proceso finaliza con una devolución individual a cada colaborador/a y un plan de acción que permita reducir las brechas de desarrollo y accionar sobre las debilidades y fortalezas identificadas ya que tenemos en claro que la gestión del desempeño impacta directamente sobre los resultados de la encuesta de clima laboral.

<sup>2</sup> No incluye Gerentes ni Equipos Industriales.

## Clima interno

Realizamos, junto a Toyota Argentina, encuestas sobre clima laboral de trabajo para dar mayor confort a nuestros equipos y tomamos medidas correctivas, empezando con entrenamientos para líderes y otras acciones que nos permitan la mejora continua.

En este período se implementó el sexto formulario de mejores prácticas para concesionarios, que tiene como requisitos la obligatoriedad de la respuesta, que sea personal y anónimo.

## Beneficios extras

201-3; 401-2

Cumplimos con la ley al ofrecer cobertura social (obra social y aportes previsionales) y laboral, mediante la Aseguradora de Riesgos de Trabajo (ART). Pero, además, contemplamos múltiples propuestas extras, voluntarias, para reconocer el compromiso de los equipos con Centro Motor, su dedicación y el tiempo de calidad que entregan para realizar su actividad y hacer felices a los clientes.

Desde 2023,  
entregamos una  
ayuda económica  
mensual para  
colaboradores/as  
con hijos/as de  
hasta 18 años  
con discapacidad.

Utilizamos los resultados de clima interno y la evaluación de desempeño para adicionar beneficios extras a nuestros equipos. Entre los más destacados se encuentran:

- Día de cumpleaños libre.
- Celebraciones varias: Día del Mecánico, Día del Trabajador, son jornadas no laborales.
- Sorteos de productos de GR Garage y otros regalos, etc.
- Entrega de cajas navideñas para las fiestas de fin de año.
- Kit escolar para colaboradores/as con hijos/as en edad escolar.



## Comunicación interna: un vehículo de entendimiento

2-29

Fomentamos la comunicación interna para promover el diálogo y la apertura de conversaciones de valor. Explicar a cada persona lo que se espera de ella y generar un vínculo con los equipos de trabajo es la base para entender los objetivos de la empresa y la misión de su puesto.

Toda persona que trabaja en Centro Motor puede acudir a su superior, a la Gerencia de Recursos Humanos o a la Dirección cuando considere necesario que se trate una situación particular. Las relaciones se construyen en base a la transparencia y a la confianza en quienes hacemos, de ésta, una compañía que respeta a sus colaboradores/as.

La incorporación de nuestro NOTICEM, el newsletter interno que utilizamos desde 2023, es una vía de comunicación que aprovechamos para mostrar los resultados de cada área y que éstos no solo se visualicen, sino también se maximicen.

Tenemos la convicción de que las buenas noticias y los logros individuales y colectivos transmiten buenos ejemplos toda empresa.



OFICINAS ABIERTAS



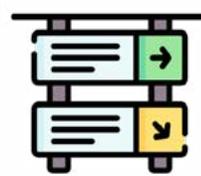
REUNIONES DE EQUIPO



MAIL Y TELÉFONO



GRUPOS DE WHATSAPP



CARTELERÍA FÍSICA Y MONITORES

# Ambiente que cuidamos



## Marco de actuación

3-3; 2-23

Somos una empresa que prioriza la gestión respetuosa del medioambiente. Por esta razón, contamos como diversos instrumentos que nos diferencian del resto de las automotrices, tales como:



Todo ello se enmarca dentro del 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 aspira a reducir el impacto ambiental negativo de la fabricación y conducción de los vehículos de la marca.

## DESAFÍO MEDIOAMBIENTAL TOYOTA 2050



## Política ambiental

2-23

Nos sirve para articular todas las acciones ambientales hasta su implementación.

<b>POLÍTICA 1</b>	<b>POLÍTICA 2</b>	<b>POLÍTICA 3</b>
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.
<b>POLÍTICA 4</b>	<b>POLÍTICA 5</b>	<b>POLÍTICA 6</b>
Brindar los recursos necesarios par implementar, mantener comunicar y hace 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.

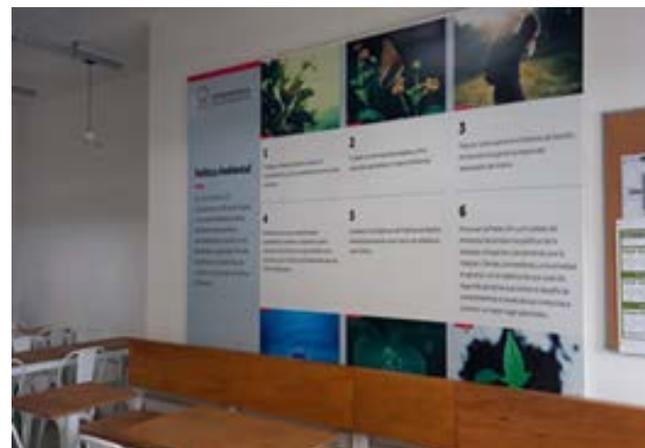
## Que todos la conozcan

3-3

Revisamos la Política periódicamente, como así también, el Manual de Operación Medioambiental del que disponemos para su correcta aplicación.

A su vez, buscamos difundirla por diversos canales de comunicación con el objetivo de que toda persona que se acerque a Centro Motor sepa de ella. La compartimos públicamente en nuestro sitio web y forma parte de nuestros espacios de trabajo, en lugares visibles para colaboradores y clientes.

También incorporamos comunicaciones y tips ambientales que enviamos, en forma mensual, a la totalidad de nuestros equipos de trabajo, dentro del newsletter institucional e interno de la empresa (NOTICEM).



## 4 PAPEL TIPS para hacer un uso eficiente todos los días

Podemos reducir el impacto que tiene el uso de este recurso haciendo un uso eficiente del mismo. Adoptando las siguientes prácticas en cualquier entorno donde nos encontremos vamos a contribuir a la preservación del ambiente en el que vivimos.

- 1 Utilizá papel o imprimi solo cuando sea necesario.
- 2 Podemos usar documentos electrónicos para evitar impresiones. Usando archivos digitales, tendrás orden y almacenamiento a tu gusto.
- 3 Si es necesario imprimir, asegúrate de imprimir en ambas caras del papel, de cómo hacerlo algún compañero o el área de soporte puede ayudarte!
- 4 Separá los papeles y cartones del resto de los residuos para permitir su reciclado.



## 5 ENERGÍA ELÉCTRICA TIPS para REDUCIR su consumo

Sin darnos cuenta, consumimos más energía de la que realmente necesitamos. El consumo eléctrico afecta al medio ambiente y nosotros podemos tomar acciones que pueden ayudar a mitigar estos efectos que su producción genera.

- 1 Si no las utilizás, apagá las luces y si no es necesario no las enciendas.
- 2 Luego de culminar tus actividades apagá computadora y monitor.
- 3 Dejá los equipos en estado de suspensión o en estado de hibernación cuando te alejes de él por tiempos considerables (almuerzos o reuniones).
- 4 Si nadie estará presente apagá el aire acondicionado.
- 5 Al usar el aire acondicionado ajustá el termostato en 24°C (verano) y 20°C (invierno) para mantener el ambiente en condiciones confortables.



## POLÍTICA APAGADO DE LUCES / AIRE / ETC.



En marco de nuestra Política de Gestión Ambiental queremos recordar nuestro compromiso con el uso sostenible de los recursos naturales.

Por ello es importante que tengan en cuenta que cada empleado deberá ocuparse de apagar los equipos eléctricos con los cuales desempeña sus tareas, ya sea diariamente o en forma eventual (computadores, monitores, máquinas eléctricas, etc). Así mismo apagar luces y aires acondicionados cuando éstos no sean necesarios o no estén en uso, desenchufar cargadores, herramientas eléctricas ,etc.

- ✓ El personal administrativo deberá apagar computadoras y monitores cuando finalice la jornada laboral, cuando el equipo no esté en uso o cuando no se encuentren en el lugar.
- ✓ En oficinas, talleres externos, etc., la responsabilidad del apagado de equipos eléctricos, aires acondicionados y luces será de la persona que se encuentre trabajando en el lugar.
- ✓ En zonas de clientes o con muchos colaboradores se define como responsables del apagado a los jefes de cada área, personal de limpieza y receptionistas en el salón de ventas.
- ✓ El personal de guardia deberá recorrer todos los sectores del concesionario posterior al cierre, para chequear que los equipos de aire acondicionado y luces se encuentren apagados.
- ✓ Los aires acondicionados deben mantenerse entre 23 y 26 grados tanto en invierno como en verano.

**Asumimos compromisos**

2-23

En Centro Motor 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

Nuestro Sistema de Gestión Ambiental está certificado por las Normas ISO 14001 desde 2004, que mantenemos vigente con las recertificaciones correspondientes. La última Auditoría fue en 2021 y tiene validez hasta abril de 2025.

En 2020, incorporamos el concesionario de Monseñor Pablo Cabrera.



**Somos uno de los primeros concesionarios de Latinoamérica en Certificar ISO 14001 para nuestro Sistema de Gestión Ambiental.**

Esta certificación se complementa con el compromiso ambiental que todos los concesionarios de Toyota tenemos para con la marca. De esta manera, podemos controlarlos y darles seguimiento continuo.

Llevamos adelante autoauditorías periódicas en virtud 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.



En el año 2023 se realizaron una auditoría interna y otra externa, esta última a cargo de DNV (ente certificador de ISO 14001), en virtud de detectar riesgos ambientales y reducir su impacto.

Anualmente, asimismo, completamos las dos autoevaluaciones del programa DERAP, logrando el cumplimiento de todo lo requerido.



### **Programa EcoDealer de Toyota**

3-3; 302-5

Formamos parte de **EcoDealer**, el programa creado por Toyota para su red de concesionarios, con el que promueve la aplicación de acciones de concientización sobre el cuidado del ambiente a nivel mundial.

Consta de tres niveles de certificación progresiva (**BLUE**, **YELLOW** y **GREEN**), con ítems que deben ser cumplidos para alcanzar la certificación y avanzar de nivel.

Durante el período reportado, mantuvimos el nivel **BLUE** en el concesionario de Av. Colón, mientras trabajamos en los ajustes necesarios para poder avanzar y certificar el nivel Yellow en el año 2025.

Por otro lado, si bien en Monseñor Pablo Cabrera aún no contamos con certificación, estamos finalizando las obras e inversiones solicitadas para conseguirla. El objetivo es completar la certificación antes de cerrar el 2024, gracias a las mejoras que ya venimos implementando:

- **Instalación de sensores de movimiento en las siguientes áreas:**
  - Baño de clientes (planta baja)
  - Sala de motores
  - Vestuarios del taller
  - Pasillos del subsuelo
- **Instalación de una caja protectora de termostato con llave en el salón.**

- **Instalación de 3 griferías de corte automático:**
  - 2 en los baños del taller
  - 1 en el baño de lavadero y accesorios (subsuelo)
- **Instalación de 3 inodoros con mochila dual:**
  - 2 en los baños del taller
  - 1 en el baño de lavadero y accesorios (subsuelo)
- **Adquisición de más tachos de basura para una mejor clasificación de residuos en todo el concesionario.**

Estamos altamente comprometidos con la obtención de estas certificaciones que nos ayudan a incluir nuevas mejoras ambientales en nuestros concesionarios, de la mano de una mayor concientización de los equipos sobre el cuidado del ambiente, con acciones cotidianas.



## Principales impactos ambientales

3-2

En relación al cuidado del planeta, centramos nuestra gestión y recursos en los siguientes temas materiales:



Consumo de agua



Energía



Emisiones



Generación de residuos

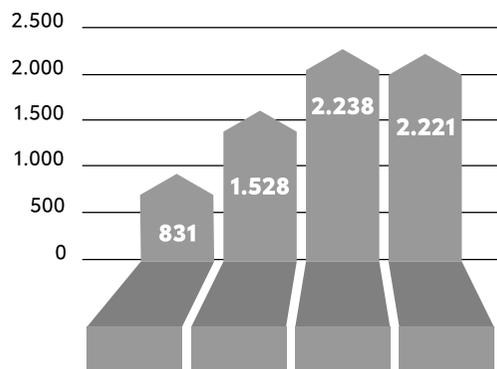
## Consumo de agua

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

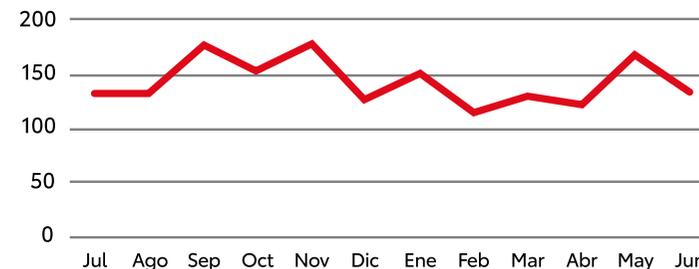
Usamos agua de red de la ciudad para nuestro principal consumo que es en los lavaderos. La nueva sucursal de Av. Sagrada Familia aún no posee un medidor provisto por la empresa de servicio provincial. Sin embargo, tenemos previsto instalar uno propio para poder gestionar correctamente el control de consumo, a partir de noviembre de 2024.



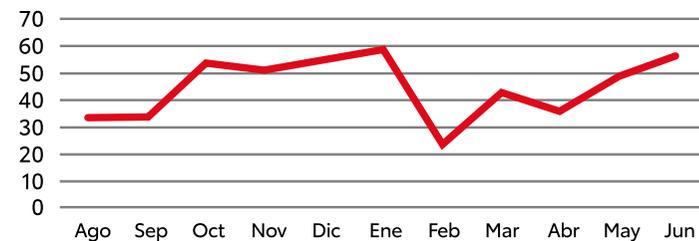
Evolución consumo de agua en m3



Consumo de agua (m3) Av. Colón 2023/2024



Consumo de agua (m3) Av. Monseñor Pablo Cabrera 2023/2024



## Toyota Washing Standard Operation

Aplicamos diversas estrategias para la permanente optimización del consumo de agua. 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.

Dicho proceso permite:

- Lograr una operación estándar.
- Tomar las contramedidas necesarias.
- Cumplir con las expectativas del cliente.
- Mejorar el índice de calificación de limpieza del vehículo de los clientes.



**Nuestros 3 concesionarios alcanzaron la certificación TWSO en este período.**

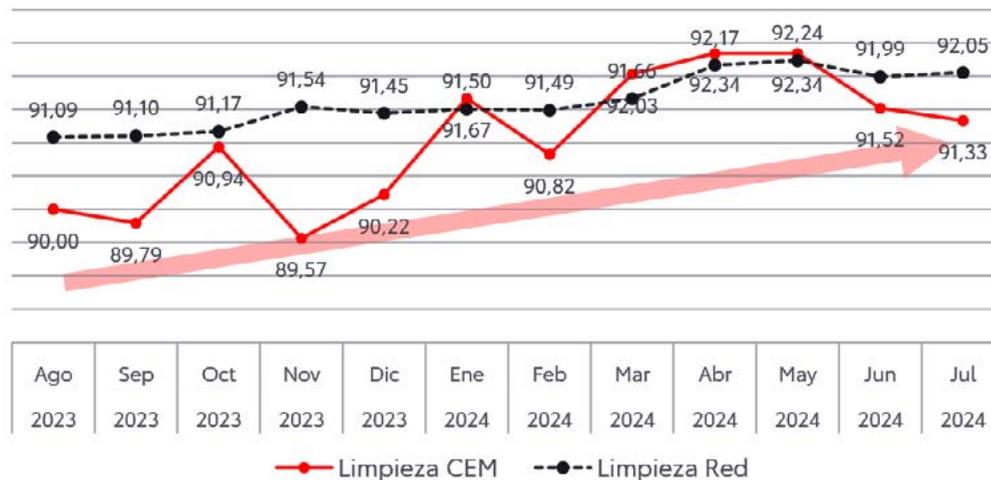


**Reporte de certificación**

Durante 2023 se comenzó a trabajar sobre el Kaizen de lavado de Centro Motor. El CSI pasó de un promedio de: 90,10 > 91,88 (analizando los últimos 12 meses, incluidos desde agosto de 2023 a junio de 2024). Durante el Kaizen se trabajó sobre el proceso para incluir puntos de calidad mencionados por los clientes en las encuestas.

La SOP utilizada en las tres sucursales de Centro Motor es la misma salvo detalles por ubicación de herramientas.

CSI - Limpieza del vehículo CEM-C



**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.

**Tratamiento de los efluentes**

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, ahora, también de Av. Sagrada Familia. Estos efluentes son volcados a la red de saneamiento municipal de Córdoba para lo cual contamos con autorización.

En los concesionarios tradicionales se hicieron nuevas cámaras de tratamiento previo al volcado que constan con la habilitación municipal correspondiente.

Por su parte, una empresa autorizada se encarga de recuperar y retirar los barros que producimos para su tratamiento como residuo peligroso.

## Principales materiales utilizados

3-3; 301; 301-3

Para la gestión de oficina y ventas, utilizamos diferentes materiales, insumos y equipamiento 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.

Concepto	Unidad de medida	Cantidad anual 2022/2023	Cantidad anual 2023/2024
Papel impresión utilizados en oficinas	Kg.	3.421	5.025
Descartables (vasos)	Unidades	64.923	49.665
Cartuchos de impresión	Unidades	70	86
Mobiliario	Unidades	157	-
Equipos de computación	Unidades	15	81
Celulares	Unidades	6	11
Botellas Pet Toyota Plaza	Unidades	s/d	19.416
Latas de gaseosas Toyota Plaza	Unidades	s/d	10.006
Bolsas fiselina	Unidades	3.000	3.500
Banners	Unidades	3	7

## 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 reutilizados 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.

<b>Residuos peligrosos Av. Sagrada Familia*</b>		Retiro real Kg 2023/2024	Disposición final con certificación
SÓLIDOS Kilogramos	Sólidos contaminados con hidrocarburos	250	Quimiguay SA
	Barros del lavadero	0	IBS Córdoba
Kg. totales		<b>250</b>	
LÍQUIDOS Litros	Aceites	1.500	Quimiguay SA

<b>Residuos peligrosos Av. Colón</b>		Retiro real Kg				Disposición final con certificación
		2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
SÓLIDOS Kilogramos	Sólidos contaminados con hidrocarburos	13.253	9.883	10.332	54.980	Quimiguay SA
	Barros del lavadero	140.330	44.540	92.860	71.640	IBS Córdoba
	Baterías	2.000	2.000	2.000	2.000	Ecotecnia
Kg. totales		<b>155.583</b>	<b>56.423</b>	<b>105.192</b>	<b>128.620</b>	
LÍQUIDOS Litros	Aceites	87.995	61.976	71.590	23.760	Quimiguay SA

<b>Residuos peligrosos Av. Monseñor Pablo Cabrera</b>		Retiro real Kg				Disposición final con certificación
		2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
SÓLIDOS Kilogramos	Sólidos contaminados con hidrocarburos	2.027	2.623	2.970	3.040	Quimiguay SA
	Barros del lavadero	14.860	13.360	7.980	21.260	IBS Córdoba
Kg. totales		<b>16.887</b>	<b>15.983</b>	<b>10.950</b>	<b>24.300</b>	
LÍQUIDOS Litros	Aceites	14.800	23.960	17.650	21.825	Quimiguay SA

\*En esta sucursal empezamos a realizar el retiro de residuos a partir del mes de junio 2024 dado que, hasta esa fecha, se trasladaban a Av. Colon para ser retirados.

## Residuos de las 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 al 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 posee 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.

Concepto	2022/2023	2023/2024	Retira	Disposición Final	Tratamiento
<b>Residuos no peligrosos</b>					
Papel y cartones (facilitamos su reciclado, separándolos en origen del resto de residuos)	8.000Kg.	9.500 Kg.	Cooperativa de Recicladores Los Carreros - Villa Urquiza -	Federación de Cartoneros de Córdoba	Planta de reciclado de la Federación
Cartones seleccionados (mejor calidad)	-	-		Ondulé y Sirkel Empresas B	Transformados en juguetes y packaging para Centro Motor S.A. y otros productos
Botellas Pet Toyota Plaza	-	19.419 unidades	Cooperativa de Recicladores Los Carreros - Villa Urquiza -	Ecopet Coca Cola Andina	Reciclado
Latas de gaseosas Toyota Plaza	-	10.006 unidades			
Banners	2 unidades	2 unidades	AR Sustentable	Reutilización para actividades con la comunidad (capacitación en seguridad vial)	Reciclado y reutilización
<b>Residuos peligrosos</b>					
Cartuchos de impresión (los que no se pueden recargar, son entregados para su disposición final)	21 Kg.	40 Kg.	Quimiguay (retiro con certificación final)	Roitech	Dstrucción

## Residuos sólidos urbanos (RSU)

Contratamos el servicio de Cormecor para el tratamiento y disposición final de los RSU que generamos.

Esto nos permite cumplir con el plan integral de gestión de residuos sólidos urbanos establecido por la ciudad de Córdoba ya que dicha empresa cuenta con habilitación de la Municipalidad para este fin.

Además, estamos gestionando el registro de nuestros concesionarios en la nómina municipal de Grandes Generadores, proceso de inscripción que iniciamos en 2023.

## Camino a la eficiencia energética

3-3; 302-1; 302-4

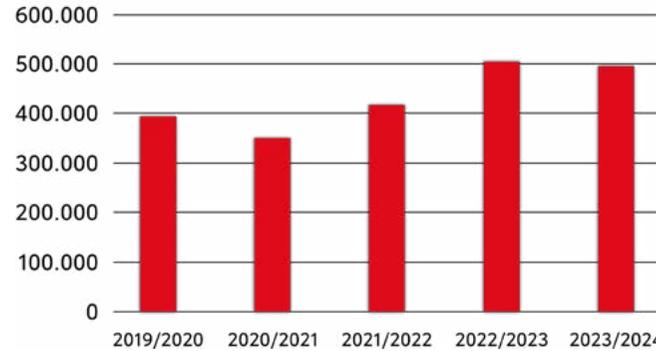
Nuestro consumo energético prioritario es de electricidad que adquirimos al sistema de interconexión del Estado. Desde fines de 2023 contamos con lámparas led recargables con luz solar en el estacionamiento de Av. Colón, que nos permiten reducir el consumo eléctrico y ser más eficientes. En este concesionario también utilizamos gas natural.



### Energía eléctrica

Luego de la pandemia se normalizó el consumo eléctrico de los últimos años. Sin embargo, las medidas de ahorro y eficiencia tomadas en el último período surtieron su efecto y hubo una leve disminución en el consumo de ambos concesionarios, con un total que no llegó a los 500.000 kwh (frente a 505.994 kwh del período anterior).

Evolución consumo total de energía eléctrica\*

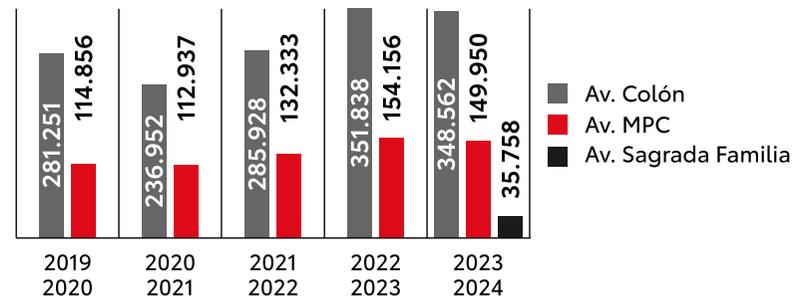


\*No incluye sucursal Av. Sagrada Familia.

Entre las medidas que venimos implementando, a efectos de lograr un uso racional de la energía eléctrica, se encuentran: el apagado de luces, computadoras y monitores cuando no hay personal trabajando con ellos, el uso de los aires acondicionados en niveles apropiados y el cambio de luminaria de nuestras playas de estacionamiento de Av. Colón.

Asimismo, a este Reporte se suma la sucursal de Av. Sagrada Familia que, en enero de 2024, recién recibió el alta en la empresa de energía provincial y es, a partir de allí, que pudimos medir nuestros consumos.

Evolución consumo energía eléctrica por Concesionario



## Consumo de gas natural

302-1

Contamos con gas natural solo en el concesionario de Av. Colón. En este último período, hubo un aumento en el consumo del 11,5%, pasando de 829 a 925 m3.

## Intensidad energética

302-1; 302-3

Para estimar la intensidad del consumo energético y medir su eficiencia en la organización, tomamos la energía que se consume por unidad de actividad. Para calcular este valor, utilizamos el consumo total de energía / TUS de posventa.

Consumo energético total	Electricidad Kwh año de los concesionarios	Gas Natural m3 conversión a Kwh*		Total consumo energético en Kwh	Variación	TUS Posventa	Intensidad energética Kwh/TUS
		m3	Kwh				
2019/2020	396.107	184	2.153	396.341		23.717	16,71
2020/2021	349.889	533	6.236	358.044		20.512	17,46
2021/2022	418.261	1.200	14.044	432.305	17%	24.032	17,99
2022/2023	505.994	829	9.699	510.989	15%	25.438	20,09
2023/2024**	534.270	925	10.823	545.093	7%	25.126	21,7

\* Cada m3 de gas natural corresponde a un Poder Calorífico Superior (PCS) de 11,70 kWh aproximadamente.

\*\* Incluye el consumo eléctrico del nuevo concesionario de servicios de Av. Sagrada Familia.

La variación con respecto a la última medición no llega a ser de un punto. Para estimarlo, se tomó en cuenta el consumo total de energía, incluyendo la nueva sucursal, lo cual explica el aumento de la intensidad energética, pese a que los otros dos concesionarios lograron reducir su consumo de electricidad.

## Huella de carbono

3-3; 305-1; 305-2

El carbono neutro en la operación es un desafío que Toyota nos propuso, para 2050, a toda



su cadena de valor. Por tal motivo, nos venimos capacitando en la temática con el objetivo de aprovechar los indicadores que recabamos continuamente 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 las provenientes del consumo de energía eléctrica adquirida (Alcance 2) y las generadas en mucho menor medida por el consumo de gas natural (Alcance 1).

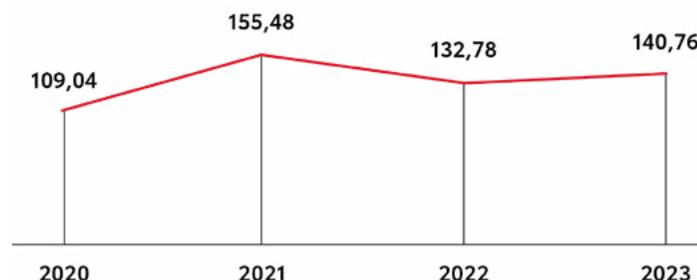
Cambios en el cálculo de emisiones:

Se consideran las emisiones de electricidad y gas natural por año calendario y no por el periodo del ejercicio económico que va de julio a junio del año siguiente. 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.

### Alcance 2: Emisiones generadas por consumo de electricidad

Calculado sobre consumos Kwh por año calendario	2020	2021	2022	2023
tCO2/Kwh emitidas	109,04	155,48	132,78	140,76

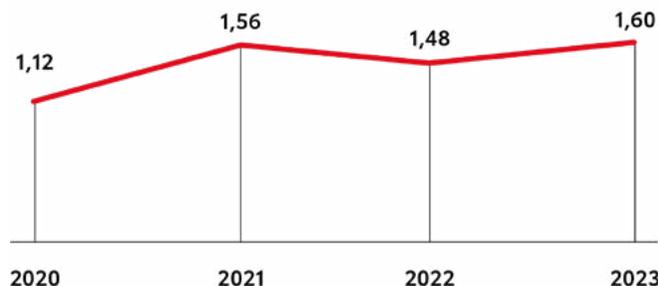
tCO2/kWh emitidas por consumo de energía año calendario



### Emisiones por consumo de gas natural por año calendario (Sólo CM Av. Colón)

Calculado sobre consumos de m3 por año calendario	2020	2021	2022	2023
Total emisiones tCO2/m3	1,12	1,56	1,48	1,60

tCO2/kWh emitidas por consumo de energía año calendario



# Índice de contenidos 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 2023 y el 30 de junio de 2024, utilizando como referencia los Estándares GRI.

### GRI 1 usado

GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>CONTENIDOS BÁSICOS</b>		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	<b>2-1</b> Detalles organizacionales	<b>Pag. 8 a 9; 46 a 50</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.
	<b>2-2</b> Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	<b>Pág. 8 a 9</b> 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.
	<b>2-3</b> Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	<b>Pág. 27</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 2024.
	<b>2-4</b> Actualización de la información	<b>Pág. 8 a 9; 46 a 50</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. 11 a 25; 41 a 42; 46 a 50</b>
	<b>2-7</b> Empleados	<b>Pág. 70</b>
	<b>2-8</b> Trabajadores que no son empleados	39 trabajadores no empleados trabajan prestando servicios de limpieza, seguridad y vigilancia.
	<b>2-9</b> Estructura de gobernanza y composición	<b>Pág. 33; 35</b>
	<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. 33</b>
	<b>2-12</b> Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	<b>Pág. 33</b>
	<b>2-13</b> Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	<b>Pág. 31</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.
<b>2-15</b> Conflictos de interés	<b>Pág. 35</b>	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>CONTENIDOS BÁSICOS</b>		
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	<b>2-16</b> Comunicación de inquietudes críticas	<b>Pág. 35</b>
	<b>2-17</b> Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	<b>Pág. 81</b> En este período mantuvimos los talleres sobre Liderazgo para Gerentes y Mandos Medios y comenzamos a organizar la capacitación sobre el Programa de Integridad de la compañía dirigido a Gerentes. Además, sostuvimos nuestra participación activa en el Programa de Sustentabilidad de TASA para concesionarios.
	<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	<b>Pág. 3</b>
	<b>2-23</b> Compromisos y políticas	<b>Pág. 5 a 7; 27; 34; 36; 86 a 89</b>
	<b>2-24</b> Incorporación de los compromisos y políticas	<b>Pág. 5 a 6; 34; 36</b>

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. 34; 39; 53
	<b>2-26</b> Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Pág. 34; 39; 52 a 53
	<b>2-27</b> Cumplimiento de la legislación y las normativas	Pág. 38
	<b>2-28</b> Afiliación a asociaciones	Pág. 63
	<b>2-29</b> Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág. 11 a 25; 27 a 28; 43; 51 a 52; 84
	<b>2-30</b> Convenios de negociación colectiva	Pág. 73
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-1</b> Proceso de determinación de los temas materiales	Pág. 29 a 30
	<b>3-2</b> Lista de temas materiales	Pág. 29 a 30; 92
<b>ESTÁNDARES TEMÁTICOS</b>		
<b>ECONÓMICOS</b>		
GRI 201: Desempeño económico 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 11 a 25; 40

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>ESTÁNDARES TEMÁTICOS</b>		
<b>ECONÓMICOS</b>		
<b>GRI 201:</b> Desempeño económico 2016	<b>201-1</b> Valor económico directo generado y distribuido	<b>Pág. 40</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. 83</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:</b> Presencia en el mercado 2016	<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 2024, esta diferencia fue del 62%.
	<b>202-2</b> Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	<b>Pág. 70</b>
<b>GRI 203:</b> Impactos económicos indirectos 2016	<b>203-1</b> Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	<b>Pág. 57 a 62</b>
	<b>203-2</b> Impactos económicos indirectos significativos	<b>Pág. 57 a 62; 72</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. 41 a 42; 44
	<b>204-1</b> Proporción de gasto en proveedores locales	Pág. 42
GRI 205: Anticorrupción 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 34; 37 a 39
	<b>205-1</b> Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	Pág. 37 a 39; 44
	<b>205-2</b> Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 38
	<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. 54 a 55; 86 a 90; 95

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. 95
	<b>301-3</b> Productos y materiales de envasado recuperados	Pág. 95
GRI 302: Energía 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 54 a 55; 86 a 91; 99
	<b>302-1</b> Consumo de energía dentro de la organización	Pág. 99 a 100
	<b>302-3</b> Intensidad energética	Pág. 100
	<b>302-4</b> Reducción del consumo energético	Pág. 99 a 100
GRI 303: Agua y efluentes 2018	<b>302-5</b> Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Pág. 91 Se informan las acciones emprendidas para este fin. Además, sumamos las actividades referidas al Programa EcoDealer.
	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 54 a 55; 86 a 90; 92 a 94
	<b>303-1</b> Interacción con el agua como recurso compartido	Pág. 92 a 94

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. 94
	<b>303-3</b> Extracción de agua	Pág. 92 a 94
	<b>303-4</b> Vertido de agua	Pág. 94
	<b>303-5</b> Consumo de agua	Pág. 92 a 94
GRI 305: Emisiones 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 101
	<b>305-1</b> Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Pág. 54 a 55; 86 a 90; 101 Se mide en forma parcial, abarcando solo las emisiones de la combustión de gas natural.
	<b>305-2</b> Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Pág. 101
GRI 306: Residuos 2020	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	Pág. 54 a 55; 86 a 90; 96
	<b>306-1</b> Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 96 a 98

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. 96 a 98
	<b>306-3</b> Residuos generados	Pág. 96 a 98
	<b>306-4</b> Residuos no destinados a eliminación	Pág. 96 a 98
	<b>306-5</b> Residuos destinados a eliminación	Pág. 96 a 98
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. 44; 86 a 90
	<b>308-2</b> Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 44 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. 69
	<b>401-1</b> Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Pág. 72 a 73

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>SOCIALES</b>		
<b>PRÁCTICAS LABORALES</b>		
<b>GRI 401:</b> 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. 83</b>
	<b>401-3</b> Permiso parental	Las licencias por paternidad y maternidad se cumplen conforme a la legislación laboral vigente.
<b>GRI 402:</b> 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.
<b>GRI 403:</b> Salud y seguridad en el trabajo 2018	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	<b>Pág. 69; 74</b>
	<b>403-1</b> Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	<b>Pág. 74</b>
	<b>403-2</b> Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	<b>Pág. 75</b> Los principales riesgos laborales que aborda el sistema son: - Posturas forzadas durante las tareas de taller - Electrocuación - Salpicadura de productos químicos y peligrosos - Incendios y explosiones - Resbalones tropiezos y caídas - Atrapamiento/Aplastamiento - Cortes o golpes por el uso de herramientas manuales - Atropellamiento - Quemaduras Una vez evaluados se identifican cómo: Aceptable, Moderado, Sustancias, Intolerable.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>SOCIALES</b>		
<b>PRÁCTICAS LABORALES</b>		
<b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018</b>	<b>403-3</b> Servicios de salud en el trabajo	<b>Pág. 74</b>
	<b>403-4</b> Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	<b>Pág. 75 a 76; 77</b>
	<b>403-5</b> Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	<b>Pág. 77</b>
	<b>403-6</b> Promoción de la salud de los trabajadores	<b>Pág. 77</b>
	<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	<b>Pág. 74</b>
	<b>403-8</b> Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	<b>Pág. 74</b>
	<b>403-9</b> Lesiones por accidente laboral	<b>Pág. 78</b>
	<b>403-10</b> Las dolencias y enfermedades laborales	<b>Pág. 78</b>

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
<b>SOCIALES</b>		
<b>PRÁCTICAS LABORALES</b>		
<b>GRI 404:</b> Formación y educación 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	<b>Pág. 69; 79 a 83</b>
	<b>404-1</b> Promedio de horas de formación al año por empleado	<b>Pág. 79 a 81</b>
	<b>404-2</b> Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	<b>Pág. 79 a 81</b>
	<b>404-3</b> Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	<b>Pág. 82</b>
<b>GRI 405:</b> Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	<b>Pág. 71</b>
	<b>405-1</b> Diversidad de órganos de gobierno y empleados	<b>Pág. 70 a 71</b>
	<b>405-2</b> Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	No existe diferencia salarial por género. La diferencia salarial se da solo por categoría laboral.
<b>GRI 406:</b> 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>		
<b>GRI 407:</b> 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	<b>Pág. 73</b> Se informa sobre la empresa. No se informa sobre proveedores.
<b>COMUNIDAD</b>		
<b>GRI 413:</b> Comunidades locales 2016	<b>3-3</b> Gestión de los temas materiales	<b>Pág. 56 a 59</b>
	<b>413-1</b> Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	<b>Pág. 57 a 68</b>
<b>GRI 414:</b> Evaluación social de los proveedores 2016	<b>414-1</b> Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	<b>Pág. 43 a 44</b>
	<b>414-2</b> Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	<b>Pág. 44</b>
<b>Inversión social seguridad vial (indicador propio)</b>	Proyectos realizados	<b>Pág. 60</b>
	Resultados obtenidos	<b>Pág. 60</b>
<b>Educación y concientización (indicador propio)</b>	Sensibilización socioambiental	<b>Pág. 54 a 55</b>

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. 52</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	No hemos tenido ningún reclamo de este tipo.
Experiencia del cliente (indicador propio)	CSI (Índice de Satisfacción de Clientes de Ventas)	<b>Pág. 52</b>
	CSI (Índice de Satisfacción de Clientes Servicio de Posventa).	<b>Pág. 52</b>
	FIR (Índice de Satisfacción de Clientes de Reparaciones Posventa).	<b>Pág. 52</b>

## Reference Claim

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 2023 y el 30 de junio de 2024, utilizando como referencia los Estándares GRI.

Los contenidos de este Reporte fueron trabajados en conjunto con todos los Concesionarios Toyota de Argentina.

- 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.

Adicionalmente, Centro Motor S.A. fue completando otros Estándares GRI para rendir cuentas de forma más abarcativas sobre otros temas de impacto.

## Punto de contacto por más información

Ricardo Bravo – Gerente de RRHH y RS&S  
rbravo@centromotorsa.com.ar  
Fecha de publicación: noviembre de 2024

## Créditos

Darío Onofre Ramonda - PRESIDENTE  
Darío José 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)



**(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)**