

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2021



“ Somos parte de un contexto, una economía regional y una comunidad que nos permite crecer. Hemos sabido interpretarlo, logrando ser uno de los principales concesionarios Toyota de Argentina.”

Edgardo Aguirre
Socio Gerente Nippon Car SRL

Índice

Carta Socios Gerentes.....	08	Venta Digital.....	71
Gobernanza		Toyota Plan	72
Quiénes somos.....	13	Usados Seleccionados.....	76
Ética y Conducta.....	15	Kinto.....	78
Sostenibilidad.....	16	Posventa.....	81
Política de Responsabilidad Social.....	18	Servicio Técnico Móvil	84
Comité de Sostenibilidad.....	19	Repuestos y Accesorios.....	86
Grupos de interés.....	20	Club Toyota.....	87
Temas Materiales.....	21	Calidad	
Gerencias.....	24	Nuestra Políica	89
Desempeño Económico		Sistema de producción Toyota.....	91
Nuestras Actividades.....	28	Auditorías.....	92
Participación en el mercado.....	31	Desempeño ambiental	
Áreas de negocios.....	33	Objetivos de trabajo.....	96
Proveedores	35	Sistema de Gestión Ambiental.....	99
Anticorrupción.....	37	Gestión de Residuos.....	101
Marketing, comunicación y eventos.....	39	Eficiencia Energética.....	105
Recursos Humanos		Agua y efluentes.....	106
Integrantes.....	42	Mejores Prácticas 2021.....	108
Organigrama.....	44	Compromiso Social	
Capacitación.....	49	Nuestros Pilares.....	113
Beneficios internos.....	53	Comunidad.....	115
Comunicación interna.....	54	Biodiversidad.....	118
Encuestas de clima.....	56	Alianzas.....	122
Salud y Seguridad en el Trabajo.....	58	Índice de contenidos GRI.....	124
Unidades Comerciales			
Plan de Negocios.....	64		
Venta Convencional.....	67		
Ventas Especiales.....	69		



Carta Socios Gerentes

GRI: 102-14, 102-15

En Nippon Car tenemos objetivos muy claros que responden a los tres ejes de nuestra política de sustentabilidad: medio ambiente, educación y empleabilidad. Este segundo Reporte de Sostenibilidad refleja el camino que hemos elegido, a la vez que da cuenta de cómo llevamos adelante nuestro negocio durante 2021, el año de nuestro 25° Aniversario.

La cultura sustentable impacta en nuestro negocio y en diversas acciones e inversiones como el uso de energías renovables en nuestros edificios, la instalación de una planta de reutilización de aguas, las pasantías para egresados de escuelas técnicas, o Impulsar, el programa de reinserción laboral para mayores de

45 años. Todos esfuerzos que requieren compromiso, dedicación y profesionalismo.

El mismo profesionalismo que Toyota Argentina nos inspira a sostener en todas nuestras unidades de negocio, algo que perseguimos convencidos, buscando superarnos. Y 2021 es un buen ejemplo: el año en el que empezamos a dejar atrás las vicisitudes del COVID, vacunación mediante. Los grupos de trabajo volvieron a encontrarse en nuestras sucursales y surgieron nuevos proyectos que se implementaron en los meses siguientes.

Iniciamos un ambicioso plan de expansión que nos aportó más cercanía con nuestros clientes.



Inauguramos la nueva sucursal Esandi, en Bariloche; comenzamos las obras de la sucursal Añelo, en el corazón de Vaca Muerta; e iniciamos búsquedas y diseños de nuevas sucursales en San Martín de los Andes, Neuquén y Bariloche.

Somos parte de un contexto, una economía regional y una comunidad que nos permite crecer. Hemos sabido interpretarlo, logrando ser uno de los principales concesionarios Toyota de Argentina.

Por supuesto, nada hubiese sido posible sin un gran equipo de trabajo: motivado, capacitado, valorado. Lo tenemos claro. Y por eso trabajamos en nuestra marca de empleo y en propuestas de desarrollo laboral atractivas que potencien a nuestra gente.

Los invitamos a reconocer cada eje de trabajo, desafíos, objetivos y logros, recorriendo las páginas de este reporte.

Edgardo Aguirre
Gerente General

Ricardo Salem
Socio Gerente

GOBERNANZA



Quiénes somos

GRI: 102-1, 102-2, 102-3, 102-5, 102-16

Nippon Car SRL, es una empresa de capitales privados, fundada en agosto de 1996 por Esam Julio Salem. Somos concesionario Oficial Toyota para Neuquén y Río Negro.

Año tras año, afianzamos nuestro compromiso no solo con nuestros clientes y colaboradores, sino también con el medio ambiente y la comunidad de nuestros concesionarios. Incorporamos la visión sostenible de nuestro negocio para asegurar el crecimiento y el compromiso de futuras generaciones.

Compartimos con Toyota Argentina S.A. su filosofía de trabajo sustentada en dos pilares: la mejora continua y el respeto por las personas.

Consideramos que el éxito de nuestro concesionario se debe a los esfuerzos individuales y al buen trabajo en equipo.

Nuestra visión a largo plazo, nos permite aceptar desafíos y lograr sueños, mejorando nuestro negocio mediante la generación permanente de ideas, el esfuerzo continuo y una proactividad permanente.

Nuestros Valores

Trabajo en equipo

Calidad

Adaptabilidad

Transparencia

Respeto

Compromiso



En 2021 cumplimos 25 años de trayectoria. Una historia de trabajo, logros y crecimiento en la región: un mix comercial, de recursos humanos, infraestructura, responsabilidad social y sobre todo, cercanía con el cliente.

Nuestros primeros pasos como Concesionario Oficial, los primeros integrantes, los primeros vehículos vendidos y los desafíos asumidos

junto con los objetivos logrados, son parte del gran logro de ser Nippon Car. Desde el día uno contamos con el apoyo de Toyota Argentina y crecimos a la par de una empresa reconocida mundialmente por sus logros y su forma de hacer las cosas.



Ética y Conducta

GRI: 102-16, 102-17

Somos una empresa que se esfuerza por trabajar y observar su ética y conducta, no sólo con nuestros colaboradores, proveedores y el medio ambiente, sino también con nuestros clientes. Llevamos adelante relaciones comerciales y laborales que cumplen con las normas de ética y transparencia ante los gobiernos y entes de control de nuestro país, provincia o municipios donde se encuentran nuestros concesionarios.

Escuchamos a nuestros colaboradores a través de encuestas de clima interno y de forma externa, realizadas desde Toyota Argentina. Además, contamos con un área de encuestadores propios tendiente a mejorar el diálogo y la atención a nuestros clientes.

Nuestros ejes de publicidad y marketing se basan en la transparencia de las comunicaciones y en la concreción de operaciones justas, ya sea en nuestra unidad de venta convencional, de ventas a empresas, planes de ahorro, usados y posventa: servicios, repuestos y accesorios.

Si bien no contamos con un Código formalizado a modo de política, desde gerencia general se aprueban lineamientos para las conductas de todos los integrantes de la empresa. La ma-

yoría de estos lineamientos, se comunican en el manual de inducción de la empresa y en las capacitaciones de inducción.

Rechazamos cualquier tipo de corrupción, trabajo forzado y trabajo infantil, ya sea en nuestros concesionarios o en nuestra cadena de valor. Contamos con un Staff Profesional Externo de contadores, escribanos y abogados, que nos ha guiado durante todos estos años en el desarrollo de nuestras actividades.



Sostenibilidad

GRI: 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-45, 102-46, 102-47, 102-50, 102-52, 102-53, 102-54, 102-55

Desde 2018 trabajamos para incorporar la sostenibilidad a nuestra cultura empresarial. Conformamos un comité de sostenibilidad para involucrar a cada una de las áreas de negocio y llevar los objetivos a nuestro modelo de gestión empresarial.

2° Reporte de Sostenibilidad

15 temas materiales reportados

8 ODS identificados y priorizados

1 comité de sostenibilidad

Nuestro Reporte de Sostenibilidad

El Reporte de Sostenibilidad 2021 de Nippon Car, se elaboró conforme a los Estándares GRI (Global Reporting Initiative), incorporando también indicadores propios que reflejan los temas materiales reportados.

Así mismo, trabajamos en la conexión de los estándares GRI con la guía de Responsabilidad Social ISO 26000, buscando informar todos los asuntos que puedan ser relevantes y significativos a las partes interesadas afectadas por las actividades del concesionario, sobre un panorama completo de nuestro desempeño en responsabilidad social.

También analizamos y establecimos el involucramiento en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Pacto Global.

Tiene una frecuencia anual y abarca el período comprendido entre el 1 de enero de 2021 y el

31 de diciembre de 2021, comparativo en algunos segmentos con períodos anteriores. Los valores económicos reportados, corresponden a los informes financieros presentados en el periodo 08/2021-07/2022. La presente es la segunda edición y es publicada en diciembre de 2022.

Ante cualquier consulta o sugerencia, los invitamos a hacernos llegar sus comentarios sobre el presente reporte a comunicaciones@nipponcarsrl.com.ar

Este documento se presenta en formato digital en www.nipponcar.com.ar

Agenda 2030

Entendemos que la **Agenda para el Desarrollo Sostenible** es un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad que, a su vez, promueve la paz universal dentro de un concepto más amplio de libertad. Su magnitud demuestra el propósito de poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, hacer frente al cambio climático, haciendo realidad los derechos humanos de todas las personas, a través de 17 objetivos.

Estos **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible** (ODS) y sus 169 metas estimularán, son el resultado de más de dos años de un intenso proceso de consultas públicas, que incluyó no sólo a representantes de gobierno y autoridades, sino que ha sumado, en una acción sin precedentes, la opinión de toda la ciudadanía a través de un mecanismo de participación global en el cual se prestó especial atención a la opinión de los más pobres y vulnerables.

Desde el área de RSE y Sostenibilidad del concesionario, alineamos nuestros objetivos y acciones 2021, con los siguientes ODS:



*Para conocer más sobre los ODS y su implementación, visitá <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Política de Responsabilidad Social y Sustentabilidad

En Nippon Car, Concesionario Oficial Toyota en Neuquén y Río Negro, estamos comprometidos con el Desarrollo Sostenible promoviendo en todas nuestras áreas de trabajo operaciones éticas, ambientales y socialmente responsables.

I. Estrategia de Sustentabilidad

Buscamos ser un buen ciudadano corporativo contribuyendo con actividades y programas abordados sobre tres ejes principales: Medio Ambiente, Educación y Empleabilidad.

La estrategia de sostenibilidad del concesionario se basa en la transparencia de nuestras actividades y las ganas de seguir creciendo.

II. Alcance

Esta Política alcanza a todos los integrantes de Nippon Car, al personal contratado, clientes y proveedores y organizaciones del sector público o privado con los que interactuamos para el cumplimiento de nuestra estrategia de sustentabilidad.

Comunicaremos nuestras iniciativas para difundir y sensibilizar las mejores prácticas con todos nuestros grupos de interés, a través de nuestros canales de comunicación interna y externa, como así también en nuestro Reporte Anual de Sustentabilidad.

III. Nuestro compromiso

Como parte de nuestra Responsabilidad Social, asumimos los siguientes compromisos que constituyen nuestra Política:

- » Establecer una gestión eficiente de los procesos que permita un equilibrio entre las dimensiones: económica, social y ambiental del concesionario.
- » Asegurar la ética, la transparencia y el cuidado, en cada vínculo con nuestros grupos de interés, basado en los lineamientos éticos del concesionario.
- » Promover el trabajo formal y decente, que ase-

gure condiciones laborales justas y respetuosas.

- » Crear y promover ámbitos laborales diversos e inclusivos, garantizando el principio de no discriminación.

- » Promover e incentivar acciones vinculadas al desarrollo, profesional y laboral, de las personas.

- » Respetar los Derechos Humanos dentro de nuestro ámbito de influencia.

- » Promover el desarrollo sustentable de las comunidades en donde operamos.

- » Facilitar y/o generar acciones y proyectos para la promoción de la sustentabilidad y del desarrollo humano.

- » Establecer un uso racional y eficiente de los recursos involucrados en nuestros procesos, promoviendo la práctica de las 3R's y la protección del ambiente en general, definidos en nuestra Política Ambiental y de Eficiencia Energética.

- » Reportar anualmente nuestra gestión en RS y Sustentabilidad a través del Reporte de Sustentabilidad.

IV. Agenda 2030

En línea con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y alineamos nuestros objetivos y acciones con los siguientes ODS: d y/o los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como por

- » ODS 4 - Educación de Calidad.
- » ODS 7 – Energía Asequible y no Contaminante.
- » ODS 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico.
- » ODS 11 – Ciudades y Comunidades Sostenibles.
- » ODS 15 – Vida de Ecosistemas Terrestres.
- » ODS 17 - Alianzas para Lograr Objetivos.

V. Administración y Revisión

Los compromisos, objetivos y líneas de acción establecidos en esta Política son de cumplimiento obligatorio para todos los integrantes de Nippon Car y su alcance establecido en el punto II.

Para realizar consultas o denuncias vinculadas al desempeño sostenible del concesionario, se establece el siguiente correo electrónico: comunicaciones@nipponcarsrl.com.ar

Esta Política será revisada en forma anual o en los casos en que la situación lo demande, para ajustar su contenido al contexto y realidad tanto de nuestra Empresa como de nuestro entorno.

Comité de Sustentabilidad

En junio de 2020, se conformó el primer comité de sustentabilidad en la empresa. Estuvo presidido por el máximo responsable de la compañía e integrado por los responsables de las siguientes áreas de gestión de la organización:

- » Estrategia y Negocio
- » Clientes

- » Recursos Humanos
- » Medio Ambiente
- » RSE, Sostenibilidad
- » Comunicación

Sobre el final del período de reporte, hubo una actualización del comité y sus miembros quedando definido de la siguiente manera:



Miembro	Puesto / Responsabilidad	Antigüedad
Edgardo Aguirre	Socio Gerente / Gerente General	10 años
Micaela Tronelli	Gerente Contable	4 años
Verónica Fernández	Calidad	2 años
Carolina Frenkel	RRHH / Adm. del Personal	Nuevo ingreso
Franco Sánchez	Supervisor Comercial	6 años
Florencia Molero	Medio Ambiente	1 año
Lilen Reta	RS y Sustentabilidad Comunicaciones	5 años

Grupos de Interés

En el año 2018, comenzamos el proceso de identificación y priorización de nuestros grupos de interés. Trabajamos desde entonces para establecer canales de comunicación con

los mismos promoviendo y fortaleciendo la comunicación. Entendemos de su importancia y su rol en nuestros objetivos empresariales, por eso mapeamos y definimos los siguientes grupos de interés:



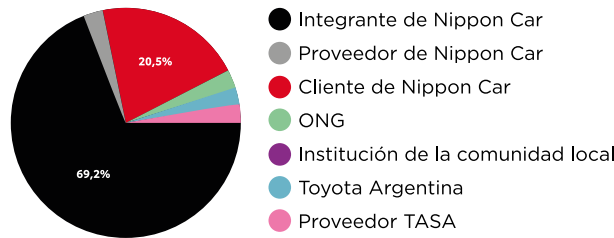
En 2021 ampliamos nuestras líneas de atención, seguimos realizando encuestas propias tanto en la parte comercial, como de posventa para escuchar a nuestros clientes.

Luego de presentar nuestro primer reporte de sostenibilidad y ya pensando en los contenidos del actual reporte, realizamos la primera encuesta de sostenibilidad del concesionario,

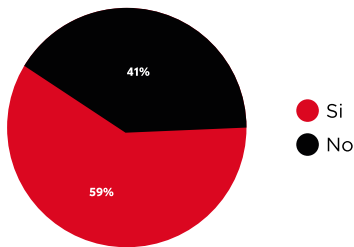
para saber cuantos de nuestros grupos de interés habían leído nuestro reporte, cuál era su valoración respecto a los temas materiales reportados y cuáles eran los temas más importantes para incluir en este reporte.

Algunos de los resultados más importantes fueron:

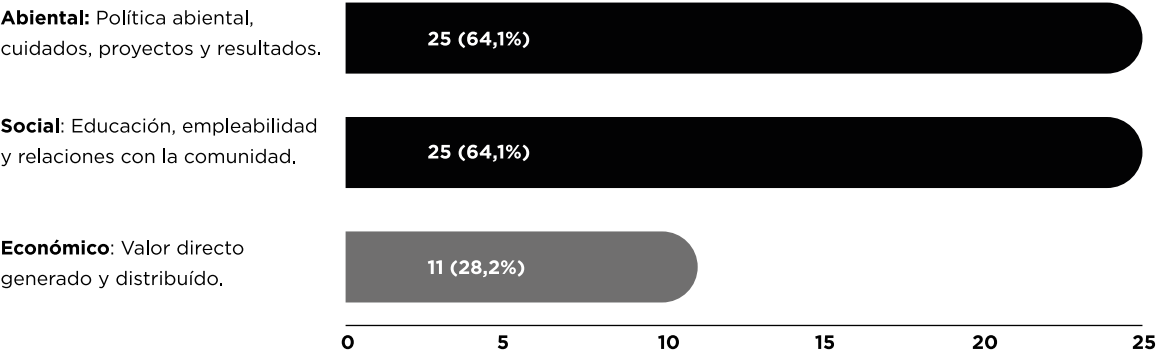
¿De qué parte interesada formas parte?



¿Leíste nuestro Reporte de Sostenibilidad 2020?



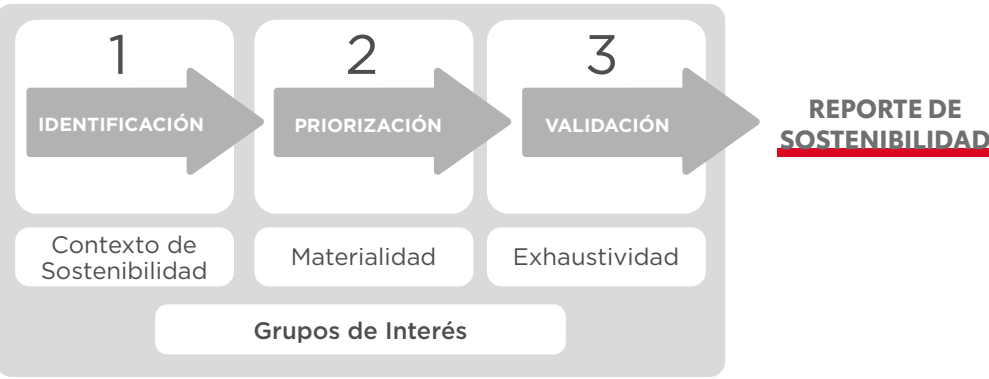
¿Qué tema o temas te parecen más importante de reportar?



Temas materiales y cobertura

GRI define el principio de materialidad como: “El informe debe abordar aspectos que reflejen los impactos económicos, ambientales

y sociales significativos de la organización; o influyan sustancialmente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés”.



Listado de temas materiales

Luego del análisis sugerido por GRI, pudimos identificar 15 temas materiales relacionados a las principales impactos del concesionario. El objetivo a largo plazo es volver a analizarlos y priorizarlos, en un período de 2 a 3 años, para mantener el listado actualizado según el contexto de sostenibilidad del concesionario.

A continuación, el listado por segmentos:

1. **Trabajadores.**
2. **Capacitación** y desarrollo profesional.
3. Plan de **beneficios** internos.
4. **Clientes**: política de calidad, encuestas de satisfacción, canales de comunicación y mejora continua en nuestros procesos.
5. **Educación** de calidad y empleabilidad.
6. **Diversidad** generacional y no discriminación.
7. **Proveedores**: promover las contrataciones locales y la igualdad de condiciones.

8. **Condiciones** de contratación, remuneración.
9. Valores, principios, estándares y **normas de conducta.**
10. **Medio Ambiente**: cumplimiento, compromiso y certificaciones.
11. **Residuos** y mejores prácticas.
12. **Biodiversidad** programas de conservación y educación ambiental.
13. **Alianzas** para lograr los objetivos: asesoramiento de expertos y vínculos con ONG.
14. **Operaciones justas** y transparencia en nuestros negocios.
15. **Plan de negocios**, objetivos y logros.

Análisis de las Partes Interesadas

Considerando el escenario de la empresa en el período reportado.

Elaboramos nuestra Matriz de Materialidad según las variables de importancia de los impactos económicos, ambientales y sociales y la influencia en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interes.

PERSPECTIVA EMPRESA								PERSPECTIVA PARTE INTERESADA									
Grupo de stakeholders	Parte interesada	¿Cuán necesaria es la PI para el funcionamiento de la empresa?			La parte interesada ¿tiene poder de influencia en la empresa? (puede afectar la imagen u operación)			Clasificación	¿Cuánto es afectada la parte interesada (positiva o negativamente) por la operación de la empresa?			¿Cuál es el grado de dependencia / interés de la parte interesada en relación a la empresa?			Clasificación	Críticidad	Impactos o cuestiones de interés (temas materiales)
		Significativa (3)	Moderada (2)	Limitada (1)	Significativa (3)	Moderada (2)	Limitada (1)		Significativo	Moderado	Limitada	Significativo	Moderado	Limitado (1)			
Colaboradores	Propios	3			3			Muy relevante	3			3			Muy relevante	12	Condiciones de contratación, remuneración Plan de beneficios Capacitación y desarrollo profesional Valores, principios, estándares y normas de conducta Canales de comunicación Encuestas de clima interno
	Contratos Independientes	3				2		Relevante		2			2		Algo relevante	9	
	Tercerizados	3				2		Relevante		2			2		Algo relevante	9	
Accionistas	Socios Gerentes	3			3			Muy relevante	3			3			Muy relevante	12	Estructura de la organización y de la toma de decisiones
Comunidad	Clientes	3			3			Muy relevante	3				2		Relevante	11	Política de calidad. Canales de comunicación. Educación de calidad y empleabilidad. Diversidad generacional y no discriminación. Encuestas de satisfacción. Valores, principios, estándares y normas de conducta. Relaciones laborales. Alianzas para lograr los objetivos. Asesoramiento de expertos. Cumplimiento y compromiso con el medio ambiente Política de Medio Ambiente y certificaciones. SGA, residuos y mejores prácticas. Programas de conservación. Educación ambiental. Difusión y concientización de cuidados del medio ambiente.
	Vecinos			1		2		Poco relevante		2				1	Poco relevante	6	
	Escuelas			1		2		Poco relevante		2			2		Algo relevante	7	
	Sindicatos		2		3			Relevante		2		3			Relevante	10	
	Org. Medioambiente			1		2		Poco relevante			1		2		Poco relevante	6	
	ONG			1		2		Poco relevante			1		2		Poco relevante	6	
Estado	Municipalidad		2			2		Algo relevante		2			2		Algo relevante	8	Cumplimiento con las normas vigentes. Posibles alianzas y/o planes de fomentación para el crecimiento sostenible. Asistencia financiera.
	Provincia		2				1	Poco relevante			1			1	Irrelevante	5	
	Nación		2				1	Poco relevante			1			1	Irrelevante	5	
	TASA	3			3			Muy relevante	3			3			Muy relevante	12	Requerimientos y obligaciones. Plan de negocios. Alianzas para lograr los objetivos. Operaciones justas. Promover las contrataciones locales.
	Bienes y Servicios	3				2		Relevante		2			2		Algo relevante	9	
	Publicidad y marketing	3				2		Relevante	3				2		Relevante	10	
	Entidades Financieras			1			1	Irrelevante			1		1		Irrelevante	4	

» Significativo: Demuestra que la parte interesada o la empresa, al relacionarse, reciben impactos que pueden modificar su rutina de forma directa.

» Moderado: Demuestra que la parte interesada o la empresa, al relacionarse, reciben impactos que interfieren en su rutina pero no imposibilitan sus actividades.

» Limitado: Demuestra que la parte interesada o la empresa, al relacionarse, es poco impactada o que dicho impacto no interfiere en su rutina.

Fuente: Formulario desarrollado por la BSD Consulting



Equipo de gerencia

De izquierda a derecha.

» Tomás Iannamico
Gerente de Usados

» Luciano Pelayes
Gerente Plan de Ahorro y Venta digital

» Edgardo Aguirre
Dueño, Gerente General

» Micaela Tronelli
Gerente de Finanzas y Administración

» Toufic Salem
Gerente Posventa

» Sergio Vara
Gerente Comercial

» Ricardo Salem
Socio Gerente
(ausente en esta foto)



Referentes de área

De arriba hacia abajo y de izquierda a derecha.

» Mauro Palomeque – **Ventas Especiales**

» Nicolás Scianca – **Jefe de Servicios**

» Darío García – **Jefe de Operaciones Posventa**

» Lucas Moscoso – **Jefe de Repuestos**

» Eduardo Haritchelhar - **Entregas 0km**

» Néstor Vázquez - **Pre entrega**

» Andrés Acuña – **Supervisor de Usados**

» Lilien Reta – **Responsable de RSE y Sostenibilidad**

» Ana Laura Copponi – **Responsable de Citas**

» Carolina Frenkel – **Responsable de RRHH**

» Laura Ibañez - **Tesorería**

» Cristina Romero – **Supervisor Administración Plan de Ahorro**

» Verónica Fernández – **Responsable de Calidad**

» Gustavo Devita – **Supervisor de Plan de Ahorro**

» Franco Sánchez – **Supervisor de Ventas**

» Nubia Nuño – **Supervisor Administración de Ventas**

» Florencia Molero – **Referente de Medio Ambiente**

Luciano Toro – **Responsable Kinto y Club Toyota**

» Juan Colazo – **Supervisor Venta Digital y Call Center**

DESEMPEÑO ECONÓMICO

NIPPON CAR
EN TU CAMINO



Nuestras Actividades

GRI: 102-2, 102-3, 102-4

Nos dedicamos a la comercialización de la marca Toyota: Vehículos 0Km, Planes de Ahorro, Servicio de Posventa, Repuestos y Accesorios, son los pilares de nuestras actividades.

En nuestro parque de Usados Seleccionados tenemos stock multimarca y Usados Certificados Toyota.

Contamos también con el servicio Kinto, que ofrece alquiler de vehículos Toyota a particulares o flotas corporativas.

Recorremos nuestras provincias con los diferentes equipos comerciales y el camión de Servicio Técnico Móvil. A través del canal de venta digital, asesoramos y brindamos soluciones a nuestros clientes.



Ubicación

Casa central se encuentra en Perticone 2095 de la ciudad de Neuquén Capital. Allí contamos con los sectores de Venta Convencional, Posventa y Kinto.

Las sucursales donde operamos son:

Neuquén Capital

Plan de Ahorro: Perticone 1575.
Usados Seleccionados: Perticone 1575.

General Roca

Ventas y Posventa: Avenida Roca 616.

San Carlos de Bariloche

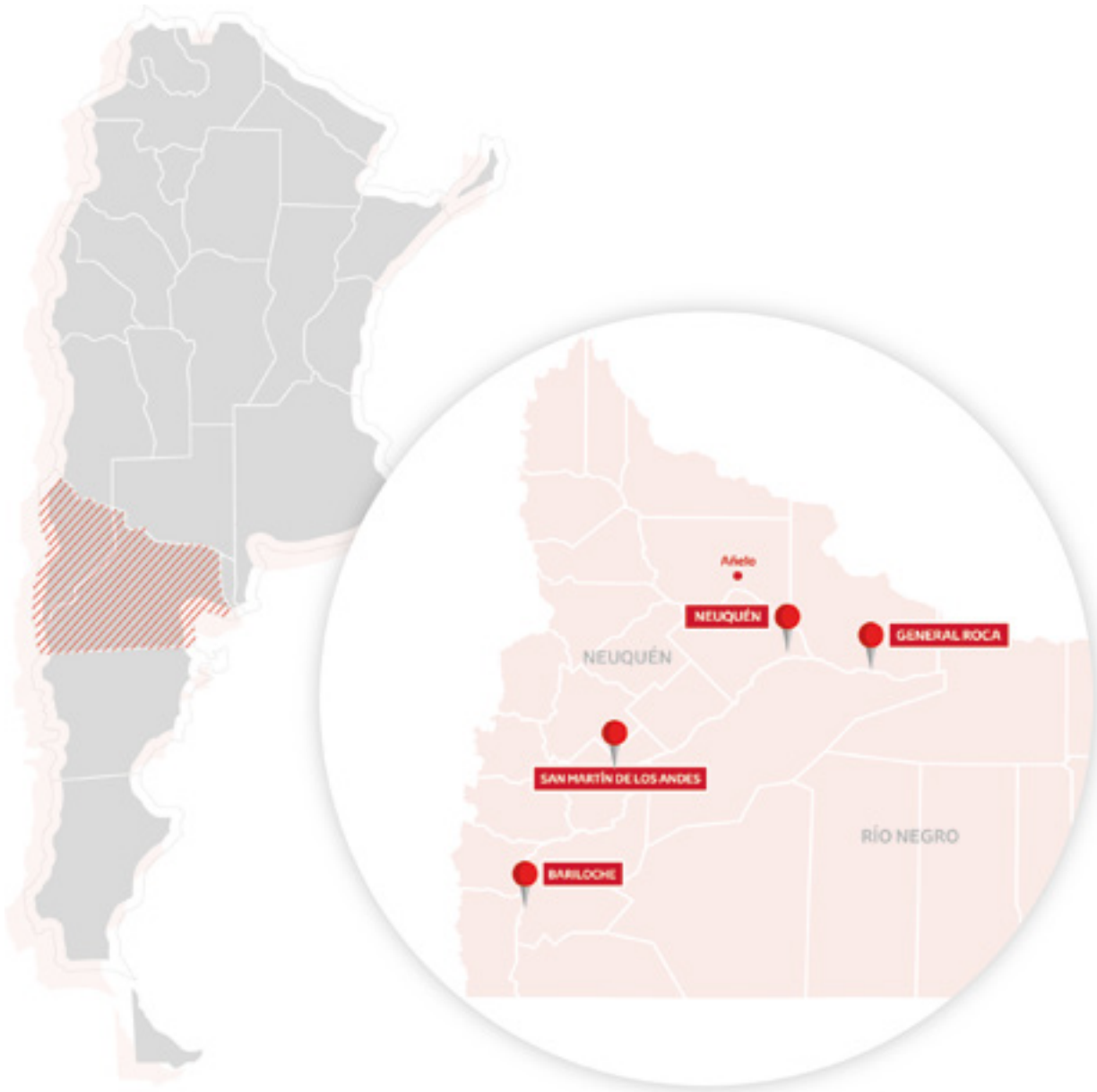
Ventas: Elordi 320.
Posventa: Rivadavia 730.
Usados y Kinto: Esandi 3300.

San Martín de Los Andes

Ventas, Usados y Kinto: Belgrano 987.

Añelo

Posventa y Kinto: Parque Industrial, Ruta Provincial 17.



Principales inversiones



Inversión producto:

Tecnología

En 2021 se realizó un acuerdo con el banco Comafi para actualizar los servidores de la empresa y todos los hardware utilizados por colaboradores, el total de la inversión fue por \$16.848.883

Nuevo depósito de stock

En diciembre 2020 se firmó el acuerdo con Pili Construcciones mediante el cual se estipulaba la construcción de un Galpón para el guardado y limpieza de vehículos de 3.100m2, con un plazo de realización de 9 meses.

La construcción es de tipo tradicional con fundaciones de hormigón, por dentro es una gran planta libre donde solo en un rincón se puede observar núcleo sanitario, un lavadero con 3 módulos vehiculares y la sala de máquinas que alojará los tanques y bombas para la instalación contra incendio.

El edificio cuenta con instalaciones eléctricas, instalaciones de agua cloaca y pluviales. Para 2022 se realizarán las instalaciones contra incendios, detección y extinción.

Sucursal Añelo

Se comenzó con la construcción del taller en la ciudad de Añelo, luego de realizar un conve-

nio de prestaciones reciprocas con la empresa Crexell.

Se acordó la construcción de un taller para mantenimiento y atención al público de Añelo y lugares aledaños de 900m2 el cual finalizó en noviembre de 2021, faltando únicamente la obra contra incendios, proyectada para el 2022.

Sucursal Esandi

Abrimos una nueva sucursal en Bariloche para los sectores exclusivos de Usados y Kinto. El local es alquilado, los gastos de puesta en marcha fueron de aproximadamente \$2.000.000.

Compra de Usados

Debido al gran crecimiento del área, durante 2021, Nippon Car comenzó a comprar vehículos usados a particulares independientemente de si tenían una operación o no con la empresa. La intención era adquirir producto para poder aumentar la oferta tanto en Neuquén como para la nueva sucursal de usados en Bariloche. Para poder atraer a clientes se realizó una fuerte campaña de publicidad en radio, vía pública, cine y medios locales, con una inversión estimada de \$5.226.600

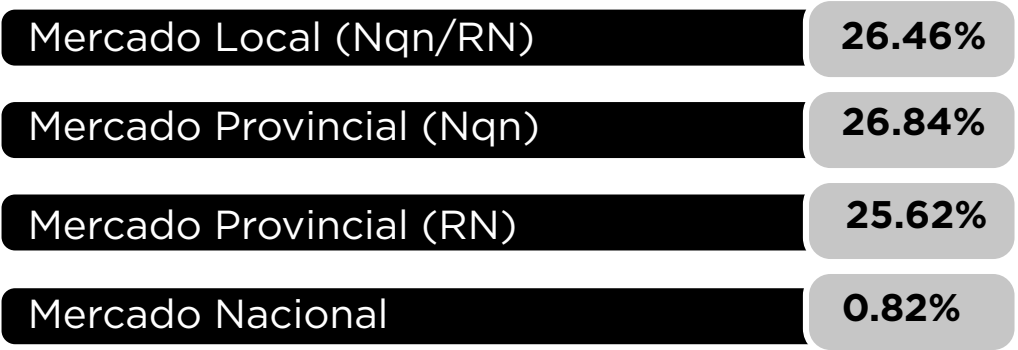
Se adquirieron unidades usadas durante 2021 por un valor estimado de \$ 85.000.000

Participación en el mercado

GRI: 102-6, 201-1, 201-2, 201-3, 202-4, 203-1, 203-2

En el año 2021 se patentaron un total de 3.533 unidades de la marca Toyota en las provincias de Neuquén y Río Negro. Nippon Car vendió un total de 2.499, es decir que la cobertura de zona fue de más del 70%.

Participación 2021



* RN únicamente incluye las localidades en la cual se les permite vender a Nippon Car (Allen – Bariloche – Choele Choel – Cinco Saltos – Cipolletti – General Roca – Maquinchao – Villa Regina)

Estrategia Comercial

Para seguir creciendo y ampliando nuestros servicios, parte de los objetivos durante 2021 fue ampliar la estructura de nuestro call center, culminar la obra del concesionario en Añelo y la expansión del negocio de usados en San Martín de los Andes. Esto nos llevó a cumplir los siguientes objetivos de estrategia comercial e infraestructura:

- 14 nuevos puestos de trabajo en el Call Center.
- Inauguración de la Nueva Sucursal de Posventa en Añelo.
- Primeras ventas de Usados en San Martín de los Andes.

Actualmente nos encontramos trabajando en las siguientes metas para 2022:

•Abrir un nuevo showroom en San Martín de los Andes para poder implementar nuevas unidades de negocio como Kinto y Toyota Plan, y así fortalecer la venta de 0km, de usados e incorporar más personal con nuevos puestos de trabajo en la comunidad.

•Si bien en 2021 se avanzó en el diseño de la nueva sucursal de Bariloche, buscamos poder avanzar con el proyecto de obra y las habilitaciones correspondientes.

•Incorporar la marca GR (Toyota Gazoo Racing) en el showroom de Casa Central, con un espacio exclusivo de demostración para nuestros clientes y seguidores de la marca.

Valor Económico Directo
Generado y Distribuido

El siguiente cuadro de Valor Económico Directo Generado y Distribuido (VEDGyD), propuesto por Global Reporting Initiative, plasma el flujo de capital entre los distintos grupos de interés.

Durante el período reportado, no hemos recibido multas por ningún incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.

Valor Económico Directo Generado y Distribuido	2021	2020
Resultado de las operaciones que continúan		
Ventas netas de bienes	\$8.432.655.711	\$5.381.829.869
Ventas netas de servicios	\$195.527.294	\$251.233.477
Costo de bienes vendidos	\$7.192.813.687	\$4.647.513.557
Costo de servicios prestados (Anexo III)*	\$165.356.658	\$156.555.260
Gastos de comercialización (Anexo III)*	\$796.929.850	\$597.995.893
Gastos de administración (Anexo III)*	\$422.959.292	\$167.645.911
Otros ingresos y egresos (Nota 4)*	\$100.729.897	\$54.437.360
Resultados financieros y por tenencia incluido el RECPAM	\$80.142.858	\$11.426.159
Resultado antes del Impuesto a las Ganancias	\$230.996.273	\$129.216.244
Impuesto a las Ganancias (Nota 1.4.7 y 5)*	\$142.341.861	\$73.689.878
Resultado ordinario de las operaciones que continúan	\$88.654.412	\$55.526.366

*Las notas y anexos a las que se hacen referencia, forman parte integrante de los Estados Contables cerrados el 31/05/2021

Incentivos
gubernamentales

Durante el 2021, el gobierno de la provincia de Neuquén dispuso mediante el decreto 982/2021 un programa de beneficio para acceder a un bono de crédito fiscal para el pago de IIBB, Sellos e Impuesto Inmobiliario.

El beneficio consiste en un bono de crédito fiscal para la cancelación de impuestos provinciales por hasta un 20% de las inversiones que realicen dentro de la Provincia del Neuquén.

Escala del beneficio

» Veinte por ciento (20%) de la inversión: En aquellos casos que las inversiones las realicen empresas neuquinas, en una operación con proveedor neuquino.

» Quince por ciento (15%) de la inversión: En aquellos casos que las inversiones las realicen empresas no neuquinas, en una operación con proveedor neuquino.

» Diez por ciento (10%) de la inversión: En aquellos casos que las inversiones las realicen empresas neuquinas, en una operación con proveedor no neuquino.

» Cinco por ciento (5%) de la inversión: En aquellos casos que las inversiones las realicen empresas no neuquinas, en una operación con proveedor no neuquino.

Se considera como inversión en los términos de este Programa:

A) Bienes muebles (tangibles e intangibles), afectados como bienes de uso a las actividades habituales de la empresa.

B) Bienes inmuebles y obras de infraestructura, afectados como bienes de uso.

Nippon Car SRL se inscribió en dicho bono y por las obras de Añelo y Leales obtuvo un bono por \$6.281.420.

Áreas de negocio





Proveedores

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 308-1, 308-2

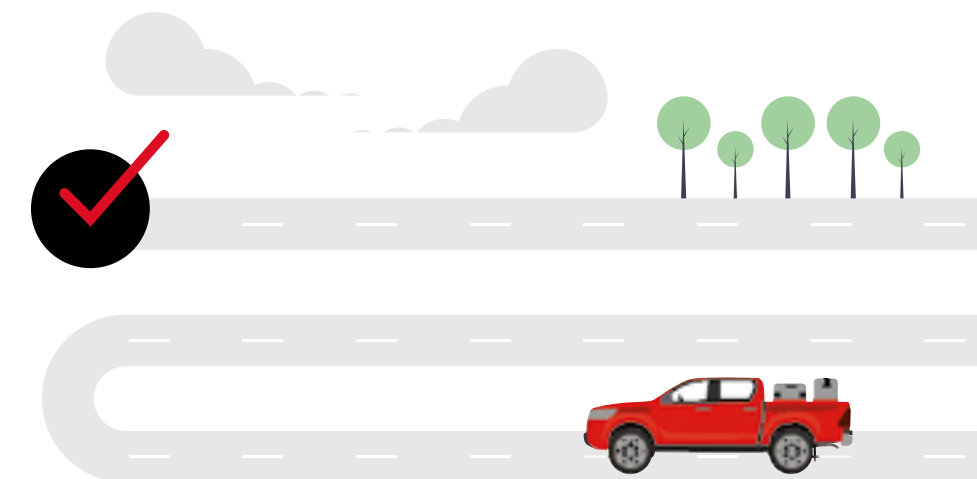
En Nippon Car promovemos prácticas comerciales éticas, social y ambientalmente conscientes en todas las etapas de nuestra cadena de valor.

Principios fundamentales en la relación con proveedores:

» **Igualdad de condiciones.** Ofrecer oportunidades justas a todos los proveedores, sin distinción de nacionalidad o tamaño. La selección de proveedores se basa, exclusivamente, en la evaluación de las fortalezas de cada proveedor, como de su calidad, sus capacidades tecnológicas y la confianza en el cumplimiento de las entregas a tiempo, y en su predisposición para trabajar en la mejora continua (kaizen).

» **Beneficio mutuo basado en la confianza mutua.** Entablar relaciones de largo plazo, mutuamente beneficiosas.

» **Contribución con la económica local:** contribuir con el desarrollo de las comunidades locales, promoviendo la adquisición local de servicios y de materiales.



Durante el período reportado, accedimos a un bono de crédito fiscal del Programa de Beneficios de la provincia de Neuquén. Para ello dimos prioridad a formalizar las contrataciones de proveedores de la zona tales como:

- » **Carteles INCA SRL**
- » **Ingemar**

- » **Lalm SRL**
- » **Muñoz Oscar Alfredo**
- » **Neuquén Maderas**
- » **Rodríguez Pablo Jose**
- » **Pinturerías Colorshop**
- » **Cabañez Laura Deolinda**
- » **Carlos Isla y CIA S.A**
- » **Servicios Confluencia**



Anticorrupción

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 205-1, 205-2, 205-3

Según la Norma ISO 26.000, la corrupción es el abuso de un poder otorgado, con el objetivo de obtener una ganancia privada. La corrupción puede adoptar muchas formas, como sobornos, conflicto de intereses, fraude, lavado de dinero y tráfico de influencias.

La corrupción socava la reputación ética de una organización y puede convertirla en sujeto de persecución penal o de sanciones civiles y administrativas. La corrupción puede tener como consecuencias la violación de los derechos humanos, el deterioro de procesos políticos y daños en el medioambiente. También puede desvirtuar la competencia, la distribución de la riqueza y el crecimiento económico.

Es por eso que en Nippon Car, trabajamos comprometidos con uno de nuestros principales valores que es la transparencia, a través de:

» Evitar caer en riesgos de corrupción en cualquiera de nuestras áreas de trabajo.

» Capacitar a nuestros colaboradores .

» Informar a nuestros clientes de los requisitos y/o cumplimientos legales.

» Informar a las autoridades locales si hubiese violaciones de la ley .

Cumplimiento legal

Sistema PLAFT / Ley 25246 reguladora de lavado de activos.

Estamos comprometidos con la prevención y, para ello, colaboramos activamente con los requerimientos de Toyota Argentina, las autoridades nacionales y con los organismos internacionales competentes y reconocidos.

Nippon Car entiende la importancia de implementar un sistema de prevención del Lavado de Activos y la Financiación del Terrorismo (PLAFT) y es por eso que desde el año 2017 cuenta con una referente externa que brinda soporte mensual a las áreas administrativas y presenta el legajo anual para estar certificados.

Algunos de los principales ejes de trabajo son:

» Durante el período reportado, Toyota Argentina brindó 1 capacitación anual de modalidad virtual, sobre las últimas novedades sobre prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo. El personal alcanzado por esta capacitación fue: Administración de Ventas, Ventas y Ventas Especiales.

» También, mediante e-learning, en la plataforma del Instituto Toyota, se realizan las capacitaciones al nuevo personal que ingresa al concesionario en las áreas antes mencionadas.

» Como parte del cumplimiento normativo y del compromiso adoptado el sector de PLAFT - Legales de Toyota Argentina, se implementaron las adecuaciones necesarias para cumplir con la nueva normativa acerca de Personas Expuestas Políticamente (PEP's).

Clientes

Nippon Car, como sujeto obligado, tiene la responsabilidad de informar:

» Origen de fondos de la venta: para detectar cualquier acción sospechosa sobre los fondos de compra de vehículos.

» Reportar a todos los clientes a través de un legajo*. Cada legajo es visado por una contadora interna, que evalúa si compra en forma lícita o no, y lo deja firmado.

*Legajo UIF:

» Definición Personas Física, Jurídica u Organismo Público.

» Tipo de operación s/ monto acumulado anual (\$6.369.551).

» Datos s/tipo de persona.

» Chequeo en base de terroristas.

» Perfil económico, financiero y tributario (Resolución UIF 262/15).

Marketing, comunicación y eventos

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 417-1.

En 2021 nos preparamos para comunicar los veinticinco años de Nippon Car. Una tarea que implicó mirar hacia atrás para revisar lo hecho y confirmar que el camino recorrido estaba lleno de hitos. Que nos permitió comprobar que los grandes ejes de nuestra **comunicación** siguen vigentes desde el día 1: honestidad, respeto por nuestros clientes y transparencia. Ejes a los que se sumó, de manera transversal, la cultura de sustentabilidad del negocio.

El resultado fue una campaña institucional que invitaba a conocer la historia de Nippon Car (nipponcar.com.ar/landing/historia/) junto a Toyota y a la comunidad: 25 hitos que resumieron el crecimiento de nuestra empresa, desde los primeros 3 empleados hasta los primeros 200, desde el lanzamiento de la Hilux de 6° generación hasta el streaming de la Hilux 2021, desde el primer concesionario hasta la apertura de la sucursal Añelo, entre muchos otros.

Usados Seleccionados

En Nippon Car, toda estrategia de comunicación responde a una necesidad comercial o institucional. Nunca es al revés. En 2021, identificamos una necesidad en el mercado: potenciar el negocio de Usados de Nippon Car, brindando una experiencia de usuario idéntica a la de la compra de un OKM. Para ello, trabajamos junto a nuestra agencia, Advermedia, en una campaña que condensó cada diferencial de Nippon Car.

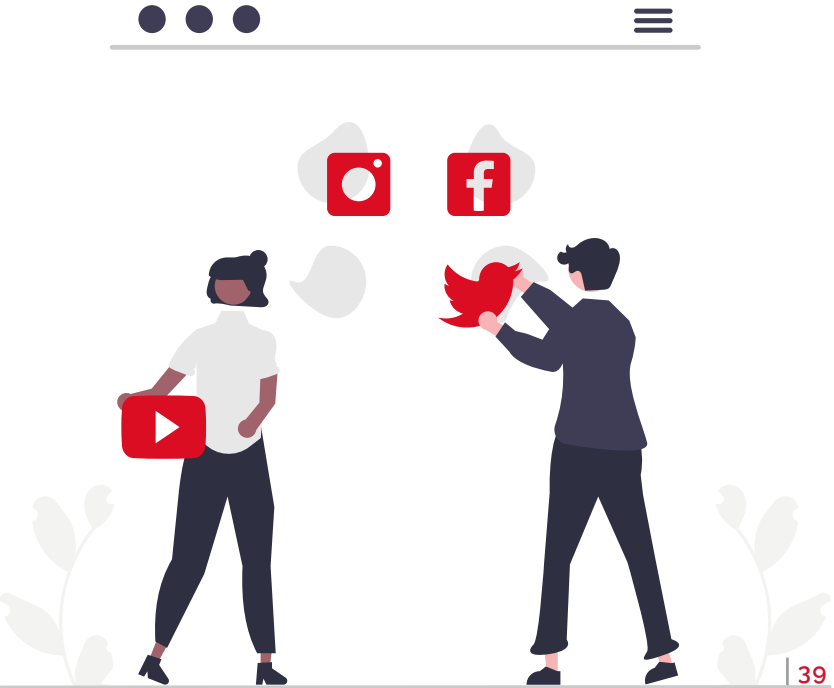
El set de medios incluyó un spot publicitario, anuncios de radio y avisos en gráfica, en medios online y redes sociales. “Están nuevos, pero tienen su historia” fue el claim con el que presentamos un sitio web renovado en el que se publica el stock de autos usados seleccionados, el showroom de 400 m2, los procesos de ventas y entregas basados en los de OKM y el gran diferencial de los Usados Certificados Toyota.

Acciones, eventos, Lanzamientos y Club Toyota

2021 también fue un año de COVID. A medida que avanzaban los meses, crecían las ganas de generar eventos en vivo, cara a cara, cumpliendo medidas de distanciamiento y prevención. Los planes de vacunación y la flexibilidad de las restricciones nos permitieron desarrollar esperados encuentros con nuestros clientes: participamos como main sponsors de la 79° Exposición Rural del Neuquén y de la 10° Exposición de Caballos de la Patagonia, agasajamos a socios del Club Toyota en una degustación de la prestigiosa Quesería Ventimiglia, implementamos una estrategia de cobertura territorial con nuestro Servicio Técnico Móvil y comunicamos los lanzamientos de Corolla Cross y Hiace, entre otras acciones de marketing.



En 2021 profundizamos nuestra estrategia marketing digital: usando medios online y redes sociales para nuestras comunicaciones, potenciando canales digitales propios e integrándonos a Salesforce.



RECURSOS HUMANOS



4

EDUCACIÓN
DE CALIDAD



8

TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO



Integrantes

La estructura de colaboradores en Nippon Car, se divide de la siguiente manera.

Casa Central: **86**
Suc. Neuquén: **55**
Suc. Roca: **15**
Suc. Bariloche: **17**
Suc. San Martín de Los Andes: **1**

175
total

2020

Casa Central: **96**
Suc. Neuquén: **66**
Suc. Roca: **17**
Suc. Bariloche: **23**
Suc. San Martín de Los Andes: **1**

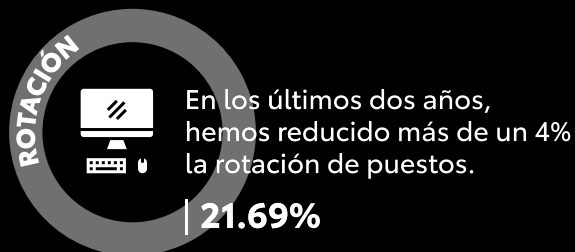
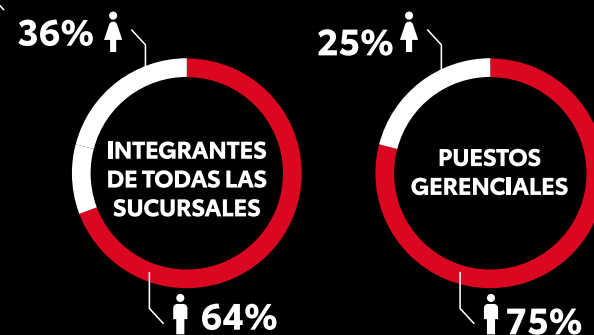
203
total | 196 colaboradores Argentinos, 4 Chilenos
2 Venezolanos y 1 Colombiano

2021



El **90%** de los colaboradores se encuentran bajo CCT.

DIVERSIDAD



EDAD



*todas las sucursales

ANTIGÜEDAD



Empleo

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2, 401-3, 402-1

Desde Nippon Car y a través de la mejora continua, buscamos ser un buen lugar para trabajar. Estamos comprometidos a brindar un lugar de trabajo digno, con igualdad de oportunidades, promoviendo el desarrollo personal, laboral y de calidad de vida de todos nuestros colaboradores.

Colaboradores

El gran número de ingresos se debió principalmente a la ampliación de los equipos de ventas de Planes de Ahorro y Venta de usados acorde con el crecimiento de dichos sectores. A su vez las áreas soportes de estos sectores crecieron en conjunto para acompañarlo.

Se proyecta para el 2022 ampliar las fuerzas de trabajo de ambos equipos ya que por la situación actual estas unidades de negocio serán las que mayor proyección tienen.

Adicionalmente para 2022 se proyecta inaugurar la sucursal de Añelo lo que implicará incorporar mano de obra calificada local. Aproxima-

madamente 5 personas para cubrir la demanda inicial.

Plan de Compensaciones e Incentivos

Trabajamos bajo estructuras salariales acordes a cada posición, armamos esquemas cuali y cuantitativos no solo para ventas sino también para posventa. El personal jerárquico paso a estar todo fuera de convenio con revisiones dos veces por año (Enero y Julio) supeditado a los incrementos del gremio (SMATA) como así también los indicadores para la industria que publican las encuestadoras en relación a salarios en el país (Mercer – Willis Towers Watson) y la inflación (INDEC).

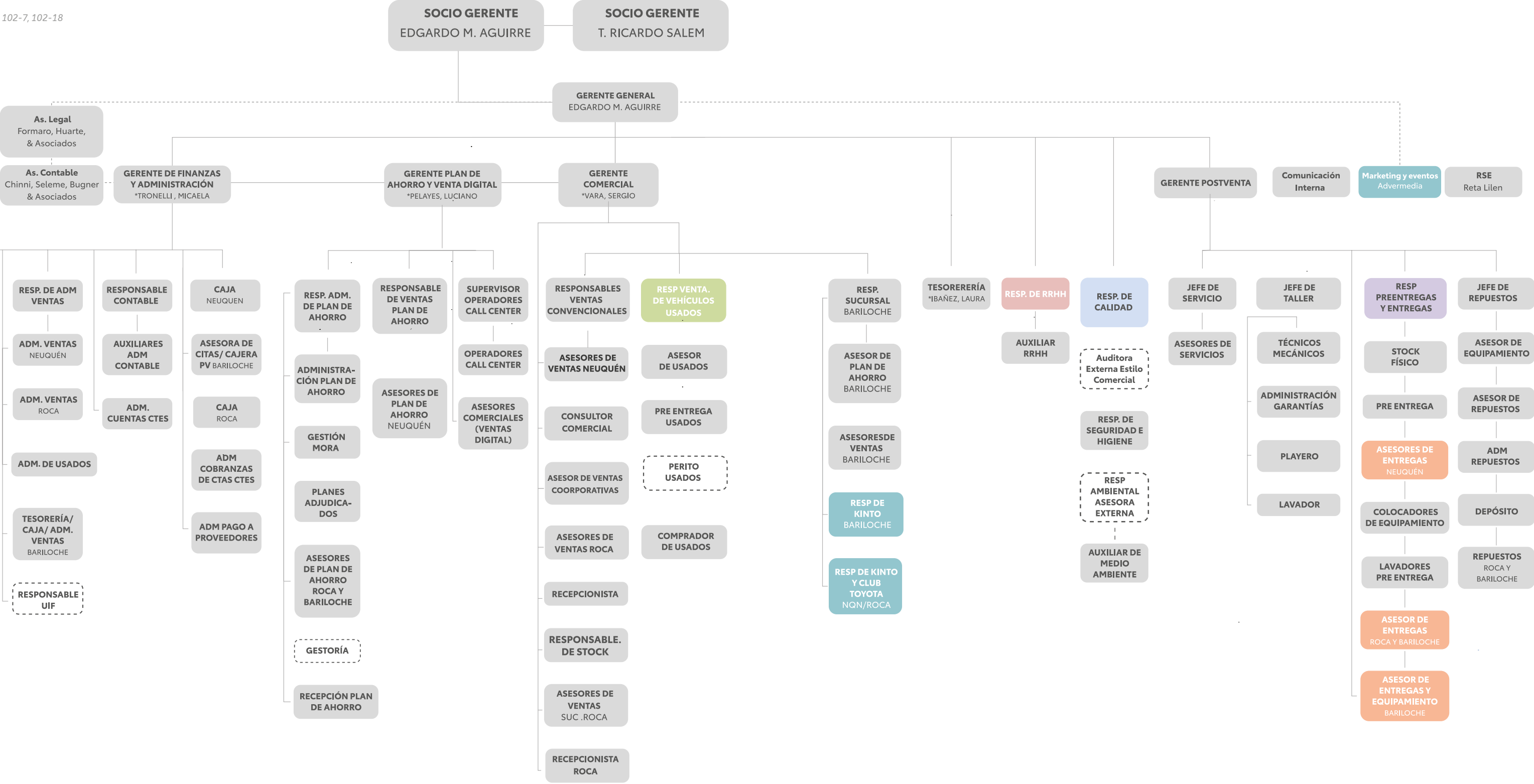
Como iniciativa propia, cerramos un acuerdo por fuera del CCT, que expresaba que a todo el personal bajo convenio de Posventa se les comenzara a liquidar remuneraciones variables en sus sueldos. Esto generó un nuevo y exclusivo sistema de compensaciones para los trabajadores del sector.

Integrantes

	2020	2021
A Salario Mínimo Nippon Car	\$56.606	\$69.207
B Salario Mínimo Vital Móvil	\$20.587	\$31.104
Relación A y B	2,75	2,23

ORGANIGRAMA

102-7, 102-18



Licencia por Maternidad

Según lo establecido en el CCT, la trabajadora debe tomarse 90 días corridos de licencia por maternidad de manera obligatoria. Puede tomarse 45 días antes y 45 días después de la fecha probable de parto (según certificado médico), o bien 30 días antes y 60 días después. En tanto, si el parto se adelanta, se tienen que cumplir los 90 días.

Durante 2021, para resguardar la salud de nuestras trabajadoras, las licencias que se otorgaron fueron acompañadas de la opción de Home Office antes y después del tiempo establecido por ley.

Evaluaciones de desempeño

Implementamos las evaluaciones de desempeño, buscando espacios de diálogo, donde se puedan clarificar los objetivos y planificar oportunidades de desarrollo, con los siguientes objetivos:

- » Lograr el acuerdo de compromisos entre líderes, colaboradores y equipos sobre los resultados esperados de la organización.
- » Analizar el desempeño para identificar las fortalezas y consolidarlas y las áreas de oportunidad de mejora para corregirlas.

» Fortalecer el rol de liderazgo.

» Desarrollar las competencias que requieren los colaboradores para su puesto de trabajo y poder así unir resultados individuales y organizacionales.

Beneficios para la empresa

- » Mejorar la contribución al resultado global de la empresa, a través del desarrollo y mejoramiento del desempeño individual.
- » Alinear los objetivos individuales de gestión y competencias con las metas organizacionales.

» Detectar necesidades de perfeccionamiento y ofrecer oportunidades de desarrollo a los colaboradores.

» Generar información objetiva para la toma de decisiones acerca de las personas y para otros procesos de gestión (planes de capacitación, asignaciones, rotaciones, etc.).

Durante el período reportado se hicieron 94 evaluaciones de desempeño para el personal de ventas: administración, vendedores de convencional y planes de ahorro. En posventa para: callcenter (citas), asesores de servicios, repuestos, mecánicos y mandos medios.

Objetivos 2022

Implementar una política / procedimiento de evaluaciones por las cuales haya una instancia obligatoria de evaluación a los 60

días de ingreso y luego establecer noviembre como fecha pre establecida para las anuales.



Capacitación

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 404-1, 404-2, 404-3

Además de nuestros procedimientos y políticas, un Plan de Capacitación permanente desde Toyota Argentina, aseguran que nuestros colaboradores estén guiados por los principales lineamientos éticos y comerciales de la marca para seguir creciendo profesionalmente con cada especialización.

Programa de Capacitación Comercial

El programa de desarrollo de Asesores Comerciales, Administrativos de Ventas, Entregadores de Okm y Recepcionistas forma parte de unos de los pilares más importantes del área de Capacitación Comercial. El programa se divide en 4 niveles de conocimiento, los cuales permiten ir desarrollando a nuestro personal en forma gradual e incremental. Cada contenido posee un marco teórico - práctico el cual se nutre con la amplia experiencia de los instructores.

Programa de Plan de Ahorro

En 2021 continuamos impulsando la formación en los conocimientos imprescindibles sobre la herramienta de plan de ahorro y las cualidades de nuestro plan como diferencial en el mercado. Adicionalmente apoyamos el desarrollo de aquellos puestos estratégicos del negocio que precisan mayor soporte y conocimien-

tos pertinentes a sus tareas. En este sentido, buscamos una adecuada incorporación de competencias esenciales, con el fin de alcanzar los objetivos cualitativos y cuantitativos y asegurando los estándares de Toyota. La formación estará orientada al desarrollo de carrera dentro del concesionario. El Programa de Certificación de Vendedores, Administrativos y Líderes de TPA, constará de diferentes niveles según su categoría. Todos los cursos se certificarán una vez corroborada la asistencia y aprobación de los exámenes correspondientes.

Capacitaciones internas:

Octubre es el mes de la calidad en Toyota. Por eso, desde el área de calidad de Nippon Car y junto al equipo de Posventa, armamos una capacitación exclusiva para el personal con atención al público. La misma se llevó adelante el sábado 23/10.

La jornada de coaching a través del Lic. Alberto Blasco, tuvo como objetivo brindarles herramientas para mejorar la atención al público y que esto a su vez impacte en el cliente de manera positiva.



Trabajamos bajo el concepto de Ikigai, una palabra japonesa que representa todo este proceso y le da sentido a la capacitación. Participaron 30 empleados.

RESULTADOS 2021

+600 horas de capacitación

INTEGRANTES CAPACITADOS

Ventas

34 convencional y usados

18 Plan de Ahorro

44 Posventa

7 Administración

25 Otras capacitaciones

Plan de Capacitación 2021



DESARROLLO CONCESIONARIOS

GERENTES

Gerentes de Concesionarios 2021

CURSOS POR NIVELES

Nivel 0 (Inicial)

Inducción a la marca
Introducción al ECT BIT

Nivel 1 (Básico)

ECT BIT básico
Mecánica básica
Producto básico

Nivel 2 (Intermedio)

ECT BIT avanzado
Producto avanzado
Tecnología automotriz

Nivel 3 (avanzado)

ECT BIT profesional
Curso de 4x4
Toyota Safety Sense e híbridos

CURSOS ESPECÍFICOS POR POSICIÓN

Staff

Entrega de 0km
Comunicación y manejo de situaciones conflictivas
Negociación
Ventas

PRODUCTOS DEL LINE UP

Producto

ETIOS	COROLLA CROSS
YARIS	RAV4
COROLLA	SW4
COROLLA GR-S	HIACE
CAMRY	LC PRADO
PRIUS	LC 200
86	Toyota Safety Sense
INNOVA	HIBRIDOS
HILUX	Conversión GNC
C-HR	DPF

POSVENTA

TEAM21 – Técnicos

E-Learning
Técnico Toyota
Técnico Profesional
Técnico en Diagnóstico
Técnico Master

TSA21 – Servicios

Asesores de Servicios Nivel 1
Asesores de Servicios Nivel 2

TARP – Repuestos

Asesores de Repuestos Nivel 1
Asesores de Repuestos Nivel 2

BP – Técnicos, Asesores e Instaladores

Técnicos BP

E-Learning
Técnicos Repintado Nivel 1 y 2
Cristales

Asesores BP

BP gestión & estimación

SKILL CONTEST

Evento 2021

DEALER KAIZEN – Servicio al Cliente

Cursos

Asesor de citas.
Jefe de taller
Promotor Kaizen
Asesor Técnico
Gerente de Posventa
Responsable de seguridad
Vendedor de accesorios

Evento

Maratón Kaizen

TOYOTA PLAN DE AHORRO

ACTIVIDADES ESPECÍFICAS

Vendedores

Bienvenido a mundo TOYOTA
Curso de Producto
Conocimientos Básico TPA
PLAFT 2021
Habilidades Comerciales: capacitación redes sociales y prospección conversaciones difíciles.

Administrativos

Bienvenido a mundo TOYOTA
Curso de Producto
Conocimientos Básico TPA
Gestión de cartera
PLAFT 2021
Suscripciones, ME, Agrupamiento
Sistemas y procesos TPA
Atención al cliente y manejo de reclamos

Gerentes / líderes

Bienvenido a mundo TOYOTA
Curso de Producto
Conocimientos Básico TPA
PLAFT 2021
Sistemas y procesos TPA
Liderazgo, coaching y gestión de KPI
Habilidades comerciales: capacitación redes sociales y prospección conversaciones difíciles.

Objetivos TASA 2021



Los principios del Toyota Way, hacen que la calidad en la atención del cliente siga siendo la mayor ventaja competitiva, y es por ello que Toyota continuó invirtiendo

en la capacitación de todo el personal de la red de concesionarios, para mantener dicho diferencial en un contexto de mercado altamente competitivo.



Como los programas forman parte de la certificación de cada puesto, su realización es mandatoria para cada integrante y la participación y aprobación de exámenes son obligatorios.

Beneficios Internos

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 401-2

En Nippon Car estamos convencidos de que el bienestar de nuestros colaboradores es primordial. No sólo el bienestar personal, sino, especialmente, el familiar. La Encuesta de Beneficios que realizamos en 2020 terminó de confirmarlo.

Es por todo esto que decidimos lanzar **Nippon más**, el **Programa de Beneficios Internos para colaboradores de Nippon Car**.



DÍA DE CUMPLEAÑOS

A partir de abril de 2021, quienes cumplan años podrán tomarse ese día para disfrutarlo en familia o con amigos. Antes de pedirlo, deberás coordinarlo con el responsable de tu área y con Recursos Humanos.



MEDICINA PREPAGA

Todos los colaboradores de Nippon Car pueden optar por el servicio de cobertura médica prepaga de Swiss Medical, sin costo alguno, para ella o él y un familiar directo (cónyuge, concubino o hijo). Para más información y detalles de la cobertura, contactá a Recursos Humanos: rrhh@nipponcarsrl.com.ar.



TARJETA DE ALMUERZO

Si tu modalidad de trabajo en Nippon Car es de horario corrido, contás con una tarjeta de compras La Anónima para tus almuerzos. Desde marzo de 2021, el monto disponible es de \$280 diarios.



KIT ESCOLAR

Al inicio del ciclo lectivo, Nippon Car entrega el Kit Escolar. Un beneficio destinado a colaboradores con hijos en edad escolar –nivel primario y secundario, hasta los 17 años de edad– que incluye una mochila y útiles. En 2021 se repartieron 50 Kits de primaria y 20 Kits de secundaria.

RESULTADOS 2021

Obra Social asignada	32	Día de cumpleaños	+100 días
Kits escolares entregados	70	Cajas navideñas entregadas	203
Tarjeta La Anónima	\$7.690.220		



Comunicación Interna

Basados en el propósito y la estrategia de Nippon Car, trabajamos en una gestión de la Comunicación Interna que busca sostener la imagen del concesionario, informar y acercar a todos sus integrantes.

Nuestra Política de Comunicación Interna determina cómo debemos manejar las comunicaciones de y desde Nippon Car con nuestros grupos de interés. Su aplicación y cumplimiento es responsabilidad de todos los integrantes. Los objetivos de esta Política de Comunicación son:

- » Definir una Política de Comunicación Interna, común a todos nuestros empleados.
- » Asegurar la coherencia y transparencia en todas nuestras Comunicaciones Internas.
- » Definir nuestra comunicación vía e-mail.
- » Determinar nuestro enfoque en los medios sociales de comunicación.
- » Establecer los responsables de la comunicación.

E-mail exclusivo:
comunicaciones@nipponcarsrl.com.ar

Sumamos diferentes medios y canales de CI, con el objetivo de:

- » Establecer un canal formal de información.
- » Difundir información que nos ayude a lograr objetivos.
- » Promover espacios de intercambio.
- » Difusión de valores y cultura organizacional.

Canales de Comunicación Interna

- ✉ Mailing
- 📱 WhatsApp
- 📧 Carteleras

Medios

Newsletter Interno “Somos Nippon Car”

Objetivo: Integración de sucursales. Brindar información transversal a toda la organización. Segmentos:

» **Entrevista del mes:** en cada edición un integrante distinto de la empresa presenta un abreviado entrevista personal que cuenta su trayectoria o su historia dentro de Nippon Car.

» **Mejores Prácticas:** cada sector puede presentar una actividad o proyecto en que esté trabajando.

» **Logros:** Reconocimientos de los equipos de trabajo por resultados de proyectos, capacitaciones, etc.

» **Concursos y encuestas internas.**

» **Eventos:** actividades que se hayan realizado o que estén por suceder.

» **Medio Ambiente:** difundimos conceptos, logros y trabajos del área.

» **RSE:** damos a conocer el trabajo, conceptos, proyectos y eventos del área.

» **Novedades:** información de la marca (Toyota), sobre nuevos lanzamientos, segmentos, etc.

» **Efemérides:** saludos especiales, saludos de fin de año, fechas patrias, etc.

» **Cumpleaños:** los cumpleaños del mes se informan al final del boletín.



Boletines informativos

Canal de información descendente utilizado para difundir información formal y específica de cada área.

- » Comunicados desde gerencia.
- » Novedades de RRHH: Nuevos integrantes, bajas de personal, cambios de puestos, uniformes, etc.
- » Horarios y novedades específicas de cada sucursal.

» Políticas y Procesos.

Partes COVID-19

Para mantener informados a los integrantes de todas las sucursales, durante 2021 continuamos elaborando y enviando periódicamente partes que incluían:

- » Recomendaciones y Cuidados.
- » Situación general de cada sucursal.
- » Casos Positivos detectados.

- » Hisopados PCR realizados.
- » Exámenes anticuerpos (IGG) realizados.
- » Charlas y comunicados de profesionales.

Encuesta interna de Clima

La Encuesta 2021 se hizo con la misma metodología y una versión más completa que la de 2020. En línea con las evaluaciones de desempeño, tuvo como objetivo obtener un panorama de cada área e identificar oportunidades de mejora. Es decir, no fue una evaluación sino una herramienta de diagnóstico.

Mediante un formulario online, cada colaborador tuvo que responder 31 preguntas divididas en 7 secciones, en las que se abordaron temas como: covid-19 y cuidados, home office, líderes y referentes, herramientas y procesos, capacitaciones y sentido de pertenencia.

Las respuestas fueron anónimas, pero incluían el pedido de datos como sucursal, área, antigüedad, para evitar procesar información generalizada.

La encuesta se presentó a través de los líderes de cada área y se envió por mailing a todos los colaboradores, y con una lista de difusión desde RRHH por WhatsApp a todos aquellos integrantes que no usan computadora (posventa). Fue enviada a 194 colaboradores y se recibieron 130 respuestas.

Principales resultados:

- » Los cuidados por parte de la empresa por COVID19, siguen siendo positivos, más del 80% se siente conforme.
- » En cuanto a los que tuvieron que trabajar Home Office, no fue para todos una experiencia muy gratificante.
- » Respecto a los líderes, más del 90% de los encuestados tiene en claro quién su líder y más del 70% califica como buena y muy buena la comunicación con ellos.
- » Por el tema de herramientas y procesos, el 25% (35 colaboradores) de los encuestados manifestaron no contar con la información necesaria para realizar su trabajo, pero más del

96% conoce los procedimientos y políticas de su área.

- » En el área de capacitaciones, el 68% manifestó haberlas recibido este año.
- » De 130 respuestas, 129 manifestaron que Nippon Car es una buena empresa para trabajar y 119 se ven trabajando en un futuro en la empresa.

Encuesta de Clima TASA

Desde 2015 Toyota Argentina realiza la Encuesta de Clima a Concesionarios a través de una consultora especializada en el tema, y terciarizada tanto para TASA como para el concesionario.

Objetivo: conocer la opinión del personal en cada concesionario respecto del clima laboral y otros aspectos de relación con la empresa con el objeto de identificar oportunidades de mejora y generar planes de acción.

» Empleados alcanzados en 2021: 171

» Participación / Respuestas recibidas 2021: 150 (88%)

» Memo 2019: Participación 86% / 124 empleados

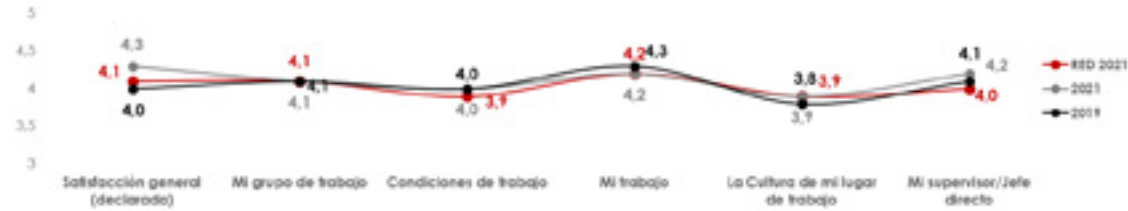
» Memo 2017: Participación 87% / 110 empleados

» Memo 2015: Participación 79% / 48 empleados

Temáticas relevadas:

- » Mi grupo de trabajo
- » Condiciones de trabajo
- » Mi trabajo
- » La cultura de mi lugar de trabajo
- » Mi supervisor / jefe directo
- » Satisfacción general

Resultados generales:



Cuidados COVID-19

Continuamos con los protocolos y recomendaciones para prevenir el Covid-19. Seguimos promoviendo los protocolos internos en los espacios de trabajo presencial. Continuaron durante gran parte de 2021, los diagramas de trabajo (burbujas) en los sectores de posventa, ventas y administración, bajo los requerimientos del decreto nacional y protocolos provinciales y municipales.

De esta manera nos aseguramos de no tener demasiada gente en los sectores de atención al público y, por otro lado, evitar contagios masivos con casos sospechosos o positivos dentro de cada burbuja.

Todos los integrantes contaban a diario con la entrega de barbijos triple capa que se recambiaban cada 6 horas, y alcohol en gel en todos los espacios de trabajo.



La encuesta es anónima y se realiza en todas las sucursales a través de WhatsApp o de un mail personal (no laboral).

Acciones preventivas en todas las sucursales

- » Protocolo COVID: tomado de temperatura, entrega de guantes y barbijo.
- » Elementos sanitizantes en escritorios, baños y lugares de uso común.
- » Demarcaciones para cumplir con distanciamiento social.
- » Cabinas sanitizantes en los accesos.
- » Protocolo Contactless en posventa (desinfección de vehículos).
- » Desinfección periódica de sucursales.
- » Mamparas en escritorios de atención al público.
- » Cartelería informativa.



Entregamos más de 50.000 barbijos entre enero y diciembre 2021.

204 Testeos realizados | 38 Casos positivos

Objetivos 2022

- » Estandarización y mejora de procesos dentro del área.
- » Implementar una nueva jornada de inducción: es un hito que busca un impacto



positivo en el momento de ingreso del empleado a la empresa fortaleciendo el concepto de marca empleadora y unificando criterios de inducción al puesto.



Salud y Seguridad en el Trabajo

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4

Queremos cuidarte

Nos ocupamos de mantener la salud y la seguridad de todos los colaboradores de la empresa y nuestros clientes.

Trabajamos para prevenir accidentes y enfermedades relacionados con las actividades laborales. En las diferentes áreas de taller, reforzamos la entrega, el uso y el cumplimiento de los elementos de protección personal para prevenir los accidentes laborales.

Tenemos un **Plan de Evacuación** propio y un **Rol de Emergencias** activo.

Junto al área de medio ambiente, mantenemos, actualizamos y aseguramos la implementación, funcionamiento y cumplimiento del sistema de gestión ambiental de la empresa en pos de garantizar su mejora continua y adecuación a las necesidades y cambios que se presenten.

Desde el área acompañamos el desarrollo del programa de manipulación de residuos peligrosos y su destino final. Promovemos el reciclaje y la separación de residuos en todas sus categorías.

Salud y Seguridad de los Clientes.

Durante 2021 los protocolos por el COVID 19 siguieron vigentes en todos los salones de atención al público. Renovamos en todos los

escritorios de atención al público, las mamparas divisorias para garantizar la seguridad y prevención tanto de los integrantes del concesionario como de nuestros clientes.

Barbijos, alcohol en gel, ambientes ventilados y la constante desinfección de los espacios comunes nos acompañaron todo el año.

Accidentes

En Nippon Car trabajamos anualmente para reducir la tasa de accidentes. Para ello implementamos una serie de normas y procedimientos para prevenir y mitigar cualquier tipo de

acción que pueda ser de riesgo para el personal. Esto se refuerza con el uso de elementos de protección personal y la implementación de los diferentes roles de emergencia.

Resultados 2021:

3 Accidentes anuales

155 Días sin accidentes

Objetivo: Reducir el índice de accidentabilidad en el 2022



Capacitación

En 2021 seguimos con el dictado de charlas de prevención sobre Covid-19 en todas las sucursales. Además, implementamos nuevos cursos para formalizar la gestión de nuevas políticas y normativas del concesionario.

Cursos dictados:

- » Política de pautas y reglas de Conducción Vehicular.
- » Política de adicciones, uso y abuso de alcohol y drogas.
- » Protocolo Covid-19 del año 2021.

» Manejo preventivo de flota liviana.

» Manejo preventivo de flota pesada.

180 horas de capacitación

125 colaboradores capacitados

69 nuevas inducciones

5 cursos y talleres

Mejores prácticas

En 2021 implementamos las políticas de:

- » Manejo vehicular.
- » Alcohol y drogas.

Ambas políticas forman parte de las responsabilidades y cumplimientos de todo el personal,

sobre todo de los colaboradores que cumplen rutinas de viajes en vehículos de la empresa.

Actualización del Rol de Emergencias

Durante el período registrado trabajamos en la formalización e implementación del nuevo rol de emergencias de la empresa. Sumamos capacitaciones a todos los colaboradores en protección contra incendios y se formó una brigada de acción ante emergencias.

Espacios de trabajo

Los monitores se encontraban sobre los escritorios generando dificultades a la hora de regular la altura y la inclinación ideal para poder trabajar en una postura cómoda y correcta para la salud de cada colaborador. Es por eso que como contramedida incorporamos soportes de monitores en todas las computadoras, el mismo se regula en altura e inclinación dismi-

nuyendo el riesgo ergonómico en el puesto de trabajo.

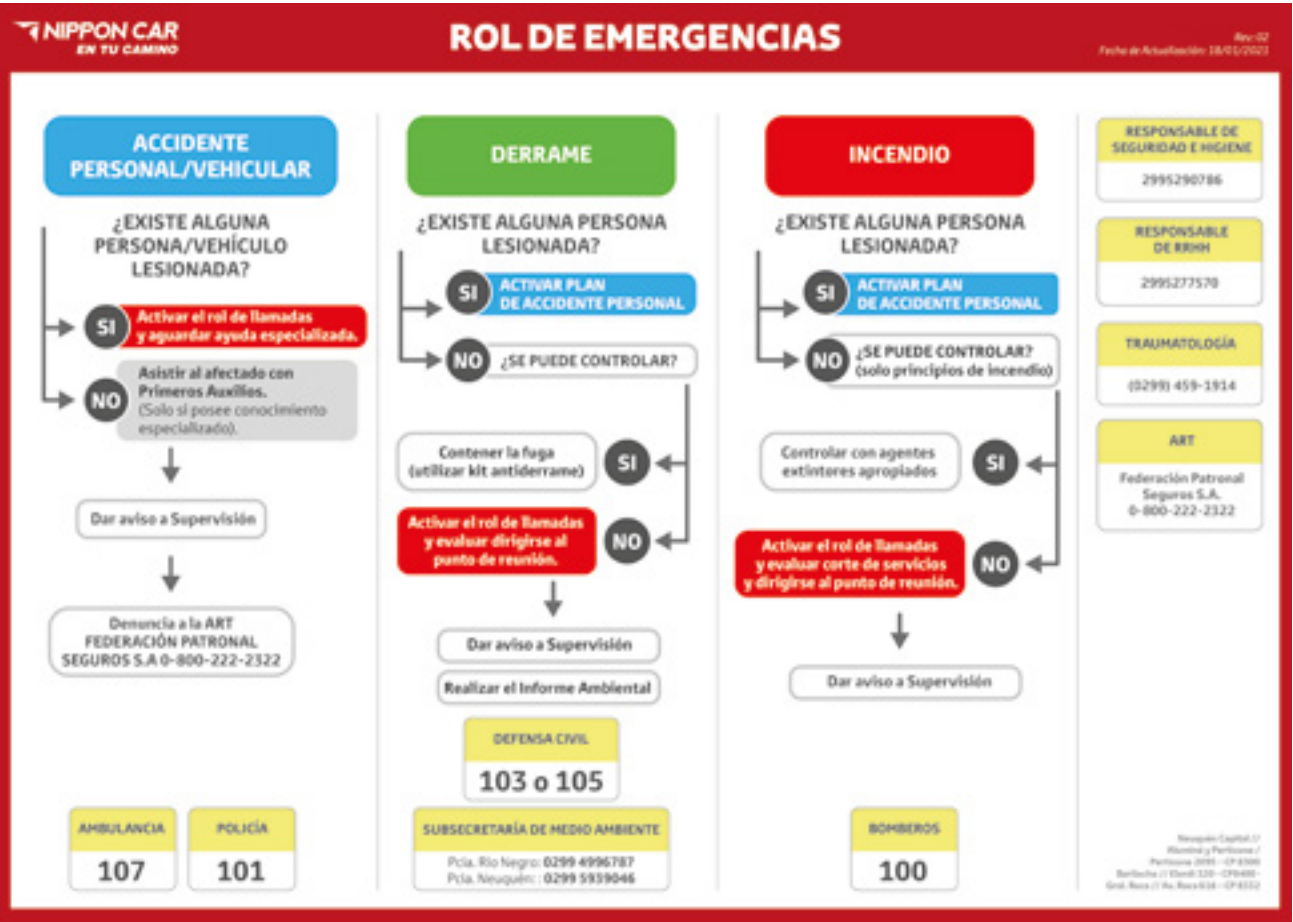
Con el personal que utiliza notebooks nos encontramos con el mismo problema y para ello incorporamos un soporte que levanta e inclina la notebook para poder tener el cuerpo derecho a la hora de utilizarla y así protegerlos del riesgo ergonómico.



| Soporte monitor de escritorio.



| Soporte notebooks.



UNIDADES COMERCIALES



Plan de Negocios



Durante el período reportado, nos mantuvimos por debajo de la media con respecto al ranking de la red de concesionarios. Esto se debió en gran parte a la re estructuración de las áreas de posventa y de calidad, donde se establecieron nuevos objetivos para aumentar el posicionamiento para 2022.

El plan de negocio es un documento enviado por Toyota Argentina S.A. (TASA), en el que se plantean los objetivos anuales del concesionario. Se incluyen los objetivos cualitativos y cuantitativos de todas las unidades de negocio y se debe cumplir con el 100% de los objetivos.

En el plan de negocios se estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados si se logran los objetivos marcados en el proyecto. Con el plan anual de cada concesionario Toyota Argentina arma los planes de producción y pedido de las unidades para todo el año.

El cumplimiento de los objetivos del Plan de Negocios, permite que año a año podamos solicitar más unidades. Esto se transforma en un mayor crecimiento para la empresa.

Realizamos reuniones mensuales en las cuales gerencia baja las Políticas Comerciales para cada equipo de venta y posventa. Luego, en conjunto con los supervisores de cada área, se realizan reuniones semanales para comunicar los objetivos y avances de cada sector.

En 2021 Toyota incrementó un 34% más los objetivos del Plan de Negocios respecto a 2020.

100% objetivos cumplidos representados en 3.170 unidades vendidas a diciembre 2021.

Auditorías

Durante el período reportado desde TASA siguieron realizando las habituales auditorías externas de cada unidad de negocio. Como

objetivos propios y como parte de la mejora continua trabajada en el concesionario, desde el área de Calidad y Desarrollo, se realizaron encuestas y auditorías internas para detectar puntos de mejora.

Auditorías realizadas



UCT (usados)
ECT(convencional)
TSM (posventa)

Personal bajo auditorías



UCT (usados)
ECT(convencional)
TSM (posventa)

Puntos de mejora



Calidad
de atención

Resultados generales 2021

3.170 unidades vendidas de todas las unidades comerciales.

Ranking Inscripciones Okm en la Región

Descripción	Total	Zona geográfica analizada
Toyota	3533	Neuquén: (toda la provincia)
Fiat	2037	
Volkswagen	1776	Rio Negro:
Renault	1302	» Allen
Ford	1145	» Bariloche
Chevrolet	842	» Choele Choel
Peugeot	677	» Cinco Saltos
Mercedes Benz	528	» Cipolletti
Nissan	458	» General Roca
Jeep	314	» Maquinchao
Otros	842	» Villa Regina



“Sin dejar de reconocer que la venta de Okm por el canal convencional es el corazón del negocio para un concesionario del tamaño de Nippon Car, los negocios de Venta de Usados y Plan de Ahorro van dejando de ser un complemento y ganan relevancia, sobre todo en años complejos como este 2021.

Destaco el esfuerzo realizado este año en la ampliación de estructuras y la mejora de las instalaciones de los mismos, para apuntalar su crecimiento.

La venta de Okm fue desafiante, inmersa en un mercado con restricciones de oferta que, se estima, tardará un par de años en normalizarse. No obstante, con trabajo y creatividad, se lograron excelentes resultados.”

Sergio Vara
Gerente Comercial

Venta Convencional

El área de Venta Convencional es el corazón comercial de todo concesionario y Nippon Car no es la excepción. Si bien la sinergia con las áreas de Planes, de Ventas Especiales, de Usados y de Posventa es total, Venta Convencional es la manera tradicional y directa con la que hemos sumado clientes al Mundo Toyota. Y es, posiblemente, en la que primero impacta esa visión de Toyota que dice “siempre vehículos mejores”.

Nuestra estructura de venta convencional está compuesta por una gerencia comercial a la que reportan responsables de sucursales, equipos de administración, responsable de stock y los diferentes asesores de ventas de Casa Central, Sucursal General Roca, Sucursal Bariloche y Oficina Comercial San Martín de los Andes.



"Durante 2021 se trabajó con la implementación de la nueva plataforma de Toyota Argentina DCX-Etoyota (Salesforce) para poder brindar una mejor comunicación a los clientes y realizar un correcto seguimiento interno de las operaciones."

Franco Sánchez
Supervisor de Ventas

Unidades Vendidas por Venta Convencional

HILLUX	1533	COROLLA	173
ETIOS	491	HIACE	63
SW4	324	RAV4	15
COROLLA CROSS	217	LAND CRUISER	5
YARIS	195	C-HR	2

Nuestros objetivos de ventas se desprenden del Plan Comercial que TASA implementa para los concesionarios. Trabajamos bajo certificación de Estilo Comercial, basando las destrezas de nuestros Asesores en las capacitaciones de

producto de la compañía y en una activa pasión por la atención al cliente que nos ha llevado a implementar mejoras a lo largo de nuestros procesos de ventas.

Integrantes del sector 2021

Cantidad de vendedores **19** | Cantidad de administrativos **6** | **3** Cantidad de supervisores
Total de integrantes **27**

Objetivos 2022



» Integrar un administrativo más para la sucursal de Bariloche.

» Incorporar nuevo vendedor de Usados en la sucursal de San Martín de los Andes.



Ventas Especiales

144 vehículos vendidos en 2021

Ágil y confiable

Nippon Car pone a disposición de sus clientes corporativos un Departamento de Ventas Especiales, conformado por un sólido equipo comercial y administrativo. Orientado a la agilidad, el staff comercial del Departamento de Ventas Especiales cuenta con amplios conocimientos de las necesidades de movilidad y transporte que requieren las empresas de la región. El staff administrativo y contable, por su parte, brinda la agilidad y la prolijidad que las empresas necesitan.

El mejor servicio

- » Descuentos especiales para clientes flotillos.
- » Venta de vehículos particulares para personas con discapacidad.
- » Facturación directa de fábrica.
- » Atención personalizada.

» Asesores de Ventas especializados.

» Cotizaciones y documentación para licitaciones y compulsas.

» Servicio Técnico Móvil para asistencia a flotas en base.

Objetivos:

Durante 2021, trabajamos en conjunto con TASA para mantener actualizada la cartera de clientes con las empresas más relevantes del rubro en volumen de compra. De esta manera, nos aseguramos de ingresar dos clientes nuevos por año a esta unidad de negocio.

Siempre nos proponemos cumplir y superar el objetivo planteado por TASA, y por eso comenzamos a gestionar un ofrecimiento más amplio en cuanto a las formas de adquisición de unidades dependiendo la necesidad de cada cliente. Esto nos va a llevar que para 2022 podamos lanzar nuestro programa de Soluciones Corporativas para Empresas, junto al área de Posventa, Planes y Kinto.



“2020, inicio de la pandemia, fue una sorpresa y un golpe para todos que dejó enseñanzas e introdujo cambios en formas de trabajo y en los comportamientos de los consumidores.

En 2021 vivimos, nuevamente, un año muy complejo, de grandes incertidumbres y nadando entre lo “virtual” y la “presencialidad”. Sabíamos que la clave del éxito radicaba en adaptarnos rápidamente y capitalizar las oportunidades de

la venta digital, con flexibilidad en nuestra operatoria y manteniendo, mínimamente, las estructuras y el despliegue territorial. Eso nos permitió hacer crecer nuestra participación de mercado y hacernos fuertes ante la competencia.”

Luciano Pelayes
Gerente Plan de Ahorro y Venta Digital

Venta digital

10.896 Consultas recibidas

Luego de un año de pandemia como fue el 2020 en donde el Call Center fue el único canal de contacto de los clientes con Nippon Car, el año 2021 el sector se mantuvo como uno de

los canales principales de ventas de la empresa dando soporte a las unidades comerciales de Venta Convencional, Ventas Especiales, Toyota Plan, Usados, Kinto y Posventa (STM).



“Cada año seguimos superándonos en el proceso de atención al cliente, mejorando los tiempos de respuesta de cada consulta, sin dejar de lado la calidad en la atención a las mismas.”

Juan Colazo
Supervisor Venta Digital y Call Center

Integrantes	2020	2021
Cantidad de Operadores	3	4
Cantidad de supervisores	1	1
Total de integrantes	4	5

Ventas por Canal Digital	2020	2021
Convencional	334	204
Plan de ahorro	498	455
Usados	69	113
Total de Ventas	901	772

Proyección 2022

Se dio inicio al proyecto de unificación del Call Center de Ventas con el Call Center de Citas de Posventa. Se creará un solo centro de atención para todas las consultas telefónicas que ingresen a la empresa.

Pusimos en marcha la ampliación de la sala de Call Center ubicada en la sucursal Perticone

1575 en Neuquen Capital, esperando que en 2022 logremos aumentar a más del triple los puestos operativos, pasando de 4 a tener 14 puestos.

Inversión más de
\$12.000.000



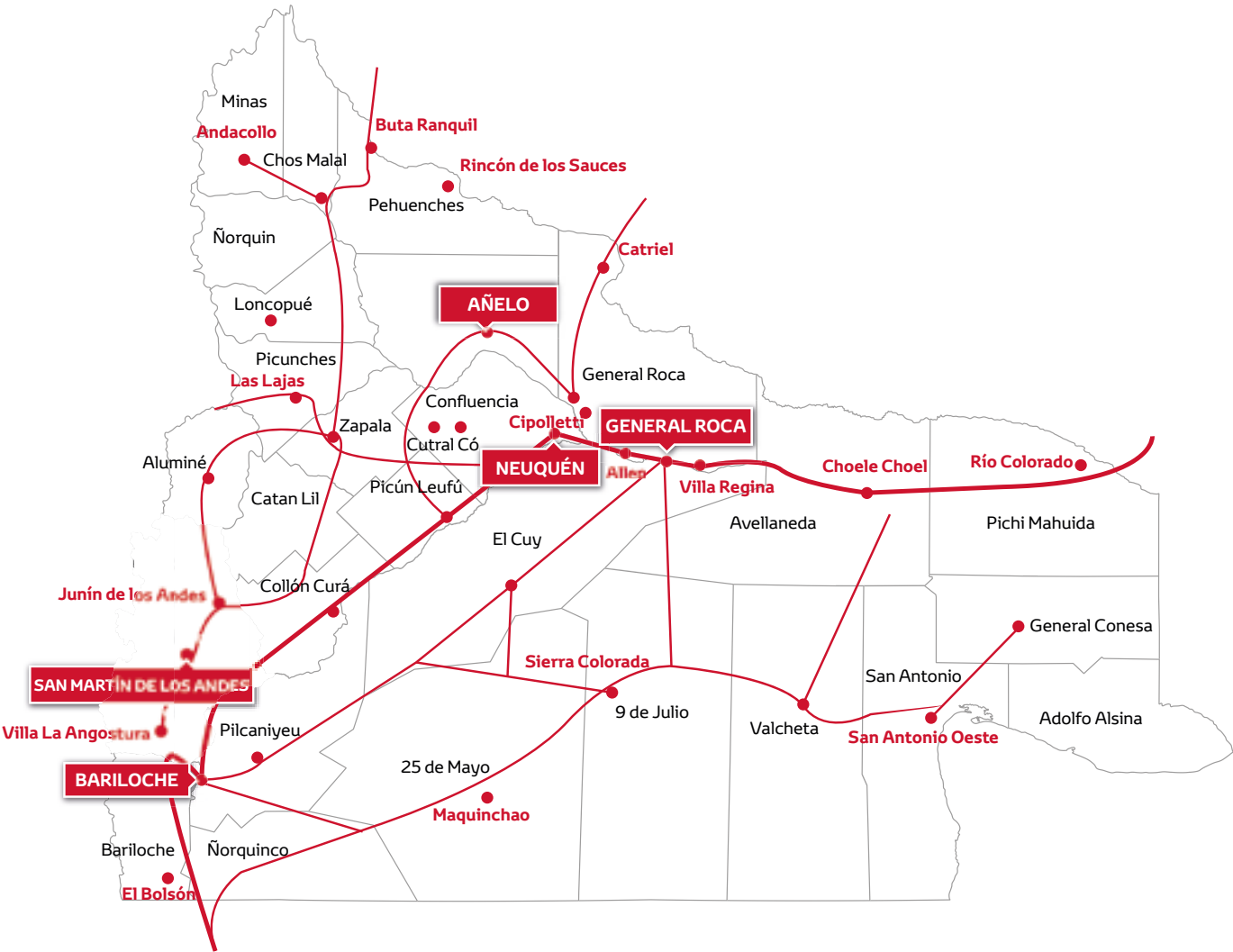
Toyota Plan

Respecto a los resultados de suscripciones, en 2020 fue de 1.272 y el objetivo era crecer un 15%. Los resultados 2021 nos demostraron que superamos los objetivos con un 35% de incremento como resultado final.

Digital contamos con el soporte de todas las consultas online.
Por último, un equipo de asesores comerciales recorre nuestras provincias para brindar asesoramiento personalizado, logrando en 2021 llegar a más de 28 localidades.

Por último, un equipo de asesores comerciales recorre nuestras provincias para brindar asesoramiento personalizado.

En el área exclusiva de Toyota Plan, tenemos un equipo de trabajo conformado por 19 vendedores, 8 administrativos y 3 supervisores, repartidos entre Neuquén, Roca, Bariloche y San Martín de los Andes. Además, desde el área de Venta



Logros 2021

Respecto a los resultados de suscripciones, en 2020 fue de 1.272 y el objetivo era crecer un 15%. Los resultados 2021 nos demostraron que superamos los objetivos con un 35% de incremento como resultado final.

Total de suscripciones: 1721

(Resultados de suscripciones y retail (Fuente PN 2022 – Resultados 2021))

	COROLLA	COROLLA CROSS	HILUX	YARIS	ETIOS	SW4	Total
Suscripciones	129	112	646	602	232		
Retail	42	12	263	57	179	1	554

Ranking Red de Concesionarios:

Suscripciones: 3ros (6.1% de participación)

Retail: 3ros (5.3% de participación)



Campañas

En la sucursal Bariloche se hicieron acuerdos con INVAP y Cámara de Comercio de Villa La Angostura con promociones que incluían a Toyota Plan, Convencional y Usados.

Mejoras edilicias

Se inauguró la ampliación en administración de planes incluyendo baños y comedor. La ampliación del Call Center y el nuevo sector de entregas con un 70% de avance aproximadamente a concluirse en 2022.



INVAP



CÁMARA
DE COMERCIO, TURISMO
INDUSTRIA Y PRODUCCIÓN
VILLA LA ANGOSTURA

ACUERDO CORPORATIVO





| Nuevo sector de administración.



| Nuevo Call Center



| Campaña Comercial "Estan nuevos pero tienen su historia" 2021

Usados Seleccionados

Brindamos una solución para quienes estén interesados en vender su auto, entregarlo como parte de pago o adquirir una unidad usada con el respaldo de Nippon Car.

En todas sus sucursales, Nippon Car Usados ofrece tasación en el acto y un exhaustivo peritaje, lo que garantiza que sólo ingresen vehículos en excelentes condiciones. Asimismo, a través del sitio web, se puede realizar una solicitud de cotización online de manera ágil y rápida, o conocer el stock disponible

Usados Certificados Toyota

El programa de Usados Certificados Toyota busca ofrecer vehículos en excelente calidad con grandes beneficios para el comprador. Para que un concesionario pueda ingresar un vehículo usado al programa de Usados Certifi-

cados Toyota, el auto debe cumplir los siguientes requisitos:

- » Ser vehículo sólo marca Toyota.
- » Tener menos de 5 años o 130.000 km.
- » Tener todos los servicios realizados en concesionarios oficiales.
- » Superar 150 puntos técnico/mecánicos de inspección específicos.
- » Una vez cumplidos estos requisitos, el vehículo puede ser ingresado al programa y ser exhibido como UCT.



¿Qué beneficios tiene un Usado Certificado Toyota?

- » Los vehículos del programa UCT cuentan con una **garantía de 1 año o 20.000 km**, que se suma a la garantía de fábrica vigente del vehículo.
- » Brindan certeza de ser vehículos que siempre fueron atendidos en concesionario.
- » **¿En qué consiste la garantía de Usados Certificados Toyota?**
- » Repuestos hasta un tope \$70.200 por todo el período de garantía del vehículo.
- » Mano de obra sin costo.
- » Servicio de Asistencia al vehículo las 24hs sin cargo por 1 año: remolque hasta el concesionario más cercano o servicio de mecánica ligera si es que fuese posible realizarlo.

Nuestros logros 2021

Durante 2021, nos propusimos mejorar la gestión del área debido al crecimiento sostenido que veníamos teniendo bajo el Plan de Negocios. Por este motivo, capacitamos a los equipos de trabajo para ofrecer una mejor atención, formalizamos un control más exhaustivo de las unidades ingresantes y destinamos mayor presupuesto a las reparaciones. Además, tuvimos que agrandar los equipos de ventas incorporando nuevos asesores comercial y un comprador. Esto nos llevó a poder expandirnos en la ciudad de Bariloche, abriendo una sucursal exclusiva.

La sucursal de Usados en Bariloche, está ubicada en Esandi 3300 donde pueden encontrar un amplio stock de vehículos junto a las oficinas comerciales de usados.



"En 2021 se trabajó en mejorar la atención y la calidad hacia los clientes, proyectando los valores de atención Toyota a todas las marcas."

Tomás Iannamico
Gerente de Usados Seleccionados.

891 Ventas Unidades Usadas

408 usados Toyota.
488 Otras marcas.



| Nueva sucursal Esandi Bariloche



KINTO KINTO SHARE KINTO ONE FLEET

Kinto

Soluciones de Movilidad


Usá la App KINTO Share
para reservar tu vehículo
y gestionar todo lo que
necesites.

Cantidad de asesores **2** | Cantidad de administrativos **1**

Cantidad de clientes atendidos **563** | Cantidad de vehículos alquilados **563**

Al finalizar el 2021, nuestra flota de vehículo ascendía a un total de 15 vehículos repartidos en dos estaciones; Bariloche y Neuquén Capital.

Proyecto Añelo

De la mano del crecimiento exponencial del sector petrolero privado en la Zona de Vaca muerta; Nippon Car decide abrir una Sucursal de Servicios en la localidad de Añelo. Proyectábamos una creciente demanda en el servicio de alquiler de unidades, más que nada sectores gerenciales, que eventualmente necesitaban hacer una recorrida por los Yacimientos. Por tanto, se previó la instalación de una estación Kinto en dicha localidad para dar respuesta a ésta necesidad del mercado.

Los vehículos que allí se dispondrán, contarán con Kit Oil & Gas: barra de trabajo, protector de chasis, protector de diferencial, Matafuegos de 10kg adicional y todos los accesorios que requiere la reglamentación para tener acceso a pozos petroleros.

Temporada invernal en centros turísticos

Sobre finales de año, se podía vislumbrar que los destinos nacionales tendrían una gran demanda de visitantes; una vez que se levantarán las restricciones para circular debido a la pandemia de COVID-19. En virtud de eso, el área de Kinto del concesionario junto con TASA, vieron la necesidad de aumentar su flota considerablemente para 2022.

La proyección implica duplicar la flota de la estación Bariloche, que por su ubicación recibe la mayor afluencia de turistas que buscan un auto de alquiler.

También se proyecta tener presencia en San Martín de los Andes, un destino muy atractivo para el visitante nacional, como internacional. La temporada invernal promete ser exitosa y no queremos quedarnos sin la posibilidad de ofrecer la flexibilidad y comodidad de Kinto Share a nuestros clientes.

Kinto One Personal & Fleet

Desde la terminal se empieza a diversificar el negocio de Kinto con varias propuestas dirigidas a clientes con necesidades muy distintas. Entendiendo que KINTO ONE es una opción relevante para que los clientes corporativos puedan continuar eligiendo TOYOTA en su flota de vehículos. Y por otra parte Kinto ONE PERSONAL, dirigida para clientes particulares que buscan la modalidad de suscripción mensual.

Es por esto que se prevé la incorporación de personal capacitado en atención de clientes Corporativos y con experiencia en leasings.

Para poder llegar a cumplir estos objetivos es necesario un nuevo organigrama que de un marco organizacional a la unidad de negocios Kinto. Se incorporarán asesores KINTO en las estaciones de mayor demanda y la figura de un Responsable, que supervise las operaciones de las estaciones actuales, las próximas aperturas y las operaciones de Kinto One Fleet & Personal.



“Nos adaptamos al negocio y procuramos dar una atención de calidad, a cada tipo de cliente.”

Luciano Toro
Referente Kinto

HILUX
SW4

COROLLA
CROSS
COROLLA

YARIS
ETIOS

La proyección es que para el año entrante la flota de vehículos de kinto supere las 50 unidades Propias.

Posventa

Servicio Técnico Oficial en Neuquén Capital, Roca y Bariloche.

Brindamos servicios para estar más cerca de nuestros clientes, con más medios de contacto para solucionar todos sus trámites y que puedan conseguir sus repuestos y accesorios únicos y de calidad.

Nuestro personal de posventa es formado por Toyota Argentina con un plan de capacitaciones que les permite superar sus niveles de aprendizaje y certificar los diferentes títulos de la marca a nivel mundial.

El compromiso de Toyota con sus clientes ha sido siempre ofrecer la mejor experiencia de compra, pero, sobre todo, una atención de posventa de excelencia a través de la mejora continua.

Metas 2021

» Nuevo sector para entregas de OKM en la sucursal de Neuquén

» |Certificación de TSM-FIR



Servicios realizados en 2021

12.459 en Neuquén. | **3.237** en Bariloche | **2.412** en Roca

Variación de Servicios Interanual 2021

Indicador	Total	% Total
Servicios	10303	62,9%
CPUs servicios	7239	44,2%
Reparaciones	5510	33,6%
CPUs reparaciones	3365	20,5%
Campañas	569	3,5%
TOTAL	16382	



Nuestros equipos de trabajo

	2020	2021
Cantidad de Asesores de Servicios	8	9
Cantidad de Asesores Técnicos	26	27
Cantidad de Asesores de Repuestos	12	12
Cantidad de Asesores de Citas	6	7
Cantidad de Supervisores	7	6
Total de integrantes	59	61

*(Sumatoria de todas las sucursales)

Call Center de Citas

Trabajamos para estar más cerca de nuestros clientes. Contamos con un sector de citas para atender la demanda de turnos online, Whats

App y correo electrónico, para Servicio Técnico y de Mantenimiento, Campañas Especiales, Repuestos y Accesorios.

De manera conjunta con todas las áreas de posventa, intentamos satisfacer las necesidades cotidianas de nuestros clientes.

18.711 clientes atendidos | 5 asesores de citas | 19.560 consultas recibidas

Nuestras instalaciones de posventa.

Como ya hemos mencionado, KAIZEN es un concepto japonés que significa mejora continua y representa una guía permanente para la operación de Toyota y de Nippon Car. Es con esa filosofía de mejora permanente que Nippon Car se propuso desde 2018, renovar sus instalaciones diseñadas bajo estándares de Toyota para sus concesionarios de todo el país y con detalles constructivos que priorizan la eficiencia energética y el cuidado del medioambiente. También aplicamos el YOKOTEN un concepto japonés que implica replicar una contramedida exitosa en un nuevo lugar. Tomando este término, replicamos e implementamos en nuestras sucursales las contramedidas aplicadas en cada una de ellas.

Casa Central Neuquén

El complejo cuenta con un total de 6.000 m² que amplía su capacidad operativa y brinda gran comodidad para clientes, con amplias áreas comerciales y de espera.

Taller y área de Postventa:

- » Capacidad operativa: más de 4000 vehículos mensuales atendidos.
- » 13 bahías de trabajo totales en taller. 3 de Mantenimiento Express. 1 de Alineación y balanceo.
- » Sala de espera y atención de Postventa a 190 m².
- » Capacidad de almacenamiento del sector de

repuestos duplicada con montacargas instalado.

» 45 puestos de trabajo en sector de Posventa: taller, turnos, repuestos, accesorios.

General Roca

El complejo cuenta con más de 2.600 m² cubiertos, un sector preferencial de espera y zona kids de 40 m² y exclusivas áreas de posventa:

- » Taller de 850 m².
- » 5 bahías de trabajo.
- » Sector de Repuestos de 200m².
- » Lavadero Interno, Sector de Entregas.
- » Depósito de vehículos propio.

Bariloche

- » 3 bahías de trabajo para Servicio de Mantenimiento y Mantenimiento Express.
- » Lavadero interno.
- » Área de repuestos .

Durante el período reportado, se avanzó con el diseño y los permisos para comenzar a construir el nuevo concesionario exclusivo para el área de posventa en Bariloche. Esperamos en 2022 comenzar con la obra de construcción.

A fines de 2021, culminamos con la obra del nuevo concesionario de posventa en Añelo, estratégicamente ubicado en el corazón operativo de Vaca Muerta. Esperamos inaugurarlo a principios de 2022.



"El 2021 estuvo lleno de obstáculos y dificultades en cuanto a lo técnico ya que por causa de la pandemia se habían frenado las capacitaciones de TASA. Por eso nos propusimos junto a todo el equipo capacitarnos nosotros mismos para mantener la calidad de nuestros trabajos; fue un verdadero desafío, que gracias a la unión del grupo podemos decir que lo hemos cumplido y con creces."

Darío García
Jefe de Operaciones de Posventa



Servicio Técnico Móvil

Nippon Car cuenta con la unidad de Servicio Técnico Móvil (STM) de Toyota. Un taller montado sobre un camión carrozado que nos permite adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes, recorriendo nuestras provincias, llevando calidad y tranquilidad con Garantía Oficial Toyota .

Ventajas

- » Servicio en instalaciones del cliente, sin costos de traslados.
- » Sin riesgos ni choferes afectados a la tarea.
- » Rápido y ágil. Tiempos reducidos en la operación del servicio.

Características STM Toyota

Este móvil se encuentra totalmente equipado para realizar servicios con repuestos originales y personal técnico especializado con capacitación continua de Toyota Argentina.

- » Sistema de lubricación que permite el abastecimiento exacto de lubricantes.
- » Sistema de extracción que evita manchas y vertido de elementos contaminantes.
- » Mesa de trabajo con morsa, espacios de guardado para herramientas especiales y sector de almacenamiento de stock de repuestos.
- » Estructura con techo de 3m por 3m que se levanta y área de resguardo para realizar el servicio en cualquier condición climática, evitando el polvo y protegiendo al vehículo y a los mecánicos.
- » Exclusivo para servicios livianos o de mantenimiento exprés.
- » Equipado con Repuestos Originales Toyota.
- » Elevador incorporado.
- » 2 técnicos a disposición.
- » Desinfección pre y post servicio.

El mantenimiento incluye:

- » Mecánica Ligera.
- » Reparaciones Menores.
- » Cambio de aceite y filtros según plan de mantenimiento Toyota.
- » Inspección técnica de todos los ítems de seguridad y funcionamiento.
- » Revisión de campaña especial de servicio por calidad y seguridad.

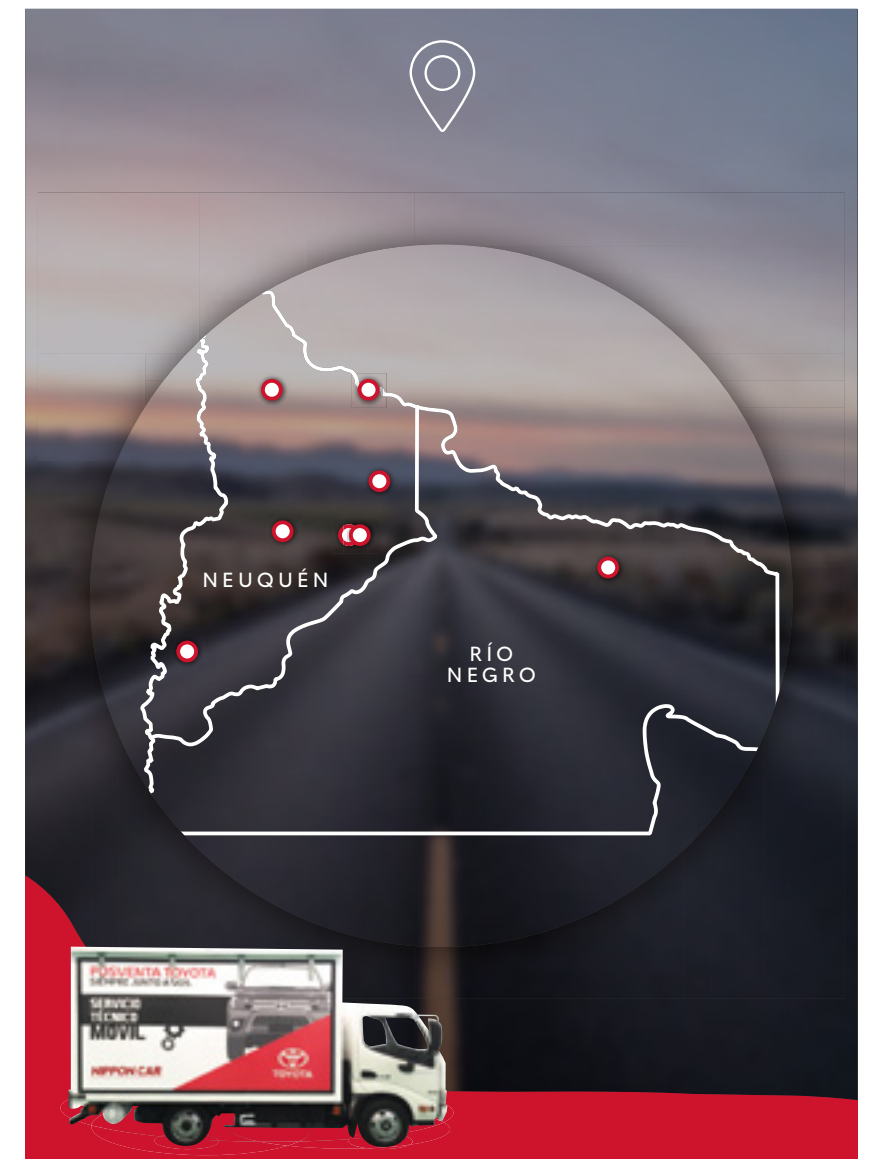
En 2021 realizamos

603 servicios

+40 recorridos

Localidades

San Martín de los Andes | Zapala
Añelo | Rincón de los Sauces
Chos Malal | Choele Choel
Plaza Huincul | Cutral Có





CLUB • TOYOTA

En Junio 2021 nos unimos a la iniciativa de Toyota Argentina SA que premia a nuestros clientes con un programa de beneficios que los hace sentir que “son parte” de una selecta comunidad, solo por tener un Toyota.

Sabemos que en nuestro país, los clientes de Toyota presentan un alto grado de identificación y lealtad con la marca, a tal punto que

nuestro mercado tiene índices de fidelización de clientes muy por encima del promedio global, ubicándose Argentina en el segundo escalón detrás de Japón.

Nippon Car cuenta con más de 80 ingresos diarios en nuestros servicios de posventa. Son clientes que traen sus vehículos para mantenimientos preventivos, servicios de rutina o los equipan con accesorios originales, ellos son los potenciales socios del Club.



Al finalizar el año 2021, más de 1400 clientes ya eran parte de Club Toyota.

¿Cómo funciona?



1
Regístrate
en Club Toyota



2
Disfrutá
Beneficios



3
Recibirás
invitaciones



4
Sumá puntos
y canjealos

Repuestos y accesorios

Comercializamos productos originales creados específicamente para tu Toyota y con Garantía Oficial. Los productos genuinos son los mismos utilizados en nuestros servicios y tienen el respaldo que necesitas para el perfecto mantenimiento de tu vehículo.

Además, somos Distribuidor Oficial Bridgestone. Cubiertas originales directamente de fábrica para todo el line up de Toyota.

Repuestos entregados 2021

Por número de parte **4573**
Por cantidad **130.666**

Accesorios entregados 2021

Por número de parte **170**
Por cantidad **7.082**



| Evento Club Toyota socios Nippon Car.

5 SUCURSALES
VENTAS

3 SUCURSALES
POSVENTA

25 AÑOS
TRAYECTORIA

+203 COLABORADORES

POLÍTICA DE CALIDAD



Ventas
y Servicios



Proveedores



Logística



Cliente



Calidad

Nuestra Política

Nos dedicamos a la comercialización, reparación y servicios de automotores, sustentados en los pilares de honestidad, respeto por el cliente y transparencia en los negocios.

Nuestra visión de largo plazo nos permite aceptar desafíos y lograr la mejora continua de los procesos y servicios que impulsan y orientan la actividad para conseguir la plena satisfacción de nuestros clientes.

Para lograrlo, nos basamos en los lineamientos y requisitos específicos de Toyota Argentina S.A., establecidos en los Manuales del Estilo Comercial Toyota, Toyota Service Management Kodawari y TSM FIR.

Con la finalidad de demostrar nuestro compromiso en la mejora continua y el respeto por nuestros clientes, la política de calidad enuncia los siguientes objetivos:

» Asegurar la plena satisfacción de nuestros clientes.

» Mejorar en forma continua nuestros procesos de servicio y garantizar los niveles de calidad.

» Cumplir con los requisitos legales y requisitos establecidos por Toyota Argentina S.A.

» Promover el trabajo en equipo en todas las áreas, estimulando la comunicación y participación de todos los integrantes de la organización.

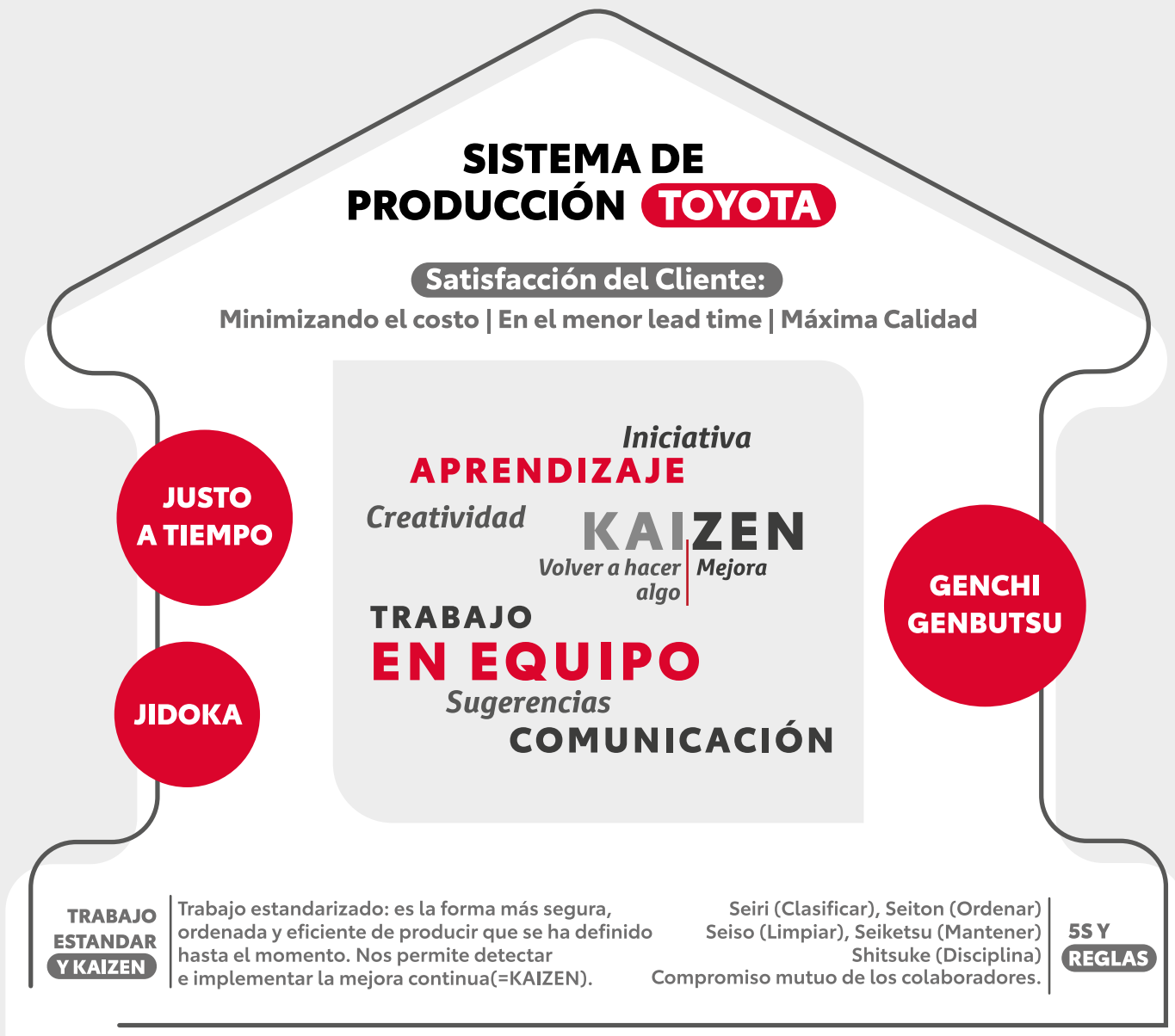
» Reconocer en la capacitación y en el entrenamiento de las personas, una forma permanente de mejora de las competencias laborales.

» Comunicar esta Política de Calidad a todo el personal, clientes, proveedores y contratistas; quedando la misma a disposición de las demás partes interesadas.



"Desde el área de calidad trabajamos para hacer las cosas bien desde el inicio de cada proceso, buscando satisfacer siempre a nuestros Clientes. Nuestro desafío para 2022 es lograr un Contact Center integral, pudiendo recibir y transmitir llamadas, seguimientos de chats y redes sociales en un solo centro de contacto, orientar rápida y eficazmente las consultas de nuestros clientes."

Veronica Fernández
Responsable de Calidad



JUSTO A TIEMPO
Fabricar o abastecer lo necesario en el momento necesario y en la cantidad necesaria.

JIDOKA
Parar - Llamar - Esperar
No transferir defectos al proceso siguiente.

GENCHI GENBUTSU
Dirigirse a la fuente para encontrar los hechos que lleven a tomar las decisiones correctas, crear consenso, y alcanzar objetivos de la forma más rápida posible.

Sistema de Producción Toyota (TPS).

El Sistema de Producción Toyota es la base de la filosofía de trabajo de Toyota a nivel mundial. El proceso lleva adelante un conjunto de prácticas interdependientes, orientadas a maximizar la satisfacción del cliente, produciendo mejores vehículos con la mayor eficiencia en costos y tiempos. Sus pilares fundamentales son: Just in Time, Jidoka, Trabajo Estandarizado y Kaizen.

Mejora en cada proceso

El sistema pone su énfasis en la mejora continua, la eliminación de desperdicio (muda) y el valor el compromiso de los colaboradores, incluida la cadena de valor. Impulsa la excelencia en la fabricación, produciendo lo necesario, en el momento justo, con la mejor calidad y a un precio competitivo.

Kaizen

Kaizen es un método de gestión de calidad desarrollado en la década de 1980 en base a los lineamientos del Sistema de Producción Toyota. Se trata de un proceso de mejora continua que propone la producción sin desperdicios, orientada a producir el máximo valor.

Regla de las 5 S

El método consta de 5 pasos:

- » **Seiri:** “Clasificar”, descartar lo que no sea necesario.
- » **Seiton:** “Ordenar”, poner las cosas en su lugar.

» **Seisou:** “Limpiar”, dejar el área de trabajo en buenas condiciones.

» **Seiketsu:** “Mantener”, control y medición de las 3 etapas anteriores.

» **Shitsuke:** “Disciplina”, mantener de forma disciplinada la 4 criterios anteriores.

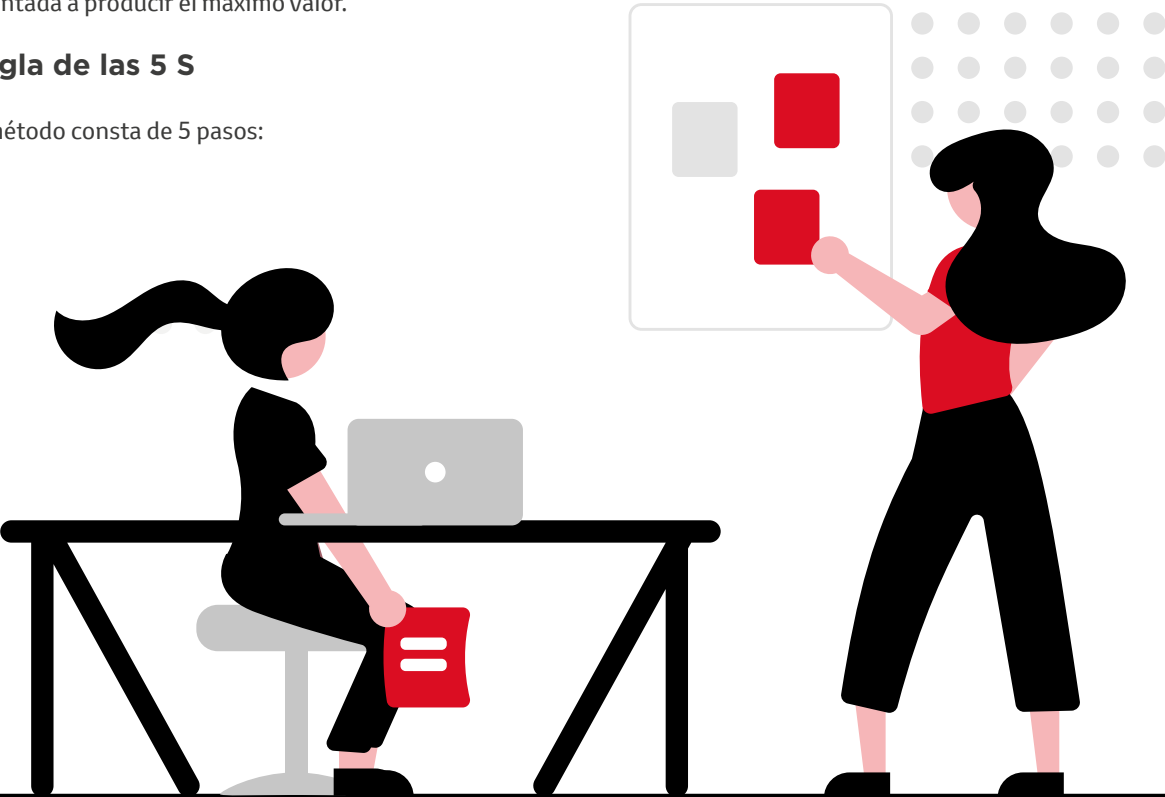
Indicadores de desempeño

Customer Satisfaction Index (CSI) es la métrica indirecta que intenta aproximar la experiencia del Cliente a partir de la medición de su satisfacción con el servicio brindado, tanto en posventa como en el sector de Ventas (SSI) Sales Satisfaction Index).

Resultados 2021:

CSI TASA (aplica posventa) **88.3**

SSI TASA (aplica venta) **92.5**



Auditorías TASA

Nuestra filosofía de trabajo en el área de calidad, se basa en las herramientas de apoyo de TSM “kodawari”, que significa brindar una entrega consistente del estándar mínimo de servicio preciso y de alta calidad, basándose en las expectativas del cliente.

Esta técnica orientada a la posventa y al estilo comercial, nos permite garantizar el foco de nuestra labor orientado en la satisfacción del cliente.

Índice de Contención de Quejas y Reclamos (ICQ)

De los reclamos recibidos en los diferentes procesos de auditoria, obtuvimos los siguientes resultados:

Índice 2021

ICQ ETC (ventas) **100%**
ICQ FIR (posventa) **94.5%**

SSI VENTAS 2021

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
NIC	*	*	*	*	*	89,8	92	92,3	93,8	92,9	92,1	92,5
RED	*	*	*	*	*	93,1	93,3	93,2	93,2	93,5	93,7	93,5

CSI POSVENTA 2021

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
NIC	*	*	*	*	87,8	93	92,7	90	87,2	88,3	90,5	88,3
RED	*	*	*	*	92	92,4	91,5	91,8	91,8	91,7	91,8	91

*NIC: Nippon Car

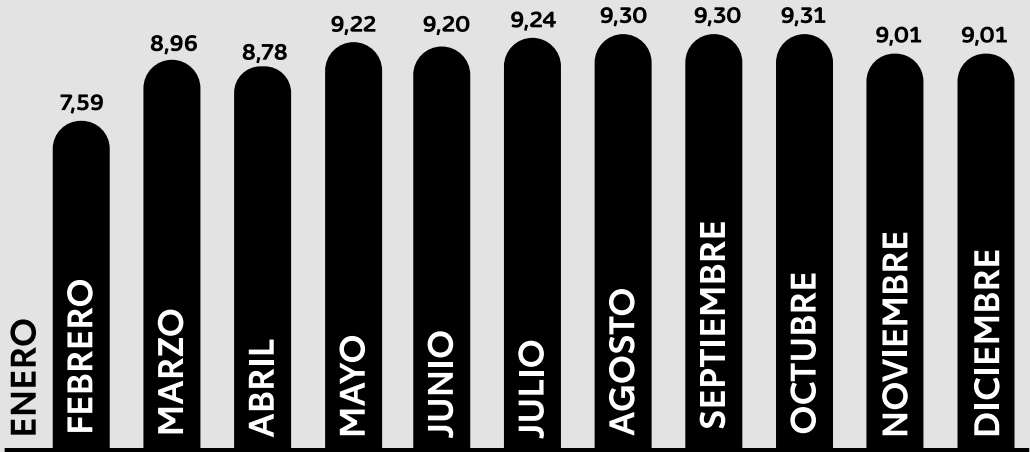
*RED: Promedio red de concesionarios

Encuestas internas

En 2020, con su impronta particular de pandemia, logramos fortalecer los procesos concentrándonos en auditorías internas diarias que

permitieron detectar los desvíos in situ y poder subsanarlos inmediatamente. Para esto, trabajamos con un plan de capacitaciones para brindar el soporte necesario a las diferentes áreas y así prevenir réplicas en los diferentes sectores. En el área Comercial superamos, en la mayoría de los meses, nuestro Objetivo Interno de Atención que es de 9.

Atención general del concesionario



Indicador

Resultado

TSM NQN	96%
ETC NQN Q3	89%
TSM ROCA	95%
ETC ROCA Q3	90%
TSM BARILOCHE	88%
ETC BARILOCHE Q3	84%
USADOS NQN	98%
USADOS ROCA	98%
USADOS BARILOCHE	98%

Encuestas Realizadas:

1116 en Ventas **684** en Posventa

Cientes con alarma de seguimiento / reclamo:

14 en Ventas **146** en Posventa



Objetivos 2022



» Inauguración Servicio de Posventa en Año
» Nuevo sector de Entregas de OKM en Neuquén

» Certificar Programa DPOR en Gral. Roca
» Certificación de TSMK en Bariloche y Año

DESEMPEÑO AMBIENTAL



Medio ambiente

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 301-1, 301-2, 301-3, 302-1, 302-4, 302-5, 303-3, 304-2, 305-1, 305-5, 306-1, 306-2, 306-4, 308-1, 308-2



La política ambiental fue revisada en el mes de ABRIL 2021 pero no se introdujeron cambios.

Objetivos de trabajo

Los objetivos ambientales planteados para el área de Medio Ambiente durante el 2021 fueron:

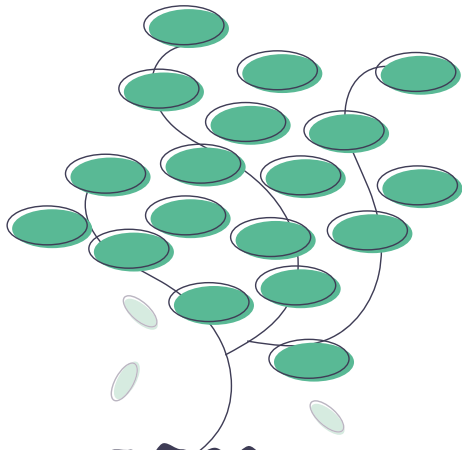
1. Integrar las actividades laborales de Nippon Car en armonía con la comunidad y el ambiente: dentro de este objetivo, se incluyeron actividades de participación con la comunidad, difusión de información medioambiental a través de redes sociales, donaciones de materiales reciclables, colaboración con organizaciones y alianzas institucionales, como fue el caso del convenio entre Nippon Car, Fundación AVINA y la Municipalidad de Bariloche.

2. Reducir las emisiones de CO2 que se generan a través del consumo energético: para alcanzar este objetivo, las actividades propuestas fueron introducir equipos de mejor eficiencia

El cumplimiento de los objetivos planteados fue muy satisfactorio, gracias a la participación de los distintos sectores del concesionario. Se logró cumplir el OBJETIVO 1 al 100%, el OBJETIVO 2 se cumplió en un 75%, el OBJETIVO 3 se cumplió al 100%.

energética, concientizar al personal sobre el uso racional de la energía eléctrica, realizar mantenimientos preventivos de los equipos y herramientas del concesionario.

3.R: Reducir, reutilizar y reciclar los residuos que se generan de la operación: las actividades contempladas para alcanzar este objetivo incluyeron evaluar por sectores los residuos generados, medir a través de indicadores la proporción de residuos reciclados respecto al total generado, capacitar al personal sobre la separación y gestión de residuos, identificar proveedores que permitan reciclar nuevos materiales.



TOYOTA ENVIRONMENTAL CHALLENGE 2050



El compromiso con el ambiente es una filosofía y una fuente de inspiración permanente de las operaciones de Toyota a nivel mundial. El Desafío Ambiental 2050 consiste en una serie de ambiciosos objetivos para alcanzar cero emisiones de CO2 en los vehículos producidos y a lo largo de toda la cadena de valor; lograr impactos positivos en la comunidad, buscando construir una sociedad en armonía con la naturaleza.

El Sistema de Gestión Ambiental se nutre del Desafío Ambiental Toyota 2050. Es la primera estrategia global a largo plazo vinculada con la sustentabilidad, desarrollada por TMC (Toyota Motor Corporation). En ella, se proponen metas que sirven de guía para el desarrollo del Plan de Acción Quinquenal, que incluye mejoras para la disminución de las emisiones de CO2 relacionadas al consumo de energía eléctrica

ca y gas y consumo de agua, como también las consecuentes corrientes de residuos sólidos, líquidos (efluentes) y gaseosos (emisiones de gases de combustión, material particulado y compuestos orgánicos volátiles).

Para más información sobre el Desafío Ambiental 2050, visite: <http://www.toyota-global.com/sustainability/environment/challenge2050/>

En febrero de 2021 se realizó la auditoría de seguimiento de la norma ISO 14.001, continuamos con el certificado vigente.



"Nuestro foco principal consiste en mejorar nuestro desempeño cada año, realizando un consumo responsable de los recursos que necesitamos para llevar a cabo nuestras actividades y reducir el impacto ambiental. Este año también incluimos el trabajo con la comunidad, promoviendo la conciencia ambiental en nuestros clientes y empleados mediante distintas estrategias de comunicación."

Florencia Molero
Responsable de Medio Ambiente

Nuestros desafíos

Desde el concesionario, se llevan a cabo diversas medidas para alinearnos a los desafíos ambientales 2050 propuestos por Toyota, a través de la generación de objetivos anuales. En cuanto a los desafíos:

Desafío Ambiental Toyota 2050	ODS	Acciones
 0 Objetivo 2 Cero emisiones de CO2 en el ciclo de vida.	 	El 100% de las sucursales se encuentran certificadas con la Norma ISO 14.001.
 0 Objetivo 3 Cero emisiones de CO2 en las fábricas.	  	se realizó el recambio de ciertos equipos por unos de mejor eficiencia energética, contamos con el aprovechamiento de energías renovables (paneles) en casa central.
 0 Objetivo 4 Reducir al mínimo y optimizar el uso de agua		se implementan medidas de control y reducción del agua utilizada, contamos con reutilización aguas grises.
 Objetivo 5 Construir una sociedad y sistemas basados en el reciclaje.	  	implementación de reciclado de materiales varios: en 2021 se implementó el reciclado de vidrios, plásticos y cubiertas.
 Objetivo 6 Construir una sociedad futura en armonía con la Naturaleza	 	Plan de capacitación anual para generar conciencia ambiental en los empleados, alineado con las acciones de RSE.



Sistema de Gestión Ambiental

Durante 2021, se implementó un CODIGO QR en cartelería ubicada en distintos sectores del concesionario, a fines de que el personal pueda generar rápidamente OBSERVACIONES, SUGERENCIAS Y HALLAZGOS, y de esta manera, mejorar la participación del personal dentro del Sistema de Gestión Ambiental.

Por otro lado, comenzamos a implementar un control más riguroso sobre nuestros proveedores ambientales de productos y servicios, creando un registro más completo y también comenzamos a implementar evaluaciones anuales, a fines de poder calificar las prestaciones y gestionar los cambios cuando se considere necesario.

Tenemos planificado durante 2022-2023, co-

menzar a exigir la certificación de ISO 14.001 a todos nuestros proveedores o bien realizar los cambios necesarios para trabajar exclusivamente con empresas que certifiquen esta norma.

Emisiones de CO2

El dióxido de carbono es uno de los gases de efecto invernadero que contribuye al cambio climático, siendo el más emitido en todo el mundo. Durante 2021, desde el área de ambiente se realizó por primera vez el cálculo de la huella de carbono generada por el concesionario. Para su estimación, se contemplaron los consumos de energía eléctrica anual en kWh y de gas natural en m3, multiplicando cada valor por un factor de conversión que arroja como resultado la cantidad de toneladas de CO2 generadas.

El valor global obtenido para el 2021 fue de 336,86 Tn de CO2, esperamos reducir este valor para el 2022.



Para el cálculo de la huella de carbono se realiza el seguimiento del indicador: Consumo de Energía Eléctrica (kWh) y Consumo de Gas Natural (m3).



Gestión de residuos

Dentro de nuestro SGA, seguimos haciendo foco en la gestión de las 3R. Además de separar

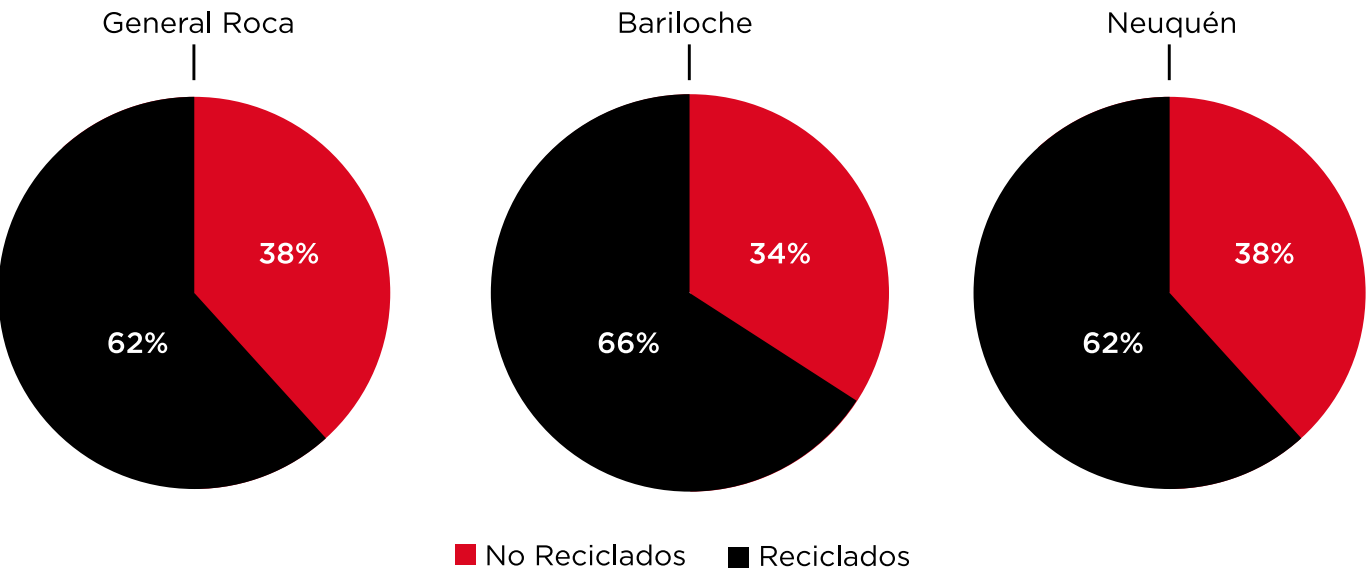
y medir nuestra generación de residuos, buscamos en todos los casos responsabilizarnos por su destino final. Además, en la sucursal de Neuquén, dentro de los residuos reciclables comenzaron a incluirse vidrios (parabrisas) y plásticos.

Tabla de indicadores y tratamiento 2021

Residuo	Resultado	Tratamiento
Res. Generales (kg)	54.686,1	Disposición final en relleno sanitario
Cartón/Papel (kg)	13.426,4	Reciclado
Cubiertas (kg)	1.845	Reutilización
Palets de madera (kg)	10.335,0	Reutilización
Plásticos (kg)	140	Reciclado
Vidrio (kg)	290	Reutilización
Metal (kg)	985	Reciclado
Peligrosos (kg)	17.741	Incineración
Peligrosos (L)	106.800	Reutilización 2°

**Esta tabla muestra el total de residuos generados en kg (total entre todas las sucursales)*

La proporción de residuos reciclados por sucursal durante 2021 fue la siguiente:



Reciclado y Reutilización.

El objetivo de nuestra gestión de residuos, implica tanto el darle un destino adecuado a los mismos así como también reducir la cantidad de material que disponemos en los rellenos sanitarios, a partir del reciclado y reutilización de los materiales aprovechables. Actualmente, Nippon Car cuenta con distintos proveedores locales que llevan a cabo las tareas de reciclado y reutilización, permitiendo reinsertar o reaprovechar estos residuos, fomentando la economía circular. Asimismo, buscamos cada año incrementar la proporción de residuos reciclados a la vez que logramos disminuir los

residuos que desechamos como basura, y disminuir así este impacto ambiental.

Durante el 2021, una parte de las cubiertas y palets de madera, se donaron a un emprendimiento local que dicta talleres de carpintería y tapicería para personas de bajos recursos, a fines de ofrecerles una herramienta que les permita tener una salida laboral. Otra parte de los palets, tambores metálicos y vidrios se donaron a un emprendimiento local que desarrolla eco-aldeas en la región.

En cuanto al cartón, papel y plásticos generados, éstos fueron retirados por recicladores urbanos, quienes actúan como intermediarios entre los generadores y las fábricas recicladoras. Ellos realizan el prensado y acopio de los materiales, para su posterior venta a empresas recicladoras como Molar S.A. y Recicladora del Valle.

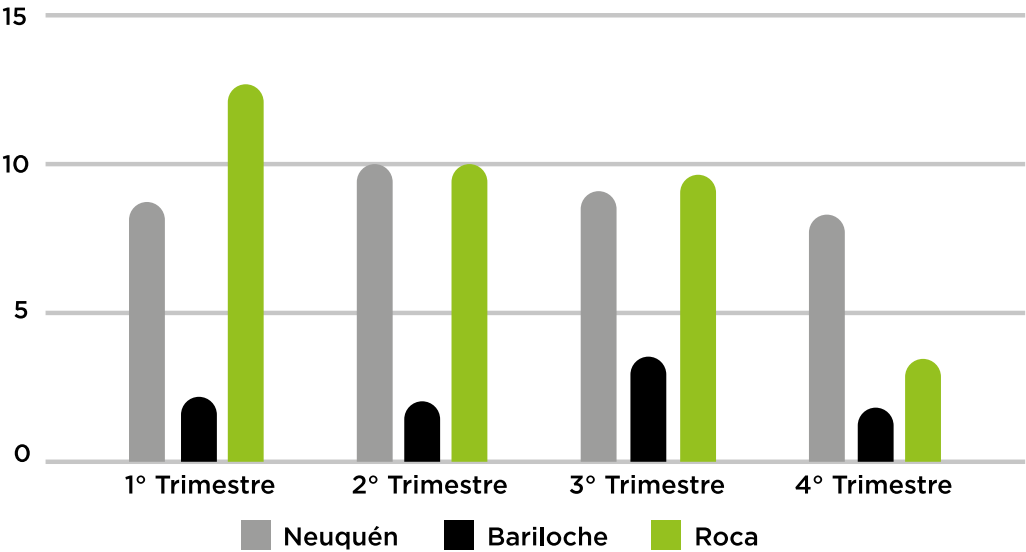
Gracias a los materiales que logramos reciclar y reutilizar, obtuvimos los siguientes beneficios ambientales:

Durante el período reportado se implementaron dos nuevos indicadores ambientales:

1. Generación de residuos por vehículo (kg/unidad): este indicador nos permite conocer

la cantidad de residuos generados por servicio realizado. Durante 2021 se estableció como límite 15 kg por vehículo, en ninguna de las sucursales se superó el límite establecido.

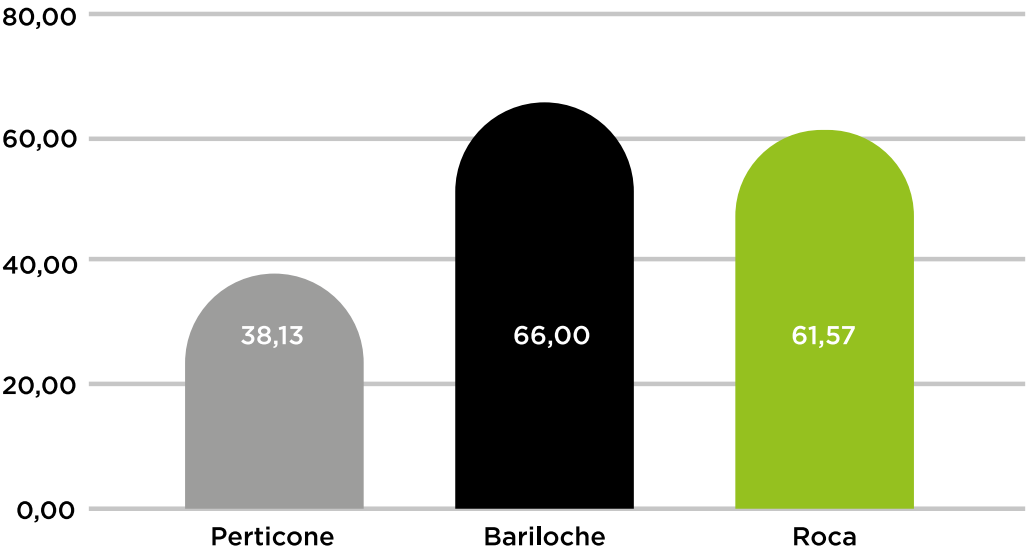
Generación de residuos (kg/vehículo)



2. Tasa de reciclaje: este indicador permite conocer la proporción de residuos reciclados respecto al total generado, tenemos como objetivo aumentar nuestra tasa de reciclaje a fines de reducir los residuos que van al relleno sanitario.

La tasa de reciclaje anual fue: en sucursal Neuquén 38%, en Bariloche 66% y Roca 61%. Se espera incrementar estos valores para 2022.

Tasa de reciclaje anual %



Madera

10.335 Kg



Cartón y Papel

13.426 Kg

*Equivale a 302 Árboles
Adultos No Talados*



Plástico

140 Kg

*Equivale a 70 kg
de Petróleo*



Eficiencia energética

Durante el 2021 los paneles solares generaron el 8,54% de la energía utilizada en el concesionario. Esta reducción respecto al año 2020 se debe a que incrementaron los servicios durante la flexibilización de la pandemia, generando que aumente el consumo de electricidad y por ende, la proporción generada por los paneles solares se vio reducida.

En sucursal de Usados y Toyota Plan, se llevó a cabo el recambio de luces por luminaria LED en el showroom y oficinas administrativas. Durante el mes de implementación de la nueva luminaria se observó una disminución del 25% en el consumo eléctrico.

Respecto a los objetivos de desarrollo sustentable de disminuir las emisiones de CO2, Nippon proyecta implementar en el año 2022 una política de eficiencia energética en todas las sucursales, a fines de disminuir tanto el consumo del recurso así como la huella de carbono. Del mismo modo, se proyecta ampliar la generación de energía renovable en la sucursal mediante la instalación de más paneles solares hacia fines de 2022 o principios de 2023.

Datos de Medición

Paneles solares



2021: generaron 17.836,72 kWh
El 8.54% de la energía utilizada provino de los paneles

Luminaria LED



Suc. Alumine: disminución del 25%
en el mes de implementación (Mayo 2021)

Consumo de energía (anual)



208.926,60 kWh (Perticone)
187.038,30 kWh (Aluminé)
28.041,0 kWh (Barrioche)
57.567,0 kWh (Roca)

Domótica



Casa Central: Se redujo un 12.5% en el mes de implementación (control de encendido y apagado de luces del showroom)

Agua y efluentes

Durante el 2021, la proporción de agua gris utilizada fue del 44% respecto al total. El obje-

tivo para el 2022 es alcanzar al menos el 50%. En cuanto al consumo de agua en lavadero, el límite establecido para 2021 fue de 100 L por unidad, en todas las sucursales el consumo se mantuvo por debajo del límite. Para el 2022 se plantea bajar el consumo límite a 90L por unidad.

Indicador	Resultados 2021
Tasa de recuperación de agua	44% 323.000 L
Consumo de agua en lavadero (L/vehículo)	Perticone: 89 L/unidad Aluminé: 51,67 L/unidad Roca: 73 L/unidad Bariloche: 71 L/unidad
Consumo de agua total (por sucursal)	Roca: 401 m ³ Bariloche: 580 m ³ Neuquén: 1210 m ³

Inversión y gastos en gestión ambiental

Dentro del área de medio ambiente se cuenta con gastos fijos como la gestión de los residuos comunes y peligrosos (retiro y tratamiento),

análisis semestrales de la calidad de los efluentes generados en los lavaderos, gestión de permisos y habilitaciones ante autoridades municipales, provinciales y nacionales, así como los insumos propios de la gestión ambiental cotidiana del concesionario: materiales absorbentes, bolsas, cestos, cartelería, shampoo biodegradable para lavado, entre otros.

Gestión de res. Comunes	\$600.570
Gestión de res. Peligrosos	\$1.056.450
Laboratorios de análisis ambientales	\$145.080
Limpieza de camaras de lavadero	\$186.300
Insumos para gestión ambiental	\$308.120
Permisos, habilitaciones	\$110.500
Certificación iso 14.001	\$148.220
TOTAL	\$2.555.240

Durante el 2021 se realizó el cambio del producto utilizado en el lavado de los vehículos, de todas las sucursales. Anteriormente se utilizaba un shampoo que dejaba ciertas trazas de detergentes en las aguas residuales, lo cual fue detectado en nuestros análisis semestrales de efluentes del lavadero. Por ello, se recurrió a cambiar el producto por uno que no deja rastro

en el agua dado que es completamente biodegradable, ecológico y no es tóxico para la salud ni para el medio ambiente, además de estar certificado como Safer Choice. Asimismo, su poder limpiante es mayor por lo que se requiere utilizar una menor cantidad de producto, permitiendo disminuir tanto los costos como el consumo de recursos.



Mejores Prácticas

A lo largo del 2021, se comenzó a trabajar firmemente desde el sector de Medio Ambiente a fines de dar cumplimiento a los distintos requisitos solicitados por Toyota en sus Programas

Medioambientales. Se logró la certificación de DERAP en la sucursal de Neuquén, quedando pendiente la certificación de las sucursales de Roca y Bariloche como objetivo 2022.

Implementación de colilleros en sector FUMADORES de las sucursales

Disminuir la cantidad de colillas dispersas en el suelo: en 2021 recolectamos 1,6 kg de colillas (aprox. 8000 unidades)



Reemplazo de Depósito de Aceite Usado

Se instaló un tanque de 3000 L en reemplazo de 3 maxi bidones conectados de 1000L. Se logró disminuir el riesgo de pérdidas de aceite entre las mangueras de conexión.



Código QR para observaciones y sugerencias

Incrementó la participación del personal dentro del sistema de gestión ambiental.



COMPROMISO SOCIAL

NIPPON CAR
EN TU CAMINO



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES
13 ACCIÓN POR EL CLIMA	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES
17 ALIANZAS PARA LOGRAR OBJETIVOS	



Responsabilidad social

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 102-15, 102-43, 304-1, 304-2, 304-3, 304-4, 413-1, 413-2

A lo largo de estos últimos años, hemos fortalecido el área de RSE junto al apoyo de Toyota Argentina. Abordamos la Sostenibilidad para llevar crecimiento e involucración a todas las áreas del negocio. Este reporte es el reflejo de un trabajo en equipo que busca contarle a nuestros Grupos de Interés quienes somos y cuáles son nuestros objetivos.

La estrategia de sostenibilidad del concesionario, se basa en la transparencia de nuestras actividades y las ganas de seguir creciendo. Creemos firmemente que esta es la base del camino que emprendimos, hace ya 4 años, hacia la evolución de la responsabilidad social.

Nuestros Pilares

Nippon Car busca ser un buen ciudadano corporativo contribuyendo con actividades y programas basados en tres ejes principales:

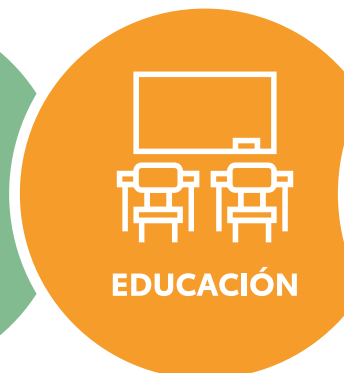
Medio Ambiente, Educación y Empleabilidad.

Realizamos programas para enriquecer la vida en las comunidades en las que la empresa forma parte, involucrándonos con los Objetivos de Desarrollo Sostenibles, en línea con la Agenda 2030.



“En 2021, ya con el primer reporte de sustentabilidad presentado, el foco de trabajo estuvo en trabajar en conjunto con las diferentes áreas y sucursales para consolidar la cultura sostenible de Nippon Car. Con ese objetivo, armamos un Plan de Capacitaciones para líderes y gerentes en 2022.”

Lilien Reta
Referente de RSE y Sostenibilidad.





| Donación de motores SMATA y EPET N° 2



| Visita EPET N° 2



| Dream Car 2021

Comunidad

Desde Nippon Car, somos conscientes del entorno en donde desarrollamos nuestras actividades, por eso nos involucramos con las comunidades de nuestros concesionarios. Sabemos que la única manera de trabajar en conjunto es escuchando sus necesidades y formando alianzas con los demás actores de la sociedad civil, empresarial y de gobierno.

Llevamos adelante diferentes programas que día a día fortalecen y evolucionan los vínculos humanos y sociales.

Durante el período reportado, distinguimos las siguientes iniciativas:

Donación de motores

Como parte de nuestro compromiso con la Educación Técnica Automotriz en la zona y con el acompañamiento de TASA, realizamos el acto de entrega de 2 motores con fines didácticos a instituciones educativas.

Estuvieron presentes autoridades, profesores y alumnos de la EPET N°2 de la Ciudad de Centenario y del Centro de Formación Profesional de SMATA de Neuquén Capital.

Con este aporte, seguimos sumando herramientas de formación para futuros egresados del rubro automotriz.

Visitas alumnos EPET 2 de Centenario

En el mes de noviembre recibimos a los alumnos de 5° y 6° año de la EPET 2 de la ciudad de Centenario. La visita se realizó en el marco de la preselección de pasantes 2022 y durante el recorrido pudieron observar todos los roles del proceso de pasantías.

Convenio Colegio San José Obrero

Dentro del marco de nuestro programa de Responsabilidad Social nos comprometimos a través de un convenio marco, a acompañar a la institución en acciones solidarias que se desarrollen para el bienestar de sus integrantes y de la ciudadanía en general.

Proyecto de reciclaje de Air-bags: Donación de mochilas Escuela Rural N°302 paraje Colipilli

Nuestro equipo de RSE, estuvo en el paraje Colipilli Abajo en Ñorquin, a 60Km de la ciudad de Chos Malal, en el límite de la cordillera del viento. Con todos los permisos y protocolos, nos recibieron en la Escuela Rural N°302 que se encuentra en tierras de la comunidad mapuche Huayquillán. Al establecimiento concurren 22 niños y niñas desde preescolar hasta séptimo grado. Muchos de ellos pertenecen a familias de crianceros y no habían podido empezar las clases hasta el mes de mayo.

En el marco de una de nuestras campañas de reciclaje, se realizaron mochilas con telas de air-bags. Llenamos 22 mochilas de útiles y fueron entregadas a los alumnos de la escuela, quienes las recibieron con mucho entusiasmo. Además, llevamos elementos varios de librería para que los docentes puedan utilizar durante el ciclo lectivo: cuadernos, cartulinas, afiches, resmas de hojas, hojas de dibujo, lápices, kits de geometría, plasticolas, temperas, pinceles, entre otros.

Dream Car Art Contest

Como todos los años, durante los meses de septiembre a enero, se realizó el concurso de arte de Toyota que invita a todos los niños y niñas menores de 16 años a dibujar el auto de sus sueños.

Durante la 10° Edición en 2021, juntamos más de 1400 dibujos participantes, logrando una distinción por parte de TASA por la cantidad de dibujos y la continuidad del proyecto.



| Entrega de mochilas Rosa Fénix.



| Donación de camisetas Asociación Deportiva Social y Cultural “Un día diferente”.



| Recolección de colillas

Charlas de Tecnologías Híbridas

Durante el mes de Octubre, estuvimos en la EPET 2 de Centenario realizando 2 charlas abiertas para los alumnos de 5° y 6° año de la materia mecánica automotriz. Allí nuestro jefe de taller, el Ing. Darío García pudo exponer sobre Tecnologías Híbridas y todas las novedades del Ciclo de Producción Toyota al respecto.

Empleabilidad: Impulsar +45, Valorando tu Experiencia

En octubre arrancaron las inscripciones para una nueva edición del Programa de Reinserción Laboral para mayores de 45 años de edad. En los 7 talleres que se desarrollaron durante todo el mes de noviembre, trabajaron en la implementación de diferentes herramientas y experiencias que les permitieran reinserirse en el mercado laboral actual. Este año fue la 2da Edición con 29 nuevos egresados, sumando un total entre la edición 2019 y 2021, de 44 egresados.

Donación de mochilas Rosa Fenix

En el mes de octubre y en marco del mes de la prevención del cáncer de mama, acompañamos a la Asociación Rosa Fénix en su 3° Regata Rosa. El sábado 16/10 al finalizar la regata les entregamos una mochila rosa a cada una de las integrantes, sumando 34 mochilas en total.

Las mochilas son parte del proyecto de reciclaje de airbags, llevado adelante desde 2020.

Evento mujeres empresarias

Los días 9 y 10 de octubre, estuvimos acompañando a la Cámara de Mujeres Empresarias de Río Negro, en el evento “Ser para ser líderes”.

Durante las dos jornadas, se realizaron diferentes actividades de liderazgo para mujeres. Cristina Romero y Nubia Nuño, integrantes de las áreas de administración de la sucursal Aluminé y de Casa Central, fueron las representantes de la empresa en el evento y quienes participaron de las dos jornadas de capacitación.

Jornada de recolección de colillas

Esta acción es parte del Proyecto Colillas, del área de Medio Ambiente y RSE.

En el mes de agosto se llevó adelante una jornada de limpieza y recolección de colillas en la sucursal Aluminé que involucró a los colaboradores de esa ubicación. Como resultado del trabajo en conjunto de voluntarios que participaron y dedicaron su tiempo a esta propuesta, se juntó un bidón de 3 litros lleno de colillas.

Juegos de Camisetas para la Asociación Deportiva Social y Cultural “Un día diferente”.

En diciembre de 2021, acompañamos a la Asociación Deportiva Social y Cultural “Un día diferente”, un espacio que trabaja el desarrollo de los jóvenes a través del deporte.

Para el torneo Copa Libertadores del Oeste, participaron 16 equipos de las categorías Sub 14 y Sub 16 y los dos equipos ganadores se llevaron un nuevo juego de camisetas donadas por Nippon Car.



Foto: Adriana Sanz |

Conservación de la biodiversidad en la Patagonia

Como parte de nuestro compromiso con la conservación de la biodiversidad, establecimos una alianza de trabajo con Aves Argentinas para abordar de manera conjunta diferentes temáticas...

En la Patagonia Argentina, contamos con una biodiversidad única. Se entremezclan la ecorregión de Bosques Patagónicos, Estepa Patagónica y Altos Andes. La importancia de abordar esta temática, nos llevó a comprometernos

con diferentes organizaciones para difundir, proteger y conservar la biodiversidad en nuestras comunidades.

Según el último registro de la Lista Roja de la UICN de especies amenazadas en América del Sur, existen 194 especies subsistentes amenazadas (plantas, mamíferos, aves, reptiles, anfibios, peces y otros animales).



El Programa Patagonia es una iniciativa del Departamento de Conservación de Aves Argentinas y tiene como principal objetivo dar respuesta a uno de los desafíos ambientales más apremiantes de nuestro tiempo: la cada vez más acelerada pérdida de biodiversidad causada por el hombre, un problema de escala global, pero que requiere de personas trabajando localmente para ser revertido.

Para esto, el Programa Patagonia lleva adelante cuatro principales líneas de trabajo: la protección de especies claves – como el Macá Tobiano o el Huillín –, que funcionan como especies paraguas de sus hábitats, la generación de conocimiento científico sólido sobre la biodiversidad patagónica para mejorar los procesos de toma de decisiones, y poder externalizar herramientas de conservación a agentes estatales y privados, para aumentar el alcance e impacto de las acciones de conservación. Por último, el Programa Patagonia genera oportunidades educativas a personas de diferentes edades, tanto de niveles iniciales y escuelas, como a estudiantes de grado y personas en los primeros años de su carrera profesional y que deseen desenvolverse profesionalmente en la conservación de la naturaleza.

La implementación de todo este trabajo requiere de un gran equipo – el Programa hoy cuenta con 27 investigadores, técnicos de

campo, comunicadores y educadores –, e infraestructura capaz de dar asistencia logística a todos los proyectos llevados adelante. El Programa Patagonia trabaja en toda la extensión de la región Patagónica, desde el norte neuquino, hasta Tierra del Fuego y cuenta con la Estación Biológica Juan Mazar Barnett y casillas satélites para dar soporte al trabajo de campo en los rincones más remotos e inhóspitos de la Patagonia.

La Patagonia es famosa por su inmensidad y el equipo del Programa Patagonia debe recorrer grandes distancias entre los distintos puntos para ser capaz de completar sus tareas. Muchos de los caminos son huellas solitarias, muy difíciles de transitar, por lo que contar con vehículos confiables es esencial, no solo para llegar, sino también para evitar contratiempos.

El trabajo conjunto entre Programa Patagonia y Nippon Car se genera de varias y diversas maneras:

» Hace más de 4 años que Nippon Car acompaña al Programa Patagonia en su trabajo para proteger a la biodiversidad patagónica, que durante las campañas de verano tiene 6 camionetas Toyota Hilux y una SW4 destinadas al trabajo de campo y para quienes Nippon Car provee revisiones técnicas y services regulares.



\$300.135



Servicios Realizados



7 vehículos alcanzados



Más de 12.000Km recorridos



Video:
Programa Patagonia

» Producción de material gráfico para actividades de educación ambiental: Se imprimieron 3000 ejemplares del Mini Manual de Observadores de Aves para niños entre 8-12 años. Estos manuales fueron utilizados en durante el Proyecto “Nos vamos de Campamento” que durante dos fines de semana alcanzó a más de 40 preadolescentes de localidades como Kuelai Kaike, Puerto San Julián, El Calafate, Puerto Santa Cruz, Lago Posadas, Cañadón Seco y Puerto Deseado. El objetivo fue realizar juegos y actividades enfocadas en educación ambiental y en valores, dentro de los campamentos educativos.

» El manual se encuentra además disponible para su descarga en https://www.avesargentinas.org.ar/sites/default/files/Mini%20observadores_%20PP.pdf. El resto de los manuales serán utilizados en actividades planificadas para el 2022: Eko Kermesse en Los Antiguos, Feria del Libro Provincial en Río Gallegos y en Pico Truncado, Feria de Ciencia Río Gallegos, Big Days en Bariloche y varias visitas a escuelas planificadas.

» Para acompañar estas actividades también produjimos en conjunto una serie de rompecabezas representando a 6 aves emblemáticas de la Patagonia (Carancho, Choique, Flamenco Austral, Loica, Ostrero Austral y Sobrepuesto).

» Campaña conjunta en redes sociales: publicamos una serie de posteos en Instagram de manera conjunta (4 – Fueron parte de un trabajo mayor desarrollado durante 2020) sobre especies emblemáticas de la Patagonia, además produjimos un video contando sobre el trabajo que se realiza en conjunto en Patagonia Austral.



El trabajo del Programa Patagonia durante el 2021 en números:

» Las poblaciones del Macá Tobiano siguen estables: protegimos +/- 750 individuos.

» Protegemos de manera directa 6 especies Patagónicas emblemáticas con diferentes grados de amenazas y de manera indirecta + 100.

» Restauramos ambientes: limpiamos 2 lagunas de importancia para el Macá Tobiano, pesando + 350 kg de trucha, una especie exótica invasora.

» Restauramos ambientes: trabajamos para proteger a las aves de dos importantes áreas: la Cuenca del Río de las Vueltas (por segundo año consecutivo) y la Meseta del Lago Buenos Aires (por 8vo año consecutivo).

» 13 investigadores desarrollan sus investigaciones dentro del marco del programa, buscando dar respuestas a preguntas concretas de conservación.

» Trabajamos en las 5 provincias de la Argentina austral.

» + 30 voluntarios y voluntarias de todo el país participaron de las actividades de campo durante la campaña de verano, sumando más de 250 desde el inicio del proyecto.

» Trabajamos colaborativamente con + 8 instituciones estatales.

» Trabajamos con el apoyo de + 15 empresas y emprendimientos privados locales.

» Trabajamos para proteger la biodiversidad en 7 Parques Nacionales.

» Publicamos + 70 artículos de diarios y revistas.

» Dimos +50 entrevistas en radios y televisión.

» Brindamos + 40 charlas a diferentes públicos: escuelas, adultos, estudiantes universitarios entre muchos más, alcanzando +1200 personas.

» Publicamos 6 artículos científicos y participamos de las Jornadas Argentinas de Mastozoología, presentando 5 trabajos realizados por el equipo. (Foto laguna Calafate, Chubut).



Gracias al trabajo conjunto de todos estos años el 2021 fue un año de grandes reconocimientos: el Programa Patagonia fue galardonado con el Whitley Award, el “Oscar verde” de la conservación, que le mereció así mismo el reconocimiento del Honorable Senado de la Nación como un programa de gran interés.



Foto: Gonzalo Pardo |

Alianza con Municipio



A fines de 2021 comenzamos un trabajo en alianza con el municipio de la ciudad de Bariloche, para llevar mayor conciencia ambiental a la comunidad. Luego de varios recorridos y relevamientos junto a personal de guarda parques e integrantes del Observatorio Ambiental del municipio, nos propusimos reforzar la cartelera de playas públicas y circuito chico. Esperamos para 2022 poder entregar la cartelera para culminar con el proyecto.

Como último punto, sumamos puntos de recolección de colillas para su reciclaje en el centro cívico.

A través del municipio, también logramos establecer un vínculo de alianza con Fundación Avina y la Asociación de Recicladores de Bariloche (ARB) para instalar puntos verdes en la nueva sucursal de Usados y en la de posventa. Esto integraría a Nippon Car al circuito de Puntos Verdes de la ciudad, siendo un nuevo nexo entre vecinos y la ARB.

Desde Fundación Avina, pudimos dar una charla para los colaboradores de la empresa de las diferentes sucursales de Bariloche, para dar a conocer la alianza, los nuevos puntos verdes y llevar mayor conciencia ambiental y de reciclaje a todos.

En el mes de noviembre, junto con el Municipio, la ARB y Fundación Avina, participamos de las jornadas de capacitación a trabajadores municipales sobre reciclaje. Aportamos nuestras experiencias a través del SGA del concesionario y presentamos el proyecto de reciclaje de colillas.



ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

GRI 101 Fundamentos 2016, contenido 102-55.



Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capítulo en ISO 26000	ODS
--------------	---------------	--------	---------	-------------------------------	-----------------------	-----

Contenidos Generales

GRI 102: Contenidos generales 2016	Perfil de la organización			Gobernanza de la organización	6.2	8
	102-1 Nombre de la organización.	13				
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.	13, 28				
	102-3 Ubicación de la sede.	29				
	102-4 Ubicación de las operaciones.	29				
	102-5 Propiedad y forma jurídica.	13				
	102-6 Mercados servidos.	31				
	102-7 Tamaño de la organización.	42				
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores.	42, 43, 44				
	102-9 Cadena de suministro.	35				
	102-10 Cambios significativos en la organiza- ción y su cadena de suministro.	35				
	102-11 Principio o enfoque de precaución.	58, 59, 60, 61				
	102-12 Inicitaivas externas.		NP			
	102-13 Afiliación a asociaciones.		NP			
	Estrategia					
	102-14 Declaración de altos ejecutivos res- ponsables de la toma de decisiones.	8, 9				
	102-15 Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	8, 9, 113				
	Ética e integridad					
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta.	13, 15				
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	13, 15				

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
--------------	---------------	--------	---------	-------------------------------	-----------------------	-----

Contenidos Generales

GRI 102: Contenidos generales 2016	Gobernanza			Gobernanza de la organización	6.2	8
	102-18 Estructura de gobernanza.	24, 25, 44, 45,				
	102-19 Delegación de autoridad.	44, 45				
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales.	19, 24, 25, 44, 45				
	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales.	20				
	102-22 Composición del máximo organo de gobierno y sus comités.	19, 44, 45				
	102-23 Presidente del máximo organo de gobierno.	Nota 1				
	Participación de los grupos de interés					
	102-40 Lista de grupos de interés.	20				
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés.	20, 22				
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos interés.	20				
	102-44 Temas y preocupaciones clave men- cionados.	20, 21, 22				
	Prácticas para la elaboración de informes					
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	32				
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema.	16				
	102-47 Lista de temas materiales.	21				
	102-50 Periodo objeto del informe.	16				
	102-52 Ciclo de elaboración de informes.	16				
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe.	16				
	102-54 Declaración de elaboración del infor- me de conformidad con los estándares GRI.	16				

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
--------------	---------------	--------	---------	-------------------------------	-----------------------	-----

102-55 Índice de contenidos GRI.	124
102-56 Verificación externa.	Nota 2

Desempeño económico

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	28, 31, 64			
	103-2 El enfoque de gestión y sus compo- nentes.	28, 31, 64			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	28, 31, 64			
GRI 201: Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	32		Participación activa y desarrollo de la comunidad	6.8 8 11
	201-2 Implicciones fianncieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climatico.	105			
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.	53			
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno.	33, 35			

Presencia en el mercado						
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial es- tándar por sexo frente al salario mínimo local.	43		Condiciones de trabajo y protección social	6.4.4	8
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contra- tados de la comunidad local.	42				

Impactos económicos directos						
GRI 203: Impactos Económicos directos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	30				8
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	30, 107				

Practicas de adquisición						
GRI 204: Prácticas de adquisición	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.	35				

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
--------------	---------------	--------	---------	-------------------------------	-----------------------	-----

Anticorrupción

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	15, 37				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	15, 37				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	15, 37				
GRI 205: An- ticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	15, 37		Practicas justas de Operación. Anticorrupción.	6.6 6.6.3	8
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	15, 37				
	205-3 Casos de corrupción y medidas tomadas.	15, 37				

Medio Ambiente

GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen.	101, 102, 103		El medio ambiente. Uso sostenible de los recursos.	6.5 6.5.4	11 13
	301-2 Insumos reciclados.	101, 102, 103				
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado.	101, 102, 103				

Energía

Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	105				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	105				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	105				
GRI Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización.	105		El medio ambiente. Uso sostenible de los recursos.	6.5 6.5.4	7 11 13 15
	302-2 Consumo energético fuera de la organización.		información no disponible			
	302-3 Intensidad energética.		información no disponible			
	302-4 Reducción del consumo energético.	105				
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	105				

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
--------------	---------------	--------	---------	-------------------------------	-----------------------	-----

Agua

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	106				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	106				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	106				
GRI 303: Agua 2016	303-1 Extracción de agua por fuente.		NP	El medio ambiente. Uso sostenible de los recursos.	6.5 6.5.4	6 13
	303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua.		NP			
	303-3 Agua reciclada y reutilizada.	106				

Biodiversidad

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	118				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	118				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	118				
GRI 304: Biodiversi- dad	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas.	118, 119, 120, 121		El Medio Ambiente. Protección del Medio Ambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales	6.5 6.5.6	6.6 11 13 15 17
	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.	118, 119, 120, 121				
	304-3 Hábitats protegidos o restaurados.	118, 119, 120, 121				
	304-4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UINC y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	118, 119, 120, 121				

Emisiones

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	98, 99				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	98, 99				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	98, 99				

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
--------------	---------------	--------	---------	-------------------------------	-----------------------	-----

GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1).	99		El Medio Ambiente. Mitigación y adaptación al Cambio Climático.	6.5 6.5.5	13
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	99				
	305-3 Otras Emisiones indirectas de GEI (alcance 3).		información no disponible			
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI.		información no disponible			
	305-5 Reducción de las emisiones GEI.	99				
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO).		NP			
	305-7 Óxidos de nitrógeno (Nox), óxidos de azufre (Sox) y otras emisiones significativas al aire.		NP			

Efluentes y Residuos

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	101, 102, 103, 108				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	101, 106				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	101, 106				
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino.	106		El Medio Ambiente. Prevención de la contaminación.	6.5 6.5.3	6
	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación.	101				
	306-3 Derrames significativos.		NP			
	306-4 Transporte de residuos peligrosos.	58				12
	306-5 Cuerpos de agua afectados por verti-fo de agua y/o escorrentías.		NP			
GRI 307: Cumplimien- to ambiental 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental		NP			

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
--------------	---------------	--------	---------	-------------------------------	-----------------------	-----

Proveedores

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	96, 99, 102				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	96, 99, 102				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	96, 99, 102				
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.	96, 99, 102				8
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	96, 99, 102				

Empleo

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	8, 9, 43				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	8, 9, 43				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	8, 9, 43				
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	43		Prácticas laborales. Trabajo y relaciones laborales.	6.4 6.4.3	8
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales.	53				
	401-3 Permiso parental.	46				

Relaciones

GRI 402: Relaciones Trabajador - empresa 2016	402-1 Plazos de aviso mínimo sobre cambios operacionales.	43				
--	---	----	--	--	--	--

Salud y Seguridad en el trabajo

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	56, 57				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	56, 57				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	56, 57				

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
--------------	---------------	--------	---------	-------------------------------	-----------------------	-----

GRI 403: Salud y Seguridad en el trabajo 2016	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad.	58, 59		Practicas laborales. Salud y seguridad en el trabajo.	6.4 6.4.6	8
	403-2 Tipos de accidentes y tasa de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional.	59				
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad.	59				
	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.	58, 59, 60, 61				

Formación

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	49				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	49				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	49				
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado.	49		Practicas laborales. Desarrollo Humano y formacion en el lugar de trabajo. Participación activa de la comunidad.	6.4 6.4.7 6.8.5	4 8
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	49, 50, 51				
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periodicas del desempeño y desarrollo profesional.	46				

Diversidad

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	42, 43				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	42, 43				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	42, 43				

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	42				8
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	43				
GRI 406: No discriminación 2016"	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.		NP			
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.		información no disponible			
GRI 408: Trabajo Infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.		información no disponible			
GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.		información no disponible			
GRI 410: Practicas en materia de seguridad 2016	410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos.	50, 51				
GRI 411: Drechos de los pueblos indígenas 2016	411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas		NP			

DDHH

GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos.			Para 2021 esperamos abordar la temática dentro del plan de capacitaciones anual.
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.			
	412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos.			

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	18, 115				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	18, 115				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	18, 115				
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.	22, 115		Participación activa y desarrollo de la comunidad	6.8	11
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales.	22, 115				12

GRI 415: Política pública 2016	415-12 Contribuciones a partidos y/o representantes políticos		NP			
--------------------------------	---	--	----	--	--	--

Clientes

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	58, 89				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	58, 89				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	58, 89				
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.	58, 89				
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		información no disponible			

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
--------------	---------------	--------	---------	-------------------------------	-----------------------	-----

Marketing

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	39, 89				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	39, 89				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	39, 89				
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimeintos para la información y el etiquetado de productos y servicios.	39		Asunto de consumidores	6.7	12
	417-2 Cass de incumplimiento relaciona- dos con al información y el etiquetado de productos y servicios.		información no disponible			
	417-3 Casos de incumplimiento realciona- dos con comunicaciones de marketing.		información no disponible			
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentales realtivas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.		información no disponible			
GRI 419: Cumplimien- to socioeco- nómico 2016	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.		información no disponible			

Nota 1
Nippon Car SRL es dirigida por sus dos socios gerentes, Ricardo Salem y Edgardo Aguirre, y ambos tienen el carácter de directores de la organización, como máximo órgano de gobierno.

Nota 2
Hasta el momento, Nippon Car SRL no cuenta con verificadores externos de los contenidos de este reporte. Sí lo hace anualmnete para las certificaciones ISO 14001 y los estados contables.



NIPPON CAR
EN TU CAMINO

Por vos llegamos acá. Por vos
vamos a seguir.





Reporte de
Sostenibilidad 2021

  www.nipponcar.com.ar

