



Reporte de Sostenibilidad 2020



“ Este primer reporte expresa nuestra filosofía de trabajo y cultura que, basada en los estándares de Toyota, **marca un nuevo comienzo para nosotros en el mundo de la sostenibilidad.**”

Edgardo Aguirre
Socio Gerente Nippon Car SRL

Índice

Carta Socios Gerentes.....	07	Vehículos vendidos.....	68
Gobernanza		Ranking Inscripciones 0km en la región	69
Quiénes somos.....	10	Kinto.....	71
Ética y Conducta.....	13	Posventa.....	73
Sostenibilidad.....	14	Calidad	
Equipo directivo.....	20	Nuestro compromiso.....	85
Desempeño Económico		Índice de Contención de Quejas y Reclamos.....	88
Nuestras Actividades.....	24	Kaizen.....	90
Participación en el mercado.....	26	Mejores prácticas.....	93
Plan de negocios.....	28	Desempeño ambiental	
Proveedores	29	Nuestro compromiso.....	97
Anticorrupción.....	31	Sistema de Gestión Ambiental.....	100
Marketing, comunicación y eventos.....	32	ISO 14001	101
Recursos Humanos		Gestión de Residuos.....	103
Integrantes.....	36	Energías renovables.....	106
Plan de Compensaciones e Incentivos.....	37	Mejores Prácticas 2020.....	111
Organigrama.....	38	Compromiso Social	
Plan de Capacitación.....	40	Nuestros Pilares.....	115
Beneficios internos.....	46	Desempeño Social.....	117
Comunicación interna.....	48	Arte, Creatividad y Conciencia Ambiental.....	119
Nuestros cuidados - COVID 19.....	51	Conservación de la biodiversidad en la Patagonia.....	121
Salud y Seguridad en el Trabajo.....	52	Educación para la empleabilidad	125
Áreas de Negocio		Índice de contenidos GRI.....	126
Venta Convencional.....	57		
Ventas Especiales.....	59		
Venta digital.....	61		
Toyota Plan.....	64		
Usados Seleccionados.....	67		
Clientes Atendidos.....	68		



Carta Socios Gerentes

GRI 102-15

Hoy tenemos el orgullo de presentarles el primer Reporte de Sostenibilidad de Nippon Car, un documento que además de mostrar nuestro compromiso, busca plasmar la gestión y gran parte de la historia de la empresa. Este primer reporte expresa nuestra filosofía de trabajo y cultura que, basada en los estándares de Toyota, marca un nuevo comienzo para nosotros en el mundo de la sostenibilidad.

Hace 25 años, cuando nos iniciamos como Concesionario Oficial Toyota, no imaginábamos ser la empresa que somos hoy. Teníamos la visión y los objetivos claros, eso seguro, pero Toyota aún no era la gran empresa que es hoy. Podríamos decir que fue una apuesta a futuro confiando en la marca. En 2001, cuando Toyota se comprometió a producir en Argentina, todo cambió. Y en 2005, cuando se lanzó la primera Hilux nacional, el mercado dio un giro total: el volumen de ventas de Nippon Car empezó realmente a crecer.

Somos una empresa familiar que se dedica a este rubro con pasión. Nos gustan los autos y nos moviliza aprender de nuestras experiencias. Como las vividas en 2020, un año que nos llevó a superar grandes desafíos con el respaldo de Toyota Argentina, gracias a su visión a largo plazo y a decisiones comerciales que nos llevaron a seguir adelante, sin bajarnos de nuestros objetivos. Y, también, junto a todos los integrantes del concesionario, adaptándonos a los cambios y a los cuidados que introdujo la pandemia. Porque siempre creímos en nuestra adaptabilidad –gran ventaja competitiva– y en nuestra clara orientación al cliente. Dos ejes que nos permitieron adecuarnos a nuevas formas de trabajo. Como equipo, podemos decir que lo logramos.

Edgardo Aguirre
Socio Gerente
Nippon Car SRL

Es que la pandemia nos marcó a todos. Tanto a nivel laboral como personal. Desde el momento cero nos comprometimos a cuidar de los nuestros, a invertir e implementar todo lo necesario para sentirnos seguros, no sólo en nuestros espacios de trabajo –con nuestros compañeros y clientes–, sino también con nuestras familias. Tenemos la tranquilidad de haber hecho todo lo posible para afrontar al COVID: contratamos profesionales para asesorarnos, dimos charlas a los equipos de trabajo, invertimos en material sanitario, cumplimos con todos los protocolos y nos mantuvimos siempre comunicados.

Queremos dejar nuestra huella en este camino e impulsar nuevas metas. Vamos a seguir invirtiendo en nuestras comunidades, generando alianzas para lograr objetivos con mayor alcance y consolidando nuestras sucursales para brindar cercanía y mejores servicios. Este año, por ejemplo, terminaremos de construir un nuevo taller de posventa en Añelo y comenzaremos a construir una nueva sucursal en Bariloche. Además, vamos a seguir capacitándonos en materia de sostenibilidad, haciendo foco en la calidad de nuestros servicios, en el medio ambiente y en la educación para la empleabilidad.

Por todo esto, los invitamos a recorrer este documento, en el que también podrán ver nuestros objetivos, logros y metas para el próximo año. También dejaremos un canal de comunicación abierto en nuestro sitio web, para que puedan dejarnos sus comentarios y, así, seguir creciendo. Muchas gracias.

Ricardo Salem
Socio Gerente
Nippon Car SRL

quiénes somos
cultura
VALORES
SOSTENIBILIDAD
compromiso

Gobernanza

Contenidos GRI: 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-9, 102-10, 102-11, 102-14, 102-15, 102-16, 102-17, 102-18.



EQUIPO

comunidad

TRANSPARENCIA

GRUPOS DE INTERÉS

decisiones



Quiénes somos

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.

Consideramos que el éxito de nuestro negocio

se debe a los esfuerzos individuales y al buen trabajo en equipo. Compartimos con Toyota Argentina S.A. su filosofía de trabajo sustentada en dos pilares: la mejora continua y el respeto por las personas.

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 constante.

Nuestros Valores





| Sucursal Roca

Ética y Conducta

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

Escuchamos a nuestros colaboradores a través de encuestas de clima interno y de forma externa, realizadas desde Toyota. Además, contamos con un área de encuestadores propios tendiente a mejorar el dialogo 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 mayoría de estos lineamientos, se comunican en el manual de inducción de la empresa y en las capacitaciones de inducción.

Rechazamos cualquier tipo de 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.



| Sucursal Bariloche

Sostenibilidad

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 102-22, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-45, 102-46, 102-47, 102-50, 102-52, 102-53, 102-54.

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.

1º Reporte de Sostenibilidad

16 temas materiales reportados

1 comité de sostenibilidad

9 ODS identificados y priorizados

En 2022 iniciaremos tareas para implementar la primera Política de Sostenibilidad del concesionario.

Nuestro primer Reporte de Sostenibilidad

El Reporte de Sostenibilidad 2020 de Nippon Car se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative), incorporando indicadores propios que reflejan los temas materiales reportados.

Asimismo, trabajamos en la conexión de los estándares GRI, con la guía de Responsabilidad Social ISO 26000 buscamos informar todo asunto que pueda ser relevante y significativo a las partes interesadas afectadas por las actividades del concesionario, a través de un panorama completo de nuestro desempeño en responsabilidad social.

Además, 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 2020

y el 31 de diciembre de 2020, comparativo en algunos segmentos con períodos anteriores, que abarcan los años 2018 y 2019. Los valores económicos reportados corresponden a los informes financieros presentados en dos periodos diferentes: 06/2018-05/2019 y 06/2019-05/2020. La presente es la primera edición y es publicada en diciembre de 2021.

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

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 se demuestra en 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. Estos 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas estimularán, durante los próximos 15 años, la acción en esferas de importancia crítica para la humanidad y el planeta. Aquellos países que la adoptan, lo hacen considerando las diferentes realidades, capacidades y niveles de desarrollo, respetando sus políticas y prioridades nacionales.

La Agenda 2030, con sus 17 Objetivos y 169 metas, 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.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, está profundamente implicado en la adopción e implementación

de la Agenda 2030, en el marco de sus actividades de cooperación técnica, apoyando la generación de capacidades nacionales, orientadas a la creación de más y mejores oportunidades para el crecimiento de las

personas y sus comunidades, partiendo de un enfoque integral y de derechos, para alcanzar un desarrollo sostenible, inclusivo, con una institucionalidad sana y democrática.

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



*Para conocer más sobre los ODS y su implementación, visitá <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/> | 15

Nuestros Grupos de Interés

En 2018, comenzamos el proceso de identificación y priorización de nuestros grupos de interés. Trabajamos desde entonces en establecer

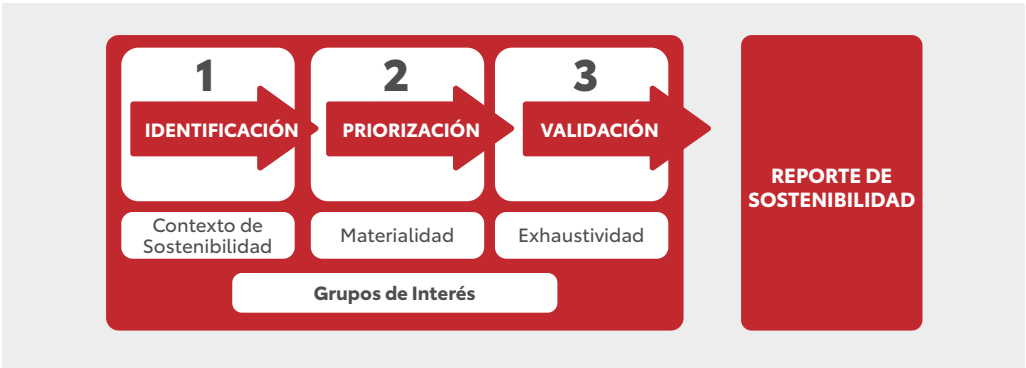
canales de comunicación con los mismos para promover y fortalecer la comunicación. Entendemos su importancia y su rol en nuestros objetivos empresariales, por eso mapeamos y definimos los siguientes grupos de interés:



Temas materiales y cobertura

GRI define el principio de materialidad de esta manera: “El informe debe abordar aspectos que: reflejen los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la orga-

nización; 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 16 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:

Desempeño social

1. Clientes: política de calidad, encuestas de satisfacción, canales de comunicación y mejora continua en nuestros procesos.
2. Educación de calidad y empleabilidad.
3. Diversidad generacional y no discriminación.
4. Proveedores: promover las contrataciones locales y la igualdad de condiciones.

Empleo

5. Gobernanza: Estructura de la organización y de la toma de decisiones.

6. Condiciones de contratación, remuneración.

7. Valores, principios, estándares y normas de conducta.

8. Capacitación y desarrollo profesional.

9. Plan de beneficios internos.

10. Encuestas de clima interno.

Desempeño ambiental

11. Política de Medio Ambiente: cumplimiento, compromiso y certificaciones.

12. SGA, residuos y mejores prácticas.

13. Programas de conservación y educación ambiental.

14. Alianzas para lograr los objetivos: asesoramiento de expertos y vínculos con ONG.

Desempeño económico

15. Operaciones justas y transparencia en nuestros negocios

16. 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	
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			1	Irrelevante			1		1		Irrelevante	4	
	Sindicatos		2			3		Relevante		2		3			Relevante	10	
	Org. Medioambiente			1			1	Irrelevante		2			2		Algo relevante	6	
	ONG		2				2	Algo relevante		2			2		Algo relevante	8	
	Municipalidad		2				2	Algo relevante		2			2		Algo relevante	8	
Estado	Provincia		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
	Nación		2			2		Algo relevante		2			2		Algo relevante	8	
	TASA	3			3			Muy relevante		2		3			Relevante	11	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		2			2		Algo relevante		2			2		Algo relevante	8	
	Entidades Financieras		2				1	Poco relevante			1		2		Poco relevante	6	

» 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 imposi-

bilitan 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 directivo



Atrás
José Belfi, Gerente de Posventa; Vivian Riviere, Responsable de Contaduría; Sergio Vara, Gerente Comercial; Luciano Pelayes, Gerente de Plan de Ahorro y Venta digital

Adelante
Toufic Ricardo Salem, Socio Gerente; Laura Ibáñez, Tesorería; Edgardo Mariano Aguirre, Socio Gerente.

Somos un equipo que tiene mucha energía y un impulso natural que nos lleva a crecer. Un camino que empezó cuando elegimos entrar al mundo Toyota.



Referentes de área

Atrás
Franco Sánchez, Supervisor de Ventas; Lilen Reta, Responsable de RSE; Darío García, Jefe de Taller; Tomás Iannamico, Responsable de Usados; Juan Colazo, Supervisor Venta Digital y Call Center; Estrella Mantau, Supervisora de Citas y Servicio Técnico Móvil.

Adelante
Cristina Romero, Supervisora de Administración Plan de Ahorro; Verónica Fernández, Responsable de Calidad; Maria Paz Cubría, Responsable de RRHH; Estefanía Demel, Responsable de Medio Ambiente; Nubia Nuño, Supervisora de Administración de Ventas.

ANTICORRUPCIÓN

resultados

inversiones

ACTIVIDADES

MERCADO

Desempeño Económico

Contenidos GRI: 201-1, 201-2, 201-3, 201-4, 203-1.

logros

objetivos

ESTRATEGIA

NEGOCIOS

PROVEEDORES



Nuestras Actividades

Nos dedicamos a la comercialización de la marca Toyota: Vehículos 0Km, Planes de Ahorro, Servicios de Posventa, Repuestos y Accesorios.

Además, contamos con parques de Usados Seleccionados multimarcas y Usados Certificados Toyota.

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

Ubicación

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

Nuestras sucursales:

Neuquén Capital

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

General Roca

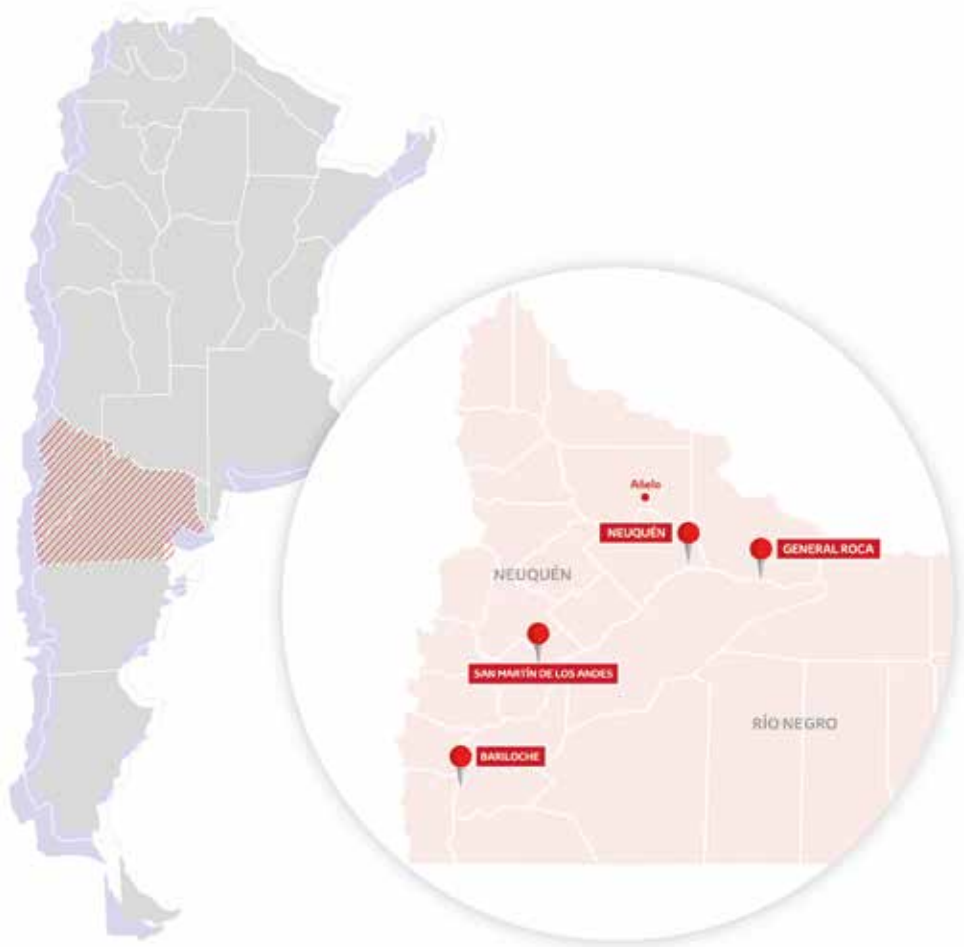
Ventas y Posventa: Avenida Roca 616 (Esquina Chula Vista).

San Carlos de Bariloche

Ventas: Elordi 320.
Posventa: Rivadavia 730.

San Martín de Los Andes

Oficinas comerciales: Av. San Martín 1251.



Principales inversiones

Producto (Hilux)	\$ 1.120.000.000
Edilicias	\$ 78.717.516
Kinto	\$ 10.000.000
Posventa	\$ 2.320.000
COVID	\$ 2.874.219
On Line	\$ 2.697.845

Inversión producto

En noviembre del 2020 se presentó la tan esperada Hilux 2021, luego de un año difícil por la pandemia COVID-19. Logramos prepararnos para este lanzamiento y ofrecerles a nuestro clientes un stock de más de 320 unidades de pick up preferida por todos.

Inversión Edilicia

En diciembre del 2019 se inauguró la nueva sucursal ubicada en Av. Roca 616 en General Roca, Río Negro. El nuevo edificio fue pensado como una inversión en calidad de atención a los clientes de la marca, con cómodos sectores de espera e individuales espacios de ventas, repuestos y servicios.

Basándose en el concepto japonés de mejora continua 'Kaizen' como guía permanente para sus operaciones, Nippon Car sigue apostando en la zona donde están inmersos sus concesionarios y en su crecimiento, logrando de esta manera ser el concesionario más grande de la ciudad de General Roca.

Algunos detalles específicos:

» 2.600 m² : 480 m² para el showroom con 5 puestos de ventas; taller 850m² con 5 bahías de trabajo; repuestos 200m²

» La inauguración contó con la presencia del presidente de Toyota Argentina, el Sr. Daniel Herrero.

» Mejoras ambientales: todo el complejo cuenta con luminarias led.

En 2019 comenzamos con la expansión de nuestros **galpones para el guardado de unidades 0km**, inaugurados en 2020 con una expansión de 4.032 mt².

Para 2021 proyectamos un nuevo galpón de 3.195 mt².

Inversión Postventa

Para mejorar el diagnóstico de vehículos, se adquirió una calle de prueba, no solo para alineación y balanceo, sino también para realizar una rápida y eficaz verificación del estado general del vehículo. Allí se mide con precisión la fuerza máxima en KN de frenada en los ejes delantero y trasero, el freno de mano, la diferencia de fuerzas de frenada de un mismo eje, el alado de disco y/o la ovalidad de campanas.

Inversión COVID-19

» Instalamos cabinas sanitizantes en los ingresos a nuestras sucursales.

» Adquirimos maquinarias generadoras de ozono* para desinfectar vehículos. Se utilizaron para la recepción de los Servicios de Posventa y el Servicio Técnico Móvil.

» Durante 2020 realizamos más de 674 PCR en todas las sucursales.

» Se compraron elementos de salud y seguridad, tanto para el personal de todas las sucursales, como para nuestros clientes (barbijos, guantes, dispenser de alcohol en gel, entre otros).

*El ozono, es uno de los más potentes oxidantes que se conocen, por lo que es capaz de eliminar, no sólo virus, sino también un amplísimo rango de otros microorganismos contaminantes presentes en el aire.



Luego de cerrar nuestras puertas el 19 de marzo de 2020, nos preparamos para volver a abrir nuestras sucursales, más fuertes que nunca.

Participación en el mercado

En 2020 se patentaron un total de 2342 unidades de la marca Toyota, en las provincias de Neuquén y Río Negro. Nippon Car vendió un total de 2300, es decir que la cobertura de zona fue del 98,21%.

Participación 2020



Estrategia Comercial

Durante 2020 tuvimos que rever nuestro plan de negocios inicial con la llegada del COVID, migró en gran parte a la prospección digital.

Por eso, mejoramos el sitio web de usados, incorporamos vendedores de 0km y ampliamos el call center para poder gestionar mayor volumen de datos entrantes.

Metas 2020

- » Cumplimiento del plan de negocio.
- » Mantener la participación de mercado de la marca como mínimo en la media país.

Resultados 2020

- » Exigencias del Plan de Negocios TASA: vender **2.174 unidades**.
- » Luego de marzo 2020 y la adaptación de los objetivos por la pandemia, la exigencia bajó un 10%.

» Cerramos el año con **2.300 unidades vendidas**. Superando en un 103% nuestro objetivo.

Metas 2021

- » Ampliar la estructura del Call Center.
- » Abrir la base de posventa en Añelo.
- » Expansión de nuestro Parque de Usados en Bariloche y San Martín de Los Andes.

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	2020	2019
Resultado de las operaciones que continúan		
Ventas netas de bienes	\$3.615.734.277	\$4.056.837.832
Ventas netas de servicios	\$168.788.967	\$158.247.483
Costo de bienes vendidos	(\$3.111.762.696)	(\$3.377.890.269)
Costo de servicios prestados (Anexo III)*	(\$236.083.779)	(\$232.800.589)
Gastos de comercialización (Anexo III)*	(\$292.447.681)	(\$304.682.565)
Gastos de administración (Anexo III)*	(\$101.666.123)	(\$152.677.751)
Otros ingresos y egresos (Nota 4)*	\$36.573.255	\$59.399.339
Resultados financieros y por tenencia incluido el RECPAM	\$7.676.562	\$ 34.947.056
Resultado antes del Impuesto a las Ganancias	\$86.812.782	\$241.380.536
Impuesto a las Ganancias (Nota 1.4.7 y 5)*	(\$49.507.886)	(\$109.677.762)
Resultado ordinario de las operaciones que continúan	\$37.304.896	\$131.702.774

*Las notas y anexos a las que se hacen referencia, forman parte integrante de los Estados Contables cerrados el 31/05/2020

Incentivos gubernamentales

Bajo el Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP) para asistir a las personas y a las empresas afectadas por la crisis sanitaria, en abril de 2020 recibimos asistencia por parte del gobierno (ANSES) para el pago de sueldos de todo el personal.

Tipo de asistencia	Monto
ATP	\$4.398.098,75

Plan de negocios

Debido a la pandemia, Toyota tuvo que readaptar el Plan de Negocios 2020 y bajar un 10% los objetivos.

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

En el plan de negocios se estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados a obtener si se logran los objetivos marcados en el proyecto. Con el plan anual de cada concesionario, Toyota Argentina proyecta 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 cada concesionario incremente la cantidad de unidades asignadas.

Realizamos reuniones mensuales en las cuales gerencia comunica 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.

Debido a la pandemia, Toyota tuvo que readaptar el Plan de Negocios 2020 y bajar un 10% los objetivos.

Sin embargo en Nippon Car, durante todo 2020, trabajamos en conjunto con todas las áreas y sucursales para no bajar el porcentaje original y así lograr una mayor participación en el mercado.

Proveedores

Nuestra relación con proveedores se basa en tres principios fundamentales:

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 uno, como de su calidad, sus capacidades tecnológicas, 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.

Entablar relaciones de largo plazo, mutuamente beneficiosas.

Contribución económica local.

Buscamos ser un buen ciudadano corporativo, contribuyendo con el desarrollo de las comunidades locales, promoviendo la adquisición local de servicios y de materiales.

Área de negocios Integrantes

Área Convencional

	2018	2019	2020
Cantidad de vendedores	14	12	17
Cantidad de administrativos	6	4	6
Cantidad de supervisores	5	6	6
Total de integrantes	25	22	29

Área Toyota Plan

	2018	2019	2020
Cantidad de vendedores	7	12	17
Cantidad de administrativos	3	4	5
Cantidad de supervisores	3	3	3
Total de integrantes	13	19	25

Área Usados Seleccionados

	2018	2019	2020
Cantidad de vendedores	2	3	3
Cantidad de administrativos	1	1	1
Cantidad de supervisores	1	1	1
Total de integrantes	13	19	25

Área Posventa

	2018	2019	2020
Cantidad de Asesores de Servicios	10	10	8
Cantidad de Asesores de Técnicos	20	25	26
Cantidad de Asesores de Repuestos	6	9	12
Cantidad de Asesores de Citas	3	2	6
Cantidad de Supervisores	8	7	7
Total de integrantes	47	53	59

Anticorrupción

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

Sistema PLAFT

Ley 25246 reguladora de lavado de activos.

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

Entendemos la importancia de implementar un sistema de prevención del Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (PLAFT). Es por eso que, desde 2017 brindamos soporte mensual a las áreas administrativas.

Durante el período reportado, Toyota Argentina brindó capacitación, vía videoconferencia (webex), a todo el personal administrativo, sobre prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo.

También, mediante e-learning, en la plataforma del Instituto Toyota, se realizó la capacitación al nuevo personal que ingresó al concesionario.

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 (PEPs).

Por otro lado, la UIF revisa todo el marco normativo aplicable a los sujetos obligados.

Presentamos legajo anual para estar certificados ante UIF.

Cientes

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 (<> \$2.237.000)

Datos s/tipo de persona

Chequeo en base de terroristas

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



| Comercial "En tu Camino" 2019

Marketing, comunicación y eventos

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

En 2019 nos propusimos encontrar un leitmotiv que nos guiase en nuestra nueva campaña institucional. Sabíamos que queríamos y necesitábamos llegar a nuestros clientes y no clientes con un mensaje sincero y directo que pudiera expresar la cercanía con la que Nippon Car se vincula.

Para ello, nos hicimos una serie de preguntas

que nos permitieron reflexionar sobre quiénes somos: ¿Para qué existe Nippon Car? ¿Para quién existe Nippon Car? ¿Cómo queremos ser? Y, finalmente, ¿qué queremos comunicar? Llegamos a la conclusión de que somos una empresa que existe para brindar sensación de avance. O, mejor, de progreso. Que nuestra gente es todo el que quiera comprar un auto o un servicio en Neuquén y Río Negro. Y que tra-

bajamos con el cliente como centro y nuestro recurso humano como diferencial.

El resultado fue el concepto En tu camino, una frase que se implementó como slogan con presencia en el logo y que cobró vida a través de una campaña institucional en gráfica, cine, redes sociales, radio y vía pública. Pero, lo más importante, es que el concepto se transformó en vector de nuestro trabajo diario que pudo canalizar un espíritu, un modo de hacer y una cultura.

Comunicar en pandemia

Modos de atención, cambios de horarios, aperturas, cierres, nuevos canales disponibles, prevención, protocolos y cuidado de las personas... 2020, con su omnipresente COVID19, presentó grandes desafíos a la hora de comunicarnos con la comunidad. En todo momento hicimos lo posible por seguir activos según lo permitiesen la normativas y transmitiendo seguridad a nuestro staff y a nuestros clientes. Para lograrlo, los gerentes y mandos medios nos coordinamos con Advermedia –nuestra agencia de comunicación y socio extratético desde hace 10 años– para

definir objetivos, trazar estrategias y planes de acción y, sobre todo, crear mensajes claros que llevaran tranquilidad. El trabajo en equipo nos permitió funcionar con precisión y encontrar oportunidades de mejora en el proceso.

Primer lanzamiento online

Las nuevas Hilux y SW4 2021 generaron mucha expectativa en el mercado. Son vehículos muy esperados y, en contexto de pandemia, representaban una gran noticia para los toyoteros y fierros, en general. Y, paradójicamente, la pandemia no nos permitía presentarlas un evento como los que Nippon Car acostumbra.

Pero eso no nos detuvo: tomamos la decisión de lanzar estos nuevos vehículos con un evento online y en vivo, a través de nuestras redes. 6 cámaras, una gran pantalla de LEDs, iluminación de estudio y un equipo de producción provisto por la agencia que trabajó con estrictos protocolos COVID. Los anfitriones fueron nada menos que Edgardo Aguirre y Ricardo Salem, socios gerentes de Nippon Car, quienes pudieron encontrarse con sus clientes desde la virtualidad.

“En tu camino es la expresión de una cultura de trabajo que prioriza la cercanía con los clientes de Nippon Car. Nuestro rol fue interpretarla y darle forma.”

Santiago Franco,
Socio Gerente en Advermedia.

“La estrategia de comunicación y eventos de Nippon Car en pandemia reafirmó el camino de digitalización que el concesionario venía recorriendo desde 2018.”

Eduardo Rubiños,
Socio Gerente en Advermedia.



Más de 63.000 personas vieron el video del lanzamiento de la Hilux con un 98% de reacciones positivas.

RESPONSABILIDAD

ideas

compañerismo

VALORES

CRECIMIENTO

Recursos Humanos

Contenidos GRI: 102-7, 102-8, 102-14, 102-18, 102-19, 102-20, 401-1, 401-2, 401-3, 402-1, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 405-2.



COMUNICACIÓN

MOTIVACIÓN

objetivos

incentivos

experiencias

Integrantes

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

Casa Central: **81**
 Suc. Neuquén: **43**
 Suc. Roca: **16**
 Suc. Bariloche: **17**

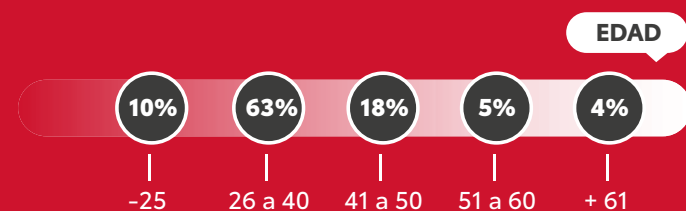
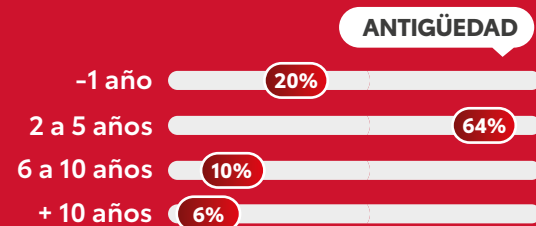
157
 total
2019

Casa Central: **90**
 Suc. Neuquén: **53**
 Suc. Roca: **15**
 Suc. Bariloche: **17**
 Suc. San Martín de Los Andes: **1**

176
 total | 171 colaboradores de nacionalidad argentina,
 1 venezolana y 4 chilena.
2020

El **90%** de los colaboradores se encuentran bajo CCT. **23** afiliados SMATA y **1** delegado oficial.

En el año reportado, ingresaron **29** colaboradores nuevos. Para el siguiente año esperamos superar la barrera de los **200** integrantes.



*todas las sucursales

ROTACIÓN



En los últimos dos años, hemos reducido más de un 4% la rotación de puestos.

2019 **10.96%** | 2020 **6.58%**

Plan de Compensaciones e Incentivos

En 2019 comenzamos a trabajar en estructuras salariales acordes a cada posición. Armamos esquemas cuali-cuantitativos, no solo para ventas, sino también para posventa. El personal jerárquico pasó a estar fuera de convenio con revisiones dos veces por año (Enero y Julio), supeditadas tanto a los incrementos del gremio (SMATA) como a los indicadores para la industria que publican las encuestadoras en relación a salarios en el país (Mercer – Willis Towers Watson)

y el índice de inflación (INDEC).

Como iniciativa propia, en 2020 realizamos 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.



“Trabajamos bajo la premisa misma posición mismo salario, sin importar quien lo ocupe”.

Maria Paz Cubría
 Responsable de RRHH

	31/12/18	31/12/19	31/12/20
A Salario Mínimo Nippon Car	\$13.524	\$29.788	\$56.606
B Salario Mínimo Vital Móvil	\$11.300	\$16.875	\$20.587
Relación A y B	1,20	1,77	2,75

» 1,9 Superó el salario de Nippon el Mínimo Vital y Móvil

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 2020, 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 metas:

- » 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 los roles 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.

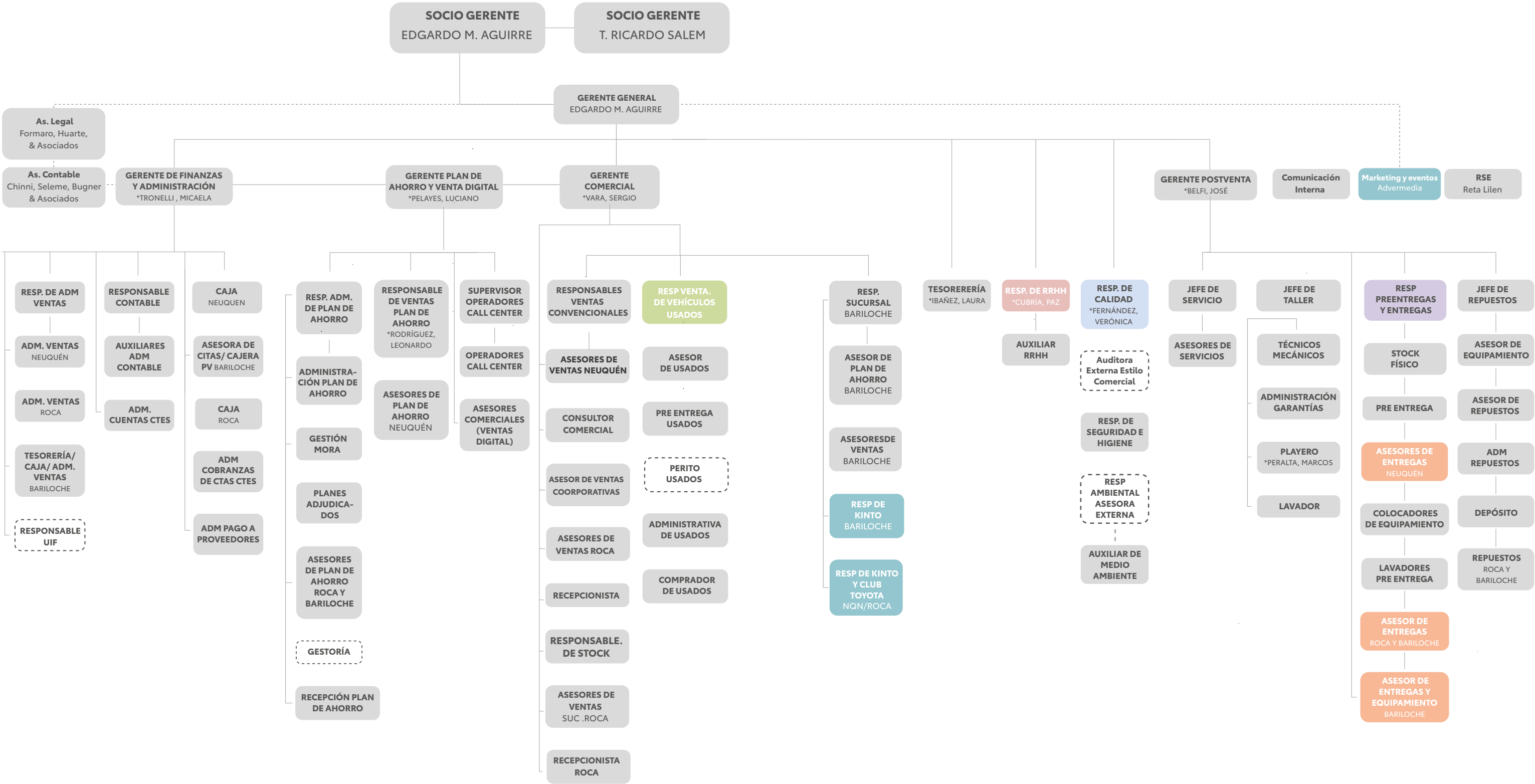
- » Detectar necesidades de perfeccionamiento y ofrecer oportunidades de desarrollo a los colaboradores.

- » 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, no se pudieron realizar las evaluaciones debido a la situación de pandemia. Esperamos en 2021 retomar la iniciativa evaluando el desempeño del 100% del personal dentro y fuera de convenio.

ORGANIGRAMA



Plan de Capacitación



Las certificaciones de todas las capacitaciones brindadas por Toyota son otorgadas por Casa Matriz (Japón) y tienen validez a nivel mundial.



Junto con nuestros procedimientos y políticas, el Plan de Capacitación permanente implementado por Toyota Argentina asegura que nuestros colaboradores estén guiados por los principales lineamientos éticos y comerciales de la marca.

A través del Instituto Toyota, las áreas de venta y posventa son capacitadas desde que ingresan a la empresa y avanzan según su antigüedad y desarrollo a través de diferentes niveles de formación. Este acompañamiento constante, varía entre viajes a la planta de producción de Toyota Argentina en Zárate, a diferentes concesionarios de toda la red, de

manera online a través de videoconferencias y con base en la plataforma del Instituto Toyota.

Fue un año marcado por la Pandemia Mundial COVID 19, con lo cual a partir de marzo se modificaron todos los planes. Empezamos a elaborar protocolos para poder trabajar, cambiaron las formas de capacitación por parte de TASA, se fue migrando a lo virtual con los e-learning, se llevó a cabo un programa de instructores internos que fueron formados por Toyota y quienes después replicaban los conocimientos en los distintos equipos de trabajo.

Cada integrante de Nippon Car certifica sus conocimientos a través de diferentes exámenes. De esta manera, avanzan de nivel hasta completar los diferentes módulos y recibir su diploma de certificación. Las certificaciones de todas las capacitaciones brindadas por Toyota, son otorgadas por Casa Matriz (Japón) y tienen validez a nivel mundial.

En 2020, toda la estructura se modificó. Los cursos, charlas y demás programas de capacitación se dictaron de manera 100% online.

Objetivos TASA 2020

Los principios del Toyota Way hicieron que la calidad en la atención del cliente siguiera siendo la mayor ventaja competitiva durante 2020. 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.

Con el lanzamiento del nuevo Estilo Comercial "Best in Town", en 2019 se abrieron nuevas figuras clave que contribuyeron activamente en la satisfacción de los clientes de la marca. Este año decidieron incorporar los cursos para administrativos de Ventas, Recepcionistas, Entregadores de OKm y Referentes de DDRHH.

También destacaron la digitalización de los canales de contacto con clientes y usuarios, como: E-Toyota, página web de Estilo

Comercial Toyota, página web de Usados Certificados Toyota, sitio de Toyota Plan de Ahorro, la Plataforma de Instituto Toyota y la app y página de Toyota Mobility Services.

Las dinámicas del mercado y los clientes, obligan a Toyota constantemente a adaptarse a los nuevos escenarios, donde la creatividad y adaptación se transformaron en un pilar clave para el éxito.

En este sentido, se desarrolló un programa de capacitación integral que abarcó todos los niveles de responsabilidad dentro de la estructura de cada concesionario para garantizar una fuerza comercial de alto rendimiento que ofrezca a los clientes de la marca la mejor experiencia de compra.

START YOUR
IMPOSSIBLE



El Toyota Way promueve la mejora continua y el respeto por las personas y, junto a la Guía de Principios Toyota, dan forma a nuestra cultura corporativa, orientan la gestión e imprimen un claro compromiso con el Desarrollo Sostenible.

Plan de Capacitación 2020

VENTAS - Desarrollo Concesionarios

GERENTES

Gerentes de Concesionarios 2020-2021

VENDEDORES - Nivel 1 (Junior)

Inducción a Toyota (E-learning)
Out Line Toyota (E-learning)
Line Up Toyota (E-learning)
Estilo Comercial Toyota 1
Mecánica Básica
Conocimiento de Producto Básico

VENDEDORES - Nivel 2 (Senior)

Estilo Comercial Toyota 2
Tecnología Automotriz
Conocimiento de Producto Avanzado

VENDEDORES - Nivel 3 (Pro)

Estilo Comercial Toyota 3
TSS e Híbridos
Conocimiento de 4 x 4

STAFF CONCESIONARIOS

Entegador de OKM
Recepcionista
Administración Comercial
Responsables de Capacitación
Curso Producto (MMC)
Curso Producto (NMI)

CURSOS DE PRODUCTO

ETIOS	SW4
YARIS	PRADO
COROLLA	L200
PRIUS	HILUX
86	HILUX - GR
CAMRY	HIACE
INNOVA	Toyota Safety
CH-R	Sense
RAV4	DPF

Desarrollo de POSVENTA

TEAM21 - Técnicos

Técnico Toyota
Técnico Profesional
EL 11-12,14-15
SK
Técnico en Diagnóstico
Técnico Master
PRE SK 30-1
CH 3-6
Cert 1-4
Skill Contest 2020

TSA21 - Asesores de Servicios

No certificados
Pro
Skill Contest 2020

TARP - Asesores de Repuestos

Asesores de Repuestos Nivel 1
Asesores de Repuestos Nivel 2

BP - Técnicos, Asesores e Instaladores

Técnicos Repintado Level 1-Level 2
BP Gestión Estimación
Cristales
Skill Contest 2020

DEALER KAIZEN - Servicio al Cliente

Asesor de citas. Módulo 1
Asesor de citas. Módulo 2
Asesor de citas. Módulo 3 (en 2021)
Jefe de taller
Promotor Kaizen
Asesor Técnico
Gerente de Posventa
Responsable de seguridad
Vendedor de accesorios

Toyota PLAN DE AHORRO

VENDEDORES - Ingreso

Bienvenido a mundo TOYOTA
Curso de Producto

VENDEDORES - Nivel 1 (Junior)

Conocimientos Básico TPA
Habilidades Comerciales
PLAFT 2019
REGIONAL

VENDEDORES - Nivel 2 (Senior)

Habilidades Comerciales avanzadas
Captación de clientes por redes sociales
Técnicas de Prospección
PLAFT 2019
REGIONAL

VENDEDORES - Nivel 3 (Pro)

Atención al cliente y manejo de reclamos
Trabajo en equipo
PLAFT 2019
REGIONAL

LIDERES - Ingreso

Bienvenido a mundo TOYOTA
Curso de Producto

LIDERES - Nivel 1 (Junior)

Conocimientos Básico TPA
Habilidades Comerciales
Sistemas y procesos TPA
REGIONAL

LIDERES - Nivel 2 (Senior)

Gestión de KPI para Líderes
Habilidades Comerciales Avanzadas
Atención al cliente y manejo de reclamos
Liderazgo coaching y trabajo en equipo
Captación de clientes por redes sociales
PLAFT 2019
REGIONAL

ADMINISTRATIVOS - Ingreso

Bienvenido a mundo TOYOTA
Curso de Producto

ADMINISTRATIVOS - Nivel 1 (Junior)

Conocimientos Básico TPA
Sistemas y procesos TPA
Atención al cliente y manejo de reclamos





**En el camino del crecimiento,
de las mejoras y del desarrollo.**

**En el camino de la calidad
Y de un ambiente laboral sano.**

**En el camino de todos.
Nippon Car, en tu camino.**

Beneficios internos



Para 2021 proyectamos lanzar Nippon más, el programa de beneficios internos de Nippon Car.

En Noviembre 2020 se hizo la primera encuesta sobre beneficios con el objetivo de escuchar a nuestros colaboradores y relevar opiniones y cuestiones relacionadas al armado de un Plan de Beneficios de Nippon Car.

Si bien durante los últimos años se habían rea-

lizado acciones por día de cumpleaños, fin de año, aniversarios, convenios con clubes, etc. el proyecto es implementar algo exclusivo.

En diciembre 2020 hicimos entrega de cajas navideñas a todos los integrantes del concesionario.

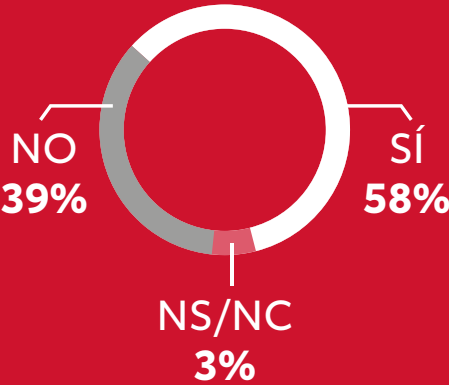


| Cajas navideñas 2020

Encuesta de Beneficios Internos 2020

Algunos de los datos más relevantes de la encuesta, fueron:

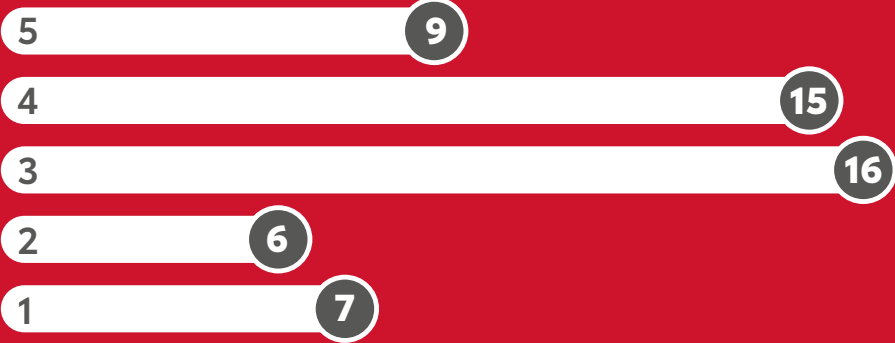
1 ¿Fuiste parte de los beneficios anteriores?



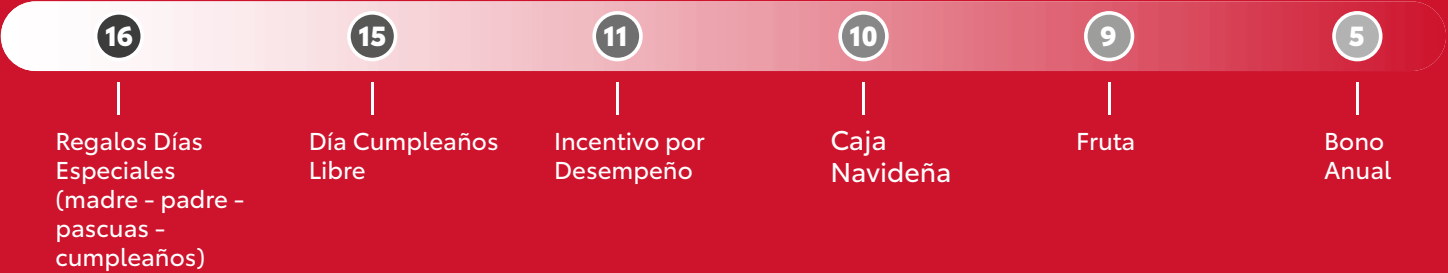
2 ¿Te gustaría recibir algún tipo de beneficio por parte de Nippon Car?



3 Usando una escala del 1 al 5, ¿cómo calificarías los beneficios anteriores?



4 ¿Qué te gustaría recibir?



Fue enviada a 158 colaboradores y se recibieron 81 respuestas.

Comunicación interna

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 para asegurar coherencia y transparencia en todas nuestras comunicaciones.

» Determinar nuestro enfoque en los medios sociales de comunicación y establecer los responsables.

» Además sumamos diferentes medios de CI, con el objetivo de establecer canales formales de información que nos ayuden a lograr objetivos y a promover espacios de intercambio para la difusión de valores y cultura organizacional.

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 una breve 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 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, en 2020 sumamos 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.

De junio a diciembre 2020 se enviaron 14 Partes Informativos.

Primera Encuesta De Situación

En agosto de 2020 realizamos la primera encuesta propia de clima interno, con el fin de conocer el impacto de la pandemia en nuestros colaboradores, buscar puntos de mejora, tener una situación de cada área, generar espacios

de dialogo, fomentar el rol del líder, conocer el compromiso y el sentido de pertenencia de los integrantes. De esta manera obtuvimos un panorama general de la organización.

Canales De Comunicación Interna

✉ Mailing
☎ WhatsApp
✂ Carteleras

E-mail exclusivo:

comunicaciones@nipponcarsrl.com.ar





Nuestros cuidados

COVID 19

Desde RRHH y Seguridad e Higiene, se crearon protocolos internos para la vuelta al trabajo después del 20 de marzo. Se organizaron diagramas de trabajo 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.

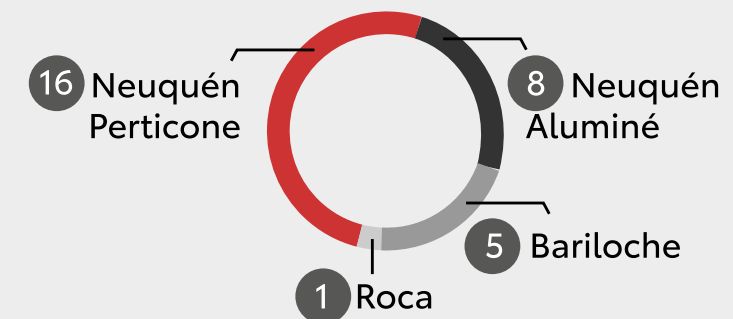
Resultados entre Junio y Diciembre:

675 PCR (hisopados) realizados
80% Integrantes testeados IGG



Entregamos más de **50.000 barbijos** entre abril y diciembre 2020.

Durante 2020 solo hubo 30 empleados positivos.



Acciones preventivas

- » Protocolo COVID: medición 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.



Salud y Seguridad en el Trabajo

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

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.

Con el área de medio ambiente del concesionario, desarrollamos un programa de manipulación de residuos peligrosos y su destino final.

Promovemos el reciclaje y la separación de residuos en todas sus categorías.

125 horas de capacitación

112 colaboradores capacitados

32 nuevas inducciones

Plan de Capacitación en Seguridad e Higiene

En 2020, en conjunto con el área de RRHH, desarrollamos un plan de capacitaciones que abarcó inducciones, simulacro de incendios, rol de emergencias, política de manejo defensivo y sobre todo, prevención COVID-19.

Riesgos de Trabajo

Cumplimos con los requisitos técnicos y financieros necesarios para poder brindar las

prestaciones médico asistenciales, dinerarias y preventivas previstas en la ley 24557.

Nuestro contrato de afiliación con Federación Patronal Seguros S.A. nos da cobertura sobre los accidentes que pudieran ocurrir en ocasión del trabajo o en el trayecto de ida y vuelta (in itinere). Cada año, la ART realiza un relevamiento de los agentes de riesgo a los que están expuestos los empleados para realizar exámenes periódicos.

Durante 2020 se denunciaron 9 accidentes de los cuales 3 fueron in itinere, 3 enfermedad profesional (covid19) y los 3 restantes en ocasión del trabajo.

Estamos trabajando para implementar un nuevo rol de emergencias, capacitar al personal en protección contra incendios y formar una brigada. También, para capacitar e implementar las Políticas de manejo vehicular y alcohol y drogas, con su respectiva comunicación.

VENTAS
servicio
GARANTÍA

confianza

CLIENTES

Áreas de Negocio

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



TOYOTA PLAN

usados

COVID19

EMPRESAS

venta digital

áreas de negocio



"A lo largo de los años, me ha tocado vivir momentos económicos difíciles en el país y dentro de una empresa, pero lo de este año fue inédito. Tener cerrada la concesionaria y mi puesto de trabajo, jamás me pasó. No poder venir a enfrentar la situación desde el concesionario fue muy difícil.

Nos pusimos en movimiento con un objetivo más chico y metas a corto plazo. A nosotros nos agarró con una estructura preparada, con un Call Center ya armado y canales digitales activos. Eso hizo que podamos sobrellevarlo mucho mejor.

También fue una cuestión de actitud, de no que-

*darnos con los brazos cruzados y esto que tanto caracteriza a Nippon Car de **siempre ir para adelante.***

Luego, por decisiones de Toyota y de la gerencia del concesionario, seguimos mejorando y el año terminó siendo muy bueno. Fuimos primeros en patentamiento, nos costó, fue un logro de todos. Fue un año de mucho aprendizaje."

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.

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.



"El 2020 llegó lleno de desafíos. A principio de año llegó la pandemia, algo por lo que no habíamos pasado jamás. Por suerte pudimos adaptarnos de forma rápida al mundo digital, logrando cumplir con los objetivos propuestos."

Franco Sánchez
Supervisor de Ventas



Ventas Especiales

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.

- » 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.

El mejor servicio

- » Descuentos especiales para clientes flotilleros.
- » Venta de vehículos particulares para personas con discapacidad.





"Lo que diferencia a Nippon Car es que CREE. Es una empresa con carácter, con actitud, que contagia y te ayuda a ser mejor.

Creo genuinamente que el trabajo en equipo, y la gestión participativa generan los mejores

resultados, que logran sostenerse en el tiempo e incluso hacer que nos trasciendan. "

Luciano Pelayes
Gerente Venta Digital y Plan de Ahorro

Venta digital

Nuestros comienzos

A principios de 2017, convencidos de adecuarnos a las nuevas tendencias del mercado, contratamos un equipo de asesores externos para la implementación de nuestro propio Call Center. Con ellos armamos la selección del Recurso Humano y del diseño del primer esquema de atención y, junto al área de Planificación y Desarrollo del concesionario, se llevó a cabo la implementación.

Se adecuaron las instalaciones con la implementación de un espacio exclusivo con box acústicos, líneas de telefonía IP y la puesta en marcha del sistema para gestión de ventas, conocido como CRM (Customer Relationship Management).

La experiencia inició únicamente para Plan

de Ahorro y el Call Center se conformó con un equipo de 4 operadores, con el objetivo de captar consultas realizadas en el sitio web y redes sociales, más la adquisición de “oportunidades en tiempo real”.

En el primer bimestre luego de su puesta en marcha, detectamos las siguientes dificultades:

- » Vendedores que relegaban los datos web. De perfil muy tradicional.
- » Demoras en asesorar al potencial cliente. Múltiples reasignaciones de las oportunidades.
- » Desgaste de los operadores.
- » Descoordinación entre operadores y vendedores a la hora de pactar entrevistas.
- » Operadores que no estaban preparados para involucrarse en el proceso de venta.
- » Dificultad para gestionar gran volumen de datos con la celeridad necesaria.
- » Dificultad para supervisar tantos datos y personal para una sola persona.



"El consumidor de hoy quiere tener acceso a la información que busca de manera rápida y precisa, valora mucho su tiempo. Es por eso que nuestro equipo tiene como objetivo contactar al cliente con la menor demora posible, e indagando sus necesidades para la correcta derivación al sector que corresponda."

Juan Colazo
Supervisor Venta Digital y Call Center



Bajo esas circunstancias, tomamos la decisión de conformar dos equipos de ventas (cada uno con un supervisor), y modificar el objetivo inicial de los operadores de “concertar entrevistas”, pasando a corroborar las consultas (descartando las que no correspondieren) para derivar a los vendedores exclusivos del canal digital (esquema que podríamos denominar “Contact Center”).

Los buenos resultados pronto comenzaron a llegar, consolidándose el aporte de operaciones del canal digital por encima del 30%, logrando un pico de 45% en diciembre de 2017.

Hacia la segunda mitad de 2018 no quedaban dudas del éxito del desarrollo del canal digital y el convencimiento general de ello dio lugar a un nuevo proceso de cambio. Sustentado en la posibilidad de optimización de los tiempos del vendedor y en la flexibilización de la fuerza de ventas, se tomó la decisión de volver a unificar los equipos de ventas manteniendo el esquema de “Contact Center”. A esta altura se habían ampliado las jornadas de los operadores y designado un jefe.

Paulatinamente, se fueron incorporando primero el negocio de venta de 0km convencional y luego el negocio de venta de usados para conformar el esquema actual. Paralelamente la captación de datos de campañas propias fue tomando preponderancia por sobre la contratación a proveedores externos

Adaptación a la pandemia COVID 19

El aislamiento social obligatorio establecido el 19 de marzo de 2020 encontró a Nippon Car con un canal digital de ventas consolidado, que lógicamente cobró protagonismo, logrando amortiguar significativamente el desplome general de la actividad. Con su fuerza de venta habituada a la atención digital/telefónica y con plasticidad para adaptación a los cambios, se pudo mantener en un nivel de ventas aceptable para cumplir con los compromisos de la empresa y mantener intactas las estructuras. A su vez, los equipos de ventas supieron mantenerse motivados y se capitalizó la experiencia para reforzar habilidades de ventas telefónicas.

	2018	2019	2020
Cantidad de operadores	2	3	3
Cantidad de supervisores	1	1	1
Total de integrantes	3	4	4
Cantidad de consultas atendidas	15.701	16.559	18.848

Unidad Comercial	2018	2019	2020	Total General
Convencional	130	208	334	672
Plan de Ahorro	253	255	498	1.006
Usados	17	52	69	138
Total de ventas	400	515	901	1.816

TOYOTA
| P | L | A | N |

Un plan distinto.

EN CUOTAS
PARA TODO
TE PREPARÁS
MEJOR.

¿Qué es Toyota Plan?

Un sistema de ahorro mediante el cual un grupo cerrado de personas realiza un aporte mensual destinado a la adquisición de su vehículo OKm.

Ventajas de ingresar a Toyota Plan:

- » Acceder al vehículo deseado mediante el pago de cuotas en pesos.
- » Planificar tu economía accediendo a mayor o menor cantidad de cuotas.
- » No es necesario contar con ahorros para suscribirte al Plan.

- » Las cuotas que ya pagaste quedan congeladas.
- » Podés cancelar el Plan anticipadamente sin pagar gastos administrativos ni recargos.
- » Se puede transferir o vender el Plan a otra persona, en cualquier etapa.
- » Al momento de ser adjudicado, podés solicitar cambio de modelo.
- » Podés entregar tu usado como parte de pago.
- » Garantía Oficial Toyota de 5 años o 150.000 Km.

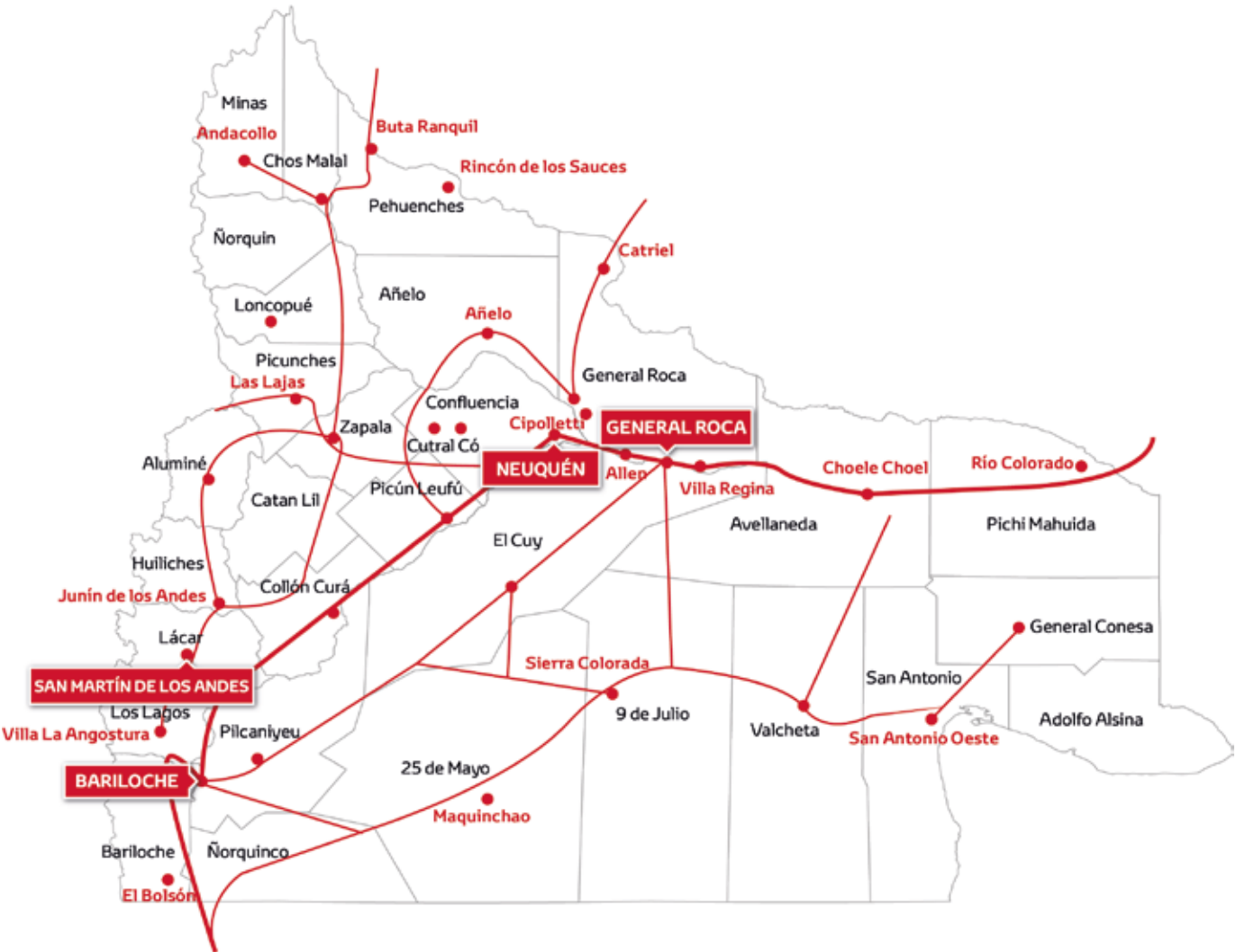
El área exclusiva de Toyota Plan, arrancó a fines de 2015. Hoy, luego de 6 años, logramos tener un equipo de trabajo conformado por 17 vendedores, 5 administrativos y 3 supervisores.

Además, desde el área de Venta Digital contamos con el soporte de todas las consultas online.

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



En 2020 llegamos a más de 28 localidades.



En 2020, estos fueron nuestros logros:

» Suscripciones: 1272

ETIOS	556	HILUX	518
YARIS	188	TOTAL	1.272

Objetivos 2021: Lograr un 15% de incremento en las suscripciones

» Entregas: 421 unidades

ETIOS	178	HILUX	161
YARIS	45	OTROS	2
COROLLA	35	TOTAL	421



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

» 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 2020:
441 Ventas Unidades Usadas
225 usados Toyota.
216 Otras marcas.



"Vivimos un 2020 único e impensado. Podría ir a los números y comentar que se vendieron 50 unidades más que en 2019, cuando todavía no sabíamos lo que nos iba a tocar vivir."

Nuestros logros de 2020 se alcanzaron por mantener la visión y nunca bajar los brazos. Conservamos un mismo rumbo y se trabajó en equipo para poder lograr el objetivo de SUPERAR EL 2020."

*Tomás Iannamico
Responsable de Usados Seleccionados.*

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 Certificados 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.



Cientes Atendidos

Compartimos con Toyota Argentina S.A. su filosofía de trabajo sustentada en dos pilares: la mejora continua y el respeto por las personas. Hace 25 años que promovemos una filosofía de trabajo basada en la honestidad, el respeto por el cliente y la transparencia en los negocios.

Cientes	2020
Ventas (Convencional, TPA y Usados, todas las sucursales)	24.549
Posventa (Todas las sucursales)	24.549
Call Center	18.848

Vehículos vendidos

<i>HILLUX</i>	1908	<i>RAV4</i>	23
<i>ETIOS</i>	918	<i>C-HR</i>	5
<i>YARIS</i>	421	<i>HIACE</i>	1
<i>SW4</i>	158	<i>LAND CRUISER</i>	1
<i>COROLLA</i>	137		

Ranking Inscripciones 0km en la Región

Descripción	Total	Total
Toyota	2190	18,21%
Renault	1896	15,76%
Volkswagen	1828	15,20%
Fiat	1786	14,85%
Ford	1290	10,72%
Chevrolet	997	8,29%
Peugeot	426	3,54%
Nissan	372	3,09%
Jeep	369	3,07%
Mercedes Benz	172	1,43%
Citröen	149	1,24%
Honda	129	1,07%
Ram	98	0,81%
Iveco	84	0,70%
Chery	58	0,48%
Audi	42	0,35%
BMW	24	0,20%
Hyundai	18	0,15%
Kia	17	0,14%
Otros	84	0,70%

Zona geográfica analizada

Neuquén (toda la provincia)

Rio Negro

- » Allen
- » Bariloche
- » Choele Choel
- » Cinco Saltos
- » Cipolletti
- » General Roca
- » Maquinchao
- » Villa Regina



Soluciones de movilidad

Uno de los principales objetivos de Toyota a nivel mundial, es brindar soluciones de movilidad. Para lograrlo, creó KINTO: la solución de movilidad más conveniente, inteligente y confiable que se adapta a todo tipo de necesidades.

En nuestras sucursales de Neuquén Capital y Bariloche, brindamos el servicio de Kinto Share, para alquilar un Toyota por el tiempo que quieras, cuando quieras y en el lugar que más te convenga.

Paseos, tramites, mudanzas, vacaciones o aventura, son alguna de las experiencias que puedes elegir con Kinto.

Inversión Kinto Mobility

En el año 2018 llegó a la argentina Toyota Mobility Services, proponiendo una innovadora

solución de movilidad para que los usuarios disfruten de manera simple y personalizada el Toyota que quieran por el tiempo que necesiten.

Con el objetivo de adaptarnos al estilo de vida de nuestros clientes, sumamos este servicio en nuestras sucursales de Neuquén y abriendo un local exclusivo en el aeropuerto de la ciudad de Bariloche.

En julio de 2020, Toyota Mobility Services cambio su nombre a Kinto y con el cambio se promovió nuevas estrategias comerciales y capacitación de personal en todas las sucursales.

Inversión 2020:

Kinto

\$ 10.000.000

Vehículos disponibles:

HILUX
SW4

RAV4
COROLLA

YARIS
ETIOS

Cantidad de alquileres en 2020: **266**



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



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.

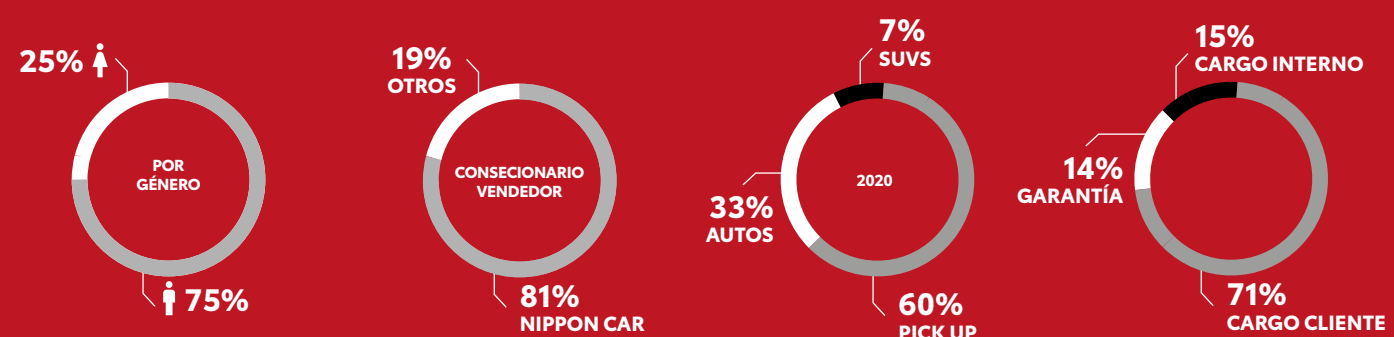
Nuestro personal de posventa es formado por Toyota Argentina con un plan de capacitaciones que les permite superar sus niveles de aprendizaje y certificar los diferentes títulos de la marca a nivel mundial.



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.

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

Clasificación de clientes





POSVENTA TOYOTA
MANTENIMIENTO CONVENIENTE

TOYOTA

Detrás de nuestras máscaras de protección está la misma sonrisa que te recibe siempre.

Nos ponemos en marcha, pensando en vos.

Luego de los decretos y restricciones de marzo de 2020, adaptamos nuestros servicios a las restricciones de pandemia. Establecimos prio-

ridades y atención especial para el personal de salud y esenciales, llevando nuestros servicios oficiales a domicilio o lugar de trabajo.

EXCLUSIVO PARA
LOS QUE NOS CUIDAN. +

DE GUARDIA
PARA VOS.

Retiramos tu Toyota
y te lo llevamos de vuelta.

AHORA 12 AHORA 18

POSVENTA TOYOTA
MANTENIMIENTO CONVENIENTE

En 2020, hicimos más de
20.700 servicios.
Visit Rate: **2,76**
UIO: **19.825**
Service Traffic: **37.260**

Derecho a casa. Traé tu Toyota al Servicio Oficial.
Te llevamos de vuelta.

AHORA 12 AHORA 18

POSVENTA TOYOTA
MANTENIMIENTO CONVENIENTE

Entregamos
122.670 repuestos
6.340 Accesorios
Instalation Rate: **4,23**

Variación de Servicios Interanual 2020

Servicios	% sobre total	Reparaciones	% sobre total	CPUs Servicios	% sobre total	CPUs Reparaciones	% sobre total
6155	56%	4810	44%	5694	70%	2454	30%



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

- » Rediseño de infraestructura de Taller.
- » Incremento de capacidad operativa: más de 4000 vehículos mensuales atendidos.
- » 11 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 respuestos 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 .

En 2021 inauguraremos un nuevo taller de posventa en Añelo, estratégicamente ubicado en el corazón operativo de Vaca Muerta.



Nuestro próximo objetivo es comenzar a construir un nuevo concesionario exclusivo para el área de posventa en Bariloche.



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 2020, Nippon Car aplicó todos los protocolos de bioseguridad correspondientes para cuidar a sus clientes y empleados:

- » Los técnicos cuentan con implementos de protección de bioseguridad (barbijo, máscara facial, guantes).
- » Desinfección frecuente de manos del personal.
- » Control y disposición desechos generados durante el servicio, de acuerdo con los reglamentos ambientales.
- » El servicio se realizaba al aire libre.

En 2020 realizamos **481** servicios a domicilio

Visitamos más de **40** localidades



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.



“Cuando comenzó la pandemia nos tocó aprender a hacer Home Office y a planificar a distancia en un tablero compartido en Google drive. Nos tuvimos que adaptar. Limitamos nuestros servicios para atender personal esencial, de riesgo y trabajadores de salud. Implementamos el Servicio Móvil en la ciudad de Neuquén y retirábamos unidades a domicilio.”

Estrella Mantau
Responsable de Citas

+10.000 consultas atendidas | **6** asesores de citas | **1** supervisor

Citas y Servicios		2020
CPU's		9.492
Campañas		1.231
Cargo Interno		588
Repuestos Utilizados		87.476



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 manteni-

miento de tu vehículo.

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

Repuestos entregados 2020

Por número de parte **4489**
Por cantidad **122.670**

Accesorios entregados 2020

Por número de parte **237**
Por cantidad **6.340**

Cubiertas **1154**

Boutique **43**



Calidad

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 102-21.

MEJORES PRÁCTICAS

compromiso

círculos de calidad

política de Calidad

MEJORA CONTINUA

4 SUCURSALES VENTAS

3 SUCURSALES POSVENTA

25 AÑOS TRAYECTORIA

+200 COLABORADORES

POLÍTICA DE CALIDAD



Diseño



Producción



Ventas y Servicios



Proveedores



Logística



Cliente



Nuestro compromiso

Política de Calidad

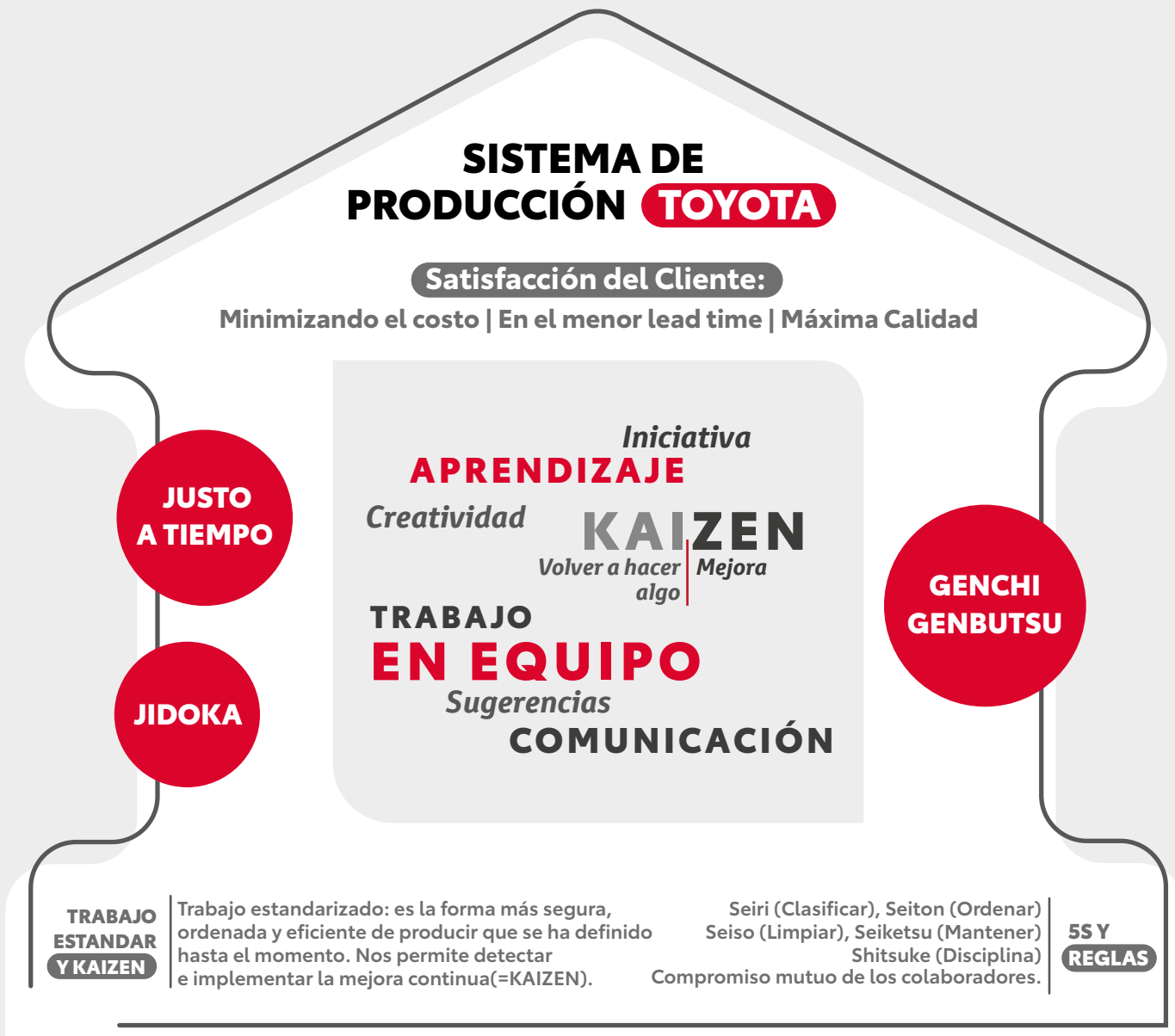
En Nippon Car S.R.L., Concesionario Oficial Toyota, nos dedicamos a la comercialización, reparación y servicios de automotores, sustentados en los pilares familiares de honestidad, respeto por el cliente y transparencia en los negocios.

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 SA, 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 establecidos por Toyota Argentina S.A.
- » Promover el trabajo en equipo en todas las áreas, estimulando la comunicación y participación de cada integrante 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.



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

El Sistema de Producción Toyota es la base de nuestra filosofía de trabajo. Consiste en 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. Impulsamos la excelencia en la fabricación, produciendo lo necesario, en el momento justo, con la mejor calidad y a un precio competitivo.

Círculos de calidad

Esta actividad grupal busca desarrollar las habilidades del personal, mejorar las condiciones del lugar de trabajo y contribuir al desarrollo de la Compañía, mediante la resolución de problemas complejos, para lo cual los miembros hacen uso de herramientas de calidad. De esta manera, construimos una organización capaz de responder al mundo de los negocios con flexibilidad.

4 Círculos de Calidad realizados

175 Colaboradores que participaron



Índice de Contención de Quejas y Reclamos



"La mejor forma de identificar nuevas oportunidades de negocio es partir de cero y poner al cliente en el foco de la toma de decisiones."

Veronica Fernández
Responsable de Calidad

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.

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

Reclamos Índice 2020

ETC (ventas)

El ICQ fue 0.0385 dentro de los 22 mejores de la RED

FIR (posventa)

91.8%, 3.6 por debajo de la RED.

El ICQ de posventa fue de 0.0932.

Auditorías TASA

Desde Toyota Argentina, para mantener los estándares de atención al cliente, auditan periódicamente a su red de concesionarios a través de los Programas de Excelencia TSM (posventa) y ETC (ventas).

El estudio SSI –Sales Satisfaction Index- mide el índice de satisfacción en la venta de vehículos. Los temas que aborda son:

- » Entrega del vehículo.
- » Personal del concesionario.
- » Instalaciones.
- » Negociación.
- » Papeleo–trámites.
- » Sitio web.

Por otro lado, el CSI –Coustomer Satisfaction Index- mide el índice de satisfacción de los clientes de posventa, a la hora de realizar su servicio técnico. La evaluación hace foco en la de calidad y fiabilidad del servicio brindado, midiendo la satisfacción respecto al servicio y su costo.

A continuación, expresamos los resultados de cada área en 2020:

CSI VENTAS 2020

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
NIC	95	80,5	90,9	100	89,4	92,2	88,9	92,4	94,1	91,9	90,8	93,4
RED	94,3	94,3	95,1	93,8	93,3	93,5	93,3	92,4	92,4	92,6	93,9	93,5

CSI POSVENTA 2020

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
NIC	*	86,9	85,8	*	*	*	93,1	89,3	92,1	94,1	93,2	92,4
RED	*	91,5	91,2	*	*	*	92,8	91,6	92,3	92,5	92,9	92

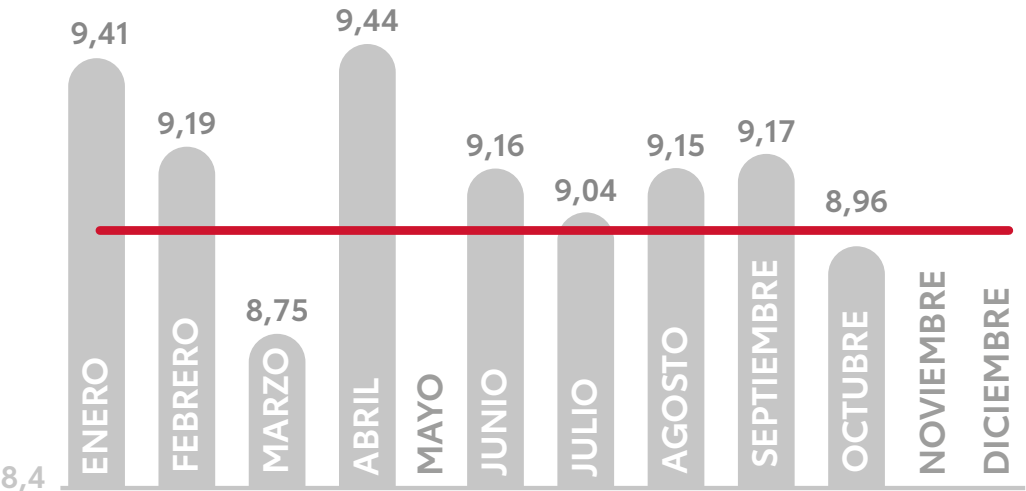
*NIC: Nippon Car
*RED: Promedio red de concesionarios

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

subsananlos 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.





Kaizen

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

El método consta de "5S" o pasos de clasificación:

- » 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.

Nuestro círculo de calidad 2020

Equipo:

- » José Bélfí, Gte. Posventa - Líder Kaizen.
- » Nubia Nuño, Jefe de Servicios.

- » Verónica Fernández, Responsable de Calidad Estefanía Demel, Medio Ambiente.
- » Gabriel Antiqueo, Responsable de Garantía.
- » Estrella Mantau, Coordinadora Call Center.

Objetivo

Eliminar piezas sin disposición de campaña 414 (513 kits). De esta manera ganar espacio, reducir riesgos y reducir el impacto ambiental.

Tiempo

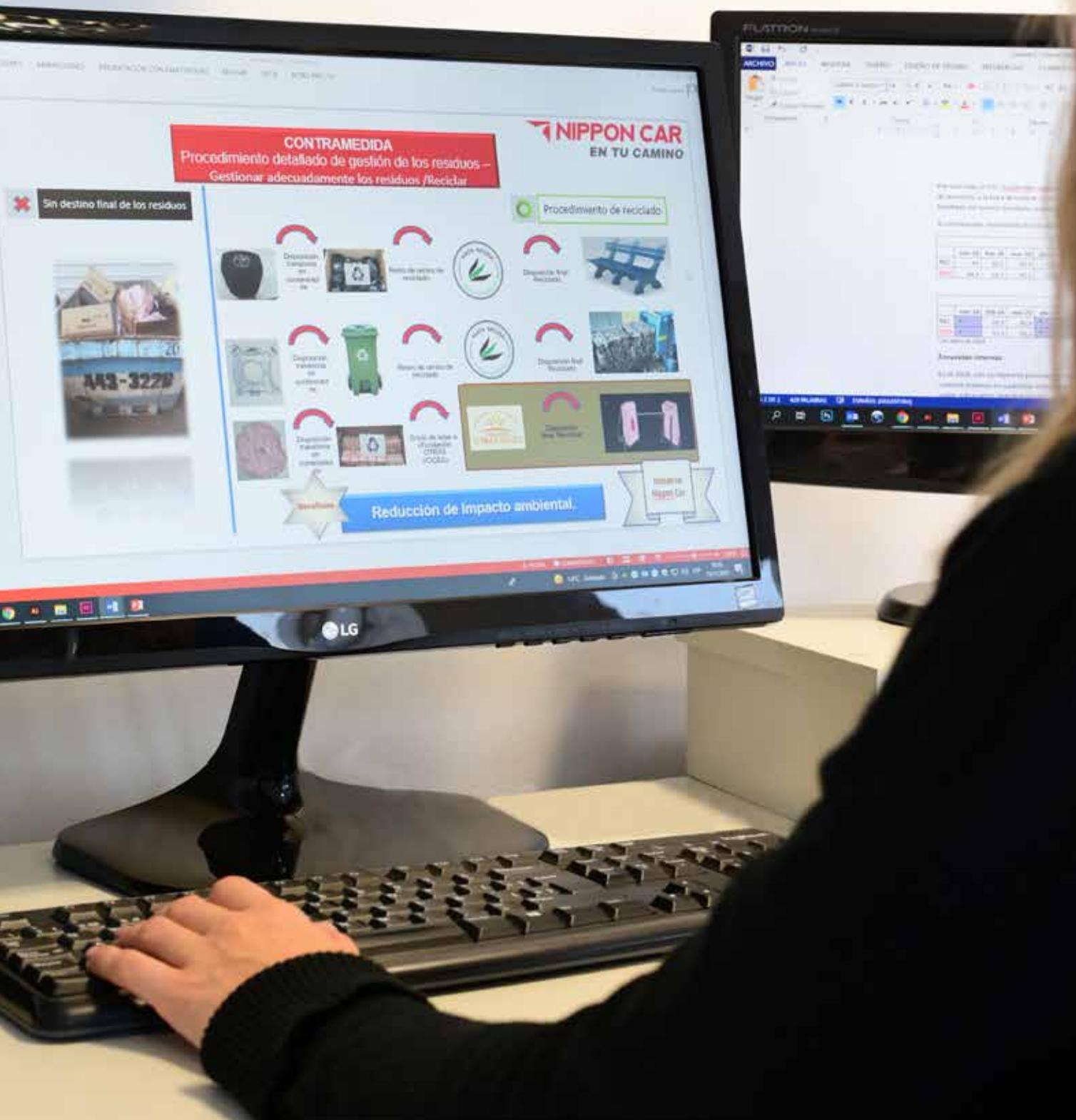
Mayo a octubre 2020.

Resultado del objetivo

En 4 meses se logró eliminar el 100% de las piezas de desarme de las campañas 414 F-G.

Resultados adicionales

- » Redujimos el consumo de plásticos de un solo uso.
- » Realizamos Upcycling en nuestros procesos.
- » Bajamos el consumo energético.
- » Se redujo el índice de impacto ambiental.
- » Colaboramos con la gestión de RSE de Nippon Car.



Mejores prácticas

Todos los años llevamos adelante procesos de mejora continua que nos permiten seguir creciendo y mejorando nuestros procesos.

Durante 2020 trabajamos en 4 proyectos:

1. Captar clientes de posventa

Con el fin de captar clientes que no se encontraban en nuestra base de datos y que pudieran estar afectados a la realización de Campañas de Seguridad, se determinó realizar campañas especiales de servicio a domicilio, con el taller de servicio técnico móvil recorriendo los barrios de nuestras localidades.

Logramos ingresarlos a nuestra base de datos y aumentar el índice de realización de Campañas de Seguridad un 40% más que en 2019.

2. Autocontrol de procesos diarios

En el proceso de recepción de unidades, las auditorías sobre las solicitudes de reparación, eran mensuales. Esto nos impedía corregir desvíos a tiempo y en algunos casos arrastrábamos el error durante todo el mes.

Por eso, implementamos auditorías diarias presenciales, reportadas al final del día al gerente y responsables del área. Esto nos permitió poder detectar los desvíos en tiempo y forma para implementar medidas correctivas sin demoras.

Las auditorías muestran una mejora del 90% en todo el proceso de recepción de servicios.

3. Mejora en la productividad del sector de repuestos.

El mostrador de repuestos de atención al público en casa central, estaba distante del núcleo del sector de repuestos interno, dificultando la fluidez de la operatoria del personal del sector.

Modificamos nuestras instalaciones cambiando la ubicación del sector de repuestos de atención al público, a una oficina lindera al sector de repuestos interno. De esta manera unimos a todo el sector y al personal, para agilizar la respuesta en mostrador, garantizando que ante las demandas de los clientes cualquier integrante acuda rápidamente a brindar el soporte necesario. Esta implementación ayudó también para agilizar los tiempos de búsqueda, mudas de traslado y mejorar la productividad y la ergonomía en el sector.

4. Mejora de la ergonomía en los puestos de trabajo

Los monitores de los escritorios, quedaban por debajo de la visual. Eso generaba una posición incómoda de trabajo y poco saludable, ya que no se adaptaban a la correcta postura de trabajo.

Se evaluaron las necesidades con el responsable del área de Seguridad e Higiene Laboral, y se tomó la decisión de comprar soportes para monitores para unificar los sectores de ventas, administración y posventa.

De esta manera, logramos que nuestros colaboradores tengan una mejor postura y mayor confort en sus puestos de trabajo, que repercutieron en el estado de ánimo. En consecuencia mejora la atención al cliente y conforme con la regla de las 5S, se logra mayor orden en los escritorios.

Desempeño ambiental

Contenidos GRI: 301-1, 301-2, 301-3, 302-1, 302-2, 302-4, 302-5, 303-3, 305-5, 306-2, 306-4, 308-1.

6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

13 ACCIÓN POR EL CLIMA

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES

17 ALIANZAS PARA LOGRAR OBJETIVOS



POLÍTICA AMBIENTAL

NIPPON CAR S.R.L., Concesionario Oficial Toyota, dedicado a la comercialización, reparación y servicios de automotores, toma la responsabilidad de conducir sus actividades con la actitud de proteger al medio ambiente, estableciendo la presente Política Ambiental e implementando y manteniendo un Sistema de Gestión Ambiental bajo los requerimientos de la Norma ISO 14001:2015, adoptando el compromiso de:

- Cumplir con los requisitos legales y otros requisitos ambientales a los que NIPPON CAR S.R.L. adhiere.
- Mejorar continuamente el desempeño ambiental de la organización estableciendo objetivos y metas de revisión periódica.
- Prevenir la contaminación en sus actividades utilizando tecnologías económicamente viables de implementar, con el propósito de minimizar los impactos ambientales generados por las tareas que desarrollamos.
- Realizar nuestras actividades procurando una eficiente utilización de los recursos naturales y haciendo un uso racional de la energía y el agua.
- Capacitar y concientizar al personal de acuerdo con sus roles y responsabilidades en el Sistema de Gestión Ambiental.
- Comunicar esta Política Ambiental a todo el personal, clientes, proveedores y contratistas; quedando la misma a disposición de las demás partes interesadas.

Edgardo Aguirre
Gerente General

Rev.05
Fecha de vigencia
01/04/2021

Nuestro compromiso

En Nippon Car reconocemos la importancia de cuidar el medio ambiente por lo que nos enorgullecen las medidas aplicadas, ya que no sólo significan un aporte a la preservación de los recursos sino que también contribuyen a construir una sociedad con mayor conciencia ambiental.

Entendemos que el camino del desarrollo debe ser de manera eficiente y sustentable. Somos conscientes de los impactos ambientales que generan nuestras actividades y trabajamos diariamente para minimizarlos.

Objetivos:

- » Generar acciones para contribuir con los objetivos ambientales de Toyota.
- » Proponer mejoras en los procesos a fines de optimizar el uso de recursos.

» Proponer acciones para la disminuir la generación de residuos.

» Controlar y llevar a cabo las acciones correspondientes para dar cumplimiento al Sistema de Gestión Ambiental.

» Aplicar y controlar el cumplimiento de la política ambiental.

» Capacitar al personal y generar conciencia ambiental.



"Desde el área tenemos la firme convicción de que cada año podemos seguir mejorando mediante la aplicación de nuevas ideas y estrategias cuyos resultados reflejen el compromiso del equipo de trabajo".

Estefanía Demel
Referente de Medio Ambiente

Desafío Ambiental Toyota 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 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 Nippon Car alineamos nuestro Sistema de Gestión Ambiental a los objetivos de Toyota a nivel mundial. A continuación, expresamos los

aspectos ambientales más relevantes de nuestra actividad y las acciones llevadas adelante:

Desafío Ambiental Toyota 2050	ODS	Acciones
 Objetivo 2 Cero emisiones de CO2 en el ciclo de vida.	 	Certificación de ISO 14001 – Participación en Programa ECODEALER
 Objetivo 3 Cero emisiones de CO2 en las fábricas.	  	Plan de Mantenimiento de Equipos para ahorro energético – Instalación de Paneles Solares y Gestor de Energía Eléctrica
 Objetivo 4 Reducir al mínimo y optimizar el uso de agua.		Tratamiento de aguas grises con ozono – Instalación de caudalímetros
 Objetivo 5 Construir una sociedad y sistemas basados en el reciclaje.	  	Clasificación de Residuos en Origen (Estaciones Ambientales) – Reciclado de pallets, neumáticos y cartón/papel – Trabajos con ONG
 Objetivo 6 Construir una sociedad futura en armonía con la Naturaleza	 	Alianza con Aves Argentinas para la conservación de la biodiversidad – Charlas de concientización para niños en edad escolar primaria.

Sistema de Gestión Ambiental

La Gestión Ambiental en Nippon Car se estructura y desarrolla de acuerdo al SISTEMA DE GESTION AMBIENTAL (SGA) estipulado por la Norma ISO 14001, estándar internacionalmente aceptado que indica cuáles son los lineamientos para implementar un sistema de gestión medioambiental en una organización. Este SGA facilita el control de las actividades, servicios y productos que puedan influir sobre el ambiente y ayuda a minimizar todos los impactos ambientales que genera nuestra operación.

El alcance del SGA comprende todas las actividades y servicios relacionados a la Comercialización, Reparación y Servicios de Mantenimiento de Automotores llevados a cabo en las instalaciones de los Concesionarios de Nippon Car y con sede en:

» Neuquén – Eugenio Perticone 2095 – Neuquén (C.P. 8300).

» Neuquén – Eugenio Perticone 1575 esquina Aluminé – Neuquén (C.P. 8300).

» San Carlos de Bariloche – Elordi 320 – Río Negro (C.P. 8400).

» San Carlos de Bariloche – Rivadavia 730 – Río Negro (C.P. 8400).

» General Roca – Av. Julio A. Roca 616 – Río Negro (C.P. 8332).

Desde el punto de vista del sistema de gestión ambiental, los principales proveedores y contratistas a controlar son:

» Transportistas de residuos domiciliarios.

» Transportistas de voluminosos de residuos peligrosos.

» Tratador de residuos peligrosos.

» Proveedores y transportistas de sustancias/ insumos/productos de características peligrosas.

» Contratistas que deban realizar trabajo en las instalaciones del concesionario, cuyas tareas estén asociadas a un aspecto ambiental significativo.

» Auditores contratados para realizar las auditorías internas.

» Laboratorio de análisis de efluentes industriales.

» Toyota Argentina (repuestos, equipamiento y lubricante).

» Personal externo de limpieza.

» Sindicatos

» Entes municipales y provinciales de medio ambiente (Neuquén y Río Negro).

» Proveedores de servicios contratados externamente.

» Vecinos y la comunidad en general.

Las necesidades y expectativas de las partes interesadas comprenden los siguientes requisitos identificados por la organización:

» Excelencia en la calidad de nuestros servicios.

» Protección y cuidado del medio ambiente.

» Uso racional de los recursos utilizados en los procesos.

» Cumplimiento de los requisitos legales y otros requisitos suscritos por nuestra organización.

ISO 14001

La serie de normas ISO 14000 es un conjunto de reglas que cubren aspectos del ambiente, de productos y organizaciones, destacando la Norma ISO 14001, un estándar internacional de gestión ambiental desde 1996.

En Nippon Car se certificó por primera vez en 2018 y se recertificó en Mayo de 2020. La validez de este certificado se extiende hasta Marzo de 2023.

Organismo Auditor: TÜV Rheinland

El período de validez de los certificados según la norma ISO14001 es de tres años. Se realiza una auditoría de seguimiento anual y una auditoría de recertificación cada 3 años.



Gestión de Residuos

Contamos con Estaciones Ambientales que nos permiten clasificar en origen los residuos generados para aprovechar aquellos que sean reciclables o reutilizables y, también, para diferenciar aquellos que poseen características peligrosas y puedan generar un daño en el ambiente sin una gestión adecuada. Los residuos generados son:

Residuos Asimilables a Urbano

También conocidos como RSU o comunes, están conformados por restos de comida, papeles plásticos, servilletas, etc. Su destino final es el Relleno Sanitario de la ciudad.

Reciclables, metales y voluminosos

En esta categoría se encuentran el cartón y papel usado, piezas metálicas, pallets de madera y cubiertas, los cuales son materiales de descarte para el concesionario pero que tienen una utilidad secundaria, por lo que son entregados a Cooperativas de Recicladores o donados para su aprovechamiento.

Sólidos condicionados

Filtros de aceite: estos residuos, poseen características de peligrosidad y suponen un riesgo al ambiente y salud de las personas si no son tratados de forma adecuada. Por ello son retirados por una empresa habilitada e incinerados en hornos especiales preparados para tal fin. Dentro de esta categoría se incluyen materiales con restos de hidrocarburos, pilas y tóner.

Aceite usado

Este residuo también es considerado como peligroso, y es retirado por una empresa habilitada para tal fin, sin embargo, puede ser reutilizado en algunos equipos de gran porte luego de un tratamiento especial. Su aprovechamiento se denomina recuperación secundaria.

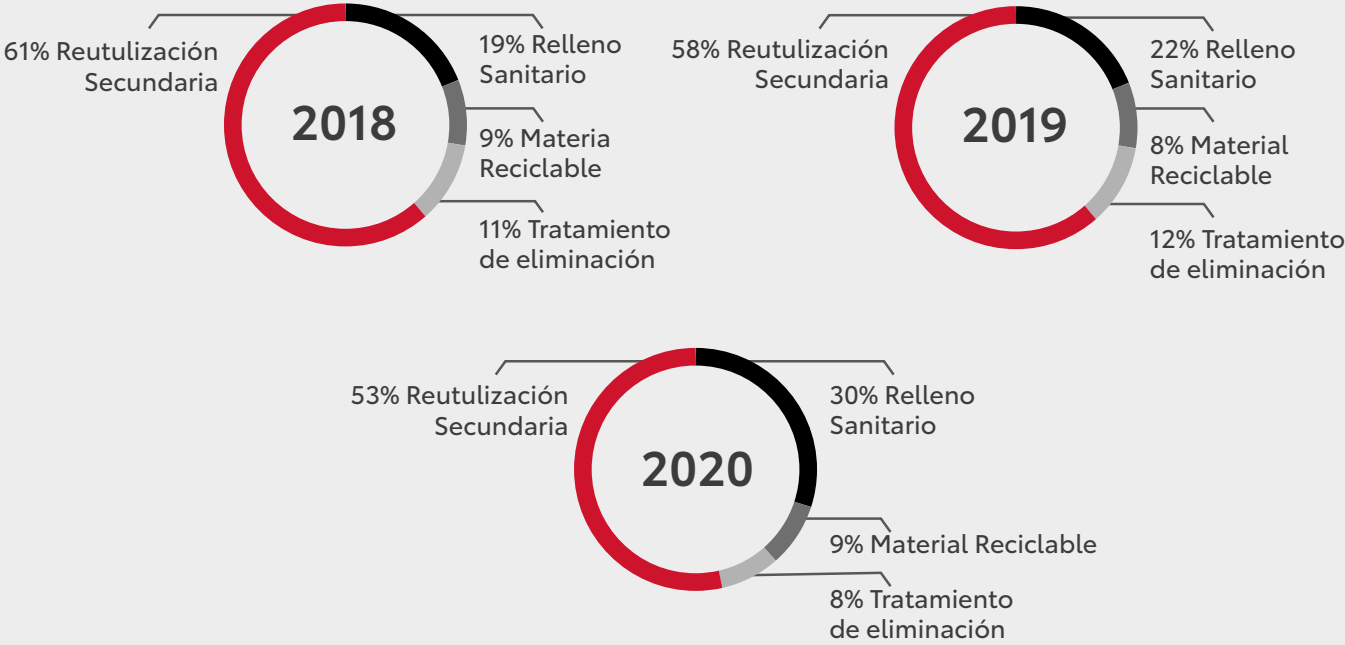
Baterías

Son retirados por la empresa proveedora para su desarme y tratamiento.



En la siguiente tabla se detallan las cantidades en kg de residuos generados por año y sucursal. Gran parte de los residuos son reutilizados y reciclados.

	Año	Residuos Comunes (Kg)	Residuos Reciclables (Kg)	Residuos Peligrosos Solidos (Kg)	Residuos Peligrosos Liquidos (Kg)	Total (Kg)
Neuquén	2018	27.700	5.030	13.165	61.200	107.095
	2019	24.862	3.500	11.330	43.520	83.212
	2020	28.780,5	6.839	6.984	51.200	93.803,5
Roca	2018	0	1.006	1.630	12.840	15.476
	2019	918	643	2.130	10.960	14.651
	2020	1.172,5	937	1.527	8.000	4.898,7
Bariloche	2018	180	6.355	1.265	15.680	23.480
	2019	1.093	6.131,5	2.130	17.600	26.954,5
	2020	1.077	1.643	870	8.560	4.030



Los residuos reciclables voluminosos (Pallets, cubiertas y cartones) fueron donados a la comunidad durante el 2018 y 2019 y, a partir de 2020, se comenzó la gestión para el retiro de los mismos por parte de prestadores de servicios ambientales para su reciclado:

- » 2018 se donaron el 100% de los cartones y pallets generados.
- » 2019 se donaron el 100% de los cartones y pallets generados.
- » 2020 se donó el 35% de los residuos generados y el 65% fue retirado para su reciclado.

Energías renovables

La implementación de energías limpias o renovables que nos permitan reducir el consumo de energías No Renovables dentro de las actividades laborales, es un gran desafío. Por eso desde que inauguramos la nueva sucursal de Casa Central en 2018, trabajamos con genuina conciencia ambiental.

Eficiencia energética y ambiental

Nuestro compromiso, abarca las siguientes implementaciones:

- » Paneles solares.
- » Luminaria LED.
- » Sistema automático de apagado de aparatos eléctricos.
- » Calefacción controlada.
- » Sistema de generación de energía mediante paneles solares que autoabastece de energía eléctrica al taller.
- » Planta de tratamiento de aguas grises.

El sistema de recuperación de aguas grises está instalado en el lavadero y permite reducir el consumo de agua de red en el lavado de vehículos. Consiste en recircular el agua utilizada y tratarla con tecnología de Ozono para reutilizarla en el lavado de unidades.

- » Sistema de termo tanques solares para el calentamiento de aguas de núcleos sanitarios.
- » Doble piel con cámara de aire en paredes de edificio y medianeras para optimizar aislación térmica.
- » Revestimiento de chapa en muros de hormigón con cámara de aire para aislación térmica.

Creemos que el camino del desarrollo de nuestras actividades debe realizarse de manera eficiente y sustentable, por eso contamos con un sistema automatizado dentro del concesionario, el cual apaga de manera automática aquellos aparatos eléctricos, como Computadoras y televisores, a partir de un horario, aportando al ahorro de energía, al igual que la sistematización del sistema de calefacción y el uso de luces Led. Estas acciones permitieron que Nippon Car dejara de emitir:

73.683 kgs de Co2

73.80 kg NOx

0.09 kg SO2

Paneles solares

Cuenta con la instalación de paneles solares desde 2018, los cuales se encuentran directamente conectados a la Red, pudiendo inyectar en la misma el sobrante de energía producida, por ejemplo un fin de semana. Lo importante de este sistema es que no utiliza baterías para almacenar la energía, sino que todo lo que se produce es consumido y si no es consumido se inyecta directamente a la Red. Cuenta con una Potencia Instalada de 12 KW, lo cual implica la generación de energía propia y limpia en un 20% del total que Nippon consume para llevar a cabo sus actividades.

Luminaria LED

Contamos con estas luminarias instaladas en las sucursales de Neuquén Capital (2018) y Roca (2019). En 2020 se realizó el cambio de luminaria en la sucursal de Bariloche colocando 23 luminarias LED en el salón de ventas, oficinas y baños. Se estima que este cambio generó un 88% de ahorro en el consumo de energía.

20% de la energía consumida proviene de paneles solares

88% reducción del consumo por luminarias LED



Objetivo 2021:
establecer una
política de eficiencia
energética

La energía que generamos de manera limpia a través de los paneles solares hasta la fecha es equivalente a:



Encender un televisor durante **14.596 hs**



Ahorrar la contaminación que un vehículo promedio emite en **16,24 años**



388 computadoras encendidas durante **1 año**.



El carbono producido por: **74 Toneladas** de Árboles y **6,40 Hectáreas** de Arboles

Consumos de agua

En Neuquén Capital, el proveedor de agua de red no factura los ciclos de consumo por metros cúbicos (m³), sino con abonos fijos. Por tal motivo, no obtenemos una medición real de los consumos en m³. Por eso, este año instalamos caudalímetros en los lavaderos para comenzar el proceso de medición real interna. El objetivo es poder tener a futuro una medición propia de los consumos de agua totales de los concesionarios de Neuquén Capital.

La provincia de Río Negro, en cambio, factura los consumos de los usuarios por metros cúbicos y de ello se desprenden los siguientes resultados:

Consumos de agua de red 2020

Sucursal Roca **293 m³**

Sucursales Bariloche **397 m³**

Aguas Grises

En 2018 instalamos en Casa Central una planta de tratamiento con ozono para tratar las aguas grises del lavadero y reutilizarlas en el lavado de unidades.

El tratamiento consiste en la recolección del agua utilizada mediante canaletas hacia un depósito. Luego, el agua ingresa a unas cámaras separadoras donde, tras un tiempo de residen-

cia o detenimiento que asegura la separación del agua de otras sustancias, ésta circula hacia tanques donde entra en contacto con el ozono (O3). Esta sustancia, cuya molécula se compone por tres átomos de oxígeno, tiene como principal propiedad un altísimo valor oxidante que asegura el tratamiento del agua gris. Además evita la formación de subproductos tóxicos, ya que su único residuo es el oxígeno.

Principales ventajas de la ozonificación

- » Proceso de bajo costo y escalable.
- » Alto poder oxidante y desinfectante.
- » Destrucción rápida y total de virus y bacterias.
- » Elimina olores, colores y sabores indeseables.
- » No requiere utilización de productos químicos.

Mediante la reutilización de aguas grises en el lavadero, en el año reportado logramos reducir

145.000 litros de agua potable.

Consumo de Agua de Lavadero 2020 (PERTI-CONE 2095)



Caudalímetros

Además, en 2019 se instalaron caudalímetros en los lavaderos de Neuquén para controlar el caudal utilizado en el lavadero. Se lleva un registro del volumen utilizado por unidad y se controla cuando los valores exceden lo estipulado.

Se planea colocar caudalímetros en las sucursales de Río Negro para 2021.

Inversión Ambiental

Durante 2020 invertimos más de \$3.000.000 en nuestro sistema de gestión ambiental. A continuación, detallamos algunas de las principales inversiones:

Tema	Inversión
Gestión de Residuos	\$1.745.125
Instalación Planta de ozono	\$457.380
Insumos varios (cestos, bolsas, material absorbente, paños absorbentes, etc)	\$577.785
Luminaria LED	\$ 75.900

*información del reporte contable 2020.

Participación de los Programas Ambientales de Toyota

En el área de Medio Ambiente, junto a Toyota Argentina, trabajamos anualmente para conseguir las diferentes certificaciones de la marca, a través de diferentes programas:

» DERAP (Dealer Environmental Risk Audit Program).

Se basa en 5 respuestas fundamentales que representan el nivel mínimo requerido para la gestión de riesgos en los talleres de concesionarios de Toyota. El objetivo es minimizar el riesgo para el medio ambiente a través de auto-auditorías por parte del concesionario.

Objetivo 2021: obtener la certificación DERAP

» Programa Eco Dealer

Este programa se generó en respuesta al Desafío Ambiental de Toyota 2050. Consiste en una serie de medidas puntuales que guían al concesionario hacia una vida más sustentable y, así, sumar al objetivo de disminuir las emisiones de CO2 en la

red de concesionarios. La autoevaluación tiene tres niveles de certificación:



Blue Level: blue 100%
Yellow Level: blue 100% + yellow 100%
Green Level: blue 100% + yellow 100% + green 100%

Objetivo 2021: Obtener Green Level en todas las sucursales

» Desempeño Ambiental

Indica los consumos por mes de los KPIs ambientales: energía eléctrica, agua, gas, residuos sólidos peligrosos. Permite conocer las emisiones de CO2 generadas por el concesionario. Trabajamos para reducir los consumos anuales.



Durante 2021 y 2022, nuestro objetivo es generar el mismo sistema de energías limpias en todas las sucursales.



Mejores Prácticas 2020

Tema	Logros
Reducir generación de residuos que van al relleno sanitario	Implementación de Estaciones Ambientales.
Reducción del Consumo de Energía Eléctrica	Instalación de luminaria LED.
Reducción del Consumo de Agua	Instalación de Caudalímetros y Planta de Tratamiento de Ozono.
Valoración de Equipos para reducir consumo de energía eléctrica	Plan de Mantenimiento de Equipos: identificación de controles mensuales, semestrales y anuales.
Mejora Continua	Inspecciones Mensuales: recorridos por las sucursales para identificar aspectos problemáticos o a mejorar.
	Generación de No Conformidades: aspectos que no cumplen con el sistema de gestión ambiental o incumplen una ley por lo que requieren de acciones correctivas.

SOSTENIBILIDAD

medio ambiente
educación
empleabilidad
ODS

Compromiso Social

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 304-1, 304-2, 304-3, 304-4, 413-1

4

EDUCACIÓN DE CALIDAD



13

ACCIÓN POR EL CLIMA



15

VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



17

ALIANZAS PARA LOGRAR OBJETIVOS

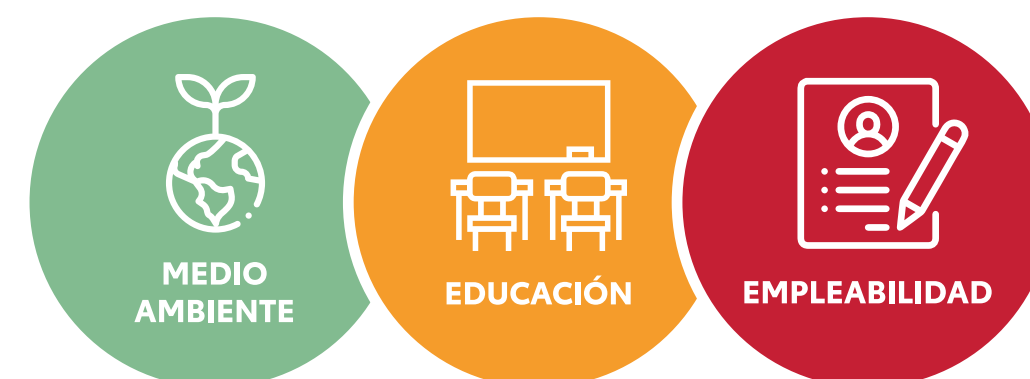


OBJETIVOS
biodiversidad
CONSERVACIÓN
ISO 26000
RSE

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.



"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 casi 4 años, hacia la evolución de la responsabilidad social empresarial."

Lilien Reta
Referente de RSE y Sostenibilidad.

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.

Comité de Sostenibilidad

En junio de 2020, se conformó el primer comité de sostenibilidad en la empresa. Fue presidido por el máximo responsable de la compañía e integrado por los responsables de

las siguientes áreas de gestión de la organización:

- » Negocio y Clientes.
- » Recursos Humanos.
- » Calidad.
- » Medio Ambiente y Seguridad e Higiene.
- » RSE, Sostenibilidad.
- » Comunicación.

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 involucramiento a todas las áreas del negocio. Este primer reporte es el reflejo de un trabajo en equipo que busca contarle a nuestros Grupos de Interés quienes somos y cuáles son nuestros objetivos.



| Entrega de barbijos



| Desinfección de vehículos



Desempeño Social

Comunidad

En 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.

Asistencia ante la pandemia de COVID19

Con el fin de promover los cuidados ante la situación de pandemia generada por el COVID 19, donamos 24.000 barbijos a diferentes instituciones en la ciudad de Neuquén Capital y General Roca.

Barbijos entregados

Hospital Castro Rendón	8.000	Comedor "Club Los Pumitas"	6.000
Hospital Dr. Francisco Lopez Lima	2.000	Hogar Regional de Ancianos "Rosa Alicia Moreno de Padín"	2.000
Comedor "Un Día diferente"	6.000		

Desinfección de vehículos

La acción de desinfección de vehículos se implementó desde el mes de abril y se estableció dentro del protocolo de atención por parte del concesionario en el sector de servicios, ya sea con los vehículos que asisten a servicios, como los que se atienden con nuestro camión de Servicio Técnico Móvil. Esto nos permitió trabajar de manera segura, tanto para nuestros trabajadores como para nuestros clientes.

En conjunto entre el área de posventa, el gremio de taxistas y transporte de la ciudad,

trabajamos en un plan de acción para brindarles soporte ante la prevención por COVID19. Realizamos 4 jornadas, en dos fines de semana, de desinfección de taxis sin cargo, en las cuales se atendieron más de 400 vehículos.

Esta actividad se llevó a diferentes localidades, cómo Zapala y Aluminé, donde se desinfectaron cerca de 200 vehículos para la municipalidad, bomberos, ambulancias, remises y particulares.



Arte, Creatividad y Conciencia Ambiental

Dream Car fomenta los sueños y la imaginación de los niños de todo el mundo a través del arte. Todos los años llevamos adelante este concur-

so de Toyota a nivel mundial, que invita a niños y niñas menores de 16 años a dibujar el auto de sus sueños.

Visitamos escuelas, colonias de verano y diferentes eventos de las localidades de los concesionarios. Armamos espacios de arte y brindamos charlas de conciencia ambiental y tecnologías híbridas de Toyota.

DREAM CAR
Art Contest



TOYOTA DREAM CAR
ART CONTEST



Conservación de la biodiversidad en la Patagonia

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).

En 2016, a través de TASA, iniciamos un vínculo con la ONG Aves Argentinas, una organización nacional miembro de Bird Life International que hace más de 100 años protege las aves silvestres y la naturaleza.

Una de las primeras experiencias fueron las

charlas de conservación de la biodiversidad, en las que, junto a talleristas especializadas en la temática, difundimos en escuelas primarias de Neuquén Capital y General Roca la temática a través de divertidos talleres de observación y concientización sobre flora y fauna nativa.

En 2017 sumamos esta iniciativa al concurso Dream Car e incorporamos estas charlas en el desarrollo del concurso y la presentación de los espacios de arte, pasando a ser no solo un lugar para dibujar, sino también de aprendizaje y valoración de nuestra biodiversidad.

Durante 2018 y 2019, junto al COA Tintica, colaboramos en el proyecto de la creación de la primer Reserva Urbana en la Ciudad de Villa La Angostura: "Laguna Calafate". Inmersa en el circuito turístico de la ciudad, el principal objetivo de su creación fue conservar el espacio para evitar su transformación urbana. Allí instalamos cartelería informativa sobre las especies de la laguna, su flora y su fauna. También diseñamos e instalamos toda la cartelería para el observatorio de aves ubicado en la reserva.



Para más información sobre las especies en peligro de extinción en la patagonia y los diferentes programas en marcha visitar el sitio web avesargentinas.org.ar



| Macá Tobiano (Podiceps gallardoi) por Darío Podestá



También colaboramos activamente, hace más de 3 años, con el Programa Patagonia de Aves Argentinas, quienes tienen su base operativa en la ciudad de Bariloche. La insignia de este programa es la conservación del Macá Tobiano (Podiceps gallardoi), una especie de zambullidor, que habita lagos y lagunas de las mesetas patagónicas por encima de los 700 metros durante el período reproductivo (noviembre a marzo). Durante los meses invernales, al con-

gelarse gran parte de los cuerpos de agua en que habita, atraviesa la estepa patagónica y se desplaza hacia la costa atlántica, en los estuarios de los ríos Santa Cruz, Coyle y Gallegos.

Además, en los últimos años hemos trabajado en la difusión y concientización de la ciudadanía, para la conservación de más de 10 especies de la Patagonia. Desde 2019 usamos nuestras redes sociales como medio de difusión.

Estos son algunos de los posteos en 2020:





| Plan META



| Visitas al concesionario



| Impulsar +45

Educación para la empleabilidad

Buscamos mejorar la empleabilidad de jóvenes y adultos a través de la educación. Trabajamos con autoridades educativas nacionales, provinciales y locales, diseñando programas que se desarrollan junto a diferentes instituciones educativas.

Plan META

Promueve la Mejora en la Educación Técnica Automotriz a través de prácticas profesionales con capacitación técnica para alumnos de 6° año, buscando integrar el trabajo de las escuelas con el concesionario. Se realiza durante todo el año lectivo, pasando por los diferentes roles en el área de posventa. Esto se complementa con contenidos sobre tecnologías de Toyota a través de charlas y material complementario.

Además, incluye la donación de motores y autopartes a las instituciones escolares para sus talleres de mecánica automotriz.

Al finalizar el proyecto, tenemos la opción de contratar a los alumnos que concluyeron la experiencia como parte del plantel del área de posventa del concesionario.

Visitas al concesionario

En conjunto con institutos terciarios de la ciudad de Neuquén, organizamos visitas al concesionario de grupos de alumnos de carreras afines al rubro. Esto genera una experiencia única para los estudiantes ya que logran conectar la parte teórica de las cursadas con una parte práctica en la realidad laboral del concesionario.

Impulsar +45 Valorando tu experiencia.

Este programa está orientado a la Reinserción Laboral de personas de 45 años o más, en busca laboral activa o de poder desarrollar sus proyectos personales y/o emprendimientos.

Se desarrolla a través de 7 talleres que brindan las herramientas y los conocimientos necesarios para reincorporarse al mercado laboral actual. Se trabaja abordando temáticas como: Diversidad Generacional en las Organizaciones, Motivación, Personalidad, Inteligencia Emocional, Cómo hacer un CV y qué representa, Actitud Emprendedora, Redes Sociales, Venta digital, entre otros.

Desde su lanzamiento en 2019 hemos tenido 43 egresados.

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.	10				
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.	24				
	102-3 Ubicación de la sede.	24				
	102-4 Ubicación de las operaciones.	24				
	102-5 Propiedad y forma jurídica.	10				
	102-6 Mercados servidos.	26				
	102-7 Tamaño de la organización.	28, 29, 38				
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores.	36				
	102-9 Cadena de uministro.	29				
	102-10 Cambios significativos en laorganiza- ción y su cadena de suministro.	28, 29				
	102-11 Principio o enfoque de precaución.	51, 52, 53				
	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.	20, 38				
	102-15 Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	7, 28				
	Ética e integridad					
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta.	10, 11, 13				
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	13				

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.	20, 38				
	102-19 Delegación de autoridad.	20, 38				
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales.	20, 38				
	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientaes y sociales.	16, 17, 18, 47, 48, 49, 85, 88				
	102-22 Composición del máximo organo de gobierno y sus comités.	7, 17				
	102-23 Presidente del máximo organo de gobierno.	Nota 1				
	Particiación de los grupos de interés					
	102-40 Lista de grupos de interés.	16				
	102-42 Identificación y selección de grupos de inetrés.	16, 17, 18, 19				
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos einetrés.	16, 17, 18, 19				
	102-44 Temas y preocupaciones clave men- cionados.	16, 17, 18, 19				
	Prácticas para la elaboración de informes					
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	14				
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema.	14				
	102-47 Lista de temas materiales.	17				
	102-50 Periodo objeto del informe.	14				
	102-52 Ciclo de elaboración de informes.	14				
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe.	14				
	102-54 Declaración de elaboración del infor- me de conformidad con los estándares GRI.	14				

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
	102-55 Índice de contenidos GRI.	126				
	102-56 Verificación externa.	Nota 2				

Desempeño económico

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	24, 25, 26, 27				
	103-2 El enfoque de gstión y sus componen-tes.	24, 25, 26, 27				
		24, 25, 26, 27				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.					
GRI 201: Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	27		Participación activa y desarrollo de la comunidad	6.8	8 11
	201-2 Implicciones fianncieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climatico.		NP			
	201-3 Obligaciones del plan de neneficios definidos y otros planes de jubilación.	-				
	201-4 Asistemcia financiera recibida del gobierno.	27				
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.	37		Condiciones de trabajo y protección social	6.4.4	8
	202-2 Proporción e altos ejecutivos contrata-dos de la comunidad local.	36				
Impactos económicos directos						
GRI 203: Impactos Económicos directos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	25				8
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	25				
Practicas de adquisición						
GRI 204: Prácticas de adquisición	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.	27				

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.	31				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	31				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	31				
GRI 205: Anti-corrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	31		Practicas justas de Operación. Anticorrupción.	6.6 6.6.3	8
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	31				
	205-3 Casos de corrupción y medidas tomadas.	31				

Medio Ambiente

GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen.	105		El medio ambiente. Uso sostenible de los recursos.	6.5 6.5.4	11 13
	301-2 Insumos reciclados.	103, 105				
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado.	103, 105				

Energía

Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	96, 97				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	96, 97				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	96, 97				
GRI Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización.	106, 107		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.	106, 107, 108				
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	106, 107, 108				

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.	108, 109				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	108, 109				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	108, 109				
GRI 303: Agua 2016	303-1 Extracción de agua por fuente.		NP	El medio ambiente.	6.5	6
	303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua.		NP	Uso sostenible de los recursos.	6.5.4	13
	303-3 Agua reciclada y reutilizada.	108, 109				

Biodiversidad

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	115, 121, 123				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	115, 121, 123				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	115, 121, 123				
GRI 304: Biodiversidad	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.	121, 123		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.	121, 123				
	304-3 Hábitats protegidos o restaurados.	121, 123				
	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.	121, 123				

Emisiones

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	98, 99, 106				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	98, 99, 106				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	98, 99, 106				

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).	Nota 3		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).	Nota 3				
	305-3 Otras Emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	Nota 3				
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI.	Nota 3				
	305-5 Reducción de las emisiones GEI.	Nota 3				
	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.	100, 101, 103				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	100, 101, 103				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	100, 101, 103				
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino.	-		El Medio Ambiente. Prevención de la contaminación.	6.5 6.5.3	6
	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación.	100, 101, 103, 105				
	306-3 Derrames dignificativos.	-	NP			
	306-4 Transporte de residuos peligrosos.	100, 101, 103, 105				12
	306-5 Cuerpos de agua afectados por verti-fo de agua y/o escorrentías.	-	NP			

Proveedores

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	13, 28, 103				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	13, 28, 103				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	13, 28, 103				

Estandar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	Materia fundamental ISO 26000	Capitulo en ISO 26000	ODS
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores	308-1 Nuevos proveedores de han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.	103				8
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		información no disponible			

Empleo

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	13, 36, 37				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	13, 36, 37				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	13, 36, 37				
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	36, 37		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.	46, 47				
	401-3 Permiso parental.	37				

Relaciones						
GRI 402: Relaciones Trabajador - empresa 2016	402-1 Plazos de aviso mínimo sobre cambios operacionales.	36				

Salud y Seguridad en el trabajo

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	52, 53				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	52, 53				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	52, 53				

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.	36, 52, 53		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.	52, 53				
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad.	52, 53				
	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.	36, 52, 53				

Formación

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	40, 41, 42, 43				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	40, 41				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	40, 41				
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado.	40, 41, 42, 43		Practicas laborales. Desarrollo Humano y formacion en el lugar de trabajo. Participación activa de la comunidad.	6.4 6.4.7	4 8
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	40, 41, 42, 43			6.8.5	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periodicas del desempeño y desarrollo profesional.	40, 41, 42, 43				

Diversidad

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	36, 37				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	36, 37				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	36, 37				

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.	36				8
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	37				

Libertad de asociación y negociación colectiva

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			
--	--	---	---------------------------	--	--	--

Trabajo Infantil

GRI 408: Trabajo Infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	-	información no disponible			
--------------------------------	--	---	---------------------------	--	--	--

Trabajo forzoso

GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	-	información no disponible			
---------------------------------------	---	---	---------------------------	--	--	--

Seguridad

GRI 410: Practicas en materia de seguridad 2016	410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos.	-	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.	115, 117, 119, 121, 125				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	115				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	115				

GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.	115, 117, 119, 121, 125		Participación activa y desarrollo de la comunidad	6.8	11 12
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales.	115, 117, 119, 121, 125				

Cientes

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	85, 88				
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	85, 88				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	88, 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.	51				
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.	-	información no disponible			

Marketing

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura.	32, 33				12
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	32, 33				
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	32, 33				
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimeintos para la información y el etiquetado de productos y servicios.	32, 33		Asunto de consumidores	6.7	
	417-2 Cass de incumplimiento relacionados con al información y el etiquetado de productos y servicios.	32, 33				

417-3 Casos de incumplimiento realcionados con comunicaciones de marketing.

32, 33

Privacidad

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.

Nota 3
Si bien Nippon Car no cuenta con mediciones propias de GEI, colabora activamente con TASA para enviar los datos solicitados para la medición que realizan desde sus propias operaciones. El objetivo para los proximos años es comenzar a medir las emiciones de CO2 propias de Nippon Car, para cada sucursal.



Jueves
31 de diciembre de 2020

Manténgase informado en
www.rionegro.com.ar

Río Negro | 11

NIPPON CAR

EN TU CAMINO

VOS

fuiste clave en este año. Porque cumplir con vos nos hizo líderes en patentamientos 2020 de la red Toyota y nos hizo alcanzar un total de 14.500 Servicios Técnicos Oficiales. Cuando decimos vos, decimos **USTEDES**, porque sin ustedes no hubiéramos aplicado el protocolo Contact Less, ni hubiéramos recorrido 23.000 kilómetros en toda la provincia con nuestro Servicio Técnico Móvil, ni hubiéramos realizado 494 testeos de Covid en nuestros concesionarios. Este es un logro de **TODOS**, porque entre todos fuimos primeros en ventas de Planes de Ahorro en el ranking Toyota, lo que nos hizo ganar más participación en el mercado neuquino, además de vender 2.300 vehículos en la provincia, lo que contribuyó a que Toyota se convierta en la primera marca en ventas en Neuquén. Todos, en este momento, significa un poco más, porque fuimos los que más Hilux 2021 prevendimos y nuestro Parque de Usados Seleccionados es el único que ofrece Garantía Toyota de un año en Usados Certificados. Entre todos hicimos todo esto. Fue un logro entre vos, entre ustedes, un logro entre todos

NOSOTROS.

CONSTRUIMOS EL MEJOR 2020 POSIBLE. LO CONSTRUIMOS TODOS.
GRACIAS POR ESO. ¡FELICIDADES!

www.nipponcar.com.ar

o3vermedia



trabajo
en equipo

liderazgo

motivación

objetivos

crecimiento

aprendizaje

responsabilidad

kaizen

valores

iniciativa

creatividad

comunicación

compromiso

Reporte de
Sostenibilidad 2020