



“

“Crecimos enfrentando desafíos y aprendiendo de ellos. Cada paso que damos refleja el esfuerzo de un equipo que aprende, se adapta y sigue creciendo con la convicción de hacer las cosas bien, generando valor para nuestra gente, el ambiente y la comunidad.”

Edgardo Aguirre  
Socio Gerente Nippon Car SRL

# Índice

|                                   |           |           |
|-----------------------------------|-----------|-----------|
| <b>Apertura</b>                   |           | <b>84</b> |
| Carta socios gerentes             | 09        |           |
| Quiénes somos                     | 10        |           |
| Nuestros Valores                  | 12        |           |
| Ubicaciones                       | 14        |           |
| Estrategia de Sostenibilidad      | 16        |           |
| Grupos de interés y materialidad  | 20        |           |
| Sobre este reporte                | 25        |           |
| <b>Gobernanza</b>                 | <b>28</b> |           |
| Estructura y Gobernanza           | 30        |           |
| Toma de decisiones                | 32        |           |
| Ética e integridad                | 32        |           |
| <b>Negocio</b>                    | <b>34</b> |           |
| Áreas Comerciales                 | 36        |           |
| Plan de Negocios                  | 38        |           |
| Compromiso con la calidad         | 40        |           |
| Sostenibilidad financiera         | 42        |           |
| <b>Unidades comerciales</b>       | <b>44</b> |           |
| Venta Convencional                | 46        |           |
| Ventas Especiales                 | 48        |           |
| Toyota Plan                       | 50        |           |
| Venta Digital                     | 54        |           |
| Usados                            | 56        |           |
| Kinto                             | 58        |           |
| Posventa                          | 60        |           |
| Repuestos y accesorios            | 64        |           |
| Club Toyota                       | 66        |           |
| Marketing, Comunicación y Eventos | 68        |           |
| <b>Compromiso Social</b>          | <b>72</b> |           |
| Nuestra gente                     | 75        |           |
| Beneficios y bienestar            | 76        |           |
| Formación y desarrollo            | 78        |           |
| Salud y seguridad laboral         | 80        |           |
| <b>Comunidad</b>                  |           | <b>84</b> |
| Nuestros Pilares de Trabajo       | 86        |           |
| Programas y actividades           | 88        |           |
| Cadena de valor                   | 92        |           |
| <b>Gestión Ambiental</b>          |           | <b>94</b> |
| Nuestro compromiso                | 96        |           |
| Emisiones y gestión del carbono   | 103       |           |
| Residuos                          | 104       |           |
| Gestión de Residuos               | 106       |           |
| Energía                           | 109       |           |
| Agua y efluentes                  | 112       |           |
| Biodiversidad                     | 116       |           |
| Conclusiones del ejercicio 2024   | 120       |           |
| Tabla de Contenidos GRI           | 122       |           |
| Encuesta de satisfacción          | 127       |           |



## Carta Socios Gerentes

En Nippon Car seguimos recorriendo un camino de crecimiento sostenido, que nos impulsa a mirar hacia adelante sin perder de vista nuestros valores y nuestra historia. Este nuevo Reporte de Sostenibilidad refleja ese equilibrio: entre lo que logramos y todo lo que aún nos queda por hacer.

2024 fue un año de mucho trabajo, de aprendizajes y de avances en diferentes frentes. Consolidamos nuestra presencia en las provincias de Neuquén y Río Negro, fortalecimos la gestión de cada unidad de negocio y continuamos incorporando herramientas digitales que hoy son parte esencial de nuestra forma de trabajar. Pero, sobre todo, seguimos apostando al desarrollo de las personas que forman parte de Nippon Car.

Nuestro compromiso con una gestión responsable se traduce en acciones que abarcan la

sostenibilidad en sus tres dimensiones —ambiental, social y económica—, impulsando la mejora continua en cada una de ellas. En 2024, fortalecimos nuestro Sistema de Gestión Ambiental y la certificación ISO 14001, e impulsamos Nippon Zero, un proyecto que marcó un nuevo paso en nuestro camino hacia la carbono neutralidad al 2030.

También reafirmamos nuestra cercanía con las comunidades donde estamos presentes. A través de programas como Impulsar +45, Conexión Híbrida y las Prácticas Profesionalizantes seguimos acompañando la educación técnica, la empleabilidad y la inclusión laboral, pilares que nos enorgullecen y nos comprometen a seguir profundizando.

Cada logro alcanzado fue posible gracias al esfuerzo de nuestros equipos. A todas las perso-

nas que integran Nippon Car, queremos agradecerles por su compromiso, por adaptarse a los cambios, por aportar ideas y por sostener con su trabajo cotidiano los valores que nos identifican: el respeto, la transparencia, la mejora continua y el trabajo en equipo.

Sabemos que aún tenemos muchos desafíos por delante. La sostenibilidad no es un punto de llegada, sino un proceso constante de aprendizaje. Por eso, seguiremos impulsando

una gestión más eficiente, responsable y cercana, que contribuya al desarrollo de las provincias en las que operamos y al fortalecimiento de la red Toyota en la región.

Los invitamos a recorrer las páginas de este reporte, donde encontrarán una síntesis de este año de trabajo y de los compromisos que asumimos para seguir creciendo junto a nuestra gente, nuestros clientes y nuestras comunidades.

**Edgardo Aguirre**  
Gerente General

**Ricardo Salem**  
Socio Gerente

## Quiénes somos

Nacimos en 1996 como una empresa de capitales privados de la mano de Julio Salem y, desde entonces, hemos consolidado nuestra presencia como Concesionario Oficial Toyota para las provincias de Neuquén y Río Negro. Nuestra historia está marcada por la búsqueda constante de la excelencia operativa, el compromiso con la mejora continua y el respeto por las personas, la comunidad y el ambiente. Concebimos a la sostenibilidad como un pilar esencial de nuestro modelo de negocio. Estamos convencidos de que el crecimiento económico solo tiene sentido si se construye en equilibrio con la responsabilidad social y ambiental. Por eso, trabajamos día a día con

la mirada puesta en generar valor presente y futuro para quienes forman parte de nuestra organización, para nuestros clientes y para la sociedad en general.

Invertimos y crecemos junto a las localidades donde operamos, convencidos de que el desarrollo económico y social se potencia cuando está acompañado de un fuerte compromiso con la comunidad y el entorno natural. Nuestros logros son el reflejo del esfuerzo colectivo y del trabajo en equipo de todas las personas que integramos Nippon Car.

## Nuestras actividades

Como concesionario oficial Toyota, nuestra actividad principal es la comercialización integral de la marca, con una propuesta que abarca vehículos 0 km, planes de ahorro, usados seleccionados y servicio de posventa. Estos pilares constituyen la base de nuestro negocio y nos permiten responder a las necesidades de nuestros clientes en cada etapa de su vínculo con la movilidad.

En el segmento de usados, ofrecemos un parque multimarca y contamos con Usados Certificados Toyota, que garantizan seguridad y respaldo oficial. A través de Kinto, brindamos soluciones de movilidad flexible mediante el alquiler de

vehículos a particulares y empresas, y acompañamos a clientes corporativos con nuestra Central de Flotas y el Servicio Técnico Móvil, que nos permite recorrer distintas localidades para acercar nuestro soporte postventa.

Además, hemos fortalecido nuestros canales digitales como un espacio clave de atención y asesoramiento, desde donde acompañamos a los clientes en procesos de compra y posventa con la misma calidad y confianza que caracteriza nuestra atención presencial.



# Nuestros Valores

Nuestra identidad como organización se sostiene sobre un conjunto de valores que guían cada una de nuestras decisiones y acciones. Creemos en el trabajo en equipo como motor de nuestro crecimiento, promoviendo la colaboración y el espíritu colectivo en todas las áreas. Apostamos siempre a la calidad, ofreciendo productos y servicios que reflejen los más altos estándares de excelencia.

Nos caracteriza la adaptabilidad, que nos permite responder a los cambios del mercado y a las necesidades de nuestros clientes con soluciones ágiles e innovadoras. Actuamos con honestidad y transparencia, porque entendemos

que las relaciones de confianza se construyen sobre la base de la claridad y el respeto.

Ponemos en valor la diversidad de las personas, promoviendo un entorno laboral de igualdad y respeto. Estamos comprometidos con el crecimiento sostenible y el bienestar de nuestra comunidad, convencidos de que nuestro desarrollo solo es posible si se construye en equilibrio con la sociedad y el ambiente. Por eso, la sostenibilidad atraviesa todas nuestras acciones, orientándonos hacia un futuro con menor impacto ambiental y mayor aporte al desarrollo local.



# Ubicaciones

Nuestra Casa Central se ubica en la ciudad de Neuquén Capital, en la calle Perticone 2095. Allí concentramos la atención en los principales servicios del concesionario: venta convencional de vehículos, posventa, Kinto y GR Garage.

Además, contamos con una red de sucursales que nos permite estar cerca de nuestros clientes a lo largo de la región :

» **Neuquén Capital:** Plan de Ahorro (Perticone 1575), Usados Seleccionados (Perticone y Aluminé) y Central de Flotas (Aguado 2350).

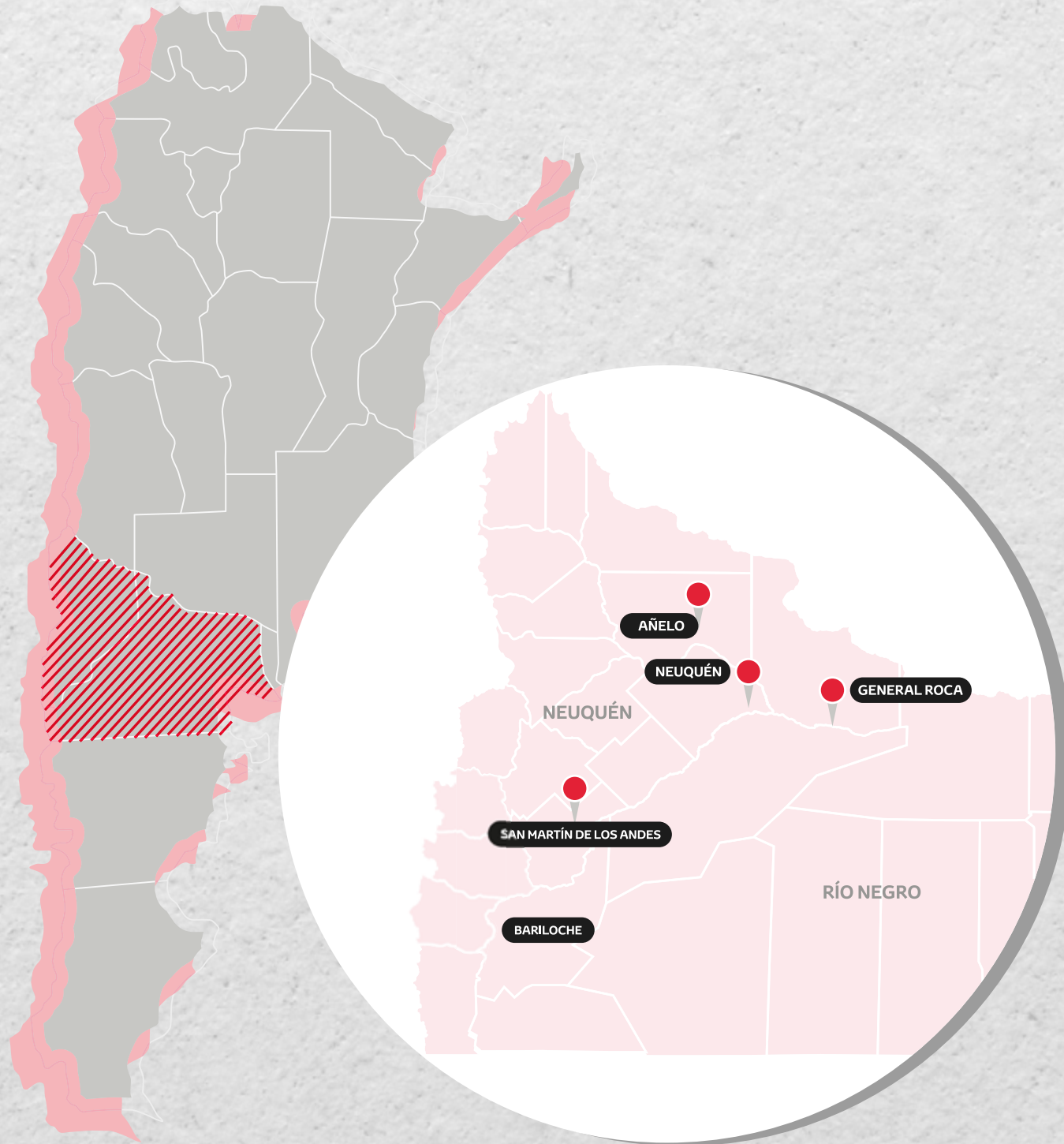
» **San Martín de los Andes:** Ventas, Usados y Kinto (Elordi 882).

» **Añelo:** Posventa y Kinto (Parque Industrial, ruta provincial 17).

» **General Roca:** Ventas y Posventa (Avenida Roca 616).

» **San Carlos de Bariloche:** Ventas y Kinto (Elordi 320), Posventa (Esandi 3300) y Usados Seleccionados.

Esta presencia territorial refleja nuestro compromiso con brindar un servicio de calidad y accesible en toda la región, acompañando a nuestros clientes dondequiera que estén.



» Neuquén (Plan de Ahorro)



» Neuquén (Central de Flotas)



» General Roca



» San Martín de los Andes



» Bariloche



» Añelo



## Estrategia de Sostenibilidad

Desde 2018 recorremos un camino que transformó nuestra forma de entender la gestión empresarial, integrando la responsabilidad social y la sostenibilidad como ejes estratégicos de nuestro negocio. Este recorrido nos plantea desafíos constantes, pero también nos abre oportunidades para consolidar compromisos, fortalecer alianzas y fijar objetivos cada vez más ambiciosos.

Asumimos la sostenibilidad con responsabilidad, transparencia y comunicación, convencidos de que nuestro aporte debe ser genuino al desarrollo sostenible. Bajo el marco de los criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), trabajamos en la identificación, gestión y medición de los impactos que generan nuestras operaciones, con la certeza de que esto influye directamente en la creación de valor a largo plazo, en nuestra reputación y en la resiliencia de nuestro negocio.

Nuestra estrategia integra programas ambientales, como Eco Dealer y Nippon Zero, que refuerzan nuestro compromiso con la mejora continua y la eficiencia ambiental.

En este 2024, presentamos nuestro 5° Reporte de Sostenibilidad, resultado de un proceso de gestión y rendición de cuentas que nos permitió identificar 14 temas materiales prioritarios para nuestra organización, avanzar en la alineación con 8 Objetivos de Desarrollo Sostenible y fortalecer la integración de los criterios ESG en cada dimensión de nuestra estrategia. Nos apoyamos también en los asuntos centrales de la ISO 26000, lo que nos permite integrar en nuestra gestión la mirada ética, laboral, social, ambiental y de comunidad.

Esta estrategia se materializa a través de tres ejes de gestión —Negocio, Social y Ambiental— que conforman la estructura de este reporte y guían nuestras prioridades a futuro.



## Política de sostenibilidad y compromisos de gestión

En Nippon Car asumimos el compromiso de promover el desarrollo sostenible en cada una de nuestras operaciones, actuando siempre de manera ética, responsable y transparente. Nuestra Política de Sostenibilidad establece el marco que guía nuestro accionar y nos orienta hacia la creación de valor económico, social y ambiental de manera equilibrada.

Inspirados en los principios de ciudadanía corporativa, estructuramos nuestras acciones sobre tres ejes principales: Medio Ambiente, Educación y Empleabilidad. Este enfoque alcanza a todas las personas que integran nuestra organización, a nuestros grupos de interés y a toda la cadena de valor, consolidando una cultura empresarial que busca ser coherente con los desafíos de nuestro tiempo.

Estos compromisos se corresponden también con los asuntos centrales de la ISO 26000, integrando dimensiones laborales, sociales, ambientales y de gobernanza, y se sostienen como parte de nuestra cultura empresarial.

Entendemos que rendir cuentas es una parte esencial dentro de la gestión del concesionario. Por eso, difundimos de manera clara y transparente nuestras iniciativas, programas y buenas prácticas a través de diversos canales de comunicación, con especial énfasis en nuestro Reporte Anual de Sostenibilidad.

Los compromisos que asumimos como parte de nuestra política son:

» Gestionar de manera eficiente nuestros procesos, equilibrando las dimensiones económica, social y ambiental.

» Asegurar la ética, la transparencia y el cuidado en cada vínculo con nuestros grupos de interés.

» Promover el trabajo formal, decente y con condiciones laborales justas.

» Fomentar ámbitos laborales diversos e inclusivos, garantizando la igualdad de oportunidades y la no discriminación.

» Impulsar el desarrollo profesional y laboral de las personas que forman parte de nuestra organización.

» Respetar y promover los Derechos Humanos en nuestro ámbito de influencia.

» Contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades donde estamos presentes.

» Generar acciones y proyectos que promuevan la sostenibilidad y el desarrollo humano en nuestro entorno.

» Utilizar de manera racional y eficiente los recursos, aplicando la práctica de las 3R's y fortaleciendo la protección ambiental a través de nuestra Política Ambiental y de Eficiencia Energética.

» Reportar anualmente nuestros avances en materia de responsabilidad social y sostenibilidad.

## ODS y Agenda 2030

En Nippon Car entendemos que nuestro aporte a la sostenibilidad adquiere mayor sentido cuando lo vinculamos con los desafíos globales planteados en la Agenda 2030. Por eso, alineamos nuestros objetivos, acciones y programas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

(ODS), fortaleciendo el impacto positivo de nuestra gestión y potenciando la creación de valor en nuestra comunidad.

En 2024, reafirmamos nuestro compromiso con los siguientes ODS prioritarios:



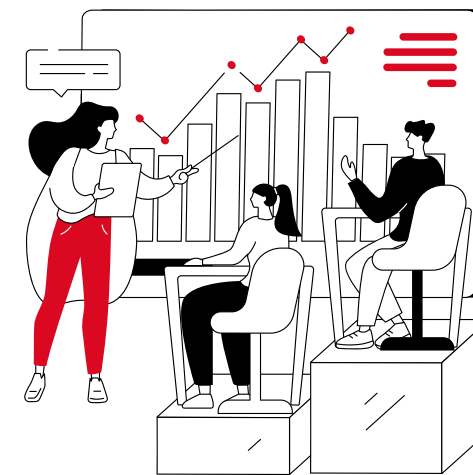
# Grupos de interés y Materialidad

En 2018 dimos inicio a un proceso sistemático de identificación y priorización de nuestros grupos de interés, convencidos de que el diálogo constante es clave para la construcción de valor compartido. Desde entonces, y en línea con la propuesta de materialidad definida por Toyota Argentina para toda su red de concesionarios,

consolidamos un enfoque de gestión que busca escuchar, comprender y responder a las expectativas de quienes se relacionan con nosotros.

Nuestros principales grupos de interés son:

| Grupo de Interés                       | Enfoque y objetivos   |
|--|---|
| <b>Directorio y gerencias</b>          | Responsables de definir la estrategia del negocio y promover nuestra cultura corporativa.   |
| <b>Colaboradores</b>                   | Quienes conforman nuestro equipo, tanto propios como tercerizados, a quienes buscamos brindar oportunidades de desarrollo en un entorno justo, seguro e inclusivo.  |
| <b>Clientes</b>                        | El centro de nuestro negocio, con quienes trabajamos para garantizar experiencias de calidad en ventas y posventa.  |
| <b>Comunidad</b>                       | Instituciones educativas, ONGs, vecinos y empresas locales, con quienes construimos programas que fortalecen la educación, la empleabilidad y el cuidado ambiental. |
| <b>Toyota Argentina (TASA)</b>         | Nuestra casa matriz, con la que trabajamos en sinergia para cumplir con los lineamientos del Estilo de Movilidad Toyota y el Plan de Negocios Anual.                |
| <b>Proveedores</b>                     | Socios estratégicos en la prestación de servicios y provisión de insumos, con quienes promovemos relaciones basadas en la transparencia y la responsabilidad.       |
| <b>Gobierno provincial y municipal</b> | Actores clave en el cumplimiento de normativas y en el desarrollo de alianzas público-privadas.   |



Con cada grupo establecemos canales de diálogo específicos, que incluyen reuniones periódicas, encuestas, capacitaciones, mailing, redes sociales, página web y espacios de vinculación comunitaria. Estos mecanismos nos permiten fortalecer la confianza y mejorar nuestra capacidad de respuesta.

En 2024 actualizamos nuestro análisis de materialidad bajo el enfoque de doble materialidad propuesto por GRI 2021, identificando 14 temas prioritarios que reflejan nuestros principales impactos económicos, sociales y ambientales, así como aquellos que influyen en la toma de decisiones de nuestros grupos de interés.

El análisis de materialidad también contempló los asuntos centrales de la ISO 26000, asegurando coherencia entre nuestro marco internacional de referencia y las expectativas locales de nuestros grupos de interés. Este nuevo ejercicio de materialidad refuerza nuestro compromiso con la mejora continua en la gestión y la rendición de cuentas bajo los Estándares GRI 2021.

*En 2023 se habían reportado 16 temas materiales. Tras la actualización al enfoque de doble materialidad (GRI 2021), algunos temas fueron integrados para reflejar mejor los impactos y expectativas de los grupos de interés, resultando en un listado actualizado de 14 temas para 2024.*

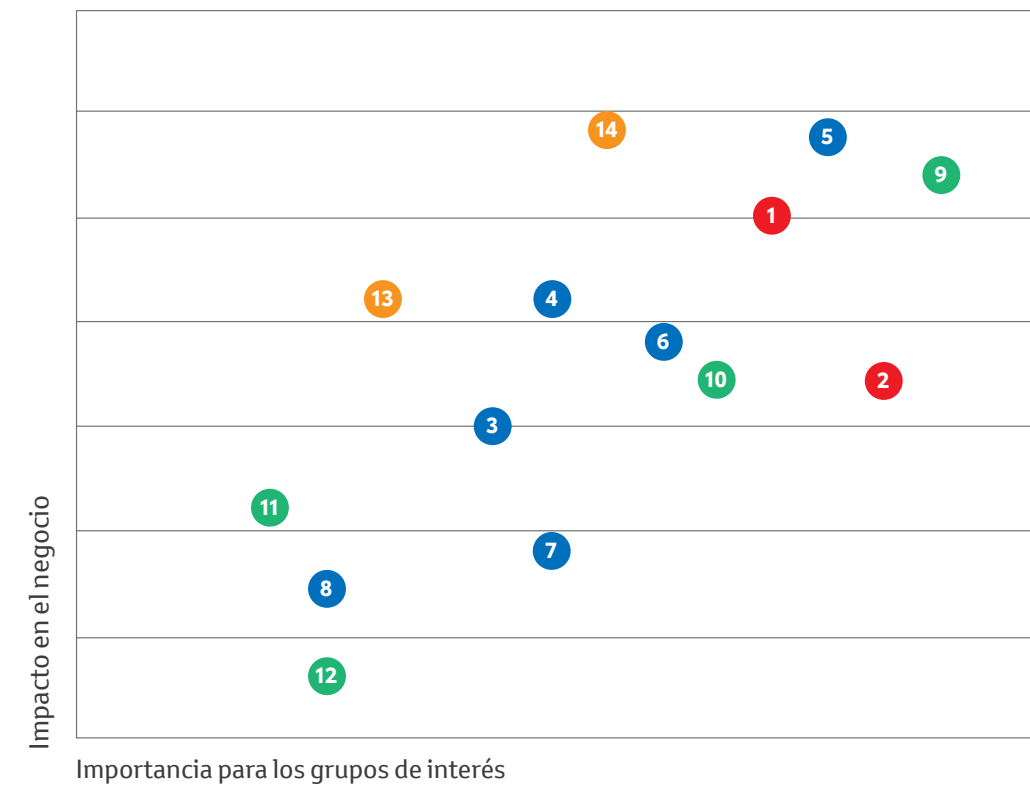
| Eje                       | Tema material                                   | GRI              | ODS   | ISO 26000   |
|---------------------------|---|------------------|---|---|
| Gobernanza                | Ética e integridad empresarial                  | 205 2-23, 2-24   | 16 – Paz, justicia e instituciones sólidas  | Gobernanza organizacional · Prácticas justas de operación         |
|                           | Gobernanza ESG y gestión de riesgos             | 2-12, 2-13, 2-14 | 12 – Producción y consumo responsables  | Gobernanza organizacional   |
| Negocio y cadena de valor | Sostenibilidad en proveedores y cadena de valor | 308 414          | 12 – Producción y consumo responsables<br>9 – Industria, innovación e infraestructura | Prácticas justas de operación · Medio ambiente · Derechos humanos |
|                           | Innovación en movilidad y digitalización        | 302 305 417      | 11 – Ciudades sostenibles   | Medio ambiente · Consumidores                                     |
| Social                    | Salud y seguridad laboral                       | 403              | 3 – Salud y bienestar<br>8 – Trabajo decente  | Prácticas laborales   |
|                           | Desarrollo, capacitación y clima laboral        | 404 401          | 4 – Educación de calidad<br>8 – Trabajo decente                                       | Prácticas laborales · Desarrollo humano                           |
|                           | Diversidad, equidad e inclusión                 | 405 406          | 5 – Igualdad de género<br>10 – Reducción de desigualdades                             | Derechos humanos · Prácticas laborales                            |
|                           | Empleabilidad e impacto social                  | 413              | 8 – Trabajo decente<br>17 – Alianzas  | Involucramiento y desarrollo de la comunidad                      |
| Ambiental                 | Cambio climático y transición energética        | 302 305          | 7 – Energía asequible y no contaminante<br>13 – Acción por el clima                   | Medio ambiente  |
|                           | Economía circular y gestión de residuos         | 306 301          | 12 – Producción y consumo responsables  | Medio ambiente  |
|                           | Uso eficiente de recursos (agua y energía)      | 302 303          | 6 – Agua limpia y saneamiento<br>12 – Consumo responsable                             | Medio ambiente  |
|                           | Conservación de la biodiversidad                | 304              | 15 – Vida de ecosistemas terrestres   | Medio ambiente  |
| Comunidad y clientes      | Relación con la comunidad y alianzas            | 413 2-29         | 11 – Ciudades sostenibles<br>17 – Alianzas  | Involucramiento y desarrollo de la comunidad                      |
|                           | Experiencia y confianza del cliente             | 416 417          | 12 – Producción y consumo responsables  | Asuntos de los consumidores                                       |

## Matriz de Materialidad

La priorización de los 14 temas materiales se representó en la Matriz de Materialidad 2024, construida a partir de la valoración de nuestros grupos de interés y del impacto de cada tema en el negocio.

Este ejercicio nos permitió identificar aquellos asuntos estratégicos que requieren mayor

atención y gestión, ubicados en el cuadrante de alta importancia para los grupos de interés y alto impacto en el negocio, como son: la salud y seguridad laboral, la ética e integridad empresarial, el cambio climático y la transición energética, y la experiencia y confianza del cliente.

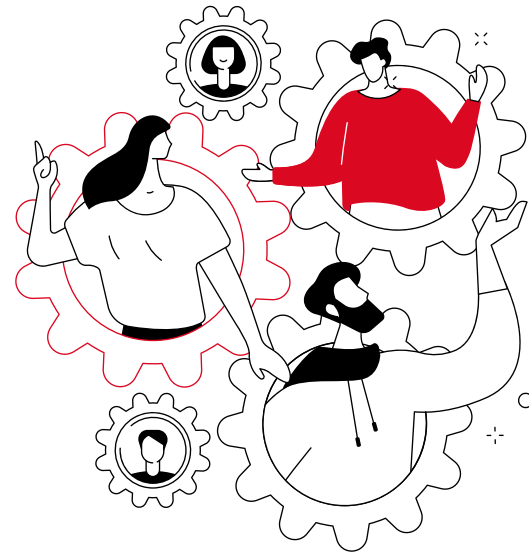


Listado de temas materiales:

- 1.Ética e integridad empresarial
- 2.Gobernanza ESG y gestión de riesgos
- 3.Sostenibilidad en proveedores y cadena de valor
- 4.Innovación en movilidad y digitalización
- 5.Salud y seguridad laboral
- 6.Desarrollo, capacitación y clima laboral

7.Diversidad, equidad e inclusión

- 8.Empleabilidad e impacto social
- 9.Cambio climático y transición energética
- 10.Economía circular y gestión de residuos
- 11.Uso eficiente de recursos (agua y energía)
- 12.Conservación de la biodiversidad
- 13.Relación con la comunidad y alianzas
- 14.Experiencia y confianza del cliente



## Alianzas

En Nippon Car creemos que la sostenibilidad se construye a través del trabajo colaborativo y de la creación de redes que potencien nuestro impacto. Las alianzas son un pilar fundamental de nuestra estrategia, porque nos permiten profesionalizar la gestión, fortalecer la cultura organizacional y multiplicar el alcance de nuestras iniciativas.

En 2024 renovamos nuestra membresía con el Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad (IARSE), lo que nos ha permitido capacitar a nuestros equipos, formalizar procesos internos, robustecer la gestión de indicadores y participar en espacios de networking junto a más de 110 empresas de Argentina y la región. Este vínculo nos aporta herramientas de gestión y nuevas perspectivas para seguir evolucionando en nuestra forma de hacer empresa.

Asimismo, sostenemos una alianza con Aves Argentinas en el marco del Programa Patagonia, una iniciativa que busca proteger la biodiversidad local y promover la educación ambiental en niños, niñas y jóvenes de la re-

gión. Esta articulación nos permite combinar esfuerzos empresariales con el conocimiento técnico y científico de la organización, generando un aporte significativo a la conservación de los ecosistemas donde estamos presentes. De manera transversal, trabajamos también en estrecha colaboración con Toyota Argentina, alineados al Desafío Ambiental Toyota 2050 y a las políticas de movilidad sustentable. Estas alianzas nos inspiran y orientan a llevar adelante prácticas que responden a estándares internacionales y que sitúan a la innovación sostenible como parte central de nuestro modelo de negocio. Durante 2024 reafirmamos nuestra participación en los programas Eco Dealer para el eje ambiental y el ESG Award que promueve la integración y gestión de criterios ESG en la red de concesionarios.

Finalmente, articulamos con instituciones educativas, gobiernos locales y organizaciones de la sociedad civil en programas de educación, empleabilidad y medio ambiente, convencidos de que el desarrollo sostenible solo es posible a través del esfuerzo colectivo y del compromiso compartido.

## Sobre este reporte

El Reporte de Sostenibilidad 2024 constituye nuestra quinta edición consecutiva y ha sido elaborado en referencia a los Estándares GRI 2021, lo que garantiza la transparencia y comparabilidad de la información presentada. Complementamos este marco con indicadores propios y con lineamientos de la ISO 26000 y la Agenda 2030 de Naciones Unidas, buscando reflejar de manera integral nuestro desempeño económico, social y ambiental.

El período reportado abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024, incluyendo comparaciones con años anteriores cuando corresponde. Los datos económicos provienen de los informes financieros presentados para el período agosto 2024 – julio 2025.

Este reporte es de publicación anual y se presenta en formato digital a través de nuestro sitio web [www.nipponcar.com.ar](http://www.nipponcar.com.ar).

Este documento refleja los avances, desafíos y compromisos que guían nuestra gestión en materia económica, social y ambiental durante el 2024. Su objetivo es ofrecer a nuestros grupos de interés una visión clara y completa de nuestros compromisos, avances y desafíos en materia de sostenibilidad.

La elaboración estuvo a cargo de una asesora externa, en colaboración con el área de ESG y Sostenibilidad, con la participación de todas las áreas de gestión y bajo la supervisión de la Dirección.

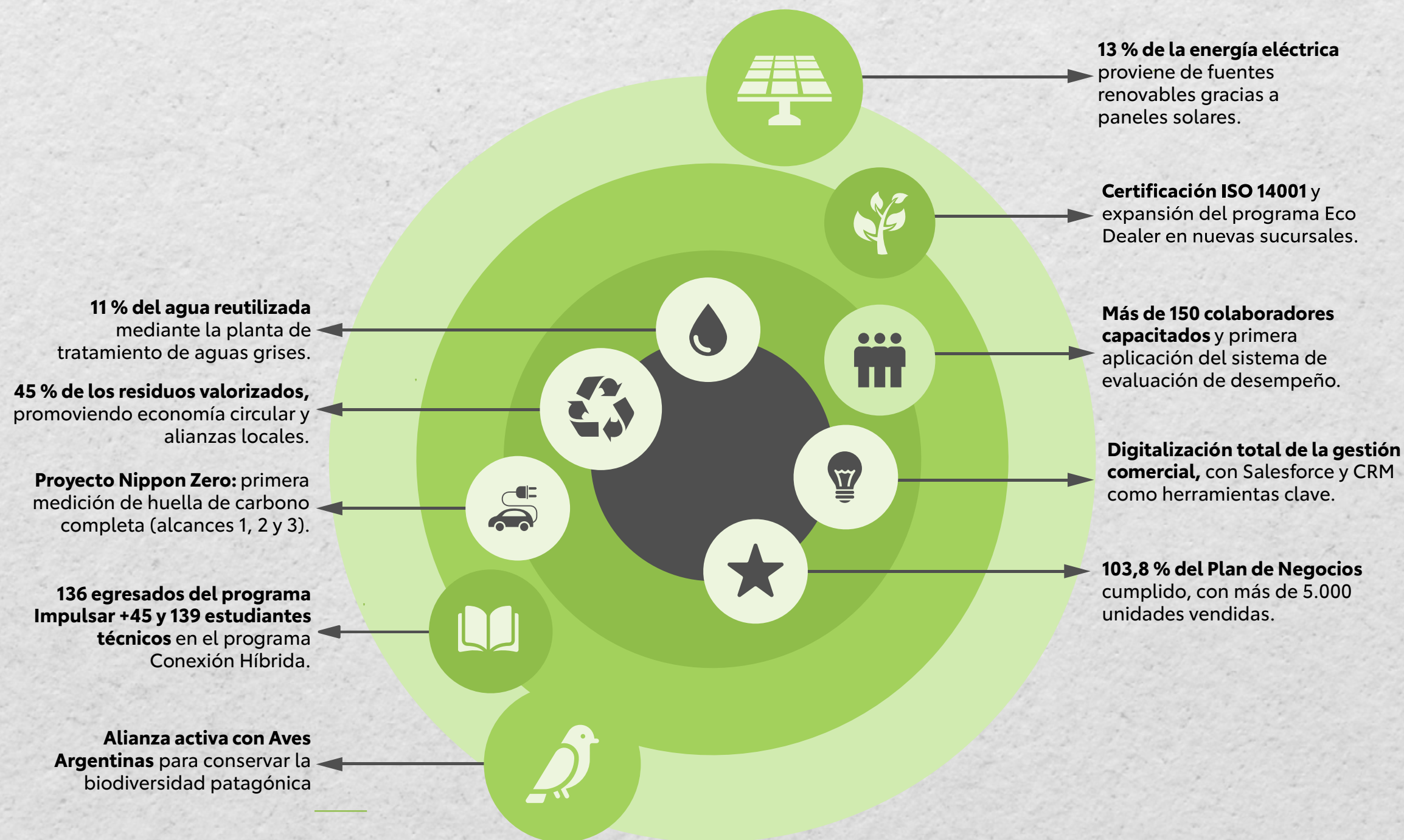
Invitamos a todas las personas interesadas a hacernos llegar sus comentarios y sugerencias a través de nuestro canal de contacto: [sostenibilidad@nipponcarsrl.com.ar](mailto:sostenibilidad@nipponcarsrl.com.ar)

### Metodología de referencia

Este Reporte de Sostenibilidad se elaboró en referencia a los Estándares GRI 2021, que constituyen la principal guía internacional para la rendición de cuentas en sostenibilidad. Además, integramos como marco complementario la ISO 26000 sobre Responsabilidad Social, cuyos siete principios orientan nuestra gestión: rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto a la legalidad, respeto a las normas internacionales de comportamiento y respeto a los derechos humanos.

La combinación de estos marcos, junto con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), nos permite garantizar que la información reportada sea integral, transparente y comparable, abarcando tanto los impactos económicos, sociales y ambientales de nuestra gestión como las expectativas de nuestros grupos de interés.

# Highlights 2024, un año de crecimiento, innovación y compromiso sostenible





# Gobernanza

*En Nippon Car entendemos la gobernanza como el conjunto de principios, estructuras y prácticas que nos permiten conducir el negocio de manera ética, transparente y sostenible. Nuestro modelo de gestión se apoya en una estructura directiva clara, en la participación activa de líderes y referentes de área, y en políticas que fortalecen la integridad y la rendición de cuentas.*



# Estructura de gobernanza

Nuestro equipo directivo cuenta con una amplia experiencia en el sector automotriz, y son quienes lideran la estrategia y supervisan el desempeño del negocio. Lo integran los Gerentes Generales, el Director Comercial, la Directora de Finanzas y Administración y el Gerente de Posventa.

Más allá de nuestro equipo directivo, el éxito de Nippon Car se sustenta en la dedicación y

el compromiso de nuestros gerentes, líderes y referentes de área. Son ellos quienes, en conjunto con gerencia general y directores, llevan adelante las tareas diarias y garantizan la mejora continua en todos nuestros procesos. Su visión, conocimiento y liderazgo son esenciales para mantener viva la pasión por lo que hacemos y para seguir creciendo como empresa.



**Edgardo Mariano Aguirre**  
Gerente General

**Toufic Ricardo Salem**  
Gerente General

**Sergio Armindo Vara**  
Director Comercial

**Maria Micaela Tronelli**  
Directora de Finanzas y Administración

**Toufic Eduardo Salem**  
Gerente de Posventa

**Franco Sanchez**  
Gerente de Ventas Convencionales y Atención al Cliente

**Luciano Pelayes**  
Gerente de Plan de Ahorro y Venta Digital

**Tomás Iannamico**  
Gerente de Usados

**Cristina Romero**  
Gerente Administración Plan de Ahorro

# Líderes y referentes de área

Más allá de nuestro equipo directivo, el éxito de Nippon Car se sustenta en la dedicación y el compromiso de nuestros gerentes, líderes y referentes de área. Son ellos quienes, en conjunto con gerencia general y directores, llevan

adelante las tareas diarias y garantizan la mejora continua en todos nuestros procesos. Su visión, conocimiento y liderazgo son esenciales para mantener viva la pasión por lo que hacemos y para seguir creciendo como empresa.

**Laura Ibañez**  
Responsable Tesorería

**Gustavo Devita**  
Supervisor de Ventas Plan de Ahorro

**Verónica Fernandez**  
Sub gerente de Posventa

**Juan Colazo**  
Supervisor Call center de Ventas

**Nubia Nuño**  
Gerente Administración de Usados

**Ignacio Martinez**  
Responsable de Equipamientos

**Lucas Moscoso**  
Jefe de Repuestos

**Nicolas Scianca**  
Supervisor de Posventa casa central

**Darío García**  
Jefe de Taller

**Gabriel Petit Gean**  
Supervisor de posventa sucursales

**Ivana Vilchez**  
Referente de RRHH

**Javier Alvarez**  
Responsable Servicio Técnico Móvil

**Ignacio Castillo**  
Referente de Higiene y Seguridad Laboral

**María Carolina Labrín**  
Referente Ambiental

**Romina Julio**  
Referente ESG y Sustentabilidad

**Natalia Palomeque**  
Sub Gerente de Abastecimiento y Calidad

**Gabriela Gonzalez**  
Responsable Atención al Cliente

**Emanuel Flores**  
Responsable Contaduría

**Rocío Graciano**  
Referente Marketing

**David Moreira**  
Supervisor de Usados

**Luciano Toro**  
Gerente Kinto

**Maximiliano Coria**  
Supervisor de venta Convencional

**Analia Carrillo**  
Referente de Citas

**Damian Davila**  
Responsable de Pre entregas

**Mauricio Bellavia**  
Jefe de taller Aguado

**Matias Saez**  
Jefe de taller Casa Central



# Toma de decisiones

La toma de decisiones en Nippon Car se caracteriza por un enfoque colaborativo y orientado a resultados, siempre en línea con los objetivos estratégicos definidos en el Plan de Negocios anual de Toyota Argentina. El Directorio se reúne mensualmente para evaluar la marcha del negocio, mientras que cada gerencia sostiene encuentros semanales y diarios con sus equipos.

Este esquema asegura fluidez en la comunicación, agilidad en la implementación de deci-

siones y coherencia con la visión estratégica. La gestión se apoya en el análisis de indicadores de desempeño, en la innovación y en la capacidad de adaptarnos a un entorno dinámico y competitivo.

Gracias a este modelo, en 2024 logramos mantenernos entre los once mejores concesionarios de la red Toyota en Argentina.

# Ética e integridad

La transparencia y el respeto forman parte de los valores que buscamos cultivar en nuestra organización. Avanzamos de manera gradual, incorporando prácticas y aprendizajes que refuercen estos principios en nuestro trabajo diario y en la forma de relacionarnos con nuestros grupos de interés. Compartimos con Toyota Argentina la filosofía de la mejora continua y el respeto por las personas, que nos inspira a crecer paso a paso en esta dirección.

Durante 2024 seguimos fortaleciendo y bajando a tierra nuestro Programa de Integridad "Ser Mejores", con foco en el Código de Ética y Conducta, en capacitaciones internas y el desarrollo de las políticas Anticorrupción y Antisoborno (ABAC).

El programa establece principios aplicables a todos nuestros grupos de interés, reafirmando nuestro compromiso con el cumplimiento legal, la protección de los derechos humanos, el cuidado del ambiente, la responsabilidad social, la satisfacción de clientes y el desarrollo de nuestras comunidades.

## Anticorrupción y cumplimiento normativo

Reconocemos que la corrupción y el lavado de activos representan riesgos críticos para el negocio. Desde 2017 implementamos un sistema de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo (PLAFT), con apoyo de una referente externa que asiste mensualmente a nuestras áreas administrativas y presenta los legajos anuales requeridos por la normativa UIF.

En línea con la Ley 25.246 y las exigencias de Toyota Argentina, desarrollamos procedimien-

tos de debida diligencia que incluyen el registro de clientes, la verificación del origen de fondos, el control de operaciones y la actualización normativa sobre Personas Expuestas Política-mente (PEP). Durante 2024, colaboradores de ventas y administración participaron de capacitaciones virtuales y en modalidad e-learning a través del Instituto Toyota.

Además, nuestro Programa ABAC contempla la implementación progresiva de seis políticas, diez instructivos y cinco formularios de registro, junto con capacitaciones específicas para directivos, colaboradores y cadena de valor.

## Gestión de riesgos y sostenibilidad

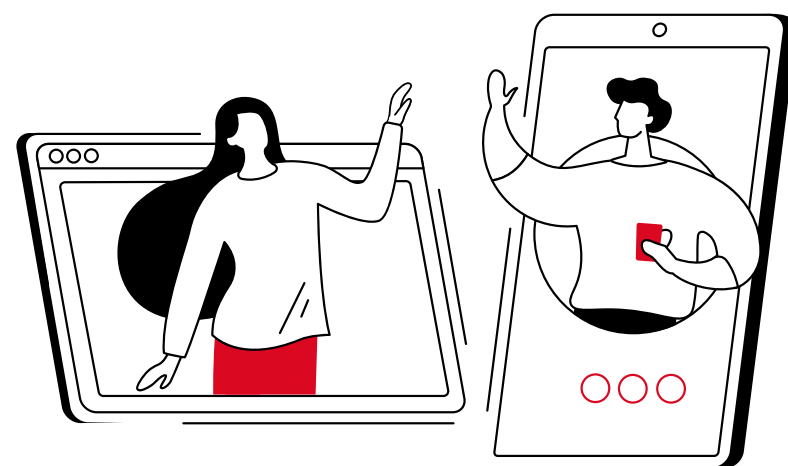
Nuestra gobernanza incorpora un enfoque de gestión de riesgos ESG, que integra los riesgos económicos, sociales y ambientales a la toma de decisiones. Toyota Argentina supervisa el cumplimiento de los estándares de gestión de la red de concesionarios a través de auditorías periódicas, capacitaciones y certificaciones.

En Nippon Car, la sostenibilidad forma parte de la gestión de riesgos: identificamos y priorizamos aquellos impactos que pueden influir en la continuidad del negocio, en la confianza de nuestros grupos de interés y en nuestra capacidad de crear valor a largo plazo.

## Rendición de cuentas y transparencia

La rendición de cuentas es un principio esencial de nuestra gobernanza. Contamos con auditorías internas y externas, asesoría legal independiente y reportes financieros periódicos que garantizan el cumplimiento normativo.

Disponemos de canales de comunicación interna y externa para consultas, reclamos o sugerencias, y fomentamos un entorno donde se promueve la transparencia, la escucha activa y el diálogo abierto con nuestros colaboradores, clientes, proveedores y comunidades.

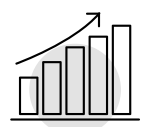




# Negocio



# Áreas Comerciales



**5.031 unidades vendidas**

103,8% de cumplimiento del Plan de Negocios.



**94,2 SSI en ventas**

Superamos el objetivo de Toyota (94).



**39.665 clientes atendidos**

+33% respecto a 2023.



**Ranking nacional: Categoría A**

Puesto 11 entre 43 concesionarios Toyota de Argentina.

## Estrategia comercial

En 2024, nuestro negocio se sostuvo sobre cinco áreas comerciales que representan los pilares de nuestra operación. Con una cobertura del 82,4% de la zona de influencia en Neuquén y Río Negro, logramos vender un total de 5.031 unidades, superando en un 3,8% el objetivo de nuestro Plan de Negocios.

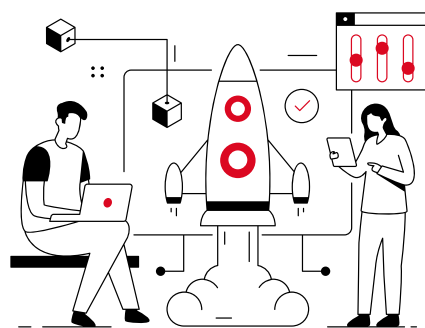
Nuestra estrategia comercial estuvo orientada a fortalecer la experiencia del cliente, impulsar una movilidad responsable y sostenible, fomentar la formación continua de nuestros equipos e incorporar herramientas de innovación y transformación digital.

Este enfoque nos permitió alcanzar los siguientes resultados:

- » Cumplimiento total del plan de ventas: 103,8% sobre la meta.
- » Índice de satisfacción de ventas (SSI): 94,2, superando el objetivo de 94.
- » Implementación de CRM y Salesforce como herramientas centrales de gestión de leads y oportunidades.
- » Consolidación de la línea híbrida (Corolla y Corolla Cross) como protagonista de la oferta.

De cara a 2025, nos proponemos integrar inteligencia artificial para priorización de leads, reducir tiempos de respuesta a menos de dos horas en canales digitales, ampliar el uso de tableros de gestión en tiempo real y superar el 17,5% de participación de Toyota en el mercado nacional.





## Plan de Negocios

El Plan de Negocios (PN) es el instrumento central que guía nuestra gestión anual y condiciona la asignación de unidades por parte de Toyota Argentina (TASA). Este plan define metas cuantitativas y cualitativas que abarcan todas las unidades del concesionario, desde ventas y posventa hasta planes de ahorro, repuestos, servicios financieros y atención al cliente.

Durante 2024 cumplimos con éxito el 103,8% del objetivo de ventas superando un 30% los objetivos del Plan de Negocios. Alcanzamos un índice de satisfacción SSI de 94,2, junto con un 84,1% de cumplimiento general en auditorías DEP, que abarcaron ventas, posventa, RRHH y

calidad. Asimismo, obtuvimos certificaciones EMT en todas nuestras sucursales y mantuvimos evaluaciones Mystery con resultados altamente satisfactorios.

Entre los desafíos del año, trabajamos en reducir cancelaciones por falta de pago, mejorar la gestión de lista de espera y sostener la calidad en un entorno de alta demanda. Estos aprendizajes nos permiten proyectar para 2025 nuevas metas, entre ellas superar el 95% en indicadores de calidad, incrementar la participación de vehículos híbridos y mantener el SSI por encima de 94,5.

## Participación en el Mercado

|  |               |                                 |               |
|--|---------------|---------------------------------|---------------|
| Mercado local<br>(Neuquén + Río Negro) | <b>82.4%</b>  | Mercado Provincial<br>(Neuquén) | <b>84.07%</b> |
| Mercado Provincial<br>(Río Negro)      | <b>77.28%</b> | Mercado Nacional                | <b>4.3%</b>   |

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



## Cobertura provincial

|              | Neuquén | %   | Río Negro | %   | TOTAL         | %          |
|--------------|---------|-----|-----------|-----|---------------|------------|
| Toyota       | 3.641   | 29% | 1.192     | 24% | <b>4.833</b>  | <b>28%</b> |
| <b>TOTAL</b> | 12.528  |     | 4.949     |     | <b>17.477</b> |            |

## Ranking de vehículos vendidos

|                      |       |              |              |
|----------------------|-------|--------------|--------------|
| <b>HILUX</b>         | 2.684 | <b>YARIS</b> | 1.005        |
| <b>SW4</b>           | 278   | <b>HIACE</b> | 88           |
| <b>COROLLA CROSS</b> | 629   | <b>Otros</b> | 7            |
| <b>COROLLA</b>       | 340   | <b>TOTAL</b> | <b>5.031</b> |

# Compromiso con la calidad

El área de calidad consolidó en 2024 un rol estratégico dentro de nuestra operación. Con un equipo especializado, fortalecimos la comunicación entre áreas, acompañando el crecimiento del concesionario y respondiendo a las crecientes exigencias de fábrica.

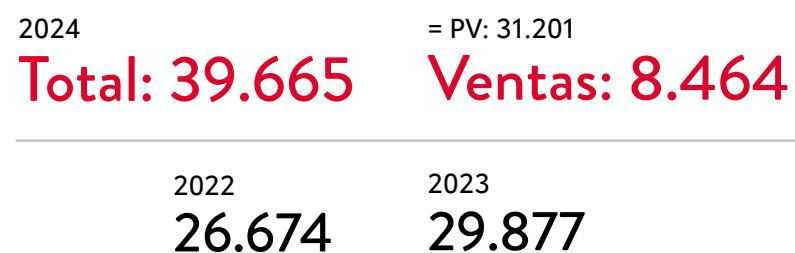
Uno de los principales hitos fue la transición de los programas de evaluación de fábrica, del esquema DAP hacia el Dealer Evaluation Program (DEP), con un enfoque más integral en la mejora continua. Este proceso estuvo acompañado por la digitalización de formularios, reportes y seguimientos, lo que nos permitió agilizar tareas y dar mayor trazabilidad a cada proceso.

Los resultados nos posicionaron en la categoría A del ranking nacional de concesionarios Toyo-

ta, con un puesto 11 entre 43 concesionarios, reflejo del compromiso de todo el equipo con la excelencia y la mejora continua.

## Clientes y experiencia de servicio

En Nippon Car trabajamos bajo la filosofía Toyota de que “el cliente siempre primero”. En 2024 crecimos un 33% en clientes atendidos, alcanzando un total de 39.665 casos en ventas y posventa.



Para fortalecer la experiencia de servicio:

- » Consolidamos el uso de Salesforce para integrar la trazabilidad de cada interacción.
- » Superamos nuevamente los objetivos de satisfacción con un SSI en ventas de 94,2.
- » Atendimos 492 quejas y reclamos bajo la gestión centralizada del Responsable de Atención al Cliente (RAC), mejorando la trazabilidad y reduciendo instancias innecesarias para el cliente.

Además, implementamos encuestas internas de satisfacción en ventas, usados y posventa, con un promedio de 1.300 encuestas mensuales. Esta herramienta nos permitió identificar y aplicar mejoras concretas, como la optimización en el lavado de vehículos, la mejora en los tiempos y procesos de entrega, y una gestión más ágil en casos de siniestros.

## Auditorías y mejora continua (Kaizen)

Durante 2024 fuimos auditados en todas nuestras sucursales bajo los programas de Toyota Argentina, obteniendo certificaciones en EMT, TSM, TWSO y DPOK. Estas auditorías, junto con las evaluaciones Mystery, confirmaron el cumplimiento de los estándares de calidad en la atención y en la operación general del concesionario.

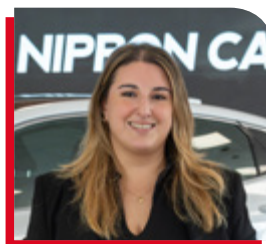
En paralelo, fortalecimos nuestra cultura Kaizen con un nuevo Círculo de Mejora enfocado en la digitalización interactiva de vehículos y

la integración de campañas de seguridad, lo que permitió optimizar tiempos de respuesta y planificación.

Un avance destacado fue la digitalización del tablero de citas de posventa, integrado a Salesforce y a la app Toyota, que permite a los clientes gestionar turnos de manera autónoma. Este cambio representó una mejora significativa frente al esquema manual anterior y refleja nuestra capacidad de adaptación a procesos más ágiles y digitales.

| Indicador                             | Resultado 2024                | Meta / Benchmark         |
|---------------------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| <b>Unidades vendidas</b>              | 5.031                         | 4.846 (Plan de Negocios) |
| <b>Cobertura de zona</b>              | 82,4%                         | —                        |
| <b>Cumplimiento plan de ventas</b>    | 103,8%                        | 100%                     |
| <b>SSI (Sales Satisfaction Index)</b> | 94,2                          | 94 (objetivo TASA)       |
| <b>Clientes atendidos</b>             | 39.665                        | +33% vs 2023             |
| <b>Quejas y reclamos gestionados</b>  | 492                           | —                        |
| <b>Encuestas internas</b>             | -1.300 mensuales              | Ventas, Usados, Posventa |
| <b>Auditorías DEP</b>                 | 84,1% cumplimiento general    | —                        |
| <b>Ranking nacional DAP/DEP</b>       | Puesto 11 / 43 concesionarios | Categoría A (máxima)     |
| <b>Tasa de absorción total</b>        | 163,6%                        | Promedio red: 145,9%     |
| <b>Trade-in</b>                       | 45,5%                         | Promedio red: 34,4%      |
| <b>Usados Certificados Toyota</b>     | 356                           | Target: 286              |

# Sostenibilidad financiera



“El año 2024 presentó grandes desafíos para el sector, donde debimos adaptarnos a un contexto de incertidumbre económica. En este escenario, reinventarse fue clave: ajustamos nuestras estrategias comerciales, optimizamos recursos y priorizamos la experiencia del cliente como eje central de nuestro crecimiento. Logramos identificar oportunidades de mercado y consolidar nuestro posicionamiento, sin perder de vista lo más importante: la estabilidad y el bienestar de nuestros colaboradores.”

Micaela Tronelli,  
Dir. de Finanzas.

El área contable cumple un rol transversal en Nippon Car, brindando soporte a ventas, posventa y a las distintas administraciones. Su tarea principal es asegurar la correcta gestión de los recursos y presentar reportes mensuales al Directorio, con un análisis detallado de cada una de las unidades de negocio.

El 2024 fue un año desafiante por el contexto económico, que exigió adaptabilidad y resiliencia. Logramos reinventarnos a partir de la optimización de recursos, la redefinición de estrategias comerciales y el foco en la experiencia del cliente como eje de crecimiento. Este enfoque

permitió consolidar nuestro posicionamiento, identificar oportunidades de mercado y, al mismo tiempo, resguardar la estabilidad y el bienestar de nuestros colaboradores.

De cara a 2025, proyectamos la ampliación del sector con la incorporación de dos contadores calificados y la creación del Departamento de Compras, una nueva área estratégica que acompañará el crecimiento sostenido de la empresa y contribuirá a una gestión aún más eficiente de los recursos.

| Indicador                               | 2024      |
|---|-----------|
| Cantidad de adm. Venta convencional     | 11        |
| Cantidad de adm. TPA                    | 13        |
| Cantidad de adm. Usados                 | 5         |
| Cantidad de adm. posventa               | 4         |
| Cantidad de adm. contables              | 6         |
| Cantidad de supervisores (usados/PA/PV) | 4         |
| Otros puestos claves (Cajeras)          | 5         |
| <b>Total de integrantes</b>             | <b>48</b> |

## Resultados económicos e inversiones

El ejercicio 2024 estuvo marcado por un contexto económico desafiante, que exigió eficiencia y capacidad de adaptación. Pese a la baja en las ventas netas de bienes frente al año anterior (\$112.467 millones vs. \$117.145 millones en 2023), se registró un incremento en las ventas netas de servicios (\$4.628 millones vs. \$3.891 millones en 2023), acompañado de una reducción en los costos operativos.

El resultado antes de impuestos ascendió a \$2.883 millones, con un resultado neto ordinario de \$2.300 millones, cifra que repre-

senta un crecimiento de casi cuatro veces respecto al ejercicio anterior (\$607 millones en 2023). Este desempeño confirma la solidez financiera del concesionario y su capacidad para sostener operaciones rentables en un entorno de volatilidad.

Las inversiones estratégicas acompañaron este crecimiento, con más de \$1.097 millones destinados a producto, beneficios internos, capacitaciones, sucursales y tecnología, en línea con nuestra visión de largo plazo.

## Valor económico generado y distribuido

| Valor económico directo generado y distribuido*          | 2023               | 2024                 |
|--|--------------------|----------------------|
| Ventas Netas de bienes                                   | 31.121.769.356     | 112.467.706.189      |
| Ventas netas de servicios                                | 1.033.730.718      | 4.628.023.831        |
| Costo de bienes vendidos                                 | (25.476.436.446)   | (87.808.790.669)     |
| Costo de Servicios Prestados (Anexo III)**               | (860.442.647)      | (3.110.015.049)      |
| Gastos de comercialización (Anexo III)**                 | (3.868.116.420)    | (14.423.491.950)     |
| Gastos de Administración (Anexo III)**                   | (1.276.153.231)    | (4.828.428.764)      |
| Otros ingresos y egresos (Nota 5)**                      | 540.230.419        | 1.511.419.447        |
| Resultados financieros y por tenencia incluido el RECPAM | 178.087.683        | (5.552.661.491)      |
| Resultado antes del Impuesto a las Ganancias             | 1.392.669.432      | 2.883.761.544        |
| Impuesto a las Ganancias (Nota 1.4.7 y 6)**              | (463.484.757)      | (583.259.295)        |
| <b>Resultados de las operaciones que continúan</b>       | <b>928.820.675</b> | <b>2.300.502.249</b> |

\*en millones de pesos argentinos. \*\*las notas y anexos citados forman parte de los Estados Contables.

## Principales Inversiones

| INVERSIÓN                   | MONTO                  |
|-----------------------------|------------------------|
| Producto                    | \$342.452.198          |
| Beneficios internos         | \$ 585.501.906         |
| Capacitaciones              | \$12.592.831           |
| Sucursales                  | \$146.533.052          |
| Tecnología/Innovación       | \$9.942.790            |
| <b>TOTAL INVERSIÓN 2024</b> | <b>\$1.097.022.777</b> |

» **Producto:** destinamos \$342.452.198 a la incorporación de 21 nuevas unidades en el área de Kinto, asegurando la renovación y disponibilidad de la flota.

» **Beneficios internos:** invertimos \$585.501.906 en salud y bienestar para colaboradores, principalmente a través de Swiss Medical y La Anónima.

» **Capacitaciones:** asignamos \$12.592.831 a la formación continua de equipos, en línea con nuestra filosofía de mejora constante.

» **Sucursales:** con una inversión de \$146.533.052 renovamos nuestra Casa Central en Neuquén, adecuándola al programa Dealer 2.0.

» **Tecnología e innovación:** invertimos \$9.942.790 en el desarrollo de una app junto a Fidtch, diseñada para agilizar el control de stock de vehículos 0 km y optimizar la gestión digital.

### Proyección 2025

**Con la mirada puesta en el futuro, nuestras principales metas de inversión incluyen:**

- **Implementar paneles solares en la sucursal de Central de Flotas, avanzando en la eficiencia energética y en la reducción de nuestra huella de carbono.**
- **Ampliar el sector de posventa en Bariloche, fortaleciendo nuestra capacidad de atención en un punto estratégico de la región.**



# Unidades comerciales





"El 2024 nos encuentra consolidando una etapa de crecimiento sostenido y transformación dentro de Nippon Car. A lo largo del año, logramos superar los objetivos propuestos en cada una de nuestras unidades de negocio, reflejando el compromiso, la innovación y la vocación de servicio de todo nuestro equipo.

Desde la venta convencional, alcanzamos más del 100% del plan de negocios, reafirmando nuestra fortaleza en el canal tradicional y el respaldo de la marca Toyota. En Toyota Plan, vivimos un crecimiento histórico, con más de 3.400 nuevas suscripciones y un 44% de aumento interanual, posicionándonos en el Top 2 nacional. La venta digital siguió marcando tendencia, con más de 31.000 clientes atendidos y un incremento del 56% en

las unidades vendidas, reflejando la evolución hacia un modelo omnicanal más ágil y conectado. Por su parte, Usados Certificados Toyota y Kinto continuaron consolidando su propuesta de valor, fortaleciendo la confianza del cliente y la movilidad sustentable. Cada área ha sido parte esencial de este recorrido, aportando profesionalismo y visión estratégica para seguir construyendo el futuro de Nippon Car.

Con la mirada puesta en 2025, nuestro desafío es continuar creciendo con la misma pasión, impulsando la eficiencia, la innovación y la experiencia del cliente como pilares de nuestro trabajo."

**Sergio Vara**  
Director Comercial

## Venta Convencional

**2.934** vehículos vendidos

El área de Venta Convencional es el pilar histórico y estratégico de las operaciones comerciales de Nippon Car. Representa el canal más directo de llegada a nuevos clientes y, al mismo tiempo, un espacio donde la relación con Toyota cobra vida de manera cotidiana. Aunque trabajamos en estrecha sinergia con las áreas de Planes de Ahorro, Ventas Especiales, Usados y Posventa, este canal sigue siendo el corazón de nuestro negocio, donde cada interacción refleja la filosofía Toyota: "Siempre vehículos mejores".

Nuestra estructura se organiza en torno a una gerencia comercial que lidera y coordina las actividades de los responsables de sucursales, el área de administración y gestión de stock, y los asesores de ventas en Casa Central, General Roca, Bariloche y San Martín de los Andes. Este modelo nos permite mantener una gestión ordenada, eficiente y alineada a los objetivos del Plan de Negocios anual definido por Toyota Argentina.

Durante 2024, Venta Convencional se consolidó como un área dinámica, marcada por tres grandes ejes:

» **Cumplimiento de objetivos comerciales:** gracias a un equipo de 27 integrantes, logra-

mos superar las metas establecidas por Toyota Argentina, reforzando nuestro posicionamiento competitivo en la región.

» **Calidad de atención al cliente:** la cercanía, la escucha activa y la trazabilidad digital de cada interacción nos permitieron fortalecer la confianza con nuestros clientes y mejorar su experiencia de compra.

» **Capacitación y mejora continua:** los asesores recibieron entrenamiento constante sobre productos, técnicas de venta y tecnologías híbridas, lo que garantizó un servicio profesional y actualizado frente a un mercado cada vez más exigente.

Más allá de los resultados numéricos, uno de los hitos de 2024 fue la integración de herramientas digitales para acompañar el proceso de ventas. Con Salesforce y CRM, pudimos gestionar mejor las listas de espera, agilizar tiempos de respuesta y optimizar la administración de oportunidades comerciales.



"Nuestra prioridad sigue siendo el cliente. Cada contacto, cada entrega y cada llamada es una oportunidad para construir confianza con quienes eligen a Toyota y a Nippon Car."

**Franco Sánchez**  
Gerente de Venta Convencional

### Metas 2025

- Superar el 100% del plan anual con foco en híbridos y nuevos modelos.
- 10% de participación de híbridos en ventas totales.
- T≤2 h de respuesta a leads en todos los canales.
- Entrenamiento técnico de asesores en tecnologías electrificadas.
- Ampliar el soporte digital para preventa y listas de espera.

# Ventas especiales

Consolidamos el rol de unidad estratégica para flotas, organismos públicos/privados y opera-

ciones con convenios de inclusión (discapacidad), y asesoría en soluciones de movilidad.

Equipo 2024:  
**1 asesor + 1 administrativo.**

Resultados:  
**39 empresas clientes**  
**483 vehículos vendidos**  
(113% de la meta TASA de 427).

# 2024

Hito: generación de nueva cartera corporativa y profundización del servicio consultivo para logística y movilidad.





# Toyota Plan

Plan de Ahorro constituye uno de los pilares estratégicos de nuestro negocio. Se trata de un sistema transparente y accesible que permite a miles de clientes planificar la compra de su vehículo 0km en cuotas, con el respaldo y la solidez de Toyota Argentina. Este canal no solo amplía

las posibilidades de acceso a la marca, sino que también fortalece nuestra relación de largo plazo con los clientes, consolidándose como una de las principales vías de crecimiento sostenido del concesionario.

| Indicador                   | 2024      | Plan                 | Cantidad     |
|-----------------------------|-----------|----------------------|--------------|
| Cantidad de vendedores      | 29        | <b>YARIS</b>         | 1326         |
| Cantidad de administrativos | 14        | <b>COROLLA</b>       | 510          |
| Cantidad de supervisores    | 3         | <b>COROLLA CROSS</b> | 477          |
| Otros puestos claves        | 0         | <b>HILUX</b>         | 1051         |
| <b>Total</b>                | <b>46</b> | <b>PLAN FLEX</b>     | 104          |
|                             |           | <b>Total</b>         | <b>3468*</b> |

\*Crecimiento interanual de un 44% (Vs 2403 del año 2023)

Cartera Ahorrista:

Total Cartera ahorrista al cierre 2024:

**4.421**

(Vs 3.173 del año 2023 representando un crecimiento de 39%)

Entregas: Se realizaron

**1.471 entregas**

de vehículos de Plan de Ahorro durante el 2024, representando un significativo 29% del total de entregas de Nippon Car.

Ranking concesionarios:

**2dos en suscripciones,**

representando un 7.1% de participación del total del país.

**2dos en retail,**

representando un 6.2% de participación del total del país.



"Tal lo avizoramos, el 2024 fue un año de gran protagonismo del Negocio de Plan de Ahorro, afrontando exitosamente el doble desafío de maximizar las entregas y a su vez incrementar significativamente la cartera de ahorristas dando sustentabilidad al negocio. Enmarcados en un contexto radicalmente distinto esperamos un año en el que la competencia se pondrá aguerida y sentimos tener nuestros equipos de Plan de Ahorro y venta digital preparados."

Luciano Pelayes, Gerente de Plan de Ahorro y Venta Digital **51**



## Diez años de TPA

En 2024 se cumplieron los primeros 10 años de vida de Toyota Plan de Ahorro y estuvimos presentes en la convención anual de líderes celebrada en Calafate con la participación de

Cristina Romero (Gerente de Administración de Planes) y Gustavo Devita (Supervisor de Venta de Planes).



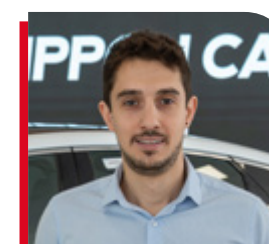
*"Desde nuestra Administración de Plan de Ahorro acompañamos el crecimiento de la cartera con un incremento en nuestra estructura, implementamos herramientas de gestión que facilitan el control y optimizan los procesos de adjudicaciones, en pos de mejorar día a día y lograr la satisfacción de nuestros clientes."*

*Cristina Romero, Gerente de Administración de Plan de Ahorro.*



En esa ocasión, tuvimos la oportunidad de presentar a toda la red nuestro proyecto de LicitA-

pp: una App de desarrollo propio para captación y gestión de adjudicaciones.



*"En 2024, el equipo de ventas de Planes de Ahorro creció en resultados y estructura. Con nuevas incorporaciones y herramientas de gestión, proyectamos un 2025 aún más sólido, con foco en eficiencia, formación continua y alto rendimiento."*

*Gustavo Devita Supervisor de Ventas Plan de Ahorro.*





# Venta Digital

En los últimos años, la venta digital se consolidó como uno de los ejes estratégicos de nuestra gestión comercial. Este canal nos permite estar más cerca de nuestros clientes, acompañándolos desde el primer contacto en línea hasta la concreción de su compra.

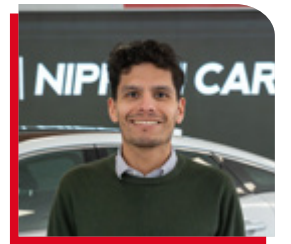
Durante 2024 continuamos fortaleciendo la operación bajo un modelo omnicanal, integrando consultas provenientes de redes sociales, WhatsApp, la web y Salesforce en una única plataforma. Esta centralización nos permitió optimizar los tiempos de respuesta, garantizar un seguimiento más preciso y ofrecer una experiencia consistente en todos los puntos de contacto.

Gracias a esta transformación, alcanzamos un crecimiento del 56% en las ventas digitales respecto al año anterior, consolidando este canal como uno de los principales motores de expansión del negocio. El volumen de consultas también se incrementó de manera significativa, con

más de 31.800 clientes atendidos en 2024, lo que refleja la confianza que los usuarios depositan en nuestros canales online.

La venta digital no solo representa un nuevo espacio de interacción, sino también una oportunidad para conocer mejor las necesidades y preferencias de los clientes. Los tableros de gestión y la incorporación de herramientas CRM nos permiten analizar datos en tiempo real, anticiparnos a la demanda y generar campañas más efectivas.

Estos avances fueron posibles gracias al compromiso del equipo, que se fortaleció con nuevas incorporaciones y una capacitación constante en procesos digitales y experiencia del cliente. Hoy contamos con un grupo ágil y especializado, preparado para ofrecer una atención personalizada y eficiente.



*“La implementación de una plataforma omnicanal marcó un antes y un después en nuestra gestión: centralizamos todas las consultas, optimizamos tiempos y mejoramos la experiencia de compra, consolidándonos como un canal clave en la estrategia comercial de Nippon Car.”*

*Juan Colazo, Responsable Call-Center*

|  | 2023   | 2024          |
|--|--------|---------------|
| Cantidad de clientes atendidos / consultas recibidas | 20.265 | <b>20.265</b> |

**De cara a 2025, nuestro desafío será seguir evolucionando con la incorporación de tecnologías de automatización e inteligencia artificial, lo que permitirá reducir aún más los tiempos de respuesta, agilizar procesos repetitivos y elevar la calidad de atención. Nuestro objetivo es que cada interacción digital con Nippon Car refleje el mismo nivel de excelencia, cercanía y confianza que caracteriza a nuestra atención presencial.**



# Usados

El área de Usados representa un pilar estratégico dentro de Nippon Car, ya que nos permite ofrecer soluciones integrales tanto a quienes buscan adquirir un vehículo con el respaldo oficial de Toyota como a quienes desean vender su unidad o entregarla como parte de pago. Durante 2024, esta unidad siguió creciendo y consolidando su rol como canal de confianza, garantizando transparencia, seguridad y calidad en cada operación.

En nuestras dos sucursales dedicadas a este negocio, contamos con un equipo especializado de 22 integrantes, entre asesores comerciales, administrativos, supervisores, peritos y técnicos. Gracias a su trabajo, pudimos garantizar una gestión ágil y confiable, que abarca desde la tasación inmediata hasta la certificación técnica de cada vehículo.

Uno de los principales diferenciales del área es el programa Usados Certificados Toyota (UCT), que asegura a los clientes adquirir unidades con

un estándar superior de calidad. Para acceder a este programa, los vehículos deben cumplir estrictos requisitos: ser exclusivamente Toyota, tener menos de 10 años o 200.000 km, contar con historial de servicios en concesionarios oficiales y superar más de 150 puntos de inspección técnica y mecánica. Solo las unidades que cumplen con estos criterios ingresan al programa, lo que brinda a los compradores la tranquilidad de adquirir un auto en excelentes condiciones.

Los beneficios de UCT son significativos: garantía de 1 año o 20.000 km, repuestos cubiertos hasta un tope de \$2.850.000 + IVA, mano de obra incluida y servicio de asistencia vehicular 24hs durante todo el período de garantía. Estas condiciones refuerzan la confianza en la marca y posicionan a Nippon Car como un referente en la comercialización de usados en la región.

Durante 2024 logramos resultados muy relevantes:

**1.286** vehículos vendidos (todas las marcas).

**3.120** peritajes realizados.

**1.150** ingresos de unidades a nuestras sucursales.

**352** vehículos comercializados bajo el programa UCT.

**135** vehículos Toyota vendidos bajo modalidad tradicional.

Estos números reflejan no solo el volumen de nuestra operación, sino también el creciente interés de los clientes por acceder a la calidad y respaldo de un usado certificado.

Mirando hacia adelante, nuestro desafío para 2025 será continuar expandiendo la cobertura

del programa UCT, potenciar la captación digital de clientes y fortalecer los procesos de peritaje y certificación. Todo esto con el mismo compromiso de siempre: brindar una experiencia de compra segura, confiable y alineada con los valores de Toyota.



*“En un año marcado por la incertidumbre económica y los desafíos del mercado, en Nippon Car supimos adaptarnos, sostener la confianza de nuestros clientes y consolidarnos como líderes en ventas de Usados Certificados Toyota a nivel país. Con 1.286 unidades vendidas en Neuquén, Roca y Bariloche, reafirmamos nuestro compromiso con la calidad y el trabajo en equipo. De cara a 2025, renovamos la energía y el enfoque para seguir creciendo, siempre cerca de quienes nos eligen.”*

*Tomás Iannamico, Gerente de Usados*



# KINTO

## Kinto

La plataforma de movilidad de Toyota, se consolidó en 2024 como una de las propuestas más innovadoras de Nippon Car, ofreciendo soluciones flexibles y sustentables para clientes particulares y corporativos. Su objetivo es acercar nuevas formas de movilidad que acompañen las necesidades actuales de los usuarios, combinando conveniencia, tecnología y sustentabilidad.

La flota alcanzó un total de 62 unidades, con una amplia variedad de modelos que incluyen Hilux, SW4, Hiace, Corolla, Corolla Cross híbrido, Yaris, Etios y la línea deportiva GR Sport. Durante el año, se llevó adelante un proceso de renovación de las unidades que ya no cumplían con la política del programa, reemplazando 21 vehículos e incorporando 8 nuevas unidades que acompañaron el crecimiento de la demanda. Esto per-

mitió no solo ampliar la oferta, sino también reforzar la presencia de vehículos híbridos dentro de la flota, acercando a cada vez más clientes la experiencia de conducción sustentable.

La operación se expandió en puntos estratégicos de la región. En el aeropuerto de Bariloche, se extendieron los horarios de atención a fines de semana, ofreciendo mayor comodidad y flexibilidad para los turistas y viajeros. En San Martín de los Andes, se sumaron nuevas unidades y se ampliaron los horarios de atención, adaptándonos a la alta demanda de la temporada. Estas mejoras en la disponibilidad y atención tuvieron un impacto positivo en la experiencia de los clientes, especialmente en los picos de turismo. Los resultados del año reflejan el crecimiento sostenido del programa:



*“Seguimos trabajando para ofrecer una experiencia de movilidad cada vez más completa, eficiente y alineada con las nuevas demandas del mercado.”*

Luciano Toro,  
Gerente Kinto

**1.671** reservas totales en 2024.

**637** clientes utilizaron Kinto por primera vez, ampliando la base de usuarios.

**9.502** días de alquiler acumulados, con una ocupación promedio de flota del 50,4%.

**106** unidades entregadas bajo modalidad corporativa Kinto One, destinada a empresas que buscan soluciones de movilidad flexibles.

Este servicio no solo permite acercar opciones de movilidad compartida, sino también posicionar a Nippon Car como un actor clave en la promoción de la movilidad sustentable. La incorporación de vehículos híbridos a la flota es una muestra concreta de cómo la innovación puede estar alineada a la eficiencia y al cuidado del ambiente.

De cara a 2025, los principales desafíos estarán puestos en seguir ampliando la base de

clientes, consolidar el servicio corporativo Kinto One y potenciar las herramientas digitales que faciliten la reserva y gestión del servicio. El objetivo es ofrecer experiencias cada vez más ágiles, personalizadas y sustentables, reforzando el compromiso de Toyota con nuevas formas de movilidad.



"El 2024 fue un año de grandes avances para nuestra Posventa, marcado por un crecimiento histórico en la atención a nuestros clientes y una mejora continua en la calidad de nuestros servicios ¡Más de 44.500 personas confiaron en nuestras sucursales y unidades móviles! A esto se suma la consolidación de procesos clave, como la certifi-

cación TSM FIR en Leales y Añelo, el progreso en Mantenimiento Express, y la digitalización de herramientas que optimizan la experiencia de nuestros usuarios."

**Toufic Salem,**  
Gerente de Posventa

## Posventa

Durante 2024, el área de Posventa de Nippon Car reafirmó su liderazgo en Río Negro y Neuquén, consolidándose como un eje estratégico para la satisfacción y fidelización de los clientes de Toyota. Con presencia en cinco sucursales físicas y el despliegue de dos unidades móviles de Servicio Técnico, logramos una cobertura regional amplia y eficiente, garantizando asistencia en localidades clave de ambas provincias.

El año estuvo marcado por la consolidación de nuevas certificaciones, la incorporación de procesos digitales y la ampliación de servicios, siempre bajo la filosofía Toyota de mejora continua y el compromiso con la excelencia operativa.

### Equipo y estructura

El área está conformada por 113 colaboradores distribuidos en diferentes roles: 16 asesores de servicios, 35 técnicos, 18 asesores de repuestos, 7 asesores de citas y 3 supervisores. La estructura está pensada para acompañar un volumen creciente de clientes y responder a los estándares de calidad que exige Toyota Argentina.

Durante 2024 se realizaron más de 14.600 servicios en sucursales, además de 1.248 visitas con el Servicio Técnico Móvil, alcanzando a 8 localidades diferentes. La sucursal de Central de Flotas también registró un fuerte nivel de actividad con 2.717 servicios realizados.



"Impulsamos la mejora continua en todos nuestros procesos para que cada experiencia de posventa en Nippon Car supere las expectativas de cada cliente."

*Verónica Fernandez,*  
Sub Gerente de Posventa

| Sucursal          | Dirección                             | M <sup>2</sup> Taller | Bahías de trabajo |
|-------------------|---------------------------------------|-----------------------|-------------------|
| Casa central      | Eugenio Perticone 2095                | 1200                  | 13                |
| Central de Flotas | Aguado 2350                           | 879                   | 5                 |
| Bariloche         | Esandi 3300                           | 285                   | 4                 |
| Gral Roca         | Avenida Roca 616                      | 850                   | 6                 |
| Añelo             | Parque Industrial, ruta provincial 17 | 900                   | 4                 |
| STM               | Servicio técnico móvil                | N/A                   | 1                 |

## Certificaciones y programas Toyota

Uno de los logros más importantes del año fue la certificación de las sucursales de Leales y Añelo bajo el programa TSM FIR, que garantiza procesos estandarizados de calidad y atención. También avanzamos con el desarrollo de EMT (Mantenimiento Express) en Añelo, Bariloche y General Roca, lo que permitió agilizar los tiempos de servicio con un formato estandarizado que asegura intervenciones en menos de 60 minutos.

A nivel de red, participamos en auditorías y evaluaciones bajo programas como TSM, EM y TWSO, en las que superamos los estándares de fábrica. Estos procesos de evaluación y certificación no solo refuerzan la confianza de nuestros clientes, sino que también consolidan nuestro posicionamiento en la red de concesionarios Toyota.

### Experiencia de clientes

La satisfacción de clientes (CSI) alcanzó un 92,8%, un indicador que confirma la efecti-

vidad de nuestras iniciativas. En paralelo, el Dealer Evaluation Program (DEP) nos ubicó en el puesto 11 entre 43 concesionarios a nivel nacional, una posición que refleja la solidez de nuestra gestión y el compromiso de nuestros equipos con la mejora continua.

En 2024 registramos un récord histórico de clientes atendidos, con más de 44.500 personas, lo que representa un crecimiento interanual del 33%. Este volumen incluyó tanto clientes particulares como corporativos, con una fuerte presencia de empresas (15.593) en nuestra cartera.

En materia de reclamos, el puesto de Responsable de Atención al Cliente (RAC) implementado en 2023 permitió centralizar la gestión de quejas. Durante 2024 se registraron 492 casos vinculados principalmente a atención, trámites administrativos y problemas operativos. La trazabilidad digital de cada caso permitió mejorar la calidad y rapidez de las respuestas.

Cientes atendidos 2024  
(en todas las sucursales) **44.573**

*\*En 2023 fueron 29.877 (datos de Salesforce)*

## Innovación y digitalización

Un hito clave de 2024 fue la digitalización del tablero de planificación de citas, integrado a la app Toyota. Esta herramienta permitió que los clientes agenden sus turnos de manera autónoma, mejorando la eficiencia interna y la experiencia de atención. La digitalización también alcanzó procesos de seguimiento de

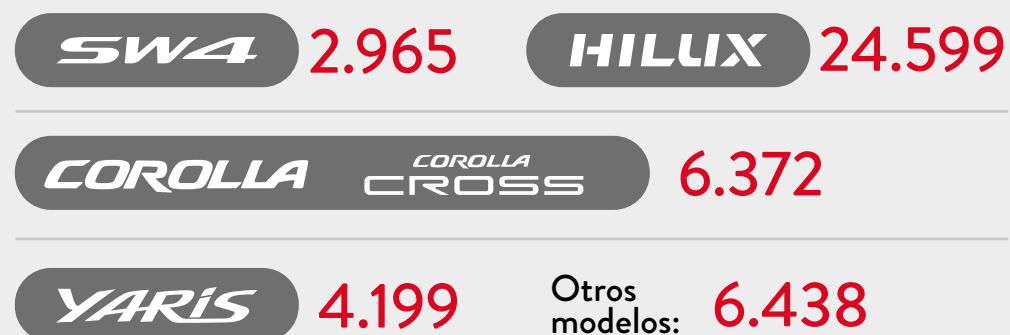
reclamos y formularios, generando mayor trazabilidad y agilidad en la gestión.

En paralelo, el Círculo Kaizen tuvo como foco la integración de campañas de seguridad pendientes en la planificación de servicios. Esta iniciativa permitió optimizar tiempos y rutas de atención, reforzando la seguridad y eficiencia de nuestras operaciones.



## Clasificación de clientes atendidos:

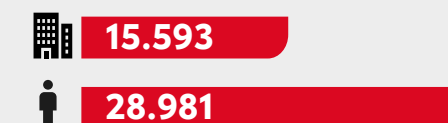
Por vehículo:



Por tipo:



Por categoría:



| Indicador           | Total / %             |
|---------------------|-----------------------|
| Servicios / Cpus    | 14.982 / 13.880 (93%) |
| Reparaciones / Cpus | 29.682 / 16.843 (57%) |

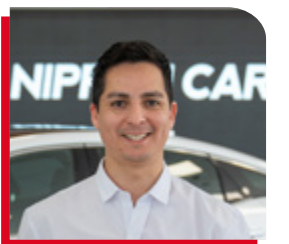


## Repuestos y accesorios

El área de repuestos cumplió un rol esencial en la operación, adaptando su stock a los nuevos modelos de Toyota y asegurando la cobertura de unidades en circulación. Durante 2024 entregamos más de 228.000 repuestos, 21.288 accesorios y 2.279 cubiertas, evidenciando un crecimiento sostenido en el negocio.

A esto se sumó la expansión del área de accesorios, con nuevas bahías exclusivas y procesos más profesionalizados. El desafío ha-

cia 2025 es consolidar este segmento como un generador estable de rentabilidad y valor agregado, con campañas digitales y seguimiento de conversiones personalizadas para cada cliente.



*“En 2024 logramos adaptarnos con éxito a los nuevos desafíos operativos y herramientas de trabajo, acompañando el crecimiento de la operación con un equipo comprometido y eficiente.”*

Lucas Moscoso  
Referente del Área de Repuestos

| Indicador                  | Repuestos | Accesorios | Cubiertas |
|----------------------------|-----------|------------|-----------|
| Entregados por N° de parte | 6.406     | 322        | 36        |
| Entregados por cantidad    | 228.462   | 21.288     | 2.279     |



CLUB • TOYOTA

## Club Toyota

Con más de 4.485 socios activos, Club Toyota continuó consolidándose como una plataforma de fidelización y experiencias únicas. En 2024 organizamos eventos exclusivos como la Winter Experience en Bariloche, con más de 120 asociados participando de pruebas 4x4 sobre nieve, y el Hybrid Day, que acercó a clientes información y test drives de la línea híbrida de Toyota.

Estos espacios no solo fortalecen el vínculo con nuestros clientes, sino que también promueven una cultura de movilidad responsable y sustentable, en línea con los compromisos ambientales del concesionario.

### Mirada hacia el futuro

**De cara a 2025/2026, los principales desafíos del área estarán enfocados en:**

- **Consolidar la formación continua de equipos para sostener el crecimiento.**
- **Ampliar el negocio de accesorios y neumáticos como unidades estratégicas de rentabilidad.**
- **Mantener y renovar las certificaciones TSM FIR, EM y TWSO con procesos de mejora continua.**
- **Profundizar la digitalización y la integración de procesos para asegurar eficiencia y trazabilidad.**

En Nippon Car entendemos la posventa como un espacio estratégico donde se refuerza la confianza de los clientes y se construye la lealtad a largo plazo. Cada servicio prestado, cada repuesto entregado y cada experiencia

vivida en nuestras sucursales son una oportunidad para demostrar el compromiso con la excelencia, la innovación y la sustentabilidad.



# Marketing, Comunicación y Eventos

En Nippon Car entendemos que el marketing y la comunicación son herramientas estratégicas para consolidar nuestra presencia regional, fortalecer el vínculo con nuestros clientes y acompañar el crecimiento de cada una de nuestras unidades de negocio. Desde 2023 contamos con un equipo propio integrado por una Responsable de Marketing y Eventos y una Responsable de Pauta Digital, que trabajan en estrecha coordinación con Advermedia, nuestra agencia de comunicación desde hace más de 11 años. Este esquema mixto nos permite combinar la planificación general y la creatividad institucional con la ejecución ágil y segmentada de campañas específicas para cada unidad de negocio.

## Estrategia y gestión

Durante 2024 profundizamos un modelo de trabajo descentralizado por unidad de negocio (Convencional, Toyota Plan, Posventa, KINTO, Club Toyota, GR Garage, Usados e Institucional), lo que nos permitió diseñar comunicaciones más ágiles y cercanas a las necesidades de cada segmento. La planificación general, a cargo de la agencia y la Gerencia General, se complementa con campañas específicas que responden a las dinámicas comerciales:

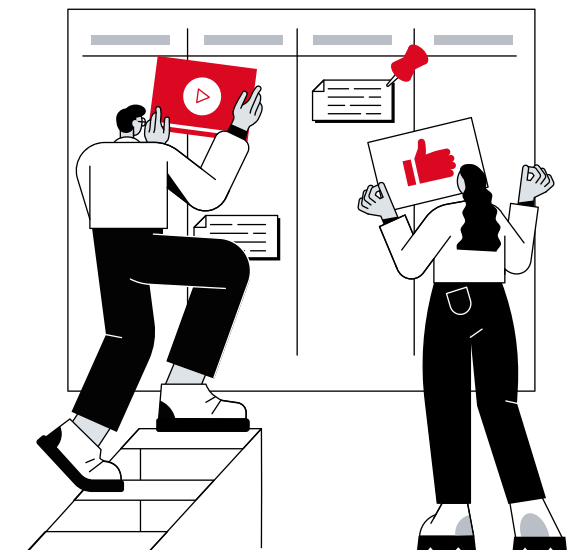
- » **Convencional:** campañas quincenales vinculadas a la disponibilidad de vehículos.
- » **Toyota Plan:** campañas paraguas trimestrales con ajustes puntuales en la propuesta comercial.
- » **Usados:** activaciones de compra/venta y promoción del programa UCT.
- » **Posventa:** campañas “always on” de servicios, accesorios y neumáticos, reforzadas con promociones específicas.

Este esquema permitió potenciar la flexibilidad y asegurar un mensaje coherente, fidedigno y alineado con los lineamientos de Toyota Argentina.

## Eventos y activaciones

La agenda de eventos propios y de terceros fue clave para mantener la cercanía con nuestros clientes y llegar a nuevos públicos. En 2024 organizamos junto a Toyota Argentina la tercera edición de la Winter Experience en Bariloche, un nuevo GR Day en el Autódromo de Centenario y el lanzamiento del restyling del Corolla Cross, además de participar en encuentros deportivos como el Torneo de Polo de La Sarita Polo Club.

También reforzamos la presencia institucional en eventos masivos regionales como Confluencia de Sabores, Expo Rural Choele Choele, Festival del Chef y distintas fiestas provinciales, lo que nos permitió posicionar al concesionario como un actor activo en la agenda cultural y social de la región. Estas instancias generaron múltiples interacciones con potenciales clientes y consolidaron la visibilidad de la marca en localidades estratégicas.



### Requisitos de TASA y formación

En línea con las directrices de Toyota Argentina, impulsamos la promoción activa de herramientas digitales como la Toyota App y Club Toyota, instalando cartelería informativa en showrooms y posventa. Además, participamos en capacitaciones virtuales organizadas por TASA, enfocadas en buenas prácticas de comunicación y cumplimiento de estándares de marca.

### Inversión y proyectos estratégicos

Durante 2024 invertimos más de \$305 millones en comunicación y marketing, distribuidos en redes sociales (Meta Ads), Google Ads, vía pública, medios tradicionales y eventos. Esta inversión consolidó la presencia de Nippon Car tanto en sus áreas de influencia (Neuquén, Río Negro, Bariloche, San Martín de los Andes y Añelo) como en nuevas localidades como Chos Malal, Rincón de los Sauces y Catriel, ampliando así el alcance de nuestros mensajes.

|                                 |                      |
|---------------------------------|----------------------|
| Diarios / Radios<br>Vía Pública | <b>\$146.459.065</b> |
| Redes<br>(Meta Ads)             | <b>\$ 49.804.785</b> |
| Google                          | <b>\$ 29.232.796</b> |
| Eventos                         | <b>\$80.000.000</b>  |
| <b>Total de inversión 2024</b>  | <b>\$305.496.646</b> |

En paralelo, avanzamos con proyectos estratégicos de infraestructura que refuerzan nuestra capacidad de comunicación y atención:

» Expansión del Call Center, con un edificio adicional especialmente acondicionado para modernizar el servicio.

» Proyecto de renovación integral del salón de ventas de Casa Central, que se implementará a partir de 2025 para optimizar la circulación y mejorar la experiencia del cliente.





# Compromiso Social

En Nippon Car entendemos que nuestro rol trasciende la actividad comercial: somos parte activa de la vida social y económica de Neuquén y Río Negro, donde trabajamos día a día para generar un impacto positivo en nuestra gente, en las comunidades y en la cadena de valor que nos acompaña.

Nuestro compromiso social se basa en tres ejes principales: cuidar y potenciar a nuestro equipo de colaboradores, acompañar el desarrollo de la comunidad local y promover relaciones responsables y sostenibles con los proveedores y aliados estratégicos.

Este compromiso se refleja en políticas y programas que buscan garantizar un ambiente de trabajo inclusivo, seguro y motivador; fortalecer la educación, la empleabilidad y la movilidad social en la región; y promover una gestión ética, responsable y sustentable en toda nuestra operación.

De esta forma, avanzamos en la construcción de valor compartido, alineados a la filosofía de Toyota, a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a estándares internacionales como los GRI y la ISO 26000.



# Integrantes

Casa Central: 110  
 Suc. Aguado: 18  
 Suc. Neuquén: 90  
 Suc. Roca: 18  
 Suc. Bariloche: 19  
 Suc. San Martín de Los Andes: 3  
 Suc. Añelo: 5  
 Otros: 4

**274**  
total

2023

Externos / Contratados: 3  
 Ingresos Totales 2024: 119

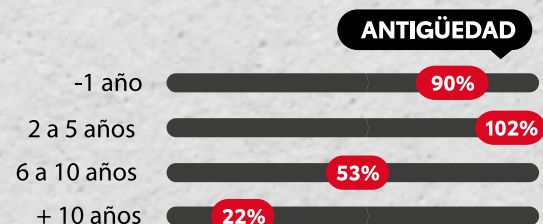
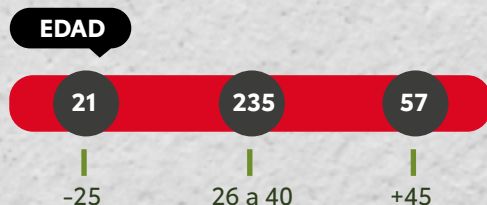
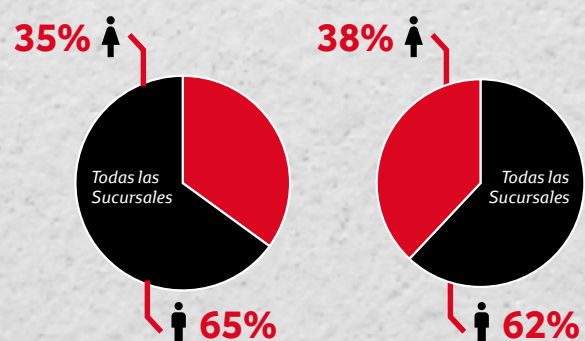
Casa Central: 115  
 Suc. Aguado: 44  
 Suc. Neuquén: 98  
 Suc. Roca: 19  
 Suc. Bariloche: 24  
 Suc. San Martín de Los Andes: 3  
 Suc. Añelo: 6  
 Otros: 4

**355**  
total

2024

Externos / Contratados: 3  
 Ingresos Totales 2024: 146

## Datos de Diversidad 2024



**90% de los colaboradores se encuentran bajo CCT.**  
 2023 **249** | 2024 **313**

\*todas las sucursales

## Nuestra gente

En Nippon Car creemos que las personas son el motor que impulsa nuestra organización. Desde el área de Capital Humano trabajamos con un enfoque integral que busca potenciar el talento, garantizar una experiencia laboral positiva y promover una cultura basada en el respeto, la inclusión y la mejora continua.

Durante 2024, alcanzamos un total de 355 colaboradores distribuidos en nuestras distintas sucursales, lo que representa un crecimiento del 29% respecto de 2023. Este aumento se explica principalmente por la expansión de la operación de ventas y posventa, lo que requirió sumar nuevos equipos en áreas clave como asesores de servicio, administrativos y personal técnico especializado.

## Diversidad

En cuanto a diversidad, el 35% de la dotación son mujeres y el 65% hombres, con una participación femenina del 38% en puestos gerenciales y del 32% en mandos medios. La antigüedad de nuestros equipos refleja una combinación equilibrada entre experiencia y renovación: 90 personas con menos de un año de antigüedad, 102 con entre 2 y 5 años, y 75 con más de 6 años en la empresa. En relación con la edad, el 66% de los integrantes se concentra en la franja de 26 a 44 años, lo que muestra un perfil mayoritariamente joven.

## Selección, inducción y rotación

Nuestros procesos de selección se realizan de manera terciarizada, con la posterior participación interna para garantizar que cada incorporación se alinee a los valores de la organización. En 2024 reforzamos los programas de inducción institucional, acompañando a más de 100 nuevos ingresantes en su integración a la cultura de Nippon Car.

La rotación general del personal fue del 41,3%, un indicador elevado que responde no solo a desvinculaciones, sino también a la creación de nuevos puestos para acompañar el crecimiento de la operación. El mayor movimiento se concentró en áreas de posventa (servicio, call center, preentregas), debido a reestructuraciones internas y a la necesidad de ampliar equipos. Para 2025 nos proponemos reducir la rotación en un 10% con acciones concretas como entrevistas de salida y permanencia, planes de retención para perfiles clave, mejoras en los procesos de inducción y ajustes en clima y condiciones laborales.



"Uno de los mayores desafíos de 2024 fue consolidar un equipo ágil y comprometido, que acompañe el crecimiento de la compañía sin perder nuestra identidad como marca empleadora."

Ivana Vilchez  
 Responsable de Recursos Humanos



\*Jornada de Vacunación 2024

## Beneficios y bienestar

Desde 2020 llevamos adelante el programa Nippon Más, orientado al bienestar integral de los colaboradores. Año tras año buscamos ampliar sus beneficios, generando propuestas

que contribuyan al equilibrio entre la vida laboral y personal, al reconocimiento de logros y a la motivación de cada integrante de nuestro equipo.

Obra Social asignada **182**  
*(total de integrantes alcanzados)*

Día de cumpleaños **280**  
*(total de días otorgados)*

Vacuna antigripal **176**

Cajas navideñas entregadas **312**  
*(total de cajas entregadas)*

Kits escolares entregados **156**  
*(90primario + 56secundario)*

Entradas a show **70**

Tarjeta La Anónima **\$ 153.697.595,19**

Descuento en Librería PLATERITO S.R.L. **150**

Préstamos personales **\$ 88.936.716,09**  
*(79 colaboradores)*

## Formación y desarrollo

La formación continua es un pilar estratégico en Nippon Car, tanto por los requerimientos de Toyota Argentina como por nuestra convicción de que la capacitación potencia el talento y eleva los estándares de servicio en cada área del concesionario.

Durante 2024, avanzamos en dos frentes principales: la participación en el Plan de Capacitación TASA y la implementación de programas internos diseñados a la medida de nuestras necesidades.

En lo que respecta a capacitaciones coordinadas con Toyota Argentina, priorizamos la actualización de conocimientos en áreas de ventas, planes de ahorro y posventa. Se trabajó especialmente con las administrativas de ventas y de posventa, en un contexto de fuerte ingreso de nuevos colaboradores para reforzar los equipos. Estas instancias formativas nos permitieron sostener los altos niveles de calidad exigidos por la marca, al tiempo que consolidamos la preparación técnica y comercial de nuestro personal.

A nivel interno, desarrollamos un plan propio de formación práctica y teórica, que incluyó capacitaciones en RCP básico, manejo de DEA (Desfibrilador Externo Automático) y atención de emergencias. Más de 160 colaboradores participaron en estas instancias, adquiriendo competencias críticas para actuar de forma rápida y eficaz en situaciones de riesgo, lo que fortalece la seguridad en el lugar de trabajo y contribuye al cuidado de toda la comunidad. Además, llevamos adelante el curso "Gestión de Personal, de Equipos y Delegación de Ta-

reas", dirigido a mandos medios y responsables de área. El objetivo fue desarrollar habilidades de liderazgo, mejorar la organización del trabajo y fomentar una cultura de autonomía y responsabilidad compartida. Entre los contenidos se abordaron estilos de liderazgo, criterios de asignación de tareas, gestión del tiempo, detección de fortalezas individuales y manejo de conversaciones difíciles. Este espacio fue clave para profesionalizar aún más la gestión de equipos y para impulsar un liderazgo basado en la confianza, el respeto y la eficiencia.

En números, el balance del año refleja el alcance de estas acciones: 50 integrantes de ventas, 90 de posventa y 20 de administración participaron en las diferentes capacitaciones realizadas, lo que representa un avance significativo en el desarrollo integral de nuestros equipos.

Mirando hacia adelante, uno de los desafíos para 2025 será ampliar aún más la cobertura, especialmente en el área de posventa, donde la alta incorporación de personal demanda reforzar los procesos de inducción y actualización técnica. Asimismo, trabajaremos en la integración de nuevas metodologías de aprendizaje digital, que permitan extender el acceso a la capacitación a todo el personal de manera más flexible y continua.



## Evaluaciones de desempeño y clima laboral

En 2024 implementamos evaluaciones de desempeño en una muestra representativa de sectores, con el objetivo de extenderlas a toda la dotación en 2025. Estas evaluaciones consideran desempeño individual, competencias, actitud y comportamiento, permitiendo identificar fortalezas y oportunidades de mejora. En paralelo, participamos de la Encuesta de Clima de Toyota Argentina, alcanzando una satisfacción global de 4,23 puntos, resultado que confirma la solidez de nuestra cultura interna y nos brinda insumos para seguir mejorando el ambiente laboral.

## Comunicación interna y digitalización

Avanzamos en la digitalización de procesos de recursos humanos a través de la plataforma VISMA, que permite gestionar recibos digitales, formularios y comunicaciones de manera ágil. Para 2025 proyectamos implementar la plataforma HUMAND, con el objetivo de unificar sistemas actuales y optimizar la gestión de capital humano en todas sus dimensiones.

Satisfacción general **4.23**

|            | Condiciones de trabajo | Mi trabajo | Grupo de trabajo | Mi supervisor o jefe directo | Cultura de trabajo |
|------------|------------------------|------------|------------------|------------------------------|--------------------|
| <b>NIC</b> | 4,14                   | 4,35       | 4,40             | 4,31                         | 4,18               |
| <b>RED</b> | 4,14                   | 4,36       | 4,35             | 4,32                         | 4,21               |

## Ranking anual posición





# Salud y seguridad laboral

En Nippon Car entendemos que la seguridad y la salud de nuestros colaboradores son condiciones indispensables para el desarrollo de nuestras operaciones. Bajo esta premisa, durante 2024 consolidamos una gestión orientada a la prevención de riesgos, el cumplimiento normativo y la promoción de una cultura de seguridad que atraviesa a toda la organización.

Nuestro esquema de trabajo combina recursos internos y externos especializados en higiene y seguridad, que acompañan la im-

plementación de planes y procedimientos en cada sucursal. A lo largo del año avanzamos en la identificación y evaluación de riesgos, la elaboración de procedimientos de trabajo seguro y la puesta en marcha de instructivos que permiten un mejor control de actividades críticas. También reforzamos el asesoramiento técnico con la incorporación de personal especializado para acompañar de manera directa a los equipos operativos.



área está integrada por un equipo profesional especializado: Lic. Pablo Mortada (Responsable de Higiene y Seguridad, servicio externo), Tec. Antonio Amoruso (Asesor de Higiene y Seguridad, servicio externo) y Tec. Ignacio Castillo (Analista de Higiene, Seguridad y Medioambiente).

**El cuidado de la salud ocupacional se sostuvo mediante la realización de exámenes preocupacionales y periódicos a la totalidad de la dotación, complementados con campañas preventivas como la vacunación antigripal, de la que participaron 176 personas.**

## Plan de capacitación

La capacitación tuvo un rol central: realizamos jornadas de formación que alcanzaron a colaboradores en distintas áreas, incluyendo talleres de RCP, uso de desfibrilador (DEA), gestión de emergencias y seguridad en el uso de herramientas. Estas instancias no solo fortalecieron las competencias técnicas, sino

que también contribuyeron a consolidar una cultura preventiva.

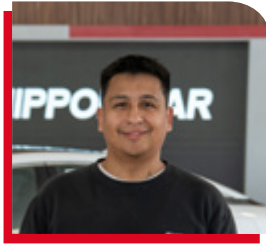
El Plan Anual de Capacitación 2024 alcanzó a todas las áreas comerciales y se enfocó especialmente en posventa (taller, lavadero y repuestos).

**160** colaboradores capacitados.

**35** cursos dictados, sumando **30** horas totales de capacitación.

**4** simulacros de evacuación en distintas sucursales.

Las temáticas incluyeron identificación de riesgos, autocontrol preventivo, trabajo seguro, uso de equipos de protección personal, respuesta ante emergencias y prevención de accidentes.



*“Nuestro desafío es transformar el compromiso con la seguridad en una práctica cotidiana compartida, integrando la gestión preventiva como pilar clave de una operación responsable y centrada en las personas.”*

*Ignacio Castillo,  
Referente de SHL*

## Accidentes y gestión preventiva

En 2024 se registraron 22 accidentes en total: 12 in itinere, 9 laborales y 1 incidente con pérdidas materiales. Esto implicó un incremento del 18% respecto a 2023, aunque debe considerarse que la dotación también creció significativamente.

» Logramos 69 días consecutivos sin accidentes entre febrero y abril.

» Se desarrollaron procedimientos de trabajo seguro, como la descarga de recolectores de aceite.

» Se instalaron estaciones lavaojos en talleres y se elaboraron documentos específicos para la investigación de incidentes.

» Se actualizaron los IPER de cada sucursal y se realizaron exámenes médicos periódicos a trabajadores expuestos a riesgos.

## Simulacros y emergencias

Se realizaron capacitaciones específicas a gerentes, supervisores y responsables de área en

roles de evacuación y respuesta a emergencias.

» Simulacros en sucursales de General Roca, Añelo y San Carlos de Bariloche.

» Capacitación en uso de extintores e hidrantes en Central de Flotas y Añelo.

» Revisión trimestral de roles y funciones de evacuación.

Control mensual de extintores, hidrantes y redes de incendio.

De cara a 2025, nuestro desafío será ampliar la cobertura de capacitación hasta alcanzar a la totalidad de los colaboradores, extender los simulacros de evacuación a todas las sucursales y avanzar en la digitalización de reportes de incidentes para facilitar su trazabilidad. En paralelo, continuaremos promoviendo una cultura proactiva, donde la seguridad sea asumida como un valor compartido y cotidiano en cada una de nuestras operaciones.





# Comunidad

En 2024 reforzamos nuestra manera de entender la sostenibilidad como un compromiso compartido, donde cada área de Nippon Car se involucra activamente en la gestión social y ambiental. Los lineamientos definidos por Toyota Argentina, a través del Dealer Evaluation Program (DEP) y del Estilo de Movilidad Toyota - Best in Town, nos brindaron un marco de objetivos claros y transversales, que vinculan de manera directa la gestión comercial con los criterios ESG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza).

La agenda del año estuvo marcada por hitos relevantes: la publicación de nuestro Reporte de Sostenibilidad, la continuidad del Programa de Integridad “Ser Mejores” con las políticas ABAC, el fortalecimiento de las alianzas educativas en el marco del Plan META y la implementación de prácticas profesionalizantes, la expansión del programa Impulsar +45 de reinserción laboral, y el crecimiento de Segunda Vida, nuestro proyecto de reutilización de airbags en la economía social. A su vez, sostuvimos el trabajo conjunto con Aves Argentinas y el Programa Patagonia, reafirmando nuestro compromiso con la conservación de la biodiversidad en la región.

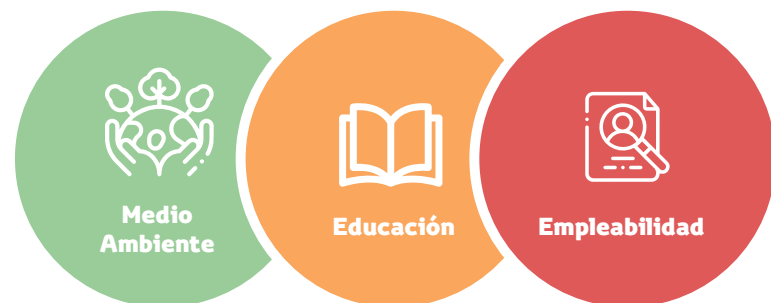
Las alianzas también fueron una pieza clave de nuestra estrategia. Renovamos nuestra membresía en el Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad (IARSE), que nos permite acceder a espacios de formación, networking y actualización permanente sobre tendencias en gestión sostenible. Este vínculo no solo nos enriquece como organización, sino que también nos da la oportunidad de compartir nuestras propias prácticas, desafíos y aprendizajes con otras empresas y referentes en nuestro país.



# Nuestros Pilares de Trabajo

Desde el área de Responsabilidad Social y Sostenibilidad diseñamos un plan de acción alineado a los estándares internacionales —como los ODS de Naciones Unidas, la ISO 26000 y los estándares GRI—, pero con un fuerte anclaje local en las comunidades donde

operamos. Nuestro compromiso se organiza en torno a tres pilares de trabajo: Medio Ambiente, Educación y Empleabilidad, que nos guían en el diseño de programas con impacto genuino y sostenible.



## Comité de Sostenibilidad

El Comité de Sostenibilidad de Nippon Car es el espacio institucional que asegura la integración de la sostenibilidad en nuestra estrategia y operaciones, articulando los esfuerzos de distintas áreas para que cada acción esté alineada con nuestros valores y objetivos de largo plazo.

En 2023 dimos un paso clave al actualizar su estructura, incorporando a las áreas de Medio Ambiente y Legales, y transfiriendo las responsabilidades previamente asignadas al área de Calidad. Esta decisión permitió dotar al comité de una mirada más amplia e integral, capaz de abordar los desafíos sociales, ambientales y de gobernanza de manera articulada.

Durante 2024, consolidamos este esquema de trabajo, con un comité integrado por representantes de Estrategia y Negocio, Capital Humano, Sostenibilidad, Comunicación, Medio Ambiente y Legales, quienes actúan de manera coordinada para impulsar iniciativas que generen valor para nuestros clientes, colaboradores, comunidad y cadena de valor.

El comité cuenta con un esquema de gobernanza ágil: se reúne formalmente dos veces al

año, con la posibilidad de convocar encuentros extraordinarios en caso de ser necesario. Este modelo nos permite mantener la capacidad de respuesta ante nuevos desafíos, al tiempo que fortalece la coherencia y la continuidad de nuestra gestión sostenible.

## Programa de ESG con Concesionarios de Toyota Argentina.

Desde el programa de Desarrollo de Sustentabilidad para Concesionarios, TASA nos acompaña desde 2018 en el desarrollo de nuestro Plan de Sostenibilidad Anual, estableciendo objetivos y ejes de trabajo beneficiosos no solo para el concesionario sino también para la red.

Mensualmente, cumplimos con espacios de intercambio y mejores prácticas, como así también de capacitación con especialistas en temáticas como: energías renovables, biodiversidad, gobernanza, anticorrupción, diversidad, reportes de sostenibilidad, GRI, ODS, economía popular, cadena de valor, entre otros.

**12** Encuentros Virtuales de Líderes de Sustentabilidad y Referentes de Áreas invitados

**1** Encuentro Presencial de Líderes de Sustentabilidad (ESG)

**+30** horas de acompañamiento, intercambios y capacitación

## ESG Award 2024

El ESG Dealer Award es una iniciativa anual de Toyota Argentina que reconoce a los concesionarios de la red que desarrollan proyectos destacados en los ejes Ambiental, Social y de Gobernanza. El concurso busca fomentar la integración de los criterios ESG en la gestión de cada concesionario, incentivar la participación de los equipos de trabajo y difundir buenas prácticas entre toda la red.

Durante 2024, en la segunda edición del concurso, participaron 43 concesionarios oficiales, con un total de 57 proyectos presentados: 12 ambientales, 40 sociales y 5 de gobernanza. Cada proyecto fue evaluado por un jurado interdisciplinario, considerando la claridad de los objetivos, la metodología de implementación, los resultados alcanzados y el aporte a la sostenibilidad del negocio y de las comunidades.

En esta edición, Nippon Car presentó dos iniciativas:

» **Ambiental:** “Nippon Zero: Hacia la neutralidad de carbono”, que reafirma nuestro compromiso de alcanzar la neutralidad de carbono en 2030 a través de operaciones sostenibles, eficiencia energética y reducción de emisiones.

» **Social:** “Conexión Híbrida: primer encuentro con tecnologías híbridas para escuelas técnicas”, una iniciativa educativa que complementa el Plan META, acercando a estudiantes de escuelas técnicas públicas con orientación automotriz a la filosofía Toyota y al funcionamiento de tecnologías híbridas mediante instancias teóricas y vivenciales.

El proyecto Nippon Zero fue seleccionado como finalista en la categoría Ambiental, obteniendo una distinción especial por su aporte a la estrategia climática y su alineación con el Desafío Ambiental 2050 de Toyota. Aunque no alcanzamos el primer puesto, esta experiencia fortaleció nuestro compromiso con la sostenibilidad y nos permitió compartir nuestras prácticas con toda la red nacional de concesionarios.



# Programas y actividades

En nuestra visión de comunidad, las acciones sociales operan como el puente entre lo que somos como organización y el entorno donde actuamos. En 2024 sostuvimos ese compromiso con una serie de programas estratégicos

que, más allá de su dimensión social, fortalecen vínculos con la educación y el desarrollo humano en las localidades donde estamos presentes. A continuación, presentamos los puntos más destacados del año:

## Prácticas profesionalizantes – Plan META

En 2024 fortalecimos nuestra alianza con las escuelas técnicas de la provincia a través del Plan META, un programa impulsado por Toyota Argentina que promueve prácticas profesionalizantes para estudiantes del último año. Esta iniciativa representa una oportunidad única para que jóvenes con orientación automotriz puedan complementar su formación académica con experiencias reales en un concesionario oficial.

competencias técnicas y habilidades interpersonales esenciales para su futuro laboral.

Además, como parte de su proceso formativo, los pasantes participaron de una visita a la planta de Toyota Argentina en Zárate, que les permitió conocer de primera mano la escala industrial, los procesos productivos y la filosofía de mejora continua que caracteriza a la marca. Mirando hacia 2025, nuestro objetivo es ampliar el alcance del programa, incorporando prácticas en distintos cuatrimestres y aumentando el número de participantes a cinco estudiantes por edición, en un esquema mixto que también contemple nuevas funciones en calidad, administración y gestión comercial. Con ello, buscamos no solo fortalecer la empleabilidad de los jóvenes de nuestra región, sino también abrir más espacios de inclusión y diversidad dentro de nuestro concesionario.

Durante el año recibimos a cuatro estudiantes de las escuelas técnicas EPET N.º 2 y EPET N.º 17, quienes se sumaron al área de Posventa en roles clave como asesoría de repuestos, mecánica en bahías express y de reparación, y atención al cliente en servicios. Con una duración de cuatro meses y una dedicación de cuatro horas diarias, los alumnos completaron más de 300 horas de práctica cada uno, adquiriendo



## Conexión Híbrida

Este programa surge como complemento al Plan META, con el objetivo de acercar a estudiantes de 6º año de escuelas técnicas públicas al mundo de las tecnologías híbridas y la filosofía Toyota. En 2024 desarrollamos talleres vivenciales en nuestro concesionario y partici-

pamos en la Expo Educativa de San Martín de los Andes. En total, recibimos 52 alumnos en talleres y otras 87 personas durante la presencia en la expo, sumando 139 jóvenes sensibilizados sobre esta tecnología emergente.



## Dream Car Art Contest

Desde septiembre de 2024 hasta febrero de 2025 se desarrolló la 10ª edición del concurso de dibujo Dream Car, en el que invitamos a menores de 16 años a imaginar su Toyota ideal. Realizamos dos actividades presenciales y una campaña

digital de promoción que convocó a 85 niños en los encuentros y recogió 65 dibujos participantes. A través de esta iniciativa incentivamos la creatividad y la vinculación con la marca.



## Segunda Vida: Reciclaje creativo y desarrollo local

El proyecto Segunda Vida continúa ganando fuerza. En alianza con el emprendimiento Wuelche de Bariloche, en 2024 elaboramos 500 kits materos confeccionados con airbags reciclados. Estas piezas —materas, yerberas y

porta mates— fueron distribuidas como regalos promocionales del área de Usados, poniendo en valor la economía circular y la reutilización con enfoque local.



## Empleabilidad - Impulsar +45 “Valorando tu experiencia”

Desde 2019 llevamos adelante Impulsar +45, un programa pionero en la red de concesionarios Toyota, diseñado para acompañar a personas mayores de 45 años en su proceso de reinserción laboral. Bajo el lema “Valorando tu experiencia”, esta iniciativa busca derribar barreras de edad en el mundo del trabajo, brindando a los participantes herramientas prácticas, actualización de conocimientos y motivación para fortalecer su empleabilidad en un mercado laboral cada vez más desafiante.

El programa se desarrolla en alianza con la Asociación Civil Diagonal, referente en inclusión laboral de +45 a nivel nacional, y con el acompañamiento de talleristas locales y oficinas de empleo municipales, que facilitan la convoca-

toria de candidatos y aseguran un anclaje real en cada comunidad donde se implementa.

La metodología consiste en 10 talleres intensivos de entre 3 y 4 horas, dictados de manera presencial o híbrida según cada edición. Los contenidos abarcan desde la diversidad generacional en las organizaciones, el edadismo y la psicología laboral, hasta el armado de CV, entrevistas laborales, inteligencia emocional, habilidades digitales y, más recientemente, el uso de inteligencia artificial aplicada al empleo. En 2024 celebramos la quinta edición del programa en la ciudad de Neuquén. Los resultados alcanzados hasta la fecha son el reflejo de un camino sostenido:



**136** egresados desde su lanzamiento.

**50** talleres dictados con más de 120 horas de capacitación acumuladas.

Dos ingresos laborales directos en Nippon Car, que representan una oportunidad real de vinculación entre el programa y nuestro negocio.

Más allá de los números, Impulsar +45 se ha transformado en un símbolo de inclusión y compromiso social dentro de nuestra gestión de sostenibilidad. A través de este programa no solo fortalecemos la empleabilidad de un grupo etario muchas veces relegado, sino que también reafirmamos nuestra convicción de que la experiencia, la resiliencia y la diversi-

dad generacional son valores que enriquecen a nuestras organizaciones y comunidades.

De cara a 2025, nuestro desafío es seguir expandiendo el alcance del programa y potenciar su impacto, reafirmando el compromiso de Nippon Car con una empleabilidad inclusiva y sostenible.

# Cadena de valor

En Nippon Car entendemos que nuestra gestión de sostenibilidad no se limita a nuestras operaciones internas, sino que se extiende a toda nuestra cadena de valor. Por eso, promovemos prácticas comerciales éticas, responsables y ambientalmente conscientes en cada una de las relaciones con nuestros proveedores.

Los principios que guían esta relación son claros:

- » Igualdad de condiciones, ofreciendo oportunidades justas y transparentes, con criterios de selección basados en calidad, cumplimiento, capacidad tecnológica y predisposición a la mejora continua (Kaizen).
- » Beneficio mutuo y confianza a largo plazo, fomentando relaciones duraderas que fortalezcan la competitividad del concesionario y de nuestros aliados comerciales.
- » Contribución a la economía local, priorizando la contratación de proveedores y servicios de Neuquén y Río Negro, especialmente en aquellas localidades donde tenemos mayor presencia operativa.

En 2024 trabajamos con una red de proveedores que incluye servicios críticos como limpie-

za, transporte y logística, gestión ambiental, insumos de posventa y apoyo operativo. La mayoría de ellos se encuentran en Neuquén Capital y Bariloche, acompañando el crecimiento de nuestras sucursales de mayor volumen de actividad.

Este enfoque también se alinea con nuestro Programa de Integridad "Ser Mejores" y con las Políticas Anticorrupción y Antisoborno (ABAC), promoviendo la transparencia en todas las etapas del proceso de contratación. Asimismo, la integración de criterios ambientales en la evaluación de proveedores refuerza nuestro compromiso con la sostenibilidad, asegurando que quienes nos acompañan compartan los mismos estándares de responsabilidad.

De cara a 2025, nuestro desafío será avanzar en la sistematización de indicadores de proveedores, con foco en tres dimensiones: proporción de compras a proveedores locales, incorporación de criterios ambientales y sociales en la evaluación de contratistas, y fortalecimiento de la trazabilidad de la cadena de valor.



Servicios generales

Limpieza, seguridad, salud y emergencias, electricidad, logística y transporte.



Servicios ambientales

Transporte y tratamiento de residuos sólidos urbanos, residuos peligrosos/especiales, mediciones de laboratorio ambiental, consultoría y gestión ambiental.



Servicios para IT

Licencias, suministro y mantenimiento de equipos, asesoramiento.



Otros servicios contratados

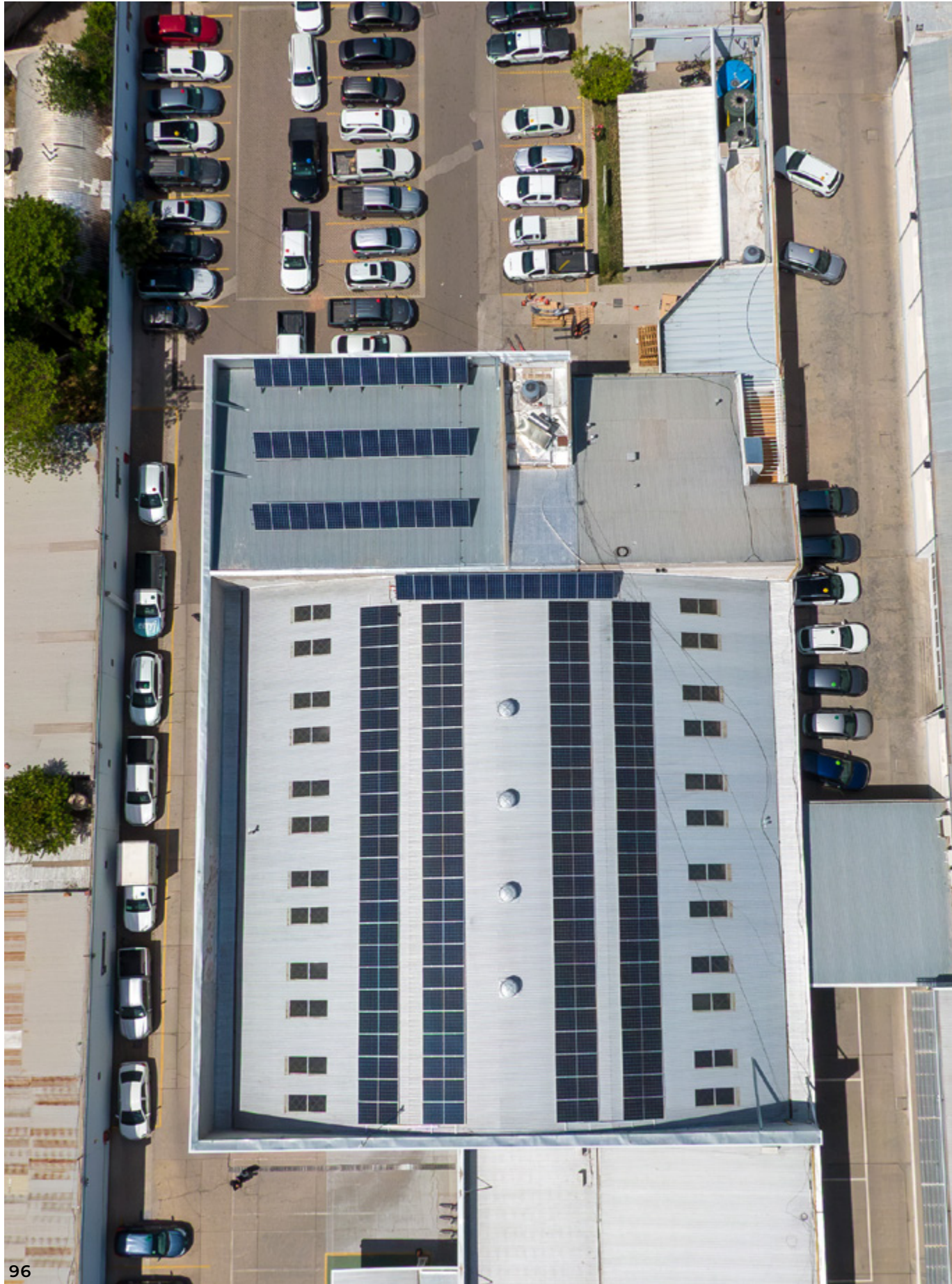
Consultorías especializadas, por proyectos, asesorías técnicas.





# Gestión Ambiental





# Nuestro compromiso

## Sistema de Gestión Ambiental

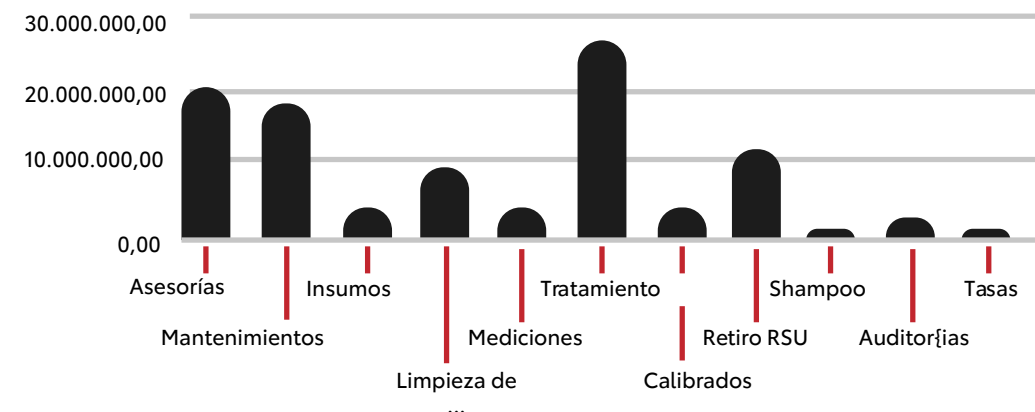
El compromiso ambiental de Nippon Car se materializa en una gestión integral basada en la mejora continua, el cumplimiento normativo y la alineación con los Desafíos Ambientales Toyota 2050.

Nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA), certificado bajo la norma ISO 14001, nos permite articular políticas, procedimientos y controles orientados a reducir los impactos de nuestras operaciones y a fortalecer una cultura ambiental entre todos los colaboradores.

Durante 2024 avanzamos en la actualización de este sistema, incorporando la gestión del cambio climático al contexto organizacional según la Declaración de Londres 2021 y la Resolución ISO 75/2023. También revisamos las expectativas de nuestras partes interesadas y reforzamos la trazabilidad de los indicadores de cumplimiento ambiental.

En este marco, destinamos \$100.419.946,60 a inversiones ambientales, principalmente en eficiencia energética, control de efluentes, gestión de residuos y mantenimiento preventivo de infraestructura.

Gastos Área Ambiente Nippon Car SRL Año 2024



# Desafíos ambientales Toyota

Como concesionario oficial Toyota, orientamos nuestra gestión a contribuir con los Desafíos Ambientales Toyota 2050, que pro-

mueven una movilidad sostenible y la reducción total de los impactos ambientales. Durante 2024 trabajamos:



## Desafío Ambiental Toyota 2050

## Acciones

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>CHALLENGE 1</b><br>New vehicle Zero CO2 Emissions Challenge                        | <b>Objetivo N° 1</b><br>Cero emisiones CO2 en unidades vehiculares                        | Incrementamos un 41 % las ventas de modelos híbridos respecto de 2023 (Corolla y Corolla Cross), reforzando nuestro aporte a la descarbonización del transporte.  |
| <b>CHALLENGE 2</b><br>Life Cycle Zero CO2 Emissions Challenge                         | <b>Objetivo N° 2</b><br>Disminución del CO2 generado en el ciclo de vida de los productos | Reforzamos la segregación de materiales reutilizables y reciclables, evitando su disposición en rellenos sanitarios. En 2024 se recuperaron aproximadamente 40 toneladas de materiales (pallets, cartón, papel, chatarra y plásticos/nylon), entregados a empresas recicladoras y emprendimientos locales.  |
| <b>CHALLENGE 3</b><br>Plant Zero CO2 Emissions Challenge                              | <b>Objetivo N° 3</b><br>Disminución del CO2 generados en sucursales                       | A través de la instalación de paneles solares en puntos estratégicos, contribuimos a la generación de energía limpia y al ahorro energético, acciones que se detallan en el segmento de Energía.  |
| <b>CHALLENGE 4</b><br>Challenge of Minimizing and Optimizing Water Usage              | <b>Objetivo N° 4</b><br>Gestión eficiente del agua  | Mantenemos caudalímetros y controles de efluentes en todos los lavaderos, junto con muestreos periódicos para asegurar el cumplimiento de los parámetros de descarga. En Casa Central contamos con una planta de tratamiento de aguas grises, que permite la reutilización parcial del agua y una reducción significativa en el consumo de red.   |
| <b>CHALLENGE 5</b><br>Challenge of Establishing a Recycling-based Economy and Systems | <b>Objetivo N° 5</b><br>Cultura del reciclaje y reutilización.                            | Impulsamos el proyecto Segunda Vida, que reutiliza telas de airbags en nuevos productos, y promovemos la entrega de papel, cartón y pallets a cooperativas y ONG locales, fomentando la economía circular y el desarrollo comunitario.  |
| <b>CHALLENGE 6</b><br>Challenge of Establishing a Future World in Harmony with Nature | <b>Objetivo N° 6</b><br>Sociedad en armonía con la naturaleza                             | Trabajamos para fortalecer nuestra relación con el entorno natural y promover una convivencia respetuosa con los ecosistemas donde operamos. Este compromiso se refleja en nuestras acciones de conservación de la biodiversidad junto a Aves Argentinas, a través del Programa Patagonia, y en las iniciativas impulsadas por el Programa Eco Dealer, que fomentan la educación ambiental, el desarrollo de áreas verdes, la gestión responsable de recursos y la concientización de nuestros equipos y comunidades. |

## Programa Eco Dealer

En línea con los lineamientos ambientales de Toyota Argentina, participamos activamente del Programa Eco Dealer, una iniciativa que busca fortalecer la gestión ambiental en toda la red de concesionarios oficiales del país. Su propósito es promover la aplicación de buenas prácticas, la concientización sobre el cuidado del ambiente y la mejora continua en la eficiencia de los recursos.

En Nippon Car asumimos este compromiso adoptando la mayoría de nuestras sucursales a los estándares del programa. A través de nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA), liderado por el área de Ambiente, implementamos acciones concretas que contribuyen a la mitigación de impactos y al uso racional de los recursos:

- » Eficiencia energética: utilización de luminarias LED, equipos eléctricos de bajo consumo (categoría A++ y A+++), cortadores automáticos de energía y políticas internas con horarios definidos de encendido y apagado.
- » Gestión del agua: instalación de griferías de corte automático, control de consumos y uso

de productos biodegradables en los lavaderos de posventa.

» Gestión de residuos: cuantificación y trazabilidad de los residuos generados, promoción del reciclado y reutilización, y control mensual de variables ambientales para su reducción progresiva.

» Infraestructura sostenible: incorporación de sensores de movimiento en luminarias, ventilación natural y mejoras edilicias orientadas al ahorro energético.

» Promoción ambiental: creación y mantenimiento de áreas verdes exteriores en sucursales, junto con campañas internas de concientización sobre el cuidado del entorno.

Estas acciones reflejan nuestro compromiso de alinear la gestión ambiental del concesionario con los estándares globales de Toyota, fortaleciendo la cultura corporativa de respeto por el ambiente y contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con producción y consumo responsables, energía limpia y acción climática.



**CO2 0** Cero emisiones de Co2 en nuevos vehículos

**CO2 0** Cero emisiones de Co2 en el ciclo de vida del producto

**CO2 0** Cero emisiones de Co2 en las plantas de fabricación de vehículos

**Minimización y optimización del uso del agua**

**Establecer una sociedad basada en la cultura del reciclado**

**Establecer una sociedad futura en armonía con la naturaleza**



## Certificación ISO 14001

En marzo de 2024 realizamos la auditoría de seguimiento de nuestro Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001, a cargo del ente certificador TÜV Rheinland. Este proceso permitió mantener la certificación vigente y ampliar su alcance a las nuevas instalaciones de Posventa Bariloche (Esandi 3330) y Central de Flotas Neuquén (Aguado 2345).

La certificación ISO 14001 confirma la madurez de nuestro sistema, la eficacia de los con-

troles y la mejora continua de nuestros procesos ambientales. Representa también un reconocimiento al compromiso y la participación activa de todas las personas que integran Nippon Car, quienes hacen posible una gestión ambiental sólida y alineada con los estándares internacionales.

Gestión del agua: instalación de griferías de corte automático, control de consumos y uso

## Nippon Zero: hacia la neutralidad de carbono 2030

### Proyecto estratégico de gestión climática

En 2024 dimos un paso fundamental con la puesta en marcha de Nippon Zero, nuestro plan de acción climática cuyo propósito es alcanzar la neutralidad de carbono en 2030.

Este proyecto, liderado por el área de sostenibilidad junto al equipo de Ambiente, permitió realizar por primera vez un inventario integral de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) bajo las metodologías GHG Protocol y ISO 14064-1, abarcando las operaciones de todas las sucursales.

El inventario 2023-2024 arrojó un total de 716,78 tCO<sub>2</sub>e, distribuidas en:

- » Alcance 1: 220,5 tCO<sub>2</sub>e (30,8 %)
- » Alcance 2: 127,5 tCO<sub>2</sub>e (17,8 %)
- » Alcance 3: 368,7 tCO<sub>2</sub>e (51,4 %)

A partir de estos resultados, definimos un Plan de Mitigación 2024-2030 con metas verificables:

» Reducir un 26,4 % las emisiones de los alcances 1 y 2, y un 35,5 % las del alcance 3.

» Incrementar el uso de energías renovables y la eficiencia energética.

» Implementar movilidad sostenible en todas las sucursales.

» Impulsar compras sustentables y la revalorización de materiales mediante programas de economía circular.

» Avanzar en acciones de compensación a través de energía limpia, bonos de carbono y proyectos de reforestación nativa.

Con esta iniciativa, Nippon Car se posiciona como uno de los primeros concesionarios Toyota de Argentina en contar con una línea base completa de emisiones y una meta Net Zero 2030, integrando la gestión climática a la estrategia del negocio y al propósito global de Toyota de alcanzar la neutralidad de carbono.



# Certificado

**Normativa de aplicación ISO 14001:2015**

N° registro certificado 01 10406 1728652

**Titular del certificado:** Nippon Car S.R.L.  
Perticone 2095  
8300 Neuquén  
Neuquén  
Argentina

con las delegaciones según anexo

**Ámbito de aplicación:** Venta de vehículos y servicio post venta oficial de la marca TOYOTA. Venta de repuestos.

Mediante una auditoría se verificó el cumplimiento de los requisitos recogidos en la norma ISO 14001:2015.

**Validez:** Este certificado es válido desde 2023-07-05 hasta 2026-03-27.  
Primera certificación 2011  
Fecha de auditoría de recertificación 2023-02-24  
Fecha de expiración del último ciclo 2023-03-27.

2024-07-31

TÜV Rheinland Argentina S.A.  
Av. Cabildo 642, Piso 2 - Buenos Aires

www.tuv.com

IAF  
International Accreditation Forum

OAA  
Organismo Argentino de Acreditación

TÜVRheinland®  
Precisely Right.



# Emisiones y gestión del carbono

En línea con nuestro compromiso de avanzar hacia operaciones cada vez más sostenibles, realizamos anualmente la medición de emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) correspondientes al alcance 1, que incluye el consumo de gas natural y combustibles en nuestras sucursales.

Durante 2024, la medición registró un incremento del 8,9 % en las toneladas de CO<sub>2</sub> generadas respecto del año anterior. Este resultado se encuentra directamente relacionado con el mayor nivel de actividad operativa, ya que los servicios realizados crecieron un 17,5 % en el mismo período.

Medición 2023 **413,97 TN CO<sub>2</sub>**

Medición 2024 **454,77 TN CO<sub>2</sub>**

Detalle medición 2024:

| Sucursal                   | TN CO <sub>2</sub> |
|----------------------------|--------------------|
| Perticone (Casa central)   | 105.71             |
| Aluminé                    | 172.88             |
| Aguado (Central de Flotas) | 65                 |
| Suc. Añelo                 | 1.42               |
| Suc. Roca                  | 50.75              |
| Suc. Bariloche             | 59.01              |

Aun con este aumento, mantenemos un enfoque de gestión responsable de nuestras emisiones, reforzando controles operativos y acciones de eficiencia energética en todas las sedes. Las revisiones periódicas de calderas, compresores y sistemas de climatización, junto con el mantenimiento preventivo y la optimización de los procesos de lavado, forman parte de nuestras prácticas permanentes para reducir el consumo de recursos y minimizar las emisiones.

La gestión de emisiones se encuentra integrada al plan estratégico Nippon Zero: hacia la neutralidad de carbono 2030, que amplía el alcance de la medición a los niveles 1, 2 y 3 y establece metas verificables de reducción y compensación para los próximos años.

## Huella de Carbono Nippon Car SRL

Periodo Junio 2023 - Mayo 2024

| Sucursal     | TN CO <sub>2</sub>     |
|--------------|------------------------|
| Emisiones    | TN (CO <sub>2</sub> e) |
| Alcance 1    | 220,5                  |
| Alcance 2    | 127,54                 |
| Alcance 3    | 368,74                 |
| <b>Total</b> | <b>716,78</b>          |



## Residuos

En Nippon Car gestionamos los residuos bajo un enfoque integral que combina cumplimiento normativo, economía circular y alianzas con actores locales. A través del procedimiento PGA\_013, establecemos los lineamientos para la segregación, acopio, transporte y disposición final de los residuos generados en todas nuestras sucursales. Este procedimiento, revisado anualmente, garantiza la trazabilidad de los materiales y promueve la minimización de los volúmenes generados.

Durante 2024 fortalecimos la red de vinculación con recicladores locales, pymes y organizaciones sociales, que nos permiten valorizar una parte significativa de los residuos y reducir su disposición final. De esta manera, favorecemos el desarrollo de economías circulares regionales y la creación de nuevos productos a partir de materiales recuperados.

Entre los principales avances del año se destacan:

» La firma de un convenio con Deco Klart, pyme rionegrina dedicada al reciclaje de plásticos, a la cual entregamos los envases vacíos de líquidos limpiaparabrisas provenientes del área de posventa. Estos envases se transforman en nuevos productos como envases de alimentos para mascotas o utensilios para el hogar, generando un circuito formal de reaprovechamiento.

» La colaboración con la Asociación de Sordos de Neuquén y la Dirección de Ambiente mu-

nicipal para la creación de una planta comunitaria de compostaje, mediante la donación de pallets en desuso. Esta iniciativa combina sostenibilidad ambiental e inclusión social, al incorporar a la comunidad sorda en la gestión de residuos orgánicos.

» La continuidad de las donaciones de materiales reutilizables (pallets, neumáticos, cartón, vidrios y metales) a emprendimientos, ONG y empleados, extendiendo la vida útil de los materiales.

Los residuos no reciclables se envían al Complejo Ambiental Neuquén (CAN), donde son gestionados bajo las mejores tecnologías disponibles para su separación, compostaje, disposición final y generación de biogás, que es utilizado para el autoabastecimiento energético del propio complejo.

Durante el año, se gestionaron aproximadamente 94 toneladas de residuos, de las cuales un porcentaje significativo fue derivado a procesos de reutilización y reciclaje. Los materiales más relevantes fueron pallets de madera, cartón, metales y vidrio.





# Gestión de Residuos

|   |                                       |   |   |   |  |  |  |
|---|---------------------------------------|---|---|---|--|--|--|
|    | Papel/cartón<br><b>13.700 kg</b>      | Un 5% más en relación a lo generado en 2023 pero se tiene un 24 % más de unidades en total respecto del 2023. | Se entrega a recicladores locales para gestionar su venta para autosustento, es materia prima para empresas papeleras locales                           |   |  |  |  |
|    | Neumáticos<br><b>1.002 kg</b>         | Una disminución del 43% menos de unidades generadas que en 2023.  | Donación para reutilizar a particulares y/o empleados.  |    | Airbags<br><b>114 kg</b>                       |  |  |
|   |                                       |   |   |   | No hay datos para referenciar de 2023.         | Donación para reutilizar en alianza con Wuelche.         |  |
|   | Pallets de madera<br><b>18.041 kg</b> | Un 44% más en relación a 2023   | Donación a particulares y/o empleados para reutilizar.  |    | Residuos Sólidos especiales<br><b>28301 kg</b> | Un 20 % más en relación a 2023                           | Enviados a tratamiento especial, incineración con hornos pirolíticos controlados         |
|  | Metales<br><b>3.755 kg</b>            | Un 73 % más respecto de lo generado en 2023   | Se vende a recicladores locales para procesar el metal como scrap   |  | Residuos Líquidos Especiales<br><b>167 m3</b>  | Un 16 % más en relación a 2023                           | Enviados a tratamiento, adecuación para reutilización como combustible segunda categoría |
|  | Plásticos<br><b>718 kg</b>            | Un 64% más respecto de lo generado en 2023  | Donación para reutilizar en alianza con PYME local Deco Klart, emprendimiento local triple impacto, que fabrica materiales con plástico 100 % reciclado |   | RSU (asimilables urbanos)<br><b>54.837 kg</b>  | Menos de un 0,5 % más en relación a lo generado en 2023. | Envío a rellenos sanitarios y/o vertederos municipales de las diferentes localidades     |
|  | Vidrio<br><b>3305 kg</b>              | 31% más en relación con 2023  | Parabrisas, destino: vertedero municipal controlado, materiales gestionados por cooperativa local.  |   |  |  |  |



# Energía

En Nippon Car, trabajamos para mejorar continuamente nuestro desempeño energético, integrando prácticas que promuevan la eficiencia y la transición hacia fuentes renovables en todas nuestras operaciones. La energía eléctrica es un recurso esencial para el funcionamiento de nuestras sucursales, y su consumo representa uno de los principales aspectos ambientales de nuestra gestión.

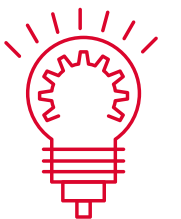
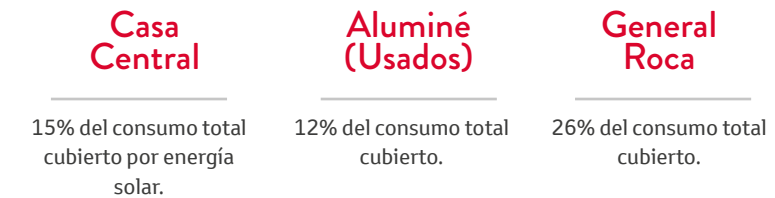
Durante 2024, consolidamos las acciones vinculadas a nuestro Sistema de Gestión Ambiental y la Política de Eficiencia Energética, implementada desde 2021, que orienta a reducir consumos innecesarios, reemplazar equipos por alternativas de bajo consumo y fomentar hábitos responsables entre todos los colaboradores. Esta política, difundida en toda la organización y disponible en nuestra web, refleja el compromiso de la empresa con el uso racional de los recursos y la mejora continua del desempeño energético.

Actualmente, tres de nuestras sucursales — Casa Central y Usados (Neuquén Capital) y

General Roca— cuentan con sistemas de generación solar fotovoltaica, que en conjunto produjeron 65.800 kWh de energía durante 2024, equivalente a aproximadamente un 13% del consumo eléctrico total del concesionario. Este aporte proviene de 274 paneles solares activos, cuya operación se mantuvo estable durante el año, realizándose únicamente tareas de mantenimiento preventivo y de adecuación de tableros eléctricos para su futura inclusión en el régimen nacional de Generación Distribuida, que permitirá inyectar excedentes de energía a la red pública.

En términos de consumo, el total registrado en 2024 ascendió a 683.733 kWh, distribuidos principalmente entre las sucursales de Casa Central (246.763 kWh), Aluminé (203.925 kWh) y Central de Flotas (151.788 kWh), seguidas por General Roca (68.434 kWh), Bariloche (53.910 kWh) y Añelo (3.312 kWh).

La generación solar representó una proporción significativa del consumo en cada sede:



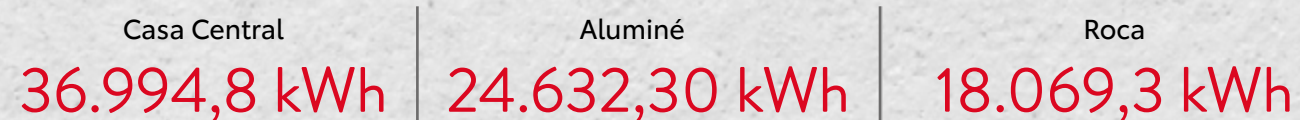
De esta manera, avanzamos en la reducción de emisiones asociadas al uso energético, fortaleciendo la transición hacia una operación más eficiente y sustentable. Para los próximos años, proyectamos ampliar la generación solar e incorporar nuevos sistemas de monitoreo digital

de consumo, que nos permitan identificar oportunidades de mejora en tiempo real y seguir contribuyendo al cumplimiento de los Desafíos Ambientales Toyota 2050 y nuestro compromiso con la neutralidad de carbono al 2030.

Datos de Medición 2024



Paneles solares por sucursal



Consumo de energía por sucursal



| Sucursal                   | Consumo total (kWh) | Energía generada por paneles solares (kWh) | % de consumo cubierto por energía renovable |
|----------------------------|---------------------|--|---|
| Casa Central               | 246.763,19          | 36.994,8                                   | 15%   |
| Aluminé (Usados)           | 203.925,70          | 24.632,3                                   | 12%   |
| General Roca               | 68.434,60           | 18.069,3                                   | 26%   |
| Aguado (Central de Flotas) | 151.788,20          | —  | —   |
| Añelo                      | 3.312,00            | —  | —   |
| Bariloche                  | 53.910,00           | —  | —   |
| <b>Total general</b>       | <b>728.133,69</b>   | <b>79.696,4</b>                            | <b>≈ 13%</b>                                |



# Agua y efluentes

El agua es un recurso esencial para la operación de nuestros talleres y lavaderos. En Nippon Car la gestionamos con responsabilidad, buscando reducir el consumo de agua potable, promover la reutilización de efluentes y garantizar el cumplimiento de los estándares ambientales y legales aplicables.

El recurso proviene de las redes municipales y provinciales y su uso se controla mensualmente mediante la lectura de caudalímetros instalados en áreas críticas, como los lavaderos, y el seguimiento de las facturas emitidas por los entes reguladores. Los datos son reportados a Toyota Argentina S.A. como parte de los objetivos ambientales del Sistema de Gestión Ambiental certificado bajo norma ISO 14001, que exige la evaluación constante del desempeño hídrico y la eficiencia de las operaciones.

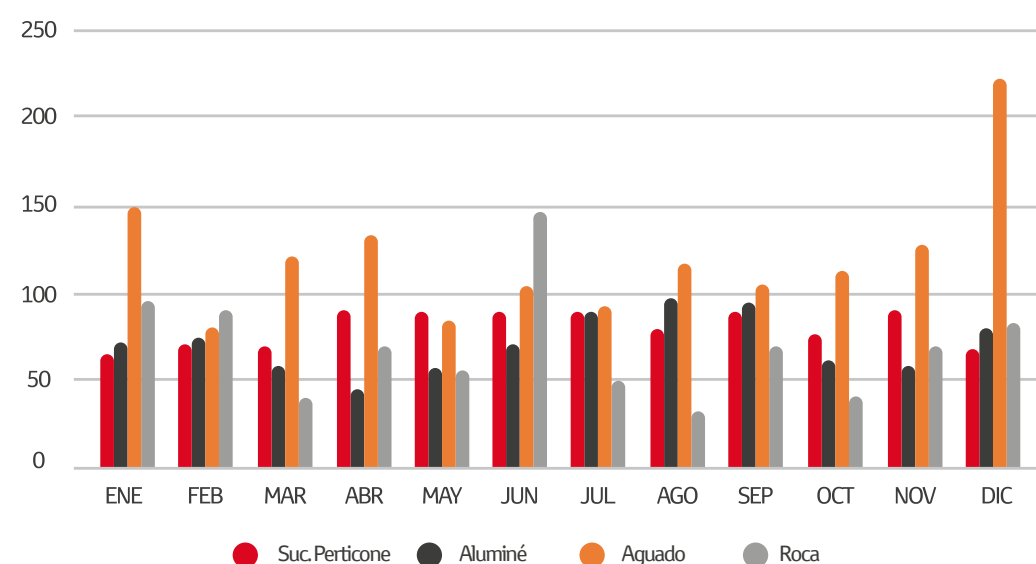


## Eficiencia y uso responsable

Durante 2024, se realizaron mantenimientos y adecuaciones para reducir pérdidas por filtraciones y goteos, además de la instalación de canillas con corte automático y sistemas duales de descarga en los sanitarios de uso público. Estas medidas contribuyen directamente a la reducción del consumo de agua en actividades de soporte, sin afectar la calidad del servicio al cliente.

Los lavaderos de cada sucursal representan el principal punto de consumo. En la siguiente figura se muestra el comportamiento mensual de consumo promedio por vehículo lavado (L/ unidad), destacando la estabilidad lograda en Casa Central (Perticone) y Aluminé, y un mayor consumo relativo en la Central de Flotas (Aguado), explicado por el tipo de unidades 0 km que requieren un acondicionamiento intensivo previo a su entrega.

## Consumo de agua (L/Vehículo) Año 2024



# Reutilización y tratamiento de aguas grises

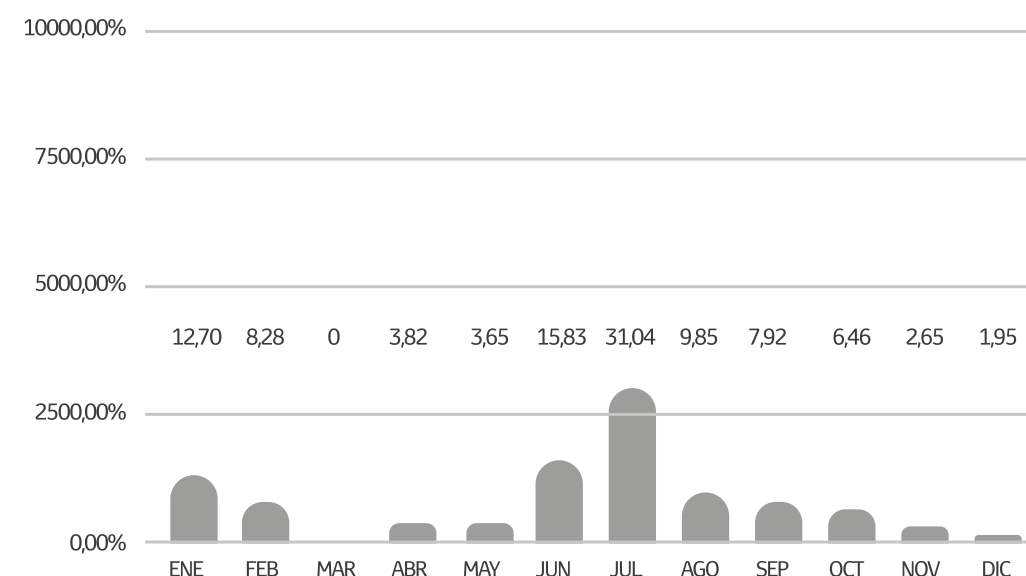
Desde 2018, en la sucursal Casa Central funciona una planta de tratamiento secundario de aguas grises mediante un sistema de oxidación por ozono, que permite recuperar parte del agua proveniente del lavado de vehículos para su reutilización en el mismo proceso. Este sistema no solo reduce el consumo de agua potable, sino que también minimiza los efluentes

volcados a la red cloacal.

Durante 2024, la planta permitió reutilizar aproximadamente el 11% del agua total utilizada en el sector de lavadero, lo que equivale a 97 m<sup>3</sup> de aguas tratadas sobre un total de 823 m<sup>3</sup> consumidos.

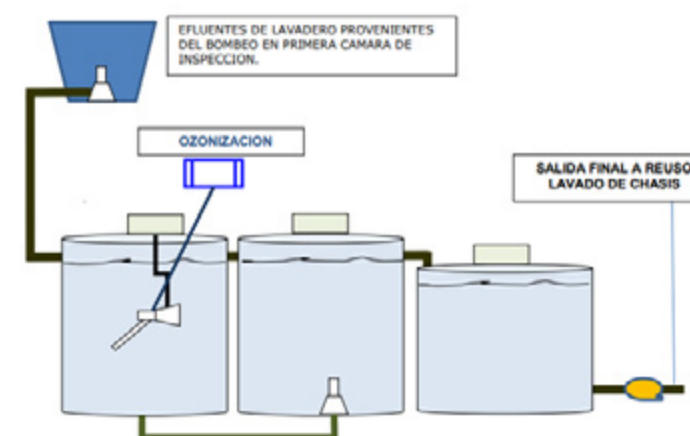


## % Tasa de Reutilización de agua - Perticone 2024



La siguiente imagen ilustra el esquema del proceso de degradación oxidativa aplicado en la planta de tratamiento:

Este sistema se complementa con la utilización de un shampoo biodegradable, formulado en un 90% a base de agua, lo que reduce el impacto químico de los efluentes sobre el sistema cloacal y facilita su tratamiento.





| Sucursal                   | Consumo promedio (L/ unidad) | Volumen total estimado (m <sup>3</sup> ) | % Reutilización | Observaciones                                |
|----------------------------|------------------------------|--|-----------------|--|
| Casa Central (Perticone)   | 79                           | 823                                      | 11%             | Planta de recuperación por ozonización.      |
| Aluminé (Usados)           | 70                           | 576                                      | —               | Consumo estable.                             |
| General Roca               | 68                           | 438                                      | —               | Buen desempeño por mantenimiento de equipos. |
| Aguado (Central de Flotas) | 119                          | 1.245                                    | —               | Mayor consumo por lavado de unidades nuevas. |
| Bariloche                  | —                            | —  | —               | Sin lavadero.                                |
| Añelo                      | —                            | —  | —               | Sin lavadero.                                |

### Desempeño y próximos pasos

- » Se mantuvo la operación eficiente de la planta de recuperación en Casa Central.
- » Se controlaron las descargas y se realizaron muestreos periódicos de efluentes, todos conformes a normativa local.
- » Se estandarizaron prácticas de lavado, optimizando la dosificación de productos de limpieza y reduciendo la carga contaminante.

### Metas 2025:

- » Incrementar la tasa de reutilización de aguas grises a +15%.
- » Evaluar la factibilidad de replicar el sistema de tratamiento en otra sucursal de alto consumo.
- » Implementar un programa de control de consumos en tiempo real a través de sensores de flujo conectados a tableros digitales.
- » Mantener el 100% de cumplimiento normativo en calidad de efluentes.



*En total, se estima que la red de lavaderos utilizó alrededor de 3.082 m<sup>3</sup> de agua durante 2024.*



## Biodiversidad

En Nippon Car reafirmamos nuestro compromiso con la conservación de la biodiversidad patagónica a través de alianzas estratégicas que fortalecen nuestro vínculo con el entorno natural en el que operamos. Desde hace más de siete años trabajamos junto a Aves Argentinas en el marco del Programa Patagonia, una iniciativa dedicada a la protección de especies emblemáticas, la restauración de ecosistemas y la generación de conocimiento científico sobre la biodiversidad del sur argentino.

La Patagonia Argentina alberga una de las biodiversidades más valiosas del país, donde conviven las ecorregiones de Bosques Patagónicos, Estepa Patagónica y Altos Andes. Este equilibrio natural enfrenta amenazas crecientes derivadas del cambio climático, la contaminación y la pérdida de hábitat. Por eso, colaboramos activamente con el Programa Patagonia para apoyar sus acciones de conservación, educación y restauración ambiental.



## Nuestro trabajo conjunto con Aves Argentinas

Durante 2024, continuamos acompañando las campañas de conservación y una flota compuesta por cinco camionetas Hilux y una SW4, que se destinan al trabajo de campo en zonas remotas. Desde nuestro equipo técnico de la sucursal Bariloche, realizamos el mantenimiento de estas seis unidades, con ocho ingresos a servicio durante el año, alcanzando una inversión total aproximada de \$2.684.100 destinada a garantizar la operatividad, seguridad y continuidad de las misiones de campo del Programa Patagonia.

la Fundación Garrahan. Estas actividades incluyeron la entrega de materiales didácticos y ecológicos —semillas, compost, guías de aves y bolsas reutilizables—, alcanzando a más de 560 personas en localidades como El Chaltén, Río Gallegos, Caleta Olivia, Los Antiguos y Perito Moreno.

A lo largo del año, el Programa desarrolló acciones de educación ambiental en articulación con la Secretaría de Ambiente de Santa Cruz, promoviendo la participación ciudadana en la recolección de residuos electrónicos para el Programa de Reciclado y Medio Ambiente de

Asimismo, se llevaron a cabo charlas, talleres y conteos participativos de especies, incluyendo el Macá Tobiano, el Chorlito Ceniciento y el Huillín, tres especies clave para la salud de los ecosistemas acuáticos de la Patagonia. En conjunto con guardaparques y comunidades locales, se fortalecieron las acciones de monitoreo y restauración de hábitats en áreas protegidas como Parque Nacional Lago Puelo, la Cuenca del Río de las Vueltas y la Meseta del Lago Buenos Aires.

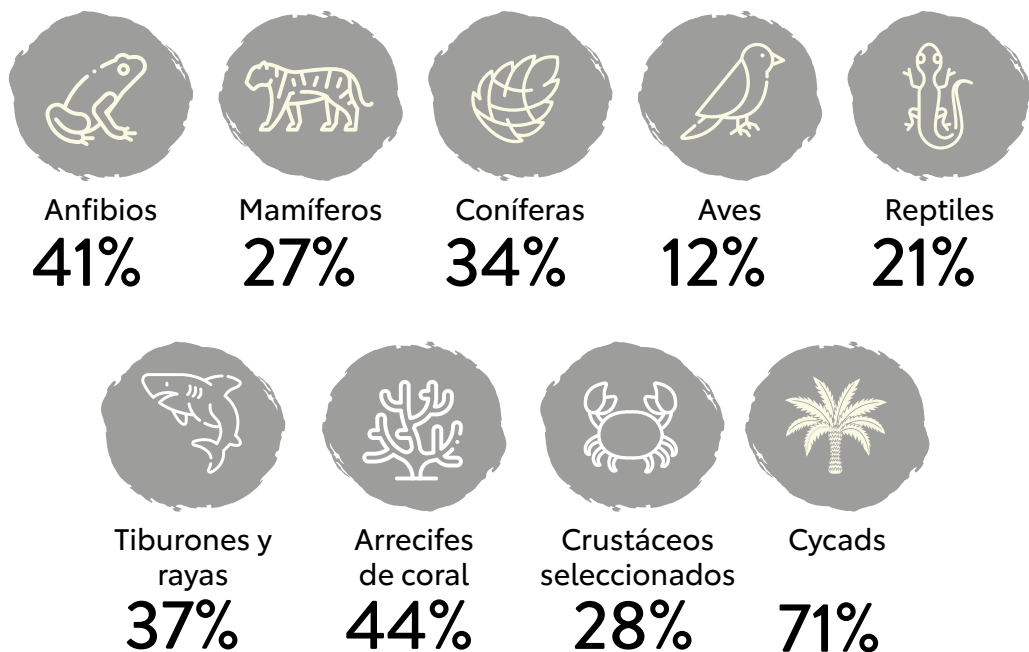


### Resultados destacados 2024

- Población estable de ~730 individuos de Macá Tobiano protegidos directamente.
- Protección directa de 6 especies amenazadas y más de 100 especies de manera indirecta.
- Restauración de 3 ecosistemas clave mediante limpieza y manejo de cuerpos de agua.
- Participación de 33 voluntarios y voluntarias provenientes de Argentina, Chile, Costa Rica y Perú.
- Más de 50 publicaciones en medios, 30 charlas educativas y 5 artículos científicos publicados.
- Actividades de conservación y monitoreo en 8 Parques Nacionales de la Patagonia argentina.



Según el último registro de la Lista Roja de la UICN para América del Sur, 194 especies se encuentran en peligro, incluyendo plantas, mamíferos, aves, reptiles, anfibios y peces. Estas cifras subrayan la necesidad de redoblar esfuerzos para preservar el equilibrio natural en nuestras comunidades.



### Educación ambiental y sensibilización

“Cuidar la biodiversidad es cuidar la vida en la Patagonia. Nuestra alianza con Aves Argentinas refuerza el compromiso de Toyota y de Nippon Car con la conservación y la educación ambiental.”

Nuestra alianza también nos permite contribuir al componente educativo del Programa Patagonia, que brinda oportunidades de aprendizaje y formación a estudiantes, docentes y comunidades locales. En 2024, se llevaron adelante más de 1.000 actividades de divulgación, con un enfoque participativo y de aprendizaje en campo, que promueve el respeto por la naturaleza y el compromiso con la protección de las especies.

A través de esta cooperación, en Nippon Car fortalecemos nuestro propósito de generar un impacto ambiental y social positivo, apoyando el trabajo científico y comunitario que busca preservar los ecosistemas patagónicos. Continuaremos acompañando el crecimiento del Programa Patagonia y promoviendo la conciencia ambiental entre nuestros colaboradores, clientes y comunidades vecinas.



### Difusión y sensibilización desde redes sociales

Por otro lado, reforzamos nuestro compromiso con la educación ambiental y la sensibilización ciudadana, utilizando nuestras redes sociales como un espacio activo para compartir conocimiento sobre la biodiversidad patagónica y las especies que buscamos proteger junto a Aves Argentinas.

A través de campañas visuales y publicaciones educativas, invitamos a nuestra comunidad digital a conocer más sobre los ecosistemas del sur argentino, sus especies endémicas y los desafíos que enfrenta la conservación en la región. Estas acciones de comunicación no solo amplifican el alcance del Programa Patagonia, sino que también fortalecen el vínculo entre la ciencia, la sociedad y la acción ambiental responsable.

Durante el año difundimos contenidos sobre:

» El Macá Tobiano, especie emblemática del Programa Patagonia, destacando el inicio de su temporada de cría y las tareas de monitoreo en campo.

» La importancia de especies endémicas como el Chinchillón Anaranjado y el Chorlito Ceniciento, sensibilizando sobre su rol en el equilibrio ecológico.

» La protección de los ecosistemas marinos y terrestres de la Patagonia, con fotografías de campo y mensajes inspiradores sobre la riqueza natural de la región.

» Las tareas del equipo técnico del programa en terreno, a través de publicaciones que mostraron las campañas de investigación y los recorridos por áreas remotas.

Con estas iniciativas logramos acercar la conservación a nuevos públicos, potenciando el valor educativo de nuestra alianza con Aves Argentinas y fortaleciendo la cultura ambiental entre nuestros seguidores, colaboradores y clientes.



# Conclusiones del ejercicio 2024

Durante 2024 consolidamos una gestión integral guiada por los principios de mejora continua, innovación y compromiso con la sostenibilidad. Este fue un año de crecimiento, de fortalecimiento de nuestras operaciones en toda la región y de profundización en las dimensiones ambiental, social y de gobernanza (ESG) que definen nuestro propósito.

A lo largo del período, logramos equilibrar los objetivos comerciales con el bienestar de las personas y el cuidado del ambiente, reafirman-

do nuestro rol como concesionario Toyota en nuestro país, comprometido con el desarrollo sostenible de Neuquén y Río Negro.

## Desafíos y prioridades para 2025

Mirando hacia el futuro, el foco estará puesto en profundizar nuestra transformación digital, promover la eficiencia de los recursos, potenciar el desarrollo del talento y continuar generando valor compartido para nuestros grupos de interés.

---

*“Cada avance de este año nos acerca a un mismo propósito: seguir construyendo una empresa responsable, innovadora y comprometida con las personas y el ambiente.”*

---

Incorporar inteligencia artificial para la priorización de leads y tableros en tiempo real.



Incrementar la reutilización de aguas grises al 15 % y evaluar la replicación de plantas en nuevas sucursales.

Superar el 50 % de residuos valorizados y mantener 100 % de cumplimiento normativo ambiental.



Extender el programa de evaluaciones de desempeño al 100 % del personal.

Consolidar el Programa Nippon Zero, estableciendo metas de reducción de emisiones hacia 2030.



Fortalecer alianzas comunitarias y expandir los programas de empleabilidad y educación técnica.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Nippon Car SRL ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre 01/01/2024 y 31/12/2024 utilizando como referencia los Estándares GRI.

GRI usado: GRI 1- Fundamentos 2021



| Estandar GRI   | Ubicación en el reporte   | Página           |
|--|---|------------------|
| <b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>   |   |                  |
| Contenidos   |   |                  |
| Uso de Estándares GRI 2021 “en referencia”   | Apertura – Sobre este Reporte   | 25               |
| Principios aplicados (precisión, equilibrio, etc.)   | Apertura – Sobre este Reporte   | 25               |
| Declaración del proceso de materialidad  | Apertura – Materialidad   | 20-23            |
| <b>GRI 2: Contenidos Generales</b>   |   |                  |
| <b>La organización y sus prácticas de presentación de informes</b>                         |   |                  |
| Contenidos   |   |                  |
| 2-1 Detalles organizacionales  | Apertura – Quiénes somos  | 10-13            |
| "2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad"                 | Apertura – Quiénes somos  | 10-13            |
| "2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto"                           | Apertura – Sobre este Reporte   | 25               |
| <b>Actividades y trabajadores</b>  |   |                  |
| 2-6 Actividades comerciales, clientes y cadena de valor                                    | Eje Negocio – Estrategia comercial / Unidades de Negocio / Eje Social - Cadena de Valor | 36-38, 44-65, 92 |
| 2-7 Empleados  |   | 74, 75           |
| <b>Gobernanza</b>  |   |                  |
| 2-9 Estructura de gobernanza   | Eje Social – Nuestra gente  | 30, 31, 86       |
| 2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos | Eje Gobernanza – Estructura y Comité  | 30, 32, 86       |
| 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos                           | Eje Gobernanza – Comité de Sustentabilidad  | 86               |
| 2-16 Comunicación de inquietudes críticas  | Eje Comunidad – Comité de Sustentabilidad   | 32, 33           |
| "2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno"                              | Eje Gobernanza – Integridad   | 30-33, 41        |
| <b>Estrategia, políticas y prácticas</b>   |   |                  |
| 2-22 Declaración de estrategia de desarrollo sostenible                                    | Eje Gobernanza – Auditorías y control   | 8,9              |
| 2-23 Compromisos y políticas   | Carta de Socios Gerentes  | 32-33            |
| 2-24 Incorporación de compromisos y políticas  | Gobernanza – Programa de Integridad   | 32-33            |
| 2-25 Procesos para remediación de impactos negativos                                       | Gobernanza – Programa de Integridad   | 32-33            |
| 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes                        | Gobernanza – Integridad y cumplimiento  | 32-33            |
| <b>Participación de los grupos de interés</b>  |   |                  |
| 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés                                | Gobernanza – Canales de denuncia  | 20-21            |
| 2-30 Convenios de negociación colectiva  | Apertura – Grupos de interés  | 75               |

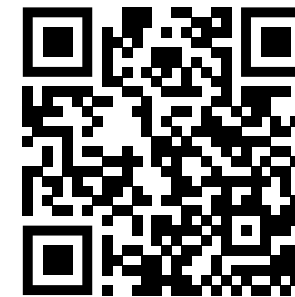
| Estandar GRI                   | Ubicación en el reporte  | Página |
|--------------------------------|--|--------|
| <b>GRI 3: Temas Materiales</b> |  |        |
| Contenidos                     |  |        |
| 3-1 Proceso de materialidad    | Eje Social – Nuestra gente   | 20-23  |
| 3-2 Lista de temas materiales  | Apertura – Materialidad<br>priorización en matriz de materialidad        | 22-23  |
| 3-3 Enfoque de gestión         | Todos los temas materiales a lo largo de todos los capítulos del reporte |        |

| Estandar GRI   | Ubicación en el reporte                                | Página   |
|--|--|----------|
| <b>GRI 201: Económico</b>  |  |          |
| Contenidos   |  |          |
| 201-1 Valor económico directo generado y distribuido                                 | Eje Negocio – Resultados económicos                    | 43       |
| <b>GRI 203: Desarrollo indirecto</b>   |  |          |
| Contenidos   |  |          |
| 203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados                            | Eje Negocio – Inversiones / Apertura nuevas sucursales | 42-43    |
| <b>GRI 205: Anticorrupción</b>   |  |          |
| Contenidos   |  |          |
| 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción       | Eje Gobernanza – Integridad y PLAFT/UIF                | 32-33    |
| <b>GRI 302: Energía</b>  |  |          |
| Contenidos   |  |          |
| 302-1 Consumo de energía dentro de la organización                                   | Eje Ambiental – Energía                                | 109-111  |
| 302-3 Intensidad energética  | Eje Ambiental – Energía                                | 109-111  |
| 302-4 Reducción del consumo energético   | Eje Ambiental – Energía                                | 109-111  |
| <b>GRI 303: Agua</b>   |  |          |
| Contenidos   |  |          |
| 303-1 Interacciones con el agua como recurso compartido                              | Eje Ambiental – Agua y efluentes                       | 112-115  |
| 303-2 Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua                    | Eje Ambiental – Agua y efluentes                       | 112-115  |
| 303-5 Consumo de agua  | Eje Ambiental – Agua y efluentes                       | 112-115  |
| <b>GRI 305: Emisiones</b>  |  |          |
| Contenidos   |  |          |
| 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)  | Eje Ambiental – Emisiones / Nippon Zero                | 100, 103 |
| 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)                 | Eje Ambiental – Emisiones / Nippon Zero                | 100, 103 |
| 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)                                  | Eje Ambiental – Emisiones / Nippon Zero                | 100, 103 |
| 305-5 Reducción de las emisiones de GEI  | Eje Ambiental – Emisiones / Nippon Zero                | 100, 103 |
| <b>GRI 306: Residuos</b>   |  |          |
| Contenidos   |  |          |
| 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos | Eje Ambiental – Residuos                               | 105-107  |
| 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos               | Eje Ambiental – Residuos                               | 105-107  |
| 306-3 Residuos generados   | Eje Ambiental – Residuos                               | 105-107  |
| 306-4 Residuos no destinados a eliminación   | Eje Ambiental – Residuos                               | 105-107  |
| 306-5 Residuos destinados a eliminación  | Eje Ambiental – Residuos                               | 105-107  |
| <b>GRI 304: Biodiversidad</b>  |  |          |
| 304-3 Hábitats protegidos y restaurados  | Eje Ambiental – Biodiversidad / Aves Argentinas        | 117-119  |

| <b>Estandar GRI</b>   | <b>Ubicación en el reporte</b>                   | <b>Página</b> |
|---|--|---------------|
| <b>GRI 401: Empleo</b>  |  |               |
| Contenidos  |  |               |
| 401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal   | Eje Social – Nuestra gente                       | 75            |
| 401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | Eje Social – Nippon Más                          | 77            |
| <b>GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo</b>   |  |               |
| Contenidos  |  |               |
| 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo   | Eje Social – Salud y seguridad                   | 81, 82        |
| 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes                               | Eje Social – Salud y seguridad                   | 81, 82        |
| 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo             | Eje Social – Salud y seguridad                   | 81, 82        |
| 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo   | Eje Social – Salud y seguridad                   | 81, 82        |
| 403-9 Lesiones y accidentes laborales   | Eje Social – Salud y seguridad                   | 81, 82        |
| <b>GRI 404: Capacitación y Desarrollo</b>   |  |               |
| Contenidos  |  |               |
| 404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición             | Eje Social – Formación y desarrollo              | 78-79         |
| 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera    | Eje Social – Evaluaciones                        | 79            |
| <b>GRI 405: Diversidad</b>  |  |               |
| Contenidos  |  |               |
| 405-1 Diversidad en la organización   | Eje Social – Diversidad e indicadores            | 74-75         |
| <b>GRI 413: Comunidad</b>   |  |               |
| Contenidos  |  |               |
| 413-1 Participación en la comunidad   | Eje Social – Comunidad (Programas y actividades) | 84-91         |

Sigamos en contacto

Si lesite nuestro reporte y querés dejaron tu valoración al respecto, te invitamos a contestar una breve encuesta.



www.nipponcar.com.ar  
 sustentabilidad@nipponcarsrl.com.ar  
 Perticone 2095, Neuquén Capital.



# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Período: Enero a diciembre 2024

