REPORTE DE SUSTENTABILIDAD **2022**

VIOLA

CAMINO HACIA LA SUSTENTABILIDAD

1 GOBERNANZA

Nuestra organización

GRI 2-22

CARTA DE LA PRESIDENCIA

Les damos la bienvenida a nuestro tercer reporte de Sustentabilidad agradeciendo a nuestros colaboradores principalmente, a nuestros clientes y toda la cadena de valor por haber transitado con nosotros lo que seguramente recordemos como un año bisagra en nuestra compañía.
Este 2022 comenzamos las obras de remodelación de las instalaciones del sitio de Ventas, en Montes de Oca 680. La remodelación Incluyó la modernización de la fachada del concesionario y de todas las instalaciones el salón de ventas, incluidos los sanitarios y el SUM, para brindar mayor confort a todas las personas que son parte de Toyota Viola MOV S.A. Considerando en todo momento y en cada detalle, el cuidado del medio ambiente, y la comunidad que nos rodea, la seguridad y la Calidad de atención.
Así como realizamos cambios materiales en el concesionario, también hubo muchos cambios en nuestros procedimientos, para mejorar procesos, para hacer más eficiente nuestro trabajo en cuanto a la sustentabilidad, buscando mejorar la calidad de nuestros servicios y una mejor organización del trabajo.
Felices de estar una vez más compartiendo buenas noticias con nuestra comunidad, nos comprometemos a futuro a ir por más, ya que sabemos que hay mucho por hacer y mucho por mejorar, pero con la firme convicción que juntos podemos hacerlo.

Mariana Viola
Presidente

La antigua fachada *era de hierro con vidrio de seguridad simple.*

La nueva fachada *tiene estructura de aluminio, triple vidrio de seguridad y cámara de aire, permitiendo la disminución de la transmitancia térmica entre un 65 y 70%. Incrementado la eficiencia energética y el confort térmico.*

QUIENES SOMOS

GRI-2-1

Toyota Viola MOV S.A. es una empresa familiar con capitales 100% nacionales.

44 años de experiencia

Desde 1979 en el camino de la mejora continua para brindar mayor calidad en cada uno de nuestros procesos, siendo los principales compra y venta de automóviles 0 km marca TOYOTA y tareas de posventa (reparación de vehículos y service)

Ubicados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, orgullosos de ser parte del legendario Barrio de Barracas.
Este año incorporamos a nuestros servicios KINTO introduciendo las primeras unidades de alquiler.

Somos una empresa dedicada a la permanente búsqueda de la excelencia para satisfacer íntegramente las necesidades de nuestros clientes, con el máximo respeto por nuestra comunidad y proactivos en el cuidado del Medio Ambiente. Estos son los pilares que nos sostienen, y son la base fundamental para el desarrollo y crecimiento de la compañía.

NUESTROS VALORES

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-15, 2-16, 2-17, 3-3, 405-1

“Confianza”

“Calidad”

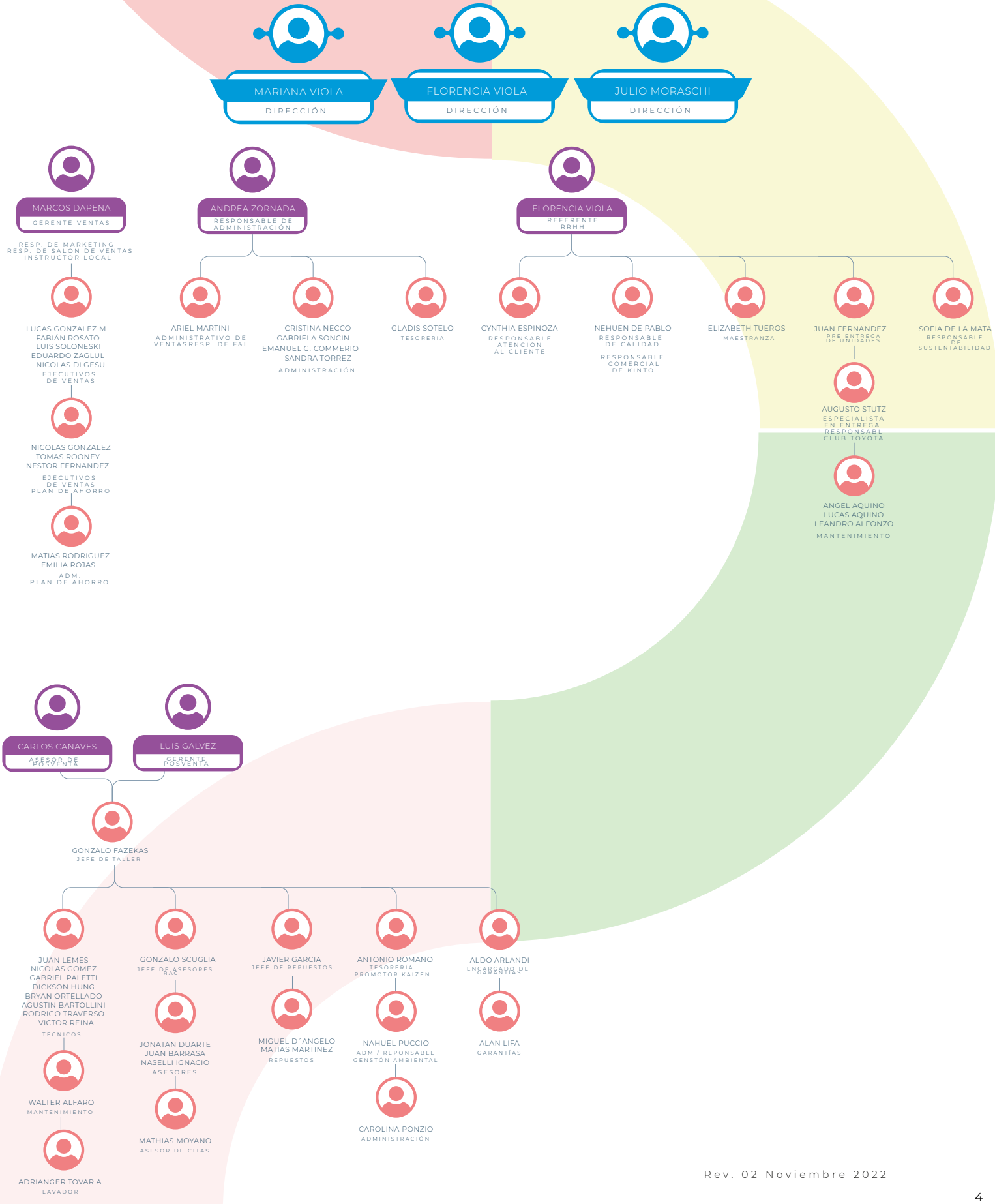
“Compromiso”

“Responsabilidad”

“Mejora continua”

ÓRGANO DE GOBIERNO

ORGANIGRAMA GENERAL DE TOYOTA VIOLA



Rev. 02 Noviembre 2022

ÉTICA Y CONDUCTA

GRI 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 3-3, 205-1, 205-2, 205-3, 406-1, 407-1, 408-1, 409-1

Somos una empresa comprometida que pone atención consciente en mantenerse dentro de los cánones de la ética y la conducta, cuyos valores y principios son observados consecuentemente para mantenernos dentro de las buenas costumbres y en cumplimiento de la ley.
Estos son los principios y valores fundamentales que nos rigen:
RESPETO. Todo personal perteneciente a la empresa MOV S.A actuará en función de este principio ético que consiste en el respeto incondicionado y absoluto inalienable del ser humano.
LIBERTAD. Todo el personal de Toyota Viola MOV S.A tiene libertad para actuar con criterio propio, y con base en las normas legales, la ética y la moral.
JUSTICIA. En todas las acciones y decisiones, observando la equidad social y la no discriminación por razón alguna, el cumplimiento de las normas y deberes ciudadanos.
INTEGRIDAD. La ética impone al ser humano comportarse en todo momento con honestidad. Los colaboradores de Toyota Viola MOV S.A no aceptarán ningún tipo de prestación financiera, o de ninguna índole, que comprometa sus responsabilidades, en favor de nadie.
PROFESIONALISMO. Todo el personal está consciente de que ser profesional no es únicamente ejercer su profesión, sino que implica realizarla con profesionalismo, con conocimiento, con absoluta lealtad a su compromiso y buscando el buen servicio a las personas y a la sociedad por encima de los intereses personales y egoístas.
EXCELENCIA. El personal de Toyota Viola MOV S.A desempeñará sus funciones con superior calidad, buscando siempre mejorar lo presente. (FILOSOFÍA KAIZEN).
CALIDAD. El personal de MOV S.A tiene la responsabilidad de hacer su bien su trabajo, aprovechando y enriqueciendo las fortalezas, superando las dificultades y debilidades.
Estos principios y valores ayudan a quienes forman parte de Toyota Viola MOV S.A a desempeñar mejor su trabajo, a fortalecer su sentido de pertenencia, la cultura de servicio y a construir relaciones de confianza.
Nuestro Código abarca el desempeño de nuestras acciones diarias, considerando tanto el impacto en lo económico, social como ambiental.

ANTICORRUPCIÓN

Poniendo en práctica las acciones establecidas en nuestra "Política de lavado de activos y anticorrupción" y cumpliendo con los requerimientos de TOYOTA ARGENTINA hacemos explícito nuestro compromiso para evitar casos de corrupción.
Acciones que llevamos a cabo para asegurar la transparencia:

• Capacitación al personal

• Solicitamos a los clientes, cuando cancelan la operación, que completen los formularios RPLAFT, para la Prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo. (Ley 25.246 – Resolución 489/13, 262/15, 117/19 y 51/22)

• Se consulta en el Registro Público de Personas y Entidades vinculadas a actos de Terrorismo y su Financiamiento (RePET) el nombre del cliente titular de la operación, por su cónyuge que corresponda, de cada uno de los directores de la empresa si fuera el caso en **https://repet.jus.gob.ar/#personas**

• En el Legajo se adjunta para personas físicas, constancia de CUIL – CUIT en ANSES, y copia de DNI vigente, Formularios y LUT. Para Personas Jurídicas; formularios, DNI, CBU, CUIT, Estatuto, acta, poderes y balances. Para Entidades Gubernamentales, también se solicita Acta de aprobación de compra del vehículo y demás requerimientos legales.

• Consulta de Registración de Sujetos Obligados a Informar ante la UIF.

• En los casos en que los fondos con los que abonan la unidad no sean transferidos desde la cuenta del titular de la operación, se les pide la justificación de origen, o cesión certificada de los fondos.

• Si el sujeto que adquiere la unidad es Políticamente Expuesto, se requerirá información adicional, como la Licitud de Origen de Fondos.

GRI 2-3a - 2-3b

SOBRE NUESTRO REPORTE

Este es nuestro tercer Reporte de Sostenibilidad GRI "Referenciado". El mismo tiene una frecuencia anual y abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022. Se incluyen datos cuantitativos del año anterior con fines comparativos.
Los temas materiales fueron definidos por Toyota Argentina para su red de concesionarios, tomando como referencia el "Programa de Desarrollo de RSE para concesionarios" que fue diseñado para acompañar a la Red de Concesionarios en el desarrollo de su estrategia de RSE, el análisis de materialidad llevado adelante por la propia terminal automotriz, su Política de Responsabilidad Social, los compromisos de Toyota Motor Corporation y la Agenda 2030.
No se han registrado cambios ni reexpresión de información.
Este reporte no ha sido sometido a un proceso de verificación externa.
La Gerencia de TOYOTA VIOLA, MOV S.A. es el punto de contacto para las consultas o dudas acerca del informe o nuestra gestión acerca de Sustentabilidad.
Por consultas y/o sugerencias sobre este reporte puede contactarse con nosotros a través nuestra casilla de correo: **inf@toyotaviola.com.ar**

ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

GRI 2-2, 2-3, 2-4, 2-5, 2-12, 2-13, 2-14, 2-29

Desde el año 2018 trabajamos para robustecer nuestra estrategia de sustentabilidad, y por tanto de las acciones e iniciativas asociadas teniendo como norte los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Pacto Global, el Desafío 2050 establecido por TOYOTA a nivel mundial y nuestra Política de Sustentabilidad implementada en 2020

AGENDA 2030

DESAFÍO AMBIENTAL TOYOTA 2050

En 2015, Toyota Motor Corporation presentó una ambiciosa serie de desafíos a cumplir hacia el año 2050. Frente al cambio climático, la escasez del agua, el agotamiento de recursos y la degradación de la biodiversidad, el Desafío Ambiental Toyota 2050 aspira a reducir el impacto ambiental negativo durante la fabricación y conducción de nuestros vehículos, y a contribuir positivamente al ambiente y la sociedad.

Continuamos trabajando en los siguientes compromisos de acuerdo a nuestra Política de Sustentabilidad:

- √ **ODS# 4 Educación de Calidad.- Programa** "MOVILIDAD PARA EL CONOCIMIENTO, LA EDUCACIÓN Y LA CULTURA". Se retomó un proyecto que se había iniciado en 2022 sobre Educación Vial, se prevé presentarlo en 2023

- √ **ODS# 12 Producción y consumo responsable.** Nos iniciamos en el concepto de "Economía circular" con un proyecto de reutilización de material de descarte, en este caso "Airbags", que fueron transformados en fundas cubre volantes, y bolsitas de residuos para la palanca de cambio. Asimismo en cumplimento de nuestra Política de compras, se iniciaron vínculos con cooperativas para tener nuevos socios comerciales, que generen mayor impacto social. La obra de remodelación del sitio de Ventas en congruencia con este objetivo, fue pensada para lograr un consumo más eficiente tanto de la energía eléctrica como del agua.

- √ **ODS# 13 acción por el clima.** En consonancia con nuestra Política de Compras para la adquisición de los electrodomésticos para las nuevas instalaciones, se aseguró que los mismos cumplan con la etiqueta de eficiencia energética. También es importante destacar que en este período se aprobó el presupuesto para la colocación de paneles solares en el sitio de ventas para proveer energía renovable a todo el edificio, en el marco de programa ECO DEALER (DESAFÍO 2 de TMC: cero emisiones de co2 en el ciclo de vida del producto)

- √ **ODS# 17 Alianza para lograr los objetivos.** Trabajo en conjunto con la ONG "Aves Argentinas"

GRUPOS DE INTERÉS

COLABORADORES
Propios, independientes y tercerizados

COMUNIDAD
Clientes, vecinos, ONG.

PROVEEDORES
Toyota Argentina S.A. (Socio estratégico)
bienes y servicios

ENTES REGULADORES
Autoridades gubernamentales nacionales
y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS
involucradas en nuestros
programas de RSE

TOYOTA ARGENTINA S.A
Socio Estrategico

ACTRA
Asociación de concesionarios Toyota
de la República Argentina

GRI 2-23,3-3,3-1,3-2

TEMAS MATERIALES Y COBERTURA

Los temas materiales son temas que representan los impactos más significativos sobre la economía, el medio ambiente y las personas, incluidos los impactos que afectan a los derechos humanos. Confeccionamos una Matriz de Materialidad considerando el contexto de la empresa en el período reportado, de acuerdo a las variables: impacto económico, ambiental y social y la influencia en las evaluaciones y decisiones de las partes interesadas.

LISTADO DE TEMAS MATERIALES

Los temas materiales fueron definidos por Toyota Argentina para su red de concesionarios, tomando como referencia el "Programa de Desarrollo de RSE para concesionarios"

Los temas definidos son los que se detallan a continuación:

GRI 201 - Desempeño económico

GRI 302- Energía

GRI 303- Agua y efluentes

GRI 306- Residuos

GRI 307- Cumplimiento ambiental

GRI 401- Empleo

GRI 404 - Formación y enseñanza

Indicador propio: Cliente

TEMAS MATERIALES

Parte interesada	Temas materiales	Influencia en el negocio	Interés del actor social involucrado	Impacto social	Impacto ambiental	Impacto económico	Criticidad	Objetivos vinculados/ Cobertura
COLABORADORES	.Condiciones de contratación y Remuneración .Formación y enseñanza .Voluntariado .Salud y seguridad en el trabajo .Residuos (Efluentes no se generan)	3	3	3	2	2	13	.Voluntariado Programas "Huerta Office" y "Movilidad para el conocimiento, la educación y la cultura" .Procedimiento de gestión de residuos/Donación de papel y cartón fundación Garraham. .Medidas preventivas de SySO .Capacitaciones ambientales y de SySO
CLIENTES	.Fidelización del cliente .Gestión de quejas y reclamos	3	3	2	2	3	13	.Encuestas de satisfacción .Políticas de calidad
	.Código de ética y conducta	3	2	1	1	1	8	.Valores, principios y normas de conducta
COMUNIDAD	.Educación Ambiental .Alianza para el logro de objetivos .Cumplimiento legal .Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades .Cumplimiento legal .Voluntariado corporativo.	2	2	3	2	1	10	Canales de comunicación -Educación ambiental y donaciones (programa "Movilidad para el conocimiento, la educación y la cultura"-MCEC-) -Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades (dentro del Programa MCEC, visitas centros culturales y muestras de arte con escuelas con poblaciones vulnerables) -Alianzas para lograr objetivos (ONG Aves Argentina) -Política Ambiental y Certificación ISO 14001 -Cumplimiento legal -Voluntariado corporativo

TEMAS MATERIALES

Parte interesada	Temas materiales	Influencia en el negocio	Interés del actor social involucrado	Impacto social	Impacto ambiental	Impacto económico	Criticidad	Objetivos vinculados/ Cobertura
PROVEEDORES	.Operaciones justas .Contrataciones locales	2	3	2	2	2	11	.Gestión sostenible con los proveedores. Política de Compras
TOYOTA ARGENTINA	.Programas de RSE	3	3	3	2	2	13	.Alineación a los programas de RSE y estandarización de acciones
ENTES REGULADORES	.Identificación de riesgos y cumplimiento normativo.	3	2	2	3	2	12	.Gestión de riesgo y cumplimiento normativo

CRITICIDAD : 5 a 7 puntos: poco relevante | 8 a 11 puntos: relevante | 12 a 15: Muy relevante

2 DESEMPEÑO ECONÓMICO

GRI 201-1

Nos dedicamos a la compra y venta de automóviles 0 km marca TOYOTA, abarcando todas las gamas de segmento inclusive vehículos comerciales y de trabajo, incluyendo la venta de repuestos. Realizamos tareas de posventa que incluye reparación de vehículos y los servicios (cambio de aceite y engrase).
Además comercializamos vehículos usados certificados marca TOYOTA con extensión de garantía, con el objetivo de cumplir las expectativas del cliente.
Contamos con PLAN DE AHORRO TOYOTA, ofreciendo financiaciones por grupo cerrado, sin interés con una política de transparencia única en el mercado.

Servicios Financieros: brindados por TOYOTA COMPAÑIA FINANCIERA con los más altos estándares de calidad en referencia al cliente. Ofreciendo créditos prendarios leasing y seguros.
Este año incorporamos otra unidad de negocio KINTO un servicio de alquiler de vehículos TOYOTA a particulares y flotas corporativas. Para nosotros representa una gran oportunidad por lo que nos interiorizamos en esta nueva actividad con entusiasmo.
Es muy innovador e hizo que muchos de los vecinos de nuestra comunidad se acercaran a la marca por primera vez.

Salón de Ventas: Av. Montes de Oca 680, 1270, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Posventa: Juan de Garay 2269, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA

Toyota Viola MOV S.A. es una empresa familiar con capitales 100% nacionales.

Mercados servidos
Nuestros productos y servicios se ofrecen 100% en el mercado local.

Clientes y beneficiarios
Nuestros clientes son personas físicas y empresas.

Tamaño de la organización
Somos 56 personas trabajando en equipo para brindar el mejor servicio.

Operaciones
Nuestras operaciones se definen por la cantidad de puntos de ventas informados al AFIP.

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

El mercado automotriz cerró en 2022 con 410.000 unidades, TOYOTA tuvo una participación de 90000 unidades. Quedando segunda con un share del 20%.
Hubo un crecimiento del 6,8% contra el volumen de 2021, según la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (Acara). Si bien hubo crecimiento, por la falta de dólares, no se liberan los permisos de importación, lo que generó mucha demora en la entrega de vehículos importados, ocasionando que no haya entrega inmediata.
Esta medida favoreció la venta de vehículos de producción nacional.
La Toyota Hilux fue el tercer modelo más vendido.
Toyota Viola MOV S.A. vendió 930 unidades por el **Canal Convencional**

MODELO	CANTIDAD
HILUX	195
SW4	61
COROLLA	99
COROLLA CROSS	200
ETIOS	185
YARIS	168
CHR	4
CAMRY	2
RAV4	6
HIACE	10

Cerramos el 2022 con **un liderazgo absoluto en segmento se SW4 y muy buena penetración de Hilux en CABA.**
Si bien hubo muchos inconvenientes con las tarjetas de importación, lo que retrasaba mucho la entrega de 0 km a los clientes, los objetivos del plan de negocios se cumplieron en un 105%. Aunque hubo mayor demanda al haber faltante de vehículos no se pudieron concretar más ventas.
En cuanto a la toma de usados en parte de pago, la situación descripta en el párrafo anterior otorgaba a los clientes más tiempo para venderlos por su cuenta, por lo que el ingreso fue menor, teniendo en cuenta que existen empresas de recompra con compiten con mejores ofertas.

VENDEDORES
X 5

ADMINISTRATIVOS
QUE SE COMPARTEN CON USADOS
X 3

EN 2022 SE AFIANZÓ EL USO DE **"SALESFORCE"** COMO ÚNICA Y EXCLUSIVA DE CRM (HERRAMIENTA DE SEGUIMIENTO DE CLIENTES Y CAPTACIÓN DE PROSPECTO, ES UN LABORATORIO COMERCIAL).

OBJETIVOS 2023

Se proyecta incorporar un supervisor de ventas de plan de ahorro y un supervisor de administración.
“A pesar del contexto socioeconómico del país, junto con la fuerza de ventas y la dirección de la compañía se pudo cumplir con todos los objetivos planteados por la terminal y TOYOTA VIOLA.”

MARCOS DAPENA
Gerente Comercia

CALIDAD

Aspectos materiales: Gestión de riesgos y cumplimiento normativo

GRI 2-27, 3-3, 201-1

En Toyota Viola MOV S.A incorporamos este año el área de Calidad, a cargo de Nehuen de Pablo como responsable del área buscando estar alineados a los requerimientos de Toyota Argentina S.A. (TASA). Si bien la terminal realiza encuestas de satisfacción, tomando clientes al azar de cada concesionario, creemos que es muy importante conocer de primera mano los comentarios de nuestros clientes y conocer su experiencia.
Esta área es transversal a toda la organización. Recopila datos, comentarios, y cuestiones relevantes de todas las áreas de la empresa para cumplir con nuestra Política de Calidad, cumplir con los requisitos y expectativas del cliente, asegurar la mejora continua y la eficiencia en cada proceso; teniendo como base para ello el trabajo estandarizado.

Encuestas
Realizamos encuestas de CALIDAD a nuestros clientes en cada unidad de negocio.
El Responsable de Calidad analiza las mismas y comunica en las reuniones gerenciales los resultados y lleva a cabo las acciones correspondientes según el caso.
De esta manera, siempre estamos atentos a escuchar la voz de nuestros Clientes, para que se sientan acompañados, escuchados y contenidos siempre.

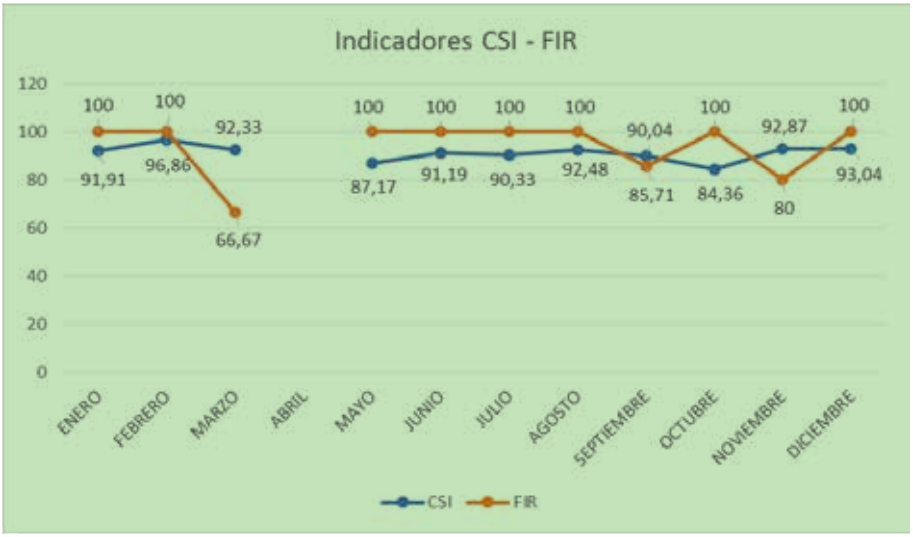
POSVENTA

El servicio de Posventa de Toyota Viola MOV S.A, luego de la pandemia de 2020 y la segunda ola en 2021, se reforzó en el área de personal, con una rotación importante. Esto hizo que debamos concentrar todos los esfuerzos en la capacitación de los mismos y la mejora continua centrada en los procesos.
Durante el año 2022, el 85% del personal participó de las capacitaciones disponibles en TASA, el 15% restante, se capacitó en el concesionario, al no contar con cursos presenciales de parte de Toyota.
Este esfuerzo compartido, con recursos del concesionario y la voluntad expresada por el personal, derramó en una optimización de los tiempos de trabajo, mejora de los indicadores de gestión y rentabilidad de la empresa. Todo esto en el marco de la búsqueda de la satisfacción del cliente.

OBJETIVOS ANUALES

Contenidos GRI 3-3, 416-1, 416-2, 418-1

Los objetivos planteados para el Año 2022 por Toyota Argentina, fueron 5200 CPUS (Unidades atendidas con cargo al cliente, reparaciones de garantía y servicios de 1000 km), y 250 campañas de recall, recambio de infladores de airbag.
Viola pudo cumplir y superar estos objetivos, completando 5957 CPUS (15% más) y un total de 7698 unidades atendidas en todo concepto, incluyendo las CPUS. Logrando con ello también, volver y superar los valores prepandemia.
También cumplimos el objetivo de campañas, con 365 recambios de airbag realizados (46% más).
Los indicadores de satisfacción de los clientes (CSI) e indicadores de Reparaciones bien hechas, Fix It Right (FIR), fueron evolucionando a medida que el personal se capacitaba y que los procesos se afianzaban.



DATOS ESTADÍSTICOS

2022	CSI	FIR
ENERO	91,91	100
FEBRERO	96,86	100
MARZO	92,33	66,67
ABRIL		
MAYO	87,17	100
JUNIO	91,19	100
JULIO	90,33	100
AGOSTO	92,48	100
SEPTIEMBRE	90,04	85,71
OCTUBRE	84,36	100
NOVIEMBRE	92,87	80
DICIEMBRE	93,04	100
PROMEDIO	91,14	93,85

La capacidad operativa del concesionario permitió atender más de 640 vehículos mensuales, en nuestras 8 bahías de trabajo.
El servicio de posventa también cuenta con el Servicio de Mantenimiento Express, que permite optimizar los tiempos de servicio, al contar con dos técnicos que trabajan coordinados y bajo estrictos protocolos.
Nuestros Asesores de Servicio atendieron alrededor de 7000 personas a lo largo del año, clientes que nos elijen y a quienes tratamos de brindar toda nuestra atención y expertise en el área técnica y de servicio.

LUIS GALVES
Gerente de Posventa

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO

El presente cuadro de Valor Económico Directo Generado, propuesto por la metodología GRI (Global Reporting Iniciative) detalla el flujo de capital entre los diferentes grupos de interés.
Durante el período reportado, no hemos recibido multas por ningún incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico

FUENTE	VALOR ECONÓMICO GENERADO	GRUPOS DE INTERÉS	2021 %	2022 %
EST. RDOS	INGRESOS / VENTAS NETAS	CLIENTES	100%	100%
EST. RDOS	OTROS INGRESOS		0%	0%
VEG	**TOTAL VALOR ECONÓMICO GENERADO**		100%	100%
FUENTE	**VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO**			
EST. RDOS	COSTOS OPERACIONALES	PROVEEDORES	84%	76%
EST. RDOS	SUELDOS Y PRESTACIONES DE LOS EMPLEADOS	COLABORADORES	2%	3%
EST. RDOS	PAGOS A LOS PROVEEDORES DE CAPITAL	PROVEEDORES DE CRÉDITO	4%	3%
EST. RDOS	PAGOS AL GOBIERNO	GOBIERNO	1%	1%
	INVERSIONES EN LAS COMUNIDADES	COMUNIDAD	0.004%	0.005%
VED	**TOTAL VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO**		91%	83%
VEG	**TOTAL VALOR ECONÓMICO RETENIDO**		191%	183%

PROVEEDORES

Siguiendo con los pasos de TOYOTA ARGENTINA este año nos introducimos en la economía popular para fortalecer lazos con nuestra comunidad profundizando los impactos sociales positivos de nuestras acciones.
Sabemos que las unidades productivas de esta economía enfrentan barreras estructurales vinculadas a la falta de vías de financiamiento y la escasez de canales de comercialización, creemos que con nuestro apoyo y manteniendo una relación a largo plazo contribuimos a su crecimiento y desarrollo.
En 2022 incorporamos a nuestra lista de proveedores nuevos socios comerciales, 2 -dos-cooperativas:

- "El Zócalo": desde el año 2001, trabajan como cooperativa dedicada a la impresión digital produciendo una vasta diversidad de piezas gráficas y publicaciones. Ellos nos proveen carpetas para Administración.
- "Limpiador": dedicada a brindar servicios de limpieza especializada a oficinas, locales, consorcios. Nos brinda servicio de limpieza en el sector de Taller.

ECONOMÍA POPULAR

No hay una única definición para el término "economía popular", pero se suele referir con ese concepto a aquellos trabajos que se realizan en un marco de mayor vulnerabilidad que el empleo "tradicional", en relación de dependencia, con derechos laborales, con un eje empleador-empleado y por fuera de relaciones asalariadas formales.

DATOS

»» Según el Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (Renatep) existen más de 3 millones de trabajadores que la integran.

»» En 9 provincias del país (Catamarca, Chaco, Formosa, Jujuy, La Rioja, Misiones, Salta, Santiago del Estero y Tucumán) los inscriptos superan a los trabajadores asalariados del sector privado registrados.

3 DESEMPEÑO SOCIAL: RRHH

GRI 2-7, 3-3, 401-1, 405-1, 201-3

EMPLEO

En el año 2022 se incorporaron nuevos colaboradores que nos permitieron mejorar nuestro trabajo diario, dándoles lugar a otros de progresar, cambiar de áreas e incluso, abrir nuevas.
Ese el caso del Responsable de Calidad.
Comenzamos a tener mandos medios como por ejemplo Responsable de Administración.
Incorporamos jóvenes que junto con el personal con más experiencia hacen que el trabajo diario sea muy enriquecedor.
La rotación en nuestra empresa es muy baja, y nos parece maravilloso que convivan en ella personas con muchos años en la empresa, con su expertise, con los más jóvenes, que traen ideas nuevas y otras habilidades diferentes como las tecnológicas, haciendo un intercambio valioso.
Se incorporó una nueva Administrativa para Plan de Ahorro, y comenzamos a armar un nuevo equipo de TPA.

INCORPORACIONES

16 PERSONAS SE INCORPORARON EN 2022

8 CASA CENTRAL

// Responsable Administrativa
// Asesor de Entrega de unidades,
// Responsable de Calidad
// Administración comercial
// Administración de TPA
// Incorporación en KINTO
// Recepcionista
// Colocador de accesorios

8 EN SITIO DE POSVENTA

// Gerente de Posventa
// Lavador
// Asesor de Servicio
// Técnico
// Administrativa de Posventa
// Asesor de Servicio Y GARANTIAS
// Asesor de Repuestos
// Lavador

BENEFICIO

Los empleados de MOV S.A cuentan con los siguientes beneficios:
. Celebración de cumpleaños,
. T.arjetas de Almuerzo,
. Regalo Navideño y
. Bonificación del 50% de su arancel universitario.

EVALUACIONES DE DESEMPEÑO

Las evaluaciones de desempeño se realizan en la empresa dos veces por año.
Cada gerente de área se ocupa de realizarlas. Consideramos muy importante esta tarea para que nuestros colaboradores puedan continuar mejorando, se les permita armar un plan de carrera, se sientan valorados y contenidos.
Siempre son tomadas en cuenta las buenas acciones, comportamientos y actitudes, y son alentados para que alcancen nuevos logros

CAPACITACIÓN

GRI 3-3, 404-1, 404-2

Creemos con convicción que la Capacitación de Gerentes, mandos medios, y personal de todas las áreas es fundamental.
Toyota Argentina, brinda capacitación constante a través de cursos presenciales en la Planta de Zárate, Aulas Virtuales y la plataforma digital de INSTITUTO TOYOTA.
Es uno de los grandes pilares de la marca. Contar con personal capacitado hace que toda la experiencia del cliente en la empresa sea mejor.
Con la figura del Referente de Recursos Humanos, TASA hace seguimiento del progreso en capacitación de cada empleado, mes a mes.
Los cursos que se dictan enriquecen al personal de la marca, y le permite contar con el conocimiento y herramientas necesarias, para llevar a cabo su trabajo, y brindar al cliente, la mejor atención en cada etapa del proceso.
Se dictan Cursos de Inducción, Introducción a las distintas unidades de negocio, Productos, y otros como Management, Conversaciones estresantes, Situaciones Conflictivas, Conducción 4x4, Tecnologías, Habilidades de puesto, Cursos de posventa para Asesores de Servicio, Asesores de Citas, para Asesores De Repuestos. Entre otros.
Todo el personal de MOV SA. Se encuentra capacitado, y se le hace seguimiento de los cursos brindados por TASA.
También incorporamos este año un curso de Capacitación del Sistema SIAC, que utilizamos los concesionarios Toyota. Los cursos fueron dictados por la misma empresa, para que cada persona en su área pueda utilizar esta herramienta de la manera más eficiente posible.
Se realizó también una capacitación por parte de TASA al personal sobre PLAFT – LAVADO DE DINERO – UIF.

.

SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

Con motivo de nuestra política de SST, la empresa continúa en el camino de la mejora continua en esta área tan significativa, priorizando la salud de nuestros colaboradores y clientes.
En 2022 se realizaron las siguientes actividades:

• Una de las primeras medidas fue la de reformular nuestra evaluación de peligros y riegos laborales, la que nos sirvió de base para fijar nuestros objetivos de mejora.

• Una de las iniciativas que se realizaron en el área de taller, basándonos en loa evaluación de peligros, fue la realización de un mantenimiento integral de nuestros elevadores de vehículos. Se les realizaron pruebas de funcionamiento, se cambiaron frenos y se renovaron las sujeciones a los vehículos. Esta actividad fue acompañada con una capacitación específica para nuestros trabajadores, sobre el uso seguro de este tipo de equipamiento. (ref. imagen A)

• Se realizó la instalación de un sistema de ventilación, para la segregación de gases producidos por la limpieza del DPF. Esto represento una mejora significativa en el área de taller pudiendo evacuar estos gases de manera segura.
(ref. imagen B)

• En el sector de Administración se equipó con nuevos elementos ergonómicos. Algunos de los elementos adquiridos fueron Pad, monitores, sillas y soportes para mejorar las posturas del personal que trabaja con notebook.

• Anualmente, se realizan las prácticas de emergencia tanto en el salón de ventas como en el servicio posventa. Este periodo ambos sitios arrojaron resultados positivos, con una participación destacada del personal que ocupa roles de emergencia. En estas prácticas fueron incluidos los clientes que se encontraban en el lugar al momento de los simulacros

• Se incrementaron los controles operacionales realizados en nuestras instalaciones, para detectar condiciones inseguras y actos inseguros.

• Se mantuvieron actualizados los requisitos legales aplicables a la empresa, los cuales no presentaron ninguna observación.

A

B

NFORMACIÓN SOBRE EMPLEADOS Y OTROS TRABAJADORES

SEXO	PERMANENTE	TEMPORAL
HOMBRES	43	0
MUJERES	13	0
TOTAL	**56**	**0**
NOMBRE DE LA REGION	**PERMANENTE**	**PERMANENTE**
CABA	56	0
TOTAL	56	0
	JORNADA COMPLETA	**MEDIA JORNADA**
HOMBRES	43	0
MUJERES	12	1
TOTAL	**55**	**1**

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
Porcentaje de colaboradores por género

CATEGORÍA DE DIVERSIDAD	PORCENTAJE
I. SEXO: HOMBRES	79 %
I. SEXO: MUJER	21 %
II. GRUPO DE EDAD: MENORES DE 30	29 %
II. GRUPO DE EDAD: 30-50	44 %
II. GRUPO DE EDAD: MAYORES DE 50	27 %

4 DESEMPEÑO AMBIENTAL

GRI 2-27, 3-3

SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

Visión estratégica

Se llevó a cabo la mayor parte de la obra planificada para modernizar y mejorar el uso del espacio del sitio de Ventas, brindando mayor comodidad y accesibilidad a las instalaciones tanto del personal como de los clientes y la comunidad. Las mismas se realizaron considerando los aspectos ambientales para cumplir con los objetivos asociados a eficiencia energética y uso de recursos. Así como también considerando la seguridad y los requisitos de Calidad de TOYOTA ARGENTINA.

Durante las obras se vieron modificadas las actividades del sitio de Ventas, se establecieron las medidas necesarias, para minimizar al máximo posible la afectación del personal.

La remodelación integral de los sanitarios responde a nuestros **objetivos ambientales de Reducción del consumo de agua energía eléctrica respectivamente.** Dichos objetivos se establecieron para cumplimentar el "nivel Blue" de la Guía ECODEALER de TOYOTA.

A partir de Enero se incorporó como RGA de ventas a Matías Rodríguez, quien también desarrolla tareas de administración de ventas. A la fecha se encuentra avanzado en la carrera universitaria de Trabajo Social; punto que fue especialmente considerado en la elección. Consideramos que puede ser de gran ayuda su perspectiva para el cumplimiento de la política de sustentabilidad y los objetivos y acciones asociadas al impacto social de la empresa.

“CERTIFICADOS BAJO LA NORMA ISO 14001 DESDE 2012”

IQNET

Building trust together.

Certificate

IRAM has issued an IQNET recognized certificate that the organization:

MOV S.A. - TOYOTA VIOLA

Salón de Ventas y Entrega: Av. Montes de Oca 660 - (1270) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - República Argentina
Taller: Garay 2269 - (1256) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - República Argentina

has implemented and maintains a/an

Environmental Management System

for the following scope

Purchase and sale of 0km and used cars in the Sales and Delivery Hall.

Sale of spare parts and carrying out repair tasks inherent to vehicles, dry washing, oil change and greasing in the Workshop.

which fulfils the requirements of the following standard:

ISO 14001:2015

Issued on: 02/08/2022
Expires on: 27/05/2024

Registration Number: AR - ES - 2138

Alex Stoichitoiu
President of IQNET

Ing. Guillermo Curi
Certification Director IRAM

CERTIFICADO DE SISTEMAS DE GESTIÓN

IRAM

IRAM certifica que:

MOV S.A. - TOYOTA VIOLA

Salón de Ventas y Entrega: Av. Montes de Oca 660 - (1270) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - República Argentina
Taller: Garay 2269 - (1256) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - República Argentina

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

IRAM - ISO 14001:2015

Cuyo alcance es:
Compra y venta de automóviles 0km y usados en el Salón de Ventas y Entrega.

Venta de repuestos y realización de tareas de reparación inherentes a los vehículos, lavado seco, cambio de aceite y engrase en el Taller.

Certificado de Registro N°: 14000-2138
Vigencia: Desde: 02/08/2022 Hasta: 27/05/2024
Emisión: 10/08/2022

Este certificado es válido siempre que la organización mantenga en operación, en condiciones satisfactorias, su Sistema de Gestión Ambiental y que cumpliesen el Acuerdo de Certificación DC-R 03 y el Procedimiento DC-PG 08E

Diego Gutierrez
Gerente Área de DS
Certificación IRAM
(Firmado digitalmente)

Gustavo Pontarlero
Gerente Técnico SAF
Certificación IRAM
(Firmado digitalmente)

IAF OAA

IQNET

IRAM | instituto Argentino de Normalización y Certificación
Perú 552/6 | C1068AAB | Buenos Aires República Argentina | certificacion@iram.org.ar | www.iram.org.ar

- En el mes de MAYO se realizó la Auditoría periódica de nuestro se llevó Sistema de Gestión Ambiental llevada a cabo por la entidad certificadora IRAM, resultando positiva.

- El auditor detectó como fortalezas de la organización:

LIDERAZGO Y COMPROMISO

➡ -Evidenciado por la Dirección en el involucramiento del SGA.

➡ -En el proceso de remodelación de la Sede de Ventas, con mejoras en eficiencia energética, sensores de movimiento, sensores de presencia en grifos de los sanitarios, entre otras mejoras.

➡ -Y el Programa de Responsabilidad Social Empresaria, promoviendo convenios y acciones de divulgación del cuidado del Medio Ambiente con ONGs prestigiosas.

.

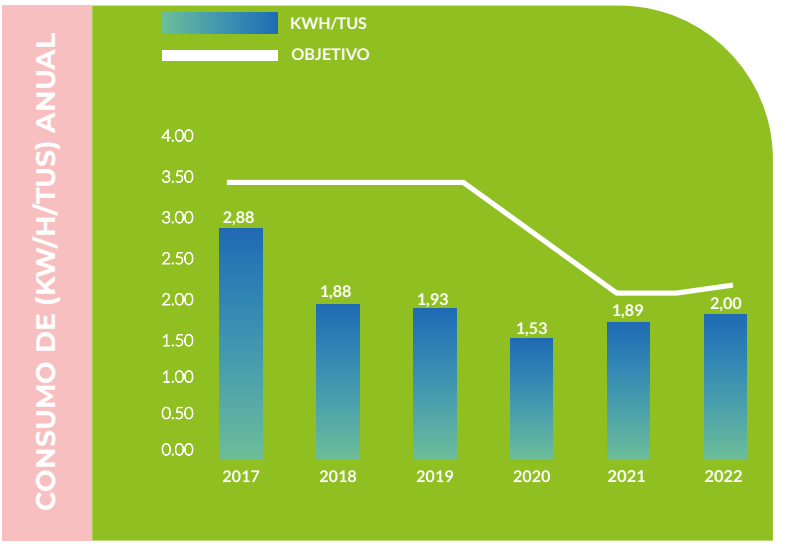
ENERGÍA

GRI 3-3, 302-1, 302-3, 302-4, 302-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5

El consumo de energía es uno de los aspectos ambientales significativos dentro de nuestra gestión, es medido, monitoreado y tiene objetivos de reducción asociados a fin de hacer un uso eficiente del recurso y cumplir con nuestra Política Ambiental.

SITIO POSVENTA (taller de servicio y reparación)

» Consumo de energía eléctrica: Objetivo 2 kWh/TUS (Total de unidades de servicio)



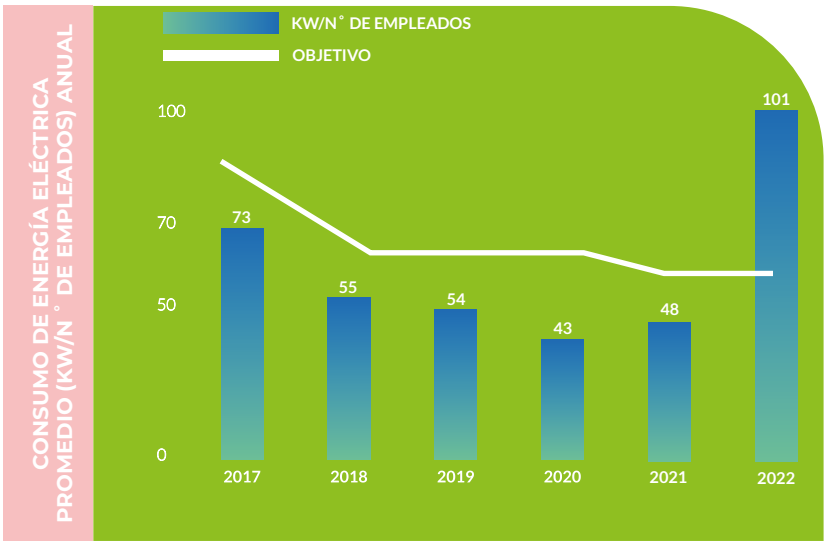
Consumo anual de energía eléctrica (promedio acumulado, kW/h/TUS)

2017	2,88
2018	1,88
2019	1,93
2020	1,53
2021	1,89
2022	2,00

El promedio acumulado anual de **consumo de electricidad por TUS (Total unit services) fue de 2 KW/h TUS. Se cumplió el objetivo fijado para este periodo, se evidenció un leve aumento del consumo con respecto al mismo periodo del año 2021**. Se continuará con el objetivo fijado en 2023

SITIO VENTAS (ventas, administración y entrega de 0km)

» Consumo de energía eléctrica: Objetivo 55 Kw/H / Empleado



Consumo anual de energía eléctrica (promedio acumulado, kW/h/Empleados)

2017	73
2018	55
2019	54
2020	43
2021	48
2022	101

El incremento en el consumo de energía eléctrica responde al consumo que demandó la obra, por el uso de maquinaria y herramientas eléctricas. Se prevé que luego del primer trimestre del 2023 se regularice el consumo.
En 2023 se prevé implementar acciones para reducir aún más el consumo de energía eléctrica en función de reducir las emisiones indirectas de gases de efecto invernadero que contribuyen al calentamiento global y por ende al cambio climático.

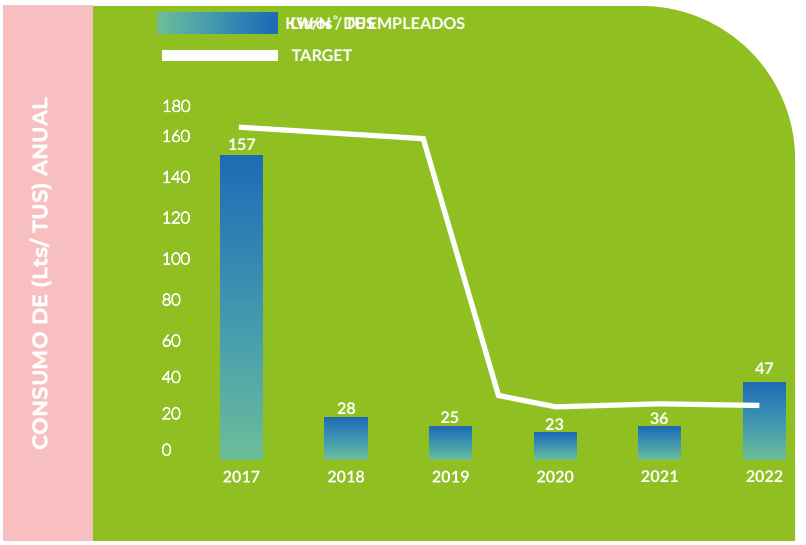
AGUA

GRI 3-3, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5

El agua que se utiliza en ambos sitios (Ventas y posventa) proviene de red y es usada principalmente para un uso considerado doméstico ya que no poseemos lavadero de vehículos. Realizamos un lavado ecológico, con productos biodegradables, por lo que no generamos efluentes líquidos de procesos.
En el sitio de Ventas no poseemos medición ya que abonamos un canon fijo mensual. Igualmente las medidas tomadas para el sitio de posventa se replican en el sitio de ventas.

SITIO POSVENTA (taller de servicio y reparación)

» Consumo de agua: Objetivo 27 L/TUS



Consumo anual de agua total del taller (promedio acumulado, L/TUS)

2017	157
2018	28
2019	25
2020	23
2021	36
2022	47

El indicador refleja un incremento en el uso del agua en los procesos de la organización, por lo que no se cumplió el objetivo fijado para el periodo. Si bien no hubo cambios en los procesos que requieran mayor cantidad de agua, el mismo está asociado al aumento de la frecuencia de limpieza con hidrolavadora. Para el año 2023 se establece el cómo objetivo: reducir un 5% el consumo de agua por TUS ya que si bien se establecerán medidas para hacer un uso más eficiente del recurso, es necesario mantener la frecuencia de limpieza

RESIDUOS

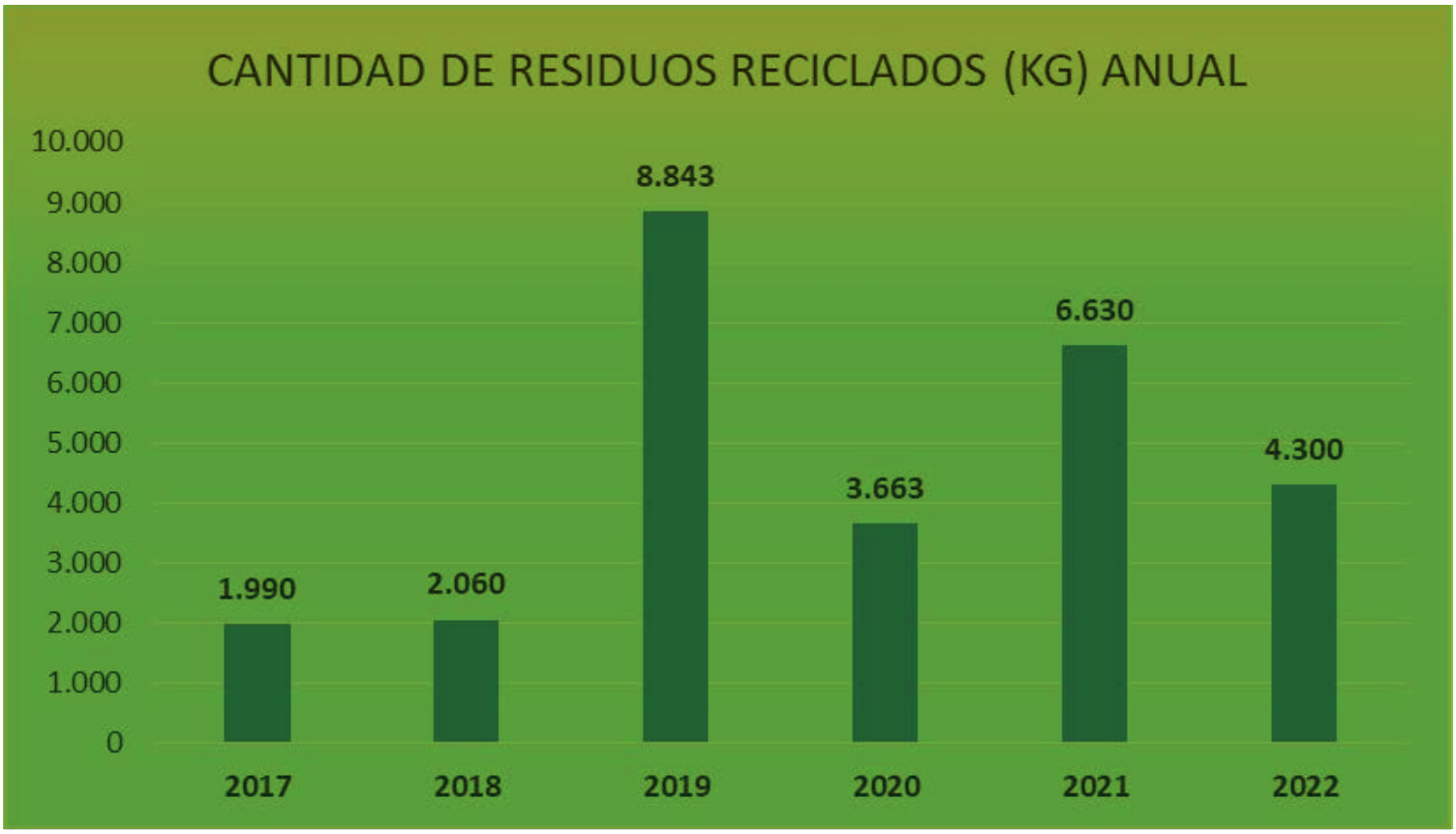
GRI 3-3, 303-1, 306-2, 306-4

En la realización de nuestras actividades generamos residuos que gestionamos a través de nuestro procedimiento Gestión de Residuos basado en el **Concepto de las 3R (Reducir, reutilizar, reciclar).**

Por último, la generación total de residuos reciclable de papel y cartón del sitio posventa resultó en 4300 kg

LOS RESIDUOS SON DONADOS PARA RECICLAR A LA FUNDACIÓN DEL HOSPITAL DE PEDIATRÍA GARRAHAM

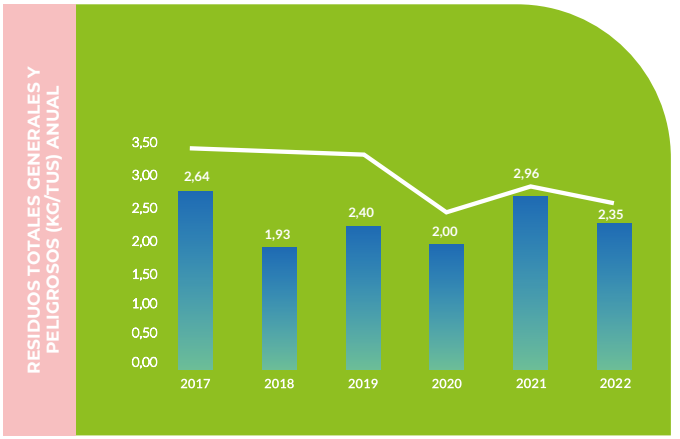
PROGRAMA DE RECICLADO
DE LA FUNDACIÓN HOSPITAL DE PEDIATRÍA GARRAHAN



INDICADORES RELACIONADOS AL TOTAL DE UNIDADES DE SERVICIO

SITIO POSVENTA (taller de servicio y reparación)

» Generación de residuos (generales y peligrosos): Objetivo 2,4 kg/TUS



2017	2,64
2018	1,93
2019	2,40
2020	2
2021	2,96
2022	2,35

Se alcanzó el objetivo propuesto, alcanzando en promedio acumulado de 2,35 kg/TUS, se establecieron medidas tales como reutilización de airbag de descarte para realizar fundas para cubrir los volantes y palancas cambio de los autos que ingresan al servicio y bolsas de residuos de cortesía para los vehículos de clientes, se mejoró la clasificación de los residuos.

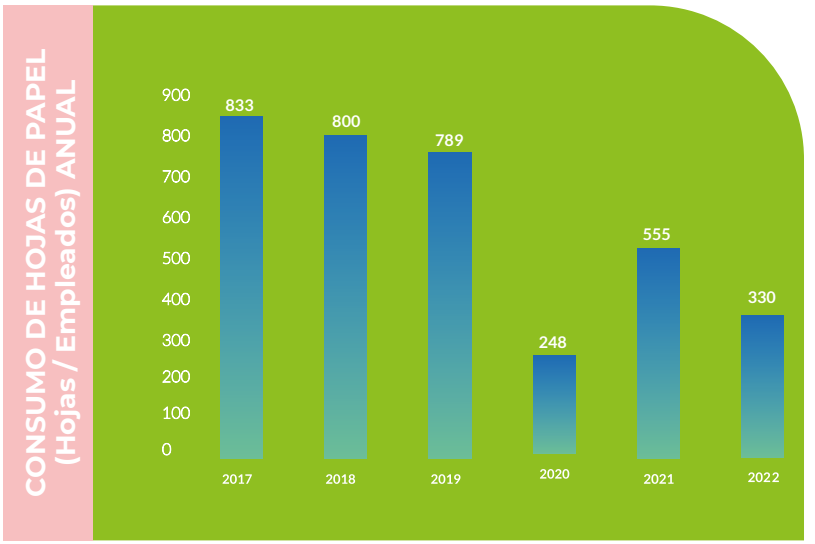
CONSUMO DE PAPEL

Debido a las tareas administrativas asociadas a las actividades del concesionario se utiliza papel para impresión, para garantizar trazabilidad, como garantía y para cumplir con los procedimientos establecidos.

SITIO DE POSVENTA (Taller servicio y reparación)

» Consumo de papel: (Sin target establecido)

Consumo de hojas de papel (promedio acumulado hojas de papel /empleados)

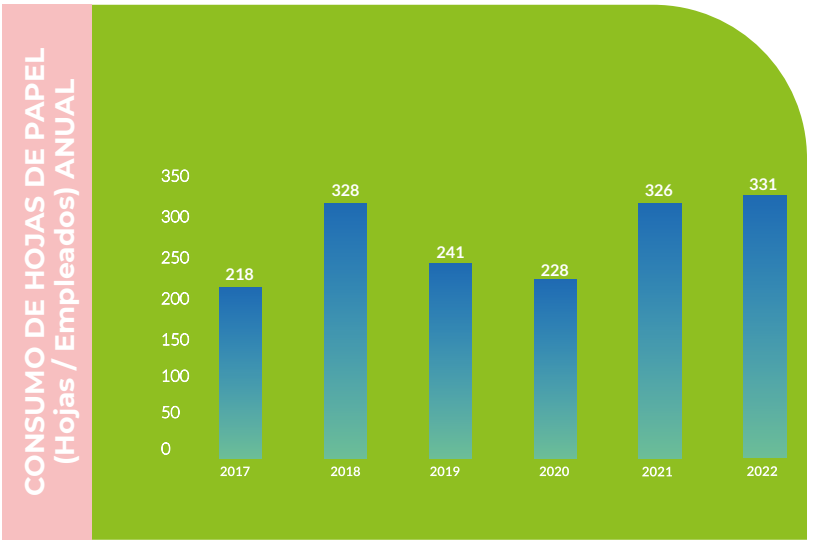


2017	833
2018	800
2019	789
2020	248
2021	555
2022	330

Se verifico una reducción del consumo de papel de un 40,5% respecto del año 2021.
Esto se debió a la generación de conciencia ambiental del personal y a la digitalización de procesos que antes conllevaban el uso de papel.

SITIO VENTA Y ADMINISTRACIÓN

» Consumo de papel :Objetivo 300 hojas por empleado anual



Consumo de hojas de papel (promedio acumulado hojas de papel / empleados)

2017	218
2018	328
2019	241
2020	228
2021	326
2022	331

Para este periodo se incrementó el consumo de papel. Se realizó un análisis del consumo y no se puedo reducir el uso debido al requerimiento de papel de los procesos de venta. Se continuará con el mismo objetivo para el próximo período y se llevará a cabo un circulo Kaizen para encontrar la forma de hacer un uso más eficiente del mismo.

Las hojas que usamos son Eco-sustetables porque son 100% fibra de caña de azucar, 0% fibra de árbol y 0% blanqueadores químicos
Cuentan con certificación Producto Yungas y Verificación de Huella de Carbono

5 DESEMPEÑO SOCIAL: COMUNIDADES

GRI 2-12, 3-3, 413-1

La estrategia de Sustentabilidad de Toyota Viola MOV S.A. está basada en 4 ejes primordiales:

ODS# 4 Educación de Calidad
ODS# 12 Producción y consumo responsable
ODS# 17 Alianza para lograr los objetivos
ODS# 13 Acción por el clima

Dichos objetivos de desarrollo sostenible se encuentran dentro de nuestra Política de Sustentabilidad

Para asegurar el cumplimiento de los objetivos establecimos 2 programas:

1. **Programa de Educación "MOVILIDAD PARA EL CONOCIMIENTO, LA EDUCACIÓN Y LA CULTURA"**

PONER ESTOS DATOS EN FORMA MÁS GRÁFICA PARA DESTACAR LOS NÚMEROS INVOLUCRADOS:

- El programa está en funcionamiento desde 2018 y a la fecha participaron 291 personas.

- En estos 4 años del programa se visitaron 3 sitios de interés, la Reserva ecológica Costanera Sur, la Fundación OSDE y la Usina del Arte y participaron 5 establecimientos educativos.

- Alianzas con 2 instituciones de renombre Fundación OSDE y la ONG Aves Argentinas.

Toyota Viola MOV S.A. colaboró con las escuelas participantes donando útiles escolares para continuar trabajando en clase los temas vistos en las salidas educativas.

	ALCANCE				TOTALES
PARTICIPANTES	2018	2019	2021	2022	
Alumnas y Alumnos	45	108	43	55	251
Docentes	6	12	4	4	26
Voluntarios	3	4	3	3	13
TOTAL	54	124	50	63	291

OBJETIVOS:

- Colaborar con Escuelas de poblaciones vulnerables
- Enriquecer la enseñanza provista en el aula de forma tradicional, acercando a los niños y niñas a distintas fuentes de aprendizaje que ofrece el entorno para contribuir a su desarrollo de una manera integral
- Reforzar los valores de nuestra sociedad fomentando la cooperación
- Generar conciencia ambiental

ESTE AÑO REALIZAMOS LA ACTIVIDAD CON ALUMNOS DE LA ESCUELA N° 9 PEDRO VARELA DEL BARRIO DE BARRACAS EN LA RESERVA ECOLÓGICA COSTANERA SUR JUNTO CON LA FUNDACIÓN AVES ARGENTINAS.

AVES ARGENTINAS
100 AÑOS
JUNTO A VOS
Y LA NATURALEZA

****Aves Argentinas** es la organización nacional que, compuesta por más de 3000 socios y con más de 100 años de vida protege las aves silvestres y la naturaleza de Argentina. Son miembros de BirdLife International, la red de organizaciones dedicadas a la conservación de la naturaleza más grande del mundo.
En Aves Argentinas trabaja en favor de las más de 1000 especies de aves silvestres y sus ambientes, con proyectos y acciones de conservación, investigación, educación y divulgación junto a investigadores, voluntarios, técnicos y una amplia red de voluntarios y más de 100 Clubes de Observadores de Aves.

1. Programa de economía circular y reducción de residuos: “ECOBAG”

El objetivo del programa es reducir los residuos generales recuperando el material de los Airbag desechados durante la “Campaña de Seguridad” para que vuelva al circuito productivo.

La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, arrendar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar los materiales y productos existentes durante el mayor tiempo posible. Tiene como objetivo abordar desafíos globales como:

// El cambio climático,
// La pérdida de biodiversidad,
// La gestión de los desechos y la contaminación.

Se define en contraposición a la economía lineal tradicional.

Entendemos la circularidad, como un mecanismo para la producción y consumo responsable. **(ODS 12)** Incentivamos la eficiencia en el uso de recursos; reducimos el impacto ambiental y enfatizamos en el bienestar de las personas, cumpliendo con nuestros requisitos de calidad.

Con 100 airbags confeccionamos:

// 40 bolsitas para residuos que se colocan la palanca de cambios de los vehículos que ingresas al servicio.

// 40 cubre volantes y 40 fundas para las palancas de cambio para garantizar que durante el servicio el mismo quede impecable y no sufra defectos o se ensucie.

INDICE

Contenido	Descripción	Página	ODS
2-1	Detalles organizativos	2	
2-2	Entidades incluidas en la presentación de los informes de sostenibilidad	7	
2-2 a	Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	7	
2-2 b	Período objeto del informe financiero	6	
2-4	Actualización de la información	6	
2-5	Verificación externa	7	
2-7	Empleados	20	
2-9	Estructura de gobernanza	3	
2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	3	
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	3	
2-12	Presidente del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	7-33	
2-13	Delegación de las responsabilidades de la gestión de los impactos	7	
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de los informes de sostenibilidad	7	
2-15	Conflicto de interés	3	
2-16	Comunicación de inquietudes criticas	3	
2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	3	
2-19	Políticas de remuneración	No reportado	
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1	
2-23	Compromisos y políticas	5	
2-24	Incorporación de compromisos y políticas	5	

INDICE

Contenido	Descripción	Página	ODS
2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	5	
2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	5-16-20-24	
2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	7	
2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	7	
2-30	Convenios de negociación colectiva	No reportado	
3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	10	
3-2	Lista de temas materiales	10	
3-3	7-16-17-20-21-27-28-29-32		
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	13	
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	20	
205-1	Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	13	
205-2	Comunicación y formación de las políticas y procedimientos anti corrupción	5	
205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	5	
302-1	Consumo energético dentro de la organización	27	
302-3	Intensidad energética	27	
302-4	Reducción del consumo energético	27	
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	27	
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	28	
303-2	Gestión de los impactos vertidos	28	
303-3	Extracción de agua	28	

INDICE

Contenido	Descripción	Página	ODS
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Se omite el 305 completo	No se miden emisiones GEI
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Se omite el 305 completo	No se miden emisiones GEI
305-3	Emisiones indirectas GEI (alcance 3)	Se omite el 305 completo	No se miden emisiones GEI
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	Se omite el 305 completo	No se miden emisiones GEI
305-5	Reducción de las emisiones	Se omite el 305 completo	No se miden emisiones GEI
306-2	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	12-13	
306-4	Residuos no destinados a la eliminación	12	
401-2	Prestaciones para empleados de tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	20	
401-3	Permiso parental		
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	21	
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	21	
404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	21	
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	3-10	
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	5	
407-1	Descripción: Libertad de asociación y negociación colectiva	5	
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	5	
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de trabajo forzoso u obligatorio	5	
413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	33	
416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y seguridad	17	
416-2	Casos de incumplimientos relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	17	

INDICE

Contenido	Descripción	Página	ODS
418-1	Reclamaciones fundamentales relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	17	

VIOLA