

TOYOTA
JORGE FERRO

Reporte de Sustentabilidad 2021

Versión Resumida – Para su divulgación Web

Para solicitar la versión completa escribinos a marketing@jorgeferro.com



Contenidos Generales.....	3	Consumo de Agua y Efluentes.....	23
Somos Toyota Jorge Ferro.....	4	Importancia del Tema.....	24
Un repaso por nuestra historia.....	5	Enfoque de Gestión.....	25
Servicios y Clientes.....	6	Indicadores de Gestión.....	26
Algunos datos sobre nosotros.....	7	Gestión de Residuos.....	27
Palabras del Gerente General.....	8	Importancia del Tema.....	28
Ética y Gobernanza.....	9	Compromiso y Gestión.....	29
Grupos de Interés.....	10	Indicadores de Gestión.....	30
Sobre el Contenido del Reporte.....	11	Cumplimiento Ambiental.....	31
Reexpresión y Contacto.....	12	Importancia del Tema.....	32
SERIE GRI 200 – Temas Económicos.....	13	Enfoque de Gestión.....	33
Enfoque de Gestión.....	14	GRI 400 – Temas Sociales.....	34
Indicadores de Gestión.....	15	Tema Material y Cobertura.....	35
GRI 205 – Política Anticorrupción.....	16	Enfoque de Gestión.....	36
Indicadores de Gestión y Capacitación....	17	Salud y Seguridad en el Trabajo.....	37
GRI 300 – Temas Ambientales.....	18	Enfoque de Gestión.....	38
Consumo Eléctrico.....	19	Indicadores de Gestión.....	39
Enfoque de Gestión.....	20	Formación y Enseñanza.....	40
Impacto Ambiental.....	21	Importancia del Tema.....	41
Indicadores de Gestión.....	22	Enfoque de Gestión.....	42

Índice



JORGE FERRO

Formación y Enseñanza	
Criterios de Evaluación.....	43
Indicadores de Gestión.....	44
GRI 405 – Diversidad e Igualdad	45
Importancia del Tema.....	46
Enfoque de Gestión.....	47
Indicadores de Gestión.....	48
GRI 413 – Comunidades	49
Importancia del Tema.....	50
Enfoque de Gestión.....	51
Evaluación del Enfoque de Gestión.....	52
Índice de Contenidos GRI	53



Contenidos Generales

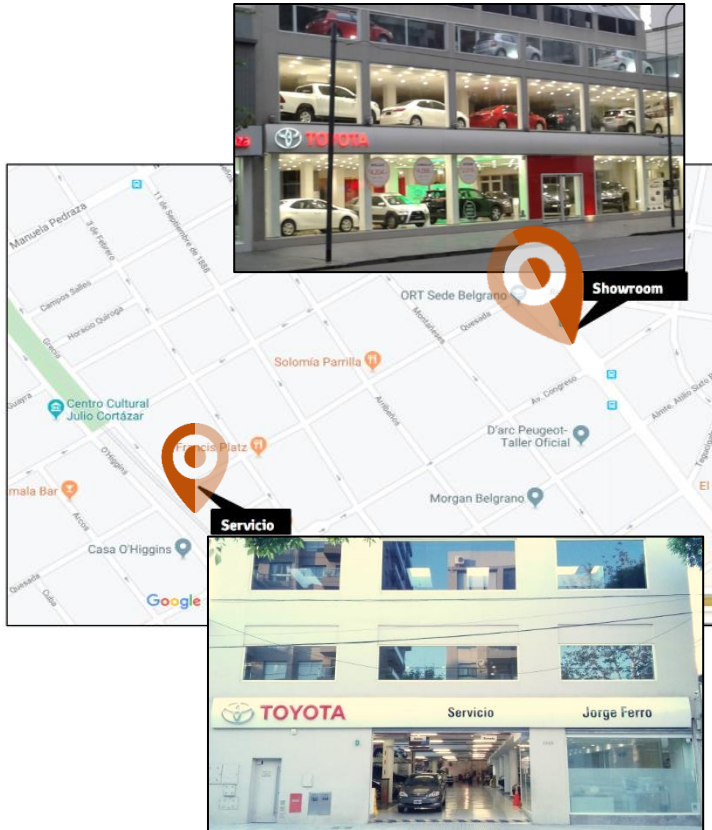


Somos FECORP SRL - Toyota JORGE FERRO

Un Concesionario Oficial TOYOTA en la República Argentina especializado en la venta de Automóviles, Camionetas y vehículos Utilitarios en estado de Nuevos (incluyendo 4x4, furgones 1Ton y vehículos similares) teniendo comercio al por mayor (División Corporativa) y por menor (cartera de consumo)

Nos regimos bajo los estándares de calidad Estilo Movilidad Toyota y certificaciones auditadas y controladas por Toyota Argentina (como TSM Kodawaki, DPOK, MRS, Mantenimiento Express, entre otras) además de las normativas vigentes a la actividad comercial.

Nos especializamos en la Venta de Vehículos Usados Seleccionados de otras marcas y Usados Certificados Toyota (los cuales gozan de una garantía DE FABRICA por 1 año o 20.000km, lo que ocurra primero) y contamos con un Servicio Posventa TOYOTA con servicio de Mantenimiento Express, Servicios Livianos y Reparaciones de Chapa y Pintura.





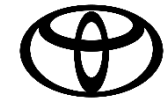
Un repaso por nuestra historia...

FECORP SRL - Toyota Jorge Ferro, nace en el mes de Abril del 2003, asumiendo como forma jurídica un contrato de Sociedad de Responsabilidad Limitada (regida por Ley 19.550), tomando domicilio en Buenos Aires y teniendo una duración de noventa y nueve años, contados a partir de la fecha de inscripción en la Inspección General de Justicia.

La sociedad tiene por objeto la ejecución de actividades en cualquier parte de la República Argentina, por cuenta propia o a través de terceros.

Actualmente contamos con nuestro Showroom en Av. Del Libertador 6777 - CABA

Mientras que nuestra Posventa se ubica a 400m, en Quesada 1965 - CABA



Brindamos Servicio a:

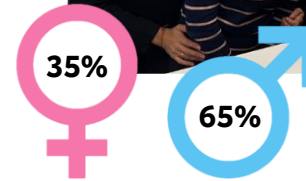
- ⊕ Agencia Pública
- ⊕ Agricultura
- ⊕ Energía
- ⊕ Logística
- ⊕ Minería
- ⊕ Servicios Financiero
- ⊕ Servicios Sanitarios
- ⊕ Sin fines de lucro
- ⊕ Servicios
- ⊕ Telecomunicaciones
- ⊕ Turismo/Ocio

Entre nuestros clientes están:

- ⊕ Cartera de Consumo
- ⊕ Clientes Mayoristas
- ⊕ Pequeñas, Medianas y Empresas
- ⊕ Industrias de todo tipo
- ⊕ ONGs
- ⊕ Cooperativas de Electricidad y Otros Servicios Públicos
- ⊕ Empresas de Telecomunicaciones
- ⊕ Fundaciones
- ⊕ Proveedores de Logística

Algunos datos sobre nosotros

- 🌐 Tenemos un staff de 114 empleados
- 🌐 Tenemos un volumen de operaciones anual por encima de las 26.000 (Entre Ventas y Posventa)
- 🌐 Vendemos un promedio de 240 unidades 0km al mes
- 🌐 Además, realizamos ventas de Usados Seleccionados y Usados Certificados Toyota (con garantía DE FABRICA por 1 año o 20.000km)
- 🌐 Tenemos un promedio de 2000 unidades al mes que pasan por nuestra Posventa





Palabras del Gerente General – Andrés Cano

Nuevamente nos encontramos ante un **Reporte de Sustentabilidad**, el segundo desde que comenzamos a estandarizar el equipo de trabajo y la colaboración entre áreas para estandarizar la comunicación bajo GRI y nucleando todas las actividades de nuestro concesionario en un solo documento.

Este ejercicio resultó un verdadero desafío, significando el primero de la **“vuelta a la normalidad”** (pese a que la Pandemia sigue estando, ya no golpea como en el 2020) y continuando con la revolución que esto ha significado, cambiando la forma de trabajar, de pensar y entender los Negocios. En este período continuamos trabajando con la filosofía de **“el cliente primero”** y nos enfocamos en mejorar lo que ya habíamos logrado en materia de Sustentabilidad, teniendo ya las bases del 2020 y buscando sostener y ampliar los resultados obtenidos.

Continuamos creciendo en la **Participación de Mercado** (Market Share) dentro de lo abarcado por **Toyota Argentina** y además logramos captar la atención de aquellos clientes que buscaron una primera experiencia con la marca, fundamentalmente a través de **Toyota PLAN** y a través de nuestros **Usados Certificados Toyota**, que cada vez son más reconocidos y buscados en los **Marketplace** y sitios de vehículos usados. Seguimos trabajando en edificios sustentables, conscientes con los **Recursos No Renovables** y el cuidado del **Medio Ambiente**, lo que no solo permite una mayor conciencia ecológica, sino que ha repercutido en los gastos operativos con una fuerte reducción de los mismos.

Para el próximo ejercicio seguiremos profundizando en estas temáticas de las cuales estamos en constante aprendizaje, y esperamos que a través de esta comunicación, al igual que hemos hecho con algunos encuentros con **Grupos de Interés**, sigamos abriendo nuevos horizontes de cara a un futuro prometedor donde la **Movilidad Sustentable** y la conciencia del **Medio Ambiente** sea la premisa fundamental de **Toyota JORGE FERRO**.





Ética y Gobernanza



Contamos con una Carta de Ética que es compartida internamente a nuestros colaboradores y externamente a nuestros proveedores. Su versión completa está en nuestra web o bien puede ser solicitada a través del mail marketing@jorgeferro.com ya que es de interés público.

En lo que respecta a Gobernanza, En este último año estuvimos profundizando el concepto de “puentes” entre las distintas unidades de negocio de Toyota Jorge Ferro, buscando más comunicación y cohesión entre áreas, y teniendo distintos nexos en común.

En **Toyota PLAN** se promovió a un nuevo Supervisor, **Martin Peralta**, mientras que en el área de Seguros, dada la expansión tenida, se nombró como **Jefa de Seguros** a **Soledad Palacios**, quien además es *Productora Asesora de Seguros Matriculada*.

En Marketing se nombró como **Jefe de Marketing** a **Pablo Fernandez**, acompañando a la expansión con nuevos colaboradores, mientras que en Administración se nombró como **Jefa Contable** a **Agustina Baaclini**, y fue nombrada como **Jefa de Administración** a **Patricia Heffing**.

Es para nosotros importante además la integración de mujeres en puestos jerárquicos, teniendo participación activa en reuniones de líderes, **Círculo Kaizen** y de **Gerencias**.

Todas las reuniones y acciones mancomunadas están supervisadas y lideradas por el **Gerente General, Andrés Cano**, quien coordina reuniones periódicas con los **Gerentes y Líderes** de cada área para el tratamiento de diversos temas.



Martin Peralta
Supervisor
Toyota PLAN



Patricia Ochoa
Team Leader
Administración
Toyota PLAN



Patricia Heffing
Jefa Administración



Agustina Baaclini
Jefa Administración
Contable



Grupos de Interés

El presente informe está dirigido, entre otros, a los siguientes grupos de interés, que participan en nuestra operatoria diaria y con los que guardamos una estrecha relación:

Comunidad JORGE FERRO

- ☉ Clientes y Potenciales Clientes en General
- ☉ Clientes Club Toyota
- ☉ Usados Seleccionados y Certificados Toyota
- ☉ Clientes de Posventa que adquirieron su Toyota en nuestro concesionario
- ☉ Clientes de Posventa que adquirieron su Toyota en otros concesionarios

Toyota Argentina

- ☉ Proveedores y otras compañías asociadas a TMC

Proveedores

- ☉ Proveedores de Salón de Ventas
- ☉ Proveedores de Posventa
- ☉ Proveedores ocasionales/de productos específicos (Ej. adquisición de insumos)

Comunidad y ONGs

- ☉ Comunidad de AMBA
- ☉ Comunidad cercana al concesionario (Barrio de Nuñez y linderos)
- ☉ Escuelas Técnicas y Universidades con orientación Técnica
- ☉ Asociaciones Sin fines de Lucro y ONGs
- ☉ Gobierno y Autoridades gubernamentales, nacionales, provinciales y municipales



Sobre el Contenido del Reporte

El presente Reporte de Sustentabilidad abarca el ejercicio correspondiente al 2021, abarcando su ejercicio económico y financiero, y teniendo comparativas con el ejercicio 2020. Es nuestra segunda edición bajo estándares GRI (conforme a Estándares GRI Core Option). El informe anterior fue publicado el 14/12/2021 y pueden solicitarlo a marketing@jorgeferro.com

Los contenidos han sido propuestos mediante reuniones de trabajo de tipo Dealer Kaizen, teniendo como modalidad de trabajo un mixto entre *brainstorming* con temas libres propuestos por cada responsable del Espacio de Sustentabilidad, como también la disposición de temas de tratamiento en la agenda del día/reunión.

La recopilación de información proviene de nuestras bases de datos internas, sistemas de gestión diaria y aplicaciones de uso diario de tipo CRM y DMS.

Se realizó una recopilación de temáticas de interés interno y externo en materia de sostenibilidad económica, el crecimiento tanto en infraestructura como en Recursos Humanos, y las actividades económicas que optimizamos apuntando a reducir el impacto ambiental, mediante la adopción de capacitaciones periódicas de Reciclaje, Sustentabilidad y cuidado de los Recursos.

Dada la periodicidad anual del Reporte de Sustentabilidad, el próximo informe estará publicándose hacia las últimas semanas del mes de Diciembre del 2023.



Reexpresión de la Información

En caso de necesidad de reexpresión, modificación o ampliación de la información aquí volcada, se reelaborará un documento rector.

Contacto para preguntas, pedidos y aclaraciones del Informe

Nombre

Pablo Fernandez

Correo electrónico

pfernandez@jorgeferro.com

Posición

Responsable Best in Town, Marketing y Comunicación

Teléfono

+54 9 11 5299-4000 (Int. 101)

**Serie
GRI 200**



**TOYOTA
JORGE FERRO**

Temas Económicos



Enfoque de Gestión Económica

Durante el 2021 continuamos nuestro enfoque de **Desarrollo Económico a escala**, teniendo además el desafío de un mundo que empezaba a dejar atrás la golpeada economía Pandémica, y empezaba a pensar en un **mundo post-Covid**. Pese a ello, continuamos nuestra premisa dar pasos cortos pero firmes, buscando el desarrollo de las unidades de negocio a través de la **Estandarización de procesos**.

Se creció en la venta de **Usados Seleccionados** y **Usados Certificados Toyota**, además de afianzar al equipo de trabajo de **Toyota PLAN**, que logró un salto de calidad respecto a años anteriores. Un ejemplo de ello es que hacia finales del ejercicio, **cerca del 40% de las unidades Toyota 0km** de nuestro concesionario son entregadas mediante la modalidad de Plan de Ahorro, mientras que las unidades Usadas se perfilan **por encima del 35% de nuestro trade-in**, trabajando en la prospección, cotización y **Toma de Usados** tanto de la marca **Toyota** como de **otras Marcas**, para su posterior reacondicionamiento y venta a través de los distintos Canales.

Hemos apostado a futuro y, como hemos mencionado, realizado pasos firmes realizando **fuertes inversiones de infraestructura, personal y Marketing**, afianzando equipos de trabajo internos y estableciéndose alianzas estratégicas con Proveedores.

Es a través del trabajo en conjunto que logramos trazar objetivos a corto, medio y largo plazo, y teniendo una visión transversal del negocio donde cada área tiene un impacto positivo sobre otras.



Algunos Indicadores de Gestión (KPI)

Realizamos reuniones mensuales entre Gerencia General y Gerentes y Líderes de cada área. Los resultados de nuestra gestión son evaluados internamente y relevados a las gerencias, quienes además de la **Rentabilidad** enfocan sus KPIs en el crecimiento constante de **Participación de Mercado** en Toyota Argentina y las Unidades en Operación de nuestra zona (AMBA)

VALOR ECONOMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO	2021	2020
INGRESOS / VENTAS NETAS	105%	105%
OTROS INGRESOS	-5%	-5%
TOTAL VALOR ECONOMICO GENERADO	100%	100%
TOTAL VALOR ECONOMICO GENERADO	2021	2020
COSTOS OPERACIONALES	-92%	-94%
SUELDOS Y PRESTACIONES DE LOS EMPLEADOS	-1%	-1%
PAGOS AL GOBIERNO	-3%	-2%
TOTAL VALOR ECONOMICO DISTRIBUIDO	-96%	-96%
TOTAL VALOR ECONOMICO RETENIDO	4%	4%



Abarcamos el 2,8% del Market Share de Toyota Argentina



Política Anticorrupción

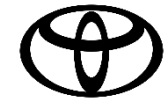
Alineados a la filosofía Toyota Way, tenemos principal preocupación en lo que respecta a la **Ética Profesional** de nuestros colaboradores y Proveedores es que consideramos que el **Compromiso Mutuo** es la base fundamental del trabajo en equipo, teniendo en la **Disciplina** el norte a seguir, como también el **Respeto** por el otro. A través de ello es que elaboramos y formalizamos durante el 2021 una **carta de Ética y Transparencia** la cual rige para toda nuestra cadena de valor.

A su vez, tenemos un fuerte compromiso con los programas de **PLAFT** (Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo), siendo sujetos obligados y realizándose reportes proactivos en caso de ser necesario.

De este modo **no comercializamos unidades a clientes que no cumplimenten con los formularios UIF vigentes**, requiriendo certificaciones contables de ingresos en caso que haga falta y poniendo a disposición de nuestros clientes formularios digitales en nuestra Web Institucional.

Hemos tenido además capacitaciones internas con colaboradores y proveedores, quienes adhirieron al **Código de Ética y Transparencia**, como también recibieron capacitación en materia de **políticas Anticorrupción y PLAFT**.

Creemos que no solo la Transparencia, sino el Trabajo Estandarizado, es la forma en la que podemos crecer conjuntamente, brindar una atención de calidad a nuestros clientes y lograr corregir errores sin arrastrarlos hacia el producto o servicio que brindamos. El trabajo estandarizado y las normas claras permiten mayor Transparencia en nuestra actividad económica, y permiten aplicar Kaizen (Mejora continua) periodo tras periodo.



Indicadores de Gestión y Capacitación

Nombre de la Región	Número	Porcentaje
AMBA	11	100%
Total	11	100,0%

Número total y el porcentaje de miembros del órgano de gobierno (Grupo de Líderes y Gerentes) a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización, por región

Nombre de categoría laboral	Número	Porcentaje
Fuerza de Ventas Convencional y Corporativo	8	28%
Administración Comercial	2	8%
Asesores Comerciales Toyota Plan	14	45%
Administración Comercial Toyota Plan	6	19%
Total	30,0	100,0%
Nombre de la Región	Número	Porcentaje
AMBA	30	100%
Total	30,0	100,0%

Número total y el porcentaje de empleados a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización, desglosados por categoría laboral y región



TOYOTA
JORGE FERRO

Serie
GRI 300

TEMAS
AMBIENTALES



TOYOTA
JORGE FERRO

CONSUMO
ELÉCTRICO

Enfoque de Gestión Ambiental – Energía Eléctrica

En los últimos años hemos puesto un principal enfoque en el cuidado de los recursos y principalmente la **Energía Eléctrica** entendiendo que es el camino que no solo contribuye en lograr reducir los costos operativos de nuestra actividad económica, sino también el impacto negativo que ésta genera sobre el **Medio Ambiente**.

Desde nuestra **Gerencia General** y en trabajo en equipo con los responsables de **Maestranza y Mantenimiento Edificio** en los últimos años nos hemos involucrado en reducir notoriamente el consumo de energía eléctrica aprovechando tecnologías de última generación.



Respecto al último ejercicio, se finalizó con la instalación **de luminarias LED de bajo consumo** y se instalaron **fotocélulas con sensores de movimiento** en todos los sectores de alto tránsito, además de sectores de uso interno como **Comedores de Colaboradores, Baños y Depósitos**, lo que permitió reducir notoriamente no solo el consumo de energía eléctrica, sino que además evitó los “olvidos” de apagado de luces una vez retirados de esas zonas.

Adicionalmente se estandarizó la programación de relojes que encienden y apagan las luces del **Showroom** (incluyendo luces de Auto Estrella) adaptándolas a las necesidades de iluminación estacionales. Esta tarea es supervisada y realizada exclusivamente por el nuevo responsable de **Maestranza y Logística Interna** de nuestro **Showroom Comercial**.



Impacto Ambiental – Consumo Eléctrico

El consumo de energía eléctrica se gestiona en nuestro salón de ventas a nivel de facturación y consumo mensual (detallado en las facturaciones), lo cual es controlado por **Administración Comercial**. Mientras que en nuestra **Posventa** este valor es analizado por consumo eléctrico por cada **Unidad de Servicio (TUS)**, realizándose un promedio mensual entre estos indicadores.

Nuestra gestión apunta a tener además de un consumo responsable, una **creciente reducción del consumo de energía eléctrica que no provenga de energías limpias**, apuntando a futuro a tener edificios 100% sustentables y que tengan generación energética propia.

Contamos con un estándar basado en la **Guía de Instalaciones de Toyota** en el que se indica cómo deben programarse los relojes automáticos para el apagado de artefactos eléctricos y las características de los dispositivos eléctricos "**Bajo Consumo**" que deben adquirirse o reemplazarse. Un ejemplo de ello es que durante el 2021 ampliamos y profundizamos la renovación de dispositivos electrónicos e informáticos por aquellos de Bajo Consumo, prestando mayor importancia a las etiquetas que indican dicha información y a las prestaciones de los mismos.

Además, en este nuevo ejercicio se incorporó la estandarización de **ESCO (Energy Saving Collaborators)** que se encargan de verificar el normal funcionamiento de las luminarias, verificar que la energía eléctrica no se encuentre desperdiciada (por ejemplo, luces encendidas en espacios donde no hay nadie) o bien reportar en caso de fallas o necesidades de mejora (por ejemplo, instalación de fotocélulas o sensores de movimiento)

La generación del **grupo ESCO** permitió una mayor visibilidad a la necesidad de **cuidar la energía eléctrica**, además de lograr la estandarización de los métodos y procesos necesarios para este objetivo.



Algunos Indicadores de Gestión Energética

Comparativa de 2021 vs 2020, donde debe tenerse a consideración que si bien la cantidad de energía eléctrica consumida tuvo un crecimiento, es en proporción inferior ya que debemos destacar en el 2020 las restricciones y limitaciones de la operatoria diaria por los protocolos y restricciones Covid-19.

En julios, vatios-hora o múltiplos, el total del:	2021	2020
Consumo de Electricidad	311.211	233.420,00
Consumo de Calefacción	52.498,27	41.034,82
El consumo total de energía dentro de la organización, en julios o múltiplos.		274.454,82
Consumo energético total dentro de la organización=	363.709,27	
SUMA DE : Combustible no renovable consumido+ Combustible renovable consumido +Electricidad, calefacción, refrigeración y vapor comprados para consumir +Electricidad, calefacción, refrigeración y vapor autogenerados y que no se consuman		
MENOS:Electricidad, calefacción, refrigeración y vapor vendidos		
Ratio	19,79	17,86

CONSUMO DE AGUA Y EFLUENTES



TOYOTA
JORGE FERRO



Importancia del Tema Material – Agua y Fluidos

Nuestros edificios (Showroom y Posventa) están en zonas que se ven muy aquejadas por el "**boom**" de la construcción, sumado además que en el 2021 se vio afectada la zona por obras referidas a **modificaciones viales**, lo que afectó no solo la calidad y la cantidad de **Agua Corriente**, sino también a la **Energía Eléctrica** (necesaria para el funcionamiento de bombas y motores que proveen agua a nuestros edificios)

En nuestra Posventa si bien en el período anterior tuvimos afección por esta problemática, para el presente período aplicamos contramedidas comprando **bombas** que mejoran y eficientizan la **presión y caudal de agua**, como también renovamos todas las **canillas, duchas y salidas de agua** en función de la automatización, evitando pérdidas y optimizando su uso.

Nuevamente, el mayor impacto del **consumo de Agua** se produce en nuestra posventa, con la actividad de **Lavado de unidades de Servicio**, unidades Toyota 0km para **entregar a nuestros clientes**, unidades 0km para **exhibición en salón de ventas y usados seleccionados o Certificados Toyota** para exhibir en nuestro *showroom de usados*.

También tenemos que mencionar que contamos con instalaciones sanitarias en nuestra posventa y toilettes en todos los pisos de nuestro salón de ventas, además de un **comedor para colaboradores en Posventa** y otro en el **subsuelo del Showroom**, también para colaboradores y provisto de una bomba de agua para extracción de efluentes.





Enfoque de Gestión – Agua y Efluentes

A través de nuestro responsable de **Seguridad e Higiene** se realizan mediciones mensuales del consumo de agua mediante la instalación de un caudalímetro. Esto además se contrasta con las facturaciones del proveedor de agua corriente y se analizan las variaciones intermensuales entre períodos.

El objetivo de esta medición apunta a tener un **uso responsable del Agua**, teniendo además como objetivo a corto, medio y largo plazo la reducción del consumo.

En lo que respecta a Posventa, se ha elaborado en conjunto a **Dealer Kaizen** un proceso de lavado de unidades (SOP) que apunta a la mayor eficiencia de los recursos, tanto en tiempo como en consumos. Esto ha logrado hacer un uso eficiente y responsable del Agua.

En Ventas, y al igual que con la **brigada ESCO (Energy Saving Collaborators)** se trabaja en que existan responsables de verificar que las canillas, inodoros y todas las salidas de agua posibles estén en perfecto funcionamiento, sean cerradas cuando no son utilizadas y no generen desperdicio alguno. Existen responsables por cada planta del **Salón de Ventas** quienes se encargan de verificar esto y reportar en caso de ser necesario al responsable de **Mantenimiento Edificio y Logística Interna** para su eventual reparación o revisión.

Nuestro **responsable de Seguridad e Higiene** realiza evaluaciones mensuales del **consumo del agua en función de la cantidad de TUS (Unidades en Servicio)** de nuestra Posventa.

Los resultados son reportados directamente al área de **Administración y Finanzas**, como también al **Gerente de Posventa**, quien se encarga de dar feedback a sus colaboradores mediante reuniones mensuales, donde se evalúan procesos internos y se da una devolución de desempeño individual a cada colaborador.

Indicadores de Gestión del Agua

Nuestra agua proviene de la red de agua corriente que es suministrada por la empresa AySA, teniendo en nuestra Posventa un caudalímetro para el control de consumos al igual que en nuestro Showroom de Ventas. El consumo de la misma se realiza en el lavado y preparación de unidades de Servicio, Entregas de 0km y exhibición en Showroom, y también analizamos el consumo de agua en sanitarios, lavatorios y comedores de ambos edificios.

Extracción total de agua de todas las zonas (en megalitros) y desglose de dicho total en función de las siguientes fuentes, si procede:	2021	2020
Agua de Terceros	3.211	2.236

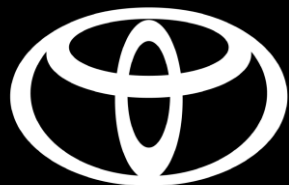
Análisis de consumos en función de las TUS en nuestra Posventa, y comparándose mes a mes en nuestro salón de ventas, realizado por nuestro responsable de Seguridad e Higiene.



Sensores de Proximidad en Lavatorios y Sanitarios para controlar el uso del Agua.

El crecimiento en el uso del agua se debe fundamentalmente a la **cantidad de TUS** (Unidades Totales en Servicio Posventa, lo que contempla Clientes de Servicio, Unidades 0km, Unidades de Showroom y otras unidades sin cargo a clientes, etc.) el cual fue **superior respecto al 2020**, considerándose que durante ese año estuvimos con los cierres intermitentes dadas las restricciones sanitarias.

Pese a este incremento, las contramedidas en **Procedimientos Estandarizados de Lavado** y las **mejoras de infraestructura en instalaciones** (sensores de proximidad que reemplazaron a canillas y botones) **redujeron proporcionalmente el consumo del Agua** lo que repercutió positivamente no solo en el cuidado de la misma, sino también en la economía, al tener facturaciones más bajas.



TOYOTA
JORGE FERRO

GESTIÓN DE
RESIDUOS





Importancia del Tema Material – Residuos

En Toyota Jorge Ferro somos conscientes de que nuestra actividad económica genera un **principio de cambio o alteración constante en nuestro Medio**, y es por ello que todas nuestras acciones diarias generan un residuo.

Estos residuos deben ser desechados o descartados en forma responsable, y esta tarea depende de todos nuestros **Colaboradores, Proveedores y Comunidad**, por lo que nos encargamos de que este tema se de importancia material en todas nuestras actividades cotidianas.



Al igual que en otras cuestiones relativas a medio ambiente y gestión ambiental, contamos con un **Sistema de Gestión Ambiental** que ha sido aprobado y estandarizado dentro de la organización, tomando como referencia la **Norma ISO 14001:2015**.

Esta gestión es supervisada por nuestro responsable de Seguridad e Higiene, y reportada a las gerencias de cada vertical de negocio.

En nuestra actividad diaria trabajamos en la meta de utilización razonable y responsable de los **Recursos Naturales**, y es en el tratamiento de residuos donde nos enfocamos periódicamente mediante capacitaciones y señalización de nuestras instalaciones, de forma tal que nuestra comunidad esté al tanto de nuestras actividades y enfoque respecto a esta temática.

Nuestro Compromiso y Gestión – Residuos

En el 2021 comenzamos a aplicar progresivamente la conciencia de **Separación de Residuos**, teniendo la instalación de tachos para **Residuos Generales** y otro para la generación de **Reciclables**, debidamente rotulados e identificados.



El principal objetivo que nos trazamos para el 2021 es reducir la cantidad de residuo generado, además de generar conciencia en nuestros colaboradores quienes comenzaron con la Separación de Residuos y la adopción del Reciclado no solo en su ámbito laboral, sino trasladándolo a sus respectivos hogares.

Hay dos principales responsabilidades que son enunciadas en la **Autoevaluación de Desempeño Ambiental del Personal**:

1) **Evitar Derrames de sustancias**

2) **Utilización Responsable del Papel, Insumos y Recursos**

A partir del 2021 esta Autoevaluación es llevada a cabo en forma semestral o anual por parte de nuestro responsable de Seguridad e Higiene, y es acompañada por **capacitaciones** al personal e **inducciones a nuevos colaboradores** que se incorporaron a la nómina.



Indicadores de Gestión de Residuos

En lo que respecta a nuestro Salón de Ventas y Posventa, se comparte un fuerte nivel de residuos proveniente de artículos de Librería y Gráfica, teniendo fundamentalmente el uso de papel. El mismo es utilizado fundamentalmente en hojas de trabajo (que luego de la tarea son descartadas) teniendo como ejemplos hojas de control de stock, ordenes de trabajo, ordenes de pago, remitos y otro tipo de documentos de uso diario.

También tenemos que destacar entre los residuos generados por la actividad a los envoltorios, embalajes y contenedores de insumos tanto para el taller (piezas, repuestos, herramientas) como para el trabajo administrativo (elementos de escritura que son descartados al finalizar su tinta, cartuchos de impresora, carpetas plásticas y folios, etc.)

Peso total de los residuos generados en toneladas métricas y desglose de este total en función de la composición de los residuos.	2021	2020
Generales	3,41	3,05
Papel y Cartón	2,62	2,27
Scrap Metálico	3,91	2,96
Sólidos Peligrosos	4,09	3,14
Líquidos Peligrosos	19	11,60
Barros del Lavadero	9	11,50
Baterías Usadas	0,31	0,77
Total de Residuos Generados	42,34	35,29

Valores expresados en Toneladas. Si bien hubo crecimientos, hay que contextualizar con la cantidad de actividad notoriamente superior por las restricciones Covid-19 del año 2020



TOYOTA
JORGE FERRO

**Cumplimiento
Ambiental**





Importancia del Cumplimiento Ambiental

En Toyota Jorge Ferro trabajamos adoptando la **Norma Internacional ISO 14001:2015 de Gestión Ambiental**, enfocándonos en que nuestra actividad económica genere el menor impacto ambiental posible y apuntando a la reducción de utilización de materias primas y recursos naturales.

A través de esta premisa, nos enfocamos en realizar capacitaciones constantes que son lideradas por las Gerencias y llevadas a cambio por nuestro responsable de Seguridad e Higiene, y basamos nuestra actividad económica en:

- 🌐 Generar conciencia y conocimientos sobre el cuidado del Medio Ambiente
- 🌐 Preservar, Mantener y Proteger el entorno en el cual nuestra actividad económica se desarrolla
- 🌐 Instruir y concientizar a otros sobre la importancia del cuidado del Medio Ambiente
- 🌐 Generar conciencia de la necesidad de cuidar los recursos no renovables

Durante el 2021 mantuvimos esas capacitaciones y además las sumamos al **plan de inducción al personal**, participando nuevos colaboradores y proveedores externos.

Enfoque de Gestión – Cumplimiento Ambiental

Se realizan Autoevaluaciones anuales de **Desempeño Ambiental**, participando todas las áreas de nuestro concesionario, y teniendo como obligatoriedad el conocimiento y transmisión de **la Norma ISO 14001** a todo el personal de la empresa.

Proteger el medio ambiente mediante la preservación de los recursos naturales y la prevención de la contaminación ambiental, siendo esta la forma en la que lograremos reducir costos operativos mediante una correcta gestión de los recursos y la disminución de los residuos.

Estas autoevaluaciones fueron realizadas en el 2021 por nuevos colaboradores como parte del programa de **Inducción al Concesionario y a la Marca**.



Tenemos como objetivo a medio y largo plazo la premisa de "**papel cero**", que implica la no utilización de papel a menos que sea inevitable, y el reemplazo del mismo mediante herramientas digitales u otro tipo de tecnologías.

De cara al año próximo estaremos trabajando en la utilización de **materiales compostables** que reemplacen los plásticos de áreas de clientes, comedor del personal y **Coffee Points**, como parte del programa **Toyota EcoDealer**.

Además todos los colaboradores recibieron como regalo por el **Día del Trabajador** una botella térmica personalizada que permite reducir notoriamente el uso de vasos plásticos.



TOYOTA
JORGE FERRO

Serie
GRI 400
TEMAS SOCIALES





Tema Material y Cobertura - Social

Consideramos importante comunicar la importancia material del **Empleo** en nuestro concesionario ya que la captación, formación y evolución de capital humano es lo que permite trazar horizontes de crecimiento dentro de nuestro concesionario, de las unidades de negocio y de nuestra visión de negocio.

Las contrataciones de personal y su seguimiento son gestionadas por la **Gerencia de Administración**, quienes se encargan de delimitar y seleccionar los **Perfiles** buscados.

Además, la **Gerencia General** es quien aprueban las contrataciones, crecimientos del área y el plan de formación de cada colaborador, teniendo además el soporte del plan de formación de **Toyota Argentina** en distintos puestos clave, desde **Asesores Comerciales** hasta **Técnicos de Servicio**.

Si bien en el ejercicio anterior teníamos un limitante en materia de **Desarrollo de Recursos Humanos**, para el presente período hemos implementado **dos contramedidas que dieron muy buenos resultados**:

- ☉ Por un lado, la formación, desarrollo y nombramiento de **Mandos Medios** (Supervisores/as, Jefas y Jefes de Taller)
- ☉ Mientras que por otro lado se formalizó el espacio de **Reuniones de Líderes**, en el que participan **Gerentes** con sus respectivos **Jefes y/o Supervisores**, en conjunto con la **Gerencia General**, donde se plantean las necesidades de crecimiento, captación y formación de **Recursos Humanos**.

Enfoque de Gestión – Social

Todas las gestiones de Perfiles Laborales, Captación y Contratación es definida por el Gerente de cada área, quien a través de reuniones de gerentes y líderes del concesionario propone la ampliación o disminución de cada área, o bien la distribución de tareas de cada colaborador.

Esto es luego aprobado por el Gerente de Administración y Finanzas, quien a su vez lo reporte e informa a Gerencia General y destina el presupuesto, condiciones y metodología para la gestión del personal.

Esto cuenta con el soporte del área de **Marketing y Comunicación** para poder difundir internamente todas las novedades, búsquedas y beneficios que surgen de estas reuniones.

Para conocer todas nuestras ofertas y búsquedas laborales, también puedes encontrarnos en nuestro perfil de LinkedIn



Salud y Seguridad en el Trabajo

En **Toyota Jorge Ferro** consideramos de absoluta importancia el cuidado de la salud de todos nuestros colaboradores, fomentando distintos aspectos que permiten llevar una vida saludable, y además incentivando al cuidado de la misma. Tal como en uno de los pilares fundamentales de **Toyota**, consideramos que cuidar la salud es una forma de Respetar y Respetarse, y es por ello que consideramos a la Salud como un tema material que rige nuestro accionar cotidiano.

A nivel de Posventa, trabajamos el cuidado en la salud no solo desde la **ergonomía del trabajo** (sobre todo en Técnicos de Taller) sino también en la **Prevención de Accidentes**, teniendo **reuniones Asakai** periódicas donde se refuerzan conceptos de Seguridad en el ambiente laboral, además de contar con un responsable de Seguridad en Posventa.

En el **Showroom de Ventas** tenemos la misma política, teniendo principal implicancia en momentos donde se acomodan/mueven automóviles para su exhibición, la utilización de **Test Drive** y la manipulación de líquidos, dispositivos eléctricos, etc. en el lugar de trabajo.

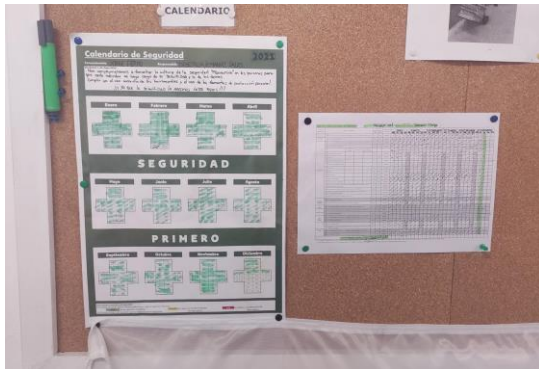


Salud y Seguridad en el Trabajo – Enfoque de Gestión

Trabajamos en el **cuidado de la Salud** mediante distintos aspectos, teniendo no solo **charlas y capacitaciones** que apunten a la alimentación saludable (inclusive, hasta generando convenios y beneficios con restaurante y proveedores locales) sino también fomentando la realización de **al menos un chequeo anual**.

A su vez, entre los beneficios para los colaboradores se encuentran **convenios con Obras Sociales/Prepagas**, y en particular trabajamos durante el 2022 con el convenio con una casa de **Comidas Saludables** que ofreció descuentos para nuestros colaboradores para la compra de alimentos y bebidas.

Adicionalmente, se brindaron **capacitaciones en RCP, Primeros Auxilios, Seguridad en el Ambiente Laboral y manejo de dispositivos Eléctricos**, tanto para colaboradores como también para los nuevos ingresantes, incluyéndose entre el proceso de **Inducción al Concesionario**.



Mediante el **informe de Seguridad y Siniestralidad** se revisan la cantidad de días sin accidentes, la cantidad de accidentes y el seguimiento de los mismos.

En nuestra Posventa, esto además es registrado en una **pizarra de seguridad**, señalizado junto a la **Bandera de Seguridad** que es firmada y asumida como compromiso por todos los colaboradores.

Indicadores de Gestión

Tasa de Fallecimientos por resultantes de una lesión por accidente laboral:

0%

Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias:

0%

Tasa de lesiones por accidente laboral registrables:

0,04%

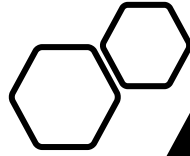
Las principales lesiones son **Golpes leves**, generalmente causados por la manipulación de herramientas, partes de automóviles o piezas extraíbles. También se destaca un desgaste físico por movimientos repetitivos (falta de ergonomía)

Raramente se han registrado cortes leves por utilización de elementos filosos o rotura de vasos de vidrio u otros utensilios en comedor de concesionario o posventa.

(Tasas calculadas en base a un promedio de 180 horas mensuales trabajadas y tomando 200.000 horas trabajadas del período anual)



Formación y
Enseñanza



TOYOTA
JORGE FERRO





Importancia del Tema Material – Formación y Enseñanza

En Toyota Jorge Ferro damos especial importancia a la capacitación y a la formación constante de nuestro personal, teniendo la obligatoriedad de estar al día con las últimas tecnologías, modalidades de consumo y formas de contacto de nuestra Comunidad.

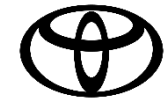
Contamos con distintos niveles de formación internos acorde a cada puesto de trabajo ocupado por los colaboradores, teniendo además los desarrollos del Plan de Carrera propuestos por Toyota Argentina dependiendo las unidades de Negocio.

En el caso de Ventas, tenemos un plan de carrera propuesto por Toyota Argentina para:

- 🌐 **Recepcionistas**
- 🌐 **Administración Comercial**
- 🌐 **Asesores Comerciales**
- 🌐 **Entregadores de 0km**

En el caso de Posventa, las capacitaciones corresponden a:

- 🌐 **Asesores/as de Citas**
- 🌐 **Asesores/as de Repuestos**
- 🌐 **Técnicos Master en Diagnósis**



Enfoque de Gestión – Formación y Enseñanza

A través del Referente de **Desarrollo de Capacitación en Recursos Humanos**, se proponen los contenidos y capacitaciones que forman parte del plan de formación anual, los cuales son distribuidos por **Roles, Áreas o por Antigüedad del personal**. Las Gerencias a continuación son quienes aprueban los mismos y su calendarización, y a través de la **Gerencia General** se aprueba el presupuesto destinado (de ser necesario) para la realización de las capacitaciones y formación profesional.

Nuestra gestión está enfocada en brindar una **mejor atención**, de **mayor calidad**, con **asesores profesionales** que sean no solo expertos en automóviles, sino también cuenten con herramientas de **Ventas Consultivas, Escucha Activa y Servicialidad**. Estos ejes son los que enmarcan a nuestras capacitaciones internas desde el plan de **Inducción al Concesionario, Inducción a la Marca** y luego son complementados con capacitaciones de **Producto Básico y Avanzadas**.

Nuestro compromiso de capacitación está reflejado fielmente en nuestro lema de Posventa:

"nos esforzamos por ser un 10 en todo"

y creemos que la mejor forma de lograr eso es estando en constante aprendizaje y mejora continua.

Durante el 2021, se trabajó en conjunto a **Toyota Argentina** y a través del **Referente de Capacitación y Desarrollo de Recursos Humanos** del concesionario en la formación de los nuevos profesionales de la venta, atención al cliente y taller, a través de cursos que fueron brindados en parte a través de modalidad Virtual (con plataformas como **Instituto Toyota, Zoom o Microsoft Teams**) como también presencial (hacia la segunda mitad del año y conforme a los avances en **protocolos vigentes Covid**).

Criterios de Evaluación – Formación y Enseñanza

Durante el 2021 se realizaron **evaluaciones de desempeño** en forma trimestral, semestral y anual (dependiendo del área en la que se desenvuelva el personal evaluado) en las cuales se toma como incidencia la **capacidad de indagación**, **detección de necesidades** y explicación del **Servicio** brindado por el asesor.

Estas evaluaciones además son reforzadas mediante **encuestas de CSI** (Índice de Satisfacción de Clientes) que son realizadas en forma interna, y contrastadas también con las realizadas por **Toyota Argentina** a través de sus proveedores.

A su vez, durante el 2021 se comenzó a trabajar en el **cruce de bases de datos e indicadores clave (KPI)** para obtener mayor calidad de información para trazar planes de acción y optimización de los recursos, como también detectar **acciones de mejora en materia de capacitación y formación de Colaboradores**.

Estos resultados de **CSI Interno y capacitación** son reportados en forma mensual por el **referente de Calidad** de nuestro concesionario quien además brinda un plan de acción individual con mejoras y contenidos a reforzar, además de **detectar contenidos que puedan resultar de interés para la formación del personal**.



Indicadores de Gestión

Nombre	Sexo	Promedio horas capacitación
Asesores Comerciales	Hombre	40
Asesores Comerciales	Mujeres	40
Administrativos	Hombre	20
Administrativos	Mujeres	20
Recepcionistas	Hombre	0
Recepcionistas	Mujeres	12
Técnicos de Taller	Hombre	12
Técnicos de Taller	Mujeres	0

Media de horas de formación que los empleados de la organización hayan tenido durante el periodo objeto del informe, por función

Nombre	Sexo	Promedio horas capacitación
Asesor Comercial Nivel I	Hombre	12
Asesor Comercial Nivel I	Mujeres	12
Asesor Comercial Nivel II	Hombre	20
Asesor Comercial Nivel II	Mujeres	-
Asesor Comercial Nivel III	Hombre	40
Asesor Comercial Nivel III	Mujeres	-

Media de horas de formación que los empleados de la organización hayan tenido durante el periodo objeto del informe, por Nivel



GRI 405
DIVERSIDAD
E IGUALDAD



TOYOTA
JORGE FERRO



Importancia del Tema Material – Diversidad e Igualdad de Oportunidades

En **Toyota Jorge Ferro**, a través de nuestra **Visión, Misión y Valores**, trabajamos día a día en que **todos nuestros colaboradores tengan la misma posibilidad de desarrollo, formación y progreso**, teniendo como premisa fundamental que cada uno sea "su propio jefe/a" y que **no existan barreras ni imposibles**.

Este concepto de igualdad **es trabajado transversalmente entre todas las áreas**, siendo conscientes de su aporte a la sostenibilidad del negocio y a la productividad que ello conlleva, por lo que lo reflejamos tanto a nivel de infraestructura, pensando en **instalaciones "sin barreras"**, como también desarrollando políticas inclusivas en nuestros estándares y metodologías de trabajo.

Nuestras políticas de **Diversidad e Igualdad** son visibles a través de ambientes de trabajo inclusivos, con un compromiso tanto de nuestros colaboradores como desde nuestras **Gerencias**, reflejándose en la **carta de ética interna** y solicitando el cumplimiento de la misma a **Proveedores y afines**.

Enfoque de Gestión – Diversidad e Igualdad de Oportunidades

Trabajamos mediante capacitación constante en materia de género y minorías, fomentando la inclusión y la coparticipación, y teniendo como premisa fundamental el trabajo en equipo. Este compromiso lo buscamos tanto en nuestros roles Administrativos, como en los perfiles que tienen contacto directo con los clientes, apuntando a un concesionario inclusivo, sin barreras y con una marcada política de diversidad.

Al igual que Toyota a nivel global, creemos en el Respeto como el pilar fundamental de nuestro trabajo, y es en el Respeto a las diversas comunidades donde vemos la base fundamental de nuestro modelo de negocio. Además, forma parte de nuestra cultura empresarial repudiar cualquier forma de violencia, discriminación o no-inclusión, algo que se refleja desde nuestra infraestructura, con instalaciones con alto grado de accesibilidad, aptos para personas con discapacidad.

Es responsabilidad de todas las gerencias garantizar el derecho a la igualdad hacia todos sus colaboradores y comunidades de interés, tal es así que nuestro personal está altamente comprometido en políticas de inclusión, género y minorías, recibiendo capacitaciones constantes y abriendo espacios de diálogo con todos nuestros grupos de interés.



Alejandro Maldonado, atleta paralímpico y cliente de nuestra Posventa, quien además nos brindó charlas motivacionales y capacitaciones acerca de diversidad y Discapacidad.

Indicadores de Gestión – Diversidad e Igualdad de Oportunidades

Categoría de diversidad	Porcentaje
En Órganos de Gobierno (Líderes)	
i. Sexo: Hombres	50,0%
i. Sexo: mujer	50,0%
En Empleados	
i. Sexo: Hombres	65,00%
i. Sexo: mujer	35,00%
ii. Grupo de edad: <30	20,00%
ii. Grupo de edad: 30-50	71,00%
ii. Grupo de edad: mayores de 50	9,00%

Diversidad en Órganos de Gobierno y Empleados

Nuestro proceso de selección, Valores y política de inclusión se encuentran estandarizados a través de un documento rector disponible en el manual de procesos y perfiles de selección de personal del concesionario.

A su vez, en lo que respecta a igualdad de oportunidades en materia de género, un claro ejemplo es que en el presente ejercicio se ha promovido a **Supervisora de Plan de Ahorro** a Patricia Ochoa, y como **jefa de Seguros** a Soledad Palacios, quien además cumplió durante el 2021 su formación como Productora Asesora de Seguros y su respectiva Matriculación.

Además de ello, avanzamos en nombrar como **líderes y referentes** a Agustina Baaclini y Patricia Heffing en el área de **Administración Contable y Administración Comercial**, respectivamente.

De este modo, la cúpula de Líderes del concesionario se encuentra en un **50% abarcada por mujeres, y un 50% hombres**.



GRI 413
COMUNIDADES



TOYOTA
JORGE FERRO



Importancia del Tema Material – Comunidades Locales

En los últimos años, y enfatizándose aún más con la pandemia COVID19, nos hemos enfocado en detectar, delimitar y dedicar especial atención a las comunidades locales que rodean a nuestro concesionario o bien se relación en forma directa o indirecta con nuestra actividad comercial.

Es por ello que este tema es de importancia material, pensando no solo en relacionarnos con comunidades linderas a nuestro espacio físico (en el barrio de Nuñez, en CABA) sino también con quienes tenemos contacto a través de nuestros canales digitales, de alcance nacional.

El impacto de este tema material se da lógicamente en el desarrollo de nuestra actividad económica, teniendo relación directa con nuestra comunidad local y cercana (barrios linderos a nuestra posventa y salón de ventas) como también a otras comunidades que no están próximas en cercanía pero sí en cuanto a nuestra relación laboral se refiere.

A través de nuestras Gerencias y espacio de Líderes del Concesionario (supervisores, jefes y Team Leader) se establecen canales de diálogo con nuestros grupos de interés, siendo los Gerentes quienes atienden personalmente sus consultas, reclamos o sugerencias.

Durante el 2021 retomamos el calendario de actividades de eventos y visitas a espacios que habíamos suspendido durante el 2020, teniendo fundamentalmente capacitaciones y visitas a Comunidades Locales con temáticas relativas a la Seguridad Vial, el cuidado y mantenimiento de Vehículos, y capacitaciones en materia de Conducción Defensiva y situaciones de riesgo al volante.



Enfoque de Gestión – Comunidades Locales

A través de las gerencias y autorizándose los respectivos presupuestos y acciones por la Gerencia General, se detectan comunidades de interés y se coordinan acciones a través del departamento Best in Town, que como hemos referenciado anteriormente se encarga de hospitalidad y de intentar que todos los clientes y comunidades se sientan "como en casa" en nuestro concesionario.

La apertura de nuestro concesionario a comunidades nos ayudará a estar en el "top of mind" de la consideración cuando estos busquen no solo adquirir un automóvil, sino también recomendar dónde adquirir uno. Además, plantear a nuestra empresa como abierta a la comunidad es uno de los objetivos fundamentales en la filosofía Best in Town y afianzar al pilar de Respeto a nuestros clientes, que forma parte de nuestros Valores y es compartido por los valores de Toyota a nivel global.

Nuestro concesionario y sus empleados se comprometen en brindar asistencia y escucha activa a las necesidades y problemáticas de comunidades locales y cercanas a través de su departamento de Marketing y Comunicación.

Trazamos como objetivo a medio y largo plazo al desarrollo de comunidades como aliados estratégicos y recursos clave en la captación de talentos y crecimiento de nuestras verticales de negocio. Todos nuestros colaboradores tienen la responsabilidad del cumplimiento de Respeto a nuestras comunidades y grupos de interés, fomentando su participación, sus comentarios y opiniones sobre nuestro concesionario, siendo a través de ellos que se alcanza la mejora continua.

Contamos con un Libro de Sugerencias al igual que formularios de contacto en web, propiedades en Google Maps y otras plataformas digitales para que las comunidades de interés se pongan en contacto inmediato con el área Best in Town de nuestro concesionario.



Evaluación del Enfoque de Gestión – Comunidades Locales

Todas las acciones con comunidades son reportadas por el departamento Best in Town hacia la gerencia general, y se está trabajando para que en el próximo ejercicio se desarrolle un canal de comunicación corporativo/institucional donde se visibilicen estas acciones.

Por el momento la mayoría de los resultados son compartidos en forma interna, trabajándose a futuro en la comunicación y visibilización externa de estas acciones.



	Pág.
El presente reporte hace referencia a:	
GRI 102: Contenidos Generales 2016.....	4
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016.....	Ver notas
GRI 201: Desempeño económico 2016.....	13
GRI 205: Anticorrupción 2016.....	16
GRI 302: Energía 2016.....	19
GRI 303: AGUA Y EFLUENTES 2018.....	23
GRI 305: Emisiones 2016.....	No Disponible
GRI 306: RESIDUOS 2020.....	27
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016.....	32
GRI 401: Empleo 2016.....	35
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018.....	37
GRI 404: Formación y enseñanza 2016.....	40
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016.....	45
GRI 413: Comunidades locales 2016.....	49

Para la versión imprimible y ampliada del presente reporte, escribir a marketing@jorgeferro.com

MUCHAS GRACIAS!

- *De parte de todos los que hacemos Toyota JORGE FERRO*

