



6° Reporte de Sustentabilidad 2025-2026

Movemos lo que importa

ÍNDICE

CARTA DEL PRESIDENTE	2	SOCIAL: LAS PERSONAS AL CENTRO	34	CUIDAR EL AMBIENTE	62
UNA EMPRESA QUE EVOLUCIONA	3			Enfoque de gestión: los marcos que nos guían	63
Perfil institucional	4	Cientes: experiencias que movilizan	35	Insumos y materiales utilizados	67
Datos principales	6	Relación sostenida: acompañamos a nuestros	35	Residuos: separar, gestionar y recuperar	68
Ofrecemos distintas opciones de movilidad	7	clientes		Agua y efluentes	72
Posventa: atender el vehículo y su ciclo de vida	10	Ser parte de una comunidad: Club Toyota	37	Energía y emisiones	74
Agregar valor con propuestas diferenciales	11	Pasión que compartimos	42		
Equipos Industriales	14	Medir para gestionar	44	ÍNDICE GRI	80
 ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD	 16	 Movemos Centro Motor: el equipo	 46		
Elegimos un rumbo: el de la sostenibilidad	17	Compromiso compartido con nuestra gente	47		
Temas que orientan nuestro camino	18	Un equipo diverso, con realidades diferentes	48		
Gestión transversal	21	Desarrollo y evaluación del desempeño	49		
		Condiciones seguras y saludables para trabajar	51		
 GOBERNANZA: LIDERAR CON INTEGRIDAD	 23	Bienestar, experiencia y comunicación interna	54		
Estructura, liderazgo y responsabilidades	25				
Marco esencial para hacer negocios	26	Relación con la comunidad	56		
Cumplimiento en nuestras operaciones	29	Seguridad vial: aprender para cuidarnos	57		
Prevenir, identificar y gestionar riesgos	30	Más apuestas a la economía circular	59		
Relaciones responsables con proveedores	31	Alianzas que amplían lo que podemos hacer	61		
El valor que generamos y distribuimos	33	Presentes cuando la comunidad nos necesita	61		



CARTA DEL PRESIDENTE

2-22

En Centro Motor S.A. entendemos que nuestro propósito trasciende la comercialización y el servicio de vehículos. Desde hace años, somos parte de la vida cotidiana de miles de personas y de una comunidad con la que compartimos desafíos, oportunidades y expectativas. Por eso, cuando hablamos de movilidad, hablamos también de personas, de trabajo, de seguridad, de desarrollo y del compromiso con nuestro entorno.

El contexto en el que desarrollamos nuestra actividad continúa transformándose. La industria automotriz atraviesa una evolución profunda, impulsada por nuevas tecnologías, cambios en las necesidades de los clientes y una creciente conciencia sobre los impactos ambientales y sociales de la actividad. Frente a este escenario, en Centro Motor S.A. asumimos el desafío de seguir evolucionando, manteniendo aquello que nos identifica y, al mismo tiempo, incorporando nuevas formas de hacer las cosas.

Este Reporte refleja ese camino y nuestra convicción de que avanzar implica hacerlo de manera responsable.

Nuestra gestión de sustentabilidad se construye sobre la forma en que desarrollamos nuestro negocio: promoviendo una cultura basada en la integridad y el cumplimiento, cuidando a quienes trabajan con nosotros, procurando brindar experiencias de calidad a nuestros clientes y gestionando responsablemente los impactos de nuestras operaciones.

También implica mirar hacia nuestro entorno y reconocer el rol que tenemos como empresa en Córdoba. A través de nuestras iniciativas y alianzas buscamos contribuir a una comunidad más segura, inclusiva y consciente.

En este camino, las personas ocupan un lugar central. Son quienes representan a Centro Motor cada día, quienes construyen relaciones de confianza con nuestros clientes y quienes hacen posible que nuestros estándares de servicio se conviertan en una experiencia concreta. Por eso, continuamos apostando a su desarrollo, a la capacitación y a la construcción de un ambiente laboral en el que cada persona pueda crecer y aportar.

Al mismo tiempo, seguimos trabajando para mejorar el desempeño ambiental de nuestras operaciones, promoviendo un uso más eficiente de los recursos, una adecuada gestión de los residuos y prácticas que nos permitan reducir nuestros impactos. Entendemos que estos esfuerzos adquieren mayor relevancia en una industria que está avanzando hacia nuevos modelos de movilidad.

Todo esto es posible gracias a una mirada de largo plazo y al compromiso de nuestros colaboradores, clientes, proveedores, socios estratégicos y de toda la comunidad que nos acompaña.

Movemos lo que importa resume, de alguna manera, nuestra forma de entender este compromiso. Porque “mover vehículos” es nuestro negocio, pero mover personas, proyectos y oportunidades es nuestra esencia: somos parte del desarrollo de nuestra comunidad y buscamos avanzar hacia una empresa cada vez más preparada para el futuro.

Los invitamos a recorrer este sexto Reporte de Sustentabilidad, conocer cómo estamos transitando ese camino y cuáles son los desafíos que tenemos por delante.



Darío José Ramonda
Presidente Centro Motor S.A.

Una empresa que evoluciona



Perfil institucional

2-1

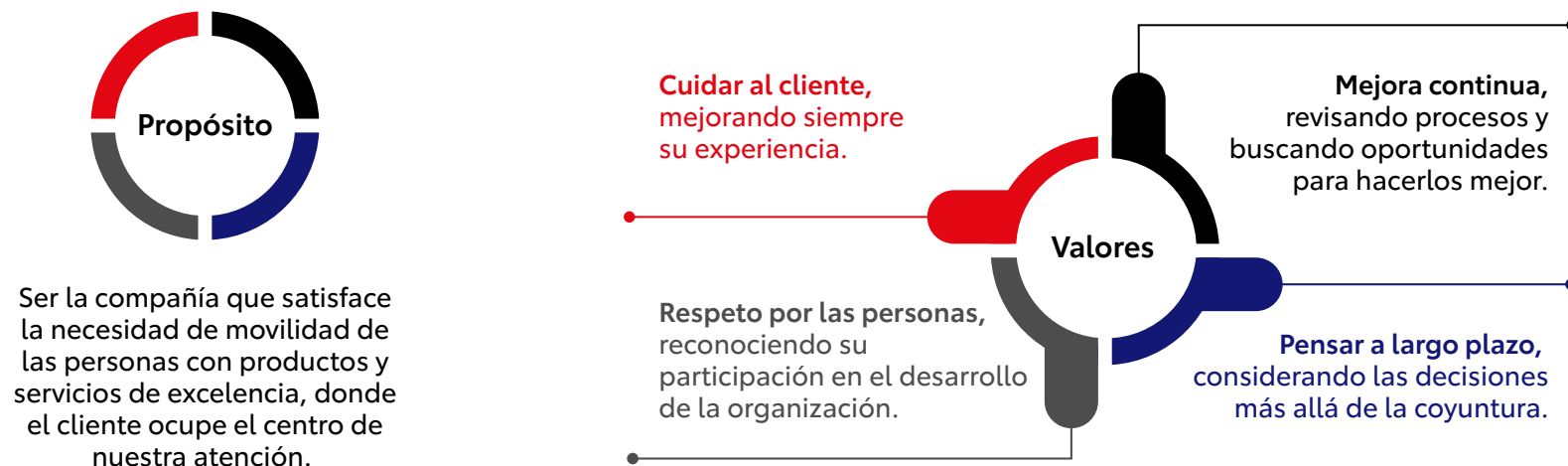
Centro Motor desarrolla sus actividades en la ciudad de Córdoba a través de tres establecimientos ubicados en Av. Colón 5.077, Av. Monseñor Pablo Cabrera 4.611 y Av. Sagrada Familia 258, esta última orientada principalmente a servicios de posventa.

Como parte de la red oficial, trabajamos bajo los lineamientos y estándares establecidos por Toyota Argentina y Toyota Motor Corporation para sus concesionarios. Esta pertenencia implica compartir criterios de calidad, atención al cliente, mejora continua y gestión responsable de las operaciones.

Una cultura basada en el cliente y la mejora continua

2-23

Nuestra manera de trabajar se asocia con los principios del Toyota Way y la filosofía Kaizen, que promueven la mejora continua de los procesos.



Estos principios forman parte de una cultura compartida con la red Toyota y se expresan tanto en la relación con los clientes como en los procesos internos y en el desarrollo de los equipos.

Concesionarios certificados

Cumplimos con todos los programas internos que nos propone Toyota, capacitándonos y revisando nuestra operatoria. Contamos con las certificaciones que avalan nuestro compromiso con la mejora continua y el diferencial de la marca.



**ESTILO de
Movilidad TOYOTA
Best in Town**

Estilo de Movilidad TOYOTA - Best in Town

Para ser reconocidos como “el mejor de la ciudad” buscamos personalizar cada propuesta y cada experiencia: desde la venta tradicional y el servicio al cliente, hasta Kinto, Club Toyota, Toyota Plan, TCFA y Usados. Brindamos un Servicio de Soluciones Integrales que responde a todas las necesidades de movilidad de nuestros clientes, creando experiencias excepcionales que fortalecen su satisfacción y consolidan un vínculo duradero con la marca.



**PRIMER
Concesionario
del Mercosur
en certificar
TSM Kodawari**

Certificación TSM Kodawari

De la mano de Toyota Motor Corporation, alcanzamos esta Certificación que valida nuestro cumplimiento de todas las guías de evaluación y estándares en la operación de posventa, asegurando que cada cliente reciba un servicio confiable y de excelencia en los Concesionarios Toyota.

Datos principales

2-6

+30 años siendo los referentes de la marca en Córdoba

3 concesionarios

Lanzamiento de Yaris Cross en Argentina

Presentación de Lexus,
nueva marca que comercializamos

Primer GR Garage fuera de Asia

Primer concesionario en el Mercosur
en certificar los estándares
del programa TSM Kodawari

Certificación ISO 14001 en todas las
operaciones, con auditoría positiva en enero de 2026

Certificación TWSO en los
lavaderos de las 3 sucursales

287 colaboradores

2.158 vehículos 0 km comercializados

502 vehículos usados
comercializados

45.708 unidades
atendidas en posventa

+27.000 clientes asociados a Club Toyota
desde Centro Motor S.A.

298 proveedores activos

Ofrecemos distintas opciones de movilidad

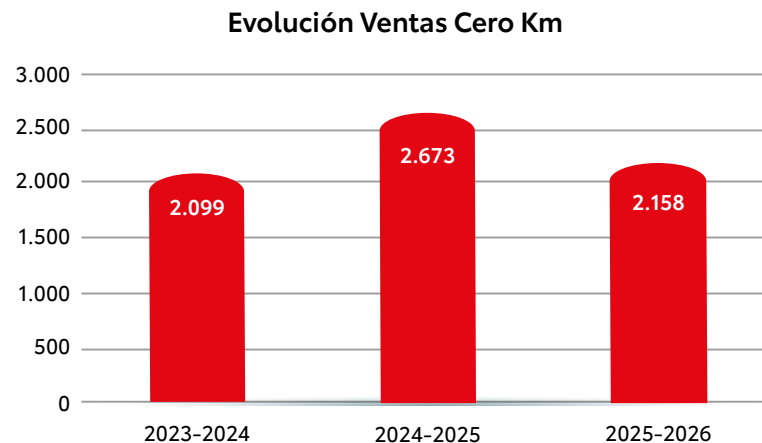
Nuestra actividad se estructura alrededor de una propuesta integral de movilidad. Desarrollamos un modelo de negocio alrededor de la comercialización y prestación de servicios, con una propuesta que incluye vehículos Toyota 0 km, vehículos usados, servicios de posventa, repuestos y accesorios, otras opciones de movilidad y soluciones complementarias.

También ofrecemos soluciones para empresas y grandes clientes, incluyendo alternativas para flotas y ventas especiales.

Modelos para la venta

La comercialización de vehículos nuevos incluye automóviles, SUV, pick-ups y vehículos comerciales de la marca Toyota, con distintas configuraciones y alternativas de motorización. La incorporación de nuevas tecnologías de movilidad se suma a una oferta que ya incluía modelos híbridos. En este sentido, acompañamos la evolución de la propuesta de Toyota, ampliando las alternativas disponibles para distintos usos y necesidades de movilidad.

Para ser el mejor de la ciudad ("Best in town"), creamos experiencias altamente relevantes para cada persona que se acerca a nuestros concesionarios, con una propuesta de valor centrada en generar soluciones eficientes a las necesidades de nuestros clientes.



Autos



Yaris Hatchback



Corolla



Corolla Hybrid



Corolla GR-Sport



Crown

Pick-up



Hilux Cabina Simple



Hilux Cabina Doble



Hilux Chasis Cabina



Hilux GR-Sport IV

Comerciales



Hiace Furgón



Hiace Commuter



Hiace Wagon

SUV



Yaris Cross



Yaris Cross Hybrid



Corolla Cross



Corolla Cross Hybrid



RAV4 Hybrid



Corolla Cross GR-Sport



SW4



SW4 GR-Sport



bZ4X



RAV4 GR-S Plug In



RAV4 Plug In



LC300



LC300 GR-S

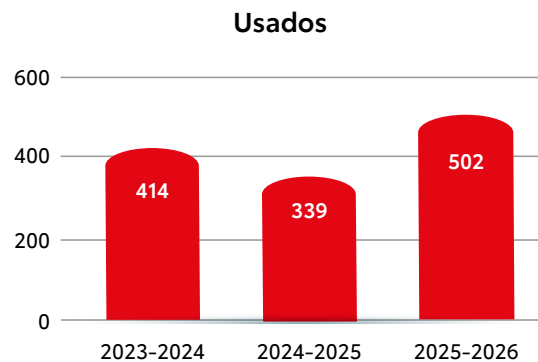
Usados: una segunda oportunidad, con garantía

La comercialización de vehículos usados amplía las alternativas de movilidad que ofrecemos a quienes buscan acceder a un automóvil o renovar su unidad. A través de esta propuesta, incorporamos vehículos de distintas características y acompañamos a cada cliente en la búsqueda de una opción acorde a sus necesidades.



Usados Certificados

Contamos con unidades que atraviesan procesos de inspección y reacondicionamiento realizados por técnicos especializados, y se comercializan bajo las condiciones de garantía correspondientes al programa. De esta manera, brindamos a nuestros clientes una alternativa respaldada por los estándares de la marca.



Soluciones para necesidades específicas

Nuestra propuesta comercial también contempla alternativas destinadas a clientes con necesidades particulares. A través de los programas y condiciones vigentes de Toyota, acompañamos la adquisición de vehículos a clientes que solicitan atención especializada:

- ⇒ Personas con discapacidad: descuento sobre el precio de lista en todas las líneas de vehículos.
- ⇒ Diplomáticos que cuenten con acreditación de funciones (Ley 19.486 / Decreto 1972): pueden adquirir vehículos de producción nacional con facturación directa de Toyota y exención de IVA.
- ⇒ Organizaciones con pedidos especiales: flotas para grandes y pequeñas empresas, con más de 30 clientes corporativos.

En cada caso, brindamos asesoramiento sobre las condiciones comerciales, los requisitos y las alternativas disponibles, buscando facilitar el proceso de compra de acuerdo con las características de cada cliente.

En el caso de las empresas, trabajamos con clientes de diferentes escalas y sectores, acompañando sus necesidades de movilidad y renovación de flota.

Posventa: atender el vehículo y su ciclo de vida

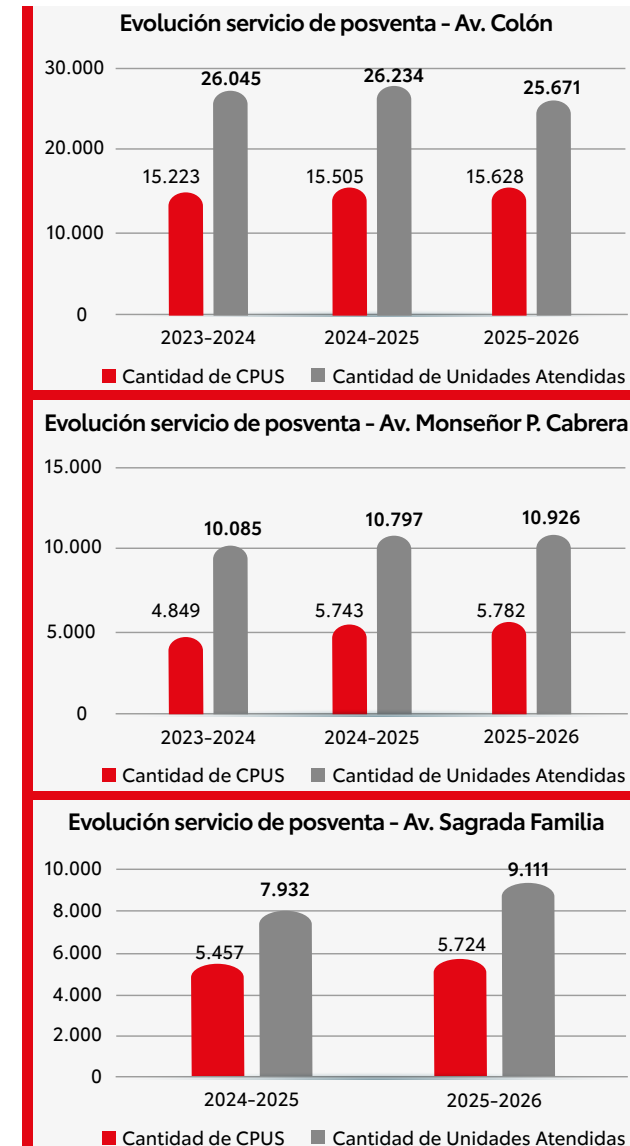
Nuestra relación con los clientes no termina con la entrega de una unidad. A través de nuestros servicios de posventa, acompañamos el mantenimiento y cuidado de los vehículos durante su vida útil.

Realizamos servicios de mantenimiento, reparaciones, diagnóstico y otras prestaciones en cada sucursal. La ampliación de nuestra capacidad de atención nos permite responder a las necesidades de una base creciente de vehículos en circulación.



Dentro de nuestra propuesta se encuentra el **Mantenimiento Express**, desarrollado bajo los estándares operativos de Toyota. Además, la actividad de posventa forma parte del alcance de nuestro Sistema de Gestión Ambiental certificado bajo ISO 14001, incluyendo cotizaciones, reparaciones, mantenimiento express, mantenimiento especializado y lavado.

Medimos el desempeño de esta actividad a través de indicadores vinculados con los servicios realizados y las unidades atendidas, información que nos permite conocer la evolución de nuestra operación y planificar oportunidades de mejora.



*CPUS: Servicios y reparaciones a cargo del cliente.

Agregar valor con propuestas diferenciales

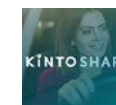
La propuesta de Centro Motor S.A. se complementa con alternativas que acompañan diferentes momentos de la relación con el cliente, entre ellas Toyota Plan, servicios financieros, seguros y soluciones de movilidad como KINTO.

De esta manera, el vínculo con el cliente se extiende más allá de la adquisición del vehículo e incluye servicios relacionados con su uso, mantenimiento y necesidades de movilidad.

KINTO: alternativas de movilidad

A través de KINTO, ampliamos nuestra propuesta más allá de la compra de vehículos y ofrecemos distintas modalidades de acceso a la movilidad. Permite a personas y empresas utilizar vehículos Toyota por diferentes períodos de tiempo, de acuerdo con sus necesidades.

Nuestro servicio contempla alternativas de alquiler de corta duración, soluciones para empresas y modalidades de suscripción, adaptándose a distintos usos y momentos.



ALQUILER DE AUTOS

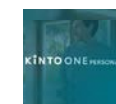
Una solución de movilidad práctica y segura que permite alquilar un Toyota de manera sencilla, por el tiempo que se necesite y desde el lugar más conveniente.

El Toyota que quieras, por el tiempo que quieras, cuando quieras.

ALQUILER TODO INCLUIDO

Diseñado para empresas que buscan optimizar su movilidad, ofrecemos vehículos 0 km en modalidad de alquiler a mediano y largo plazo, con todos los servicios incluidos. Con cobertura nacional, calidad garantizada y la seguridad de contar con un socio estratégico de confianza.

Más que un servicio de gestión de flotas, tu socio comercial favorito.



SUSCRIPCIÓN FLEXIBLE

Pensado para clientes particulares, esta modalidad permite acceder a un vehículo mediante una suscripción mensual, con la opción de sumar días adicionales de uso a través de la plataforma KINTO Share.

Una experiencia de alquiler a mediano y largo plazo.

GR Garage y una experiencia para la comunidad

GR Garage es un espacio vinculado al universo de Toyota Gazoo Racing, el automovilismo y la cultura de la marca. Desde allí acercamos a clientes y seguidores productos, accesorios, indumentaria y experiencias relacionadas con la división deportiva de Toyota.

El espacio de Centro Motor fue el **primer GR Garage inaugurado fuera de Japón y Asia**, en 2019, y funciona en nuestra sucursal de Av. Colón. Desde allí, buscamos generar un punto de encuentro para quienes comparten el interés por los vehículos y la competición.

También desarrollamos experiencias específicas para clientes y aficionados. Entre ellas se encuentran los GR Days, encuentros que permiten acercar a clientes de la marca al mundo Toyota Gazoo Racing y compartir experiencias vinculadas con los vehículos y el automovilismo.

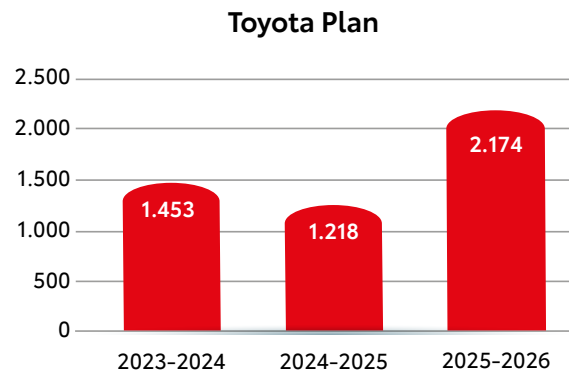


Planificar el acceso a un vehículo con Toyota Plan

A través de este sistema, asesoramos a nuestros clientes sobre las distintas opciones disponibles para acceder a un vehículo Toyota y los acompañamos durante el proceso de suscripción y adjudicación.

Entre las propuestas disponibles se encuentra Plan FLEX, que amplía las alternativas al momento de la adjudicación, permitiendo optar entre un vehículo 0 km, un Usado Certificado con garantía oficial o el equivalente en dinero.

De esta manera, Toyota Plan complementa nuestra propuesta comercial y suma una alternativa para quienes buscan organizar el acceso a un vehículo a través de un sistema de ahorro.



Soluciones para acompañar la compra y el uso

La adquisición de un automóvil involucra distintas decisiones además de la elección de una unidad. Por eso, complementamos nuestra propuesta comercial con alternativas de financiamiento y seguros vinculadas con el ecosistema Toyota.

A través de **Toyota Compañía Financiera**, acompañamos a nuestros clientes en la búsqueda de opciones de financiamiento, incluyendo créditos prendarios y leasing, de acuerdo con las alternativas disponibles y las características de cada operación.



Por su parte, mediante **Toyota Broker de Seguros**, ofrecemos asesoramiento sobre coberturas y opciones disponibles para la protección del vehículo. Esta propuesta se complementa con la posibilidad de realizar reparaciones en la red de concesionarios oficiales Toyota, utilizando procesos y repuestos definidos para la marca.



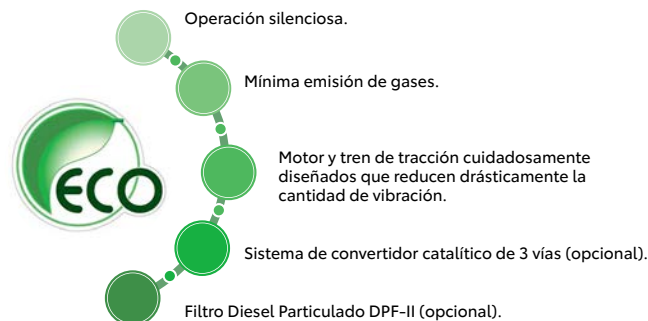
Equipos Industriales

Esta división amplía la actividad de Centro Motor S.A. hacia las necesidades de logística y movimiento de materiales de empresas de diferentes sectores. Comercializamos equipos de Toyota Material Handling y trabajamos también con las marcas BT y Raymond.

La misión de Equipos Industriales es lograr una sólida relación de mutuo beneficio con nuestros clientes, ofreciéndoles: Productos de alta calidad. | Asesoramiento técnico comercial personalizado. | Condiciones comerciales de acuerdo con las necesidades de cada cliente. | Atención especial a flotas y grandes clientes. | Garantía de productos y servicios.

Centro Motor S.A. fue el primer concesionario de Equipos Industriales Toyota del país en obtener la certificación ISO 14.001 en todas las áreas de la empresa, una clara muestra de su compromiso con el cuidado ambiental.

Vehículos ECO



Nuestra propuesta integra la venta de equipos, alternativas de alquiler y servicios de posventa. Así, acompañamos a los clientes durante las distintas etapas de utilización de los equipos, desde la definición de la solución técnica hasta el mantenimiento posterior.

80 equipos
vendidos en
el período

111 equipos
en alquiler
en el
período

A través del servicio de alquiler, buscamos ofrecer opciones que permitan responder a necesidades operativas temporales o de mayor plazo.

La posventa incluye mantenimiento preventivo programado, reparaciones de mayor complejidad, transporte de unidades y atención técnica. Para acercar estos servicios a las operaciones de nuestros clientes, contamos con talleres técnicos móviles equipados para realizar intervenciones en sus propias instalaciones.

Disponemos de cuatro talleres técnicos móviles que cumplen con las medidas de protección ambiental (Norma ISO 14001-DNV) y utilizamos repuestos genuinos y herramientas de diagnóstico como parte del servicio.

1.461 servicios
de posventa
prestados en
el período

El programa de calidad ASEC de Toyota Material Handling para los servicios de posventa fue recertificado hasta el 2028.

Vinculación: Foro Internacional Automotriz de Córdoba

En 2025 participamos en la primera edición del Foro Internacional Automotriz de Córdoba (FIAC), evento crucial para la industria regional, organizado por Clauto (Clúster Automotriz y Movilidad Sostenible de Córdoba).

El objetivo del evento fue posicionar a Córdoba como centro estratégico de la industria automotriz y su cadena de valor en Latinoamérica. Se invitó a participar a terminales automotrices, empresas autopartistas, concesionarios, universidades (como la UNC y la UTN) y funcionarios del gobierno provincial.

El encuentro se desarrolló sobre cuatro verticales:



Competitividad regional.



Exportaciones.



Innovación tecnológica.



Transición energética.



Estrategia de sustentabilidad



Elegimos un rumbo: el de la sostenibilidad

2-23

En Centro Motor entendemos la sustentabilidad como una forma de gestionar nuestro presente y proyectar nuestro futuro.

Nuestra actividad está vinculada al movimiento: acercamos soluciones de movilidad a las personas y las empresas, acompañamos a nuestros clientes a lo largo de la vida útil de sus vehículos y desarrollamos servicios que responden a nuevas necesidades. Pero cada decisión que tomamos también genera impactos y plantea desafíos que van más allá de nuestra operación cotidiana.



Por eso, avanzar implica detenernos a analizar el contexto, reconocer qué temas requieren nuestra atención y definir prioridades.

Nuestra estrategia de sustentabilidad se construye a partir de esta mirada. Está alineada con los lineamientos de Toyota Argentina y con los compromisos que la marca impulsa a lo largo de su cadena de valor, pero se desarrolla considerando las características de nuestra operación y la realidad de las comunidades con las que nos vinculamos.

Buscamos incorporar estos temas en la gestión del negocio, de nuestras personas y operaciones, de la relación con clientes y proveedores y del vínculo con la comunidad y el ambiente.



Temas que orientan nuestro camino

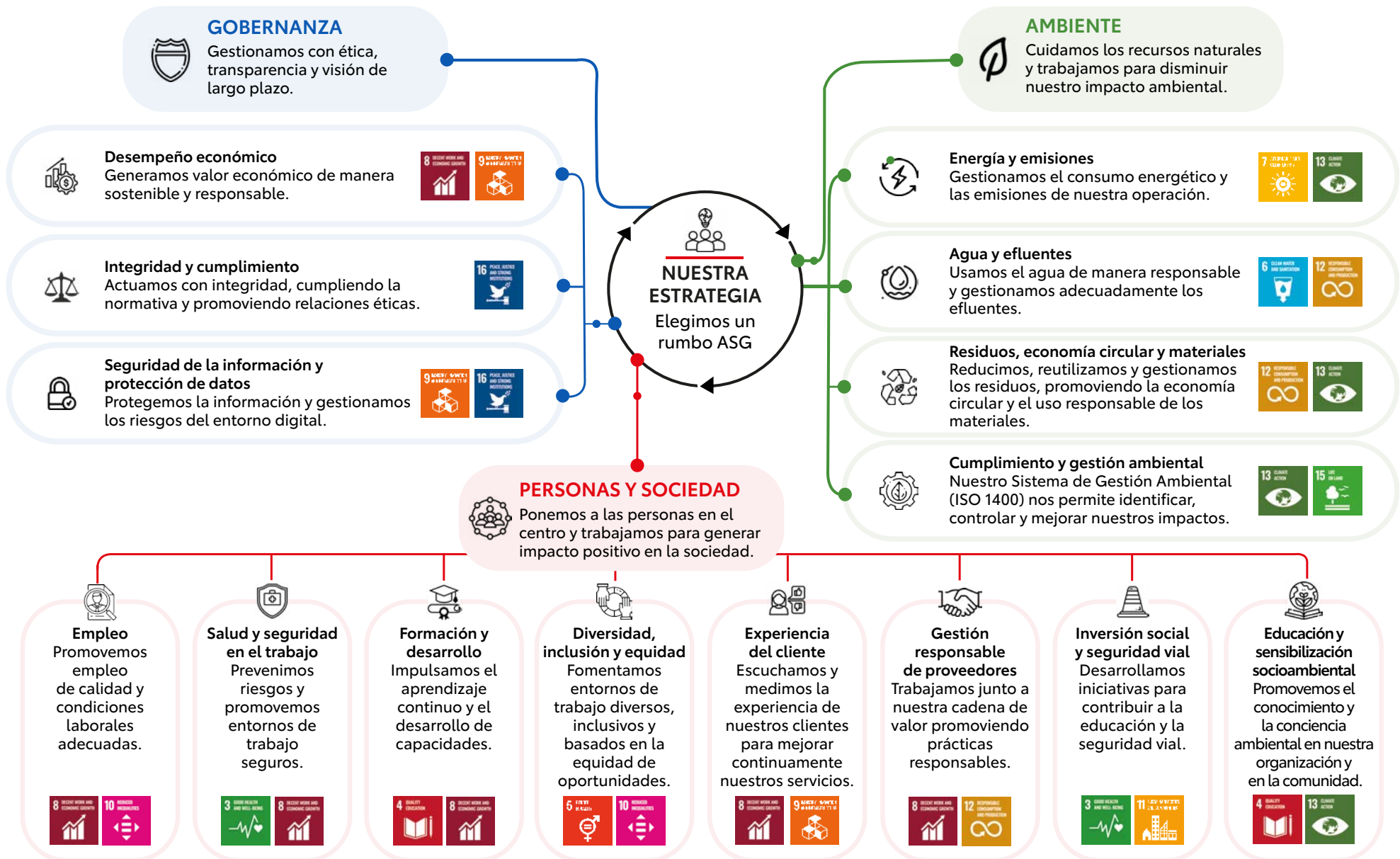
3-1; 3-2

Definir una estrategia de sustentabilidad implica establecer prioridades y orientar la gestión hacia aquellos asuntos que resultan más relevantes para nuestra actividad y para la generación de valor en el largo plazo. Por eso, adoptamos para orientar nuestra gestión los temas definidos por Toyota Argentina para su red de concesionarios, en el marco del Programa de Desarrollo de Sustentabilidad y considerando el análisis de materialidad de la compañía, sus políticas y compromisos corporativos, así como los principales desafíos económicos, sociales y ambientales vinculados a nuestra actividad.

En Centro Motor S.A. utilizamos estos temas como marco para organizar nuestra gestión, orientar decisiones y comunicar los principales impactos de nuestra operación. Representamos la manera en que entendemos la sustentabilidad como una estrategia integrada, en la que la gobernanza, el cuidado del ambiente y la gestión de las personas y su vínculo con la sociedad se conectan entre sí para generar valor económico, social y ambiental en el largo plazo.

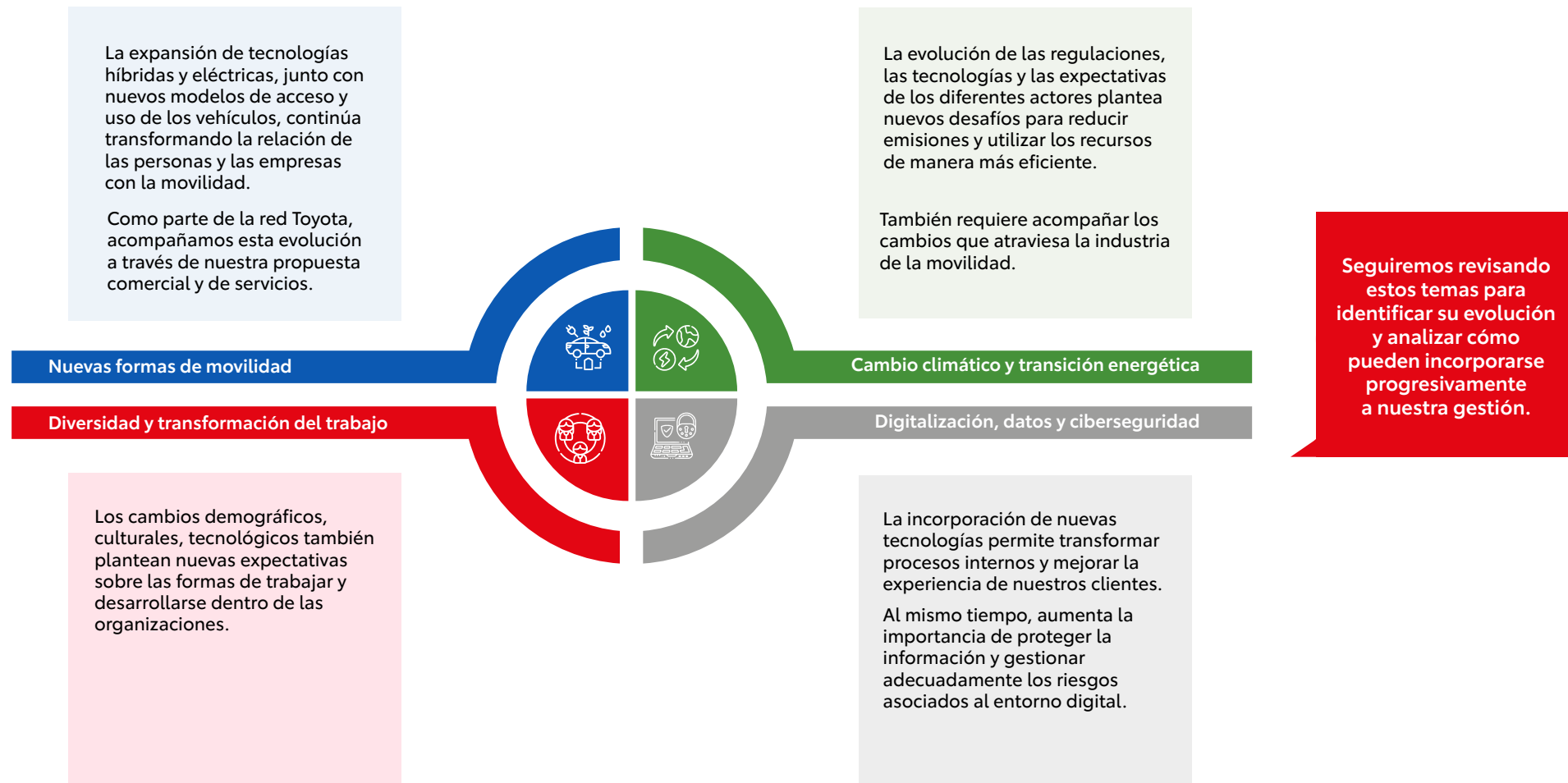
Esta gestión también se vincula con la **Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de las Naciones Unidas. Cada uno de los temas materiales contribuye, desde distintas perspectivas, a desafíos globales. Esto ayuda a comprender cómo las acciones desarrolladas desde nuestra operación se integran en una agenda más amplia de desarrollo sostenible.





Cambios que miramos hacia adelante

Además de los temas que hoy orientan nuestra gestión, seguimos de cerca distintos cambios que pueden modificar el contexto en el que desarrollamos nuestra actividad. No todos tienen actualmente el mismo nivel de impacto o prioridad, pero entendemos que anticiparlos nos permite prepararnos, desarrollar capacidades y revisar nuestras decisiones.



Gestión transversal

Los temas materiales no funcionan de manera independiente. Las decisiones vinculadas con la gestión de las personas se relacionan con la seguridad y la formación. La experiencia del cliente se vincula con la calidad de nuestros servicios y con la evolución de las formas de movilidad. La gestión ambiental requiere la participación de las distintas áreas y también el compromiso de proveedores y otros socios. Por eso, nuestra estrategia se desarrolla de manera transversal.

Este Reporte profundiza en los temas que consideramos prioritarios y presenta las acciones, indicadores y resultados que nos permiten dar seguimiento a nuestra gestión.

Además, alineamos nuestra estrategia a la de Toyota Argentina, que no solo define los temas materiales para su cadena de valor, sino que además nos invita a definir indicadores de seguimiento para optimizar la gestión en una **matriz ESG** que compartimos. Así, **nuestro desafío es seguir avanzando sin perder de vista lo que cada decisión pone en movimiento: personas, recursos, relaciones y oportunidades de mejora.**

Impulso de la estrategia

2-12; 2-13; 2-14

La integración de la sustentabilidad en Centro Motor S.A. cuenta con el liderazgo de la **Gerencia de Recursos Humanos y Sustentabilidad**, que desde 2018 impulsa la incorporación de estos temas en nuestra gestión. Su trabajo se articula con las diferentes áreas de la compañía, con el aval de la Gerencia General, y con los espacios y programas promovidos por Toyota Argentina para su red de concesionarios.

Entre sus principales responsabilidades se encuentran:

- Coordinar la estrategia y las iniciativas de sustentabilidad.
- Impulsar programas sociales y comunitarios.
- Acompañar la integración de criterios ambientales y sociales en la gestión.
- Coordinar la elaboración y difusión de nuestro Reporte de Sustentabilidad.
- Trabajar junto con las áreas de Comunicación y Marketing en la difusión de las iniciativas desarrolladas.
- Participar de los espacios de intercambio y formación promovidos por Toyota Argentina.

Creemos que la sustentabilidad no depende de una única área. Los resultados que alcanzamos son consecuencia del trabajo de las distintas personas y equipos que intervienen diariamente en nuestras operaciones. Cada área tiene responsabilidades específicas y aporta, desde su ámbito de acción, a la gestión de los temas que hemos definido como prioritarios.

Escuchar para avanzar

2-29

Nuestras decisiones impactan y son impactadas por diferentes personas y organizaciones. Esto logra que transformemos la escucha en un diálogo con nuestros grupos de interés para convertir sus resultados en decisiones, mejoras y nuevas formas de responder a las necesidades del entorno.

Nos vinculamos de manera permanente con:

- Toyota Argentina.
- Socios.
- Clientes de ventas, posventa y servicios de movilidad.
- Colaboradores.
- Organizaciones sindicales y asociaciones sectoriales.
- Proveedores.
- Organismos y entidades públicas y privadas vinculadas con nuestra actividad.
- Organizaciones de la comunidad.
- Medios de comunicación y otros actores vinculados con nuestro entorno.

Los canales de intercambio son diversos y responden a las características de cada vínculo. Incluyen reuniones, auditorías, capacitaciones, encuestas, evaluaciones de desempeño y satisfacción, canales digitales, actividades institucionales y espacios de participación comunitaria.

Compromisos y mejora continua

2-23; 2-24

Como en todos los procesos de la empresa, buscamos que la gestión de sustentabilidad se desarrolle bajo una lógica de mejora continua, en línea con la filosofía Kaizen que forma parte de la cultura Toyota: **Gestionar, medir, revisar y volver a avanzar.**

Traducimos los compromisos ambientales, sociales y de gobernanza en políticas, procedimientos, programas e iniciativas que son revisados periódicamente para identificar avances y oportunidades de mejora.

En este marco, el Reporte de Sustentabilidad constituye una herramienta de rendición de cuentas y, al mismo tiempo, un instrumento para revisar nuestro desempeño, reconocer los aspectos pendientes y establecer prioridades para los próximos períodos.



Gobernanza: liderar con integridad



Decisiones que definen nuestro camino

Cada una de nuestras actividades —desde la relación con clientes y proveedores hasta la gestión de nuestros equipos y operaciones— requiere decisiones y responsabilidades definidas.

Por eso, contamos con una estructura de conducción y con políticas, procedimientos y mecanismos que orientan la manera en que desarrollamos nuestra actividad. Estos instrumentos establecen criterios para prevenir situaciones de incumplimiento, identificar riesgos y canalizar inquietudes cuando se producen.

Esta gestión se desarrolla, además, en el marco de nuestra vinculación con la red Toyota y de los lineamientos aplicables a los concesionarios. Toyota Argentina cuenta con mecanismos de compliance, políticas anticorrupción, un Código de Conducta y herramientas de gestión de riesgos que constituyen referencias para sus relaciones comerciales con proveedores, distribuidores y concesionarios.



Estructura, liderazgo y responsabilidades

2-9; 2-11; 2-12

Somos una empresa cordobesa que mantiene una vinculación con Toyota desde nuestros orígenes como concesionario. La relación de la familia Ramonda con la marca se remonta a 1979 y constituye un hito que marca la historia de Centro Motor S.A.

Nuestra estructura de conducción está encabezada por el Presidente y el Vicepresidente de Centro Motor, acompañados por un equipo gerencial responsable de las principales áreas de la organización.

Las responsabilidades se distribuyen entre las distintas unidades y funciones que integran nuestra actividad, incluyendo la gestión comercial, posventa, administración y finanzas, recursos humanos, planeamiento, planes de ahorro y otras áreas operativas.



Darío José Ramonda
Presidente



Darío Onofre Ramonda
Vicepresidente



Claudio Correa
Gerente General (Av. M.P. Cabrera)



Diego Loyber
Gerente de Posventa



Agustín Guercovich
Gerente de Planeamiento y Ventas



Ricardo Bravo
Gerente de Recursos Humanos y
Responsabilidad Social Empresarial



Alberto Amateis
Gerente de Plan de Ahorro



Walter Wehrli
Gerente de Finanzas



María Cecilia Traverso
Gerente de Marketing

Con reuniones semanales, esta estructura funciona gestionando los distintos aspectos del negocio y de la experiencia del cliente, en tanto tienen definidos los canales a través de los cuales la información y las situaciones relevantes son elevadas a los niveles de decisión correspondientes.

Marco esencial para hacer negocios

2-15; 2-16; 2-23; 2-24; 3-3; 205-1; 205-2; 404-2

Desde 2021 contamos con un **Programa de Integridad** que reúne los principales lineamientos para la prevención y gestión de situaciones vinculadas con la ética, el cumplimiento y la integridad en nuestras actividades.

El programa se compone del **Código de Conducta de Centro Motor** y de políticas y procedimientos aplicables a la red de concesionarios de la marca. Este marco aborda, entre otros temas, la prevención del soborno y la corrupción (en Toyota, *Anti-Bribery and Anti-Corruption-ABAC*), los conflictos de interés, las atenciones y hospitalidades, las compras, la gestión de riesgos, las investigaciones internas, la prevención de represalias y otras políticas acordes a nuestra operación.

Además, se estructura en seis pilares que marcan nuestro camino:



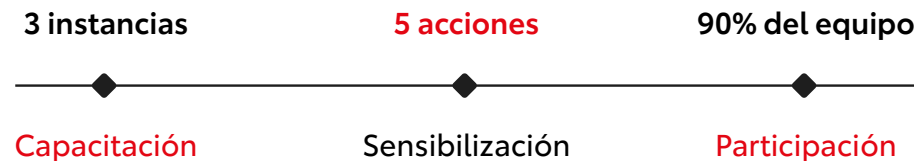
Innovar en capacitación: “Integridad en acción”

Cada año tenemos el desafío de acercar los contenidos del Programa de Integridad a nuestros equipos, relacionando las políticas con situaciones que atravesamos en nuestro trabajo cotidiano.

En este período desarrollamos **“Integridad en acción”**, una iniciativa de formación, sensibilización y comunicación orientada a ampliar el conocimiento sobre nuestro Programa de Integridad, el Código de Conducta y las políticas que orientan nuestra actividad.

La propuesta se desarrolló a partir de tres líneas de trabajo: **capacitación, sensibilización y difusión, y articulación con especialistas**. Buscamos combinar contenidos técnicos con ejemplos y situaciones vinculadas con nuestra propia operación, utilizando formatos que facilitaran la participación de los equipos.

El programa involucró a colaboradores de diferentes áreas y sucursales y alcanzó a los distintos niveles de la organización, desde la Gerencia hasta los equipos operativos. Además, incorporamos contenidos sobre integridad en el proceso de inducción para nuevos ingresos.



COMPLIANCE WEEK 2025: la integridad puesta en escena

Durante la semana dedicada a Compliance, colaboradores de diferentes áreas participaron como protagonistas de una miniserie basada en situaciones vinculadas con la ética y el cumplimiento. A través de casos representativos de nuestra actividad, abordamos de manera práctica algunos de los principios y conductas previstos en nuestro Programa de Integridad.

Esta experiencia nos permitió poner a prueba nuevas formas de abordar la formación en integridad. A partir de lo aprendido, buscamos continuar profundizando contenidos específicos para los distintos equipos, ampliar progresivamente el alcance de las acciones y fortalecer la medición de su efectividad.

Comité de Ética y canales de denuncia

2-25; 2-26

Contamos con un **Comité de Ética e Integridad** encargado de acompañar la aplicación de nuestro Programa de Integridad y de intervenir ante situaciones que requieran una revisión desde la perspectiva del cumplimiento y la conducta ética.

Entre sus funciones se encuentran la prevención y análisis de posibles irregularidades, el aseguramiento de transparencia en los procesos, el asesoramiento ante situaciones sensibles, la definición de acciones correctivas cuando corresponde, entre otras.

Para facilitar la comunicación de posibles incumplimientos o conductas indebidas, ponemos a disposición distintos **canales de denuncia** destinados a colaboradores, proveedores, clientes y a la comunidad en general.

Las denuncias pueden realizarse de manera anónima y garantizando la confidencialidad de la información. Además, contamos con una política de no represalias para quienes utilicen estos mecanismos de buena fe.



Personalmente en la Oficina de Recursos Humanos.



Por correo electrónico a: denuncias@centromotorsa.com.ar

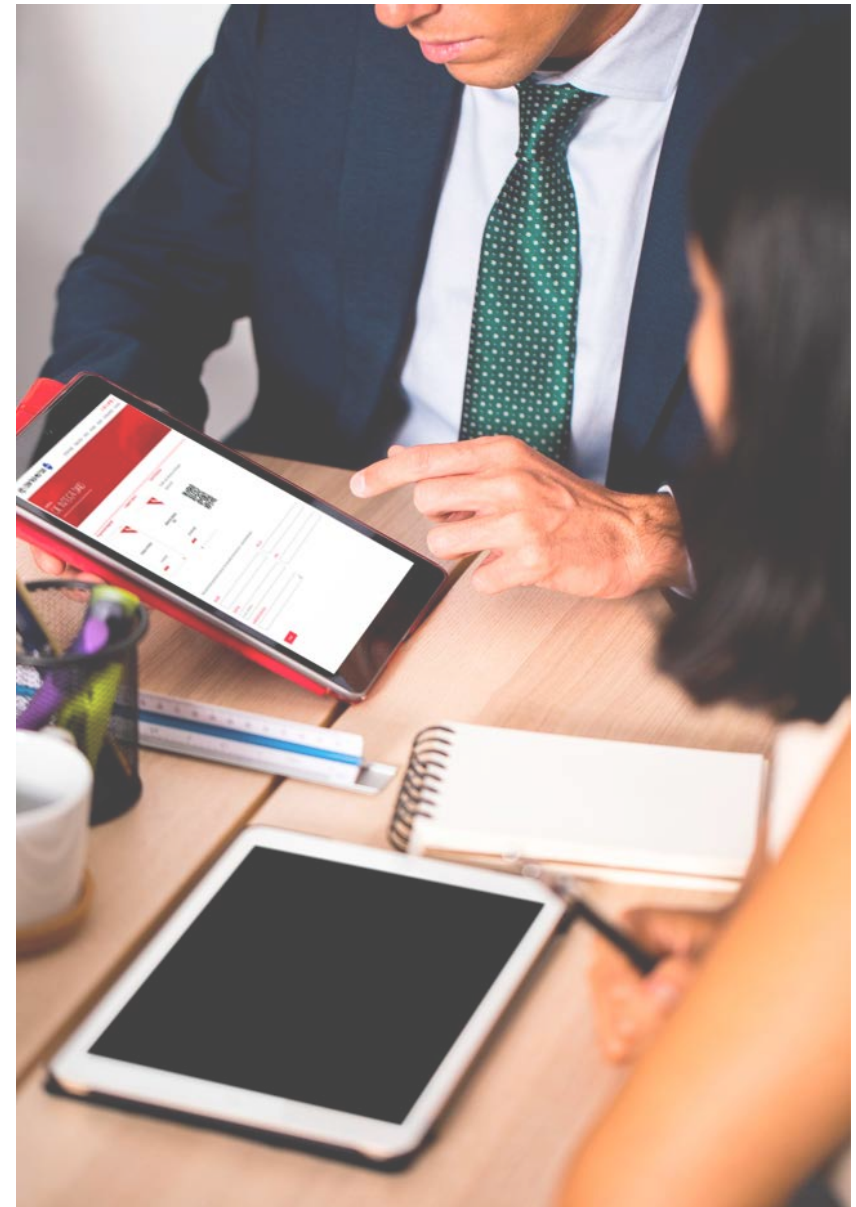


En forma telefónica al interno: 212.



Buzones de denuncias.

*En caso de que la denuncia no pueda ser receptada por la Oficina de Recursos Humanos, ésta podrá realizarse ante el Comité de Ética e Integridad.



Cumplimiento en nuestras operaciones

2-27; 3-3; 418-1

Determinadas operaciones comerciales requieren procedimientos específicos de identificación y verificación de la información. Para ello, contamos con un **Manual para la Prevención del Lavado de Activos y la Financiación del Terrorismo** que establece los procedimientos y documentación aplicables a las operaciones alcanzadas.

El cumplimiento de estos lineamientos es acompañado con revisiones mensuales de legajos para verificar la aplicación de las pautas del Manual UIF y acciones de comunicación y capacitación dirigidas a las áreas involucradas.

Seguridad de la información

Como en nuestras actividades gestionamos información vinculada con clientes, colaboradores, proveedores y operaciones comerciales, tomamos las medidas de **ciberseguridad** necesarias y actualizamos continuamente nuestro inventario de información confidencial, con seguimiento de métricas de seguridad y privacidad como actividades esenciales para proteger los datos y prevenir accesos o usos indebidos.

Además, llevamos adelante una campaña de buenas prácticas informáticas que buscó mejorar el uso de nuestros recursos tecnológicos compartidos y sensibilizar a nuestros equipos sobre las consecuencias del mal uso de nuestros sistemas.

Optimización de Recursos IT (Terminal Server)

- | | |
|--|--|
|  Cierra pestañas del navegador que no uses |  Cierra WhatsApp Web si no lo estás usando |
|  Cierra aplicaciones en segundo plano |  Reinicia la sesión al comenzar el día |
|  Evita tener múltiples chats abiertos al mismo tiempo |  No guardes archivos pesados en el escritorio |
|  Evita minimizar muchas ventanas: ciérralas |  No reproduzcas videos en segundo plano |
|  Cierra sesión de usuarios que ya no están |  Piensa en el servidor como compartido |

Prevenir, identificar y gestionar riesgos

La gestión de riesgos nos permite identificar situaciones que podrían afectar el desarrollo de nuestras actividades y definir acciones para prevenirlas o reducir sus posibles consecuencias.

Contamos con una matriz de riesgos del negocio propia que contempla diferentes categorías vinculadas con nuestra actividad, entre ellas riesgos técnicos y de calidad, contractuales, económicos y aquellos asociados con posibles situaciones de corrupción o incumplimiento de nuestros principios de integridad. Y, durante el período, continuamos utilizando esta herramienta como parte de la gestión y seguimiento de los riesgos identificados.

Por otro lado, en 2026 empezamos a trabajar en una matriz compartida por Toyota Argentina, que sigue estándares globales de gestión de riesgos e incluye planes de acción frente a los principales riesgos corporativo. Esta matriz tiene incorporados riesgos vinculados con aspectos ambientales y sociales, por lo que representa una oportunidad para nosotros de ampliar la mirada de nuestra gestión y fortalecer su integración con los temas identificados en nuestra estrategia de sustentabilidad.



Relaciones responsables con proveedores

2-6; 3-3

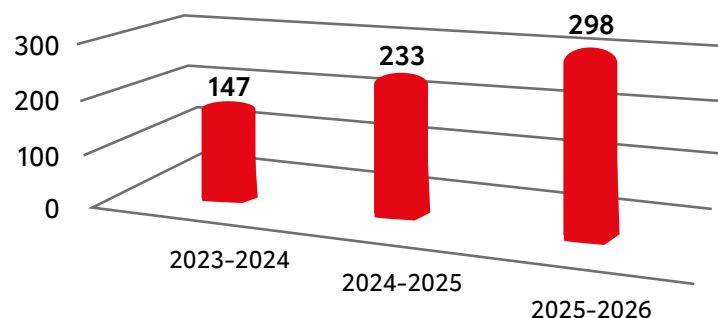
Nuestra actividad depende de una amplia red de proveedores que nos permite desarrollar las distintas operaciones y servicios.

La cadena incluye desde Toyota Argentina S.A., principal proveedor de vehículos y repuestos, hasta empresas que brindan productos, materiales y servicios, de diferentes rubros, que son necesarios para que podamos operar eficientemente: alquileres, energía, comunicaciones, talleres de pintura, seguridad, limpieza, servicios profesionales y otros. Esta red se complementa con los proveedores vinculados a GR Garage y a Equipos Industriales.

La gestión de estas relaciones forma parte de nuestra manera de desarrollar el negocio. Buscamos establecer relaciones comerciales basadas en criterios claros para la contratación y en el cumplimiento de las condiciones acordadas, considerando las necesidades de cada servicio o producto y los estándares aplicables a nuestra actividad.

**298
proveedores
activos**
(+28% vs
reporte
anterior)

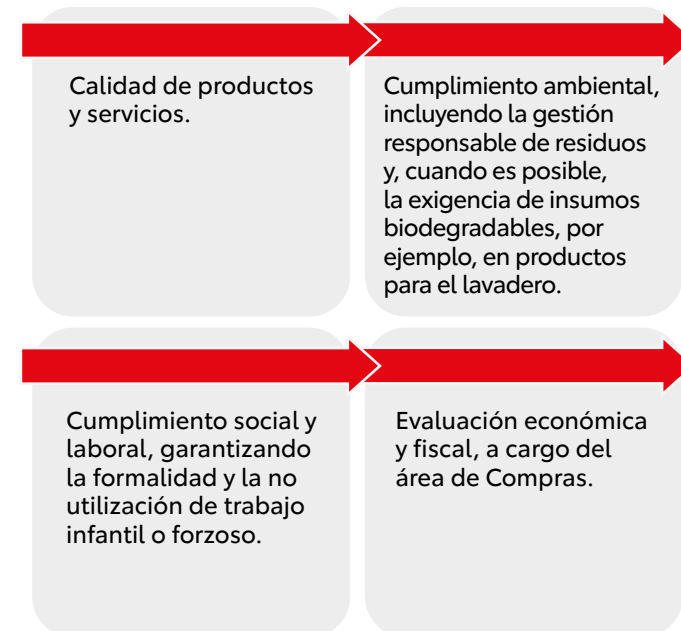
Evolución proveedores por año



Cómo gestionamos nuestras compras

3-3; 205-1; 308-1; 308-2; 414-1; 414-2

Las decisiones de compra requieren considerar distintos aspectos según el producto o servicio contratado. Entre ellos destacan:



En nuestra relación con los proveedores también compartimos los lineamientos de Toyota Argentina para su cadena de valor, promoviendo relaciones basadas en prácticas justas y legítimas. Seguimos principios vinculados con la igualdad de condiciones, la confianza, el beneficio mutuo y la contribución económica local.

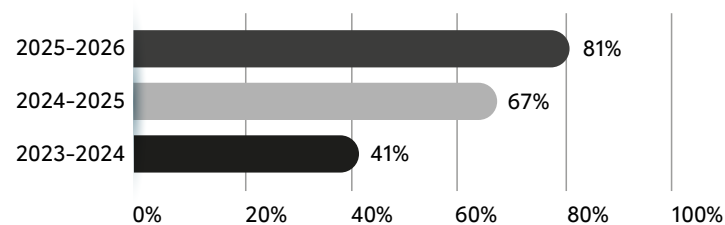
Gasto destinado a proveedores

3-3; 204-1

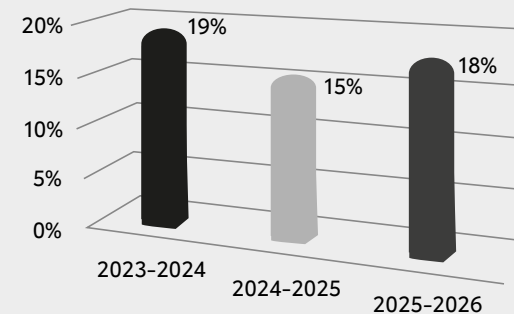
Una parte de nuestras compras se realiza a proveedores locales, radicados en Córdoba y gran Córdoba, principalmente en servicios y productos necesarios para el funcionamiento cotidiano de nuestras instal

18%
de nuestro
gasto en
proveedores
correspondió a
proveedores
locales.

Porcentaje del gasto anual en proveedores



Evolución: Gasto en proveedores locales



Criterios socioambientales

3-3; 308-1; 414-1

Como parte de la Red, participamos de las iniciativas que Toyota Argentina desarrolla para fortalecer la gestión de sustentabilidad en su cadena de valor. Así, dentro de la nuestra, también contamos con empresas que ofrecen productos vinculados con modelos de economía circular e inclusión social como Ondulé y Sirkel, y estamos trabajando junto a la Municipalidad de Córdoba para implementar estas compras sustentables para el proyecto social que venimos implementando con los textiles que donamos (ver sección: Relación con la comunidad).

Estas experiencias forman parte de la diversidad de proveedores con los que trabajamos y nos permiten incorporar distintas propuestas a nuestra operación.

El valor que generamos y distribuimos

3-3; 201-1

Nuestra actividad genera valor económico que se distribuye entre los distintos actores vinculados con nuestra operación, principalmente a través de costos operativos y pagos a proveedores, remuneraciones y prestaciones a nuestros colaboradores y pagos de tasas e impuestos.



VALOR ECONÓMICO GENERADO

	Ingresos por Ventas	Otros ingresos
2023-2024	97%	3%
2024-2025	98%	2%
2025-2026	97%	3%



VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO

2023-2024	101%
2024-2025	98%
2025-2026	93%

Costos operacionales* (Incluye pagos a proveedores)

2023-2024	93%
2024-2025	82%
2025-2026	82%

*Valores históricos, no ajustados por inflación

Sueldos y prestaciones a colaboradores

2023-2024	7%
2024-2025	8%
2025-2026	9%

Pagos a proveedores de capital (proveedores de crédito)

2023-2024	0%
2024-2025	0%
2025-2026	1%

Pagos al gobierno (nacional, provincial y municipal): Tasas e impuestos

2023-2024	1%
2024-2025	1%
2025-2026	1%



VALOR ECONÓMICO RETENIDO

2023-2024	-1%
2024-2025	2%
2025-2026	7%

Social: las personas al centro



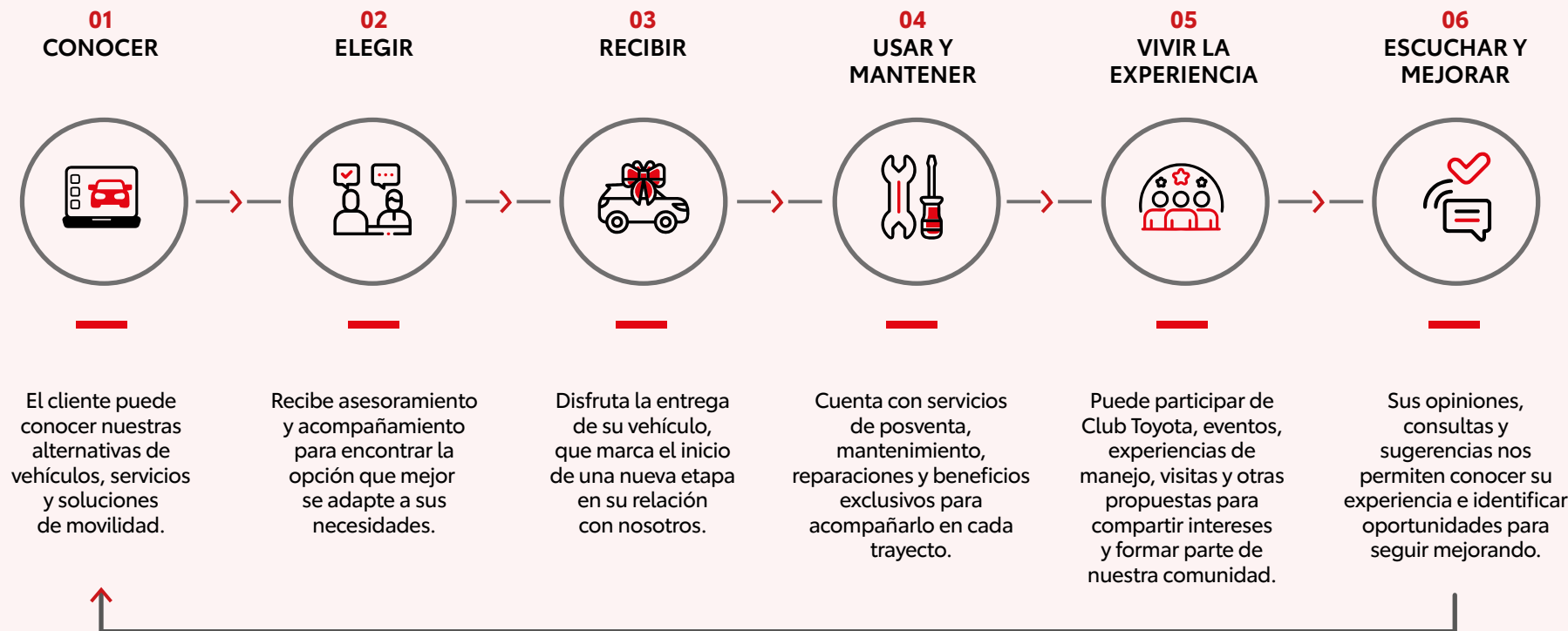
CLIENTES: EXPERIENCIAS QUE MOVILIZAN

Relación sostenida: acompañamos a nuestros clientes

2-6; 2-29

Cada cliente llega a Centro Motor S.A. por un motivo diferente. Algunos buscan su primer vehículo, otros necesitan renovar una unidad, acceder a un servicio de posventa, resolver una necesidad de traslado temporal o encontrar una solución para su actividad profesional o empresarial. Por eso, nuestra propuesta integra diferentes productos y servicios que nos permiten acompañar distintas formas de movilidad.

Buscamos construir relaciones de largo plazo y sostener el vínculo a través de diferentes puntos de contacto, tanto presenciales como digitales.



Cada experiencia nos aporta información para seguir mejorando la siguiente.

Espacios que acompañan la experiencia

La experiencia de nuestros clientes también se construye en los espacios donde nos encontramos. Por eso, durante el período avanzamos en la renovación de nuestra sede de **Avenida Monseñor Pablo Cabrera 4611**, incorporando el concepto de **Concesionario 2.0**, en línea con el modelo implementado previamente en nuestra sucursal de Avenida Colón.

La renovación de la sede permitió actualizar el espacio de atención e incorporar herramientas digitales que facilitan el acceso a información sobre vehículos, servicios y productos, con el acompañamiento de nuestros equipos para responder consultas y brindar asesoramiento. Además, incorporamos espacios pensados para acompañar los distintos momentos de la visita. Quienes concurren al concesionario para realizar un servicio pueden contar con zonas de espera, conectividad Wi-Fi y otros servicios mientras aguardan la atención de su vehículo.

La transformación de esta sede forma parte de nuestro trabajo para seguir revisando y mejorando los diferentes puntos de contacto con nuestros clientes, integrando herramientas, espacios y procesos que acompañen una experiencia de atención cada vez más ágil y cercana.



Ser parte de una comunidad: Club Toyota

2-29

La relación con la marca continúa más allá del vehículo. Club Toyota es uno de los espacios a través de los cuales nuestros clientes pueden acceder a beneficios, propuestas y experiencias vinculadas con diferentes intereses.



27.192
asociados desde
Centro Motor S.A.
(vs 11.836
informados en el
período anterior)

A través de esta comunidad, quienes adquieren un Toyota pueden acceder a beneficios junto a marcas asociadas, propuestas vinculadas con la movilidad y el estilo de vida, contenidos de interés y actividades especiales. También es una forma de generar nuevos espacios de encuentro entre la marca y sus clientes.

Esta membresía permite aprovechar las siguientes atenciones:



Clínicas de manejo

Desarrollamos experiencias de conducción junto a especialistas y pilotos profesionales, especialmente pensadas para nuestros socios de Club Toyota.

A través de nuestras Clínicas de Manejo Urbano, generamos espacios de aprendizaje y práctica que permiten conocer en profundidad las características y tecnologías de los vehículos, incorporando herramientas para una conducción más segura, responsable y confiada.

Una experiencia que combina conocimiento, práctica y pasión por manejar.



Travesía 4x4

En septiembre de 2025 realizamos una nueva Travesía 4x4 junto a los socios de Club Toyota de Centro Motor, una experiencia de dos jornadas pensada para disfrutar al máximo del espíritu aventurero y las capacidades todo terreno de Toyota Hilux y SW4.

Durante la travesía, recorrimos terrenos desafiantes y paisajes únicos de nuestra provincia de Córdoba, poniendo a prueba las prestaciones de los vehículos y compartiendo momentos de camaradería con clientes y entusiastas de la conducción off-road.

La experiencia contó además con la participación de Pablo Eli y Javier Dobalo, destacados consultores deportivos del medio, quienes acompañaron a los participantes durante estas dos jornadas, aportando su experiencia y pasión por el mundo 4x4.

Una propuesta que nos permitió vivir la marca más allá del concesionario, fortalecer el vínculo con nuestros clientes y compartir el espíritu aventurero que caracteriza a Toyota.



Compartir propuestas, estar cerca

2-29

A lo largo del año generamos diferentes instancias de encuentro con nuestros clientes. Estos espacios nos permiten compartir intereses vinculados con la movilidad, la conducción, la innovación y el automovilismo, pero también conocer de manera directa a quienes forman parte de nuestra comunidad.

Yaris Cross: nueva incorporación con tecnología híbrida

En febrero de 2026 presentamos en Córdoba el nuevo **Toyota Yaris Cross**, incorporando a nuestra propuesta un modelo que amplía las alternativas de movilidad disponibles para nuestros clientes.

El lanzamiento se realizó en nuestra casa central de Avenida Colón 5077 y reunió a clientes e invitados especiales en una jornada que combinó la presentación del vehículo, el asesoramiento de nuestro equipo comercial y diferentes propuestas para compartir la experiencia del lanzamiento.

La llegada del Yaris Cross también incorporó una nueva alternativa con tecnología híbrida a la propuesta de Toyota en Córdoba. En este sentido, el lanzamiento nos permitió acercar información y asesoramiento a clientes interesados en conocer las distintas opciones de movilidad que ofrece la marca.



Lexus Day

En octubre de 2025 llevamos adelante **Lexus Day**, una experiencia especialmente diseñada para nuestros clientes y potenciales clientes, con el objetivo de acercarlos al universo de Lexus y a los valores que distinguen a la marca.



Durante dos jornadas, generamos un espacio de encuentro, relacionamiento y disfrute, donde nuestros invitados pudieron vivir una experiencia inspirada en la cultura japonesa y descubrir, de manera cercana, la esencia de una marca que combina lujo, innovación, diseño y una atención basada en la filosofía de hospitalidad japonesa.

Una propuesta pensada para fortalecer el vínculo con nuestros clientes y transmitir, a través de una experiencia memorable, el diferencial de Lexus y Centro Motor.

Sábados de Test Drive

En mayo y junio de 2026 desarrollamos jornadas de Test Drive los días sábado por la mañana, invitando a clientes y potenciales clientes a conocer y experimentar de primera mano diferentes modelos de la gama Toyota.

La propuesta buscó generar un contacto directo con los vehículos, permitiendo a los participantes descubrir sus prestaciones, tecnología y características, acompañados por nuestro equipo comercial durante toda la experiencia.

Una iniciativa pensada para acercar el producto, facilitar la decisión de compra y generar nuevas oportunidades comerciales a partir de una experiencia concreta y cercana con la marca.

Bon Odori

En octubre de 2025, participamos de una nueva edición de Bon Odori, una celebración que nos permitió compartir junto a la comunidad, una jornada dedicada a la cultura japonesa, sus tradiciones y valores.

Nuestra presencia en este encuentro representó una nueva oportunidad **para fortalecer el vínculo con la comunidad cordobesa**, acercarnos a nuevos públicos y acompañar una celebración que, año tras año, reúne a familias y visitantes en torno a la cultura japonesa.

Una experiencia que refleja también el vínculo de Toyota con sus raíces, presente en nuestra identidad y en la manera en que buscamos relacionarnos con las personas.



Expo Ganadera Del Centro

En septiembre de 2025 participamos de la Expo Ganadera del Centro, realizada en el Complejo Ferial Córdoba, acompañando un encuentro de gran relevancia para el sector productivo de nuestra región.

Nuestra presencia nos permitió acercar la propuesta de Toyota a productores, empresas y visitantes, generando nuevas oportunidades de contacto y relacionamiento con públicos vinculados a la actividad agropecuaria.

Una participación que reafirma nuestro compromiso con el **desarrollo productivo de la región** y con estar presentes en los espacios donde nuestros clientes y comunidades se encuentran.

Expo Rural de Jesús María

Como cada año, dijimos presente en la Expo Rural de Jesús María que se realizó en septiembre de 2025, uno de los encuentros más convocantes de la provincia, que reúne a productores, empresas, familias y visitantes de Córdoba y de distintos puntos del país.

Durante el evento, generamos un espacio de **encuentro y vinculación con la comunidad**, acercando la propuesta de Centro Motor y sus diferentes unidades de negocio.

Nuestra participación incluyó Equipos Industriales, KINTO, Plan de Ahorro y Venta Convencional, entre otras propuestas, permitiéndonos presentar soluciones adaptadas a las distintas necesidades de nuestros públicos y generar nuevos puntos de contacto con potenciales clientes.



Pasión que compartimos

El automovilismo forma parte de nuestra historia y también de la manera en la que nos vinculamos con quienes eligen la marca Toyota. Desde hace más de 25 años participamos de la actividad deportiva a través de Toyota Gazoo Racing Argentina, generando un vínculo entre la competencia, la tecnología y las experiencias que compartimos con nuestros clientes.

Para nosotros, las carreras son también un espacio para acercarnos a quienes comparten esta pasión. A través de GR Garage, eventos, encuentros y experiencias vinculadas con el motorsport, buscamos que nuestros clientes puedan conocer más de cerca este universo y disfrutar de propuestas que van más allá de la compra y el servicio de un vehículo.

El vínculo con el automovilismo también nos permite estar cerca de los procesos de desarrollo y evolución tecnológica que atraviesan los vehículos de competición. Gazoo Racing es un espacio para desarrollar y evaluar tecnologías en condiciones exigentes, cuyos aprendizajes pueden contribuir al desarrollo de vehículos cada vez mejores.



Un 2025 de campeones

Durante 2025, el equipo Toyota Gazoo Racing tuvo una temporada destacada en TC2000: obtuvo los campeonatos de **Equipos y Marcas**, mientras que **Matías Rossi se consagró campeón de pilotos y Emiliano Stang obtuvo el subcampeonato**.

La temporada tuvo además un significado particular: Rossi obtuvo el título conduciendo una **Toyota Corolla Cross GR-S**, convirtiéndose en el primer campeón de TC2000 en la nueva era de vehículos SUV de la categoría.

Estos resultados son parte de una historia más amplia de participación de Toyota en TC2000, categoría en la que la marca compete desde 2000. En 2025, el equipo volvió a quedarse con los tres principales campeonatos de la categoría: pilotos, equipos y marcas.



**+25
AÑOS**

de participación
en el automovilismo.



**CAMPEONES
DE EQUIPOS Y MARCAS**

TC2000 2025
Toyota Gazoo Racing



1° y 2°

**CAMPEÓN Y SUBCAMPEÓN
DE PILOTOS**

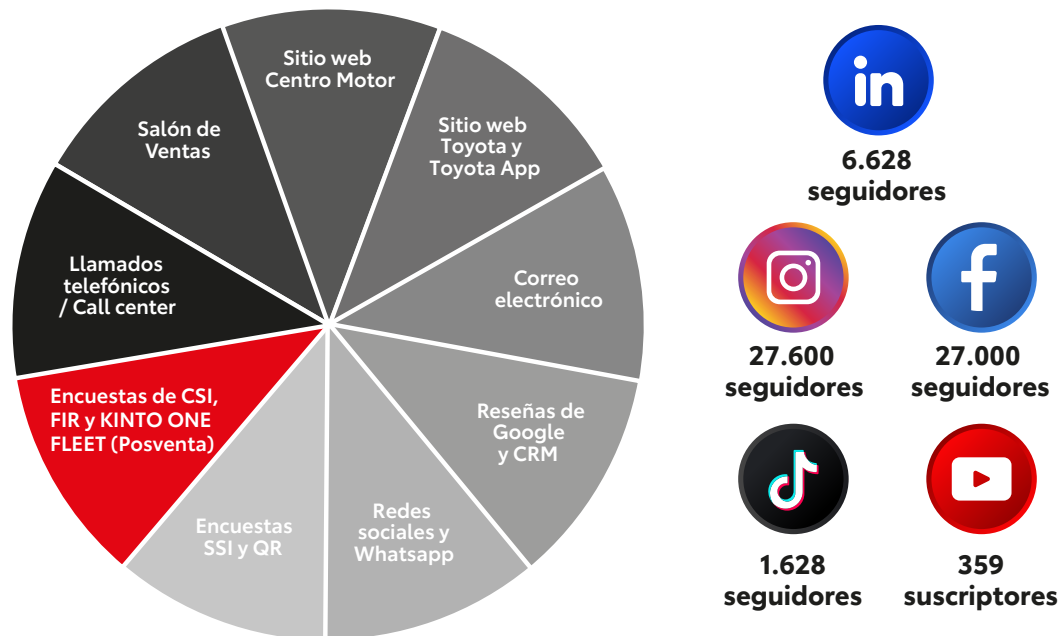
Matías Rossi CAMPEÓN
Emiliano Stang SUBCAMPEÓN
TC2000 2025

Mantenemos abierta la comunicación

2-29

Para mejorar la experiencia del cliente es clave considerar su perspectiva. Para ello, contamos con distintos canales para recibir consultas, sugerencias, opiniones y reclamos que nos permiten conocer diferentes aspectos de su experiencia.

Como no todos los contactos tienen el mismo origen ni requieren la misma respuesta, realizamos el seguimiento de las consultas y reclamos para identificar los temas recurrentes y las oportunidades de mejora.

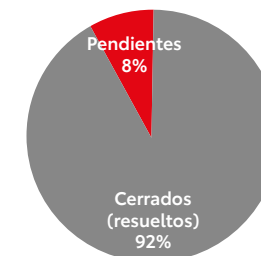


Aprendemos de cada interacción con el cliente

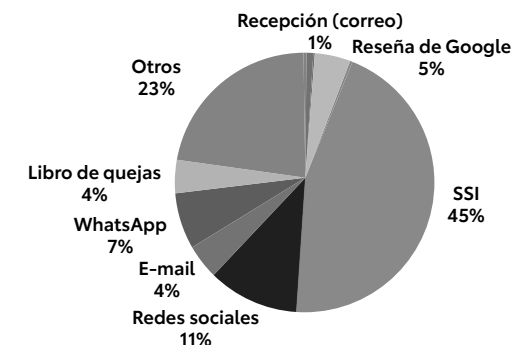
Cuando un cliente manifiesta una disconformidad, nuestro objetivo es registrar el caso, darle seguimiento y trabajar en su resolución.

Además de atender cada situación particular, analizamos la información que surge de estos contactos para detectar aspectos que puedan requerir cambios en nuestros procesos, en la comunicación o en la atención. El seguimiento de esta información nos permite evaluar no solo cuántos reclamos recibimos, sino también cómo respondemos frente a ellos.

Reclamos por gestión - 2025 a 2026



Reclamos por origen - 2025 a 2026



Medir para gestionar

2-26 ; 416-1

La escucha se complementa con herramientas de medición que nos permiten conocer la percepción de nuestros clientes en distintos momentos de su relación con Centro Motor S.A.

Junto con Toyota, utilizamos indicadores que evalúan la experiencia en los procesos de venta y posventa. Estos resultados nos permiten comparar nuestro desempeño, identificar fortalezas y detectar oportunidades de mejora.

Ventas

Utilizamos SSI (Sales Satisfaction Index) para evaluar diversos aspectos de la venta y, en 2026, incorporamos NPS como indicador de recomendación. Presentamos los resultados de cada año por separado, debido a un cambio en el sistema que limita la comparabilidad de los datos.

2025 Target SSI: 94.5				2026 Target SSI = 95.6 NPS = 87					
36 Ranking Móvil	Período	Cantidad de Encuestas	SSI Nuevo	Período	Cantidad de Encuestas	SSI Puro	NPS Puro	SSI YTD	NPS YTD
	julio de 2025	54	94,11	enero 2026	48	97,2	89,6	96,6	88,2
	agosto de 2025	49	95,59	febrero 2026	52	97,2	88,5	96,6	88,2
	septiembre de 2025	38	94,26	marzo 2026	43	97,0	90,7	96,6	88,2
	octubre de 2025	33	96,30	abril 2026	57	95,2	87,7	96,6	88,2
	noviembre de 2025	18	94,89	mayo 2026	33	95,7	87,9	96,6	88,2
	diciembre de 2025	19	95,79	junio 2026	36	97,8	86,1	96,6	88,2
34 Ranking Anual	Total	211	95,04	Total CEM:	269			96,6	88,2
	Período	Cantidad de Encuestas	SSI Nuevo RED	Período	Cantidad de Encuestas	SSI Puro	NPS Puro	SSI YTD	NPS YTD
34 Ranking Interanual	julio de 2025	1.423	95,86	enero 2026	856	96,0	85,3	96,2	87,9
	agosto de 2025	1.357	96,43	febrero 2026	730	96,7	91,5	96,2	87,9
	septiembre de 2025	1.144	96,33	marzo 2026	967	95,9	86,8	96,2	87,9
	octubre de 2025	815	96,26	abril 2026	983	95,6	81,5	96,2	87,9
	noviembre de 2025	409	96,80	mayo 2026	1.005	95,7	87,2	96,2	87,9
	diciembre de 2025	379	96,35	junio 2026	878	96,7	87,8	96,2	87,9
	Total	5.527	96,26	Total CEM:	5.419			96,2	87,9

Posventa

Para evaluar la satisfacción con los servicios de posventa, utilizamos CSI Posventa¹ y FIR² (servicio de reparaciones), y obtuvimos los siguientes resultados:

CSI Posventa:
91,88 puntos
(vs. 93,8
la Red)

FIR:
92,35 puntos
(vs. 97,39
de la Red)

Analizamos estos resultados junto con los equipos involucrados para identificar acciones concretas que nos permitan optimizar la atención y responder a las expectativas de nuestros clientes.

Nuestro compromiso es continuar fortaleciendo una relación basada en la atención, el seguimiento y la mejora continua, entendiendo que la experiencia del cliente se construye en cada uno de los momentos que compartimos.

La movilidad como responsabilidad compartida

La relación con nuestros clientes también nos permite compartir información y promover nuevas conversaciones vinculadas con la movilidad. A través de nuestras actividades, canales de comunicación y propuestas comerciales, acercamos información sobre las distintas alternativas disponibles para responder a nuevas necesidades de movilidad. Esto incluye vehículos con diferentes tecnologías, servicios como KINTO y propuestas que permiten acceder a soluciones de movilidad de acuerdo con cada necesidad.

Nuestro trabajo con clientes se conecta con las acciones que desarrollamos junto a la comunidad para promover una movilidad más segura. A través de iniciativas, campañas y programas de educación vial, buscamos ampliar esta conversación más allá de nuestros concesionarios.

¹ Indicador que evalúa la facilidad de turnos, características, calidad y precio del servicio, trato personal, explicación de trabajo, solicitudes y necesidades, puntualidad y limpieza del vehículo.

² Índice que mide la disponibilidad de repuestos, experiencia general, recomendación del servicio, recompra de vehículo y contacto posterior, con valoración también sobre el tiempo del servicio y la reparación

MOVEMOS CENTRO MOTOR: EL EQUIPO

Gestión de nuestras personas

3-3

Nuestra actividad se sostiene en el trabajo de personas con perfiles, conocimientos y responsabilidades diferentes. Detrás de cada vehículo comercializado, servicio realizado o solución que ofrecemos, intervienen equipos comprometidos con sus tareas.

La evolución de Centro Motor también implica nuevos desafíos para quienes formamos parte de la empresa. Los cambios tecnológicos de la industria, las nuevas formas de relacionarnos con los clientes y la ampliación de nuestras soluciones requieren que actualicemos conocimientos, desarrollemos capacidades y revisemos continuamente la manera en la que trabajamos.

Por eso, nuestra gestión del personal es integral, desde la incorporación de nuevos talentos a la búsqueda constante del bienestar de quienes hacen de Centro Motor un espacio de trabajo elegible para desarrollar sus capacidades y hacer evolucionar el negocio.



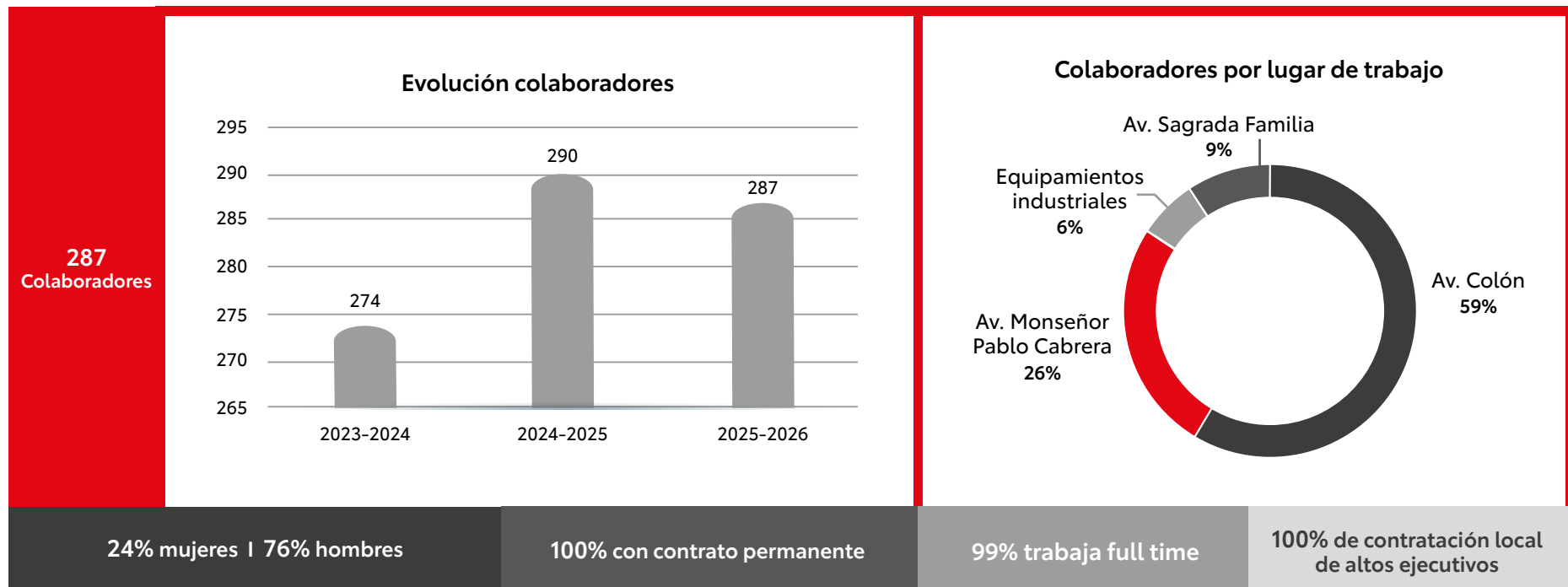
Compromiso compartido con nuestra gente

2-7; 3-3; 202-2

En Centro Motor sabemos que los autos nos conectan, pero son las personas quienes realmente nos mueven. Cada colaborador es parte del motor que impulsa nuestra historia y, por eso, ponemos en primer lugar el respeto a sus derechos, su seguridad y las oportunidades de crecimiento.

Cada año incorporamos personal con ganas de aprender y seguir cultivando un ambiente diverso, profesional y que los haga sentir parte de algo más grande que la visión de la empresa.

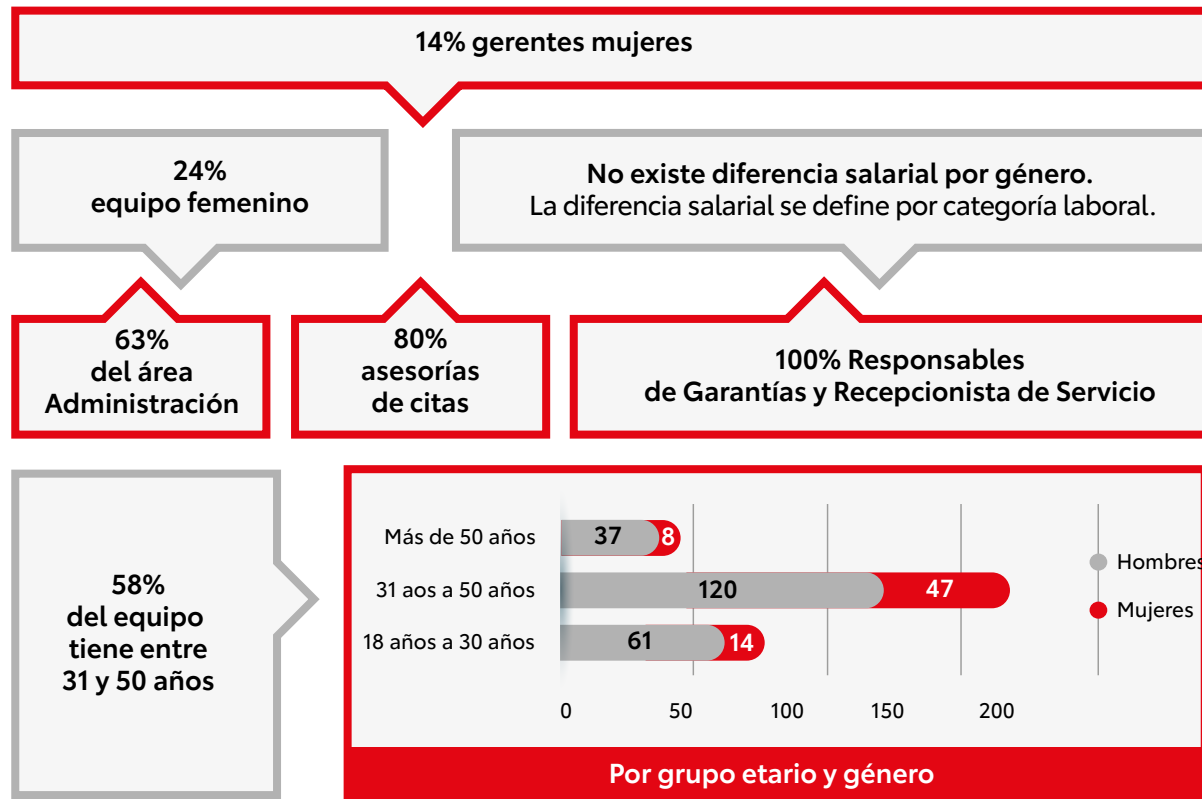
La composición de nuestros equipos refleja las particularidades de las diferentes áreas de la organización, que incluyen funciones comerciales, administrativas, técnicas y operativas.



Un equipo diverso, con realidades diferentes

3-3; 405-1; 405-2

Buscamos que, dentro de la composición de nuestros equipos, haya una diversidad de miradas, realidades, formas de trabajo y aporte de capacidades, para lograr resultados que reflejen una visión colectiva. Personas de diversas edades, géneros y experiencias enriquecen nuestra atención.



Oportunidades para crecer

3-3; 401-1

Las oportunidades de desarrollo no se limitan al ingreso a la organización. A medida que cambian las necesidades de las distintas áreas, se generan nuevas posibilidades para asumir funciones, responsabilidades o posiciones dentro de Centro Motor.

Nuevas contrataciones	Total
Menores de 30 años	11
Entre 31 y 50 años	6
Empleados mayores de 50 años	3

27 colaboradores
promovidos a una categoría superior
(17 hombres y 10 mujeres)

Desarrollo y evaluación del desempeño

3-3; 404-3

A partir del primer año de antigüedad, nuestros colaboradores³ participan del proceso de evaluación de desempeño. La evaluación busca generar una instancia de diálogo sobre el desempeño alcanzado, reconocer fortalezas e identificar oportunidades de desarrollo.

El proceso combina la evaluación de objetivos y competencias y se desarrolla con el acompañamiento de una consultora externa, a través de una plataforma que centraliza la información y los resultados. Cada colaborador recibe una devolución de su superior y, a partir de ella, se definen acciones orientadas a trabajar fortalezas y oportunidades de mejora.

La evaluación se realiza una vez al año, complementada por instancias de seguimiento semestrales y reuniones de progreso que permiten revisar avances y ajustar los objetivos o acciones de desarrollo cuando resulta necesario.

96%
de los colaboradores
alcanzados por el
proceso
participaron de una
evaluación durante
el período.

³ No incluye Gerentes ni personal de Equipos Industriales.

Aprender para acompañar los cambios

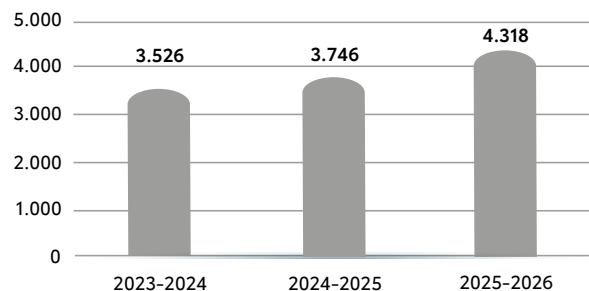
3-3; 404-1; 404-2

La transformación de la industria también modifica las capacidades que necesitamos desarrollar. La actualización técnica, la incorporación de nuevas tecnologías y la evolución de las formas de atención requieren espacios de formación que acompañen las necesidades de cada área.

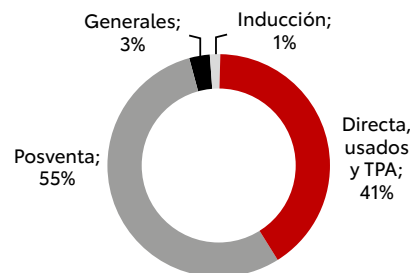


Nuestra propuesta de capacitación incluye contenidos vinculados con formación técnica, atención al cliente, seguridad y salud, habilidades de gestión, sistemas y ciberseguridad, sustentabilidad y nuevas formas de movilidad, integridad, etc.

Evolución horas de capacitación



Horas de formación por áreas



El comienzo también forma parte del aprendizaje

La incorporación de cada nueva persona comienza con un proceso de inducción que le permite conocer Centro Motor, su forma de trabajo y los principales lineamientos que orientan nuestra actividad. En esta instancia acercamos información sobre la organización, las responsabilidades asociadas a la función, las pautas internas y aquellos aspectos necesarios para comenzar a desarrollar el rol.

100% de nuevos colaboradores completó el proceso de inducción (tanto a la marca como al proceso de gestión ambiental) en el período.

A esta instancia se suma la inducción específica vinculada con Toyota, que permite conocer los principios, estándares y formas de trabajo propios de la marca y de nuestra actividad como concesionario. Así, acompañamos los primeros pasos de cada incorporación con información que le permita comprender tanto su función como el contexto en el que desarrolla su trabajo.



Condiciones seguras y saludables para trabajar

3-3; 403-1; 403-2; 403-3; 403-4; 403-6-; 403-7; 403-8

La salud y la seguridad de quienes trabajan en Centro Motor forman parte de nuestra gestión cotidiana. Trabajamos bajo el marco de la Ley 19.587 de Higiene y Seguridad en el Trabajo y contamos con el acompañamiento de una consultora especializada para implementar y dar seguimiento a las medidas de prevención.

Nuestro sistema contempla la identificación de los riesgos asociados a las distintas tareas y la definición de medidas preventivas. Contamos con una matriz de riesgos, que revisamos periódicamente, y aplicamos la metodología de Identificación de Peligros y Valoración de Riesgos (IPVR) para cada puesto de trabajo. A partir de esta evaluación, priorizamos los riesgos según su nivel y definimos planes de acción, responsables y plazos.

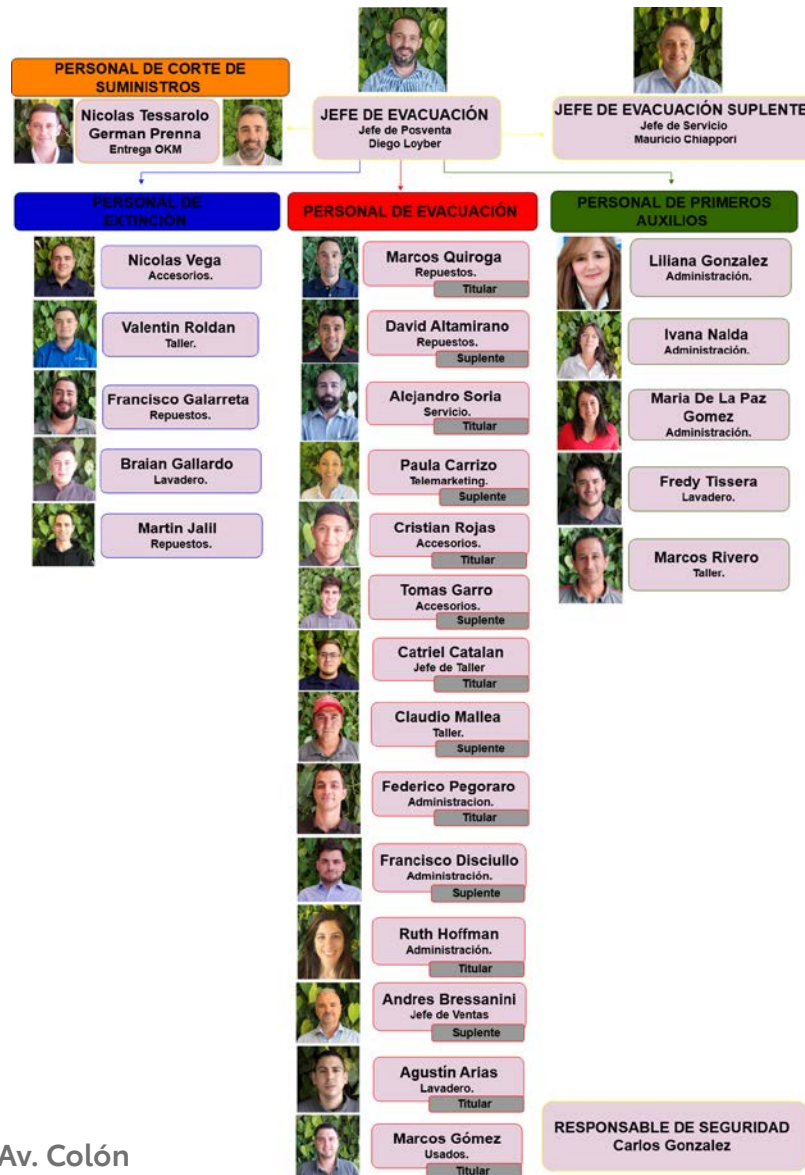
La gestión también incorpora espacios específicos de participación y seguimiento. El **Comité de Seguridad y Salud Ocupacional** se reúne trimestralmente para revisar los avances de los planes de prevención y abordar los temas vinculados con las condiciones de trabajo. A esto se suman las **Brigadas de Evacuación y de Primeros Auxilios**, cuyos integrantes reciben capacitación para actuar ante situaciones de emergencia.

En nuestros concesionarios contamos, además, con áreas protegidas por servicios de salud y emergencias, disponibilidad de atención médica para colaboradores y seguimiento de la **Aseguradora de Riesgos del Trabajo (ART)** en relación con los planes de mejora.

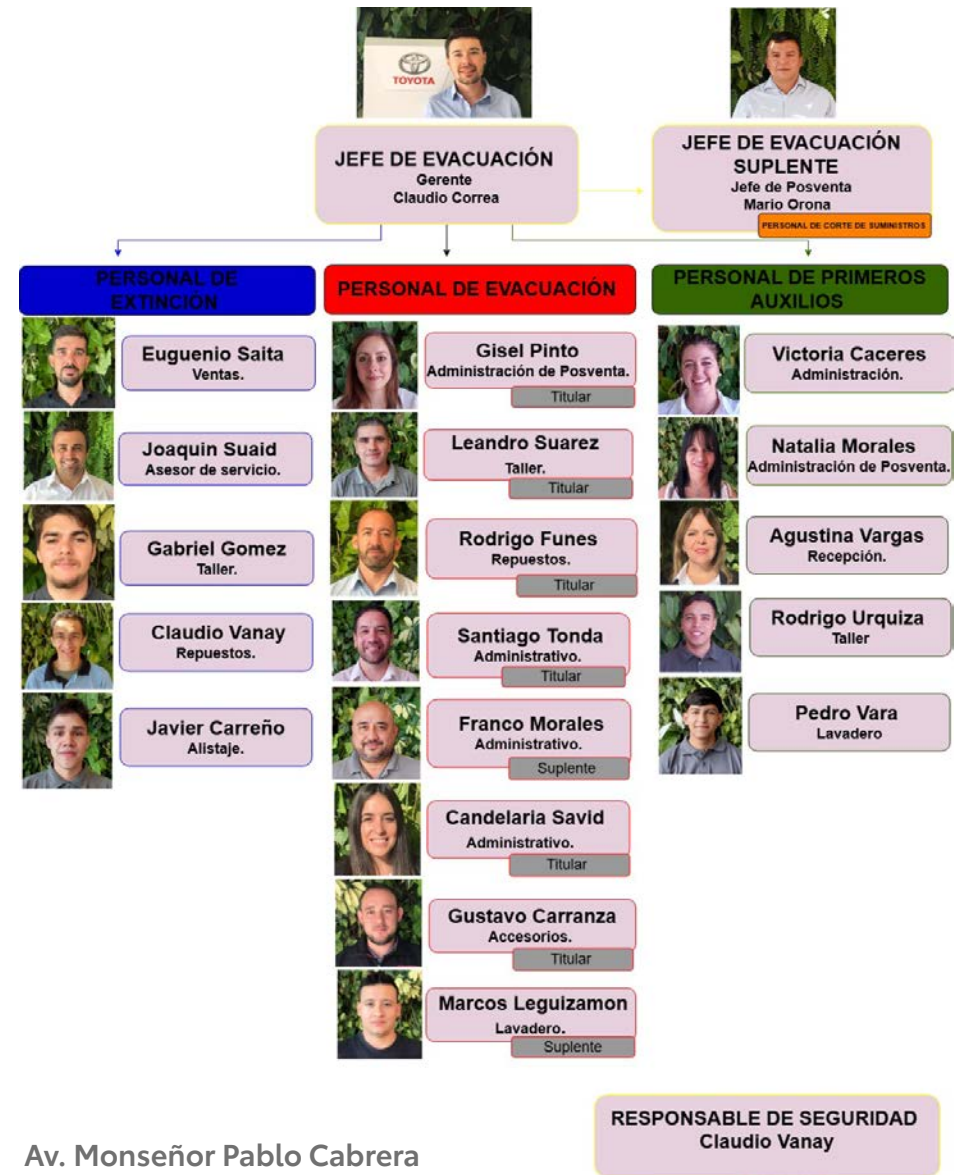
100%
de la plantilla
(permanente y tercerizada)
cubierta según la
legislación de la
seguridad
social vigente que
incluye una ART.



Brigadas de evacuación y primeros auxilios



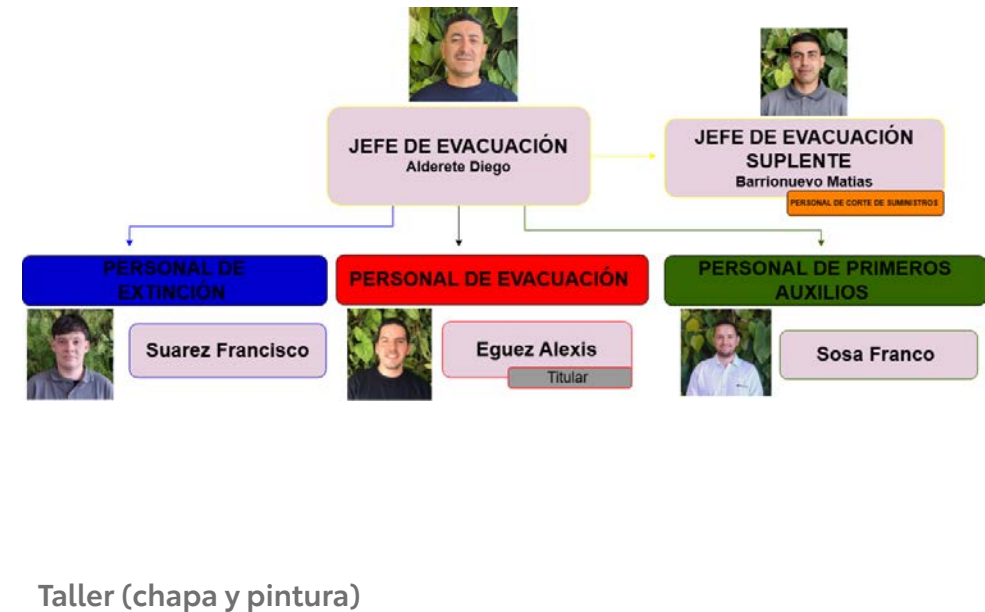
Av. Colón



Av. Monseñor Pablo Cabrera



Av. Sagrada Familia



Taller (chapa y pintura)

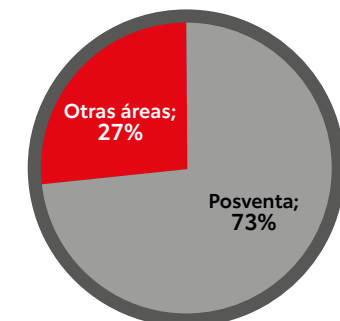
La prevención también se aprende

403-5; 403-6

La capacitación es una parte del sistema de prevención. Durante el período desarrollamos instancias de formación sobre primeros auxilios, cuidado de la voz, mapa de riesgos, utilización de Elementos de Protección Personal (EPP), prevención de riesgos asociados a actividades específicas, como el trabajo en talleres, con autoelevadores o con computadoras, respuesta ante emergencias, rol de evacuación y extinción, investigación y análisis de accidentes, orden y limpieza, entre otros.

- 21 cursos de salud, seguridad e higiene realizados durante el período
- 1.554 horas de capacitación en salud y seguridad

Horas de capacitación en Higiene y Seguridad

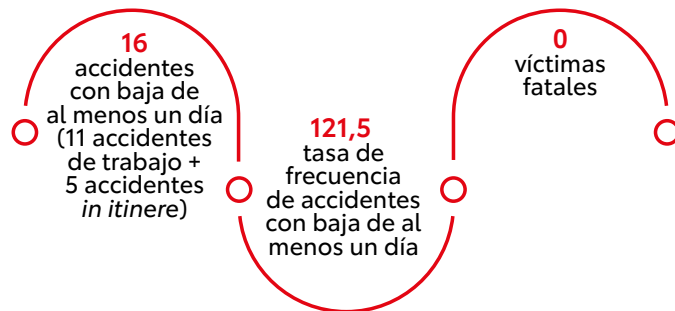


Medimos para prevenir

403-9; 403-10

También hacemos seguimiento de los principales indicadores de salud y seguridad para identificar tendencias y orientar las acciones preventivas.

Durante el período se registraron:



La gestión de salud y seguridad combina identificación de riesgos, medidas de prevención, capacitación y seguimiento de indicadores. A partir de estos elementos, continuamos revisando las condiciones de trabajo y las acciones necesarias para reducir la exposición a riesgos y fortalecer la capacidad de respuesta ante situaciones de emergencia.

Bienestar, experiencia y comunicación interna

2-29; 3-3; 201-3; 401-2

La experiencia de trabajar en nuestra empresa se construye también en los espacios cotidianos, en la forma en la que nos comunicamos y en las condiciones que ofrecemos para desarrollar nuestras tareas.

Además de los beneficios establecidos por la legislación laboral, contamos con reconocimientos que acompañan diversos momentos de quienes integran nuestros equipos.



Por su parte, promovemos una comunicación interna fluida, fundamentalmente, a través de nuestro newsletter **NOTICEM**, una herramienta que nos permite estar informados, compartir novedades y acercar contenidos vinculados con la organización. También sostenemos el contacto continuo a través de múltiples canales como: mail, cartelería, WhatsApp, reuniones y otras oportunidades que surgen como propuestas de participación y relacionamiento.

También buscamos conocer cómo viven las personas su experiencia dentro de Centro Motor. Para ello, durante el período realizamos una **encuesta de clima laboral**, que permitió relevar la percepción de los colaboradores sobre diferentes aspectos de la organización y detectar oportunidades de mejora, tales como: reforzar los canales de comunicación, establecer la plataforma de gestión de recursos humanos para una mayor autonomía como área y se estableció un plan de dinámica de grupo.

4,22
satisfacción
general

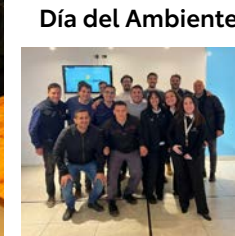
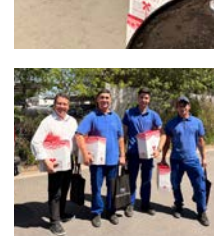
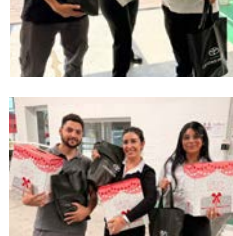
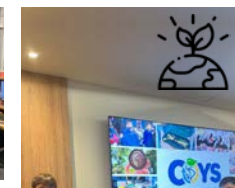
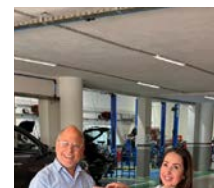
De esta manera, la escucha a nuestros equipos se incorpora como un insumo para revisar y mejorar nuestras prácticas de gestión de personas.

Celebraciones

Celebramos el compromiso de nuestro equipo en días especiales. Además, reconocemos cada aniversario de trabajo de nuestros colaboradores por diversos canales de comunicación, en post de destacar sus años de dedicación a la empresa.



Fiesta de Fin de Año



Día del Trabajador

Cajas Navideñas

Día del Ambiente

Relaciones de trabajo y diálogo

2-29; 2-30; 407-1

El desarrollo de nuestras actividades se encuentra acompañado por espacios de diálogo entre la organización y las personas que integran nuestros equipos.

91% del equipo comprendido dentro de convenios colectivos de trabajo | 3 representantes gremiales (2 hombres y 1 mujer) |

RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

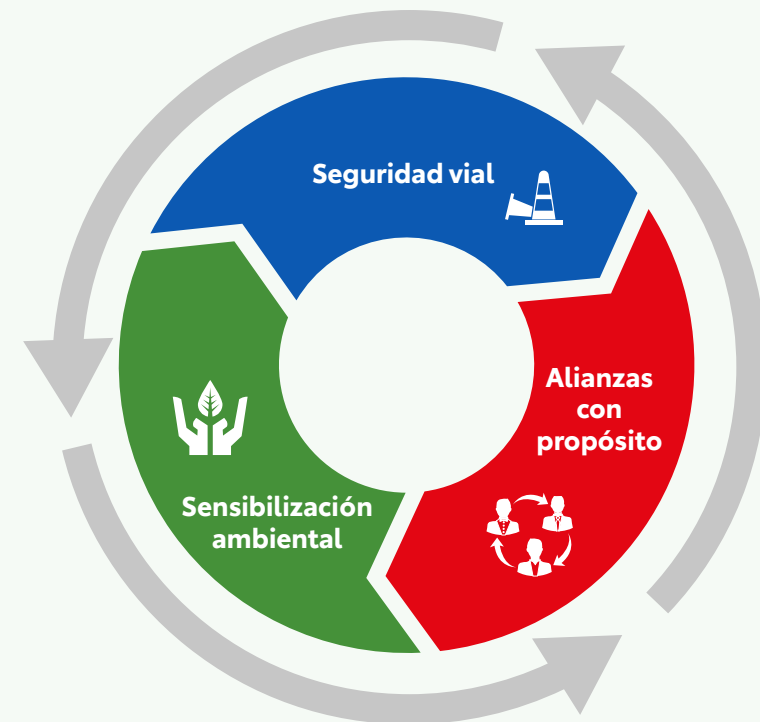
Aportar desde lo que sabemos hacer

3-3; 203-1; 203-2; 413-1

Nuestra relación con la comunidad se construye a partir de los temas en los que podemos aportar desde nuestra actividad y nuestro conocimiento: la seguridad vial, la educación, el cuidado del ambiente y el trabajo conjunto con otras organizaciones.

Durante el período continuamos desarrollando las iniciativas que forman parte de nuestra estrategia de inversión social y sumamos nuevas propuestas, con el objetivo de ampliar su alcance y fortalecer los vínculos con instituciones de nuestra comunidad, siempre alineándonos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y al Programa de Responsabilidad Social para Concesionarios de Toyota Argentina S.A.

Seguridad vial continúa siendo nuestro principal eje de trabajo con la comunidad, a través de diferentes ediciones del programa *Luz Verde*. A esta iniciativa se suman acciones de sensibilización ambiental, proyectos de economía circular, alianzas con organizaciones públicas, privadas y del tercer sector, y acciones solidarias desarrolladas durante el año.



Seguridad vial: aprender para cuidarnos

413-1

La seguridad vial es uno de los principales ejes de nuestra estrategia de inversión social. A través de todas las ediciones y versiones de **Luz Verde: conduciendo hacia el futuro**, desarrollamos propuestas educativas dirigidas principalmente a niños, niñas, adolescentes y docentes del nivel inicial y primario, buscando acercar conocimientos y hábitos que contribuyan a una convivencia más segura en el espacio público.

La propuesta se adapta cada año a partir de la experiencia acumulada y de las oportunidades que identificamos junto con las instituciones que participan. Durante este período, renombramos la iniciativa como **Luz verde: Conduciendo hacia el futuro. ¡Llegamos! (a donde nos necesitan)** y continuamos trabajando con la Policía Caminera y el Ministerio de Seguridad de Córdoba, llegando a más localidades de nuestra provincia. Sumamos, en esta edición, al Ministerio de Educación de la Provincia, con el acompañamiento del Concejo Deliberante de Municipalidad de Córdoba.

Mayo con amarillo de precaución

El mes de mayo se convirtió en la fecha disparadora de nuestra causa ya que #mayoamarillo es un movimiento conocido a nivel global sobre seguridad vial y, por ende, un llamado a reflexionar sobre el impacto de nuestras acciones y decisiones frente a un volante. Además, mayo es el mes de la seguridad vial.

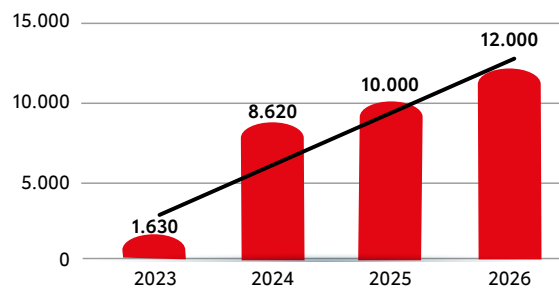
Las actividades se desarrollaron en escuelas de Córdoba capital y del interior provincial para y reforzar nuestra presencia en el territorio y, también, en eventos como el Día de las Infancias o el mes de la Seguridad Vial (mayo). Los contenidos que se abordan se vinculan al uso del cinturón, la actuación ante accidentes, las señales de tránsito, el respeto a los peatones, la movilidad segura y otros.



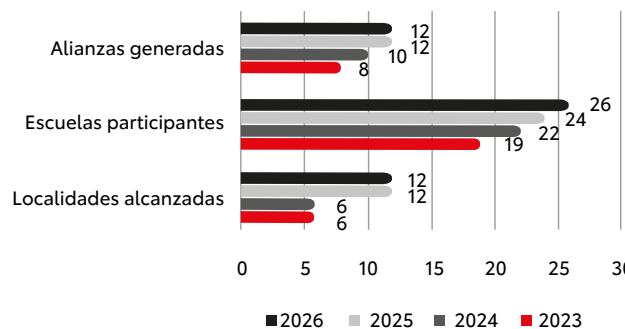
En 2026, además, entregamos útiles escolares en algunas escuelas del interior para acompañar la formación con una hermosa sorpresa.

Algunos de los resultados que esperamos concretar en noviembre son:

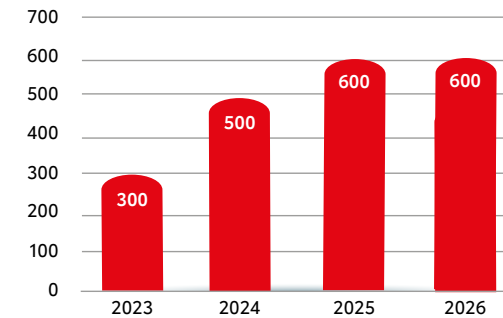
Niños, niñas, adolescentes y docentes impactados



Evolución del programa



Kg de cartón revalorizado



Nuestra experiencia hacia otros países

Con gran orgullo, desde Centro Motor fuimos invitados por Toyota Argentina a compartir nuestra experiencia con el programa Luz Verde a otras redes de concesionarios de Toyota en Colombia.

El éxito de nuestra propuesta, tanto desde el punto de vista social como ambiental por la transformación de nuestros residuos en material didáctico, inspira a otros dealers de la marca a desarrollar iniciativas similares, que impacten en sus comunidades y entornos de manera positiva.

Presentación: "PROYECTO LUZ VERDE" CON TOYOTA COLOMBIA



Más apuestas a la economía circular

3-3; 203-2; 413-1

Durante este período incorporamos una nueva iniciativa de economía circular a partir de la participación de nuestros colaboradores, llamada: **Transformar para generar oportunidades: la circularidad como reinicio.**

La propuesta consiste en reunir prendas de vestir en desuso aportadas por integrantes de Centro Motor y entregarlas a cooperativas de trabajo que puedan transformarlas en nuevos productos o darles un nuevo uso.

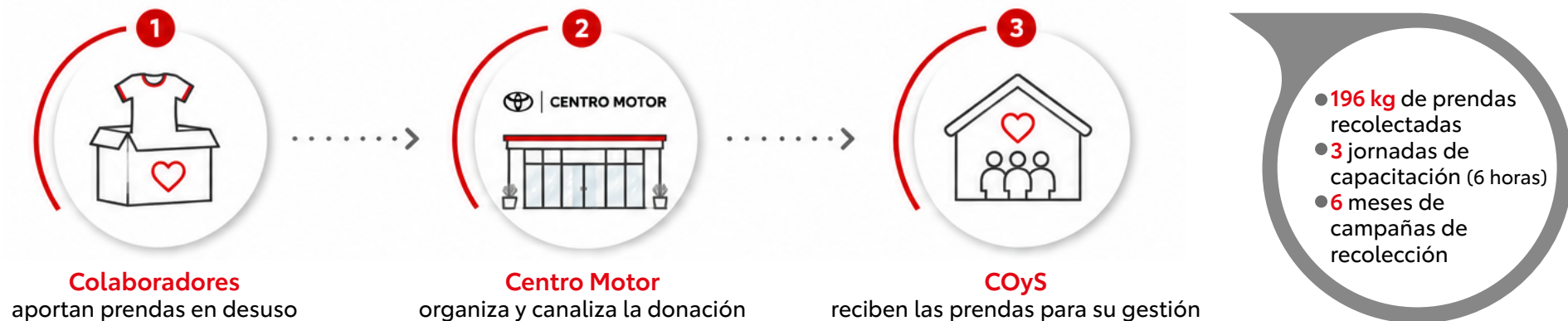
Unimos esfuerzos para darle una segunda oportunidad a lo que ya no usamos y generar un impacto positivo en nuestra comunidad.



Para ejecutar la iniciativa, firmamos un convenio con el Ente de Servicios y Obras Públicas (ESYOP), la cual se canalizó a través del Ente Córdoba Obras y Servicios (COyS) de la Municipalidad de Córdoba. Este se encarga de distribuir esos materiales para que no sean descartados y generen una nueva posibilidad de aprovechamiento.

De esta manera, además de vincular la participación de nuestros equipos con una acción en la comunidad, ampliamos el enfoque de circularidad más allá de los residuos generados directamente por nuestra operación. Y eso no es todo. En los próximos meses **buscaremos que las cooperativas logren transformar ese material en productos de merchandising que podamos comercializar en nuestros concesionarios** para que sea un verdadero ciclo de circularidad.

Todo este proceso implica, también, la realización de capacitaciones internas para concientizar sobre la problemática de los residuos y darles un mejor tratamiento desde el origen.



Revalorizar residuos propios

Continuamos también con el circuito de recuperación de cartón asociado a los materiales utilizados en nuestras actividades. Los cartones que protegen determinados repuestos son entregados a la **Cooperativa Los Carreros**, que los acondiciona para su posterior comercialización.

600 kg
de cartón
revalorizado
durante el
período



A partir de este material, **Ondulé** produce los autos y circuitos de cartón que utilizamos en el programa Luz Verde. De esta manera, un residuo generado en nuestra operación vuelve a incorporarse al circuito como material para nuestras actividades educativas.

Educación que transforma

La educación ambiental forma parte de las actividades que desarrollamos junto con la comunidad. En nuestros eventos y propuestas educativas acercamos contenidos relacionados con el cuidado de los recursos, la gestión de residuos y las nuevas tecnologías aplicadas a los vehículos.

También generamos espacios para conocer las tecnologías de electrificación de Toyota y comprender los cambios que atraviesa la industria automotriz en relación con el uso de los recursos y la reducción de emisiones.

Esta línea de trabajo se vincula con la estrategia de sustentabilidad de Toyota Argentina, que incluye la economía circular y la reducción de la huella ambiental como parte de la transformación de la industria.



Alianzas que amplían lo que podemos hacer

2-28

El desarrollo de nuestros programas depende también del trabajo conjunto con otras organizaciones. Durante el período continuamos articulando con escuelas y jardines, organismos municipales y provinciales, organizaciones sociales y empresas, que aportan conocimientos, espacios, recursos o capacidades específicas a las iniciativas que desarrollamos.

Entre las alianzas que sostienen nuestro trabajo se encuentran: Ondulé, la Cooperativa de Carreros de Villa Urquiza, escuelas y jardines públicos y privados, el Ministerio de Seguridad y Policía Caminera, entre otros.

También participamos activamente en la Asociación de Concesionarios Toyota de la República Argentina (ACTRA), con nuestro presidente a la cabeza de la Asociación.

En particular, durante este período, trabajar junto al COyS de la Municipalidad fue un gran aporte para dar fluidez al proyecto de textiles circulares.

Presentes cuando la comunidad nos necesita

203-1; 203-2; 413-1

Además de los programas que desarrollamos de manera continua, durante el período acompañamos iniciativas solidarias vinculadas con necesidades concretas de nuestra comunidad.

Nos sumamos a la campaña solidaria que llevó a cabo la Cooperativa de trabajo Los Carreros, aliados en nuestro programa de seguridad vial y economía circular. La iniciativa buscó recolectar juguetes, golosinas y alimentos para repartir meriendas a niños y niñas en el Día de las Infancias. Entregamos 100 bolsas con golosinas y juguetes en excelente estado.

En el marco del proyecto Luz Verde, entregamos kits escolares en escuelas del interior de Córdoba, como regalo para dar inicio al período de clases y por el lanzamiento 2026 de nuestro programa.

Nuestro compromiso con la comunidad se puede ver, asimismo, en la entrega de siete combos (monitor, teclado y mouse) al IPET 251 y la misma cantidad al Liceo Militar para que esta tecnología pueda ser aprovechadas en toda su vida útil.



Cuidar el ambiente



Enfoque de gestión: los marcos que nos guían

2-23; 2-24; 3-2; 3-3

Nuestro compromiso ambiental se expresa, sobre todo, en la manera en la que gestionamos nuestra operación. Contamos con un **Sistema de Gestión Ambiental certificado bajo la norma ISO 14001**, herramientas de evaluación y seguimiento, y procesos específicos para gestionar los principales impactos asociados a nuestra actividad: el consumo de recursos, la generación de residuos, el uso del agua y las emisiones.

La gestión se complementa con nuestra **Política Ambiental**, que establece los principios que orientan nuestro trabajo. A esta estructura sumamos distintas herramientas de evaluación y seguimiento que nos permiten revisar periódicamente nuestras prácticas y detectar oportunidades de mejora.

También consideramos al **Desafío Ambiental Toyota 2050** como marco de referencia para hacer frente a problemas globales como la crisis climática.



Compromisos ambientales

Nos desafiamos a:



Llevar adelante todas nuestras actividades procurando el **desarrollo sustentable**, considerando al medioambiente como un aspecto central de nuestra gestión y consolidando la misión de colaborar a construir, en el futuro, un mundo mejor.



Gestionar **procesos controlados**, evitando impactos ambientales negativos y cumpliendo con todas las normativas legales que pudieran corresponder, convencidos de que respetar los derechos del prójimo, del medioambiente y de las normas que los regulan nos va a convertir en una sociedad mejor.



Promover la mejora continua en todo lo relacionado a nuestra gestión ambiental, fijando objetivos ambientales progresivos que permitan hacer un mejor uso de los **recursos naturales** y asegurar una **adecuada gestión de los residuos**.



Comunicar nuestra **política ambiental** a todos los públicos de la empresa, incluyendo a las personas que la integran, clientes, proveedores y a la sociedad en general, con el objetivo de que cada día haya más personas que tomen el desafío de comprometerse a través de sus conductas a construir un mejor lugar para todos.

Un sistema que se revisa y mejora

Durante el período realizamos la Auditoría Interna del **Sistema de Gestión Ambiental**, iniciada en octubre de 2025. La evaluación concluyó que el sistema se encuentra correctamente implementado y cumple con los requisitos planificados. Como resultado, se identificó 1 no conformidad, que fue documentada y gestionada de acuerdo con nuestros procedimientos internos.

Posteriormente, IRAM auditó el mantenimiento y la eficacia del sistema y el cumplimiento de los requisitos de la norma y de nuestros compromisos ambientales. Los hallazgos fueron analizados y abordados mediante las acciones correspondientes.

Como resultado del proceso de seguimiento, sigue vigente nuestra certificación ISO 14001:2015, cuyo certificado tiene validez hasta abril de 2028.



Auditoría Interna Octubre 2025

Se evaluó la correcta implementación del Sistema de Gestión Ambiental y el cumplimiento de los requisitos planificados.

1 no conformidad
documentada y gestionada según nuestros procedimientos internos.



Auditoría de Seguimiento IRAM ISO 14001:2015

Se verificó el mantenimiento y la eficacia del sistema, así como el cumplimiento de los requisitos de la norma y de los compromisos ambientales asumidos.

1 fortaleza	1 oportunidad de mejora	1 observación	2 no conformidades
-----------------------	--------------------------------------	-------------------------	---------------------------------



Tratamientos de hallazgos

Los hallazgos identificados fueron analizados y abordados mediante las acciones correspondientes, como parte del proceso de mejora continua del Sistema de Gestión Ambiental.



Certificación mantenida ISO 14001:2015

Como resultado del proceso de seguimiento, se mantuvo vigente la certificación, reafirmando el compromiso de Centro Motor con la mejora continua de su desempeño ambiental.

 Vigencia del certificado:
abril de 2028

Evaluar para mejorar

La mejora ambiental requiere revisar periódicamente cómo hacemos las cosas. Por eso, también contamos con herramientas específicas de evaluación desarrolladas para la red Toyota.

DERAP

Durante el período realizamos las autoevaluaciones correspondientes al Dealer Environmental Risk Audit Program (DERAP), que nos permite revisar distintos aspectos ambientales de nuestras operaciones y verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos, entre ellos, exigencias legales, la gestión de residuos peligrosos, el tratamiento de las aguas de drenaje y la recuperación de refrigerantes.

Los resultados obtenidos permiten identificar el grado de cumplimiento de enunciados establecidos por el programa y aquellos aspectos que requieren mejoras, sobre los cuales se continúa trabajando mediante la implementación y seguimiento de las acciones correspondientes.

ECO DEALER

Propone una evaluación progresiva de la gestión ambiental de los concesionarios y promueve acciones concretas de concientización y compromiso ambiental como parte de su cadena de valor.

Su objetivo principal es reducir la huella de CO₂ generada por las operaciones de los concesionarios, mediante la optimización del uso de recursos y la implementación de mejoras que contribuyan a un mejor desempeño ambiental.



Cuenta con tres niveles de certificación progresiva: BLUE, YELLOW y GREEN, siendo necesario completar los requisitos de cada nivel para avanzar hacia el siguiente.

Durante el período, se realizaron las autoevaluaciones de los tres concesionarios, de acuerdo con el cronograma de sostenibilidad establecido por Toyota Argentina, continuando con el seguimiento y la implementación de mejoras en los distintos puntos del programa. Además, entre los principales avances se destaca la formalización de un convenio con la Cooperativa Los Carreros de Villa Urquiza para la gestión de residuos reciclables, fortaleciendo su separación, recuperación y trazabilidad.

Se continúa trabajando con las distintas áreas para avanzar progresivamente en los requerimientos y objetivos ambientales establecidos por el programa.

- Av. Colón: se mantuvo la certificación en **nivel BLUE**.
- Av. Monseñor Pablo Cabrera: se mantuvo la certificación en **nivel BLUE**.
- Av. Sagrada Familia: estamos trabajando para obtener alguna de las certificaciones, ya que es una sucursal inaugurada recientemente.

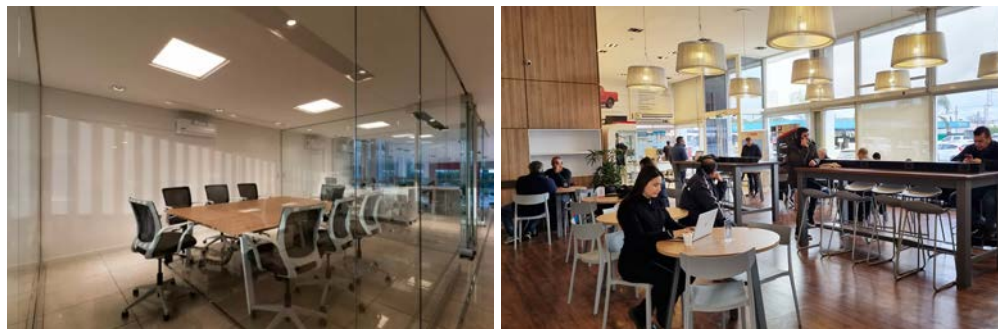
Insumos y materiales utilizados

3-3; 301; 301-3

Utilizamos diferentes insumos y materiales tanto en oficinas, salones de ventas y Toyota Plaza para generar una mejor experiencia a nuestros clientes y brindarles una atención exclusiva.

-15,5% uso de papel de impresión
respecto del período anterior

Concepto	2025 / 2026
Papel impresión	5.917 kg
Descartables (vasos)	48.000 u.
Cartuchos de impresión	56 u.
Equipos de computación	261 u.
Celulares	8 u.
Botellas Pet Toyota Plaza	30.250 u.
Latas de gaseosas Toyota Plaza	50.400 u.
Bolsas fiselina	3.700 u.
Banners	0



Residuos: separar, gestionar y recuperar

3-3; 306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5

La generación de residuos es uno de los principales aspectos ambientales asociados a nuestra actividad, especialmente en las operaciones de posventa. Por eso, trabajamos sobre las distintas etapas de su gestión:



En nuestras instalaciones contamos con espacios destinados a la segregación de residuos, lo que permite diferenciarlos desde el momento en que se generan y definir el tratamiento correspondiente.

Para los residuos que requieren un manejo especial, trabajamos con operadores habilitados y mantenemos registros que permiten realizar el seguimiento de su gestión hasta su disposición final. Al mismo tiempo, buscamos recuperar aquellos materiales que pueden volver al circuito productivo mediante procesos de reciclaje o valorización.

Residuos peligrosos

Durante el período gestionamos **residuos peligrosos** (sólidos y líquidos), generados principalmente en las operaciones de nuestros talleres y lavaderos. Estos residuos son almacenados y gestionados de acuerdo con los requisitos ambientales aplicables, mediante operadores habilitados para su retiro y tratamiento.

Los barros provenientes de los lavaderos constituyeron el principal flujo de residuos sólidos peligrosos. También gestionamos residuos sólidos contaminados con hidrocarburos, baterías, residuos electrónicos y tóneres.

- Los residuos peligrosos son separados con cautela, en virtud de asegurar un tratamiento adecuado.
- Los aceites que retiramos de los vehículos son utilizados como combustibles en la industria.
- Las baterías son entregadas a operadores autorizados quienes se responsabilizan de su reciclado.
- El refrigerante utilizado en los aires acondicionados es recuperado y reciclado.

Residuos peligrosos sólidos (kg)	2024/2025	2025/2026
Av. Colón	42.870	68.498
Av. Monseñor Pablo Cabrera	35.120	40.321
Av. Sagrada Familia	16.250	22.564
Total	94.240	131.383

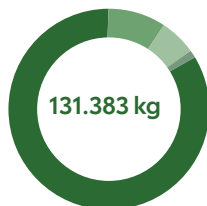


131.383 kg

de residuos sólidos peligrosos gestionados

+39,4%
respecto del período anterior

87,5% •
Barros de lavadero
(115.040 kg)



- **10,4%** Sólidos contaminados con hidrocarburos (13.639 kg)
- **1,8%** Baterías (2.400 kg)
- **0,2%** Electrónicos (258 kg)
- **0,1%** Tóner (46 kg)

Residuos peligrosos líquidos (l) - Aceites	2024/2025	2025/2026
Av. Colón	48.800	60.000
Av. Monseñor Pablo Cabrera	22.000	25.900
Av. Sagrada Familia	21.600	29.800
Total	92.400	115.700



115.700 L

de aceites usados gestionados

+25,2%
respecto del período anterior



60.000 L Av. Colón
25.900 L Monseñor Pablo Cabrera
29.800 L Av. Sagrada Familia
115.700 L

El aumento en la cantidad de residuos gestionados está directamente vinculado al aumento del nivel de actividad de posventa

Tipo de residuo		2025/2026			2025/2026			Disposición final con certificación
		Av. Colón	Av. MPC	Av. SF	Av. Colón	Av. MPC	Av. SF	
SÓLIDOS Kg	Sólidos contaminados con hidrocarburos	4.055	2.640	2.710	7.614	2.921	3.104	Transicom S.R.L.
	Barros del lavadero	35.900	32.480	13.540	58.180	37.400	19.460	IBS Córdoba
	Electrónicos	0	-	-	258	-	-	Reciclado / Donación
	Baterías	2.881	-	-	2.400	-	-	Transicom S.R.L.
	Tóner	34	-	-	46	-	-	Servicios Ambientales S.A.
LÍQUIDOS Litros	Aceites	48.800	22.000	21.600	60.000	25.900	29.800	Transicom S.R.L.

Los residuos peligrosos de las sucursales de Av. Monseñor Pablo Cabrera y Av. Sagrada Familia son trasladados al concesionario de Av. Colón que cuenta con un espacio de acopio transitorio, habilitado y adecuado para un almacenamiento seguro. En las primeras sucursales, la frecuencia de generación es menor y no se alcanza la cantidad mínima requerida por las empresas habilitadas para efectuar el retiro directo.

Esta acción evidencia una gestión responsable y trazable de los residuos hasta su disposición final autorizada, cumpliendo con la normativa ambiental vigente y minimizando los riesgos asociados a su manejo.

Residuos valorizados

Continuamos trabajando sobre la recuperación de materiales que pueden volver a otros circuitos productivos. Durante el período registramos casi 20 mil kg de materiales destinados a reciclaje o recuperación, entre cartón y papel, cartones seleccionados, PET, latas e indumentaria y calzado.

A partir de octubre de 2025 formalizamos además un convenio con la Cooperativa de Recicladores Los Carreros de Villa Urquiza, que realiza **retiros semanales** en nuestras tres sucursales. La emisión de certificados con el detalle de los kilogramos entregados nos permite contar con información más precisa y trazable sobre los materiales destinados a reciclaje.

Algunos materiales tienen además un destino específico que permite extender su uso. Los cartones de mejor calidad son enviados a ONDULÉ para la **elaboración de juguetes didácticos y packaging**, mientras que la indumentaria y el calzado son gestionados a través de COYS (Municipalidad de Córdoba) y destinados al Centro Verde Telas para la **recuperación de sus materiales**.

De esta manera, buscamos que la gestión de residuos no termine en su retiro, sino que permita identificar oportunidades de recuperación, reciclaje y valorización. Tratamos de no realizar impresiones y, cuando lo hacemos, utilizamos resmas de papel NAT de Ledesma, que posee verificación de huella de carbono y otros atributos ecológicos.

Residuos sólidos urbanos (RSU)

Como requerimiento del Plan Integral de Gestión de Residuos Sólidos Urbanos establecido por la Ciudad de Córdoba, desde Centro Motor contamos con servicios habilitados para la recolección, tratamiento y disposición final de los residuos generados en nuestras instalaciones.

**19.653 kg**

de materiales recuperados y destinados a reciclaje

+20,3%

respecto del período anterior

**19.027 kg** Cartón y papel**250 kg** PET**180 kg** Latas**196 kg** Indumentaria y calzado**127 kg** Cartones seleccionadosCooperativa Los Carreros
Federación de Cartoneros

Cooperativa Los Carreros

Cooperativa Los Carreros

COYS - Centro Verde Telas

ONDULÉ (juguetes didácticos)



Las tres sucursales obtuvieron su correspondiente
Certificado de registro como Grandes
Generadores de Residuos Sólidos Urbanos,
emitido por la Municipalidad de Córdoba, en
este período.

Agua y efluentes

3-3; 303-1; 303-2; 303-3; 303-4; 303-5

Cuidar el agua desde cada operación

El agua es un recurso necesario para nuestras operaciones, principalmente para las actividades de lavado vinculadas con la posventa. Por eso, su consumo forma parte de los aspectos ambientales que monitoreamos y gestionamos en nuestras tres sucursales.

2.713 m³ de agua consumidos (vs 2.161 m³) | +25,5%

Los datos no son linealmente comparables dado que, recién en abril de 2026, comenzamos a contar con registros de consumo de Av. Sagrada Familia.

Consumo de agua por sitio (m3)					Sucursal	2024/2025	2025/2026	Variación
Años	Av. Colón	Av. MPC	Av. SF	Total	Av. Colón	1.595 m ³	1.709 m ³	+7,1%
2023/2024	1.727	494	0	2.221	Av. MPC	566 m ³	877 m ³	+54,9%
2024/2025	1.595	566	0	2.161	Av. SF	Sin registro comparable	127 m ³	-
2025/2026	1.709	877	127	2.713	Total registrado	2.161 m ³	2.713 m ³	+25,5%

Gestionar el agua utilizada en los lavaderos

Una parte relevante del consumo de agua está vinculada con las operaciones de lavado de vehículos. Para gestionar este proceso contamos con el estándar **Toyota Washing Standard Operation (TWSO)**, que establece criterios para la operación de los lavaderos y el uso responsable del agua, la cual requiere una puntuación superior al 90% para aprobar la evaluación.

Nuestras tres sucursales cuentan con esta certificación. Las auditorías de mantenimiento se realizan anualmente y permiten revisar el cumplimiento de los requisitos establecidos por el estándar. En el período reportado continuamos con este esquema de seguimiento.

100%
de los lavaderos
con TWSO
(3 concesionarios)

Auditoría de Lavado

Consta de 35 ítems divididos en tres áreas:

Puesto de Lavado: 30% del puntaje (9 ítems).

Equipamiento: 40% del puntaje (21 ítems).

Operación de Lavado: 30% del puntaje (5 ítems).



Efluentes controlados, antes de devolver

Las operaciones de lavado generan efluentes que requieren un manejo específico. En nuestras tres sucursales contamos con habilitación municipal y autorización de volcamiento de efluentes, de acuerdo con los requisitos aplicables.

La gestión contempla el control de los efluentes generados por las operaciones de lavado y su disposición a través de los sistemas habilitados.

Los procesos de lavado también generan barros que son gestionados como la principal corriente de residuos peligrosos sólidos.

De esta manera, articulamos la gestión del agua utilizada en los lavaderos con la gestión de los residuos derivados de esa operación, buscando mantener bajo control los distintos impactos asociados al proceso.

**115.040 kg
de barros de
lavadero
gestionados**



Secretaría de Desarrollo Urbano
Dirección de Redes Sanitarias y Gas / Depto. Estudios y Proyectos
Nacional de Asejo 18 y P. del Centro (op. 4to.) - AUSE 020000 de 000000 de 0000

Autorización de Volcamiento de Efluentes

Identif. Catastral	Dist. 06	Zona 17	Manz. 002	P. 066
Razón Social	CENTRO MOTOR S.A.			
Domicilio	Av. Colon 5077			
Barrio	Las Palmas			
Profesional	Ing. Alfred Tejedor	Mat 2550		
Actividad	Concesionario Automotor -Lavadero de autos			
Vencimiento	14/3/2029			
Expediente N°	000995/2024			
Propietario	Centro Motor s.a.			
Observaciones	SOLICITUD N° 48491			

Revisó: [Firma] Autorizó: [Firma] Fecha: [Firma]

Secretaría de Desarrollo Urbano
Dirección de Redes Sanitarias y Gas / Depto. Estudios y Proyectos
Nacional de Asejo 18 y P. del Centro (op. 4to.) - AUSE 020000 de 000000 de 0000

Autorización de Volcamiento de Efluentes

Identif. Catastral	Dist. 14	Zona 27	Manz. 001	P. 096
Razón Social	CENTRO MOTOR S.A.			
Domicilio	Av M.P. Cabrera 4611 esq. D. Garat			
Barrio	Poeta Lugones			
Profesional	Ing. Alfred Tejedor	Mat 2550		
Actividad	Concesionario Automotor -Lavadero de autos			
Vencimiento	14/3/2029			
Expediente N°	000996/2024			
Propietario	Centro Motor s.a.			
Observaciones	SOLICITUD N° 47556			

Revisó: [Firma] Autorizó: [Firma] Fecha: [Firma]

Secretaría de Desarrollo Urbano
Dirección de Redes Sanitarias y Gas / Depto. Estudios y Proyectos
Nacional de Asejo 18 y P. del Centro (op. 4to.) - AUSE 020000 de 000000 de 0000

Autorización de Volcamiento de Efluentes

Identif. Catastral	Dist. 06	Zona 05	Manz. 011	P. 072
Razón Social	CENTRO MOTOR S.A. (Concesionario de Vehículos Toyota)			
Domicilio	SAGRADA FAMILIA 258			
Barrio	VILLA SIGURO			
Profesional	RICARDO CRISTAL OLGUIN	MP 2523		
Actividad	VENTA DE AUTOS, REPARACIONES, LAVADO Y CAMBIO DE ACEITE			
Vencimiento	27/8/2029			
Expediente N°	014760/24			
Propietario	AVANT S.A.			
Observaciones	SOLICITUD N° 44904			

Revisó: [Firma] Autorizó: [Firma] Fecha: [Firma]

Energía y emisiones

Hacer un uso más eficiente de la energía

3-3; 302-1; 302-2; 302-3; 302-4; 302-5

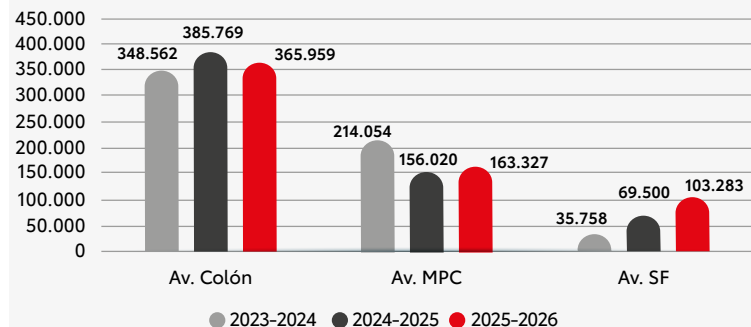
La electricidad constituye sigue siendo nuestra principal fuente de energía, representando el 99% de nuestro consumo energético total en el período. Esto nos lleva a diseñar distintas medidas orientadas a reducir consumos innecesarios y mejorar la eficiencia de nuestras instalaciones. También promovemos hábitos de consumo responsable entre nuestros equipos mediante comunicaciones internas y acciones de sensibilización.

Estas medidas se complementan con nuestra participación en el programa ECO DEALER de Toyota, que incorpora criterios vinculados con la eficiencia energética, el uso responsable de los recursos y la reducción de la huella de CO₂ de las operaciones.

Consumo total de energía eléctrica en Kwh (desde el 01/07 al 30/06)

Años	Av. Colón	Av. MPC	Av. SF	Total
2023/2024	348.562	214.054	35.758	598.374
2024/2025	385.769	156.020	69.500	611.289
2025/2026	365.959	163.327	103.283	632.569

Consumo total de energía eléctrica en Kwh



Consumo energético total
(electricidad y gas natural convertido a Kwh)

Años	Electricidad Kwh año de los concesionarios	Gas Natural m ³ conversión a Kwh*		Total consumo energético por año
		m ³	En Kwh	
2023/2024	598.374	1.536	17.971	616.345
2024/2025	611.289	882	10.319	621.608
2025/2026	632.569	530	6.201	638.770

*Cada m3 de gas natural corresponde a un Poder Calorífico Superior (PCS) de 11,70 kWh aproximadamente.



638.770 kWh
consumo energético total
en 2025 / 2026
+2,8%
respecto del período anterior



530 m³
de gas natural consumidos
en 2025 / 2026
Utilizado exclusivamente en
Sucursal Av. Colón

El consumo energético total aumentó **2,8%**, mientras que el consumo de gas natural convertido a kWh se redujo aproximadamente **40%**.
El aumento del consumo total está explicado por el incremento del consumo eléctrico.

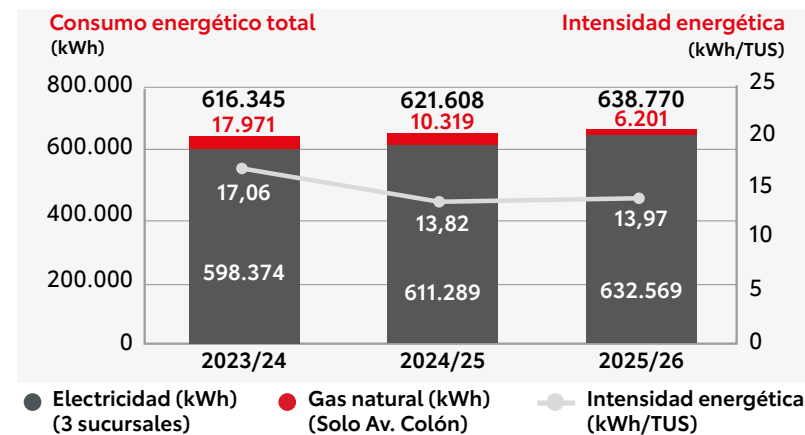
Una mirada más precisa: energía y actividad

Para estimar la intensidad del consumo energético y medir su eficiencia en la organización, tomamos la energía eléctrica consumida por unidad de actividad. Esta última se encuentra representada por la cantidad de TUS de posventa. Las TUS de posventa pasaron de 44.963 en 2024/25 a 45.708 en 2025/26, un incremento de 1,7%.

Al relacionar ese nivel de actividad con el consumo energético total, obtenemos:

Intensidad energética

Ejercicio	Consumo energético total	TUS posventa	kWh / TUS
2023/2024	616.345 kWh	36.130	17,06
2024/2025	621.608 kWh	44.963	13,82
2025/2026	638.770 kWh	45.708	13,97



Entre 2024/25 y 2025/26, la intensidad energética aumentó levemente, alrededor de 1,1%, mientras que la actividad de posventa creció 1,7%. Pero tomando un período más largo, la intensidad bajó de 17,06 kWh/TUS en 2023/24 a 13,97 kWh/TUS en 2025/26, una reducción aproximada del 18,1%. Por lo tanto, el consumo energético aumentó moderadamente, mientras que la actividad también creció; la intensidad energética se mantiene significativamente por debajo de la registrada dos ejercicios atrás.



13,97 kWh/TUS

Intensidad energética en 2025/26

-18,1%
respecto de 2023/24

Puntos de carga eléctrica en nuestras sucursales

Incorporamos estaciones de carga eléctrica en nuestras sucursales en virtud de brindar un nuevo servicio a nuestros clientes que eligen vehículos electrificados o híbridos enchufables, en línea con el cambio de tendencia hacia una movilidad más sustentable.

Cada punto de carga cuenta con instrucciones para su uso y estarán disponibles próximamente.

Para su funcionamiento, colocaremos medidores de energía específicos en cada sucursal, con el fin de poder controlar el consumo eléctrico de nuestra organización que siempre tiene como objetivo eficiencia.



Medir emisiones para conocer nuestra huella

3-3; 305-1; 305-2; 305-4

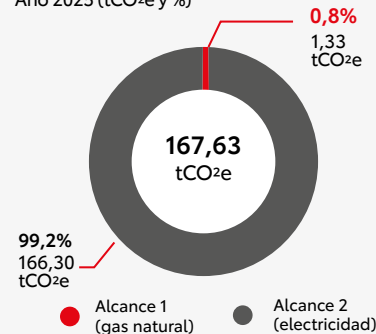
La medición de nuestra huella de carbono nos permite conocer las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) asociadas a las principales fuentes de energía utilizadas en nuestras operaciones y contar con información para orientar las decisiones de gestión.

El inventario contempla las emisiones directas asociadas al consumo de gas natural —Alcance 1— y las emisiones indirectas derivadas del consumo de energía eléctrica adquirida —Alcance 2—. El gas natural se utiliza exclusivamente en nuestra sucursal de Av. Colón 5077.

El inventario constituye además la base del proyecto “Energía Inteligente: reduciendo nuestra huella para movilizar el futuro”, implementado durante 2026 para fortalecer la gestión energética y avanzar en la reducción progresiva de las emisiones asociadas al consumo eléctrico. El proyecto parte del análisis de los consumos históricos y propone medidas de eficiencia, monitoreo, incorporación gradual de energías renovables y sensibilización de los equipos.

Nuestras emisiones por fuente

Año 2025 (tCO₂e y %)



Siguiendo el criterio solicitado por Toyota Argentina, las emisiones se calculan por año calendario, independientemente del período de nuestro ejercicio económico. Esta metodología permite analizar la evolución de las emisiones de toda su cadena de valor y relacionarlas con el nivel de actividad de la organización.



2 alcances

considerados en nuestra medición

Alcance 1 y Alcance 2



3 sucursales

incluidas en la medición del consumo eléctrico

Av. Colón - Av. Sagrada Familia
- Av. Monseñor Pablo Cabrera



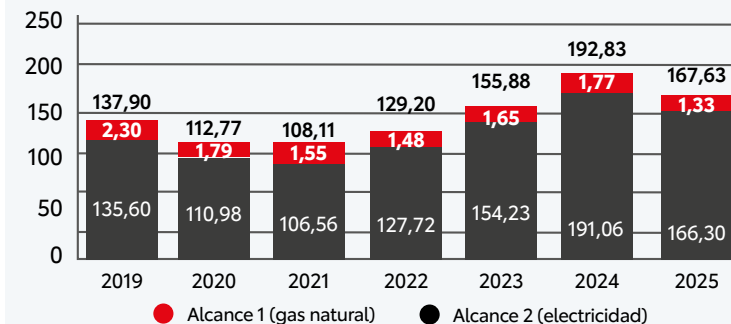
1 sucursal

utiliza gas natural

Av. Colón 5077

Evolución de las emisiones de GEI

Alcance 1 y Alcance 2 (tCO₂e)



-13,31%
de emisiones
totales en 2025
respecto de 2024

La reducción se explica principalmente por una menor huella asociada al consumo eléctrico.

Año	Consumo eléctrico (kWh)	Consumo gas natural (m³)	Factor emisión Electricidad (tCO ₂ /kWh)	Factor emisión Gas natural (tCO ₂ /m³)	tCO ₂ e (Alcance 2)	tCO ₂ e (Alcance 1)	Total tCO ₂ e (Alcance 1+2)
2019	383.091	1.718,15	0,000351	0,001998	134,46	3,43	137,9
2020	347.738	574	0,000321	0,001998	111,62	1,15	112,77
2021	370.855	802	0,0002872	0,001998	106,51	1,60	108,11
2022	464.776	1.161,15	0,000273	0,001998	126,88	2,32	129,20
2023	500.760	822	0,000308	0,001998	154,23	1,64	155,88
2024	615.128	888	0,0003106	0,001998	191,06	1,77	192,83
2025	645.808	670	0,0002575	0,001998	166,30	1,34	167,63

Nota: Se consideran las emisiones de electricidad (de las tres sucursales) y gas natural por año calendario y no por el período del ejercicio económico que va de julio a junio del año siguiente. Para 2022 los factores de emisión aplicados fueron los informados por la Secretaría de Energía de la Nación. Para 2023 se consideró el factor de emisiones para energía eléctrica calculado por AGERA, el mismo que utilizó Toyota Argentina. Para 2024 se consideró el valor que utiliza TMC actualizado anualmente de IEA (International Energy Agency) para la República Argentina: Energía eléctrica: 1 kWh = 0,0003106 t-CO₂; gas natural: 1 m³ = 0,001998 tCO₂, siguiendo con el mismo criterio en 2025, donde se conserva el mismo factor de emisión de gas natural, mientras el de energía eléctrica se actualizó a: 1 kWh = 0,0002575 tCO₂.

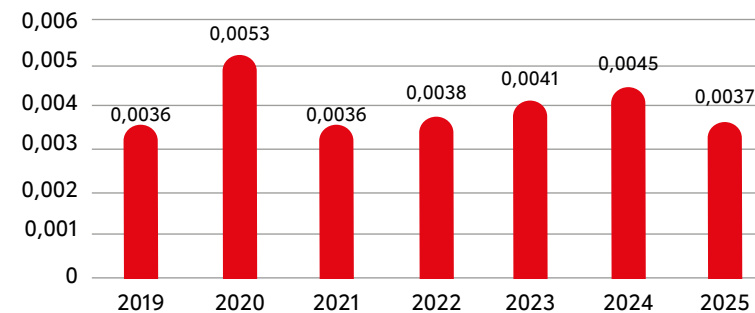
Impacto de las emisiones según nuestra actividad

Las emisiones absolutas permiten conocer la cantidad total de gases de efecto invernadero generados, pero su evolución también debe analizarse considerando el nivel de actividad de la organización.

Por eso, complementamos el seguimiento de las emisiones totales con el indicador de **intensidad de emisiones, expresado en tCO₂e por TUS**, que permite relacionar nuestro desempeño ambiental con el nivel de actividad de posventa.

Año	Emisiones totales tCO ₂ e	TUS	Intensidad (tCO ₂ e/TUS)
2019	137,90	38.524	0,0036
2020	112,77	21.461	0,0053
2021	108,11	29.836	0,0036
2022	129,20	33.866	0,0038
2023	155,88	38.406	0,0041
2024	192,83	42.399	0,0045
2025	167,63	45.735	0,0037

Evolución intensidad de las emisiones



Plan para reducir emisiones

La medición de nuestra huella constituye el punto de partida para identificar oportunidades concretas de reducción.

Durante 2026 desarrollamos **“Energía Inteligente: reduciendo nuestra huella para movilizar el futuro”**, un plan orientado a integrar la gestión energética en la operación cotidiana y reducir progresivamente las emisiones asociadas al consumo de electricidad.

El proyecto se estructura en cuatro líneas de acción:



01 Diagnóstico y análisis energético

Relevamiento de consumos, identificación de los equipos de mayor demanda y priorización de oportunidades de mejora.



02 Optimización de la operación

Medidas de eficiencia energética, optimización de iluminación, climatización y monitoreo sistemático de consumos.



03 Transición energética

Evaluación de alternativas para incorporar gradualmente energía proveniente de fuentes renovables y tecnologías de menor impacto.



04 Cultura y gestión

Capacitación y sensibilización de los colaboradores, desarrollo del programa “Embajadores de Energía” e integración del seguimiento al Sistema de Gestión Ambiental.

La electricidad es el principal foco de nuestro plan de reducción de emisiones

Por eso, nuestro programa concentra sus primeras acciones en mejorar la eficiencia del consumo eléctrico, monitorear el desempeño e identificar oportunidades de incorporación de fuentes renovables.

Índice GRI



Índice de contenidos GRI

Declaración de uso

Centro Motor S.A. ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de julio de 2025 y el 30 de junio de 2026, utilizando como referencia los Estándares GRI.

GRI 1 usado

GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
CONTENIDOS BÁSICOS		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles organizacionales	Pag. 4; 5 Centro Motor es una Sociedad Anónima que opera en la Provincia de Córdoba, Argentina. Inició sus actividades en el año 1993, como representante oficial de TOYOTA y hoy tiene tres concesionarios en Córdoba, ubicados en Av. Colón 5077, Av. Monseñor Pablo Cabrera 4611 y Av. Sagrada Familia 258, de la ciudad de Córdoba, Argentina.
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	De acuerdo con la información que surge de los Estados Contables de la Sociedad, la información contenida en el Reporte de Sostenibilidad considera los datos de todas las operaciones de Centro Motor S.A.
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	El período objeto del informe coincide con el de nuestros informes financieros y balance económico. El punto de contacto es Ricardo Atilio Bravo, Gerente de RRHH y Sustentabilidad. Mail: rbravo@centromotorsa.com.ar Presentamos este reporte en septiembre de 2026.
	2-4 Actualización de la información	La información se ha actualizado según los protocolos técnicos de los Estándares Universales de GRI. Además, se han ajustado los factores de emisión de energía a los utilizados por TASA en los últimos años.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
CONTENIDOS BÁSICOS		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-5 Verificación externa	Este reporte no cuenta con verificación externa.
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Pág. 6 a 15; 31; 35 a 37
	2-7 Empleados	Pág. 47
	2-8 Trabajadores que no son empleados	51 trabajadores no empleados trabajan prestando servicios de limpieza, seguridad y vigilancia. A esa cantidad se suma una persona más, que se desarrolla como pasante, realizando su práctica profesional.
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	Pág. 25
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	El Presidente y VicePresidente son los socios fundadores de la S.A.
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	Pág. 25
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Pág. 21; 25
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Pág. 21
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Pág. 21 Aprueba el reporte, la estrategia de sustentabilidad y la inversión social.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
CONTENIDOS BÁSICOS		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-15 Conflictos de interés	Pág. 26 a 27
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	Pág. 26 a 27
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Todos los gerentes participan continuamente de las capacitaciones brindadas por Toyota Argentina, incluyendo el Gerente de RRHH&Sustentabilidad.
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	El desempeño del máximo órgano de gobierno se evalúa en función de los resultados económicos de la gestión.
	2-19 Políticas de remuneración	Aún no se cuenta con una política de remuneración para los directivos.
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	El proceso para determinar la remuneración sigue la tendencia del mercado.
	2-21 Ratio de compensación total anual	Información no disponible.
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Pág. 2
	2-23 Compromisos y políticas	Pág. 4 a 5; 17; 22; 26 a 27; 63 a 66
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	Pág. 22; 26 a 27; 63 a 66

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
CONTENIDOS BÁSICOS		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	Pág. 28
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Pág. 28; 44 a 45
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	Pág. 29
	2-28 Afiliación a asociaciones	Pág. 61
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág. 22; 35 a 43; 54 a 55
	2-30 Convenios de negociación colectiva	Pág. 55
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	Pág. 18 a 21
	3-2 Lista de temas materiales	Pág. 18 a 21; 63 a 66
ESTÁNDARES TEMÁTICOS		
ECONÓMICOS		
GRI 201: Desempeño económico 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 33

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
ESTÁNDARES TEMÁTICOS		
ECONÓMICOS		
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Pág. 33 Se presentan porcentajes por restricciones de confidencialidad. Centro Motor S.A. no es una sociedad de capital abierto.
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Estamos en la búsqueda de adecuación tecnológica para reducir nuestro impacto ambiental. Contamos con vehículos híbridos, electrificados e híbridos enchufables. Además, promovemos diferentes alternativas de movilidad con Kinto.
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Pág. 54 a 55 Centro Motor cumple con la legislación laboral y de seguridad social. También otorga beneficios a sus colaboradores que exceden lo estipulado por la ley.
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	No hubo asistencia financiera por parte del gobierno.
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	Los salarios convenidos se encuentran por encima del SMVM. En junio de 2026, esta diferencia fue del 278% a favor de nuestros empleados, siendo el SMVM de dicho mes: \$367.800.
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	Pág. 47
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	Pág. 56 a 61
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	Pág. 56 a 61

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
ESTÁNDARES TEMÁTICOS		
ECONÓMICOS		
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 31; 32
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	Pág. 32
GRI 205: Anticorrupción 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 26 a 27; 29 a 30
	205-1 Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	Pág. 26 a 27; 31
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 26 a 27
	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	No hemos tenido.
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	No hemos tenido.
ESTÁNDARES TEMÁTICOS		
AMBIENTALES		
GRI 301: Materiales 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 63 a 66; 67

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
ESTÁNDARES TEMÁTICOS		
AMBIENTALES		
GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	Pág. 67
	301-3 Productos y materiales de envasado recuperados	Pág. 67
	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 63 a 66; 74 a 76
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	Pág. 74 a 76
	302-3 Intensidad energética	Pág. 74 a 76
	302-4 Reducción del consumo energético	Pág. 74 a 76
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Pág. 74 a 76
	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 63 a 66; 72 a 73
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	Pág. 72 a 73

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
ESTÁNDARES TEMÁTICOS		
AMBIENTALES		
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-2 Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua	Pág. 72 a 73
	303-3 Extracción de agua	Pág. 72 a 73
	303-4 Vertido de agua	Pág. 72 a 73
	303-5 Consumo de agua	Pág. 72 a 73
GRI 305: Emisiones 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 63 a 66; 77 a 79
	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Pág. 77 a 79
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Pág. 77 a 79
	305-4 Intensidad de las emisiones	Pág. 77 a 79
GRI 306: Residuos 2020	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 63 a 66; 68 a 71
	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 68 a 71

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
ESTÁNDARES TEMÁTICOS		
AMBIENTALES		
GRI 306: Residuos 2020	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 68 a 71
	306-3 Residuos generados	Pág. 68 a 71
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	Pág. 68 a 71
	306-5 Residuos destinados a eliminación	Pág. 68 a 71
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	Pág. 31; 32
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 31 Ver información sobre proveedores de lavadero y pintura que son los que generan los mayores impactos.
SOCIALES		
PRÁCTICAS LABORALES		
GRI 401: Empleo 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 46 a 47; 49
	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Pág. 49 Tuvimos una rotación de 26 personas (22 hombres y 4 mujeres) durante el período.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
SOCIALES		
PRÁCTICAS LABORALES		
GRI 401: Empleo 2016	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Pág. 54 a 55
	401-3 Permiso parental	Las licencias por paternidad y maternidad se cumplen conforme a la legislación laboral vigente.
GRI 402: Relaciones trabajador -empresa 2016	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Se cumple lo establecido en los convenios colectivos a los que se encuentran adheridos los empleados.
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 46 a 51
	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 51 a 53
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Pág. 51 a 53 Los principales riesgos laborales que aborda el sistema son: - Posturas forzadas durante las tareas de taller - Electrocución - Salpicadura de productos químicos y peligrosos - Incendios y explosiones - Resbalones tropiezos y caídas - Atrapamiento/Aplastamiento - Cortes o golpes por el uso de herramientas manuales - Atropellamiento - Quemaduras Una vez evaluados se identifican cómo: Aceptable, Moderado, Sustancias, Intolerable.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
SOCIALES		
PRÁCTICAS LABORALES		
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-3 Servicios de salud en el trabajo	Pág. 51 a 53
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 51 a 53
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 51 a 53
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	Pág. 51 a 53
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	Pág. 51 a 53
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 51 a 53
	403-9 Lesiones por accidente laboral	Pág. 54
	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	Pág. 54

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
SOCIALES		
PRÁCTICAS LABORALES		
GRI 404: Formación y educación 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 46; 49 a 50
	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	Pág. 50
	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pág. 26 a 27; 50
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Pág. 49
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 46; 48
	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Pág. 48
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	Pág. 48 La remuneración se establece de acuerdo con las categorías y responsabilidades correspondientes a cada posición.
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No hemos tenido

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
SOCIALES		
PRÁCTICAS LABORALES		
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	Pág. 55
COMUNIDAD		
GRI 413: Comunidades locales 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	Pág. 56
	413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	Pág. 56 a 61
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	Pág. 31; 32
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 31
Inversión social seguridad vial (indicador propio)	Proyectos realizados	Pág. 56 a 59
	Resultados obtenidos	Pág. 56 a 61
Educación y concientización (indicador propio)	Sensibilización socioambiental	Pág. 59 a 61

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN o RESPUESTA
SOCIALES		
RESPONSABILIDAD PRODUCTOS		
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	Pág. 44 a 45
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Pág. 29 No hemos tenido reclamaciones de este tipo.
Experiencia del cliente (indicador propio)	SSI (Índice de Satisfacción de Clientes de Ventas) y NPS	Pág. 44 a 45
	CSI (Índice de Satisfacción de Clientes Servicio de Posventa).	Pág. 44 a 45
	FIR (Índice de Satisfacción de Clientes de Reparaciones Posventa).	Pág. 44 a 45

Reference Claim

Centro Motor S.A. ha presentado la información utilizando los Estándares GRI como referencia. Los contenidos de este Reporte fueron trabajados en conjunto con todos los Concesionarios Toyota de Argentina, definiendo como temas prioritarios los siguientes:

- GRI2: Contenidos Generales 2021.
- GRI3: Temas materiales 2021.
- GRI 201: Desempeño económico 2016.
- GRI 205: Anticorrupción 2016.
- GRI 302: Energía 2016.
- GRI 303: Agua y Efluentes 2018.
- GRI 305: Emisiones 2016.
- GRI 306: Residuos 2020.
- GRI 401: Empleo 2016.
- GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018.
- GRI 404: Formación y enseñanza 2016.
- GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016.
- GRI 413: Comunidades locales 2016.

Punto de contacto

Ricardo Bravo – Gerente de RRHH y RS&S

rbravo@centromotorsa.com.ar

Fecha de publicación: septiembre de 2026

Créditos

Darío José Ramonda - PRESIDENTE

Darío Onofre Ramonda - VICEPRESIDENTE

Ricardo Atilio Bravo - GERENTE DE RRHH Y RS&S

Diego Loyber - GERENTE DE POSVENTA

Claudio Correa - GERENTE GENERAL (Monseñor Pablo Cabrera)

Cecilia Traverso - GERENTE DE MARKETING

Agustín Guercovic - GERENTE DE PLANEAMIENTO Y VENTAS

Guillermo Guerra - GERENTE DE EQUIPOS INDUSTRIALES

Juan Manuel Ramonda - RESPONSABLE DE GR GARAGE

Alejandra García - RESPONSABLE DE ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL

Francisco Martos Disciullo - ADMINISTRATIVO DE PERSONAL

Cándida Criado - ADMINISTRATIVA DE DESARROLLO DE RR.HH.

Patricia Zalazar - ADMINISTRATIVA DE DESARROLLO DE RR.HH.

Melanie Lepre - RESPONSABLE DE GESTIÓN AMBIENTAL

Agostina María León - GESTIÓN DE RECLAMOS

Facilitadores externos

AR Sustentable

www.arsustentable.com



CENTRO MOTOR

(0351) 485 8400 al 04

Av. Colón 5077

(0351) 485 8450 al 54

Av. Monseñor Pablo Cabrera 4611

(0351) 485 8410

Av. Sagrada Familia 258

(Posventa)