REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2025

ALEM MOTORS

ÍNDICE

Carta del Presidente de alem motors 3

1 NUESTRA ORGANIZACIÓN 5

1.1 NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS 6

1.2 NUESTRA GESTIÓN DEL NEGOCIO 7

1.3 Estructura de gobernanza 9

1.4 GESTIÓN SUSTENTABLE 10

1.5 Lista de grupos de interés 11

1.6 DESEMPEÑO ECONÓMICO 12

2 NUESTRO DESEMPEÑO AMBIENTAL 17

2.1 Cumplimiento Ambiental 18

2.2 Indicadores de Desempeño 19

2.3 GESTIÓN DE RESIDUOS 2025 21

2.4 GESTIÓN DE AGUA Y EFLUENTES 24

2.5 GESTIÓN DE ENERGÍA 26

3 NUESTRO DESEMPEÑO SOCIAL 33

3.1 GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO 33

3.2 Formación y enseñanza 35

3.3 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 36

3.4 Comunidades locales 39

3.5 SERVICIO AL CLIENTE 40

3.6 Comunicación responsable y transparente 42

3.7 Accesibilidad, cercanía y vínculo con la comunidad 43

3.8 Aporte a la sostenibilidad económica del negocio 44

4 SOBRE ESTE REPORTE 1

4.1 Índice DE CONTENIDOS GRI 2

CARTA DEL PRESIDENTE DE ALEM MOTORS

Contenidos GRI 102-14



Este reporte ha sido desarrollado en conformidad con los Estándares GRI y alineado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Es un honor para mí presentarles nuestro cuarto Reporte de Sustentabilidad, en el que reflejamos nuestra gestión social, económica y ambiental, al cierre del ejercicio 2025.

En Alem Motors entendemos que crecer como organización implica asumir el compromiso de generar valor para nuestra comunidad, cuidar el ambiente y trabajar por un desarrollo sostenible.

En este camino, quiero expresar nuestro agradecimiento a **Toyota Argentina**, por su acompañamiento y por brindarnos, a través del Programa de Responsabilidad Social Empresarial para Concesionarios, herramientas y espacios que nos impulsan a fortalecer nuestra gestión y avanzar en nuevos desafíos.

Asimismo, quiero reconocer especialmente a nuestros colaboradores, proveedores y demás grupos de interés, cuyo compromiso y participación hacen posible llevar adelante iniciativas que generan impactos positivos en las dimensiones ambiental, social y económica de nuestra organización. Cada aporte forma parte de un esfuerzo colectivo orientado a mejorar continuamente y a contribuir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

A lo largo de nuestra trayectoria, Alem Motors ha consolidado su presencia en el sur de la provincia de Córdoba, desarrollando una estructura comercial y de servicios que responde a las necesidades de nuestros clientes. Desde nuestras instalaciones de **Villa María y Las Higueras (Río Cuarto)** brindamos servicios de posventa con técnicos capacitados y certificados por Toyota Argentina S.A., comercializamos repuestos y accesorios genuinos, y ofrecemos soluciones integrales de movilidad a través de la venta de vehículos 0 km y usados, planes de ahorro y alquiler de unidades. En cada una de estas actividades trabajamos para mantener los estándares de calidad, seguridad y responsabilidad que caracterizan a la marca Toyota.

Mirando hacia el futuro, renovamos nuestro compromiso con el **Desafío Ambiental 2050 de Toyota**, trabajando para optimizar el uso de energía y agua, reducir las emisiones de CO_2 y promover una gestión responsable de los recursos. Continuamos impulsando prácticas sostenibles que contribuyan a una operación más eficiente y responsable.

Este reporte representa una oportunidad para compartir nuestro recorrido, reconocer los avances alcanzados y reafirmar los compromisos que guían nuestro camino. Porque la sustentabilidad no es una meta aislada, sino una construcción permanente que requiere responsabilidad, participación y visión compartida.

Ing. Juan Alberto Simonetta.
Presidente

NUESTRA ORGANIZACIÓN

ALEM MOTORS

1 NUESTRA ORGANIZACIÓN

Contenidos GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6

Somos una compañía que integra la Red de Concesionarios Toyota en la República Argentina.

Ofrecemos a nuestros clientes soluciones de movilidad, brindándoles asesoramiento de ventas de vehículos 0km, usados y por plan de Ahorro; y alquileres personalizados de unidades. Todo ello poniendo a disposición la más alta tecnología y la experiencia de nuestros técnicos capacitados y especializados para la reparación de sus vehículos.

Además, comercializamos repuestos y accesorios originales de la marca, basándonos en los estándares de calidad y ambientales de la marca representada como así también en las normas internacionales.

Alem Sur S.A. concesionario oficial Toyota,

una compañía con más de 30 años de experiencia en la zona sur de la provincia de Córdoba.

Nuestra razón social es “Alem Sur S.A.”, operamos en el sector automotor de Argentina a través de una casa central ubicada en Av. N. Alem 256, ciudad de Villa María, e inaugurada en 1992; y una sucursal que se encuentra Ruta 158 km 1 Las Higueras (Departamento Río Cuarto), ambas en la Provincia de Córdoba Argentina.

Somos una empresa familiar de capitales 100% nacionales



1.1 NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

VEHÍCULOS
Comercialización de automóviles de alta gama de la marca Toyota.

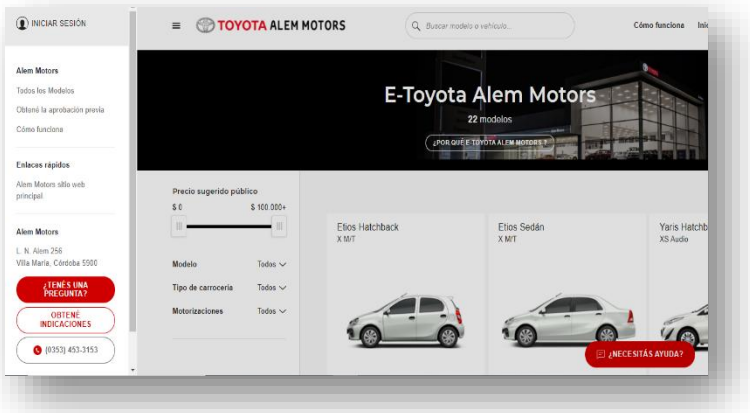
REPUESTOS Y ACCESORIOS
Únicos por su calidad y durabilidad, permiten hacer los vehículos tan únicos como cada cliente.

SERVICIO POSVENTA
Nos comprometemos a brindar servicios posventa con técnicos especializados y capacitados con los estándares de calidad Toyota.

PLAN DE AHORRO
ofrecemos la posibilidad de acceder a la compra de vehículos de nuestra marca, a través del sistema de ahorro previo.

Con el fin de ofrecer valor a nuestros clientes, también ofrecemos:

E- Toyota Alem motors: a través de la web, nuestros clientes tienen la posibilidad de buscar el modelo y la versión del Okm que desean y obtener en el acto, el mejor precio online de Alem Motors.



Como parte del proceso de cotización, nuestros clientes deben indicar si cuentan con un usado para entregar y/o si desean obtener financiación.

Para finalizar la operación, los datos son enviados a un Asesor Comercial quien luego contactará al cliente para atenderlo en forma personalizada y avanzar en la reserva de la unidad.



Servicio Técnico Móvil: desde diciembre 2019 contamos con un servicio técnico express que recorre distintas ciudades de la región de la Provincia de Córdoba, lo que facilita el acceso a nuestro servicio de post venta y asegura que siempre estemos cerca de nuestros clientes.

1.2 NUESTRA GESTIÓN DEL NEGOCIO

Contenidos GRI 102-16

Nuestra historia comenzó en 1992 como un emprendimiento familiar en Villa María, a manos del Ing. Juan Simonetta, hoy presidente de Alem Motors. En ese entonces fuimos uno de los primeros concesionarios en la zona, y progresivamente fuimos ganando experiencia, creciendo y posicionándonos en la región y en el segmento.

Hoy contamos con otro concesionario independiente en la ciudad de Rio Cuarto, y en Villa Maria se realizó una fuerte inversión para ampliar nuestras instalaciones de venta de Okm, el servicio de posventa, y para poder ofrecer a nuestros clientes la mejor prestación con alta calidad, siguiendo la filosofia Toyota.

Nuestra Misión

Desarrollar negocios comerciales, relacionados con la venta y servicios de post venta de automoviles y pick ups de la marca Toyota, brindando un servicio de excelencia, que satisfaga las necesidades y expectativas de nuestros clientes, basándonos en el profesionalismo y la pasion de nuestra gente, como base de permanencia y progreso en el mercado.

Nuestra Visión

Ser reconocidos como el concesionario N°1 en atención al cliente.

Nuestros Valores

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
Atender con cortesía y demostración de respeto.
Desarrollar un compromiso activo con el cuidado del medio ambiente.

Con el fin de obtener avales que fortalezcan y validen nuestra gestión, hemos obtenido las siguientes certificaciones:

- **Estilo Comercial Toyota (E.C.T.):** El *Estilo de Movilidad TOYOTA – Best in Town* es un programa integral impulsado por Toyota Argentina que orienta la gestión de los concesionarios hacia la excelencia en la atención, la eficiencia operativa y la sustentabilidad del negocio. Su objetivo es transformar los procesos tradicionales de ventas y posventa en un modelo de *soluciones de movilidad* que integre todas las unidades de negocio —venta de vehículos, servicio posventa, movilidad compartida (Kinto), Club Toyota, planes de financiación, y vehículos usados— en una experiencia única para el cliente. Este enfoque combina la interacción física y digital, promueve el uso eficiente de recursos, fomenta la colaboración entre áreas y se apoya en herramientas como el CRM para personalizar la atención. Basado en los principios *Kaizen* y *Best in Town*, busca generar relaciones duraderas con los clientes y contribuir a un crecimiento sustentable en lo económico, social y ambiental.
- **T.S.M. Kodawari:** en Alem Motors certificamos el programa mas exigente del Servicio Posventa. Este certificado expresa que se da cumplimiento con los estándares mundiales de servicio posventa Toyota.
- **ISO 14001 – Sistema de Gestión Ambiental:** contamos con la certificación del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001. Esto implica que nuestro concesionario debe cumplir con la correcta utilización de los recursos, proceso de residuos y desechos generados, así como también con toda la normativa y aspectos legales relacionados. A su vez, en Alem Motors nos comprometemos con los lineamientos y filosofía de Toyota con respecto al cuidado y contaminación de nuestro ambiente bajo nuestra política ambiental.



Política de Calidad

Nuestra Política de Calidad dispone que los principios de la cultura Toyota Way, guían a nuestra organización, a la forma de gestionar los negocios y el accionar cotidiano.

Basando la calidad como estrategia competitiva, en Alem Motors consideramos tres pilares fundamentales: producto, servicio y procesos.

- **Desafío:** formamos una visión a largo plazo y afrontamos los desafíos con coraje y creatividad para cumplir nuestros sueños.
- **Kaizen:** mejoramos continuamente nuestras operaciones de negocios siempre impulsando la innovación y evolución.

- **Genchi Gentutsu:** dirigirse a la fuente para encontrar los hechos que lleven a tomar decisiones correctas, crear consenso y alcanzar los objetivos de la forma más rápida posible.
- **Respeto**: respetamos a otros ponemos todo nuestro empeño en comprendernos asumir responsabilidades y hacer todo lo posible para generar confianza mutua.
- **Trabajo en Equipo**: estimulamos el crecimiento profesional y personal, compartimos las oportunidades de desarrollo y maximizamos el desempeño individual y del equipo.

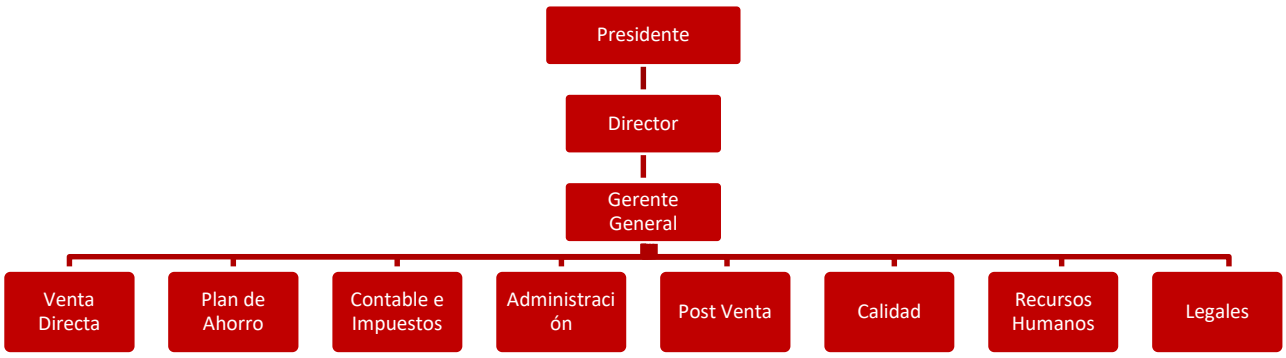
1.3 ESTRUCTURA DE GOBERNANZA

Contenidos GRI 102-18, 103-3, 205-2, 405-1

Hace más de 30 años que iniciamos un proceso de desarrollo de los principios de gobierno corporativo a partir del diseño de un protocolo familiar y de los principios, misión, visión y valores que hoy guían nuestras actividades. Definimos nuestros grupos de interés y redactamos un código de ética que actualizamos anualmente y que guían los comportamientos de estos grupos.

El Directorio legal de nuestra organización está compuesto por el ingeniero Juan Alberto Simonetta (Presidente) y Estela Albert de Simonetta. Es decir, 50% propiedad de una mujer y 50% de un hombre. En cuanto a la dirección ejecutiva del negocio, ésta recae en Juan A. Simonetta con el cargo de presidente de nuestra organización, Guillermo Simonetta como Director. Actualmente, todos los temas referentes a sustentabilidad están bajo la órbita de Fabiana Espinosa, nuestra Responsable de Recursos Humanos del concesionario.

El siguiente organigrama representa gráficamente la estructura departamental, funcional y jerárquica que apuntala la gestión cotidiana del negocio:



Nuestro Código de Conducta y Ética detalla los principios y los valores con los que llevamos adelante nuestra actividad empresarial. Todos nuestros directores, empleados, proveedores adhieren a este Código que se basa en tres ejes:

- Aportar una guía fundamental para que los empleados desarrollen sus tareas con ética profesional y maxima transperencia .
- Evitar conductas entre los empleados y/o conflictos de intereses que son ajenos a sus actividad y que pudieran perjudicarla.
- Salvaguardar y proteger la información reservada y o confidencial.

El 100% de nuestro personal comercial fue capacitado, y trabajó sobre estos tres ejes fundamentales.

1.4 GESTIÓN SUSTENTABLE

Desde Alem Motors buscamos aggiornar nuestra forma de gestionar el negocio de forma tal que acompañe activamente la Estrategia de Sustentabilidad de Toyota e incorpore buenas prácticas



con el fin de impactar positivamente en la sociedad y cuidar del medioambiente. A su vez, buscamos estar en sintonía con la Agenda 2030 y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, especialmente los ODS 6, 7 y 8, identificados como los más relevantes para nuestras operaciones.

En línea con los desafíos de Toyota S.A. “Desafío Ambiental 2050”, estamos comprometidos a ofrecer servicios de movilidad, buscando optimizar progresivamente el uso de nuestros recursos, disminuyendo el consumo de energías y las emisiones de CO2 a través de los planes de acción de mejoras.

En 2020 participamos del Programa de Desarrollo de RSE para Concesionarios “Gestión y Comunicación de Mejores Prácticas de Sustentabilidad” a través del cual pudimos medir nuestra gestión en materia de desarrollo sustentable (herramienta de autodiagnóstico). A su vez, la persona referente en temas de sustentabilidad fue capacitada sobre temas tales como

Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible, Objetivos de Desarrollo Sostenible, Gobernanza y Transparencia, Empresas B, Impacto Ambiental, Voluntariado Corporativo, entre otros.

1.5 LISTA DE GRUPOS DE INTERÉS

Contenidos GRI 102-40

A continuación exponemos nuestros principales grupos de interés con quienes nos vinculamos y articulamos.

	**Colaboradores**: Personal de planta permanente que brinda servicios a la compañía.
	**Proveedores**: Persona Física o jurídica que brindan un servicio o producto a la compañía.
	**Clientes:** Personas físicas o jurídicas que utilizan nuestros servicios.
	**Toyota Argentina**: Socio estratégico que proporciona la franquicia para operar como Concesionario oficial.
	**Comunidad**: Grupo de interés que se ve involucrado en nuestras acciones.
	**Actra:** Asociación de Concesionarios de la República Argentina
	**Entes Reguladores**: Nacionales, provinciales y municipales, controlan las operaciones de nuestra organización.
	**Smata:** Sindicato de Mecánicos y Afines de Transporte Automotor.

1.6 DESEMPEÑO ECONÓMICO

Contenidos GRI 102-7, 103-3, 201-1

En **Alem Motors**, continuamos desarrollando una actividad de crecimiento sustentable y sostenido, fortaleciendo nuestra cadena de valor y nuestro posicionamiento en la comunidad.

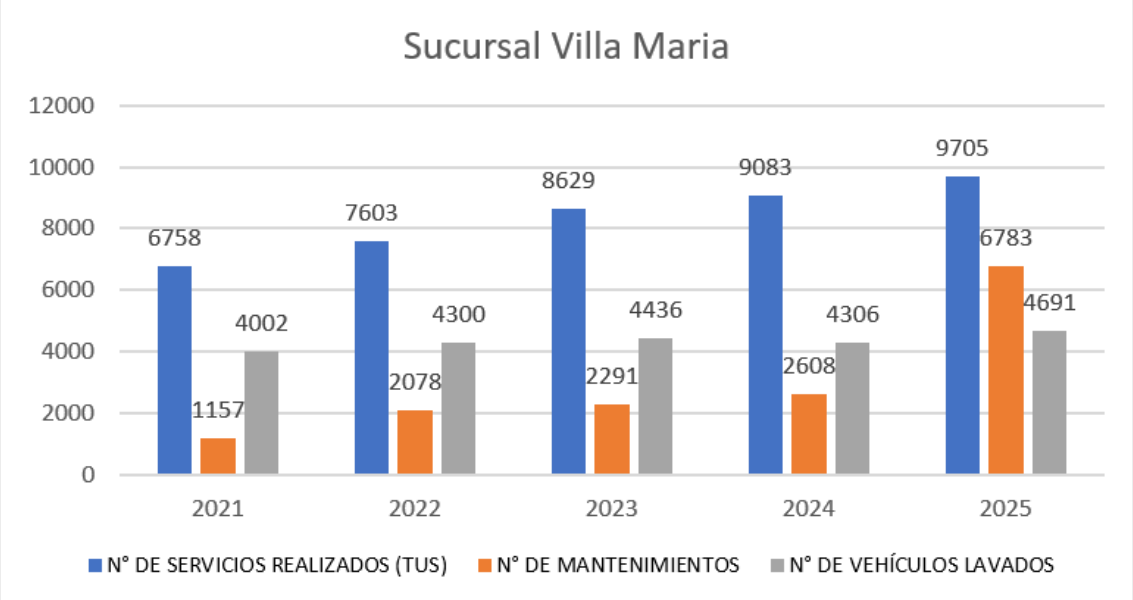
Servicios realizados en Posventa

Sucursal de Villa María:

Servicios Realizados (TUS): En 2025 se realizaron 9.705 servicios, lo que representa un crecimiento del 6,8% respecto al año anterior (9.083 en 2024). Este incremento mantiene la tendencia ascendente observada en los últimos años, consolidando el crecimiento del área y evidenciando una mayor confianza de los clientes en los servicios de posventa.

Mantenimientos: Se efectuaron 6.783 mantenimientos, lo que representa un aumento del 160% respecto al 2024 (2.608). Este importante crecimiento refleja una evolución positiva de la actividad y un fortalecimiento del vínculo con los clientes que realizan sus servicios periódicos en el concesionario.

Vehículos Lavados: Se registraron 4.691 lavados, lo que representa un aumento del 8,9% respecto al año anterior (4.306). Este crecimiento evidencia una evolución favorable del servicio, continuando como un valor agregado importante dentro de la experiencia posventa.

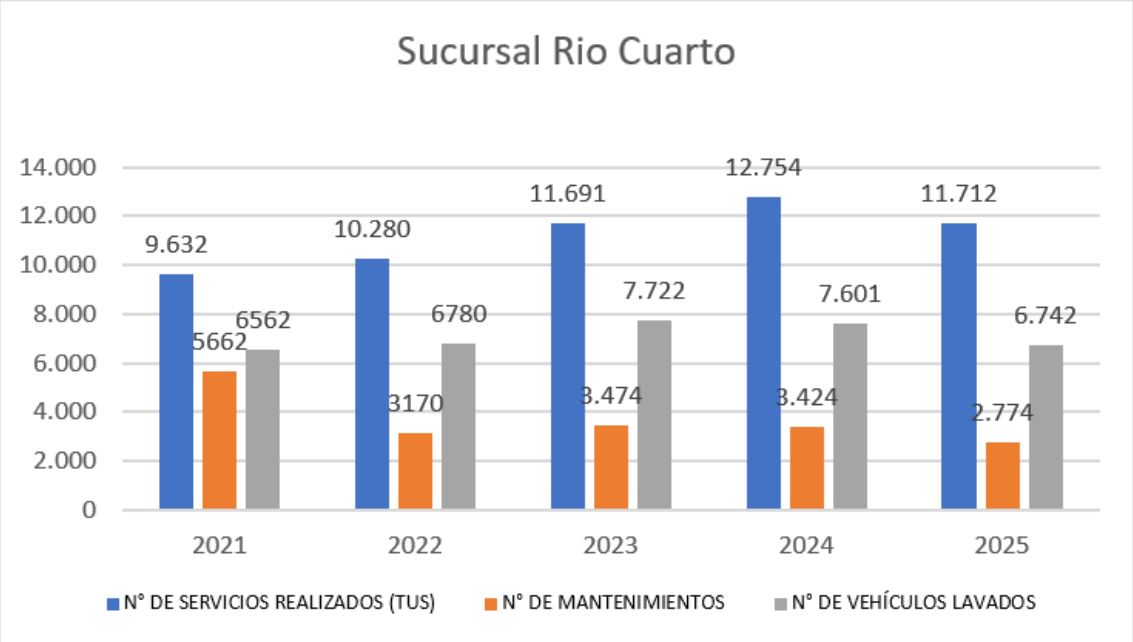


Sucursal de Rio Cuarto

Servicios Realizados (TUS): En 2025 se alcanzaron 11.712 servicios, lo que implica una disminución del 8,2% respecto a 2024 (12.754). A pesar de esta baja, la sucursal mantiene un volumen significativo de operaciones dentro del grupo, reafirmando su relevancia en la prestación de servicios de posventa.

Mantenimientos: Se realizaron 2.774 mantenimientos, mostrando una disminución del 19% respecto al año anterior (3.424). Esta variación refleja una reducción en la actividad del rubro, representando una oportunidad para fortalecer las estrategias de fidelización y captación de clientes.

Vehículos Lavados: Se efectuaron 6.742 lavados, con una variación negativa del 11,3% respecto a 2024 (7.601). Si bien se observa una disminución en el volumen, el servicio continúa formando parte de las prestaciones habituales de la sucursal.



Conclusiones Principales:

Crecimiento sostenido en los servicios totales (TUS): Durante 2025, la sucursal de Río Cuarto registró una disminución del 8,2% en la cantidad de servicios realizados respecto al año anterior, reflejando una menor actividad en el área de posventa.

Mantenimientos: Río Cuarto presentó una reducción del 19% en los mantenimientos realizados, evidenciando una contracción en este segmento de actividad.

Lavados: El servicio de lavado registró una disminución del 11,3% en Río Cuarto, acompañando la tendencia general de reducción en el volumen de prestaciones.

Desempeño general: El área de Posventa de Alem Motors continúa desempeñando un rol clave en la atención de clientes Toyota. Los resultados de 2025 reflejan una disminución en los volúmenes de actividad, planteando nuevos desafíos para fortalecer la fidelización, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

Valor Económico Generado y Distribuido 2024

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO	Grupo de Interés	2025	2024	2023	2022	2021
VALOR ECONÓMICO GENERADO						
Ingresos / Ventas Netas	Clientes	96%	88%	91%	96%	98%
Otros Ingresos		4%	12%	9%	4%	2%
TOTAL VALOR ECONÓMICO GENERADO		**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO						
Costos Operacionales	Proveedores	-83%	-72%	-81%	-82%	82%
Sueldos y Prestaciones de los Empleados	Colaboradores	-4%	-3%	-3%	-3%	3%
Pagos a los Proveedores de Capital	Proveedores de crédito	0%	0%	0%	0%	0%
Pagos al Gobierno	Gobierno	-3%	-4%	-5%	-5%	6%
Inversiones en Comunidades	Comunidad	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO		**-90%**	**-79%**	**-89%**	**-90%**	**91%**
TOTAL VALOR ECONÓMICO RETENIDO		**10%**	**21%**	**11%**	**10%**	**9%**

Análisis del Valor Económico Directo Generado y Distribuido

Valor Económico Generado

En 2025, el **96% del valor económico generado provino de los ingresos por ventas netas**, consolidando a los clientes como el principal grupo de interés y fuente de ingresos de Alem Motors.

Los otros ingresos representaron el 4%, mostrando una disminución respecto al 12% registrado en 2024. Esto refleja una mayor participación relativa de las ventas netas en la generación de valor económico de la empresa.

Esta composición evidencia la importancia de la actividad comercial principal dentro del modelo de negocio y el rol fundamental de los clientes en la generación de valor.

Valor Económico Distribuido

Costos operacionales: representaron el **83% del valor económico generado**, frente al 72% registrado en 2024. Este incremento refleja una mayor participación de los costos asociados al funcionamiento de las operaciones, incluyendo las actividades comerciales y de posventa.

Sueldos y prestaciones: representaron el 4%, frente al 3% del año anterior, reflejando la participación de la inversión en capital humano dentro de la distribución del valor económico.

Pagos al gobierno: representaron el 3%, mostrando una disminución respecto al 4% registrado en 2024, manteniendo el cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes.

No se registraron pagos a proveedores de capital ni inversiones directas en comunidades durante el período, manteniéndose ambos indicadores en 0%.

Valor Económico Retenido

El valor económico retenido representó el **10% del valor económico generado**, frente al 21% registrado en 2024.

Esta variación refleja una mayor proporción del valor económico destinada a la distribución durante el ejercicio, principalmente a través de los costos operacionales y las remuneraciones al personal.

El seguimiento de este indicador permite evaluar la evolución de los recursos retenidos por la organización y su capacidad para sostener sus operaciones y planificar futuras inversiones.

Conclusión

Durante el ejercicio 2025, Alem Motors mantuvo una estructura de generación de valor económico fuertemente concentrada en los ingresos por ventas netas, que representaron el 96% del total generado.

En cuanto a su distribución, se observó un incremento en la participación de los costos operacionales y de los sueldos y prestaciones, acompañado por una disminución del valor económico retenido respecto al año anterior.

Estos resultados permiten identificar la importancia de continuar fortaleciendo la gestión de costos y la planificación financiera, manteniendo el equilibrio entre el desarrollo de las operaciones, la inversión en capital humano y la generación de valor para los distintos grupos de interés.

La empresa mantiene su compromiso con una gestión económica responsable y transparente, orientada a la creación de valor para sus grupos de interés —clientes, colaboradores, proveedores y gobierno—, promoviendo un crecimiento sustentable y coherente con los principios de la marca Toyota.

NUESTRO DESEMPEÑO AMBIENTAL

ALEM MOTORS

2 NUESTRO DESEMPEÑO AMBIENTAL

Contenidos GRI 103-3

En nuestro compromiso por minimizar los impactos ambientales derivados de nuestras operaciones, implementamos y buscamos mejorar continuamente nuestro **Sistema de Gestión Ambiental (SGA)**, alineado con los estándares de la Norma ISO 14001:2015.

Para lograrlo, llevamos adelante un plan estructurado basado en los siguientes ejes de acción:

- Cumplimos con la normativa ambiental vigente en todos los niveles (nacional, provincial y municipal), así como con cualquier acuerdo voluntario con partes interesadas, enfocado en la preservación del medio ambiente.
- Promovemos la concientización y capacitación de nuestro equipo y de quienes trabajan en nombre de la organización, con el fin de reducir los impactos ambientales generados por nuestras actividades diarias.
- Extendemos nuestro compromiso a proveedores y contratistas, incentivándolos a mejorar sus prácticas ambientales mediante una comunicación clara de nuestros estándares y objetivos.
- Aplicamos controles operativos en las actividades con potencial impacto ambiental significativo, priorizando el uso eficiente de los recursos naturales y la prevención de la contaminación.
- Aseguramos la implementación y mejora constante del SGA, asignando recursos y estableciendo metas desafiantes que nos permitan avanzar hacia un desempeño ambiental cada vez más eficiente.
- Comunicamos de manera activa nuestro compromiso ambiental a colaboradores, clientes, proveedores y cualquier parte interesada, con el fin de fomentar una cultura de cuidado y respeto por el medio ambiente.
- Trabajamos en línea con los estándares de la marca Toyota, contribuyendo día a día al **Toyota Environmental Challenge 2050**, enfocado en la protección ambiental a largo plazo.

Como concesionario oficial de Toyota, participamos en el **Programa de Riesgo Ambiental DERAP** (Dealer Environmental Risk Audit Program). En 2021 logramos cumplir el **100% de los indicadores establecidos**, demostrando un firme compromiso con la gestión de riesgos ambientales.

Uno de nuestros desafíos ambientales más importantes es la implementación progresiva del programa **Eco Dealer**, diseñado por Toyota para reforzar la conciencia y responsabilidad ambiental en toda su red global. En 2021, trabajamos en el cumplimiento del **nivel "Eco Dealer Blue"**, alcanzando un **80% de las metas planteadas**.

Con vistas a 2027, nuestro propósito es seguir avanzando en la gestión ambiental, con el desafío de alcanzar el **Nivel 2, "Eco Dealer Yellow"**. Este nivel contempla acciones específicas, como:

- Reducción del **1% semestral** en los indicadores ambientales (KPIs).
- Optimización del sistema lumínico, logrando el **100% de iluminación LED** y su ubicación estratégica para maximizar la eficiencia.
- Incorporación de **electrodomésticos eficientes** (clasificación energética A) en todas las áreas.
- Uso de **líquidos biodegradables** para la limpieza de autopartes.
- Implementación de sistemas para la **reutilización de agua** y el aprovechamiento de **energía solar térmica o fotovoltaica**.

De este modo, reafirmamos nuestro compromiso con una gestión responsable del medio ambiente y con la mejora continua de nuestros procesos para contribuir a un futuro más sostenible.

2.1 CUMPLIMIENTO AMBIENTAL

Contenidos GRI 307-1

Nos esforzamos por asegurar que todas nuestras actividades cumplan estrictamente con la normativa ambiental vigente, la cual regula aspectos como el manejo de residuos peligrosos, uso de agua, tratamiento de efluentes líquidos, control de emisiones, gestión de residuos sólidos urbanos, control de ruidos, entre otros.

Gracias a una gestión ambiental responsable y a un monitoreo constante de nuestros indicadores, no hemos recibido sanciones o multas en esta área. Mantenemos así nuestro cumplimiento con la norma ISO 14001:2015, y seguimos una Política Ambiental que garantiza el respeto a las regulaciones aplicables a nuestras operaciones.

Las principales normativas y regulaciones con las que cumplimos son:

- **Residuos Peligrosos**:
  - Ley Nacional de Residuos Peligrosos N° 24.051
  - Ley N° 8.973 y su Decreto Reglamentario 2.149/03
  - Resolución ACDACT 184/04 – Agencia Córdoba Ambiente
- **Uso de Agua**:
  - Código Provincial de Aguas – Ley N° 5.589 y su modificación Ley N° 8.853 (DIPAS)
  - Resolución DIPAS 233/07
- **Efluentes Líquidos Industriales**:
  - Decreto N° 847/16 de la Dirección Provincial de Aguas y Saneamiento de la Provincia de Córdoba (DIPAS)
- **Residuos Sólidos Urbanos y Asimilables a Urbanos**:
  - Ley N° 9.088 y Resolución ACA 372/01

- **Normativas Municipales**:
  - Habilitación Municipal
  - Ley Nacional N° 19.587 – Decreto 352/79
- **Otras Normativas Ambientales**:
  - Ley General del Ambiente N° 25.675 y Artículo 22 de la Constitución Provincial
  - Ley de Higiene y Seguridad N° 19.587 – Decreto Reglamentario 351/79

2.2 INDICADORES DE DESEMPEÑO

Contenidos GRI 302-1, 302-3, 303-3, 306-3

En Alem Motors contamos con un Sistema de Gestión Ambiental que nos permite **medir, controlar y mejorar** el desempeño ambiental de nuestras dos sedes operativas (Villa María y Río Cuarto). A través de un monitoreo sistemático de consumos y residuos, evaluamos nuestro impacto ambiental y la eficiencia de los recursos utilizados en las actividades de posventa, mantenimiento y lavado de vehículos.

Para asegurar una visión integral, analizamos los indicadores en función del **volumen de trabajo real**, considerando métricas operativas como:

- **Número de Servicios (TUS)**
- **Mantenimientos realizados**
- **Vehículos Lavados**
- **Dotación de personal**

Este enfoque nos permite calcular **indicadores de intensidad** (por ejemplo, kWh/servicio, litros de agua/servicio o kg de residuos/servicio), facilitando una evaluación más precisa del desempeño y promoviendo decisiones basadas en datos.

✓ Consumo de Energía Eléctrica (GRI 302-1 / 302-3)

Durante 2025 registramos el consumo total de energía eléctrica en ambas sedes, alcanzando un total de **427.316 kWh**, frente a los 471.711 kWh registrados en 2024, lo que representa una reducción del **8,6%**.

El consumo se distribuyó de la siguiente manera: **92.943 kWh en Villa María y 334.373 kWh en Las Higueras**. Esta disminución refleja una evolución favorable en la gestión del recurso energético.

El consumo eléctrico se relacionó con la cantidad de servicios realizados, obteniendo indicadores como **kWh/TUS**, que permiten evaluar la eficiencia energética en función de la actividad desarrollada. Durante 2025, Villa María mejoró su indicador de 11 a 10 kWh/TUS, mientras que Las Higueras mantuvo prácticamente estable su intensidad energética, en 29 kWh/TUS.

Este análisis permite identificar oportunidades de mejora y continuar implementando acciones como optimizar el uso de luminarias LED, controlar horarios de funcionamiento y reforzar la capacitación sobre buenas prácticas energéticas.

✓ Consumo de Gas Natural (GRI 302-1)

El seguimiento del consumo de gas natural durante 2025 registró un total de **3.807 m³ en Villa María**, frente a los 4.820 m³ del año anterior, lo que representa una reducción del **21%**.

La relación entre el consumo de gas natural y los servicios realizados también evidenció una mejora en la eficiencia, pasando de 0,53 a **0,39 m³/TUS**, lo que representa una reducción del 26% en la intensidad de consumo.

El monitoreo de este recurso permite identificar variaciones en su utilización, especialmente durante los períodos de bajas temperaturas, y detectar oportunidades para optimizar los procesos de calefacción y el uso de equipamiento.

Cabe destacar que el consumo de gas natural se concentra en Villa María, mientras que Las Higueras no registra utilización de este recurso.

✓ Consumo de Agua en Lavadero (GRI 303-3)

El consumo de agua es uno de los indicadores relevantes para la operación, especialmente en el área de lavado de vehículos. Durante 2025, el consumo total de agua en ambas sucursales alcanzó los **941.030 litros**, frente a los 1.074.106 litros registrados en 2024, lo que representa una reducción del **12,4%**.

El consumo se distribuyó en **362.710 litros en Villa María y 578.320 litros en Las Higueras**. Al relacionar estos valores con la cantidad de servicios realizados, se observa una mejora en la eficiencia hídrica global, pasando de aproximadamente 49 a 44 litros por TUS.

En Villa María, la intensidad de consumo pasó de 35 a 37 litros/TUS, mientras que en Las Higueras se registró una mejora significativa, pasando de 59 a 49 litros/TUS, lo que representa una reducción aproximada del 17%.

Estos resultados reflejan avances en la optimización del uso del agua, particularmente en Las Higueras, y permiten identificar oportunidades para continuar mejorando la eficiencia en ambas sucursales mediante el mantenimiento de máquinas de lavado, revisión de mangueras y control de posibles fugas.

✓ **Productividad Operativa y Relación con Impacto Ambiental**

El análisis cruzado entre el volumen de trabajo y los consumos de recursos permite evaluar el impacto ambiental por unidad de actividad, asegurando un enfoque responsable y transparente.

Durante 2025, Alem Motors registró:

- **21.417 servicios realizados (TUS)** entre ambas sucursales.
- **9.557 mantenimientos**.
- **11.433 vehículos lavados**.

La comparación de estos indicadores con los consumos de electricidad, gas natural y agua permite analizar la evolución de la eficiencia operativa y ambiental de cada sede.

Esta metodología nos ayuda a:

- Identificar oportunidades de reducción de consumo.
- Evaluar la eficiencia de los procesos clave.
- Cumplir con los estándares ambientales de Toyota.
- Elaborar planes de mejora continua basados en datos verificables.

2.3 GESTIÓN DE RESIDUOS 2025

En Alem Motors asumimos el compromiso de gestionar los residuos generados en nuestras operaciones de forma responsable y alineada a la filosofía ambiental de Toyota, basada en la mejora continua y la prevención de la contaminación.

Durante 2025, continuamos fortaleciendo los procesos de segregación, almacenamiento y disposición final de residuos tanto en la sucursal Villa María como en Las Higueras (Río Cuarto), priorizando el cumplimiento de la normativa vigente y la trazabilidad a través de operadores habilitados por la provincia de Córdoba.

Los residuos se clasifican en cinco grandes categorías:

- Residuos Generales: residuos asimilables a urbanos.
- Residuos Especiales Sólidos: filtros, trapos, envases contaminados.
- Residuos Especiales Líquidos: aceites usados, refrigerantes, líquidos de freno.
- Residuos Reciclables: papel, cartón, metales y plásticos recuperables.
- Baterías Usadas: residuos peligrosos con gestión diferenciada.

Datos consolidados 2025

	2021	2022	2023	2024
VILLA MARÍA				
Generales (Kg)	1.305	1.187	1.747	1.903
Especiales- Sólidos (Kg)	1.410	1.700	1.745	1.440
Especiales -Líquidos (l)	18.600	25.500	24.900	24.900
Reciclables (Kg)	5.139	5.123	1.784	1.601
Baterías usadas (Kg)	434	454	1200	450
LAS HIGUERAS				
Generales (Kg)	1.227	2.087	2.435	2.670
Especiales- Sólidos (Kg)	1.220	1.457	700	1.130
Especiales -Líquidos (l)	21.100	21.700	34.100	39.500
Reciclables (Kg)	2.638	5.123	13.598	10.742
Baterías usadas (Kg)	292	545	506	230

	2021	2022	2023	2024	2025
VILLA MARÍA					
Generales (Kg)	1.305	1.187	1.747	1.903	1.800
Especiales- Sólidos (Kg)	1.410	1.700	1.745	1.440	1.650
Especiales -Líquidos (l)	18.600	25.500	24.900	24.900	27.800
Reciclables (Kg)	5.139	5.123	1.784	1.601	2.537
Baterías usadas (Kg)	434	454	1200	450	1160
LAS HIGUERAS					
Generales (Kg)	1.227	2.087	2.435	2.670	3.130
Especiales- Sólidos (Kg)	1.220	1.457	700	1.130	1.100
Especiales -Líquidos (l)	21.100	21.700	34.100	39.500	34.700
Reciclables (Kg)	2.638	5.123	13.598	10.742	5.444
Baterías usadas (Kg)	292	545	506	230	400

Análisis por sucursal

Villa María

En comparación con 2024, la sucursal registró una **disminución del 5% en residuos generales**, pasando de 1.903 kg a 1.800 kg. Los **residuos especiales sólidos** aumentaron un **15%**, alcanzando los 1.650 kg, mientras que los **residuos líquidos** presentaron un incremento del **12%**, llegando a 27.800 litros.

Los **reciclables** mostraron un crecimiento significativo del **58%**, pasando de 1.601 kg a 2.537 kg, lo que refleja una mejora en las prácticas de separación y recuperación de materiales. Por su parte, las **baterías usadas** aumentaron un **158%**, alcanzando los 1.160 kg, luego de la disminución registrada en 2024.

Las Higueras (Río Cuarto)

La sucursal presentó un **incremento del 17% en residuos generales**, pasando de 2.670 kg a 3.130 kg, en línea con el crecimiento de la actividad operativa. Los **residuos especiales sólidos** registraron una **disminución del 3%**, manteniéndose prácticamente estables respecto al año anterior.

Los **residuos líquidos** disminuyeron un **12%**, pasando de 39.500 a 34.700 litros, evidenciando una reducción en la generación de aceites y fluidos. Los **reciclables** registraron una caída del **49%**, pasando de 10.742 kg a 5.444 kg, lo que plantea la necesidad de continuar fortaleciendo las prácticas de separación y recuperación de materiales. Por último, las **baterías usadas** aumentaron un **74%**, alcanzando los 400 kg durante 2025.

Tipo de Residuo	Volumen Total	Variación 2025 vs. 2024	
Generales	4.930 Kg	▲ +8%	
Especiales Sólidos	2.750 Kg	▲ +7%	
Especiales – Líquidos	62.500 Lts	▼ -3%	
Reciclables	7.981 Kg	▼ -35%	
Baterías usadas	1.560 Kg	▲ +129%	

Interpretación y conclusiones

- En ambas sucursales, la generación de **residuos generales** refleja la evolución de la actividad operativa, por lo que resulta importante continuar promoviendo prácticas que permitan reducir su generación y mejorar su disposición.
- La variación en los **residuos especiales sólidos y líquidos** evidencia la necesidad de mantener controles sobre los procesos de manipulación, almacenamiento y disposición de aceites, fluidos y otros residuos propios de la actividad de taller.
- El **incremento en baterías usadas** plantea la importancia de fortalecer el seguimiento de su almacenamiento temporal y asegurar su correcta entrega a operadores autorizados, garantizando una gestión responsable de estos residuos.
- La **disminución en reciclables** representa una oportunidad para reforzar la cultura interna de separación en origen, mejorar los procesos de clasificación y fomentar una mayor recuperación de materiales aprovechables.

Compromisos y líneas de acción 2026

1. **Reforzar la capacitación ambiental del personal de taller**, con foco en la segregación y etiquetado de residuos.
2. **Implementar tableros de control mensual** con indicadores de generación por tipo de residuo y sucursal.
3. **Incrementar la proporción de residuos reciclados**, recuperando al menos un 10% del volumen de residuos generales.
4. **Evaluar proveedores de gestión ambiental** para optimizar frecuencia y costos de retiro.
5. **Continuar trabajando bajo la premisa Toyota de "Cero residuos al relleno sanitario"**, buscando oportunidades de reutilización y reducción en origen.

2.4 GESTIÓN DE AGUA Y EFLUENTES

Gestión del recurso

El agua es un insumo esencial en las operaciones de posventa, especialmente en el área de lavado de vehículos. En **Alem Motors**, el abastecimiento proviene exclusivamente de la red pública, por lo que se promueve un uso racional y un control constante del consumo, en línea con la filosofía Toyota de respeto por el medio ambiente.

Durante 2025, se mantuvieron en funcionamiento los **caudalímetros** en los lavaderos de ambas sucursales, que permiten medir con precisión el volumen consumido y la **intensidad de uso por servicio (L/TUS)**. Además, las **hidrolavadoras con corte automático de agua** continúan contribuyendo a la reducción de desperdicios.

Consumo total de agua (litros)

Año	Villa María	Las Higueras	Total
2021	426.399	688.586	1.114.985
2022	410.100	710.400	1.120.500
2023	259.005	801.900	1.060.905
2024	319.106	755.000	1.074.106
2025	**362.710**	**578.350**	**941.030**

Variación total 2025 vs. 2024: -12,4%

Eficiencia hídrica (Litros / Servicio – L/TUS)

Sucursal	2021	2022	2023	2024	2025	Variación 2025 vs 2024
Villa María	63	54	30	35	37	▲ +6,4%
Las Higueras	72	69	69	59	49	▼ -16,6%

Análisis por sucursal

Villa María

Durante 2025 se registró un consumo de **362.710 litros**, lo que representa un aumento del **13,7%** respecto al año anterior. En relación con el volumen de servicios realizados, el consumo por servicio (intensidad hídrica) alcanzó los **37 L/TUS**, mostrando un leve incremento respecto a 2024 (35 L/TUS).

Si bien se observa una pequeña variación en el indicador de eficiencia, los niveles continúan siendo significativamente inferiores a los registrados en 2021 y 2022. Esto refleja el sostenimiento de mejoras en los procesos de lavado y el uso responsable del recurso hídrico.

Las Higueras (Río Cuarto)

El consumo total alcanzó **578.350 litros**, lo que representa una disminución del **23,4%** respecto a 2024. Considerando la cantidad de servicios realizados durante el período, el consumo por servicio se ubicó en **49 L/TUS**, frente a los 59 L/TUS del año anterior.

Este resultado evidencia una mejora en la eficiencia hídrica de la sucursal, logrando reducir el consumo de agua por servicio y manteniendo una tendencia favorable en el uso responsable del recurso.

Gestión de efluentes

Los efluentes provenientes del área de lavado son tratados a través de **cámaras separadoras de barros e hidrocarburos**, que realizan un proceso de **decantación en cuatro etapas** antes del vertido al sistema cloacal.
Durante el año, se efectuaron controles de mantenimiento y limpieza de las cámaras, asegurando el cumplimiento de las condiciones operativas y ambientales requeridas. Los análisis periódicos de los efluentes demostraron **valores dentro de los límites permitidos por la normativa provincial**.

Conclusiones generales

- El **consumo total de agua registró una disminución**, reflejando una reducción en la utilización del recurso respecto al año anterior, a pesar de las variaciones en el volumen de servicios realizados.
- **La eficiencia hídrica presentó resultados diferentes según la sucursal**: Villa María registró un leve incremento en el consumo por servicio, mientras que Las Higueras logró una mejora significativa, reduciendo la cantidad de litros utilizados por TUS.
- La **gestión del recurso hídrico continúa siendo un aspecto prioritario**, por lo que resulta fundamental sostener las medidas de control y optimización de los procesos de lavado.
- La **gestión de efluentes** continúa formando parte de los controles ambientales de ambas sucursales, garantizando el tratamiento adecuado y el cumplimiento de los estándares ambientales correspondientes.

Compromisos 2026

1. **Mantener la eficiencia hídrica por debajo de 50 L/TUS** en promedio, buscando reducir progresivamente el consumo por servicio en ambas sucursales.
2. **Reforzar la capacitación del personal de lavadero** en el uso racional del agua y la optimización de los procesos de lavado.
3. **Implementar indicadores mensuales de consumo y eficiencia** por sucursal, para identificar desvíos y oportunidades de mejora.
4. Evaluar la **viabilidad de sistemas de recirculación o reutilización parcial de agua**, promoviendo alternativas que permitan reducir el consumo de agua potable.
5. Continuar garantizando el **tratamiento y monitoreo de efluentes** bajo los estándares de Toyota y la legislación vigente.
6. Recertificar en el programa **"Toyota Washing Standard Operations"** aprobado en el año 2022.

2.5 GESTIÓN DE ENERGÍA

Enfoque de gestión

El uso eficiente de la energía constituye uno de los pilares de la gestión ambiental de **Alem Motors**, en coherencia con la visión global de Toyota hacia una operación baja en emisiones y un uso racional de los recursos.
Durante 2025, la empresa continuó monitoreando el consumo energético en sus dos sedes — **Villa María** y **Las Higueras (Río Cuarto)**— con foco en la **electricidad y el gas natural**, principales fuentes de energía utilizadas en sus instalaciones.

Se mantuvieron medidas de eficiencia implementadas en años anteriores, como la **iluminación LED en talleres y oficinas**, el **uso controlado de sistemas de climatización**, y la **concientización del personal** sobre buenas prácticas de consumo.

⚡ **Consumo de electricidad (kWh)**

Año	Villa María	Las Higueras	Total
2021	88.667	216.132	304.799
2022	93.327	233.159	326.486
2023	96.789	283.965	380.754
2024	97.154	369.737	466.891
2025	**92.943**	**334.373**	**427.316**

📊 **Variación total 2025 vs. 2024: -8,5%**

📈 **Crecimiento acumulado 2021–2025: +40,2%**

Eficiencia eléctrica (kWh por servicio – L/TUS)

Sucursal	2021	2022	2023	2024	2025	Variación 2025 vs 2024
Villa María	13	12	11	11	10	▼ -10%
Las Higueras	22	23	27	29	29	➖ Estable

Análisis:

- **En Villa María**, el consumo total de electricidad disminuyó un **4,3%** respecto a 2024, mientras que los servicios realizados aumentaron un **6,8%**. Esto permitió mejorar la eficiencia energética, pasando de 11 a **10 kWh por servicio**, lo que representa una reducción aproximada del **10% en la intensidad energética**. Este resultado refleja una mejora en el aprovechamiento de la energía eléctrica frente al crecimiento de la actividad operativa.

- **En Las Higueras**, el consumo eléctrico disminuyó un **9,6%** respecto a 2024, acompañado por una reducción del **8,2% en los servicios realizados**. La intensidad energética se mantuvo prácticamente estable, quedando en **29 kWh por servicio**, con una leve mejora del 2%. Esto evidencia un comportamiento controlado del consumo eléctrico en relación con el nivel de actividad.

🔥 **Consumo de gas natural (m³)**

Año	Villa María	Las Higueras	Total
2021	5.127	-	5.127
2022	6.111	-	6.111
2023	4.300	-	4.300
2024	4.820	-	4.820
2025	**3.807**	**-**	**3.807**

Variación 2025 vs 2024: -21%

Eficiencia gas natural (m³ por servicio – m³/TUS)

Sucursal	2021	2022	2023	2024	2025	Variación 2025 vs 2024
Villa María	0,76	0,80	0,50	0,53	0,39	▼ -26%

Análisis:

- En **Villa María**, el consumo total de gas natural disminuyó un **21%** respecto a 2024, mientras que los servicios realizados aumentaron un **6,8%**.
- La eficiencia en el uso del gas natural mejoró significativamente, pasando de **0,53 a 0,39 m³ por TUS**, lo que representa una reducción del **26% en el consumo por servicio**.
- Este resultado evidencia una mejora en la eficiencia energética, logrando reducir el consumo de gas a pesar del incremento de la actividad operativa.

Conclusión: Durante 2025, Villa María logró una mejora significativa en la gestión del gas natural, reduciendo tanto el consumo total como la intensidad de consumo por servicio.

Balance energético total (Electricidad + Gas)

Año	Total (kWh equivalentes)
2021	309.926
2022	332.597
2023	385.054
2024	471.711
2025	**431.123**

Variación total 2025 vs. 2024: -8,6%

La disminución se relaciona con la **reducción del consumo eléctrico y de gas natural**, reflejando una mejora en la gestión y eficiencia energética durante 2025.

Conclusiones generales

- **El consumo energético total disminuyó un 8,6% en 2025**, pasando de 471.711 a 431.123 kWh equivalentes, reflejando una reducción del consumo global respecto al año anterior.

- **Villa María mejoró su eficiencia eléctrica y de gas natural**, reduciendo el consumo por servicio realizado. La intensidad eléctrica pasó de 11 a 10 kWh/TUS, mientras que la de gas natural disminuyó de 0,53 a 0,39 m^3/TUS.

- **Las Higueras registró una reducción del consumo eléctrico del 9,6%**, acompañada por una disminución del volumen de servicios. Su intensidad energética se mantuvo prácticamente estable, con una leve mejora respecto a 2024.

- **El consumo de gas natural también presentó una evolución favorable**, con una reducción del 21% respecto a 2024, contribuyendo a la disminución del consumo energético total.

En Alem Motors, durante 2025 se observa una **mejora en el comportamiento del consumo energético**, con una reducción del 8,6% respecto al año anterior. Esta evolución se encuentra vinculada principalmente a la disminución del consumo eléctrico en ambas sucursales y a la reducción del consumo de gas natural en Villa María.

El consumo energético continúa siendo mayoritariamente eléctrico, representando más del 98% del total. Este recurso se utiliza principalmente en sistemas de climatización, luminarias, equipos informáticos, herramientas del taller y demás operaciones diarias del concesionario.

En cuanto a la relación entre consumo y actividad operativa, Villa María presentó resultados positivos, logrando reducir la intensidad energética por servicio a pesar del incremento del 6,8% en las TUS. En Río Cuarto (Las Higueras), la reducción del consumo eléctrico acompañó la disminución del volumen de servicios, manteniendo prácticamente estable el indicador de consumo por TUS.

Estos resultados reflejan avances en la gestión y el uso responsable de los recursos energéticos, aunque continúa siendo importante sostener y fortalecer las medidas de eficiencia en ambas sucursales.

Alem Motors mantiene acciones orientadas al uso eficiente de la energía, tales como:

· Configuración de aires acondicionados a 24 °C en verano.

· Apagado de luminarias en horarios de descanso y sectores no utilizados.

· Programación de iluminación del showroom al 25% fuera del horario comercial.

· Sustitución progresiva de luminarias por tecnología LED (actualmente superior al 90%).

· Equipos informáticos configurados en modo ahorro de energía.

Estas medidas contribuyen a **reducir el consumo energético, mejorar la eficiencia operativa y fortalecer el compromiso ambiental de Alem Motors**, promoviendo hábitos responsables y sostenibles en todos los sectores de la organización.

Conclusiones generales

El análisis del consumo energético 2021–2025 muestra un crecimiento acumulado del **39% en el total de energía utilizada**, pasando de 309.926 kWh equivalentes a 431.123 kWh equivalentes. Sin embargo, durante 2025 se registra una **reducción del 8,6% respecto a 2024**, reflejando una evolución favorable en la gestión del consumo energético de Alem Motors.

Esta disminución se encuentra asociada principalmente a la reducción del consumo eléctrico en ambas sucursales y a un menor consumo de gas natural en Villa María. En términos de eficiencia, Villa María presenta una mejora significativa en la intensidad energética por servicio, mientras que Las Higueras mantiene un indicador prácticamente estable, con una leve mejora respecto al año anterior.

Si bien los resultados de 2025 muestran avances en el uso eficiente de los recursos, resulta importante continuar fortaleciendo las acciones de gestión energética para acompañar el crecimiento de la actividad operativa y reducir progresivamente el impacto ambiental.

Para continuar avanzando en sostenibilidad energética, se sugieren las siguientes líneas de acción:

· Completar la migración al 100% de luminarias LED en ambas sedes.

· Incorporar sensores de movimiento y fotocélulas para optimizar la iluminación en zonas comunes y depósitos.

· Evaluar el desempeño energético de los equipos de climatización y considerar alternativas más eficientes.

· Mantener un seguimiento periódico del consumo eléctrico y de gas natural, incorporando indicadores de consumo por TUS para evaluar la eficiencia de cada sucursal.

En síntesis, **durante 2025 Alem Motors logró revertir parcialmente la tendencia creciente del consumo energético**, registrando una reducción respecto al año anterior y mejoras en los indicadores de eficiencia. El desafío hacia adelante será consolidar estos resultados mediante acciones sostenidas, controles periódicos y una mayor conciencia sobre el uso responsable de los recursos energéticos.

Consumo de Gas Natural

El gas natural es utilizado exclusivamente en la sucursal Villa María, ya que la sucursal Las Higueras (Río Cuarto) no cuenta con servicio de gas natural. Esta ausencia explica también el mayor consumo eléctrico registrado en Las Higueras, donde la electricidad reemplaza completamente el rol de la calefacción y otros usos energéticos que en Villa María se cubren con gas.

Comportamiento del consumo

El consumo de gas natural en Villa María muestra una evolución variable a lo largo del periodo 2021–2024:

GAS NATURAL	2021	2022	2023	2024	2025

VILLA MARÍA (m^3)	5.127	6.111	4.300	4.820	3.807
LAS HIGUERAS (m^3)	-	-	-	-	-
TOTAL (m^3)	**5.127**	**6.111**	**4.300**	**4.820**	**3.807**

- **2021:** 5.127 m³
- **2022:** 6.111 m³ (leve incremento)
- **2023:** 4.300 m³ (descenso marcado)
- **2024:** 4.820 m³ (incremento moderado)
- **2025:** 3.807 m³ (descenso marcado)

En general, se observa un **patrón estable**, sin variaciones pronunciadas, y con una tendencia a mantenerse dentro de un rango similar.

Intensidad energética (m^3/TUS)

La intensidad (consumo de gas natural por servicio realizado) registra una mejora significativa durante 2025, consolidando la tendencia favorable observada desde 2023.

GAS NATURAL	2021	2022	2023	2024	2025
VILLA MARÍA					
SERVICIOS (TUS)	6.758	7.603	8.629	9.083	9.705
CONSUMO (m^3)	5.127	6.111	4.300	4.820	3.807
INTENSIDAD (m^3/TUS)	**0,76**	**0,80**	**0,50**	**0,53**	**0,39**
LAS HIGUERAS					
SERVICIOS (TUS)	9.632	10.280	11.691	12.754	11.712
CONSUMO (m^3)	-	-	-	-	-
INTENSIDAD (m^3/TUS)	-	-	-	-	-

La reducción registrada en 2025 evidencia un **uso más eficiente del gas natural** en relación con la cantidad de servicios realizados. A pesar del incremento en el volumen de trabajo, el consumo por unidad de servicio disminuyó un **26% respecto a 2024**, lo que sugiere:

- Mejor aprovechamiento del recurso energético.
- Cambios positivos en los hábitos operativos.
- Uso más controlado de los sistemas de climatización.
- Mayor eficiencia en la utilización del gas natural en relación con la actividad desarrollada.

Conclusiones Generales

El consumo de gas natural presentó una evolución favorable durante 2025, registrando una reducción del **21% respecto a 2024**, pasando de 4.820 m³ a 3.807 m³. Esta disminución resulta

aún más significativa al considerar que la cantidad de servicios realizados en Villa María aumentó un 6,8% durante el mismo período.

La intensidad energética también mostró una mejora importante, pasando de 0,53 a **0,39 m³/TUS**, lo que representa una reducción del 26% en el consumo por servicio. Este resultado refleja un aprovechamiento más eficiente del recurso, incluso frente a una mayor actividad operativa.

Dado que Las Higueras no utiliza gas natural, el consumo de este recurso se concentra exclusivamente en Villa María. Por lo tanto, las oportunidades de optimización continúan enfocadas en esta sucursal.

En Villa María, el comportamiento registrado durante 2025 evidencia avances en la gestión y utilización eficiente del gas natural. Mantener el seguimiento periódico del consumo y de su

NUESTRO DESEMPEÑO SOCIAL

3 NUESTRO DESEMPEÑO SOCIAL

3.1 GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

Contenidos GRI 102-8, 103-3, 401-2, 405-1

En **Alem Motors**, entendemos que nuestro capital humano es el motor que impulsa el crecimiento y la sostenibilidad de la organización. Cada acción que llevamos adelante se apoya en nuestra **misión, visión y valores**, los cuales orientan el comportamiento cotidiano y fortalecen nuestra cultura organizacional.

Nuestra gestión de personas busca crear un entorno laboral en el que cada colaborador pueda desarrollarse plenamente, promoviendo la **capacitación continua**, la **concientización en temas de salud, seguridad y medio ambiente**, y el compromiso con la mejora permanente.

Durante el período analizado, continuamos consolidando nuestra estrategia de gestión basada en los siguientes ejes:

- **Eje 1:** Elaboración de un instructivo con normas claras de comunicación interna.
- **Eje 2:** Definición de funciones, normas y objetivos específicos para cada área.
- **Eje 3:** Fortalecimiento de la misión, visión y valores institucionales.
- **Eje 4:** Diseño e implementación de estrategias de beneficios orientadas al bienestar del equipo.
- **Eje 5:** Fomento de la motivación, el sentido de pertenencia y la fidelización del talento interno.
- **Eje 6:** Desarrollo de una política integral de gestión humana, con un enfoque en la responsabilidad y la mejora continua.

Nuestra estructura organizacional está conformada por **108 colaboradores en relación de dependencia**, de los cuales el **33% son mujeres y el 67% hombres**. Del total, **106 personas cumplen jornada completa.**
En cuanto a la **distribución geográfica**, el **50%** del personal se desempeña en la **Casa Central de Villa María** y el otro **50%** en la **Sucursal de Las Higueras**.

En definitiva, son **108 personas** quienes, con su esfuerzo y compromiso, contribuyen día a día a generar valor en la gestión de **Alem Motors**.

Distribución por sexo

Distribución por sexo	2021	2022	2023	2024	2025
Hombres	64	65	66	75	72
Mujeres	32	28	28	36	36
Total	**96**	**93**	**94**	**111**	**108**



Durante 2025, la nómina de **Alem Motors** registró una leve disminución del **2,7%**, pasando de 111 a 108 colaboradores respecto al año anterior. Si bien se observa una reducción en la dotación, **la estructura organizacional se mantiene sólida**, acompañando el desarrollo de las operaciones tanto en Villa María como en Las Higueras.

En cuanto a la composición por género, durante 2025 se mantuvo la cantidad de mujeres en la organización, con 36 colaboradoras, mientras que la dotación masculina pasó de 75 a 72 colaboradores.

De esta manera, las mujeres representan aproximadamente el **33% de la nómina total**, manteniendo su participación respecto al año anterior. Estos indicadores reflejan la continuidad del compromiso de Alem Motors con la igualdad de oportunidades, la diversidad y la inclusión dentro de los equipos de trabajo.

Compromiso con el Desarrollo y Bienestar de Nuestros Colaboradores

En **Alem Motors**, mantenemos el compromiso de impulsar el crecimiento profesional y personal de nuestros colaboradores, promoviendo un entorno de trabajo seguro, inclusivo y saludable. Buscamos asignar a la persona adecuada en el puesto adecuado, fomentando la igualdad de oportunidades **sin distinción de género, edad, antigüedad, tipo de contratación o nivel educativo**.

Nuestras prácticas laborales se orientan a **agregar valor al capital humano**, fortalecer el compromiso con los objetivos organizacionales y consolidar una cultura alineada con los principios del **Toyota Way**.

Asimismo, trabajamos para mejorar la **calidad de vida laboral**, impulsando la **motivación, el reconocimiento y las relaciones interpersonales saludables** dentro del equipo.

Beneficios para nuestros colaboradores:

Con el objetivo de acompañar el bienestar integral de nuestro personal, contamos con un conjunto de beneficios que refuerzan la seguridad, la estabilidad y la satisfacción de nuestros colaboradores:

- Seguro de vida.
- Aportes jubilatorios.
- Cobertura médica.
- Incentivos económicos especiales por cumplimiento de objetivos y metas.
- Francos extendidos (sábados y domingos).
- Descuentos exclusivos en el área de posventa.
- Beneficios especiales para la adquisición de vehículos a través de descuentos para empleados.

De esta manera, seguimos construyendo un **entorno laboral positivo y de confianza**, que promueva la permanencia, el desarrollo profesional y la excelencia en el servicio que caracteriza a **Alem Motors**.

3.2 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA

Contenidos GRI 103-3, 404-2, 404-3

Capacitación y Desarrollo Continuo

En **Alem Motors**, promovemos el crecimiento profesional y personal de nuestros colaboradores a través de un **Programa Anual de Capacitaciones**, diseñado de manera conjunta con **Toyota Argentina (TASA)** y el área interna de **Higiene y Seguridad**.

Cada año, renovamos nuestro compromiso con la formación continua, elaborando **planes de capacitación específicos para cada puesto**. Estos programas buscan responder a las necesidades y desafíos propios de cada rol, combinando **instancias técnicas** —como conocimientos sobre productos, procesos y normativas— con **espacios de desarrollo de habilidades blandas**, entre ellas la comunicación efectiva, la gestión de conflictos, el liderazgo y el trabajo en equipo.

Asimismo, implementamos **evaluaciones de desempeño** que alcanzan aproximadamente al **90% del personal**, abarcando principalmente posiciones comerciales, asesores de servicios, administrativos y entregadores de unidades 0 km en ambas sucursales. Este proceso constituye una herramienta clave para fortalecer la comunicación entre líderes y colaboradores, fomentar la cultura del feedback y mantenernos alineados con los estándares de calidad exigidos por Toyota.

El **feedback semestral** que surge de estas evaluaciones nos permite **identificar fortalezas y oportunidades de mejora**, orientar los planes individuales de desarrollo y acompañar a cada colaborador en su trayectoria dentro de la organización. De esta forma, consolidamos una cultura de **aprendizaje continuo y mejora permanente**, en línea con los valores que distinguen a **Alem Motors**.

3.3 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Contenidos GRI 103-3, 403-9

Salud, Seguridad y Bienestar Laboral

En **Alem Motors**, entendemos que la **salud y la seguridad en el trabajo** son pilares esenciales para garantizar el bienestar de nuestros colaboradores y la sostenibilidad de nuestras operaciones. Por ello, asumimos el compromiso de implementar acciones concretas que aseguren un entorno laboral **seguro, saludable y eficiente**, promoviendo al mismo tiempo una cultura organizacional basada en la **prevención y la mejora continua**.

Nuestra **Política de Salud y Seguridad Laboral** se orienta al cumplimiento de los más altos estándares de calidad, con foco en los siguientes objetivos:

- Promover la mejora continua en la calidad de los procesos y en la protección de la salud y seguridad de cada colaborador.
- Cumplir con los **requerimientos legales y normativos vigentes**, garantizando un desempeño responsable en materia de higiene y seguridad.
- Fomentar una **cultura preventiva**, reconociendo el impacto de la seguridad y la higiene en la productividad y en el logro de los objetivos organizacionales.
- Optimizar las prácticas operativas mediante soluciones seguras, eficientes y sostenibles que reduzcan los riesgos laborales.
- Implementar **planes de acción y prevención** adaptados tanto a la actividad cotidiana como a posibles situaciones de emergencia.
- Brindar **capacitación permanente** a todo el personal para fortalecer la conciencia y el conocimiento sobre los riesgos y las medidas de prevención.
- Comunicar y difundir la política de seguridad en todos los niveles de la organización, asegurando su entendimiento y cumplimiento.
- Realizar **revisiones periódicas** para evaluar los avances y ajustar las estrategias cuando sea necesario.

En línea con este compromiso, **Alem Motors cuenta con la certificación ISO 14001**, un estándar internacional de gestión ambiental que garantiza el cumplimiento de los **requerimientos legales**, el **uso responsable de los recursos** y el **adecuado tratamiento de los residuos generados**. Esta certificación refleja nuestro compromiso con el **entorno y la salud laboral**, al integrar la gestión ambiental dentro de un sistema de trabajo más seguro, ordenado y sustentable.

De esta manera, trabajamos día a día para **consolidar un ambiente laboral seguro, saludable y respetuoso con el medio ambiente**, priorizando el bienestar de nuestros colaboradores y el cumplimiento de los más altos estándares de **calidad, seguridad y prevención**.

Indicadores de siniestralidad

De acuerdo con el informe emitido por la **ART Asociart**, correspondiente al año **2025**, se registraron **9 accidentes laborales** en el período comprendido entre enero y diciembre.

En comparación con 2024, cuando se registraron 7 accidentes, se observa un incremento del 28,6% en la siniestralidad. En los datos del período no se informan accidentes fatales, aunque sí se registraron dos casos de gravedad, lo que refuerza la importancia de continuar fortaleciendo las medidas de prevención y seguridad en todas las operaciones de **Alem Motors**.

Evolución de Accidentes Laborales (2021–2025)

	2021	2022	2023	2024	2025
Accidentes de trabajo	**7**	**14**	**6**	**7**	**9**
Evolución por origen del Accidente					
Centro Trabajo habitual	3	6	5	6	4
Desplazamiento en jornada laboral	3	-	-	-	-
Ir o volver del trabajo	1	2	1	1	5
Evolución por grado de accidente					
Leve	7	5	6	7	7
Grave	-	3	-	-	2

Análisis de la evolución

Durante el año 2025, la cantidad de accidentes laborales registró un incremento del **28,6% respecto al año anterior**, pasando de 7 a 9 casos. Este aumento se explica principalmente por el crecimiento de los accidentes ocurridos durante los desplazamientos hacia o desde el lugar de trabajo, que pasaron de 1 caso en 2024 a 5 en 2025.

Por otro lado, los accidentes ocurridos en el **centro de trabajo habitual disminuyeron**, pasando de 6 a 4 casos, lo que representa una reducción del 33%. Este comportamiento refleja una evolución favorable en las condiciones de seguridad dentro de las instalaciones, aunque continúa siendo necesario sostener las acciones preventivas.

En términos de gravedad, se registraron **7 accidentes leves y 2 graves**. La aparición de estos últimos representa un aspecto relevante para reforzar los controles, la identificación de riesgos y el seguimiento de las medidas de seguridad.

Al observar la evolución de los últimos cinco años, se destaca que, luego del pico registrado en 2022 (14 accidentes), Alem Motors logró reducir significativamente la siniestralidad. Si bien durante 2025 se observa un nuevo incremento, el total de accidentes continúa por debajo de los niveles alcanzados en aquel período.

Principales causas de los incidentes reportados.

Entre las principales causas identificadas en los registros de siniestralidad se encuentran:

- Golpes o colisiones con objetos en movimiento.
- Caídas de personas por desniveles o resbalones.
- Ingreso de partículas en los ojos.
- Choques contra elementos móviles.

Observaciones y acciones preventivas

Los resultados del período 2025 muestran la importancia de continuar fortaleciendo las políticas de seguridad e higiene laboral, especialmente frente al incremento de accidentes durante los desplazamientos y la presencia de dos casos de mayor gravedad.

Si bien se observa una reducción de los accidentes ocurridos dentro del centro de trabajo habitual, resulta fundamental mantener una mirada preventiva integral que contemple tanto las actividades desarrolladas dentro de las instalaciones como los riesgos asociados a los traslados del personal.

Acciones que se continuarán para la mejora continua

- Reforzar las **capacitaciones en seguridad e higiene**, con foco en tareas de riesgo, prevención de accidentes y uso adecuado de elementos de protección personal (EPP).
- Realizar **evaluaciones periódicas de las condiciones de trabajo** en cada sector, priorizando el taller y el área de posventa.
- Fortalecer las **campañas de concientización interna** orientadas a la prevención de accidentes laborales y de trayecto.
- Promover la **comunicación activa de incidentes y casi accidentes**, para anticipar riesgos y mejorar los procedimientos internos.
- Incorporar acciones de concientización sobre **seguridad vial y desplazamientos seguros**, considerando el incremento de accidentes registrados durante los trayectos hacia y desde el trabajo.
- Analizar los accidentes de mayor gravedad para identificar sus causas y establecer medidas correctivas que permitan evitar su repetición.

En **Alem Motors**, mantenemos nuestro compromiso con la **seguridad laboral y la prevención de riesgos**, entendiendo que la mejora continua, la formación constante y la participación activa de todos los colaboradores son fundamentales para cuidar la salud y el bienestar de nuestro equipo.

3.4 COMUNIDADES LOCALES

Contenidos GRI 103-3, 413-1

Las comunidades locales donde operamos representan un grupo de interés esencial para Alem Motors. Nuestro compromiso con el desarrollo social y educativo de Villa María, Río Cuarto y zonas aledañas se consolida año a año, a través de programas que promueven la inclusión, la empleabilidad y la educación técnica.

Durante 2025, fortalecimos nuestra **Estrategia de Inversión Social**, priorizando la articulación con instituciones educativas, municipios y organizaciones comunitarias. En este marco, impulsamos el proyecto **"Educación para la Empleabilidad"**, una iniciativa que busca acompañar la formación profesional de estudiantes de escuelas técnicas mediante experiencias reales en el ámbito laboral.

En el año participaron **alumnos del IPET N°49 Domingo Faustino Sarmiento (Villa María)** y del **IPET 258 My. Ing. Francisco De Arteaga (Río Cuarto)**, quienes realizaron **pasantías profesionales en nuestras sucursales** y **viajaron a la planta de Toyota Argentina en Zárate** en el marco del **Programa META**, una propuesta impulsada por Toyota para fortalecer el vínculo entre concesionarias y escuelas técnicas.

Como cierre del proyecto, el área de Recursos Humanos realizó **entrevistas individuales de feedback** con los estudiantes para conocer sus aprendizajes y brindarles un **taller personalizado de empleabilidad**, orientado a la preparación de CV y entrevistas laborales. Estas experiencias resultaron altamente enriquecedoras, promoviendo la adquisición de conocimientos técnicos y prácticos, y contribuyendo a la orientación de los jóvenes para sus futuras trayectorias laborales.

Además, durante el año continuamos abriendo nuestras puertas a **colegios secundarios no técnicos**, ofreciendo instancias de pasantías breves que buscan acercar a los estudiantes al mundo del trabajo y a los valores de la marca Toyota.

Por otro lado, sostenemos nuestro compromiso con las comunidades a través de **acciones solidarias** orientadas al apoyo de instituciones locales. En 2025 realizamos **donaciones a diferentes centros comunitarios y de asistencia social**, con el objetivo de colaborar con iniciativas que promuevan la inclusión y el bienestar en los entornos donde estamos presentes.

De esta forma, reafirmamos nuestra convicción de que el crecimiento sostenible no se alcanza solo con resultados económicos, sino también mediante una contribución activa al desarrollo de las personas y las comunidades que nos rodean.

3.5 SERVICIO AL CLIENTE

En **Alem Motors** trabajamos día a día para ofrecer a nuestros clientes una **experiencia sobresaliente**, en línea con el **Compromiso Toyota** que guía todas nuestras acciones. Nuestro propósito es que cada persona que nos elige se sienta acompañada, valorada y segura de haber tomado la mejor decisión.

Nos comprometemos a:

- Recibir a nuestros clientes en un entorno cálido, cómodo y profesional.
- Brindar una atención eficiente, cordial y personalizada.
- Ofrecer asesoramiento transparente y de calidad.
- Presentar presupuestos claros y precisos.
- Promover la experiencia de conducción a través de pruebas de manejo y asesoría técnica especializada.

Buscamos que cada cliente **viva el valor de ser parte de la familia Toyota**, reforzando la confianza y fidelización que distingue a nuestra red.

Con el objetivo de garantizar la excelencia en la atención, realizamos un **seguimiento permanente de los indicadores de satisfacción** definidos por Toyota Argentina:

Indicadores	2022	2023	2024	2025	Target Toyota
SSI - Customer Service Index VENTAS					
SSI Ventas Alem Motors	90,8	93,7	94,85	**92,90**	Target SSI 2025: 94,5%
Posición en el ranking de la red	40	33	15	44	de 44 concesionarios
SSI promedio de la Red de Concesionarios Toyota	94	94	94,2	95,63	
CSI - Customer Service Index POSVENTA					

CSI Posventa Alem Motors	90,07	92,5	**93,7**	92,45	≥ 93,20
Posición en el ranking de la red	40	27	**20**	34	
FIR – Fix It Right*	98,2	97,3	**96,12**	100	≥ 97,30

El indicador "Fix It Right" evalúa la capacidad de diagnóstico y resolución de reparaciones en el primer intento, dentro de los plazos comprometidos.

Durante 2025, los resultados obtenidos reflejan **desempeños diferenciados en los indicadores de satisfacción de nuestros clientes**. En el área de **Ventas**, alcanzamos un SSI de **92,90 puntos**, ubicándonos en el **puesto 44 del ranking nacional de concesionarios Toyota**, lo que señala una oportunidad de mejora respecto al resultado alcanzado en 2024 (94,85 puntos).

En **Posventa**, se obtuvo un CSI de **92,45 puntos**, ubicándonos en el **puesto 34 del ranking de la red**. Si bien el resultado se mantiene en niveles cercanos a los registrados el año anterior, se encuentra por debajo del objetivo mínimo establecido por Toyota (93,20 puntos), por lo que representa un desafío para continuar fortaleciendo la experiencia y satisfacción de nuestros clientes.

Por su parte, el indicador **Fix It Right (FIR) alcanzó el 100%**, obteniendo el **puesto 1 del ranking**, superando el objetivo establecido por la marca. Este resultado representa un logro destacado en la capacidad de diagnóstico y resolución de reparaciones en el primer intento.

Estos resultados reflejan el **compromiso de todo el equipo de Alem Motors** con la mejora continua y la calidad de atención, al mismo tiempo que permiten identificar oportunidades concretas para fortalecer la experiencia del cliente y avanzar hacia los estándares de excelencia establecidos por Toyota.

3.6 COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y TRANSPARENTE

En el área de Marketing trabajamos con el objetivo de que cada mensaje dirigido a nuestros clientes sea claro, correcto y fácilmente comprensible. Para lograrlo, incorporamos de manera sistemática *información legal y aclaraciones obligatorias* en todas las piezas publicitarias, tanto en redes sociales como en campañas digitales. Esta práctica busca evitar interpretaciones erróneas y garantizar que cada propuesta comercial se presente con total transparencia, respetando los estándares de comunicación responsable promovidos por Toyota.

Durante el último año reforzamos especialmente este enfoque a raíz de la nueva Garantía lanzada por Toyota Argentina. Ante la aparición de información falsa o malintencionada relacionada con este servicio —incluyendo intentos de estafa a clientes por canales no oficiales—, el área de Marketing asumió un rol activo en la comunicación preventiva.

Generamos contenido educativo para explicar detalladamente el funcionamiento del beneficio, aclarar que solo puede gestionarse a través de concesionarios oficiales y advertir sobre los riesgos de acceder a ofertas no autorizadas.



Estas acciones no solo contribuyen a proteger a nuestros clientes, sino que fortalecen la confianza en la marca, promueven un entorno comercial más seguro y refuerzan el compromiso de Alem

Motors con una comunicación ética y responsable.

Durante el último año reforzamos especialmente este enfoque a raíz de la nueva Garantía lanzada por Toyota Argentina. Ante la aparición de información falsa o malintencionada relacionada con este servicio —incluyendo intentos de estafa a clientes por canales no oficiales—, el área de Marketing asumió un rol activo en la comunicación preventiva. Generamos contenido educativo para explicar detalladamente el funcionamiento del beneficio, aclarar que solo puede gestionarse a través de concesionarios

oficiales y advertir sobre los riesgos de acceder a ofertas no autorizadas.

Estas acciones no solo contribuyen a proteger a nuestros clientes, sino que fortalecen la confianza en la marca, promueven un entorno comercial más seguro y refuerzan el compromiso de Alem Motors con una comunicación ética y responsable.

3.7 ACCESIBILIDAD, CERCANÍA Y VÍNCULO CON LA COMUNIDAD

El área de Marketing cumple un rol clave para mantener un contacto cercano y permanente con las comunidades donde Alem Motors no está presente. Además de gestionar los canales digitales tradicionales, trabajamos de forma integrada con los equipos de Ventas y Posventa para acercar nuestros servicios a las distintas localidades de nuestra zona de influencia.





A través de una planificación territorial estratégica, comunicamos previamente las fechas y lugares de visitas comerciales y operativas —tanto de asesores de ventas como del Servicio Técnico Móvil— para que los vecinos de cada localidad puedan recibir atención personalizada sin necesidad de desplazarse largas distancias. Estas acciones nos permiten llegar a los lugares donde, de otra manera, concretar un encuentro sería difícil para muchas personas por disponibilidad, horarios o falta de movilidad.



Para facilitar aún más este vínculo, complementamos estas comunicaciones con campañas geolocalizadas y mensajes directos vía WhatsApp. Este canal se ha convertido en un medio ágil, accesible y eficiente para coordinar turnos, responder consultas, reservar evaluaciones de usados o programar servicios técnicos durante las visitas programadas en cada población.

Gracias a esta estrategia, logramos estar presentes no solo en las ciudades principales, sino también en los pueblos más pequeños, llegando hasta el último rincón de nuestra zona de influencia. Esto nos permite acompañar a cada cliente con el respaldo oficial de Toyota, brindando oportunidades de atención que antes eran difíciles de concretar y fortaleciendo el vínculo directo con las comunidades de la región.

3.8 APORTE A LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA DEL NEGOCIO

El área de Marketing contribuye directamente al desempeño económico de Alem Motors mediante la planificación y ejecución de estrategias orientadas a fortalecer la generación de potenciales clientes tanto para ventas, posventa y las nuevas unidades de negocio. Nuestro trabajo combina producción de contenido, campañas segmentadas y comunicación responsable, optimizando recursos y generando oportunidades reales de crecimiento para las sucursales de Villa María y Río Cuarto.





La gestión de campañas digitales —tanto institucionales como comerciales— permite ampliar el alcance del concesionario y atraer clientes potenciales de manera constante. A través de segmentaciones específicas, piezas creativas producidas internamente y un uso eficiente del presupuesto publicitario, logramos que cada acción esté orientada a objetivos medibles: generación de leads, coordinación de turnos de posventa, reservas de Kinto Share o consultas de financiación.

Además, Marketing brinda soporte permanente a los equipos comerciales y administrativos mediante la creación de contenidos educativos y explicativos que ayudan a reducir dudas, mejorar la calidad de la información que reciben los clientes y facilitar el proceso de decisión de compra. Esta colaboración fluida impacta directamente en la conversión de oportunidades y en la optimización del tiempo de los diferentes sectores.

El área también acompaña la expansión y consolidación de nuevas líneas de negocio, como Kinto Share, impulsando acciones específicas de difusión y captación de usuarios. Del mismo modo, apoyamos la estrategia de posventa promoviendo el mantenimiento preventivo, los servicios oficiales y los beneficios de fidelización, contribuyendo así al ciclo económico integral del cliente dentro del concesionario.





A través de este trabajo coordinado, Marketing aporta una visión estratégica que integra comunicación, eficiencia operativa y resultados económicos sostenibles. Esto nos permite fortalecer la presencia de la marca en la región, mejorar la experiencia del cliente y generar un impacto positivo que trasciende lo comercial, contribuyendo a la estabilidad y crecimiento del negocio en el largo plazo.

SOBRE ESTE REPORTE

ALEM MOTORS

4 SOBRE ESTE REPORTE

Contenidos GRI 102-45, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56

El presente **Reporte de Sustentabilidad 2025**, elaborado bajo los **Estándares GRI (Global Reporting Initiative) – opción "Referenciado"**, constituye la **tercera edición** publicada por **Alem Motors**.
Su **frecuencia es anual** y comprende el período **del 1° de enero al 30 de NOVIEMBRE de 2025**.

La información contenida se basa en los **Estados Contables de Alem Sur S.A.**, incluyendo los datos de todas las operaciones de la compañía. Al igual que en la edición anterior, la empresa **no emite estados consolidados**.
No se han registrado reexpresiones de información ni cambios significativos en el alcance o la metodología respecto al informe previo. Este documento **no ha sido sometido a verificación externa**.

El **punto de contacto** para consultas relacionadas con este reporte o sobre la gestión de sustentabilidad de la organización es Recursos Humanos, a cargo de **Fabiana Espinosa**:
fespinosa@alemmotor.com.ar
+54 3534 17-2323

Temas materiales

Los temas materiales abordados en este reporte fueron definidos por **Toyota Argentina** para toda su **Red de Concesionarios**, tomando como referencia el *Programa de Desarrollo de RSE para Concesionarios*, el análisis de materialidad llevado adelante por la terminal automotriz, su **Política de Responsabilidad Social**, los compromisos de **Toyota Motor Corporation** y los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de la **Agenda 2030** de las Naciones Unidas.

Temas incluidos:

- GRI 201 – Desempeño económico
- GRI 205 – Anticorrupción (opcional)
- GRI 302 – Energía
- GRI 303 – Agua y efluentes
- GRI 305 – Emisiones (opcional)
- GRI 306 – Residuos
- GRI 307 – Cumplimiento ambiental
- GRI 401 – Empleo
- GRI 403 – Salud y seguridad en el trabajo (opcional)
- GRI 404 – Formación y enseñanza
- GRI 405 – Diversidad e igualdad de oportunidades (opcional)
- GRI 413 – Comunidad e inversión social (opcional)
- Indicadores propios: Cliente, Seguridad Vial (opcional), Educación ambiental (opcional), Educación para la empleabilidad (opcional)

6.1 Índice de Contenidos GRI

Contenidos GRI: 152–55

Este reporte hace referencia a los siguientes estándares GRI:

- GRI 102: Contenidos Generales (2016)
- GRI 103: Enfoque de Gestión (2016)
- 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 307: Cumplimiento Ambiental (2016)
- 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)

Para un detalle completo sobre los contenidos reportados, se puede consultar el **Índice de Contenidos GRI**, donde se especifican los indicadores, número de página, y las posibles omisiones o motivos asociados.

4.1 ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Contenidos GRI: 152-55

Este material hace referencia al GRI 102: Contenidos Generales 2016, GRI 103: Enfoque de Gestión 2016, 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 307: Cumplimiento ambiental 2016, 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. Para una explicación detallada de los contenidos relevantes, vea el índice de Contenidos GRI.

Índice de Contenido GRI

Estándar GRI	Contenido	Núm. de página PDF	Parte omitida	Motivo de la omisión	Explicación de la omisión
GRI 101- FUNDAMENTOS (2016) **GRI 102- CONTENIDOS GENERALES (2016)** **1. Perfil de la Organización**					
102-1	Nombre de la organización	4			
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	4			
102-3	Ubicación de la sede	4			
102-4	Ubicación de las operaciones	4			
102-5	Propiedad y forma jurídica	4			
102-6	Mercados servidos	4			
102-7	Tamaño de la organización	11			
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	23			
2. Estrategia					
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	2			
3. Ética e Integridad					
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	6			
4. Gobernanza					
102-18	Estructura de gobernanza	8			
5. Participación de los Grupos de Interés					
102-40	Lista de grupos de interés	10			
6. Prácticas para la Elaboración de Informes					
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	31			
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	31			
102-47	Lista de temas materiales	31			
102-48	Reexpresión de la información	31			
102-49	Cambios en la elaboración de informes	31			
102-50	Periodo objeto del informe	31			
102-51	Fecha del último informe	31			
102-52	Ciclo de elaboración de informes	31			
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	31			
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	31			
102-55	Índice de contenidos GRI	32			
102-56	Verificación externa	31			
GRI 200- ESTÁNDARES ECONÓMICOS					
DESEMPEÑO ECONÓMICO					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	11			
GRI 201- DESEMPEÑO ECONÓMICO CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	11			
ANTICORRUPCIÓN					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	8			

GRI 205- ANTICORRUPCIÓN CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	8			
GRI 300- ESTÁNDARES AMBIENTALES					
ENERGÍA					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	15			
GRI 302- ENERGIA CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
302-1	Consumo energético dentro de la organización	16			
302-3	Intensidad energética	16			
AGUA Y EFLUENTES					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	15			
GRI 303- AGUA Y EFLUENTES CONTENIDOS TEMÁTICOS (2018)					
303-3	Extracción de agua	16			
RESIDUOS					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	15			
GRI 306- RESIDUOS CONTENIDOS TEMÁTICOS (2020)					
306-3	Residuos generados				
CUMPLIMIENTO AMBIENTAL					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	15			
GRI 307- CUMPLIMIENTO AMBIENTAL CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	16			
GRI 400- ESTANDÁRES SOCIALES					
EMPLEO					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	23			
GRI 401- EMPLEO CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	23			
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	25			
GRI 403- SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO CONTENIDOS TEMÁTICOS (2018)					
403-9	Lesiones por accidente laboral	25			
FORMACION Y ENSEÑANZA					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	24			
GRI 404- FORMACIÓN Y ENSEÑANZA CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	24			
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	24			
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	23			

GRI 405- DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	8, 23			
COMUNIDADES LOCALES					
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	27			
GRI 413- COMUNIDADES LOCALES CONTENIDOS TEMÁTICOS (2016)					
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	27			
CLIENTES					
INDICADORES PROPIOS					
	CSI -Customer Service Index	28			
	FIR -Fix it right	28			

ALEM MOTORS