



INFORME DE **SOSTENIBILIDAD** 2023



Índice de Contenidos

1

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2023
- Página 3

2

PALABRAS DEL PRESIDENTE
- Página 4

3

HISTORIA ATC
- Página 6

4

VISIÓN DE TOYOTA
- Página 8

5

AUTOMOTORES TOYOTA COLOMBIA
- Página 13

6

RED DE CONCESIONARIOS TOYOTA
- Página 50

7

CADENA DE VALOR CON ENFOQUE
SOSTENIBLE - Página 69

8

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD
- Página 77

9

RETOs A FUTURO
- Página 92

Contacto:

Para más información sobre el informe de sostenibilidad, por favor comuníquese al correo electrónico: esg@toyota.com.co



1

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2023

-Contenido GRI (2.2) (2.39 (2.4) (2.5)-

Por segundo año consecutivo, Automotores Toyota Colombia (ATC) publica su Informe de Sostenibilidad, que muestra las actividades desarrolladas durante el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023. Este informe comparte los avances en materia de sostenibilidad, refleja el compromiso de ATC, la mejora continua, y los logros alcanzados durante el año.

Representa el esfuerzo conjunto de todas las áreas de la compañía, dando como resultado un documento comprensible, confiable, preciso y transparente, asegurando así la calidad de la información presentada. Además, este informe ha sido revisado y aprobado por las diferentes vicepresidencias de la compañía y por su presidente, garantizando la veracidad de la información y respaldando los compromisos empresariales plasmados en el documento.

Con este informe de sostenibilidad, ATC busca poner de manifiesto sus acciones y resultados, destacando sus iniciativas en materia ambiental, social, de gobernanza y económica; pretende fortalecer la comunicación y el diálogo con sus grupos de interés, promoviendo la rendición de cuentas y generando confianza en su gestión sostenible.



Estándar internacional bajo el cual se elabora el reporte:

- Estándar GRI (Global Reporting Initiative), versión 2021.
- Objetivos de Desarrollo Sostenible.



PALABRAS DEL PRESIDENTE

2

-Contenido GRI (2.22)-

“Es gracias a la sostenibilidad que nos hemos permitido pensar y encontrar las oportunidades de mejora que nos han ayudado a construir la marca que hoy somos”

Respetados lectores.

Con mucho orgullo quiero presentar el segundo informe de sostenibilidad de Automotores Toyota Colombia. Este documento demuestra la forma como año tras año hemos crecido como compañía y encontrado en la sostenibilidad un eje importante para planear, desarrollar y analizar las actividades diarias.

Es gracias a la sostenibilidad que nos hemos permitido pensar y encontrar las oportunidades de mejora que nos han ayudado a construir la marca que hoy somos, además, nos ha permitido repensar uno de sus pilares fundamentales, el respeto por las personas, que ahora puede ampliarse para ser concebido como un concepto en el que también se incluye el medio ambiente, la gobernanza y las costumbres de cada uno de los lugares en los que tenemos operaciones y hacemos negocios.

En este documento podrán encontrar las acciones que, como compañía, fueron fundamentales para ocupar los primeros lugares en ventas dentro del sector automotor del país, ser reconocidos como una de las marcas más relevantes para los colombianos y así tener los reconocimientos en ASG que esperamos continuar recibiendo de ahora en adelante, en la medida en que se han convertido en un mapa de ruta que nos ha permitido lograr los objetivos

que nos proponemos e ir por más. Es así como, encontramos reflejado otro de los pilares de Toyota, la mejora continua, la cual nos ha servido para identificar esas oportunidades de mejora, siguiendo el concepto japonés de Kaizen, que no han llevado a ir por más y buscar ser cada vez mejores.

Es importante destacar que esos logros obtenidos en el ámbito de ASG son, en gran parte, producto de una motivación por buscar la sostenibilidad en actividades y en su cadena de valor. En ese camino, surge la creación de un área encargada de trabajar en equipo para promover la sostenibilidad en la compañía y apoyar actividades de movilidad alineadas a esos principios sobre los que estamos trabajando.

Espero que este documento sea de su agrado y le permita tener una amplia visión sobre las diferentes acciones que estamos implementando y que continuaremos desarrollando en los próximos años, de manera que continuemos consolidando a Automotores Toyota Colombia como un ciudadano corporativo idóneo, ejemplo para las demás empresas del país y objeto de orgullo para los colaboradores.

Saludos,

Dino Tanaka.

3

AUTOMOTORES TOYOTA COLOMBIA—SU HISTORIA

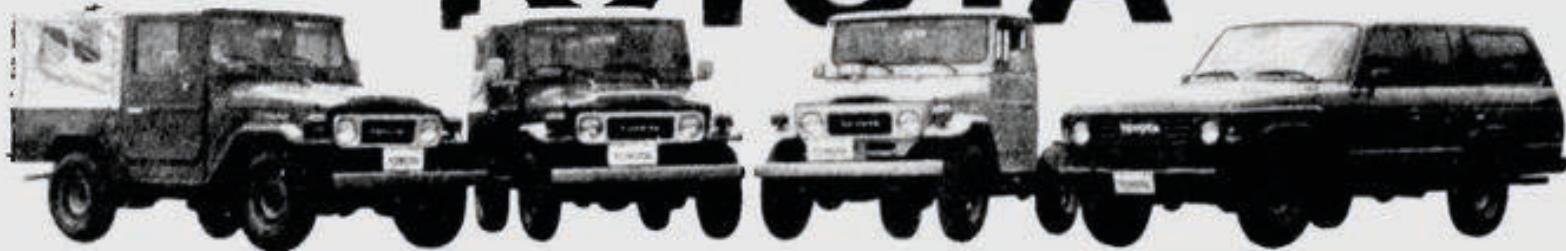
-Contenido GRI (2.1) (2.2) (2.3)-

Después de dos años de intensas negociaciones entre las dos distribuidoras oficiales de Toyota en Colombia, Distoyota, que llevaba desde 1967 conquistando el terreno Colombiano, y Toyota de Colombia, constituida después de que la casa matriz Toyota ensamblara junto a Sofasa de 1991-2008 la camioneta Prado, pick-up Hilux, y el modelo Land Cruiser 70 en territorio nacional, finalmente se unieron en noviembre de 2014 para formar una sola distribuidora: Automotores Toyota Colombia.

La principal razón de esta fusión entre ambas empresas fue la filosofía del Cliente Primero, con la intención de brindar un mejor servicio, con el corazón colombiano y la mente japonesa de ambas distribuidoras. El presidente sería de origen japonés, los vicepresidentes colombianos y la junta directiva de herencia fundadora alemana, creando así el perfecto balance con el espíritu emprendedor alemán para lograr el propósito de la calidez colombiana con la metodología japonesa.

Así, se independizaron e integraron a la Red de Automotores Toyota Colombia los concesionarios de vehículos de Distoyota, manteniendo la distribución de los montacargas Toyota, por lo que conservaron su nombre inicial. La red inicial de concesionarios de Toyota de Colombia se integró igualmente, para crear una sola Red de Concesionarios Autorizados Toyota, cubriendo así las necesidades de los Clientes Toyota en todo el territorio colombiano.

TOYOTA ES TOYOTA



De noviembre 2014 a diciembre 2016

Automotores Toyota Colombia, bajo la dirección del Sr. Fujiwara como primer presidente de Automotores Toyota Colombia, se estableció una fase de aprendizaje y adaptación entre las dos culturas empresariales. De ambos distribuidores se acogieron los colaboradores de mayor desempeño, con espíritu de trabajar en equipo Toyota por el bien del cliente, buscando la armonía y el equilibrio, el Sr. Fujiwara trabajando de la mano con todas las áreas de la compañía, creó una nueva cultura empresarial.

De enero 2017 a abril 2021, el Sr. Egashira como segundo presidente japonés de la compañía, se empeñó en direccionar al equipo nuevo a la excelencia, reforzando la metodología de Toyota Production System, definiendo para la compañía y su Red de concesionarios el marco de acción estableciendo reglas. Lo anterior, permitió aumentar el portafolio de modelos Toyota, para conquistar el sector de automóviles, mantener la presencia en el sector de los SUVs y expandir hacia las tecnologías sostenibles – los híbridos. De igual manera se amplió el portafolio de cadena de valor, introduciendo el seguro Toyota, fortaleciendo el servicio e implementando el negocio de accesorios y boutique.



En abril de 2021 el Sr. Tanaka, inició como tercer presidente japonés, quien enfatizó la necesidad de Toyota en dejar una huella positiva en Colombia y su gente. La proyección del Sr. Tanaka ha sido la de transformar ATC y a sus colaboradores en buenos ciudadanos corporativos. Enfocó a ATC en la Sostenibilidad y los pilares de ASG, abogando por generar una gobernanza transparente con áreas de cumplimiento, auditoría y línea ética independientes, y por incrementar el bienestar de los colaboradores fomentando la integración bajo la sombrilla de One Toyota.

De este modo se dio la creación del programa EcOn de Concesionarios amigables con el medio ambiente, la medición de la huella de carbono y abogando por la concientización de la diversificación de nuevas tecnologías automotrices sostenibles, poniendo como foco la tecnología híbrida como la solución más viable para Colombia. Los resultados en ventas incrementaron sustancialmente pasando la meta de 10% proyectada desde la creación de ATC para el 2024 y como parte de la cadena de valor lanzó el programa de movilidad KINTO Share.





VISIÓN DE TOYOTA

-Contenido GRI: (2.1)-

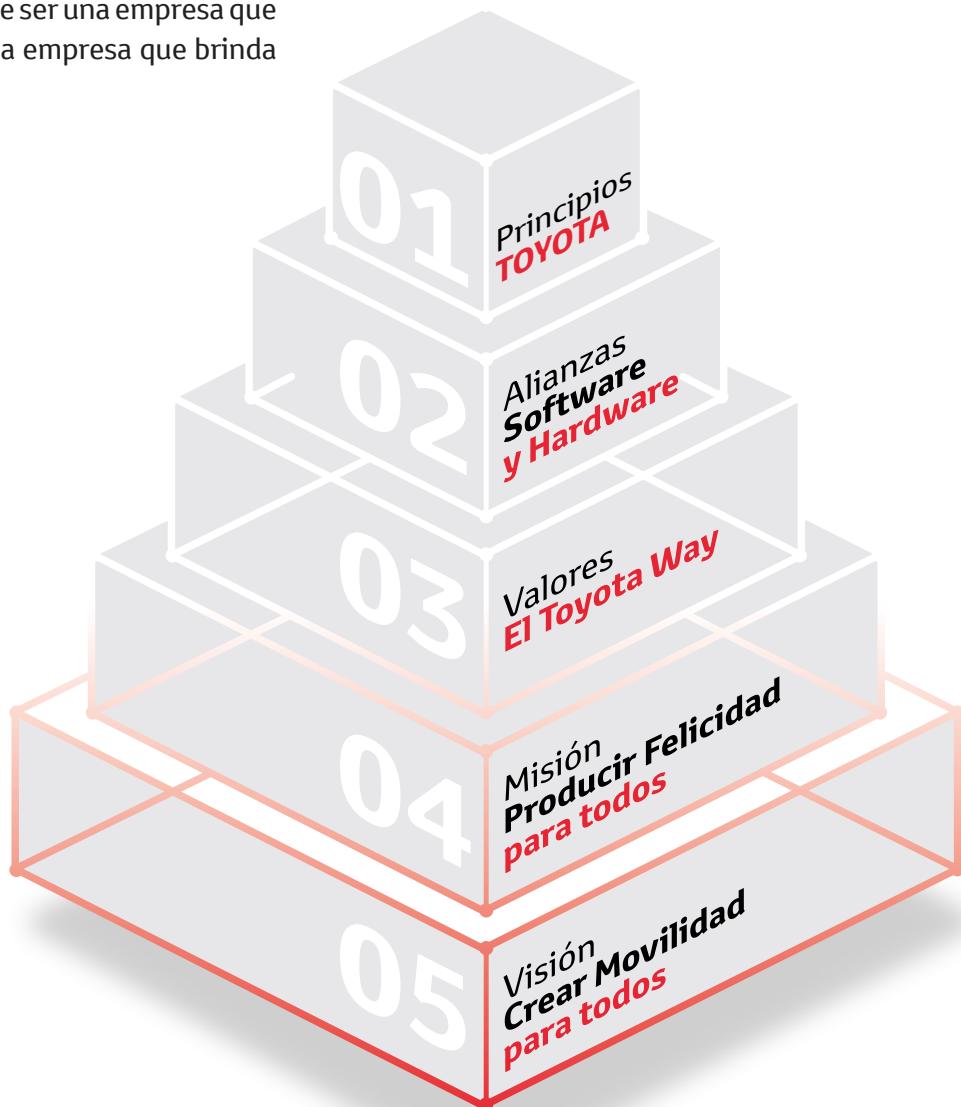
4

4.1

PRINCIPIOS DE TOYOTA

A lo largo de su historia, **Toyota** se ha esforzado por crear una empresa con filosofía de crecimiento sostenible. Dentro de los cambios y avances que ha realizado como compañía fabricante de vehículos y de todas sus filiales y aliadas, se destaca el de transformar la visión de compañía en la cual pasa de ser una empresa que fabrica vehículos, a ser una empresa que brinda soluciones de movilidad.

Anteriormente, la visión global de Toyota se expresaba en la metáfora del árbol, donde las “raíces” simbolizaban los valores compartidos por todo el equipo de Toyota y se manifestaban en los principios rectores de Toyota y el **Toyota Way** presentados con detalle en el informe de 2022. Hoy en día la filosofía no se simboliza a través del árbol, sino a través de la pirámide la cual sigue reflejando la filosofía y los valores de la marca Toyota.



4.2

MISIÓN Y VISIÓN GLOBAL DE TOYOTA

Misión

Producir Felicidad para todos. Toyota hace de la felicidad de los demás su prioridad. Se esfuerza por ofrecer mejores productos más asequibles. Valora cada segundo y cada centavo. Dedica todo su esfuerzo y ofrece todo su ingenio. Mira hacia adelante, no hacia atrás. Cree firmemente que lo imposible es posible.

Visión

Creando Movilidad para Todos. En un mundo diverso e incierto, Toyota se esfuerza por elevar la calidad y disponibilidad de movilidad. Busca crear nuevas posibilidades para toda la humanidad, y apoyar una relación sostenible con el planeta.

Valor de Toyota *Toyota Way*¹

Representa los “Principios rectores de Toyota”, que garantizan un espíritu y un modo de ser y actuar común. Representa la forma en la cual todos los miembros de Toyota trabajan dentro de la compañía, promoviendo la mejora continua (Kaizen) y el respeto por las personas, creando así una cultura corporativa ética con un compromiso con el crecimiento sostenible de la compañía.

El valor del Toyota Way se encuentra conformado de la siguiente manera:

-SOFTWARE-

GENCHI GEMBUTSU.

Bajo el principio y filosofía de las personas primero, se va hasta el origen de la situación para entender los hechos y su por qué.

-HARDWARE-

Creando una plataforma física para habilitar la movilidad de personas y cosas. Un sistema flexible que cambia con el software.

-ALIANZAS-

Expandiendo las habilidades y uniendo la fuerza de socios, comunidades, clientes y empleados para producir movilidad y felicidad para todos.

¹Para más información acerca de la filosofía y visión de Toyota remitirse al informe publicado en el año 2023

4.3

MISIÓN Y VISIÓN DE AUTOMOTORES TOYOTA COLOMBIA (ATC)

ATC cuenta con una misión y visión alineada con los objetivos y filosofía de Toyota Global, adaptándolas a las necesidades del mercado y a la realidad del consumidor colombiano.

MISIÓN de ATC

Asegurar la calidad del servicio de venta y postventa, logrando la satisfacción de los clientes, la retribución adecuada a los accionistas y el desarrollo y potencialización de los colaboradores. Contribuyendo al desarrollo económico de Colombia. Busca obtener confianza y respeto absoluto en el mercado

colombiano. Cada colaborador debe sentirse orgulloso de ser parte de ATC, trabajar con el equipo de manera asertiva y armoniosa, con el fin de obtener una sonrisa al cliente. Realizar una sólida y fuerte fundación para la expansión de la cadena de valor.

VISIÓN de ATC

Incrementar la participación en el mercado automotriz, generando experiencias de valor a los clientes, colaboradores y aliados estratégicos. Generar una mejor solución de movilidad sostenible capaz de adaptarse a las necesidades de su infraestructura, la capacidad económica de los colombianos y la realidad de los recursos.



4.4

ONE TOYOTA

Toyota tiene diferentes líneas de negocios y diferentes empresas, a pesar de ello se busca que el cliente vea a la empresa como una sola, con un concepto transparente, responsable de la misión y visión, y de la filosofía de respeto por las personas, mejora continua y el cliente.

La Filosofía global One Toyota, busca que todas las empresas y compañías de Toyota se vean como una sola. Esto implica un gran trabajo en equipo, apoyo y solidaridad constante en el desarrollo de las actividades. Se pretende que todas las aristas y frentes de trabajo de la marca funcionen como una sola, apoyándose unos a otros.

**ATC**

Automotores Toyota de Colombia

DLR

Concesionarios

TLAC

Toyota Latoniamerica y el Caribe

TFS

Toyota Financial Services





AUTOMOTORES

TOYOTA COLOMBIA – ATC

5

-Contenido GRI (2.1) (2.6) (2.7) (2.8) (201-1) (201-3) (204-1) (2.6) (2-9) (2-10) (2-11) (2-12) (2-15) (2.20) (2- 28) (2.29) (3-3) (401-1) (401-2) (402 -1) (405-2)-

Automotores Toyota Colombia SAS es una empresa dedicada a la importación y distribución de vehículos nuevos, repuestos y autopartes de la marca Toyota en el territorio colombiano, además del comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos Toyota. Además, en el año 2023, la compañía amplió su objeto social para incluir el desarrollo del programa de movilidad de KINTO, lo que implicó la adopción de las medidas corporativas necesarias. Los productos y servicios ofrecidos por la organización durante este año incluyen:

Cuenta con dos sedes: una ubicada en la ciudad de Bogotá y la otra en la Zona Franca de Cota. En la sede de Bogotá, se encuentran la Vicepresidencia Administrativa y Financiera, Vicepresidencia de Planeación Comercial y la Vicepresidencia de Planeación Corporativa, mientras que, en Cota, se encuentra la Vicepresidencia de Postventa, además del Centro de Entrenamiento Toyota y la bodega.

-  Importación de vehículos
-  Venta de repuestos
-  Venta de accesorios
-  Servicios Posventa
-  Alquiler de vehículos a corto plazo

5.1

OPERACIÓN DE ATC

ATC lleva a cabo su actividad comercial como distribuidor oficial de la marca Toyota en Colombia, ejerce su operación a través de la planeación de los vehículos a comercializar y el precio de estos. Dicha planeación requiere de un análisis exhaustivo de mercado y de competencia para determinar las cantidades a importar de cada modelo, así como los tipos de vehículos a comercializar a mediano y largo plazo. Frente a la planeación de los precios, se tienen en cuenta los precios actuales del mercado, y la proyección a futuro para determinar los precios de cada referencia de vehículos que se comercializaran en el país. Ahora bien, la distribución no sería posible sin el apoyo de la Red De Concesionarios Toyota autorizados, quienes juegan un papel fundamental en la distribución al consumidor final.

Dentro del desarrollo de su actividad comercial, ATC se relaciona con diferentes proveedores y clientes. Las actividades incluyen de cara a los proveedores de importación y legalización de los vehículos, repuestos y accesorios TOYOTA en el territorio nacional. De cara a los clientes: venta de vehículos, repuestos y accesorios TOYOTA a los concesionarios miembros de la Red Toyota. Estas relaciones comerciales son de vital importancia para el desarrollo de la compañía, por eso es importante resaltar algunas cifras:

LOCAL

16,8%
de los proveedores

ACEITES Y LUBRICANTES

12 proveedores
ACCESORIOS Y
BOUTIQUE TOYOTA

INTERNACIONAL

89,72%
de los proveedores

IMPORTACIÓN

5.2

COMERCIALIZACIÓN DE VEHÍCULOS PARA EL 2023.

UN AÑO DE ÉXITOS Y LOGROS SOBRESALIENTES

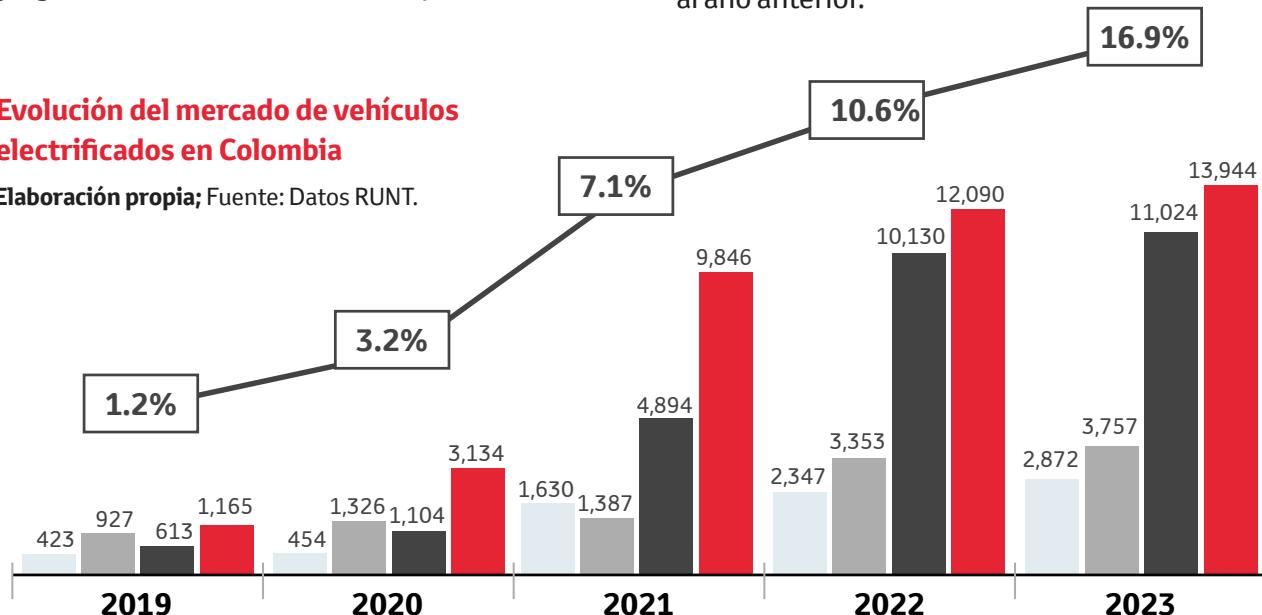
El año 2023 marcó un hito histórico para vehículos nuevos Toyota en Colombia, con un récord impresionante de 25.956 unidades matriculadas, tomando el segundo lugar acumulado a nivel nacional. Este logro no solo representó un récord histórico de la compañía, sino que también consolidó la posición de Toyota como la marca aspiracional del pueblo colombiano resaltando su QDR (Calidad, Durabilidad y Fiabilidad por sus siglas en inglés) y siguiendo su filosofía del cliente primero.

La participación del mercado alcanzada en el 2023 fue del 13,9%, donde a pesar de que el mercado tuvo una fuerte contracción, Toyota incrementó sus matrículas vs el año 2022. Por otro lado, la marca se destacó como uno de los principales importadores de automóviles en el país, alcanzando la posición número uno en matrículas durante cinco meses consecutivos, un logro sin precedentes para la compañía y finalizando el año como la marca importadora líder de la industria.

Es importante resaltar que el mercado de electrificados ha ascendido considerablemente al pasar de los años, tal como se puede visualizar en la gráfica No.1, para el año 2023, los vehículos electrificados tuvieron un peso del 16,9%, aumentando 6,3 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Evolución del mercado de vehículos electrificados en Colombia

Elaboración propia; Fuente: Datos RUNT.



PHEV: Plug-in Hybrid Electric Vehicle / Vehículo Hibrido Enchufable

BEV: Baterry Electric Vehicle/ Vehículo Eléctrico

MHEV: Micro Hybrid Electric Vehicle/ Vehículo Híbrido Ligero

HEV: Hybrid Electric Vehicle/ Vehículo Híbrido.

● Peso en el total del mercado %

Tomando como referencia la gráfica cabe mencionar que, en el 2023, el **segmento de electrificados en Colombia** con mayor cantidad de matrículas fue el de vehículos **híbridos (HEV)**, continuando con híbridos ligeros (MHEV), seguido de eléctricos (BEV) y finalmente híbridos enchufables (PHEV).

Toyota se posicionó en primer lugar en este segmento con una participación del 30,9% respecto al total (HEV, MHEV, BEV & PHEV). Estos resultados nos muestran la tendencia actual de aumento y preferencia de los consumidores por alternativas más sostenibles, alineados con la visión de Toyota en Colombia.

Según lo anterior, es importante definir ciertos términos de relevancia, uno de ellos es HEV (Hybrid Electric Vehicles), hace referencia a un **vehículo híbrido que combina un motor térmico y realiza una combustión interna con gasolina como combustible y un motor eléctrico**, los cuales tienen como finalidad proporcionarle la suficiente fuerza al vehículo para que pueda moverse, entre sus principales beneficios se encuentra el cuidado al medio ambiente, generando un número reducido de

emisiones, ya que generalmente, utiliza el motor eléctrico de forma protagónica.

Cuando hablamos de MHEV (Mild Hybrid Electric Vehicle) o microhíbrido, es aquel vehículo que contiene **un motor térmico y un motor eléctrico que funciona como auxiliar**. Dicho motor eléctrico es solo un soporte para el motor principal, que genera un leve ahorro de combustible.

Los vehículos BEV (Battery Electric Vehicle) o eléctricos son aquellos que funcionan netamente con electricidad, poseen una batería que debe ser cargada para generar la fuerza suficiente que permita al vehículo impulsarse hacia adelante. Debido a que el vehículo no quema ningún tipo de combustible para funcionar, no existe ningún tipo de emisiones contaminantes que se generen en este tipo de vehículos.



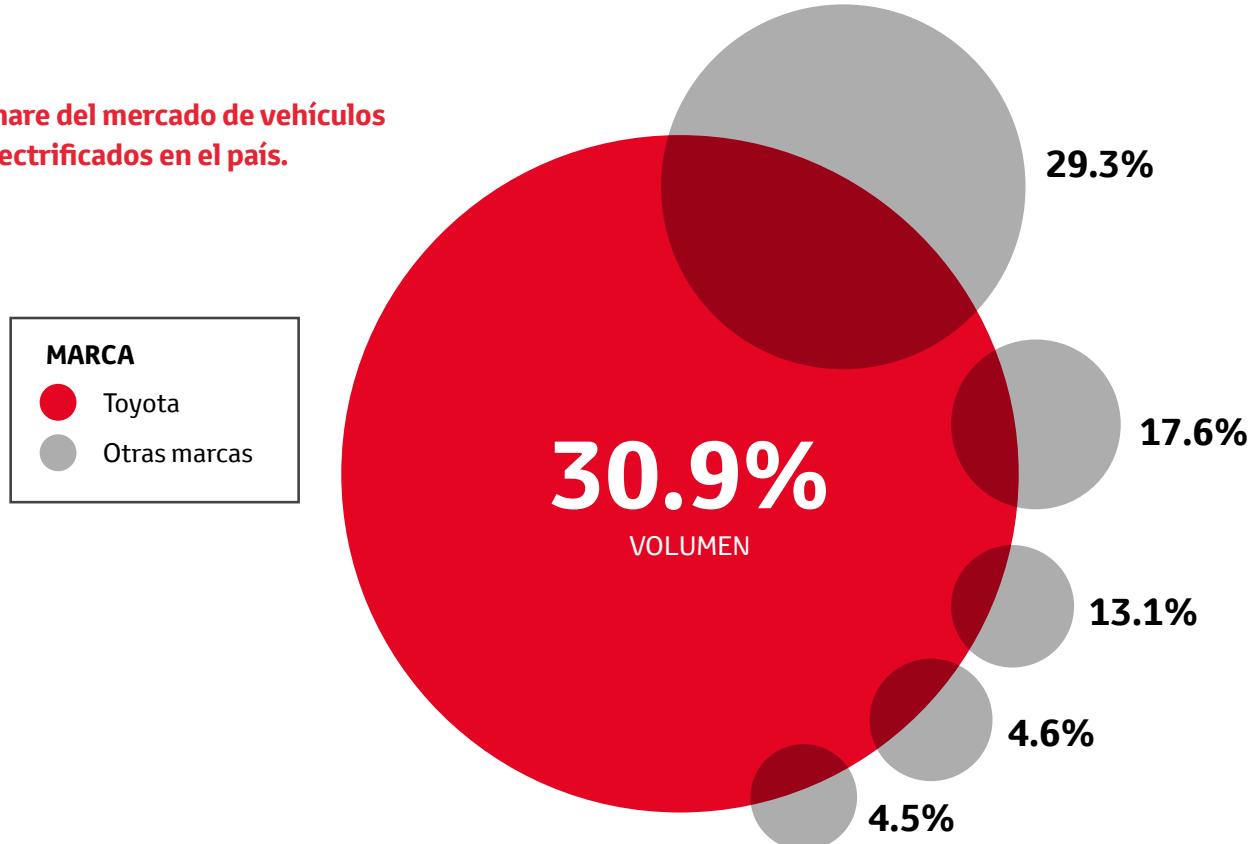
Al momento de hablar de PHEV (Plug-in Hybrid Electric Vehicle) o vehículo híbrido enchufable, nos remontamos a aquellos vehículos que combinan dos motores, uno de combustión interna y otro eléctrico que tiene como finalidad mejorar la eficiencia del combustible. El punto más relevante dentro de este tipo de tecnología es que **el vehículo se encuentra en la capacidad de trabajar exclusivamente con el motor eléctrico, lo que reduce a cero la cantidad de emisiones en cada trayecto.** Una ventaja es que cuando se finaliza la energía de las baterías, entra a funcionar el motor de combustión, lo que da cabida a que el vehículo pueda seguir con su funcionamiento normal.

Uno de los factores clave que contribuyeron al éxito de ventas de vehículos Toyota, fue la creciente demanda de sus vehículos híbridos,

como se mencionó anteriormente, el total de vehículos matriculados fue de **25.956 unidades**, de los cuales el 37,7% fueron vehículos pertenecientes al segmento de electrificados, es decir un total de 9.776 matrículas.

En particular, Corolla Cross se destacó como el líder indiscutible en el segmento de electrificados con un total de 4.963 unidades matriculadas en el transcurso del año. Esta impresionante cifra, no solo convirtió al Corolla Cross en el segundo vehículo más matriculado en Colombia (que junto a las versiones gasolina alcanzaron 5.798 matrículas), sino que consolidó a Toyota como la **marca número uno en el segmento de electrificados** por cuarto año consecutivo alcanzando una participación en este segmento de electrificados del 30,9% como aparece en el gráfico No.2

Share del mercado de vehículos electrificados en el país.

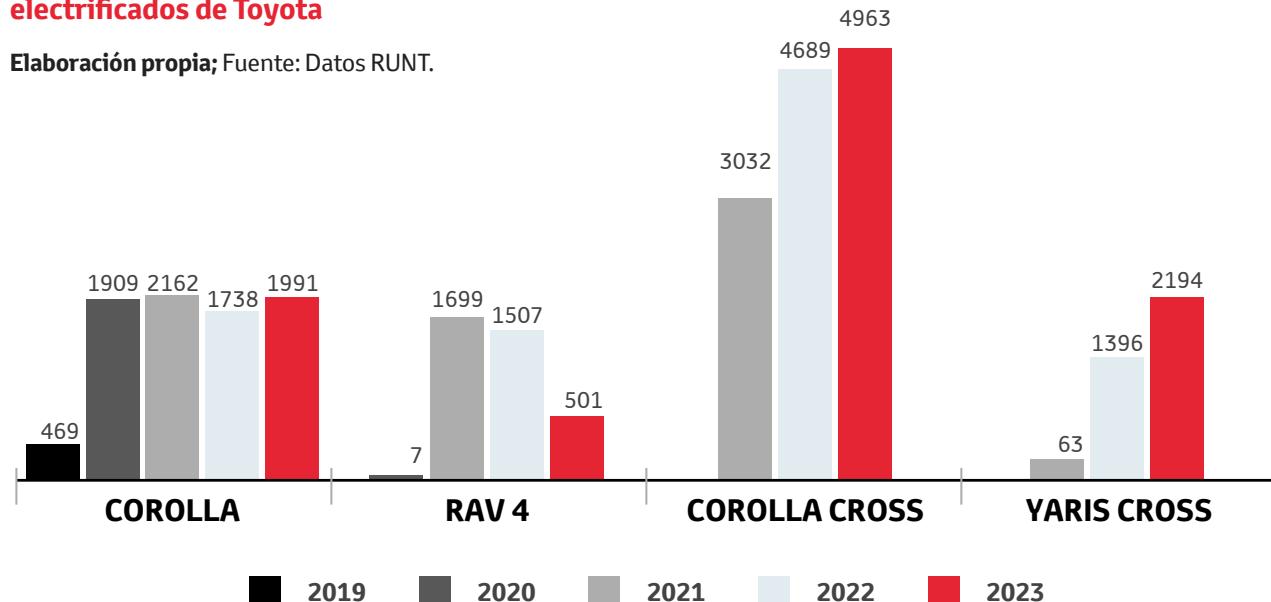


Se resalta la excelente labor para lograr estos resultados por parte del equipo de planeación comercial, su gestión de planeación de producto, análisis de mercado, definición de precios y sobre todo homologación, el trabajo del gerente de relaciones gubernamentales y el equipo de ventas.

Algunos datos para destacar de la marca en su portafolio híbrido del año 2023 son: Corolla Cross HEV contó con una participación del 15,7% y 4.963, Yaris Cross HEV de 6,9% y 2.194 matrículas, Corolla Sedan HEV de 6,3% y 1.991 matrículas, RAV4 HEV de 1,6% y 501 matrículas y otros equivale al 0,4% con 127 matrículas en el mercado total de vehículos electrificados.

Evolución de los modelos electrificados de Toyota

Elaboración propia; Fuente: Datos RUNT.



Por otra parte, en cuanto a las matrículas de vehículos en **Toyota Colombia** con motor a combustión, en total para el año 2023 con Diesel fueron 10.889 con el 41,9% del total de matrículas y los vehículos de gasolina fueron 5.291 con el 20,4%. Se introdujeron vehículos enfocados en disminuir el nivel de emisiones bajo el estándar de euro 6 en los modelos Land Cruiser 300, Prado, Fortuner y Hilux, considerando el cuidado del medio ambiente y siguiendo la regulación colombiana frente a los vehículos Diesel.

Para el año 2023, Toyota matriculó 10.503 unidades con la reglamentación Diesel euro 6 representando el 40,5% del total de matrículas. Estas cifras demuestran el gran compromiso con el medio ambiente al tener la mayor parte de su flota enfocada al nuevo estándar. Los modelos que mayoritariamente se registraron bajo esta regulación de emisiones son: Hilux, Fortuner, Prado y Land Cruiser 300 respectivamente.

A continuación, se discrimina la cantidad de vehículos matriculados por modelo y país de origen:

Matrículas por modelo y origen

FUENTE	MODELO	MOTORIZACIÓN	MATRICULAS
 Brasil	Yaris	Gasolina 1.5L	1.062
		Gasolina 2.0L	183
	Corolla	Híbrido Gasolina 1.8L	1991
		Gasolina 2.0L	835
	Corolla Cross	Híbrido Gasolina 1.8L	4.963
 Argentina	Hilux	Gasolina 2.7L	379
		Gasolina 4.0L	123
		Diésel 2.4L + Turbo	3.295
		Diésel 2.8L + Turbo	1.631
	Fortuner	Gasolina 2.7L	373
		Diésel 2.4L + Turbo	2.539
		Diésel 2.8L + Turbo	886
 Francia	Yaris Cross	Híbrido Gasolina 1.5L	2.194
	GR Yaris	Gasolina 1.6L + Turbo	19
	LC70	Gasolina 4.0L	196
		Gasolina 2.5L	146
		Híbrido Gasolina 2.5L	501
		PHEV 2.5L	0
	FJ Cruiser	Gasolina 4.0L	82
	4Runner	Gasolina 4.0L	1.139
	Prado	Gasolina 4.0L	360
		Diésel 2.8L + Turbo	2.442
 Japón	Land Cruiser 300	Gasolina 3.4L + Turbo	352
		Diésel 3.3L + Turbo	82
	BZ4X	Eléctrico	5
	Tundra	Gasolina 3.4L + Turbo	21
		Híbrido Gasolina 3.4L + Turbo	34
	Others		123
	TTL		25.956

En resumen, el año 2023 fue un año de éxito y logros sobresalientes para **Toyota** en Colombia. Con un récord histórico de matrículas, un liderazgo destacado en el mercado de vehículos híbridos y un equipo dedicado de profesionales. Toyota demostró una vez más su posición como un líder indiscutible en la industria automotriz colombiana. Mirando hacia el futuro, la empresa sigue comprometida con la excelencia, la innovación y la creación de valor para sus clientes y la sociedad en su conjunto.

En el 2023, el **segmento de electrificados en Colombia** con mayor cantidad de matrículas fue el de vehículos **híbridos eléctricos (HEV)**, continuando con híbridos eléctricos ligeros (MHEV), seguido de eléctricos (BEV) y finalmente híbridos enchufables (PHEV). Toyotase posicionó en primer lugar en este segmento y tuvo una participación del 30,9% respecto al total. Estos resultados nos muestran la tendencia actual de aumento y preferencia de los consumidores por alternativas más sostenibles, alineados con la visión de Toyota en Colombia.

En cuanto a las ventas de vehículos con motor a combustión, el total de matrículas para el año 2023 con Diesel fueron 10.889 y los vehículos de gasolina fueron 5.291 con el 20,4% del total de matrículas. ATC introdujo tecnologías Toyota enfocadas a disminuir el nivel de emisiones

bajo el estándar de **Euro 6** en los modelos Land Cruiser Prado, Fortuner y Hilux, teniendo en cuenta la regulación colombiana frente a los vehículos Diesel.

Todos estos logros y éxitos obtenidos en el 2023 no habrían sido posibles sin el arduo trabajo en equipo de todas las áreas de la empresa. Es necesario destacar el esfuerzo y la dedicación del equipo de mercadeo, de coordinadores de zona y al área de logística. Estos profesionales desempeñan un papel fundamental en el desarrollo y la ejecución de las estrategias de ventas de la compañía, gestionando asignaciones, supervisando la facturación y brindando apoyo en el seguimiento de los indicadores clave de rendimiento (KPI's). El equipo de logística se esforzó en garantizar la entrega de los vehículos a cada uno de los concesionarios miembros de la Red. Se les brinda un especial reconocimiento en este informe **por su compromiso con la mejora continua** y por ser una empresa que siempre va por más.



Lanzamientos realizados en el 2023:

Hilux GR-S IV

realizado en el marco de la Expedición Toyota 2023



Hilux Cargomax

realizado en Agroexpo en Corferias

Tundra

realizada en el Salón Internacional del Automóvil



Fortuner Black Edition

en el Salón Internacional del Automóvil

Land Cruiser 79

en el Salón Internacional del Automóvil



GAZOO Racing

GAZOO Racing es la línea de motorsports que busca el desarrollo de la más exigente tecnología capaz de rendir en exigentes competencias automovilísticas. Es así como busca brindar una experiencia de conducción más emocionante para los clientes amantes de la velocidad, la adrenalina y un estilo de conducción más deportivo.

Es por esto que en el año 2023 en el marco de la expedición Toyota del 2023 tuvimos la oportunidad de realizar el lanzamiento de la Hilux GR-S IV.

Por otro lado, durante mayo se tuvo la oportunidad de invitar a periodistas Colombianos del sector automotriz a la carrera de hasta cuatro horas en el circuito de Indianapolis Speedway de la Asociación Internacional del Deporte Motor (IMSA por sus siglas en inglés) para experimentar la carrera con el piloto Colombiano Thomás Steuer en un GR (GAZOO Racing) Supra GT4 en la categoría Grand Sport, GS o GT4.



De igual manera se continúa con la comercialización de los modelos:

- GR Yaris
- Corolla GR -S
- Corolla Cross GR -S
- Hilux GR -S
- Fortuner GR-S
- Land Cruiser 300 GR -S



5.3

CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN Y LAS NORMATIVAS

Cumplimiento normas legales



5.4

DESEMPEÑO FINANCIERO

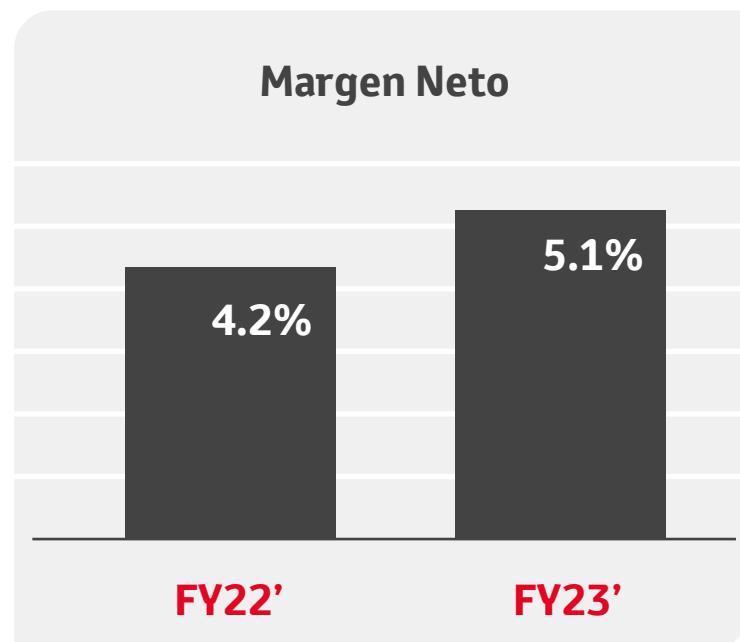
El 2023 fue sin duda un año desafiante para el sector automotor colombiano. Factores como la desaceleración económica, altas tasas de interés y un nivel de stock alto, causaron una caída del mercado colombiano de alrededor del 30% en unidades registradas. Sin embargo, en el caso de Toyota presentamos un aumento del 1,1% con relación al año anterior en este mismo rubro.

Principalmente, este crecimiento se da por el segmento de vehículos híbridos, que aumentó en un 3,4% para Toyota. Logrando

así, una participación en el mercado del 35,1% y representando un crecimiento del 1% con respecto al 2022. Pese a los obstáculos presentados, la compañía ha mostrado un buen desempeño no solo a nivel comercial, sino también en el ámbito financiero. Las cifras están expresadas en millones de pesos colombianos.

El buen manejo financiero se debe al arduo trabajo del equipo financiero, con el apoyo de las gerencias de contabilidad y de impuestos.

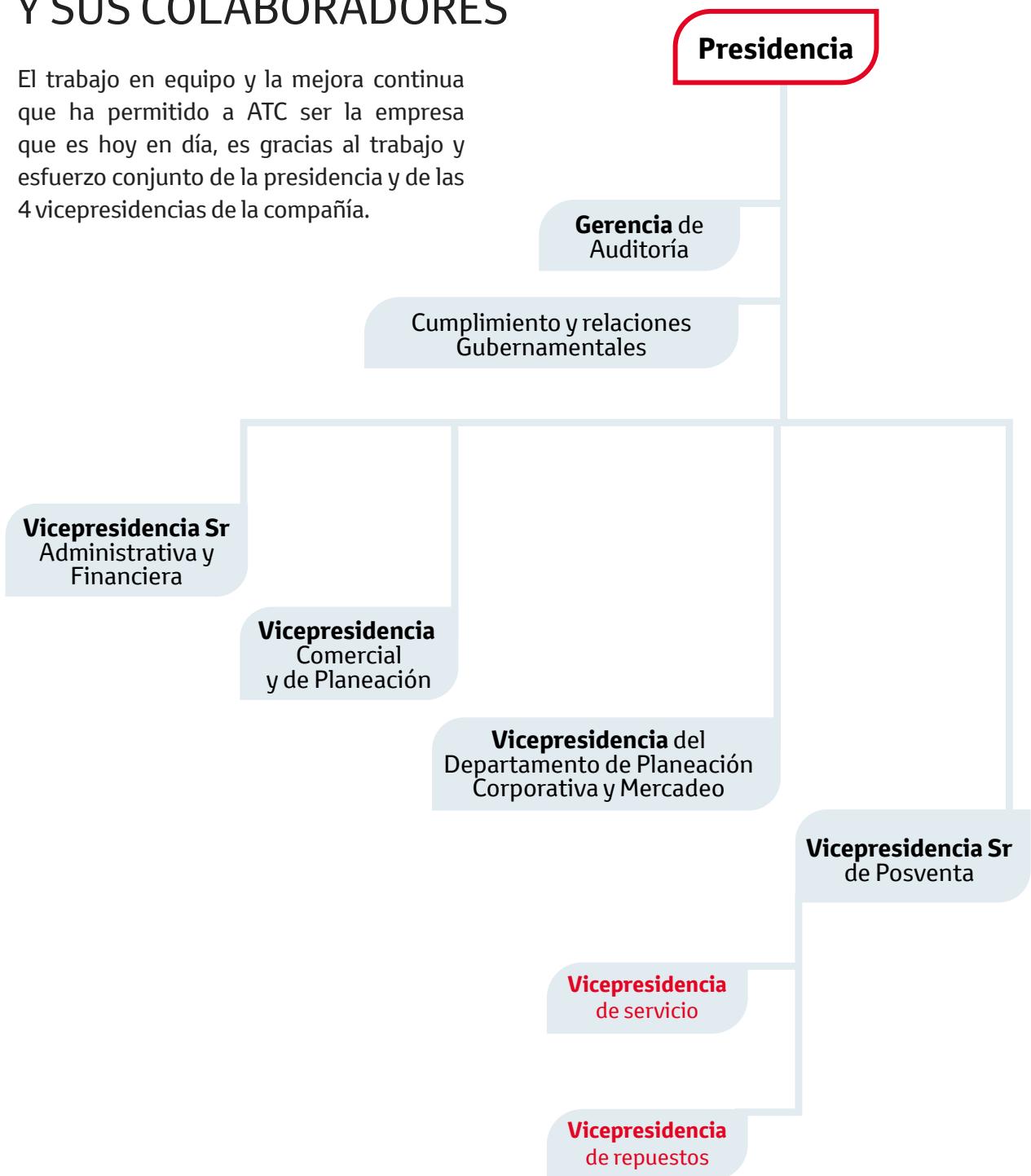
Gestión Financiera ATC 2023



5.5

ESTRUCTURA DE ATC Y SUS COLABORADORES

El trabajo en equipo y la mejora continua que ha permitido a ATC ser la empresa que es hoy en día, es gracias al trabajo y esfuerzo conjunto de la presidencia y de las 4 vicepresidencias de la compañía.



Vicepresidencia Sr Administrativa y Financiera:

Está a cargo de garantizar un debido funcionamiento de la compañía, a través de sus diferentes áreas: la administración de las instalaciones, planeación financiera, contabilidad, tesorería, impuestos, gestión humana y de calidad, el servicio de IT, el Call Center, la cadena de abastecimiento por parte de logística y el área jurídica. Además, se ocupa de la responsabilidad social empresarial.

Vicepresidencia Comercial y de Planeación:

Es la encargada de la planeación comercial, de producto, de precios y la introducción al mercado de nuevos negocios como KINTO que apoyen a la cadena de valor. Se encarga de las ventas, la administración y asignación de vehículos a la red de concesionarios Toyota. Dentro de sus funciones se encuentra el apoyo a la red de concesionarios para que tengan un integral conocimiento de la marca y sus productos. De igual manera apoya la retoma y venta de vehículos usados y acompaña a los concesionarios en alcanzar la excelencia en sus vitrinas, para la máxima comodidad y atención del cliente.

Vicepresidencia del Departamento de Planeación Corporativa y Mercadeo:

Está compuesta por la gerencia de mercadeo, encargada de crear la publicidad de la marca, su cadena de valor incluyendo los productos

de posventa, generar su difusión digital y física, mantener relaciones públicas con los medios de comunicación y grupos de interés, ejecutar eventos de la marca internos y para el público e implementar la estrategia digital de la compañía, garantizando la difusión de los mensajes de la compañía. Adicionalmente, maneja los temas referentes a la sostenibilidad, incluyendo el informe de sostenibilidad, la medición de la huella de carbono, implementación de proyectos, políticas y programas sostenibles con enfoque ambiental, social y de gobernanza. Vela por la implementación de la Guía EcOn en los concesionarios de la Red.

Vicepresidencia Sr de Posventa:

Conformada por las áreas de servicio y repuestos, se encarga de velar el servicio posventa y apoyo a la Red de Concesionarios Toyota. Vela por la formación técnica de acuerdo a los estándares de la marca Toyota en toda la red de concesionarios, además de estar pendientes de las campañas de servicio necesarias y de la atención a la red de concesionarios. Se encarga de planear la adquisición, el inventario y la distribución de repuestos, autopartes, accesorios y de toda la Boutique.

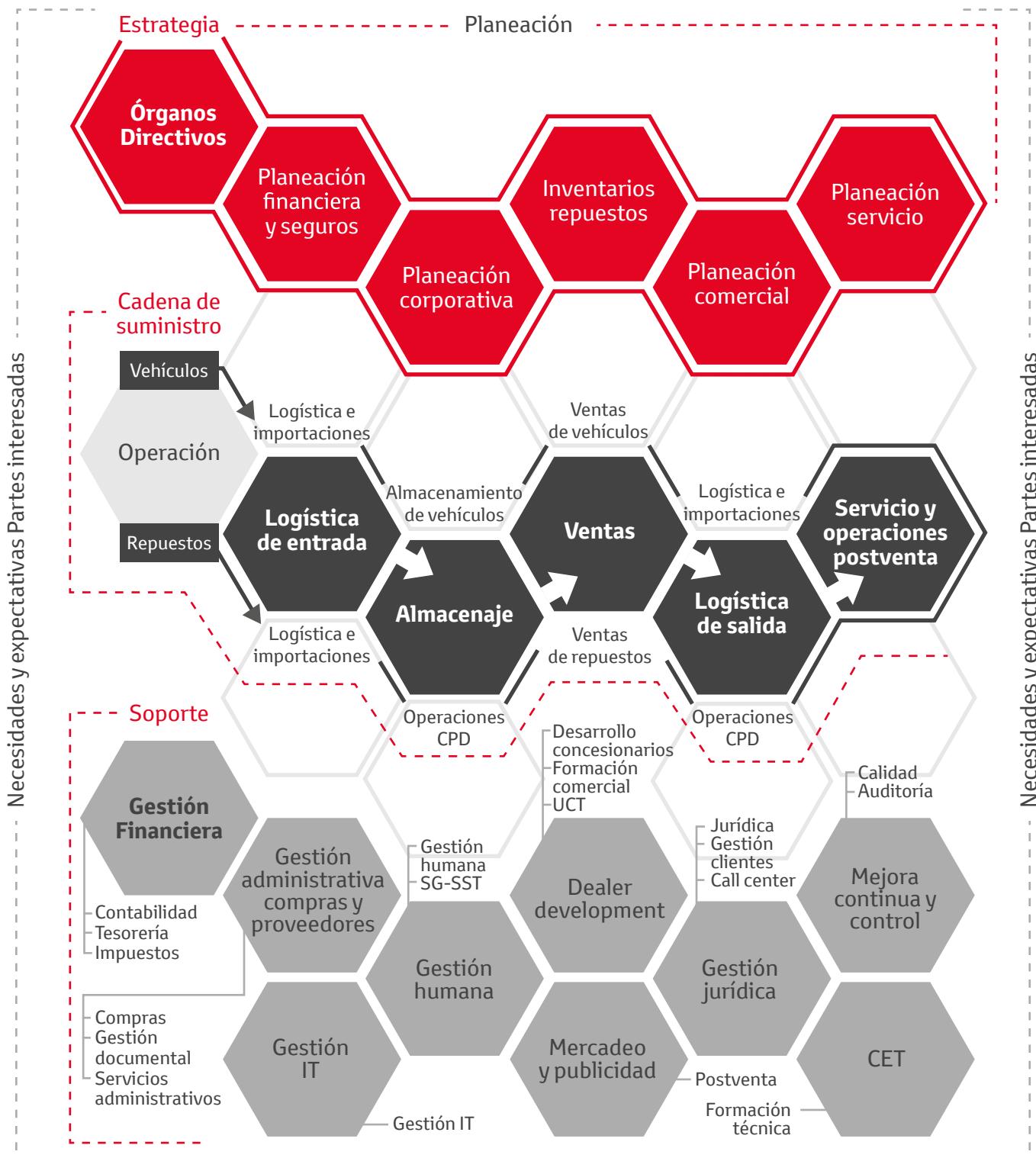
Todas las vicepresidencias de ATC han iniciado acciones para preservar el medio ambiente y promulgar la sostenibilidad en las diferentes actividades que realizan. Periódicamente los vicepresidentes se reúnen para exponer sus proyectos y dar a conocer sus iniciativas con el fin de trabajar en equipo en la ejecución de estos. Proyectos como el Bosque Toyota o el manejo de residuos son trabajados en equipo por todas las áreas a fin de ir generando una cultura ambiental al interior de la compañía.

Para ATC el cuidado del planeta es responsabilidad de todos.

Vicepresidencias y su compromiso con la Sostenibilidad

Transversal a toda la organización	Vicepresidencia Sr Administrativa y Financiera	Vicepresidencia Comercial y de Planeación	Vicepresidencia del Departamento de Planeación Corporativa y Mercadeo	Vicepresidencia Sr De Posventa
Gestión Ambiental	Iniciativa de proyectos de responsabilidad social como el bosque Toyota y la playa Toyota	Apoyo a las áreas en los proyectos ambientales. Lidera el posconsumo de llantas.	Es el encargado de la elaboración, medición de huella de carbono y de la estructuración de nuevos programas ambientales en la compañía	Planes de posconsumo de envases y empaque. Manejo de vertimientos y uso de recursos de forma optimizada con el fin de generar la menor cantidad de residuos. Instalación de paneles solares en la locación de ATC en Cota. Uso de flota eléctrica para envío de repuestos a la Red en Bogotá. Boutique Toyota con productos ecológicos.
Gestión Social	Proyectos de responsabilidad empresarial de movilidad con grupos de interés cercanos. Además de programas de bienestar con colaboradores como salud mental.	Creación de productos y campañas inclusivas capaces de dirigirse a todos los clientes	Programas y actividades de bienestar para los colaboradores, como charlas de equidad, mes de prevención del cáncer de seno y cáncer de próstata.	Creación de programas de formación a los colaboradores y clientes (Red de concesionarios), con el fin de cumplir con los estándares de servicio Toyota.
Gestión Económica	Crear proyectos que fomenten una cadena de valor sostenible.	Crear proyectos que fomenten una cadena de valor sostenible.	Buscar a través de diferentes proyectos y el bienestar de los grupos de interés.	Crear proyectos que fomenten una cadena de valor sostenible.

Mapa de procesos de ATC



5.6

COLABORADORES

ODS: 3, 4, 8, 11, 13, 15, 17.

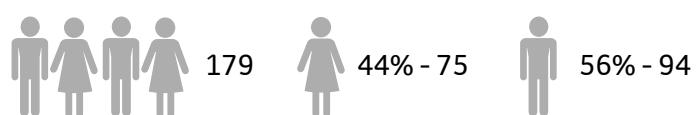
ATC fiel a su filosofía de marca pone como principio para todas las actuaciones con sus colaboradores el **Respeto por las personas** y su visión global de **Producir felicidad**; por esto cada una de sus acciones está encaminada a crear y mantener un entorno de trabajo agradable en donde todos sean bienvenidos y sus diferencias sean aceptadas y respetadas, así como un entorno saludable y seguro. ¡ATC busca que el aporte de cada individuo redunde positivamente en el resultado de la compañía, y del equipo!

¿Quiénes somos?

El equipo Toyota está conformado por 179 personas distribuidas en 4 vicepresidencias y se busca que desde el proceso de reclutamiento y selección sus cualidades y habilidades sean resaltadas, así como en el giro ordinario del negocio a través de diferentes programas de formación, desarrollo y bienestar.

Algunos datos importantes sobre los colaboradores Toyota:

Contratación por género



	2022	2023		2022	2023
Directos	99	94	Hombres	70	75
			Mujeres		



	2022	2023		2022	2023
Indirectos	5	3	Hombres	3	2
			Mujeres		



	2022	2023		2022	2023
Expatriados	4	4	Hombres	2	2
			Mujeres		



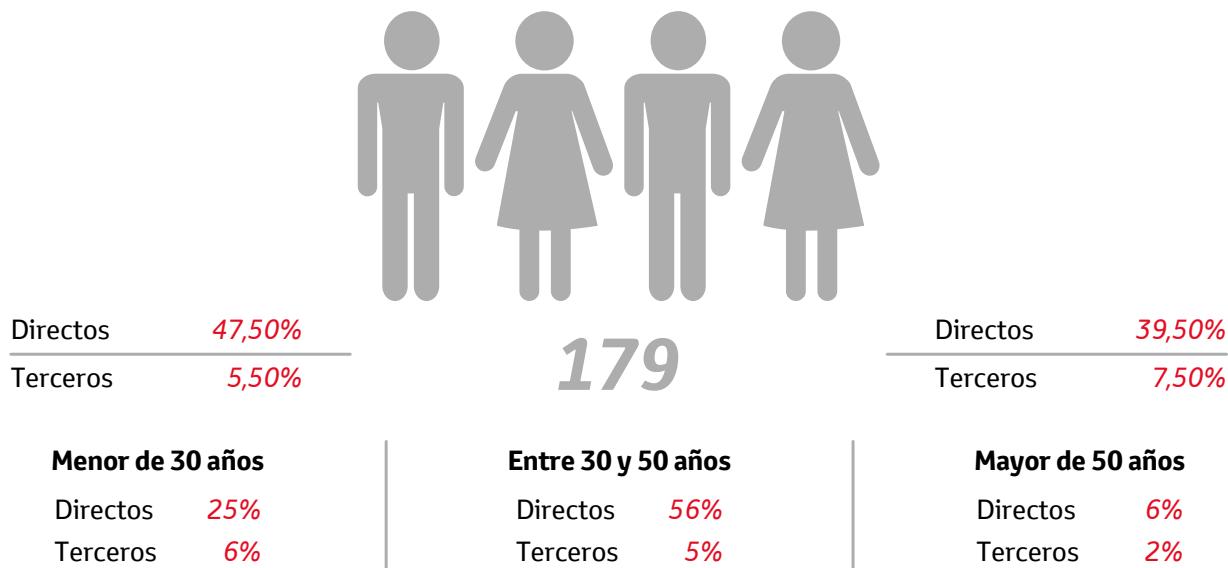
	2022	2023		2022	2023
Practicantes	3	3	Hombres	3	4
			Mujeres		

Para Toyota es motivo de orgullo saber que, en un negocio históricamente masculino, la compañía cuenta con una proporción balanceada de género y que cada día el negocio es más atractivo para las mujeres.

La compañía cree en el trabajo justo y digno por eso los trabajadores directos cuentan con contratos indefinidos que les garantizan

todas las protecciones de ley; sin embargo, el equipo no sería el mismo sin la colaboración de los empleados tercerizados (Conductores, Servicios generales y Personal temporal) a cuyos empleadores exigimos el mismo trato para su personal que nosotros ofrecemos; hoy, el 13% de los colaboradores son terceros; la distribución del equipo por categoría laboral, género y edad puede observarse en la siguiente tabla.

Categoría laboral por edad y género



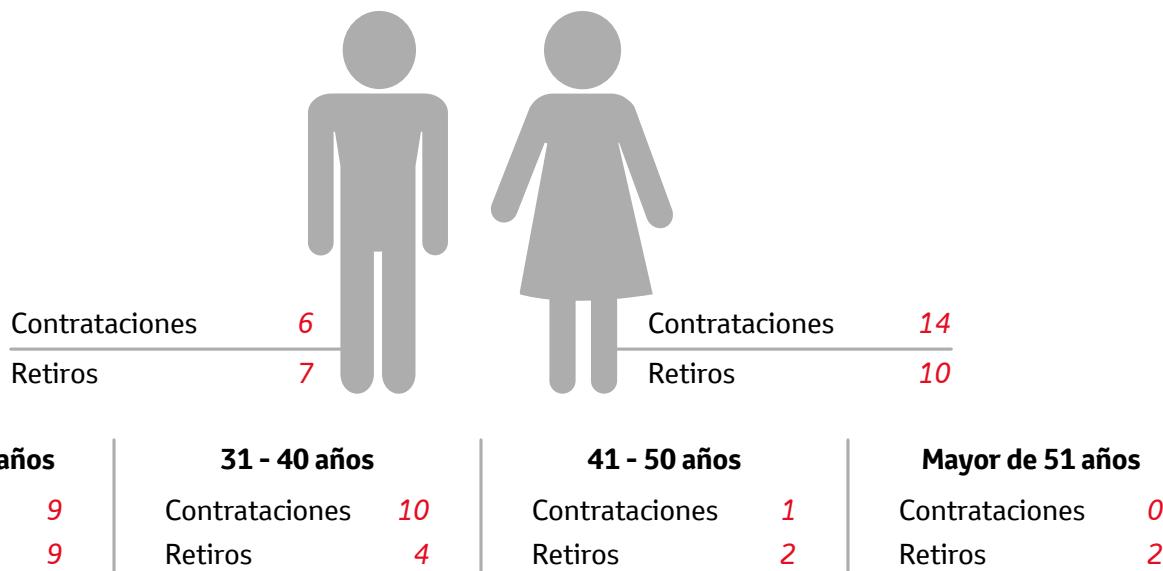
Rotación

Una de las principales fortalezas como compañía es la retención de personal y la estabilidad de su gente; si bien el negocio continúa creciendo y mejorando, se enfrenta a fuertes competidores en el mercado, con condiciones laborales diferentes que podrían ser llamativas para el talento y el talento cuenta con cualidades que

son muy atractivas para el mercado; sin embargo, a lo largo de la historia de Toyota como marca en el país, se evidencian índices de rotación muy bajos.

Para el año 2023 el índice de rotación fue de 2,48%

A continuación, un detalle de las contrataciones y retiros por edad y género durante el año de reporte:



Ubicación de ATC

La operación está centralizada en Cundinamarca y dos sedes o instalaciones en donde los empleados pueden gozar de espacios colaborativos, las sedes se encuentran específicamente en la ciudad de Bogotá y en el municipio de Cota.

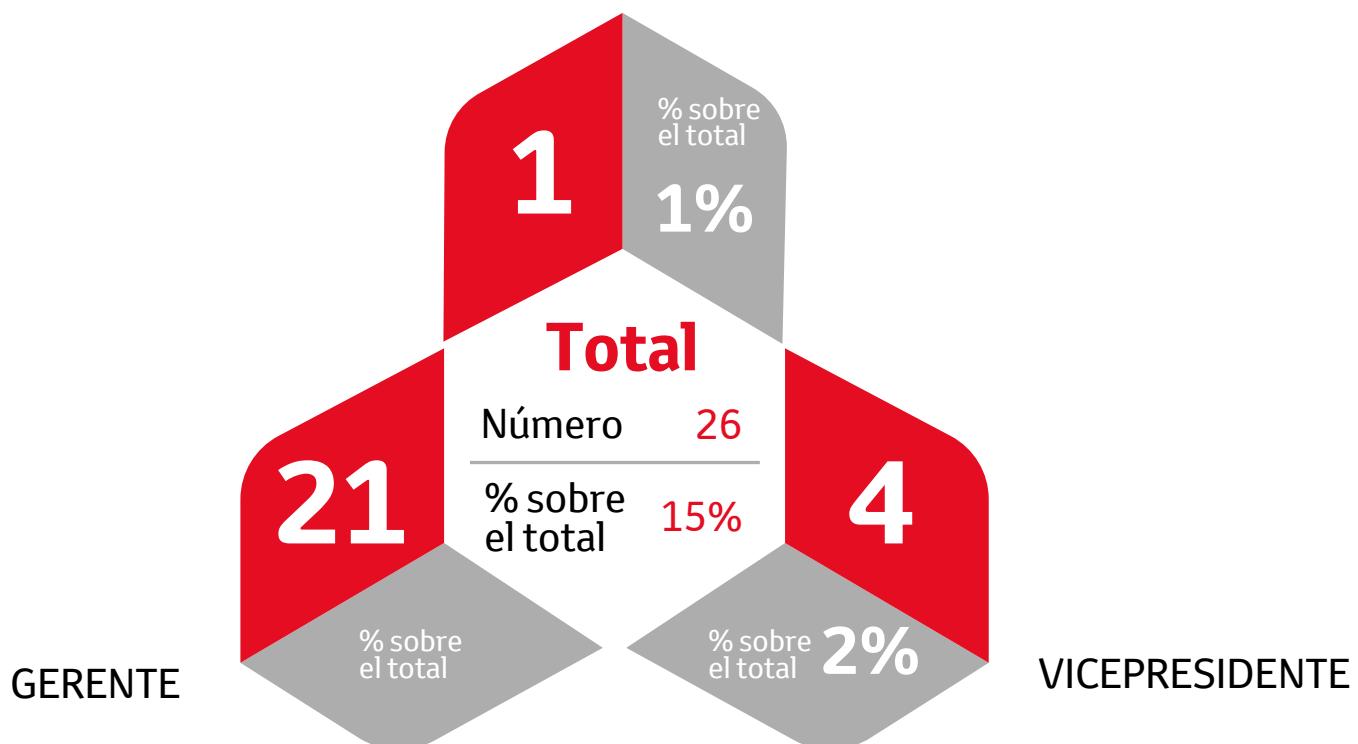


Líderes Toyota

ATC define altos ejecutivos como aquellos colaboradores que ocupan posiciones con toma de decisiones estratégicas y liderazgo de equipos y son en quienes confiamos el crecimiento del negocio.

ALTA GERENCIA EN ATC

PRESIDENTE



De estas 26 posiciones se cuenta con dos talentos extranjeros; el presidente y su coordinadora ejecutiva, que representan un 3,8% de la población organizacional.

5.6.1

COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS:

En ATC se resalta el esfuerzo por hacer que todo el personal se sienta bien remunerado en concordancia a las funciones que desempeña y el mercado; conscientes además de las brechas salariales existentes en el país, se ha trabajado durante los últimos 5 años para que la compensación sea lo más justa y equitativa posible.

Anualmente ATC lleva a cabo el proceso de establecimiento de nuevos salarios para sus empleados, teniendo siempre en cuenta el aumento del salario mínimo decretado

por el gobierno y el IPC acumulado del año inmediatamente anterior. Con estos datos se establece una media de aumento general en la compañía para garantizar que las medidas macroeconómicas del país no afecten el poder adquisitivo ni la calidad de vida de sus empleados.

Adicional se realiza un análisis comparativo por nivel jerárquico y se establece el aumento de cada persona asegurando el mantenimiento o cierre de brecha por nivel sin tener diferencias entre los salarios femeninos y masculinos.



Beneficios:

La compañía cuenta con diversos beneficios para sus empleados y sigue trabajando para que cada día estén más cerca a los esquemas de beneficios

del mercado y la competencia. A través de estos Toyota busca mejorar la calidad de vida de los trabajadores, motivarlos y retener talento.

Algunos de los beneficios:



Diplomados y Cursos
a la medida con las mejores
Universidades del país



Escuelas
de Inglés



Transporte
desde y hacia la oficina



Home Office



Regalos
en fechas especiales
y fin de año



Descuento
en compra de vehículos
de la marca



Renting
Arrendamiento de
vehículos



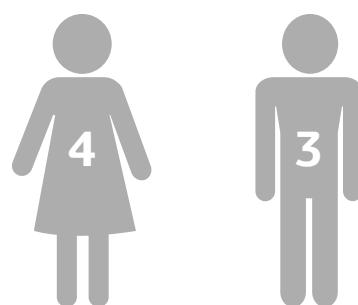
Precios especiales
en productos de la marca -
Boutique Toyota

Permiso Parental

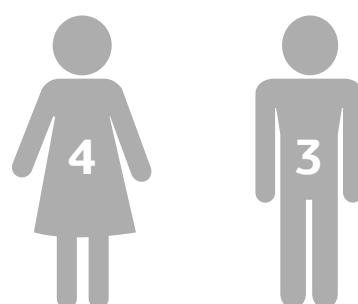
Adicionalmente y comprometidos con el cumplimiento de las normas laborales en Colombia, todos los empleados en Toyota, gozan de diferentes beneficios legales como las Licencias de Maternidad y Paternidad; a continuación, un detalle de los empleados que gozaron de esta licencia durante el año de reporte:

Licencias de paternidad y maternidad

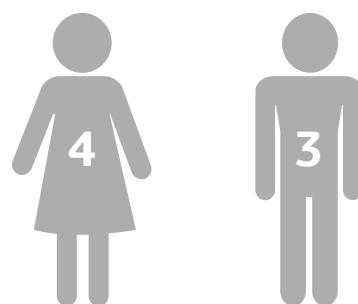
Cantidad total de empleados que ha tenido derecho al permiso parental por género



Cantidad total de empleados que se han acogido derecho al permiso parental



Cantidad total de empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental



*A cierre de 2023 todos los empleados que contaron con el permiso parental siguen vinculados a ATC

5.6.2

FORMACIÓN Y DESARROLLO

Anualmente y tras llevar a cabo el proceso de evaluación del desempeño del equipo, Gestión Humana y Calidad adelanta el proceso de diagnóstico de necesidades de capacitación, tendiente a mejorar las habilidades de cada uno de los colaboradores y desde luego con miras a seguir construyendo una organización de alto desempeño. Durante este proceso se analizan las oportunidades de mejora detectadas tras la Evaluación de competencias y se proponen diferentes formaciones para la mejora de habilidades tanto técnicas como blandas.

Formación General y en Seguridad

Para el año 2023 se lanzaron diferentes programas con los cuales se alcanzaron más de 38.000 horas de capacitación a empleados que estuvieron divididas en 5 ejes de Formación;

● Capacitación General:

Incluye capacitaciones técnicas y habilidades blandas.

● Formación en Inglés:

Formación en el idioma de acuerdo al marco común europeo.

● Sistema de Gestión BASC (Business Alliance for Secure Commerce):

Capacitaciones encaminadas al cumplimiento de los estándares BASC y a la mejora de la seguridad en la cadena de suministro.

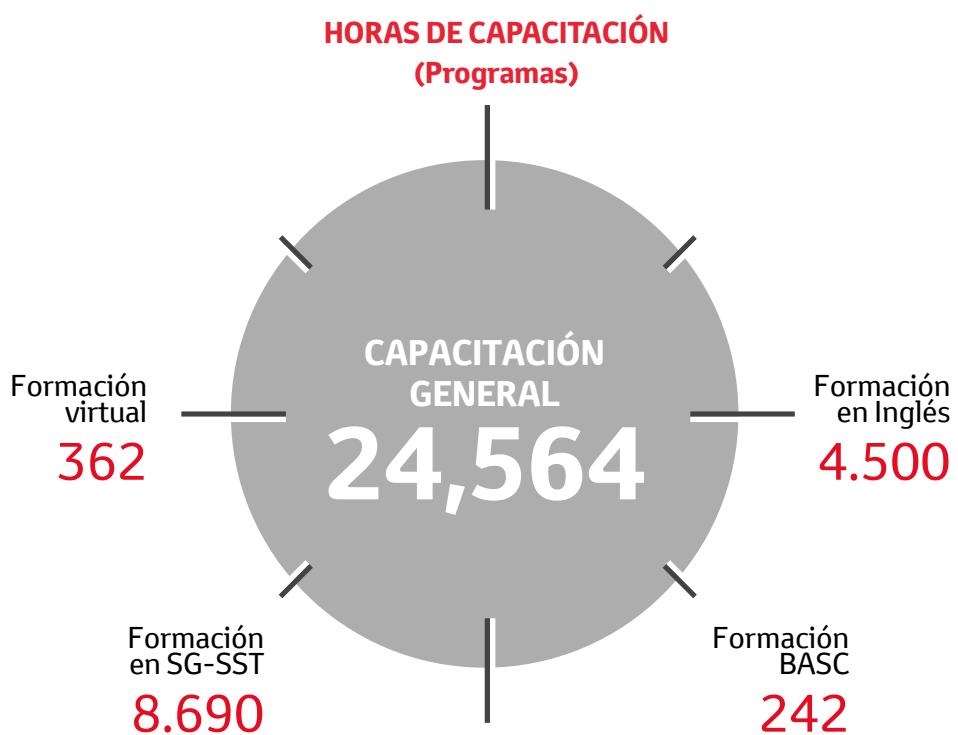
● SG-SST (Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo):

Capacitaciones para la seguridad, salud y bienestar de los colaboradores.

● Academia Toyota LMS (Learning Management System) de Toyota:

En donde todos los trabajadores pueden acceder a un catálogo de más de 1000 cursos para la mejora de sus habilidades personales y profesionales.





Formación Técnica y de la Marca

Adicional a lo anterior cada año los colaboradores tienen la oportunidad de participar de los programas de entrenamiento propios de la marca ofrecidos por las Gerencias de Formación Comercial y Formación Técnica que cuentan con diversos cursos de formación específica de la marca en producto y portafolio, novedades de producto, lanzamientos de producto, nuevas tecnologías, ciclo de ventas, cursos de cumplimiento entre otros.

Uno de los pilares más importantes para ATC es la formación en “Toyota Way” dedicado a impartir todo el conocimiento de Historia, Principios, Misión y Visión a todos los empleados directos (empleados Automotores Toyota Colombia) e indirectos (Red de Concesionarios, Agencias) de la marca. Adicionalmente, se realiza un simulacro de todo el proceso de TPS (Toyota Production System) con elementos de la fabricación de carros en miniatura. El objetivo es que todos vivan y conozcan el ADN de la compañía con los principios básicos del Respeto por las Personas y KAIZEN.

Transferencias Inter compañías e Instituto Toyota

El Programa ICT (Inter Company Transfer) tiene como propósito contribuir al desarrollo del capital humano regional y al equilibrio de la organización a través de un programa que consiste en asignaciones en otras “Toyotas” de la región con roles y responsabilidades específicas.

Los principales objetivos de este programa son:

- Desarrollar miembros enfocados en fortalecer talentos apuntando a la sostenibilidad de la organización.
- Transferencia de conocimiento/soporte técnico específico: Para promover la adquisición de habilidades, conocimientos y prácticas empresariales, mediante la reubicación de especialistas con conocimientos técnicos adecuados y basados sobre planificación organizacional.
- Promover la reubicación de miembros con el know-how requerido, priorizando el avance y continuidad de los proyectos de la empresa.

Cada año la compañía envía sus mejores talentos a vivir esta experiencia de formación durante al menos dos años; durante el 2023 estuvieron 2 colaboradores trabajando en TASA (Toyota de Argentina) y así mismo se recibieron para el mismo propósito a más de 5 ICT de la región.



5.6.3

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

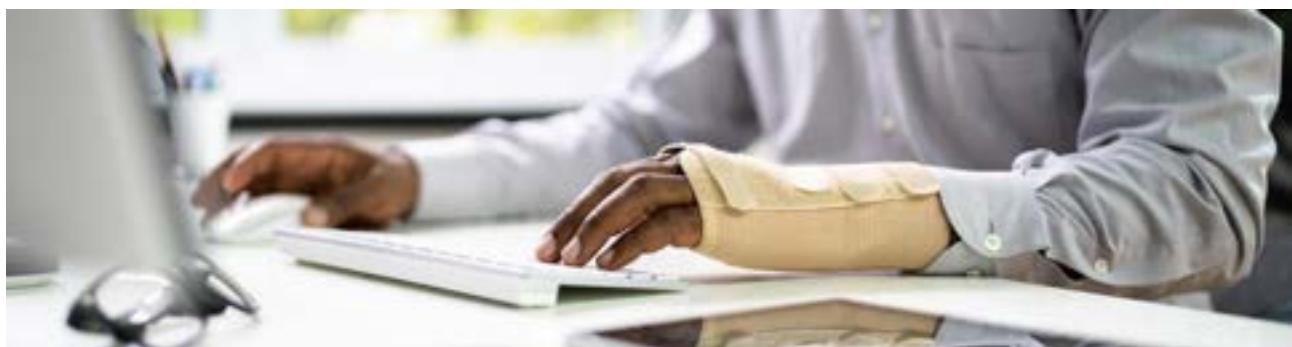
ATC ha establecido dentro de sus prioridades, la implementación y el desarrollo de un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo con miras a fortalecer esfuerzos a favor de la promoción de la calidad de vida laboral y su mejoramiento continuo, la prevención en general y todos aquellos daños que puedan generar un impacto negativo al medio ambiente y la comunidad en general. Su trabajo es garantizar un entorno laboral idóneo que además de cumplir con la reglamentación legal en materia laboral, sea capaz de brindar un espacio ameno para los trabajadores; ello es muestra de los compromisos con la sostenibilidad.

En el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST se da cumplimiento a la lista de chequeo del decreto 1072 y a los estándares mínimos de la Resolución 0312. Este sistema de gestión tiene como alcance a todos los trabajadores de ATC (en ambas sedes), incluyendo personal tercerizado y contratista.

Salud

Aunque ATC no presta ningún servicio de salud directamente, cuenta con un programa de vigilancia epidemiológica para mitigar los riesgos a los que se encuentran expuestos los trabajadores y adicionalmente se facilita el acceso a los servicios médicos y de cuidado de la salud a través de los siguientes programas:

- Programa de promoción y prevención en salud.
- Programa de concienciación y prevención de consumo de alcohol, drogas, tabaco y otras adicciones.
- Programa de vigilancia epidemiológica para la prevención de lesiones osteomusculares.
- Programa de vigilancia de riesgos psicosocial.



Así se lleva a cabo la aplicación de exámenes médicos de ingreso, periódicos y de retiro, con el fin de llevar un seguimiento del estado de salud de los trabajadores. Bajo ese contexto, la compañía mantiene un enfoque preventivo frente a los riesgos de seguridad y salud en el trabajo que puedan llegar a presentar y constantemente se desarrollan actividades tendientes a mitigar dichos riesgos tales como:

- Plan PAT (Pausas Activas Toyota).
- Talleres virtuales y presenciales de atención a la salud.
- Desarrollo de guías (Alimentos, postura).
- Publicación de tips y recomendaciones de salud.
- Campañas de salud específicas.
- Semana de la salud.
- Actividades extralaborales.

Identificación y notificación de Peligros

ATC realiza periódicamente seguimiento a los peligros a través de su “Matriz de peligros” y cuenta con el Procedimiento de Identificación de Peligros, cuyo objeto es Brindar a ATC una guía técnica y metodológica para la elaboración de la matriz de riesgos, con el fin de establecer un diagnóstico real de las condiciones laborales de los trabajadores en su ambiente de trabajo y las posibles alteraciones que estas pueden generar en la salud.

Los riesgos se actualizan de manera bianual o cuando sea requerido por fuertes cambios

estructurales; cada dos años los empleados responden una encuesta de identificación de peligros, lo que permite afianzar la matriz.

Dicha matriz también cuenta con una serie de indicadores con los que se hace seguimiento y son la vía para la implementación de acciones administrativas tales como planes de capacitación, reestructuraciones de puestos de trabajo y la reevaluación de colección de profesiogramas.



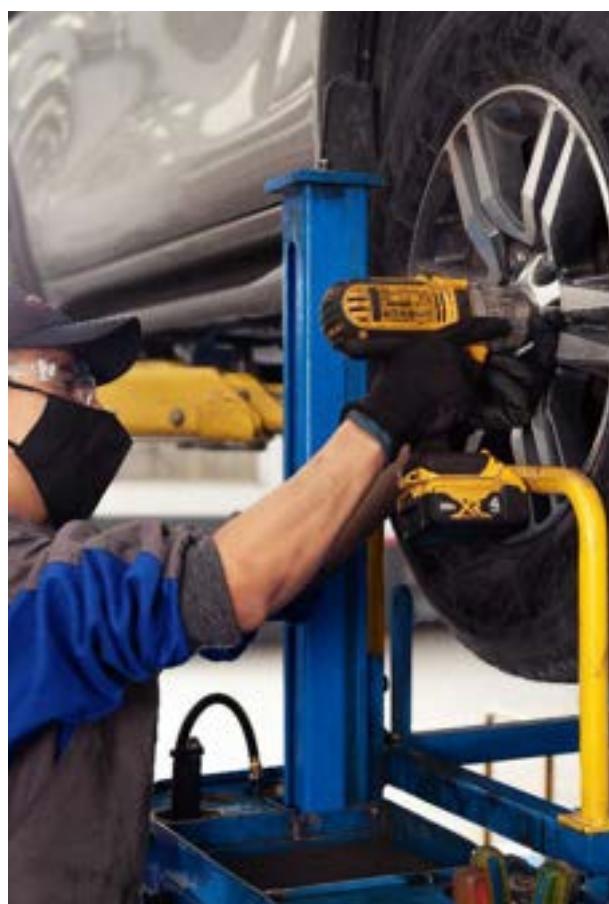
Se cuenta también con los siguientes documentos que permiten a los empleados realizar el proceso de notificación en caso de peligros o situaciones de peligro laborales:

- **Procedimiento De Notificación:** Reporte de enfermedad laboral e incidentes de trabajo con el fin de tomar acciones para mitigar las consecuencias de estos. Talleres virtuales y presenciales de atención a la salud.
- **Procedimiento de Investigación:** Reporte e investigación de accidentes de trabajo. El proceso que siguen los trabajadores que quieren notificar peligros o situaciones de peligro laborales, se describe en los documentos mencionados.



Accidentes de Trabajo y Enfermedades Laborales

Para el 2023 únicamente se presentaron dos accidentes de trabajo cuyas consecuencias fueron una fractura en brazo y una torcedura de tobillo. Las medidas que se proyectaron para la mitigación de riesgos en su mayoría son de jerarquía de administración como planes de capacitación y concientización. Algunos riesgos como osteomusculares son tratados por controles de jerarquía de ingeniería como remodelaciones de puestos de trabajo. Hasta la fecha, ATC no ha presentado enfermedades laborales diagnosticadas; lo que demuestra el compromiso con un ambiente de trabajo sano para los colaboradores.



5.6.4

BIENESTAR

ATC busca que sus colaboradores cuenten con un ambiente que promueva su bienestar, esto se logra a través de diferentes actividades y programas de salud y prevención, y desde luego de esparcimiento y diversión.

Algunos de los programas realizados durante el 2023

Salud mental: En el mes de la salud mental se desarrollaron diferentes actividades donde se promovió la importancia de la salud mental, aprender de situaciones actuales que generan o afectan la salud mental, como identificarlos y controlarnos.

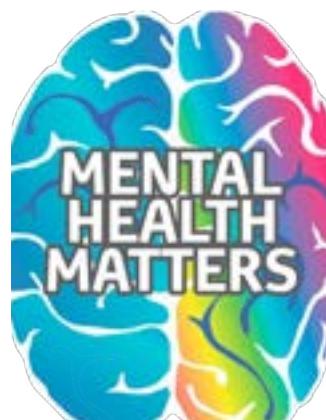
Actividad de prevención de cáncer de próstata: En septiembre se realizaron diversas charlas para conocer en detalle la naturaleza de esta enfermedad en donde participaron todos los colaboradores directos.

Actividades de prevención de cáncer de mama: Durante todo el mes de octubre ATC se vistió de rosa y realizaron actividades para conocer, prevenir y aprender acerca del cáncer de mama. Se realizaron charlas de prevención dictadas por una sobreviviente, además de la realización de exámenes a hombres y mujeres donde aprendieron a realizar el autoexamen.

Equidad de género: Con una charla y actividad en torno a esta se concientizo de la equidad de género y de la importancia del trabajo en equipo sin discriminación.

Otras actividades de Bienestar que realizadas en el año:

- Entrega de regalos de cumpleaños.
- Celebraciones especiales (Día del Padre, Madre, Niño, Dia de la mujer, entre otros).
- Actividades Outdoor para Team Building.
- Semana de la Salud.
- Celebración de Halloween.
- Celebración de Fin de año.



5.6.5

COMUNICACIÓN INTERNA

Con el fin de mantener un ambiente de transparencia y trabajo en equipo; ATC ha destinado diferentes canales de comunicación para sus empleados:

Publicaciones en Yammer:

Canal digital en donde las diferentes áreas pueden publicar novedades, requerimientos, noticias, etc.

Buenos días, Toyota:

Reunión que se realiza cada dos semanas donde las diferentes áreas de la compañía se conectan para reportar las novedades de las áreas.



Run Down:

Es la proyección de las futuras llegadas y ventas de los próximos 3 meses.

Sales Progress Update (SPU):

Proceso de seguimiento a las ventas del mes, estado actual, posibles acciones, forecast de cierre. Se analiza el estado de la cadena valor en cuanto a créditos, KPI's usados (trading, ventas, UCT), generación de leads, seguros y acciones de mercadeo.

Reuniones de Área:

En donde cada vicepresidente se reúne con todos sus gerentes para desplegar la estrategia e informaciones importantes a todos sus equipos y desde luego se actualiza el estatus de cada área; estas reuniones se llevan a cabo semanalmente.

Comité de Convivencia Laboral:

Su principal objetivo es prevenir las conductas de acoso laboral y atenderlas en caso de presentarse, a través de mecanismos alternativos de solución de conflictos en primer lugar

Línea ética:

Canal en donde tanto empleados como terceros pueden hacer sus denuncias en caso de que conozcan o presuman una situación que no esté acorde a los principios de la compañía.

5.7

GOBIERNO CORPORATIVO

ATC cuenta con tres órganos corporativos encargados de la dirección y administración de la sociedad los cuales son: la Asamblea de Accionistas, la Junta Directiva y el Comité Ejecutivo.

El órgano de gobierno encargado de la toma de decisiones referentes a los impactos económicos, supervisión de la gestión es la Junta Directiva.

Órganos Corporativos de ATC

	Asamblea de Accionistas	Junta Directiva	Comité Ejecutivo
Funciones	Modificación de estatutos, renovación del contrato de distribución y cualquier modificación sustancial a dicho contrato, decisión sobre la venta, decisiones sobre dividendos, colocación de acciones, o cambios en las reservas	Se reúne aproximadamente con una periodicidad trimestral trimestralmente con el fin de revisar los reportes, comerciales, de postventa, planeación corporativa y financieros presentados por la administración.	La administración y toma de decisiones estratégicas dentro de ATC, además podrá determinar las políticas generales frente al manejo de los concesionarios miembros de la Red Toyota.
Miembros	Conformada por los accionistas de la empresa.	conformada por cinco (5) miembros nombrados por parte de la asamblea de accionistas.	Dos miembros de la junta.
Comentarios	Hasta el momento, no se han adoptado medidas para incrementar los conocimientos de los miembros de la asamblea en temas de sostenibilidad.	Este órgano se reúne de forma trimestral con el fin de revisar informes y reportes financieros de ATC.	

Composición de la Junta Directiva de ATC

Por Sexo	Edad		Nacionalidad	
Hombres 80%	Entre Los 30 y 50 Años 40%	Mayores de 50 60%	Colombianos 60%	Extranjeros 40%
Mujeres 20%				

5.8

AFILIACIONES Y ASOCIACIONES

ATC ha identificado la necesidad de agremiarse con los demás competidores de la industria, esto con el fin de **(i)** hacer un continuo seguimiento a los cambios normativos y su posible afectación a la industria automotriz, **(ii)** actuar en conjunto, frente a las autoridades colombianas o frente a terceros para defender los intereses de los importadores automotrices y **(iii)** actuar mediante sinergias y camaradería para lograr intereses legítimos comunes. Bajo este escenario ATC es miembro de:

Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (Andemos)

ATC tiene participación en su Junta Directiva. ANDEMOS representa los intereses comunes de los importadores de vehículos en Colombia.

Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco)

ATC tiene participación en el Comité de Presidentes, máximo órgano de la cámara automotriz. FENALCO, es una entidad gremial de carácter permanente, sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio, de orientar, representar y proteger los intereses de los comerciantes, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país.

Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria (CCJ)

ATC tiene participación en su Junta Directiva. Al ser una empresa que comercializa ciertos productos de origen Japonés, hace parte de la CCJ una organización privada, con vocación binacional, sin ánimo de lucro y de carácter permanente, con el propósito de apoyar la consolidación de las relaciones bilaterales de Colombia y Japón, así como, para apoyar, impulsar y velar por los intereses de la inversión comercial, cultural y general de integración bilateral entre Colombia y Japón.



5.9

RECONOCIMIENTOS

En el 2023 ATC fue reconocida por su destacada reputación corporativa en Latinoamérica.



MERCO EMPRESA:

ATC para esta ocasión ocupó el puesto 32 en el ranking general escalando 3 posiciones más en comparación del año 2022 y el primer lugar en el ranking de empresas del sector automotor.

MERCO ESG E (Environment):

ATC ocupó el puesto 25 en esta categoría.

MERCO ESG G (Gobernanza):

ATC ocupó el puesto 28 en esta categoría escalando 7 puestos con relación al año anterior.

Estos reconocimientos son testimonio del esfuerzo por el bienestar y la calidad de vida de los empleados como pilar de la estrategia empresarial.

PREMIOS VÍA:

en su 9na edición de Premios VÍA 2023 se otorgan reconocimientos en la industria automotriz en Colombia, destacando diferentes aspectos de los vehículos y siendo una referencia para los consumidores a la hora de elegir un vehículo. ATC recibió tres galardones importantes:

- Mejor costo de reparación, otorgado al modelo Toyota Hilux
- Mejor equipamiento de seguridad destacando los modelos Toyota RAV4.
- Mejor equipamiento de seguridad destacando los modelos Toyota Hilux.

Estos premios reflejan el continuo esfuerzo de ATC por ofrecer productos de alta calidad y seguridad para sus clientes.



5.10

DESARROLLO TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN

En un mundo cada vez más interconectado y digitalizado, la ciberseguridad se ha vuelto un componente fundamental en la cadena de valor de ATC, tanto para garantizar como para ofrecer el mejor servicio a la Red de Concesionarios y a los clientes finales. Por lo tanto, para ATC es de suma importancia promover la ciberseguridad.

Con el inicio de la pandemia los esfuerzos se orientaron más hacia el mundo digital y a las conexiones externas, por esta razón se vio la necesidad de desarrollar un programa para lograr el aseguramiento tecnológico desde sitios remotos de trabajo. Bajo ese contexto

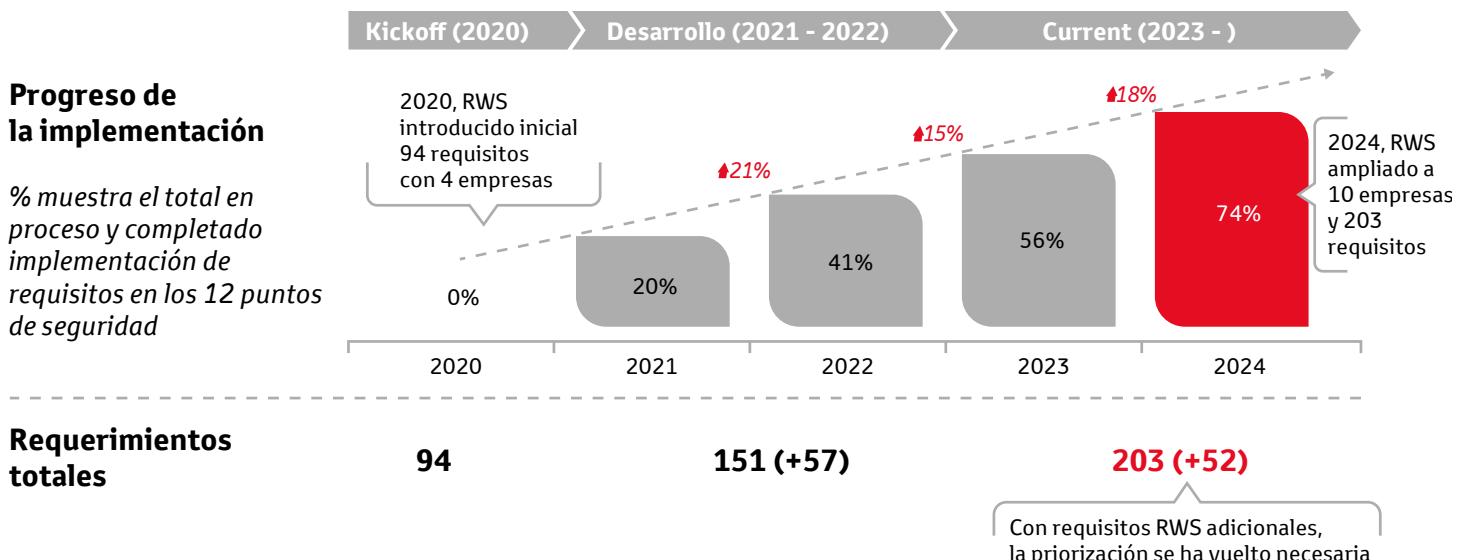
y por los lineamientos de marca de Toyota a nivel global, se desarrolla el primer estándar de seguridad con 97 controles de los cuales 16 fueron pilar para asegurar la información, la marca y los clientes. A través de estos cuatro años se han ido robusteciendo los controles para mitigar cualquier riesgo informático. Todo el trabajo de ciberseguridad va enfocado a proteger los activos digitales y garantizar la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información para la continuidad operativa, protección de los clientes y a la marca.

Dentro de la mejora continua hoy en día Toyota está desarrollando la implementación de medidas de seguridad para dar cumplimiento a los 203 controles solicitados, como parte de esta mejora la compañía ha anunciado el aumento de 57 controles para desarrollar durante 2024.



Condición Actual: Seguridad de Trabajo Remoto (RWS) -Progreso a la fecha.

La implementación de RWS continúa avanzando, incluso con el aumento de RWS requisitos y empresas adicionales



Compartiendo su experiencia en la implementación del Estándar de la Seguridad de la Información (ESI) Toyota ha transmitido este conocimiento con toda su red de concesionarios. Desde el año 2022 ha trabajado en conjunto con sus concesionarios para crear las bases y estándares de la ciberseguridad en estrecha alineación con los lineamientos globales dados por Toyota Motor Corporation. Así mismo, acompaña a los concesionarios a tener una postura de ciberseguridad robusta y empoderada, entendiendo que este es un trabajo continuo en el tiempo. Hoy en día el estándar ya se encuentra en su segunda fase de aplicación, la cual tiene una meta de culminación noviembre de 2025.

Innovación:

En el 2023 se inició el proceso de implementación de un ERP como oportunidad transformadora para muchos procesos de ATC. Este proceso, hace parte de la capacidad de adaptarse rápidamente para tomar decisiones informadas y operar con eficiencia es esencial para el éxito a largo plazo. Es en este contexto que SAP S/4HANA emerge como una herramienta poderosa que puede llevar a la empresa hacia un futuro de innovación y crecimiento sostenible paso a paso en la adopción completa de la herramienta. Este ERP, brinda una alta disponibilidad y una mayor seguridad de datos:

Nubes para almacenamiento de datos, que ofrecen medidas de seguridad avanzadas, como cifrado de datos, copias de seguridad automáticas y controles de acceso, lo que ayuda a proteger los datos empresariales contra amenazas ciberneticas.



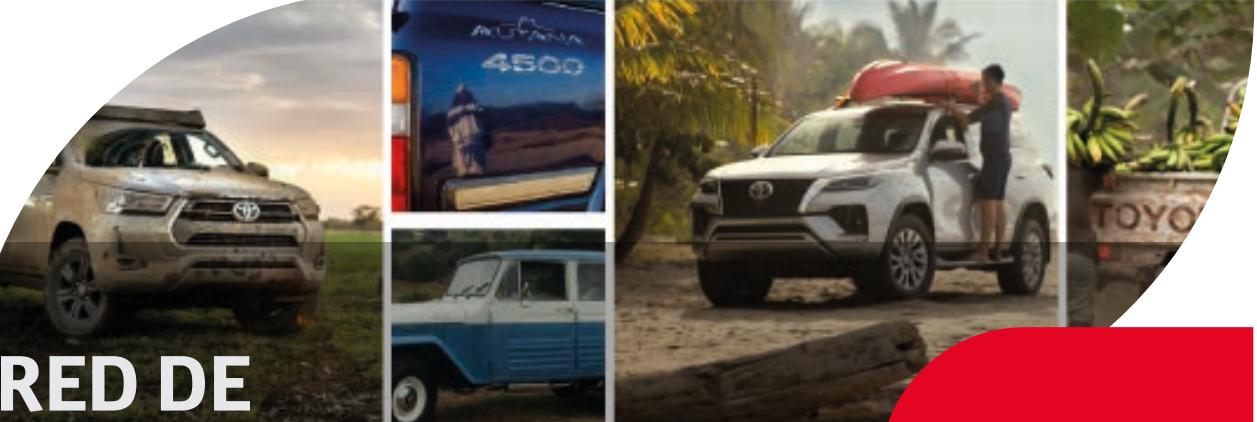
Adicionalmente, una de los grandes aportes del proveedor de la ERP seleccionada, tiene un compromiso de Net Zero en 2030, por lo que la energía usada para el funcionamiento de sus servicios, son alimentados por electricidad 100% renovable, por lo cual la huella de carbono es muy baja.

Bajo el contexto de la innovación y crecimiento sostenible, llega a ATC Salesforce un sistema de CRM para el relacionamiento 360° de los clientes. Su objetivo es adaptarse a diferentes áreas y negocios de manera personalizada para suplir las necesidades de cada compañía.

A través de su implementación, Salesforce llegó a ATC apodado con el nombre "KUMO" con tres nubes específicas: Sales Cloud (CRM), Experience Cloud (plataforma de ingreso de datos para la fuerza comercial) y Marketing Cloud (programa de integración del marketing con las bases de datos del CRM).

Esta implementación se hizo con la finalidad de estandarizar en su primera fase el proceso comercial de vehículos nuevos de los 23 concesionarios y 46 vitrinas comerciales, para luego extenderse adaptarse al negocio en sus siguientes fases a las demás líneas de negocio de la compañía: Usados, Posventa, Boutique, Toyota Financial Services, Seguros, etc.

En esta primera fase, la compañía ha logrado desarrollar en KUMO una herramienta que permite automatizar y optimizar el proceso de ventas; iniciando desde la generación de leads hasta el cierre de los negocios, mediante funciones como seguimiento de oportunidades, gestión de prospectos y previsión de ventas. También permite gestionar las relaciones con los clientes, mejorar la eficiencia operativa y aumentar la satisfacción del cliente. Más adelante se explicará la aplicación y funcionamiento de esta herramienta.



RED DE CONCESIONARIOS TOYOTA

6

-Contenidos GRI (2-29) (416-1) (416-2) -

Los concesionarios que integran la Red Toyota desempeñan un papel crucial en el negocio, siendo el principal cliente de ATC. A través de esta red se logra la comercialización de vehículos,

accesorios, partes y autopartes al cliente final, además de promover la fidelización mediante la satisfacción del cliente.

Composición de la Red de Concesionarios Toyota para el 2023



23



46



45

6.1

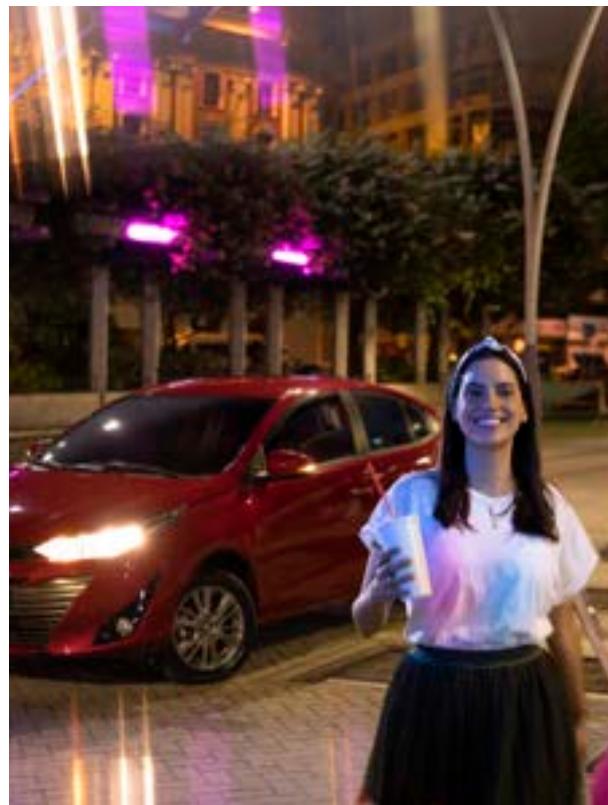
DESARROLLO DE RED Y ESTILO COMERCIAL TOYOTA (ECT)

El programa Estilo Comercial Toyota (ECT), tiene como objetivo principal garantizar la satisfacción de los clientes a través de la mejora continua y calidad del proceso de ventas en los concesionarios de la Red Toyota en Colombia. Con la implementación del ECT, se busca que los concesionarios se preparen para los retos del futuro, teniendo en cuenta los cambios en los hábitos de consumo, los canales de atención (medios digitales, presenciales y telefónicos) y la necesidad de las nuevas tecnologías en el mercado.

Basados en los principios del “TOYOTA WAY”, el propósito final de la compañía es obtener la mejor recompensa de los clientes: la sonrisa. Satisfacción que no solo permite asegurar su lealtad, sino también atraer a nuevos clientes y, como consecuencia, una mejor rentabilidad y optimización de las operaciones.

Al implementar el Estilo Comercial Toyota de manera conjunta, se logra un crecimiento sostenible del negocio.

La implementación del ECT se refiere a un modelo de administración de procesos similar al del Toyota Production System (TPS). Involucra el cumplimiento de 5 categorías, las cuales, al ser desarrolladas de forma correcta, le permiten al concesionario:



Administrar productivamente la definición y aplicación de sus procesos comerciales.

Analizar los resultados obtenidos y realizar ajustes que resulten en mejorar la productividad, la eficiencia y una mayor satisfacción de Clientes.

¿Cómo está compuesto el ECT?



Plan Desarrollo Concesionarios (PDC)

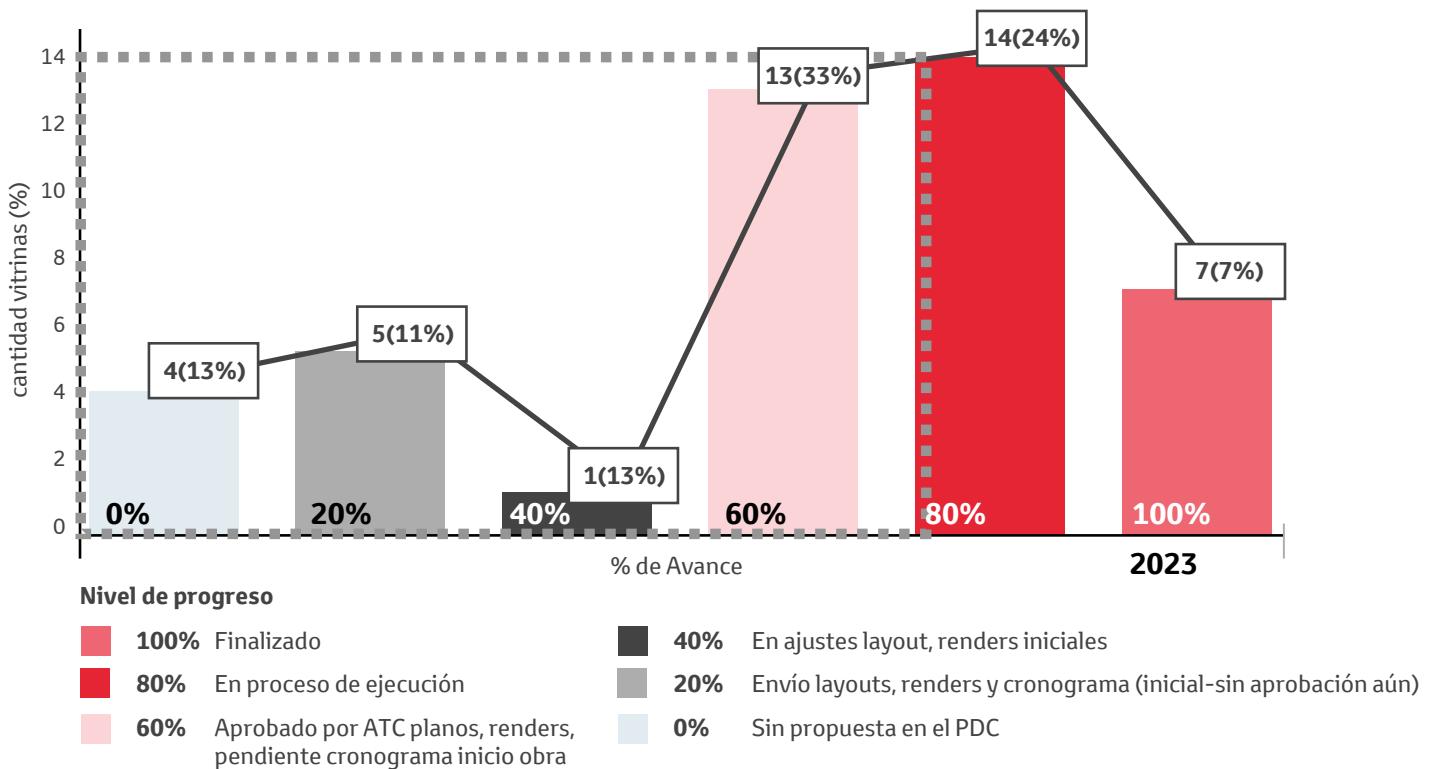
Gracias a la gestión frente a la implementación del PDC a lo largo del 2023, se evidenciaron grandes desarrollos y avances en la mejora de las instalaciones de la red.

Cabe destacar la labor de los 7 concesionarios que lograron completar al 100% su PDC para el año 2023, lo que confirma que trabajando juntos, se puede alcanzar aún más en este proceso.

Más de la mitad de los concesionarios de la red, alcanzaron un avance superior al **60%** de ejecución del plan.



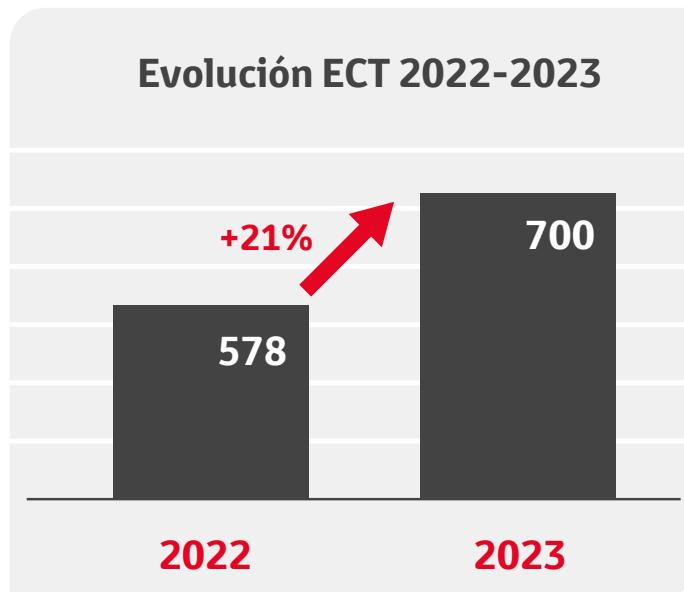
Estado PDC RED ATC - 2023



Finalizado el año 2023, el Programa de Estilo Comercial Toyota tuvo grandes logros donde en sinergia con el programa de PDC, mejoró la atención y profesionalismo de la fuerza de ventas, instalaciones comerciales y manejo de indicadores, entre otras. Todos estos logros y avances no hubieran sido posibles sin el esfuerzo y colaboración del equipo de desarrollo de red por su constante apoyo y trabajo en equipo con la red de concesionarios.

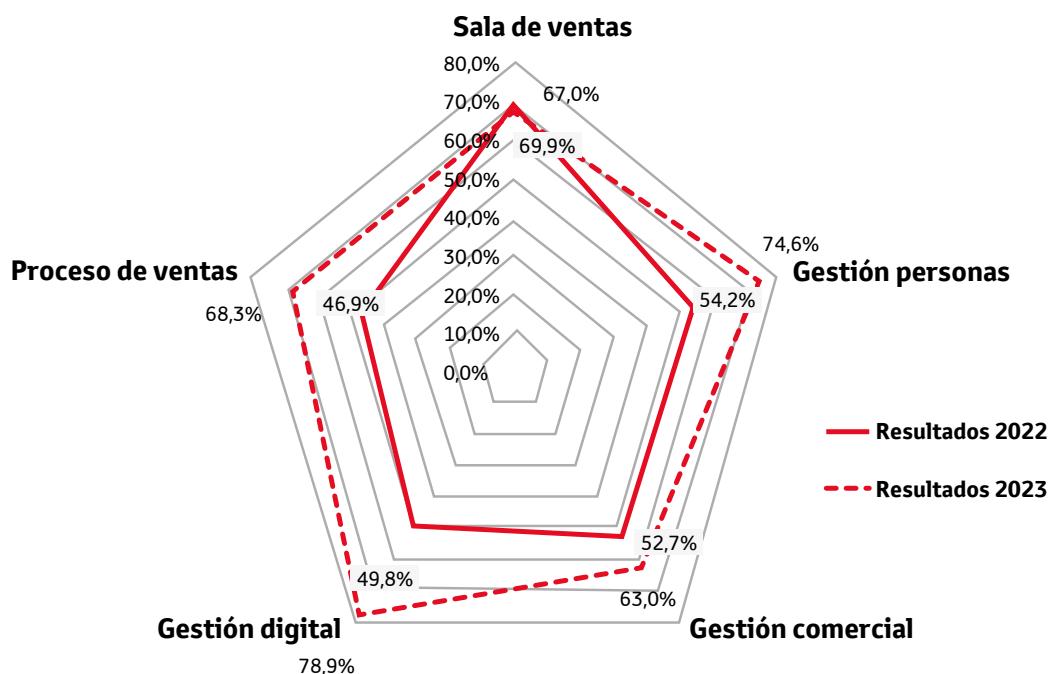
Sin dejar de mencionar las mejoras de los demás concesionarios que trabajaron fuertemente y lograron incrementar su puntaje en las diferentes acciones comerciales unificadas del programa; la red logró incrementar su promedio de calificación de 578 puntos en el 2022 a un promedio de 700 puntos para el 2023; la red Toyota cada vez está más cercana de la meta de certificación en Estilo Comercial Toyota.

Programa de Estilo Comercial Toyota



*Mejora en el resultado general del ECT

ECT Cumplimiento por categorías 2022 vs 2023



*Proceso de ventas evaluado a través de cliente incognito

Encuesta de Satisfacción Empleados Red ATC 2023

Para el año 2023 se aumentó la cobertura y cantidad de participantes de los concesionarios que presentaron la encuesta de satisfacción de Empleados Red ATC. Al incrementar en 246 el número de colaboradores de la Red de Concesionarios que respondieron la encuesta

con respecto al año 2022. Así mismo se logró incrementar el resultado de la evaluación de satisfacción de empleados Red ATC y se aumentó la cantidad de concesionarios que estuvieron por encima del promedio país.

BIT - Encuesta de satisfacción empleados RED ATC (ES)

	2020	2021	2022	2023	Mejoramiento 22 vs 23
ES - cobertura encuesta	99,89%	99,95%	96,17%	96,30%	1,13%
Puntaje RED Encuesta de Satisfacción	94,5	94	83,5*	88,2*	4,7
ES - Automento de número de encuestado	1873	1970	2013	2259	246
ES - número de Concesionarios por encima del resultado promedio del país	29	34	28	29	

*encuesta realizada por una empresa externa

Manual de Instalaciones:

En el año 2023 se actualizó el Manual de Instalaciones para la Red de Concesionarios Toyota, incluyendo aspectos de construcción más amigables con el medio ambiente alineándose con el Reto Medioambiental Toyota 2050 y el ODS #9 Industria, Innovación e Infraestructura. Este manual tiene como objetivo proporcionar un marco de guía para las instalaciones del Concesionario y es parte fundamental del PDC en la expansión de las instalaciones de la marca.

Guía EcOn:

Representa uno de los compromisos de la empresa en busca de la sostenibilidad junto a la Red de Concesionarios. Esta guía pretende desarrollar una serie de actividades alineadas con los desafíos del Reto Medioambiental Toyota 2050. La interacción con la Red de Concesionarios es permanente, para tal efecto, se utilizan diferentes mecanismos de participación como:

Grupo de WhatsApp
creado con líderes EcO.

Correo de contacto en ATC para
resolver dudas específicas.

Comunicados Oficiales por el
canal de Comunicaciones Toyota.

Visitas presenciales a
los concesionarios.



La meta a largo plazo frente a la implementación de esta guía es la de tener a toda la red de concesionarios certificada como Eco-Concesionarios cinco estrellas gracias a su compromiso con el medio ambiente y a su vez integrar las actividades EcOn a la cadena de valor que se ofrece a los clientes cuando adquieren un producto Toyota.

6.3

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES FINALES

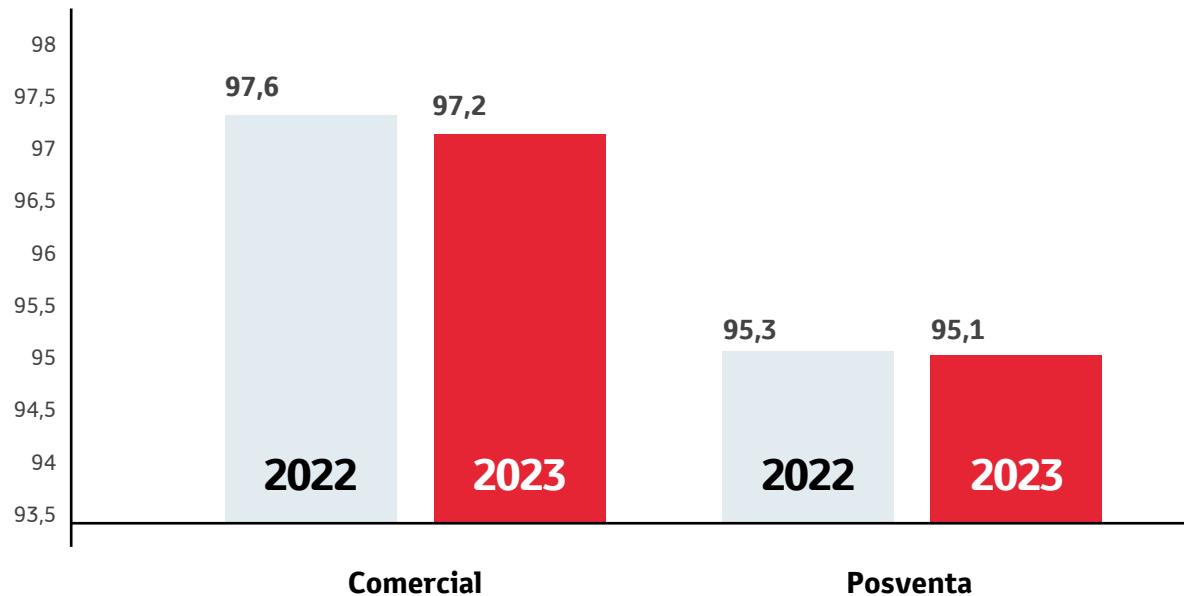
Con el propósito de mantenerse alineados con los valores de la marca y bajo el principio del cliente primero, se realizan encuestas de satisfacción a los clientes finales, con el fin de conocer su experiencia y nivel de satisfacción, de forma tal que se puedan identificar oportunidades de mejora. El resultado de las encuestas se les da a conocer a los concesionarios a tiempo de forma tal que en caso de tener algún comentario por parte del cliente puedan ser atendidas de forma oportuna. Las encuestas son realizadas

de forma telefónica en donde se le hace una serie de preguntas al cliente con calificaciones en la escala de 1 a 10, donde 1 significa que está totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho.

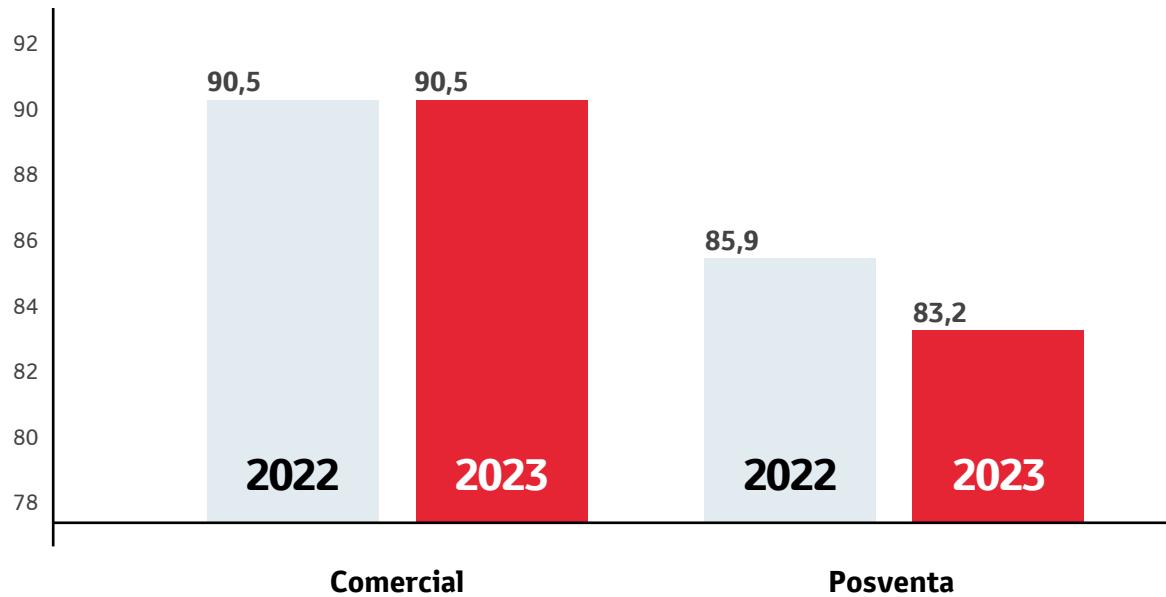
Ponderando los valores se obtiene el Customer Satisfaction Index (CSI), indicador de percepción, que mide la satisfacción del producto y del servicio prestado al cliente.

Adición a esta encuesta, se consulta cómo fue el proceso de compra, se brinda información acerca del servicio posventa, así como para comunicarle acerca de las campañas de seguridad vigentes.



Encuesta del índice de satisfacción del cliente**CSI**

Con el Net Promoter Score (NPS) medimos el grado de recomendación que nos da el cliente al visitar una vitrina o taller.

NPS

TASA FIR – FIX IT RIGHT:

El programa de tasa FIR (Fix It Right) por sus siglas en inglés, tiene como objetivo medir la satisfacción de los propietarios de vehículos Toyota. Este estándar pretende identificar el nivel de confianza que tienen los clientes a la hora de acudir a los servicios posventa que ofrece la Red de Concesionarios cuando su vehículo presenta fallas.

Durante la encuesta de satisfacción, se indaga a los clientes que han solicitado una reparación en su vehículo si este fue reparado correctamente (fix it right).

Utilizando una escala del 1 al 10, los clientes evalúan su nivel de satisfacción: A nivel nacional, en 2023, la Red Toyota en Colombia logró alcanzar una tasa FIR del 96,2%.



6.4

COMUNICACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS EXTERNOS CLIENTES FINALES

Con el ánimo de brindar la atención requerida a la red de concesionarios Toyota, se tienen canales de comunicación con los clientes finales atendiendo las solicitudes relacionadas con su vehículo Toyota. Tenemos presencia en canales digitales y principales redes sociales (Facebook, X, Instagram).

ATC cuenta con un Contact Center inhouse de 18 personas quienes apoyan los siguientes canales de atención, cuenta con los horarios de atención de lunes a viernes de 8 am a 5 pm de lunes a viernes:

- Bogotá 601-3809424
- Nacional 018000 123 691
- Correo electrónico clientes@toyota.com.co
- WhatsApp +57 311481 0880.



Página web oficial www.toyota.com.co
con los enlaces de comunicación para
los clientes.



PQR <https://www.toyota.com.co/pqr/>



Contacto
<https://www.toyota.com.co/contacto/>

Los servicios que se brindan al cliente van desde la información de los horarios de atención de la red de concesionarios, acompañamiento y seguimiento vehículos y piezas, información de vehículos nuevos y usados, hasta información general de servicio.

En cuanto a las preguntas, quejas y reclamos, los clientes pueden presentarlos por correo electrónico, a través de la página web, llamada telefónica, redes sociales o comunicarse a través del concesionario en el cual adquirieron el vehículo, y allí se escala el caso a ATC para el respectivo manejo.

Toda esta atención y buen servicio al cliente, se debe gracias a la gestión del Contact Center de ATC, la cual queremos agradecer en el presente informe.

6.5

CAMPAÑAS DE SEGURIDAD

ATC es una empresa comprometida con la seguridad y satisfacción de sus clientes, desarrolla campañas preventivas de seguridad y servicio cuando detecta posibles problemas que puedan surgir en sus productos. Para cumplir con ese objetivo, se informa públicamente acerca de los modelos de vehículos que requieren de intervención, por lo cual se hace un esfuerzo por contactar a todos los clientes afectados por estas campañas, utilizando diversos canales de comunicación como medios masivos, prensa y redes sociales, con el fin de concienciar a los usuarios sobre la importancia de realizar estas acciones lo antes posible.

La campaña de seguridad más conocida está asociada con los infladores de airbag de varios modelos y marcas de vehículos fabricados por Takata. Toyota en Colombia, logró alcanzar un 80,2% de reparación, a pesar de ello, aún queda un camino importante para realizar 9061 reparaciones pendientes.

A la fecha ATC NO ha tenido ningún tipo de incumplimiento relacionados con las campañas de seguridad.

Atención de inconvenientes en los vehículos

ATC como representante de Toyota, mantiene el compromiso de la marca de brindar la mejor experiencia de uso y dar tranquilidad a sus clientes a través de la garantía de sus vehículos. La garantía cubre cualquier posible defecto de fabricación, material o montaje (excepto ítems detallados en excepciones del certificado de garantía) sin ningún costo para el cliente final.

Para cumplir con un servicio de calidad la Red de Concesionarios cuenta con personal técnico certificado capaz de brindar asistencia y soporte en reparaciones a los vehículos Toyota. A través del servicio de calidad Toyota, contando con unos datos básicos la red de concesionarios, se busca brindar la mejor experiencia de servicio a los clientes Toyota:

- Una descripción precisa del problema, incluyendo las condiciones bajo las cuales se presenta.
- Tipo y modelo del vehículo.
- Número de identificación del vehículo (VIN/chasis).
- Kilometraje actual.
- Fecha de compra.
- Concesionario de venta y servicio.
- Historial de servicio de su vehículo.
- Información sobre intervenciones anteriores.

6.6

ACTIVIDADES CON LA RED DE CONCESIONARIOS

IX concurso de habilidades técnicas

Desde el año 2015 que inició ATC, ha querido honrar y reconocer el talento y destreza de los técnicos y asesores de servicio.

En octubre del 2023 se realizó el 9° Concurso Nacional de Habilidades Técnicas en las categorías de Mecánica General y Asesor de Servicio seleccionados entre los 45 talleres de servicio de los concesionarios de la red.

El proceso de selección se llevó a cabo en 4 fases:



Fase 1:

Examen de conocimientos generales compuesto de 50 preguntas. Se seleccionaron 15 concursantes de cada categoría para pasar a la 2da fase.

Fase 2:

Se asignaron casos prácticos para ser resueltos en 120 minutos. De cada categoría se eligieron a los 6 mejores para continuar en el concurso.

Fase 3:

Esta fase se realizó en el Centro de Entrenamiento Toyota

- Categoría de mecánica general: Fase compuesta por 3 pruebas individuales con una duración de 30 minutos. Los concursantes demostraron sus habilidades y destrezas analizando datos con el equipo NVH, usando manuales de cableado eléctrico y la interpretación de datos y uso del equipo de diagnóstico GTS+, en esta prueba se seleccionaron 4 finalistas.
- Categoría de asesor de servicio: Compuesta por 3 pruebas individuales con una duración de 30 minutos. Se demostraron habilidades y destrezas en conocimientos generales, planeación de trabajo y conocimientos básicos de mecánica, en esta prueba se seleccionaron 4 finalistas.

Fase 4:

Esta fase se realizó en el Centro de Entrenamiento Toyota:

- Categoría de mecánica general: prueba de diagnóstico en un vehículo híbrido, con un tiempo máximo de 2 horas para solucionar una falla en el sistema híbrido y otra en el sistema eléctrico de la carrocería.
- Categoría de asesor de servicio: una prueba de Rol-play recreando el proceso de recepción de un vehículo, con un tiempo máximo de 30 minutos, donde se evaluó el proceso de recepción, segunda entrega, conocimiento de producto y habilidades de servicio.



En esta nueva edición, se premió a los colaboradores asesores de servicio que demostraron excelencia en las habilidades y técnicas adquiridas durante los cursos de capacitación. Estas habilidades les permiten continuar ofreciendo un servicio con la

excelencia característica de Toyota. Gracias a todo el equipo del centro de entrenamiento técnico y al equipo de operaciones posventa por permitir este tipo de eventos con la red y mantener el servicio y calidad de los estándares Toyota.

Resultados de IX Concurso de Habilidades Técnicas 2023

Resultados 2023

Nivel	Tipo	No de Cursos			Asistentes			Horas de formación	
		Plan	Real	▲	Plan	Real	▲	Plan	Real
G4	P	6	6	100%	60	49	82%	2400	1960
G3	P	6	6	100%	60	48	80%	4800	3840
G2	P	3	3	100%	30	17	57%	2400	1360
Pre-G1	P	1	1	100%	10	8	80%	400	320
G1	P	3	3	100%	15	15	100%	960	960
Asesor técnico	P	1	1	100%	3	3	100%	48	48
Alineación de Dirección	P	8	8	100%	56	56	100%	336	336
Introducción Mecánica Toyota	P	1	1	100%	8	8	100%	320	320
TSA	P	3	3	100%	30	21	70%	960	672
TSA PRO	P	2	2	100%	20	17	85%	800	680
Mecánica Básica TSA	P	1	1	100%	5	5	100%	80	80
Reparación de Panel	P	6	6	100%	24	19	79%	1920	1520
Reemplazo de Panel	P	3	3	100%	12	17	142%	480	680
Estimación de Daños	V	1	1	100%	10	11	110%	440	484
Estimación de Daños	P	1	1	100%	10	8	80%	240	192
Alineamiento B&P	V	1	1	100%	10	8	80%	320	256
Preparación de Superficies	P	12	12	100%	48	53	110%	1920	2120
Aplicación1	P	2	2	100%	8	9	113%	320	405
Matizado y Aplicación	P	1	1	100%	4	2	50%	128	64
Reparación de Plásticos	P	1	1	100%	4	5	125%	96	120
TPA Básico	P	6	6	100%	60	64	107%	1440	1536
DPOK	P	3	3	100%	30	32	107%	720	768
UCT	P	1	1	100%	15	18	120%	120	144
Administración B&P	P	1	1	100%	8	8	100%	320	320
MPT2	P	4	4	100%	40	44	110%	640	704
Total		78	78	100%	580	544	94%	22.608	19.889

Capacitaciones a la red

Workshop Estilo Comercial Toyota 2.0:

En dicho encuentro se dieron a conocer las actualizaciones del Manual de Estilo Comercial Toyota 2.0, teniendo en cuenta las distintas variables y la retroalimentación de los Concesionarios en el proceso de implementación del programa.

Workshop digital de usados:

5 jornadas con más de 165 participantes con el objetivo principal de promover el entendimiento del mercado de matrículas y de traspasos, su tendencia y relación con el negocio de usados. Al evento se convocaron a los concesionarios y se invitaron coordinadores de zona, coordinadores posventa, colaboradores de financiera, seguros, formación comercial y personal de Toyota Financial Services.

Workshop Toyota Way Sales and Marketing:

Taller dirigido a todos los miembros de la red de concesionarios y aliados que trabajan con la marca. En este espacio, se transmiten los conocimientos de historia, filosofía, principios,



misión, visión, conceptos de TPS (Toyota Production System), One Toyota, KINTO, Reto Medioambiental Toyota 2050 de la marca. Un espacio diseñado para conocer e interiorizar todo lo que Toyota espera de cada uno de los miembros independiente del cargo que se ocupe.

La constante capacitación y enseñanza de la filosofía Toyota, se debe a la dedicación y esfuerzo del equipo de formación comercial, quienes siempre están con la disposición de enseñar, formar y capacitar no solo a los colaboradores sino a todos los clientes, aliados y proveedores. Es por ello que queremos darles un especial reconocimiento.

Programas de capacitación Boutique:

Se invitó a toda la red de concesionarios para ampliar información sobre el portafolio disponible, los argumentos de venta de todo el portafolio de accesorios, las características de los productos acompañados por los proveedores y compartir buenas prácticas. Se realizaron en total 6 jornadas de capacitaciones de 2 días cada una, en diferentes zonas del país contando con la participación de 72 personas de 40 salas de concesionarios a nivel nacional.



	Conversatorio temas comerciales	Curso transversal comercial	Novedades de producto	Lanzamiento de producto	Producto y portafolio
Objetivo	Donde los asesores comerciales comparten sus experiencias en las vitrinas con clientes para copiar las buenas prácticas. Refuerzan elementos como negociación, adquisición y desarrollo de nuevos negocios.	Capacitacion en lo relacionado con los pasos de venta Toyota aplicando estrategias para cierres efectivos y fidelización de Clientes, adicionando temas de Cadena de Valor.	Dentro de este espacio damos a conocer las novedades de Producto Toyota (cambios de referencias, cambios estéticos, técnicos) de unidades disponibles al público	Dentro de estos entrenamientos damos a conocer a la fuerza comercial de la Red de Concesionarios todos los aspectos estéticos y técnicos de las nuevas versiones y unidades que llegan al país, estos entrenamientos se realizan presencial para conocer face to face el producto junto con sus competidores principales	En este espacio se invita a personal de ATC y Red de Concesionarios con el fin de conocer: Qué es Toyota, 4X4, tecnología Híbrida, portafolio Toyota, viviendo la experiencia de conocer algunos vehículos de la marca
Duración	2 horas	2 horas	2 horas	2 horas	16 horas
Periodicidad	Bimensual	Bimensual	Cuando se presenta la novedad	Cuando se presentan lanzamientos de modelos	Bimensual

Cursos de formación servicio técnico:

Formación en diversos temas de posventa como repuestos, asesores de servicio, técnicos de mecánica, latonería y pintura. Tiene dos componentes uno virtual y otro práctico.

La formación presencial se desarrolló en el Centro de Entrenamiento Toyota.

Workshop de mercadeo:

Evento realizado con el objetivo de reforzar las competencias de marketing en la red de concesionarios, formar guardianes de la marca para proteger y gestionar el manual de identidad corporativa transmitiendo todo el conocimiento.

Workshop EcOn:

El objetivo fue compartir las mejores prácticas ambientales en un espacio de discusión y crecimiento, que contó con el 100% de los concesionarios de la Red. La metodología fue aprendizaje a través de clases magistrales y talleres prácticos en temas como, medición de huella de carbono y huella hídrica, entre otros.

Compliance talks:

Es un espacio de intercambio y conocimiento con la red de concesionarios y sus equipos de cumplimiento. Tiene como objetivo compartir mejores prácticas.

Compliance Week:

A lo largo de la semana de cumplimiento, se realizan capacitaciones, encuentros y cursos de formación, con el objetivo de difundir las políticas, procesos y procedimientos relacionados con el cumplimiento y la prevención de los riesgos de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo, la financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva, así como los riesgos de soborno y corrupción. Están invitados los oficiales de cumplimiento, alta gerencia y colaboradores de la Red de Concesionarios.



Reunión Nacional de Concesionarios

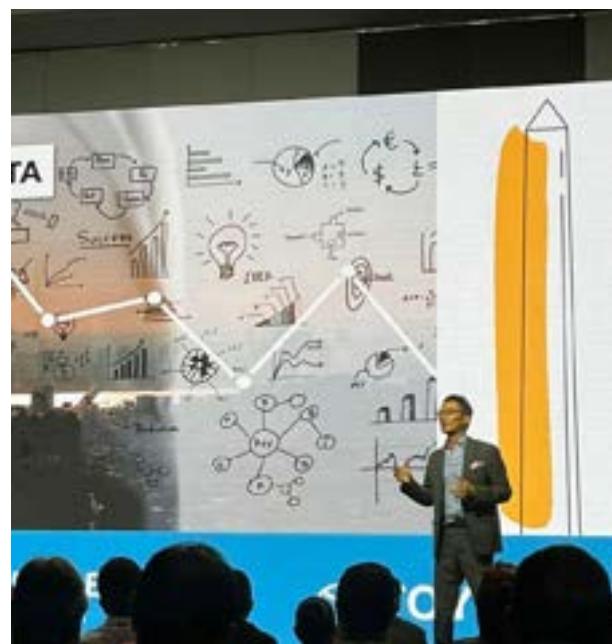
Este gran evento tuvo lugar en Buenos Aires Argentina del 6 al 11 de marzo. Tuvo como objetivo crear espacios de intercambio con todos los concesionarios miembros de la Red. Pretende exponer y dar a conocer los avances y logros de cada vicepresidencia y exponer las nuevas metas que se tienen como red para el año. Se contó con la participación y respaldo de directivos de Toyota Latinoamérica y Caribe, Toyota Argentina y Toyota Brasil, así como de los aliados de Toyota Financial Services (TFS). Dentro de las actividades destacadas se encuentran la visita a planta de Toyota en Zárate, oportunidad de ver de primera mano los modelos Hilux y SW4, además de conocer el Visitor Center para conocer un poco más acerca de la historia y filosofía de la marca.

Reunión One Toyota

Se llevó a cabo los días 03 y 04 de agosto en Bogotá, en esta oportunidad el objetivo fundamental era escuchar la voz de cliente – todos los concesionarios de la Red Toyota. Se busca con este tipo de encuentros generar un plan de acción que permita identificar oportunidades de mejora y nuevos proyectos que permitan esa mejora y el crecimiento de Toyota en Colombia, gracias al esfuerzo y trabajo de la Red. Se contó con la presencia de uno de los miembros del equipo de Best in Town International de Toyota Motor Corporation (TMC).

Next Car:

Apoyando a los varios concesionarios de la Red de Bogotá, se impulsó la venta de usados fortaleciendo así este programa para que los clientes finales conozcan las diversas formas que tiene para adquirir un vehículo Toyota.





CADENA DE VALOR CON
ENFOQUE
SOSTENIBLE

-Contenido GRI: (2.6)-

7

7.1

KINTO

KINTO es el programa de movilidad flexible liderado por Toyota a nivel mundial, mediante el cual se realiza la transición de la compañía de fabricación automotriz a una empresa de soluciones de movilidad. Con una filosofía continua de poner al cliente primero, ATC, a través del programa KINTO, busca ofrecer soluciones de movilidad convenientes, inteligentes y confiables a los colombianos.

KINTO cuenta con diferentes opciones de alquiler, en el mercado colombiano se tendrán disponibles inicialmente dos (2) modalidades:

KINTO Share que corresponde a alquiler a corto plazo

A través del programa de KINTO Share se brindan alternativas de alquiler de vehículos Toyota por horas, días, semanas o hasta 30 días; según la conveniencia del cliente. Este programa de alquiler a corto plazo, es una alternativa de movilidad no solo en Colombia sino en Latinoamérica, mediante el uso de la plataforma KINTO Share Latam donde se ofrece la opción de alquileres en países de la región como Argentina, Brasil, Chile, Perú, Panamá, Uruguay, entre otros.

Desde ATC, creemos que KINTO es la nueva forma de movilidad con la cual la empresa busca estar más cerca de sus clientes, trabajando mancomunadamente con la red de concesionarios para que este programa sea muy exitoso y apoye la fidelización de los clientes.



7.2

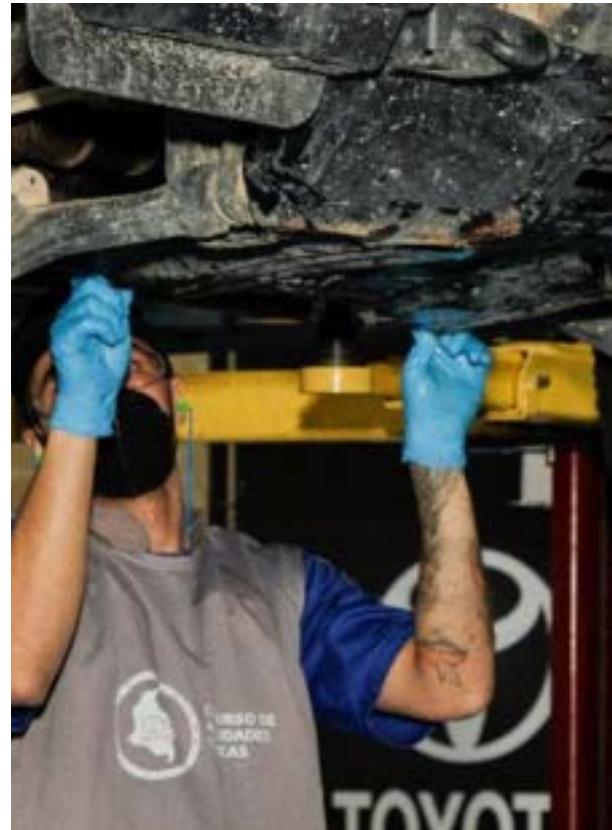
POSVENTA

Mantenimiento Planeado Toyota

Este plan busca brindar al cliente experimenta el mejor servicio con valores orientados al mercado.

ATC brinda a todos sus clientes de vehículos nuevos el Mantenimiento Planeado Toyota, donde por 3 años o 50.000 km (lo primero que ocurra) recibirán el mantenimiento preventivo al mejor valor del mercado. Este beneficio diferencial ha sido disfrutado por más de 110.000 clientes, de los cuales más de 69.000 aún se encuentran en cobertura y continúan disfrutando de los beneficios de Toyota. Estos clientes utilizaron más de 145.000 servicios de mantenimiento. Para aquellos clientes que han terminado su cobertura del Mantenimiento Planeado Toyota, es posible adquirir planes a la medida de cada cliente, optimizando la experiencia de servicio en Toyota.

En 2023 2489 clientes pasaron a formar parte de este beneficio, disfrutando de los diversos servicios de mantenimiento.

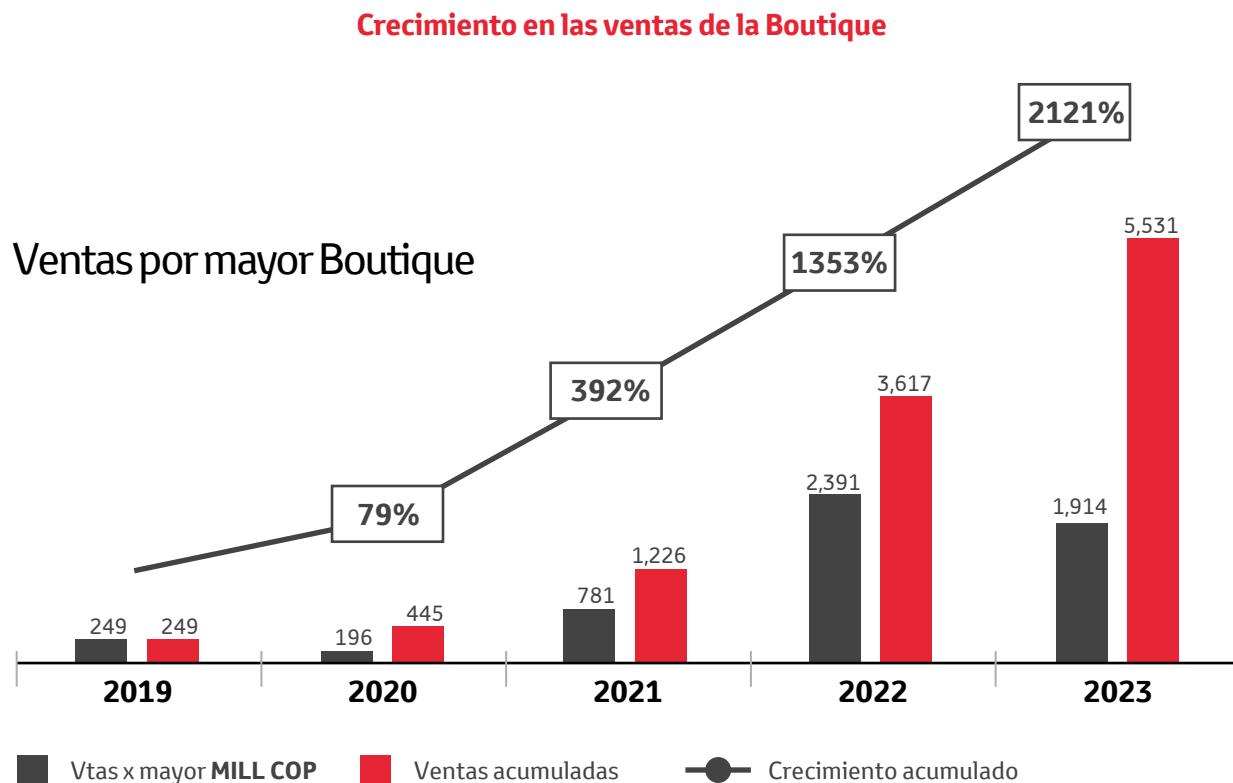


7.3

ACCESORIOS Y BOUTIQUE

Durante 2023 se logró un incremento del 20% en ventas de accesorios y boutique comparado con 2022, en los últimos cinco años se multiplicó esta cifra, resultado de mucho trabajo y dedicación acompañado de diferentes actividades como ampliación del portafolio, alianzas estratégicas con marcas reconocidas, abastecimiento más oportuno etc.

En los últimos años, la boutique ha iniciado un proceso de transición hacia un portafolio más amigable con el medio ambiente. Actualmente, el 26% de sus productos están elaborados con materiales recuperados y reciclados. El plan para 2024 es alcanzar al menos el 40% del portafolio con estas características, y para 2026, se espera llegar al 80%.



7.4

USADOS TOYOTA. USADOS MULTIMARCA, Y USADOS CERTIFICADOS TOYOTA

Durante el año 2023, se mantuvo el sólido propósito de fortalecer la cadena de valor, siendo de suma importancia continuar con el compromiso con el programa de Usados Certificados Toyota (UCT) a lo largo del año. Se logró la venta de 738 unidades y la certificación de 41 de las 46 vitrinas a nivel nacional, a pesar de las adversidades del mercado. El crecimiento del 52% en comparación con el 2022, cuando solo se contaba con 27 vitrinas certificadas, destaca el continuo esfuerzo por expandir el programa UCT. Este aumento no solo evidencia un incremento significativo en la red de concesionarios, sino que también fortalece la presencia a nivel nacional en un mercado colombiano que otorga cada vez más importancia a este negocio.



El compromiso con la cadena de valor se mantiene, ofreciendo beneficios que fortalecen el negocio de vehículos usados certificados. Entre estos se encuentra el financiamiento a través del aliado estratégico Toyota Financial Services, que incrementó en un 50% sus desembolsos para vehículos usados, pasando de 143 en el año anterior a 286 en 2023. Asimismo, se garantiza la atención en la red autorizada con repuestos genuinos y servicio certificado mediante el seguro Toyota. Se permite la personalización del vehículo con accesorios de marca y se ofrecen planes de mantenimiento prepago.

El crecimiento del 87% en las ventas de UCT al comparar el 2022 y el 2023 se traduce en un aumento significativo en la participación del mercado. Las ventas totales de vehículos usados experimentaron un incremento del 7% pasando de 3.063 unidades en el 2022 a 3.271 unidades en 2023, evidenciando la adaptabilidad y capacidad de la compañía para satisfacer las cambiantes necesidades de los clientes.



USADOS
TOYOTA

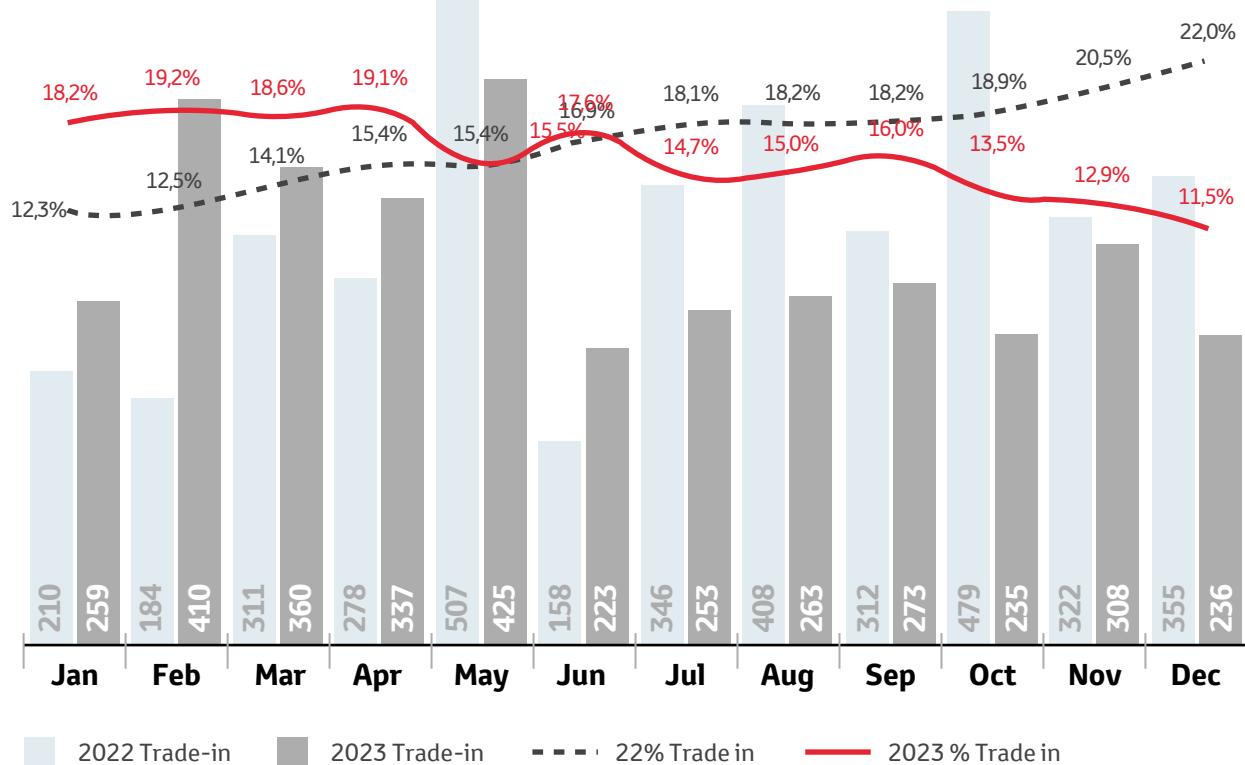


USADOS
CERTIFICADOS
TOYOTA



USADOS
MULTIMARCA

Comportamiento del mercado de usados



Se agradece el arduo trabajo del equipo de ATC y la colaboración de la red de concesionarios. La empresa está preparada para afrontar los desafíos del 2024, manteniendo su destacada

posición en el mercado de vehículos usados y avanzando hacia la certificación completa de la red de concesionarios.

7.5

SEGURO EXCLUSIVO TOYOTA

ATC lanzó en noviembre de 2017 el programa Seguro Exclusivo Toyota, que incluyó una serie de asistencias que brindan tranquilidad al conducir a los clientes. Los servicios que hacen parte del programa son:

- Se aceptan vehículos hasta de 15 años de antigüedad.
- Garantía de reparación en concesionarios Toyota.
- Repuestos genuinos y mano de obra certificada.
- Coberturas plus que no afectan la póliza.
- Precio especial en caso de reposición del vehículo.



SEGURO
EXCLUSIVO
TOYOTA

Con el Seguro Exclusivo Toyota los clientes pueden disfrutar al máximo de su vehículo con toda tranquilidad. No importa si el vehículo es nuevo o usado, el seguro le ofrece al usuario el acompañamiento que se adapta a su estilo de vida, presupuesto y a las características propias del vehículo.

El año 2023 experimentó un incremento del 20% en el número de clientes del programa en comparación con el 2022, alcanzando más de 24.000 pólizas vigentes. Estos vehículos, en caso de siniestro, serán reparados en

concesionarios Toyota, lo que garantiza el uso de repuestos genuinos y mano de obra certificada, contribuyendo así al aumento de las entradas a los talleres de la red. Durante el 2023, el Seguro Toyota fue el principal proveedor de entradas por aseguradora, representando el 41% con 5.037 entradas.

Finalmente, para crear fidelidad a la marca y fans Toyota, periódicamente se le entregan a los clientes obsequios sostenibles elaborados con material reciclado de las bolsas de aire de la campaña de Takata.

7.6

TOYOTA FINANCIAL SERVICES (TFS)

Se continua trabajando de la mano con los aliados. La meta de este trabajo en equipo es continuar acercando a los compradores a vehículos Toyota a través de programas de financiamiento que ofrece TFS, y que permite a los futuros clientes acceder a un vehículo marca Toyota.





ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

8

La sostenibilidad es el garantizar un equilibrio entre el cuidado del entorno que nos rodea, y generar crecimiento económico sin dejar de lado el bienestar de las personas que contribuyen al desarrollo y crecimiento de ATC.

Cada día es más evidente el desequilibrio generado por el uso de recursos naturales sin medida, así como el abuso y violación de derechos humanos en la sociedad. Es por ello qué, a través de la sostenibilidad se busca un camino de gestión empresarial enfocado al crecimiento económico de la empresa capaz de permitir un desarrollo social y ambiental en la sociedad, asegurando un adecuado uso de los recursos (tanto naturales, ambientales como sociales). De esta manera se llega a trabajar en criterios ambientales,

sociales y de gobernanza generadores de crecimiento financiero y reputacional, además de dar cumplimiento a diferentes normas y compromisos internacionales de enfoque sostenible.

Toyota se alinea con iniciativas globales cruciales, como el Acuerdo de París del 2015 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, centrados en lograr un equilibrio social y ambiental, reconociendo a las empresas como fuentes de productividad y generación de empleo. Bajo este contexto, ATC ha iniciado con la creación de programas sostenibles desarrollados a través de criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) para desarrollar la actividad comercial con impacto positivo en estos criterios.

8.1

ENFOQUE AMBIENTAL

-Contenido GRI: (302-1) (302-2) (302-2) (302-4) (302-5) (305 -1) (305-2) (305-3) (305-4) (305 -5) (305-6) (305-7). - ODS: 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 15

Además de los compromisos adquiridos a través del cumplimiento del Reto Medioambiental Toyota 2050, ATC propende por generar actividades de sostenibilidad ambiental y regeneración de recursos naturales que tengan impacto social positivo.

Playa Toyota:

Para el 2023 tuvo lugar en la desembocadura del Río Manzanares, sector Los Cocos, Santa Marta. Este lugar es una de las áreas más coyunturales de la ciudad, al converger frente a su Bahía un afluente que nace en la estrella hídrica de San Lorenzo, recorriendo las estribaciones de la Sierra Nevada y entrando al distrito turístico, a la altura de su cuenca media y baja; un caldero pesquero.



CLEAN UP
TOYOTA

Operación: Procedimientos para una efectiva recolección, pesaje y disposición final de los desechos; jornada de limpieza, selección de muestras representativas para adelantar el respectivo estudio de su caracterización, acogiendo lineamientos y/o normas de seguridad y técnicas sobre su gestión. De manera simultánea, se efectuó la siembra de 100 plántulas del mangle rojo Rhizophora mangle, en ambos costados o riberas del río Manzanares.

Finalmente, los sacos dispuestos con los residuos sólidos recogidos fueron pesados por miembros de la Asociación de Recicladores “Basura Cero”, quienes participaron como voluntarios.

Resultados: Se colectó un total de 1.487Kg lo que genera un impacto significativo directo en la intervención de limpieza de la playa. Con el propósito de extender el impacto de la Iniciativa, a lo largo de los más de 16 km de recorrido del Río Manzanares a través de la Ciudad de Santa Marta, se implementó una Campaña de Educación Ambiental y Sensibilización a 153 miembros de la comunidad, que hacen parte de Asociaciones de Pescadores Artesanales e Instituciones Educativas.

En el marco del cierre de la campaña, se adelantó un espacio de reflexión y sensibilización, con el fin de generar una mayor conciencia ambiental e impulsar un proceso de transformación cultural hacia el cuidado de la biodiversidad marino costera



Bosque Toyota:

ATC mantiene su alianza con la Fundación Natura manteniendo su interés en la conservación y usos sostenible de la biodiversidad y la investigación científica, y en consecuencia es una entidad idónea para adelantar actividades relacionadas con restauración ecológica. Bajo este contexto, se mantienen las actividades de jornadas de siembra con los colaboradores de ATC, aliados como Mitsui y TFS, y concesionarios de la Red de concesionarios.

Reserva biológica Encenillo: Ubicada en el municipio de Guasca en Cundinamarca, con un área de 203,55, la cual ha se encuentra catalogada como área protegida. Durante el 2023 en la Reserva El Encenillo se sembraron 3.000 árboles.

Reserva Biológica en Silencio: Ubicada en el municipio de El Retiro Antioquia, la reserva cuenta con un área de 169,51 hectáreas. Con los aliados y la Red de concesionarios Toyota se sembraron 6.000 árboles.

Las siembras del bosque Toyota están empezando a generar hábitats adecuados para el crecimiento y restauración del suelo, las especies sembradas realizan varias funciones ecológicas importantes como el control de insectos e invertebrados y la dispersión de semillas, aunque todavía falta registrar una mayor cantidad de especies polinizadoras. Finalmente, en la medida en que se avance en la recuperación del sotobosque bajo las siembras se podrán encontrar más especies indicadoras de hábitats conservados.



Medición de Huella de Carbono.

Emisiones realizadas en el 2023 por alcance

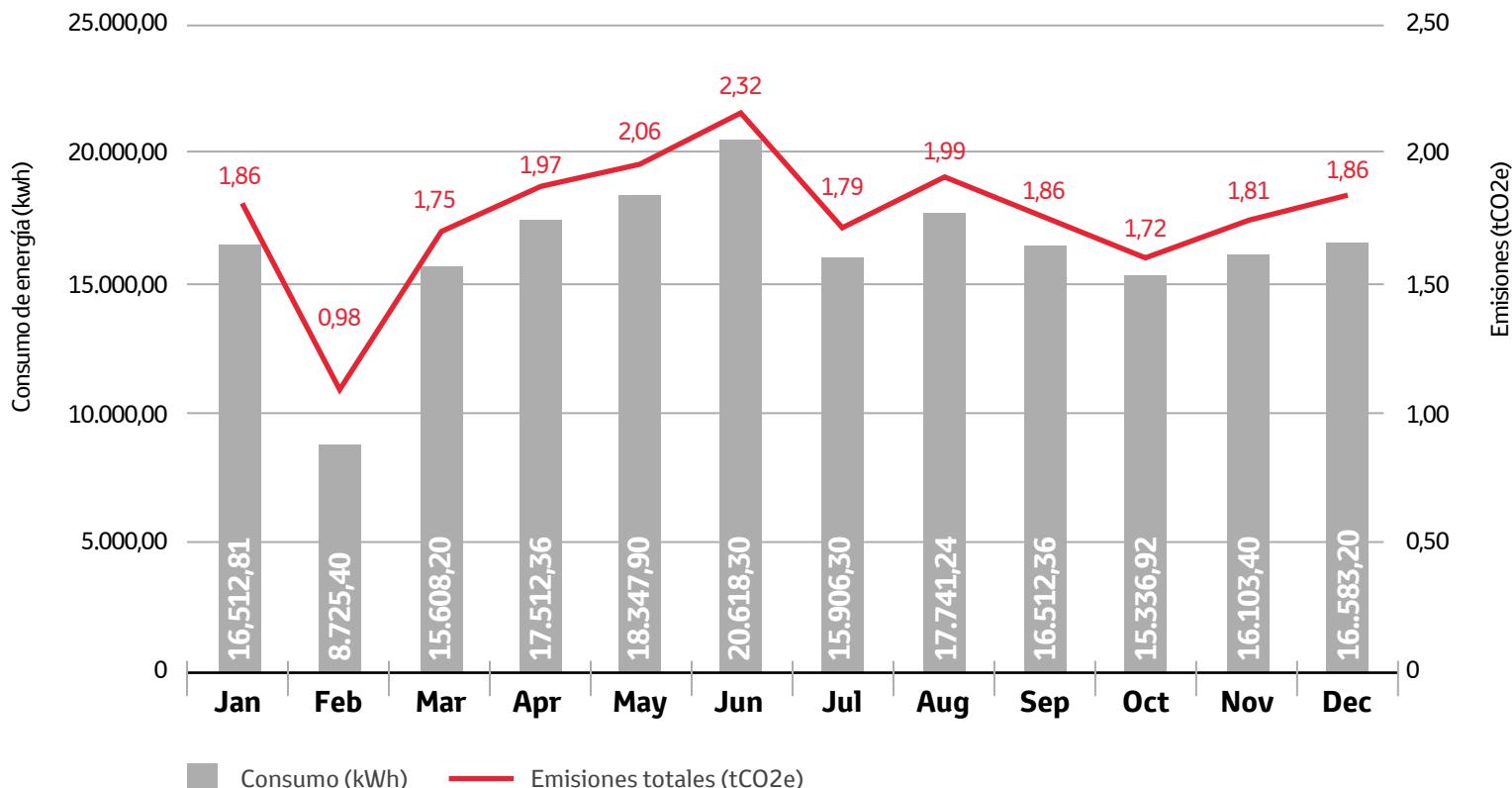
Emisiones	Categoría	Porcentaje	Total (tCO ₂ e)	TOTAL
Directas	Categoría 1	0,01%	52,76	52,76 tCO₂e
	Categoría 2	0,005%	21,97	
	Categoría 3	4,83%	21.807,84	
	Categoría 4	0,0015%	6,61	451.345,83 tCO₂e
	Categoría 5	95,15%	429.452,65	

Emisiones por alcance y gases

Emisiones directas (Alcance1)			Emisiones indirectas (Alcance2)			Emisiones indirectas (Alcance3)								
Alcance 1		Intensidad de las emisiones	Alcance 2		Intensidad de las emisiones	Alcance 3		Intensidad de las emisiones						
CO2	50,13	tCO ₂ e	CO2	21,97	tCO ₂ e	CO2	451.266,89	tCO ₂ e						
CH4 Fósil	0,03	tCO ₂ e	CH4 Fósil	0	tCO ₂ e	CH4 Fósil	0	tCO ₂ e						
CH4 No Fósil	0,001	tCO ₂ e	CH4 No Fósil	0	tCO ₂ e	CH4 No Fósil	0	tCO ₂ e						
N2O	0,06	tCO ₂ e	0,01	Ratios	N2O	0	tCO ₂ e	0,004	Ratios	N2O	0	tCO ₂ e	74,42	Ratios
HCFC	2,56	tCO ₂ e	HCFC	0	tCO ₂ e	HCFC	0	tCO ₂ e						
SF6	0	tCO ₂ e	SF6	0	tCO ₂ e	SF6	0	tCO ₂ e						
NF3	0	tCO ₂ e	NF3	0	tCO ₂ e	NF3	0	tCO ₂ e						
Total	52,76	tCO₂e	Total	21,97	tCO₂e	Total	451.266,89	tCO₂e						

Para la compensación de las emisiones directas y de alcance 2 generadas por ATC, se adquirieron 1000 de categoría RED++, bonos de carbono de los cuales se tiene su respectivo certificado de retiro.

Consumo de energía:



Para el año 2022 ATC consumió un total de 195.508,39 kWh de la red interconectada, lo que implicó emisiones por un total de 21,97 tCO2e, que representan el 0,005% del total del inventario de GEI y de las emisiones indirectas. Por otro lado, la implantación de sistemas de paneles solares en la sede Cota de ATC representa una destacada iniciativa en el

contexto de la sostenibilidad empresarial. Este proyecto de energía renovable le ha permitido a la organización cubrir una demanda anual de 101.305,71 kWh en su proceso productivo, gracias a la utilización de los paneles solares, ATC ha evitado la emisión de 11,38 tCO2e en su inventario correspondiente al año 2022.

Algunos datos relevantes de la tendencia de consumo para el 2022:

Tendencias de consumo energético de ATC

Tipo de consumo	Cantidad	Unidad
Total consumo fuentes no renovables 2022 (ACPM y gasolina motor)	775,67	GJ
Consumo de electricidad	703,83	GJ
Energía vendida	364,70	GJ
Consumo de energía total dentro de la organización	1115	GJ
Total consumo de energía fuera de la organización	138.402	GJ
Total consumo fuentes no renovables dentro de ATC	4,83	Ratio
Total consumo de energía fuera de ATC	10,14	Ratio
Factores de conversión utilizados		
Electricidad: 1 KWh = 0,0036 GJ		
Energía (J) = masa(kg)*C ² → C=3*10 ⁸ (m/s)		
1 mWh = 1000kWh		
1 galón= 3,75 litros		

La metodología de recolección para la medición de la huella de carbono se basó en el análisis de los reportes realizados por las diferentes áreas de acuerdo a los soportes documentales que lo respaldan como revisión de facturas de consumo. Adicionalmente en el marco de esta actividad, se creó el Procedimiento de Recolección de información para la medición de la huella de carbono, con el fin de estandarizar procesos y tener claridad del proceso para todas las áreas de la compañía.

Mediante el cálculo de la huella de carbono anual, se han identificado oportunidades para la reducción del consumo energético, el cual se encuentra sujeto a un monitoreo constante y a esfuerzos permanentes de reducción, implementando acciones de mejora, adoptando nuevas tecnologías y favoreciendo el uso de energías renovables.

En el marco de las metas de sostenibilidad ATC ha creado estrategias capaces de cumplir con los principales retos en materia de sostenibilidad y cambio climático, por lo que estableció las siguientes metas para la reducción del consumo energético:

- 1.** Mantener el consumo de energía \leq 20 kw de energía/ per cápita en ATC.
 - 2.** Convertir el 100% del sistema de iluminación a tecnología LED.
 - 3.** Instalar sensores de luz por movimiento.
 - 4.** Garantizar que el consumo energético de la sede de Cota provenga en un 50% o más, de paneles solares.
-
- 5.** Migrar a más del 70% el uso de papel blanco a papel reciclado.
 - 6.** Clasificar adecuadamente el 100% de los residuos sólidos generados por ATC.
 - 7.** Medir la generación de residuos sólidos de ATC con el fin de mantener la eficiencia per cápita.
 - 8.** Mantener en \leq 10 kg de residuos sólidos generados anualmente per cápita.

Además, ATC durante el año 2022 adelantó acciones mediante la realización de capacitaciones con sus colaboradores y presentación de cartillas sobre el uso eficiente

de energía, impresión consciente, manejo y disposición adecuada de los residuos sólidos y el consumo responsable de combustibles fósiles, todos estos disponibles en la Academia Toyota.

8.2

ENFOQUE SOCIAL

-Contenido GRI: (304-1) (304-2) (413-1) -

ODS: 3, 4, 8, 11, 13, 15, 17.

A través de diversas actividades y programas, la empresa muestra su interés en establecer una interacción sostenible y positiva con sus grupos de interés, tanto directos como indirectos. Se busca contribuir a la sociedad y ampliar el compromiso con estos grupos, creando espacios de crecimiento, aprendizaje y bienestar. Se cuenta con el apoyo de distintos grupos de interés, incluyendo colaboradores, la red de concesionarios y grupos externos que tienen impacto o relación con la actividad comercial de la empresa.



Carro de tus sueños:

Durante el 2023 se realizó el acostumbrado concurso del carro de tus sueños, para este año participaron 580 niños entre edades de los 4 a los 15 años

Categoría del concurso

Categoría	Rango de Edad	Cantidad
Categoría 1	4 - 7 años	212
Categoría 2	8 - 11 años	254
Categoría 3	12 - 15 años	114
TOTAL		580

Por cada categoría se eligieron los tres mejores, obteniendo así 6 ganadores en total.

El Carro de tus Sueños es un concurso que se hace a nivel mundial por Toyota, en el que han participado millones de niños, plasmando las ideas más creativas sobre el futuro de la movilidad

a través de un dibujo. Todos los requisitos y reglas del concurso se pueden encontrar en la página del mismo: <https://www.toyota.com.co/dibujatutoyota/>

Hogares Bambi:

Hogares Bambi desarrolla programas de apoyo a la primera infancia donde se benefician alrededor de 450 niños en situación de alto riesgo social cada año. Esta fundación acoge a niños en situación de extrema vulnerabilidad (abandono, trabajo infantil, maltrato y abuso) con el objetivo que encuentren el equilibrio físico y psicológico. ATC en el 2023 realizó una donación para financiar el valor de las clases de gimnasia beneficiando a niños para permitirles mejorar la destreza motriz y las habilidades de los movimientos cotidianos. Es decir, una movilidad para todos en su máxima expresión. Se logró beneficiar a 89 niños del hogar.

Comunidad Wayuu:

La relación con el departamento de La Guajira va más allá del hecho que los vehículos Toyota son utilizados para llegar hasta el último de sus rincones. Si bien es cierto que ya en años anteriores se instalaron unos paneles solares para beneficiar al grupo Iwouyáa, en esta oportunidad, se identificó la dificultad que tenían los estudiantes del Centro Educativo El Paraíso para movilizarse al colegio, debían caminar en el desierto hasta 16 km.

Con el objetivo de facilitar la movilidad social y conectar a los estudiantes con el colegio,

la Compañía tomó la decisión de donar 200 bicicletas Buffalo, través de World Bicycle Relief.

Sillas de ruedas para perros con problemas de movilidad:

A través de la donación de 84 sillas de ruedas, se ha devuelto la movilidad a perros con discapacidad física.





Parque de seguridad vial:

Los índices de accidentalidad en Colombia y las estadísticas del tema han llevado a entender que la mejor forma de prevención para prevenir este tipo de sucesos es a través de la educación. Enseñando los roles de conductor, peatón y pasajero, se busca exponer la conducta ideal que debemos tener en las calles de la ciudad en los diferentes roles que podemos tener. Por tal motivo, se continuó llevando el parque a colegios de la ciudad de Bogotá para el 2023 se beneficiaron 400 niños con esta actividad.

Patrocinios:

Selección Colombiana de Voleyball Femenino:

Patrocinador oficial de la selección. La compañía apoyó en diferentes torneos internacionales, incluyendo el torneo clasificatorio a los olímpicos París 2024 y a los Juegos Panamericanos de Chile 2023. Adicionalmente, se realizaron

actividades de promoción y familiarización de las principales representantes del equipo con clientes y colaboradores de ATC, como por ejemplo acompañando a la marca en AgroExpo.

Apoyo a la cultura colombiana:

ATC decidió, a través de un product placement, con el icónico modelo FJ40 apoyar el Cine Colombiano con la película Itzia, tango & Cacao. Una historia de realismo mágico, cuyo personaje principal es una campesina de cacao sordomuda que logra conectarse con su padre perdido al encontrarlo viajando en su Toyota. La película describe visualmente la ardua labor de los Cacaoteros, su labor humilde y real muestra el frondoso paisaje colombiano, tocando temas de diversidad e inclusión.

8.3

ENFOQUE GOBERNANZA

-Contenido GRI: (205) (2.23) (2-6) (2-13) (2-15) (2-16)

(2-23) (2-24) (2-25) (2-28) -

ODS: 8, 9, 11, 12, 17

Aspectos de Gobernanza

100% Del personal fue capacitado sobre políticas y procedimientos de anticorrupción	Compliance week. Actividad que impactó a colaboradores, proveedores y clientes de ATC	100% de los colaboradores conocen de las políticas de SAGRILAFT y PTEE
ATC cuenta con Código de Ética y Conducta	100% de las denuncias recibidas en la línea ética fueron atendidas e investigadas	Matriz de riesgo actualizada para el 2023
ALMERA: Plataforma digital en la cual se encuentran los mapas de procesos, los procesos y procedimientos para consulta por parte de cualquier colaborador	Plan de auditoría interna	0% incidentes relacionados con este tipo de conductas LAFT/ ST y corrupción.

ATC tiene el más alto compromiso en contra de cualquier acto cometido en contra de las leyes colombianas, las políticas de la Compañía o de la ética de los negocios. Por tal motivo, cuenta

con políticas y procedimientos que permiten identificar y abordar las reclamaciones y las denuncias por cualquier hecho antiético o ilegal.

En el año 2023, el área de Cumplimiento fue el encargado de: (i) la compilación de matriz de riesgos de la compañía y (ii) la compilación del reporte de materialización de riesgos para períodos ya terminados. Es de resaltar que, como parte de esa transición, se procedió a actualizar la matriz de riesgos de la compañía bajo el estándar de Toyota Global Risk System definido por Toyota Motor Corporation a nivel global. Todo lo anterior se sustenta en las políticas y programas desarrollados por la empresa para la prevención y manejo de estos riesgos, así como para asegurar que los colaboradores estén informados y capacitados en caso de materialización de algún riesgo de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo, la financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva, así como los riesgos de soborno y corrupción. Por este motivo, ATC cuenta con:



- Manual de gestión del Riesgos.
- Manual para el cumplimiento del régimen de autocontrol y gestión del riesgo integral de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo, la financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva y el reporte de operaciones sospechosas a la UIAF.
- Programa de transparencia y ética empresarial (PTEE).
- Política de Ética Empresarial y Prevención de la Corrupción.
- Manual de la Línea ética.
- Política de Habeas Data.
- Procedimiento general de compras.
- Procedimiento ante eventos de fraude y corrupción.
- Código de ética y conducta.
- Revisión de todos los clientes, aliados, proveedores y colaboradores con el objetivo de prevenir su participación o relación con actividades relacionadas con el Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo, la financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva, así como los riesgos de soborno y corrupción.

Así mismo el Código de Ética de la compañía ha dado los fundamentos para que la línea ética y los canales de denuncia elaborados por la compañía aseguren la confidencialidad y protección al denunciante y que el proceso de investigación sea claro y transparente. De acuerdo a los lineamientos de Toyota Motor Corporation, y de la región de Toyota Latinoamérica y el Caribe, se iniciaron las modificaciones y actualizaciones de políticas de soborno y anticorrupción, donaciones y patrocinios.

Para promover la cultura del cumplimiento ATC su gerencia de cumplimiento, ha desarrollado diversas actividades con sus colaboradores, clientes y aliando que refuerzen los conceptos de cumplimiento, soborno, corrupción LA/FT/PADM entre otros:

Compliance Week Toyota: En el cual las áreas de Cumplimiento y Auditoría Interna realizan capacitaciones, encuentros y cursos de formación, entre otros, con el objetivo de difundir las políticas, procesos y procedimientos relacionados con el cumplimiento y la prevención de los riesgos de Lavado de Activos.

ACADEMIA Toyota: Plataforma de E-learning en que se encuentra un curso para la capacitación del sistema de cumplimiento de Toyota referente a temas de lavado de activos, financiación del terrorismo, prevención de la financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva, así como los riesgos de soborno y corrupción.

Chat de información para todos los oficiales de cumplimiento de la red: En este chat se comparte toda la información recibida de temas relacionados con corrupción, novedades del tema y se plantean inquietudes e intercambio de ideas.

Encuesta de desarrollo de concesionarios: En un cuestionario sobre las políticas de

cumplimiento con el fin de retar al mejoramiento continuo a cada uno de los socios comerciales.

Todos los esfuerzos y trabajos se han visto de forma positiva, ya que hasta el momento ATC no ha identificado la ocurrencia de eventos relacionados con los riesgos de lavado de activos, financiación del terrorismo, la financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva, soborno y/o corrupción.

Línea ética:

Permite al personal, proveedores y/o terceros comunicar o denunciar irregularidades. Todo el personal recibe una capacitación sobre el funcionamiento de estos canales al momento de su ingreso. Asimismo, la Gerencia de cumplimiento junto a la Gerencia de Auditoría Interna permanentemente ayudan a fomentar la cultura al garantizar que las políticas y procedimientos de la organización promuevan el comportamiento ético, al identificar y abordar las brechas de cumplimiento, y al ayudar a la dirección a comprender la importancia de una cultura de cumplimiento y ética.

Los canales de la línea ética disponibles para el 2023:

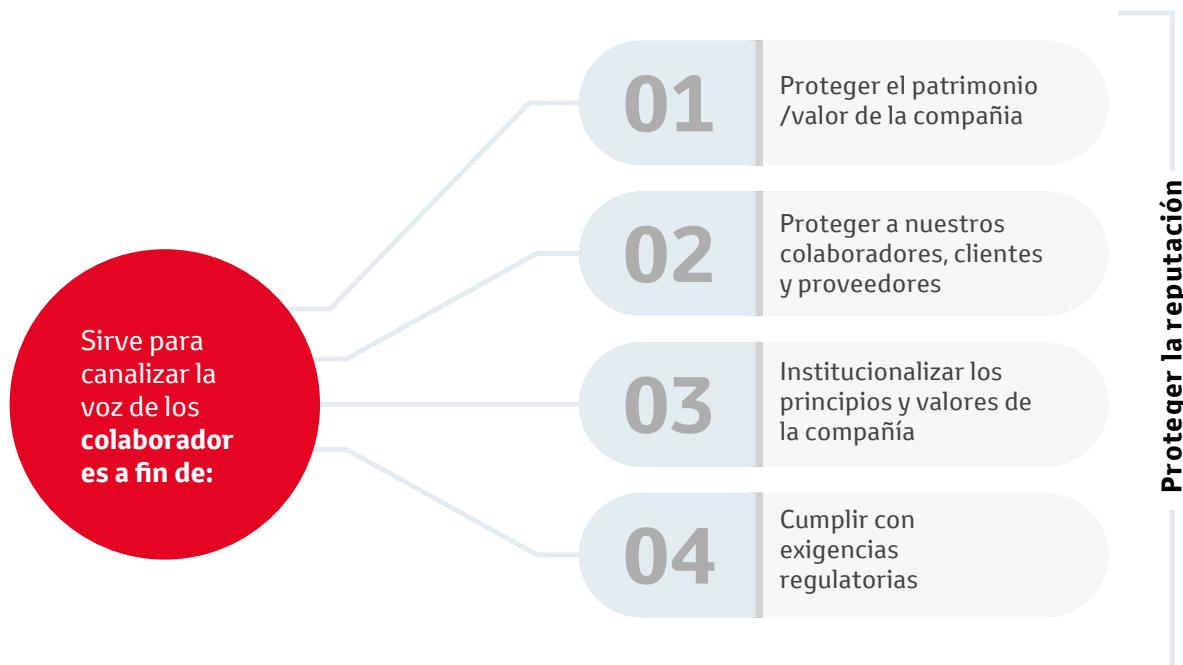
- Buzón telefónico:

- Mail:

- Correo electrónico:

- Página web:

Se recibieron un total de 23 denuncias en la Línea Ética, las cuales fueron analizadas, atendidas e investigadas.



El Comité de Ética, conformado por Presidencia y Oficial de Cumplimiento y la Gerente de Auditoría Interna, analiza cada queja o denuncia recibida a través de la Línea Ética de ATC, son los responsables de recibir, revisar, analizar y determinar la investigación en cada caso.

Auditoría interna:

La auditoría interna hace parte de las líneas de defensa que toda compañía debe tener. Desde el área de auditoría de ATC se acogen a las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna emitido por The Institute of Internal Auditors (IIA), y se establece un plan anual de auditoría basado en riesgos, a fin de determinar las prioridades de la actividad del área y evaluamos la eficacia para contribuir a la mejora de los procesos de gestión de riesgos.

Dada la formación y experiencia en identificación de riesgos y controles de Auditoría Interna de ATC, y teniendo en cuenta la visión global de la compañía con la que cuenta el área, auditoría interna aporta un importante valor agregado a los órganos de gobierno y a la alta dirección, con relación al sistema de gobierno y de control de los riesgos al proceso de definición, implantación y supervisión de la estrategia de la entidad.

8.4

MATERIALIDAD 2023

-Contenido GRI: Para el año 2023, se conservaron los asuntos priorizados y reportados en el informe de 2022. -



9

RETOS A FUTURO

-Contenido GRI: 206 -
ODS: 7, 9, 11, 12, 17



9.1

DIVERSIFICACIÓN DE TECNOLOGÍAS

En la visión de Toyota de alcanzar un futuro neutral en carbono, más allá de cero emisiones, a través de sus productos, servicios y operaciones, la empresa busca encontrar formas de generar un impacto positivo en el planeta y la sociedad.

Se ofrece una selección de vehículos con cero emisiones o emisiones bajas más amplia que la de cualquier otro fabricante automotriz, con el objetivo de proporcionar a los clientes más formas de reducir su huella de carbono.

Pila de combustible de hidrógeno (FCEV). Toyota MIRAI. Mirando a un FUTURO más sostenible

Mirai en japonés significa futuro, y es hacia un futuro más sostenible que ATC está dirigiendo su mirada. Este vehículo funciona mediante la combinación de hidrógeno con oxígeno para generar energía, la cual se almacena en una batería que impulsa el vehículo a través de un motor eléctrico. Si se requiere más energía, se puede destinar electricidad directamente de la pila de combustible al motor eléctrico. La batería también puede almacenar energía proveniente de la frenada regenerativa, lo que ayuda a reducir el consumo de hidrógeno. Una característica destacada de este modelo es que el único residuo que deja tras la generación de energía es agua pura, que se expulsa a través del tubo de escape. Este modelo presenta una serie de ventajas además de ser una opción de movilidad sostenible.

Actualmente, en Colombia se cuenta con un modelo de este vehículo, el cual ha estado en pruebas con Ecopetrol desde el 2022 para el desarrollo de la tecnología del hidrógeno verde y la evaluación de su rendimiento como combustible, autonomía y eficiencia. Los principales objetivos de estas pruebas son evaluar el comportamiento del hidrógeno, analizar el negocio de movilidad y explorar la expansión de este tipo de energía. El hidrógeno generado se produce mediante un electrolizador de 50 kW y paneles solares, con una estimación de producción diaria de 20 kg de hidrógeno verde de alta pureza (99.999%).





Vehículos híbridos enchufables (PHEV)

Esta tecnología cuenta con una batería de mayor tamaño que se recarga a través de un suministro eléctrico, lo que aumenta potencialmente la cantidad de kilómetros que puede recorrer el vehículo en modo eléctrico. Esto se traduce en una opción óptima para incrementar el rendimiento de combustible y disminuir las emisiones de CO₂. Este vehículo combina un motor a combustión de 2,5 Litros con una potencia de 177 hp y un torque máximo de 224 Nm unido a dos motores eléctrico-alimentados por una batería de 18 kW, Lo que combinado en modo híbrido genera 302hp. Esta tecnología se encuentra en Colombia en el modelo Rav4 PHEV, sin embargo, no se encuentra disponible para comercialización.



Vehículo eléctrico (BEV)

Los vehículos eléctricos de Toyota (BEV) funcionan impulsados por uno o más motores eléctricos. Estos emplean la energía eléctrica que se almacena en las baterías recargables y la transforman en energía cinética, este proceso funciona a través de interacciones electromagnéticas. El elemento conductor que tiene en su interior tiende a moverse cuando se encuentra dentro de un campo magnético y recibe corriente eléctrica. Esta reacción es la que le provee al carro eléctrico de la tracción necesaria para moverse.

El modelo BZ4X BEV es completamente eléctrico y reemplaza los motores de combustión con motores eléctricos alimentados por baterías, lo que brinda una propulsión suave y con un torque casi inmediato. Utiliza la misma tecnología de autocarga de los vehículos híbridos Toyota para aprovechar la energía cinética generada por el movimiento de frenado del vehículo, pero obtienen el resto de su potencia cuando se enchufa y carga. Brindando una autonomía de hasta 402 kilómetros. Este modelo se encuentra en Colombia para prueba y no está disponible para su comercialización.



Vehículo Flex Fuel.

Continuando con más alternativas de movilidad sostenible, capaces de adaptarse a la necesidad de los clientes de Toyota, llega la tecnología del biocombustible. El etanol es un alcohol producido de manera natural mediante ingredientes biológicos, a partir de la fermentación de azúcares. Al no estar derivado del petróleo genera una menor cantidad de emisiones de gases efecto invernadero.

Los vehículos FFV funcionan de manera similar a un vehículo convencional, solo que generando menos emisiones. Estos vehículos están diseñados para operar con mezclas de etanol y gasolina y el usuario puede elegir el tipo de combustible que desea utilizar.

En el 2023 ATC trajo a Colombia en alianza con ASOCAÑA, el vehículo Corolla Cross Híbrido Flex Fuel, el cual fue recargado con bioetanol de caña de azúcar 100 % colombiano. Flexi, el nombre con el cual bautizaron a este modelo Flex Fuel, se movilizó por toda Colombia visitando los ingenios Risaralda (La Virginia, Risaralda), Riopaila-Castilla (Zarzal, Valle), Incauca (Miranda, Cauca), Manuelita (Palmira, Valle) y Mayagüez (Candelaria, Valle). Asimismo, llegó hasta Puerto López, Meta, a la planta de Bioenergy.

El primer carro híbrido 100 % bioetanol en Colombia también estuvo en Cali en el

Congreso de Fedebiocombustibles, la Cámara de Comercio y la SAG Valle. Adicional a este inigualable recorrido de la caña, estuvo en la Universidad Tecnológica de Pereira, donde se le practicaron pruebas con mezclas de 20% y 100% de etanol, que evidenciaron que las emisiones de hidrocarburos no quemados (HC) son prácticamente nulas; el vehículo no presentó cascabeleo y en cuanto a la aceleración ésta mejoró en un 2% y la potencia se incrementó en un 9 %.

La tecnología de Biocombustibles, fue socializada con diversos mandatarios regionales que visitaron Toyota de Brasil, en el marco de un viaje oficial, en el que ATC los acompañó, este evento fue organizado y gestionado por la Asociación de la Industria Caña de Brasil (UNICA).

En este recorrido de exhibición de la tecnología, Flexi también hizo presencia en diferentes encuentros, foros, encuentros académicos, así como en el Salón del Automóvil.

Como resultado de todas estas actividades Flexi recorrió más de 10.000 kilómetros, en territorio colombiano a su finalización del proyecto con bioetanol producido con 100% de caña colombiana. Demostrando así que la movilidad sostenible es posible.

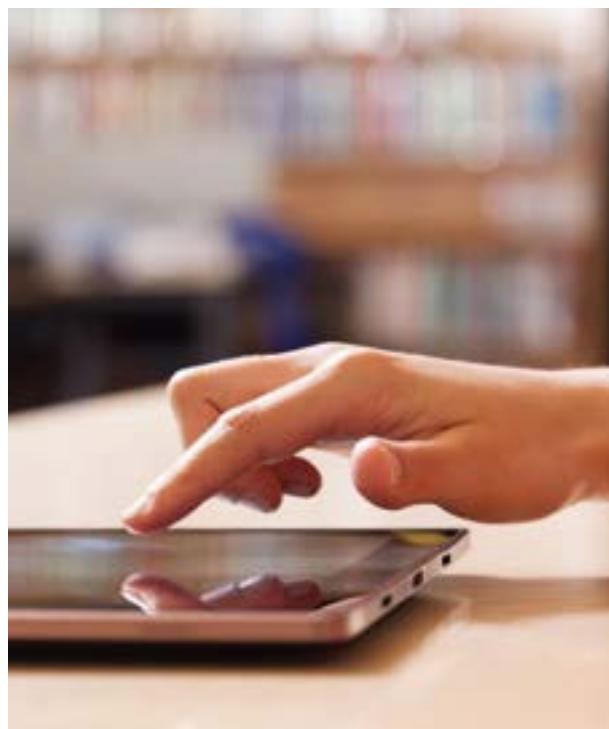
9.2

KUMO – Sales Force

Continuando por el camino hacia la sostenibilidad, transformación digital y la mejora de los procesos comerciales, en el 2023, se dio inicio al proceso de diseño y construcción de la nueva herramienta de CRM Salesforce, adoptando el proyecto con el nombre de KUMO, el cual traducido del japonés al español significa nube, y hace referencia al sistema en el cual se encuentra ubicada la herramienta.

Con el respaldo de los 7 concesionarios piloto de la red, en junio se dio inicio al proceso de capacitación y pruebas en vivo del procedimiento comercial para vehículos nuevos. Actualmente, esta herramienta ha generado impactos positivos en el flujo comercial de vehículos nuevos y en la gestión de KPIs, al optimizar el embudo de ventas mediante un mejor seguimiento de las etapas comerciales, centralizando la información y permitiendo la visualización en un único lugar del ciclo de ventas de cada cliente. Además, proporciona un mayor control de las actividades a realizar por la fuerza de ventas, facilitando el monitoreo del progreso de su gestión diaria. Gracias a su manejo sencillo, también permite la creación de informes personalizados según lo requiera cada concesionario para el seguimiento de KPIs y otras actividades necesarias.

Al cierre del 2023, contamos con un total de 16 vitrinas activas en la herramienta, 380 usuarios activos y se crearon y facturaron exitosamente 2.734 pedidos desde la misma.



AGRADECIMIENTOS

Coordinación y contenido:

Vicepresidencia de Sostenibilidad y Mercadeo

Coordinación de Sostenibilidad

Asesoría externa:

Corporación Fenalco Solidario

Diagramación:

Vélez Caicedo Publicidad.

Índice de tablas

Índice de tablas

Nº	Nombre	Número de página
1	Importación de vehículos por país de origen	19
2	Cumplimiento normas legales	23
3	Vicepresidencias y su compromiso con la Sostenibilidad	27
4	Datos relevantes de colaboradores	29
5	Personal de ATC en el 2023	29
6	Distribución por sexo Colaboradores directos.	30
7	Colaboradores directos por sede	31
8	Contratacion y retiro distribuido por edad y genero	31
9	Licencias de maternidad y paternidad	35
10	Horas capacitación totales de colaboradores	37
11	Horas de capacitación (programas)	37
12	Categoría laboral por género y edad	30
13	Alta gerencia de ATC	32
14	Expatriados en posiciones ejecutivas	-
15	Programa de Intercambio	-
16	Órganos Corporativos de ATC	44
17	Composición de la Junta Directiva de ATC	44
18	Composición de la Red de Concesionarios Toyota para el 2023	50
19	BIT – Encuesta de satisfacción de empleados de la RED ATC	55
20	Resultados de IX Concurso de Habilidades Técnicas 2023	64
21	Emisiones realizadas en el 2023 por alcance	80
22	Emisiones por alcance y gases	80
23	Tendencias de consumo energético de ATC	82
24	Categoría del concurso	84
25	Aspectos de gobernanza	86

Índice de gráficas

Nº	Nombre	Número de página
1	Share del mercado de vehículos electrificados en el país.	17
2	Evolución del mercado de vehículos electrificados en Colombia	15
3	Gestión Financiera ATC 2023.	24
4	Organigrama	25
5	Mapa de procesos	28
6	Estado del plan de desarrollo de concesionarios para el 2023	52
7	Programa de Estilo Comercial Toyota	54
8	Encuesta del índice de satisfacción del cliente	58
9	Grado de recomendación que nos da el cliente al visitar una vitrina o taller	58
10	Crecimiento en las ventas de la Boutique	72
11	Crecimiento de usados	74
12	Comportamiento del mercado de usados	74
13	Consumo de energía	81

Índice de contenidos GRI

	Estándar GRI	Contenido	Capítulo	Número de página
GRI 2 contenidos generales 2021		SECCIÓN 1: La organización y sus prácticas de presentación del informe		
	2.1.	Detalle de la organización	3.Automotores Toyota Colombia – Su Historia 4.Visión de Toyota 5.Automotores Toyota Colombia - ATC	6, 8, 13

Índice de contenidos GRI

	Estándar GRI	Contenido	Capítulo	Número de página
GRI 2 contenidos generales 2021	SECCIÓN 1: La organización y sus prácticas de presentación del informe			
	2.2.	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	1.Informe de sostenibilidad 2023. 3.Automotores Toyota Colombia – Su Historia	3, 6
SECCIÓN 2: Actividades y trabajadores				
	2.6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	5.Automotores Toyota Colombia – ATC 7. Cadena de Valor con enfoque Sostenible. 8.3 Enfoque de Gobernanza	13, 69, 86
	2.7	Empleados	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	2.8	Trabajadores que no son empleados	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
GRI 2 contenidos generales 2021	SECCIÓN 3: Gobernanza			
	2.9	Estructura de gobernanza y composición	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	2.10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13

Índice de contenidos GRI

	Estándar GRI	Contenido	Capítulo	Número de página
GRI 2 contenidos generales 2021	SECCIÓN 3: Gobernanza			
	2.11	Presidente del máximo órgano de gobierno	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	2.12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	2.13	Delegación de la responsabilidad de gestión de impactos	8.3 Enfoque de Gobernanza	86
	2.14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	2.15	Conflictos de interés	5.Automotores Toyota Colombia – ATC 8.3 Enfoque de Gobernanza	13, 86
	2.16	Comunicación de inquietudes críticas	8.3 Enfoque de Gobernanza	86
	2.18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	5.Automotores Toyota Colombia – ATC	13
	2.19	Políticas de remuneración	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	SECCIÓN 4: Estrategia, políticas y prácticas			
GRI 2 contenidos generales 2021	2.22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	2.Palabras del presidente	4
	2.23	Compromisos y políticas	8.3 Enfoque de Gobernanza	86
	2.24		8.3 Enfoque de Gobernanza	86

Índice de contenidos GRI

	Estándar GRI	Contenido	Capítulo	Número de página
GRI 2 contenidos generales 2021	SECCIÓN 4: Estrategia, políticas y prácticas			
	2.25	Procesos para remediar los impactos negativos	8.3 Enfoque de Gobernanza	86
	2.27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	5.3. Cumplimiento de la legislación y las normativas 8.3 Enfoque de Gobernanza	23, 86
	2.28	Afiliación a asociaciones	5. Automotores Toyota Colombia – ATC 8.3 Enfoque de Gobernanza	13, 86
GRI 2 contenidos generales 2021	SECCIÓN 5: Participación de los grupos de interés			
	2.29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	5. Automotores Toyota Colombia – ATC 6. Red de concesionarios toyota	13, 50
GRI 200 Temas económicos	201 Desempeño económico 2016			
	201- 1	Valor económico directo generado y distribuido	5. Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	5. Automotores Toyota Colombia - ATC	13
GRI 200 Temas económicos	202 Presencia en el mercado 2016			
	202-1	Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	5. Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	5. Automotores Toyota Colombia - ATC	13
GRI 200 Temas económicos	204 Prácticas de abastecimiento 2016			
	204-1	Proporción de gastos en proveedores locales	5. Automotores Toyota Colombia - ATC	13

Índice de contenidos GRI

	Estándar GRI	Contenido	Capítulo	Número de página
GRI 200 Temas económicos	205 Anticorrupción 2016			
	205-1	Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	8.3 Enfoque de Gobernanza	86
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas anticorrupción	8.3 Enfoque de Gobernanza	86
	205-3	Incidentes de corrupción y medidas tomadas	8.3 Enfoque de Gobernanza	86
GRI 200 Temas económicos	302 Energía 2016			
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	8.1. Enfoque Ambiental	78
	302-2	Consumo de energía fuera de la organización	8.1. Enfoque Ambiental	78
	302-3	Intensidad energética	8.1. Enfoque Ambiental	78
	302-4	Reducción del consumo energético	8.1. Enfoque Ambiental	78
	302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	8.1. Enfoque Ambiental	78
GRI 200 Temas económicos	304: Biodiversidad 2016			
	304-1	Sitios operacionales en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	8.2 Enfoque Social	84
	304-2	Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad 103 / 106	8.2 Enfoque Social	84

Índice de contenidos GRI

	Estándar GRI	Contenido	Capítulo	Número de página
GRI 200 Temas económicos	305 Emisiones 2016			
	305-1	Emisiones directas (GEI) Alcance 1	8.1.Enfoque Ambiental	78
	305-2	Emisiones indirectas (GEI) asociadas a la energía Alcance 2	8.1.Enfoque Ambiental	78
	305-3	Otras emisiones indirectas (GEI) Alcance 3	8.1.Enfoque Ambiental	78
	305-4	Intensidad de las emisiones GEI	8.1.Enfoque Ambiental	78
	305-5	Intensidad de las emisiones GEI	8.1.Enfoque Ambiental	78
	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)	8.1.Enfoque Ambiental	78
305-7	Óxido de nitrógeno, Óxidos de azufre y otras emisiones significativas al aire	8.1.Enfoque Ambiental	78	
GRI 400 Temas sociales	401 Empleo 2016			
	401-1	Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	401-2	Prestaciones para empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
401-3	Permiso parental	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13	
GRI 400 Temas sociales	402 Relaciones trabajador - empresa 2016			
	402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13

Índice de contenidos GRI

	Estándar GRI	Contenido	Capítulo	Número de página
GRI 400 Temas sociales	403 Salud y seguridad en el trabajo 2018			
	403-1	Sistema de gestión de SST	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de accidentes	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	403-3	Servicios de salud en el trabajo	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre SST	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	403-5	Formación de trabajadores sobre SST	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	403-7	Prevención y mitigación de los impactos para la salud y seguridad en los trabajadores directamente vinculados a través de las relaciones comerciales.	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de SST	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	403-9	Lesiones por accidente laboral	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	403-10	Las dolencias y enfermedades laborales	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
GRI 400 Temas sociales	404 Formación y educación 2016			
	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleados	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13

Índice de contenidos GRI

	Estándar GRI	Contenido	Capítulo	Número de página
GRI 400 Temas sociales	404 Formación y educación 2016			
	404-2	Programas para desarrollar competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y el desarrollo de su carrera	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
GRI 400 Temas sociales	404 Formación y educación 2016			
	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
	405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	5.Automotores Toyota Colombia - ATC	13
GRI 400 Temas sociales	413: Comunidades locales 2016			
	413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	8.2 Enfoque Social	84
GRI 400 Temas sociales	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.	6.Red de concesionarios Toyota	50
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de la categorías de productos y servicios en la salud y seguridad.	6.Red de concesionarios Toyota	50