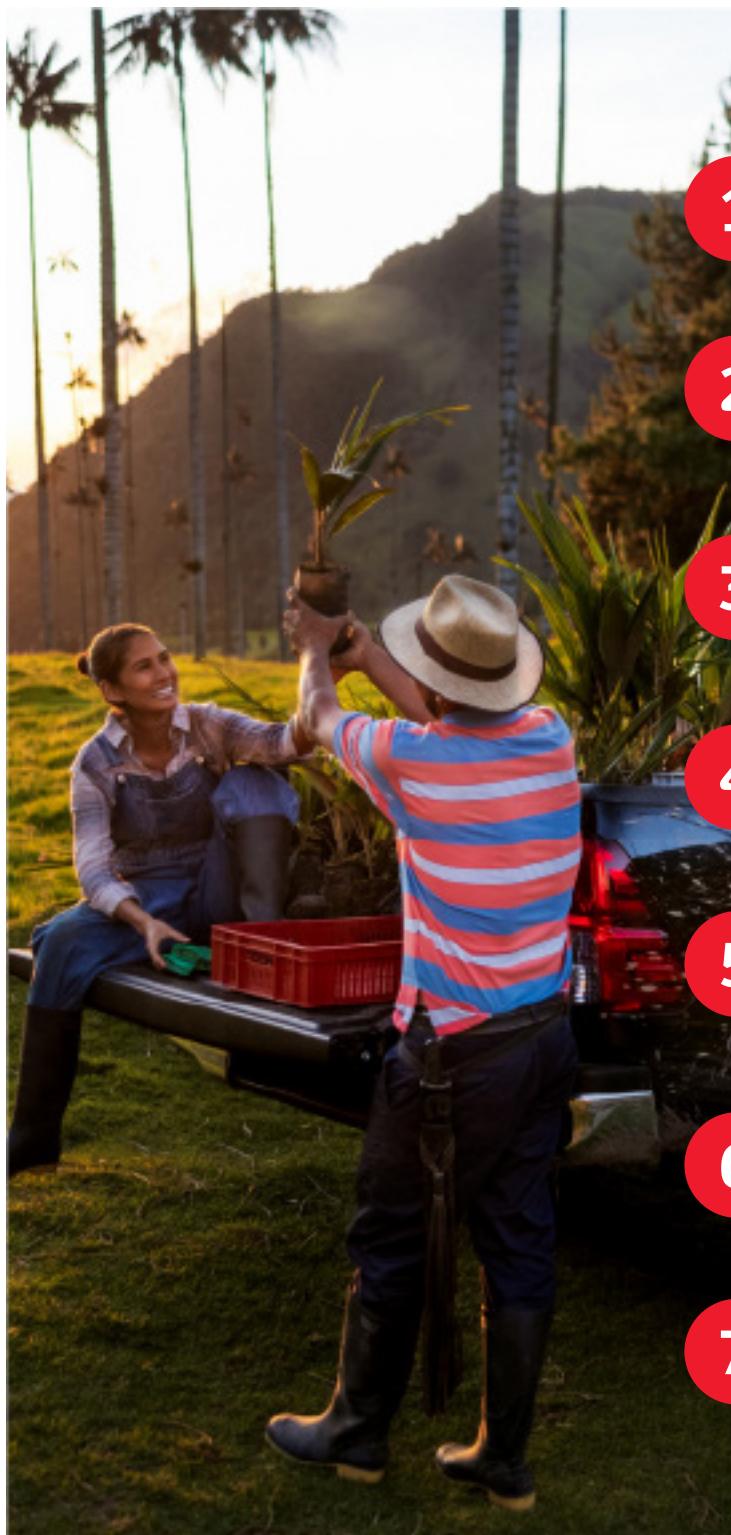




INFORME DE **SOSTENIBILIDAD** 2022

Índice



1

Sobre este Informe

► [Página 3](#)

2

Carta del Presidente

► [Página 4](#)

3

Historia de ATC

► [Página 6](#)

4

La Empresa

► [Página 16](#)

5

Clientes ATC

► [Página 62](#)

6

Camino a la Sostenibilidad

► [Página 69](#)

7

Retos a Futuro

► [Página 114](#)

1

Sobre este Informe

- Contenido GRI 2.4- 2.5 -



En el año 2023, AUTOMOTORES TOYOTA COLOMBIA (ATC) ha lanzado su primer informe de sostenibilidad, abarcando el período comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de diciembre de 2022. Este informe representa una oportunidad para comunicar el desempeño ambiental, social y económico de la compañía a sus diversos grupos de interés.

ATC ha llevado a cabo un proceso colaborativo en la elaboración de este informe, trabajando en conjunto con las diferentes áreas de la compañía, así como las gerencias y vicepresidencias. Este enfoque ha permitido obtener información precisa y confiable proveniente de fuentes adecuadas, garantizando la calidad de la presentación. Además, el informe ha contado con la aprobación del presidente de la compañía, el señor Dino Tanaka, asegurando su respaldo y compromiso con los contenidos presentados.

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

Para más información sobre el primer informe de sostenibilidad, comunicarse a:

esg@toyota.com.co

2

Carta del Presidente

- Contenido GRI 2,22 - 2.4 - 2,5



Con gran alegría, les presentamos nuestro primer Informe de Sostenibilidad. Este informe es muestra del trabajo en equipo y dedicación que en ATC tenemos, siempre a través del respeto por las personas y de la mejora continua en cada una de nuestras actividades. Queremos buscar una sostenibilidad divertida, consciente y dinámica.

Este informe es más que un reflejo de lo que como empresa realizamos, es demostrar nuestro compromiso permanente con la sostenibilidad. En ATC vemos en la sostenibilidad un tema prioritario, por lo que buscamos diversas formas de aplicarla en diferentes entornos como el social, ambiental, y financiero, para así poder ser mejores ciudadanos del mundo y ser ejemplo de ello.

Podemos decir que la sostenibilidad implica una relación armónica y de respeto con nuestro entorno, donde buscamos una conexión con el medio ambiente de manera amigable, de esta forma retornemos un poco de lo que de este hemos recibido. Esta relación se ve reflejada en nuestra comunidad y en el bienestar de todas aquellas personas que nos rodean. La sostenibilidad debe trasmisir diversión y felicidad a la comunidad, una muestra de ello son los programas de bienestar con nuestros colaboradores, los cursos de formación con nuestra red de concesionarios, o los programas de responsabilidad social empresarial donde trabajamos con comunidades y buscamos contribuir a tener un entorno mas sostenible.

Estrategias como la del Bosque Toyota, programas de ASG, la capacitación de más de 3000 niños en seguridad vial, planes de

fidelización de clientes, o los programas que tenemos con nuestros colaboradores, son la prueba que, trabajando en equipo podemos generar un cambio tangible que nos encamine y nos lleve cada día más a la sostenibilidad. Son las pequeñas acciones las que en conjunto nos llevan a un gran cambio. Eso es lo que como marca queremos mostrar, que siempre vamos por más.

La adopción nuevas tecnologías son una muestra de esa búsqueda constante de sostenibilidad, ya que a través de ellas, buscamos una diversificación que permita a futuro una verdadera movilidad para todos. Buscamos que nuestros clientes puedan acceder a vehículos y servicios de movilidad, amigables con el medio ambiente y sean de bajas emisiones e incluso de cero emisiones. Buscamos la descarbonificación a través del uso de tecnologías que se adapten a la realidad de Colombia y cumplan con las necesidades del usuario, es lo que nos ha llevado a posicionarnos como una de las mejores marcas en el mercado de vehículos en Colombia, y ser pioneros en la venta de híbridos.

La sostenibilidad se encuentra también reflejada en nuestra cadena de valor, la diversificación del negocio busca crecer como empresa y ser capaces de adaptarnos a la dinámica del país, y a las necesidades del cliente, desarrollando la capacidad de ofrecerle al cliente un portafolio de productos y servicios capaces de satisfacer sus necesidades y darle garantía de la calidad de lo que adquiere.

Dino Tanaka

3

Historia de ATC

- Contenido GRI 2.1; 2.2; 2.3 -



Toyota llega a Colombia en 1957, en plena dictadura militar. Se tenía el plan de construir una planta de ensamblaje, pero el panorama político del país en ese entonces, no lo permitió. Sin embargo, la marca japonesa siguió buscando su entrada al país, y en 1959, un grupo de empresarios crearon **Distribuidores Toyota de Colombia Ltda.** Esta empresa quebró, quedando en manos del Banco de Comercio como uno de los principales acreedores, quien logra saldar la deuda, dando paso en 1970 a la empresa Distribuidora Toyota LTDA (en adelante **Distoyota**).

La década de los 80's marcaron un reto para **Toyota**, ya que en Colombia se había adoptado la medida de protecciónismo y la prohibición de las importaciones. Con el cambio de gobierno en 1984, el ambiente se fue flexibilizando, permitiendo que comercializadoras e importadores tuvieran una competencia un poco más ecuánime. Con la apertura económica en 1991, se formó una alianza entre SOFASA y **Toyota Motor Corporation (TMC)** para la producción de vehículos 4X4 – Land Cruiser Serie 70 & 100 y Hilux – como la venta en las salas de SOFASA. Es entonces como para el mercado colombiano, se contaba con dos distribuidores de la marca Toyota.

En 2008 **Toyota Motor Corporation (TMC)** y Mitsui decidieron dar por terminada la relación con Sofasa y se dió paso a un nuevo distribuidor llamado Toyota de Colombia. Con eso en el país Toyota de Colombia y Distoyota quedaron como los dos distribuidores de la marca Toyota, con una competencia constante entre ambos.

En 2014 las dos distribuidoras deciden unirse y crear **Automotores Toyota Colombia S.A.S**, empresa que pasa a ser la distribuidora exclusiva de la marca en el país, la cual ya lleva 9 años en el mercado colombiano, siendo una empresa



comprometida con la filosofía de la marca Toyota de respeto por las personas y mejora continua.

Actualmente ATC, tiene una estructura societaria compuesta por acciones simplificadas, distribuidora oficial y exclusiva de la marca Toyota en el territorio colombiano. El objeto social de ATC consta principalmente en la comercialización de vehículos automotores nuevos de la marca Toyota, además del comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos Toyota. Los productos/ servicios que ofrece la organización durante el año 2022, incluyen:

-  Importación de vehículos
-  Venta de repuestos
-  Venta de accesorios
-  Servicios posventa

El direccionamiento estratégico de ATC se encuentra encaminado al VT10, el cual se define de la siguiente manera con las siguientes actividades las cuales envuelven a todos los colaboradores, directivos y socios de ATC.

VT10

| | | |
|----|-----------------------------------|--------------|
| V | Visión, virtudes, cadena de valor | Cualitativa |
| T | Trabajo en equipo, transparencia | |
| 10 | Alcanzando un 10 en cada área | Cuantitativa |

Actividades cualitativas

| | |
|--|---|
| Buen cumplimiento | Ser buenos Ciudadanos Corporativos siendo aplicados, justos y transparentes |
| Buena comunicación | Tener buena comunicación interna y externa: Escucharemos con una actitud imparcial |
| Revisión de la organización | Trabajo en equipo |
| Contribución a la carbono neutralidad e ESG | Ser respetuosos con el medio ambiente: Contribuir a la meta de Toyota de ser CARBON NEUTRAL (CN) y cumplir con todos los criterios ESG. |
| Creación de fans a futuro | Objetivos fijados en nuevos clientes (gazoo racing, tecnología, movilidad), estableciendo nuevas metas de conquista. |
| Gemba sólido y constante | Seguimiento a cada consumidor para entender el mercado visitando el lugar de acción (Gemba). |
| Sonríe en la compañía | Sonreír: Disfruten del trabajo teniendo el sistema Toyota Production System en mente. Trabajen con ganas - sonriendo mucho |

3.1.

Visión Global Toyota

A lo largo de su historia, Toyota se ha esforzado por crear automóviles en beneficio de la sociedad y por conseguir satisfacer a los clientes de todo el mundo.

La visión global de Toyota se expresa en la metáfora del árbol, donde las “**raíces**” simbolizan los valores compartidos por todo el equipo de Toyota y se manifiestan en los principios rectores de Toyota y el Toyota Way.

Los “**frutos**” simbolizan el compromiso de Toyota por crear vehículos cada vez mejores, y de contribuir al impulso económico y social de las comunidades en las que la compañía opera. Por eso, Toyota es bienvenida en las sociedades donde se establece.

El “**tronco**” simboliza la vitalidad empresarial de Toyota para crear productos que generen satisfacción entre los clientes obteniendo unos frutos generosos para la sociedad.

Así pues, la visión de Toyota evoca un círculo virtuoso en el que la compañía contribuirá al desarrollo a través de la fabricación de automóviles sobresalientes.



Filosofía Toyota

Visión

Creando movilidad para todos

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

Misión

Producir felicidad para todos

Toyota tiene como prioridad la felicidad de los demás, hacer mejores productos, más asequibles. Valorando cada segundo y cada centavo. La empresa pone todo su esfuerzo y ofrece todo su ingenio. Mirar hacia adelante, no hacia atrás. Toyota cree que lo imposible es posible.

Toyota Principles

Value

The Toyota Way

Partnerships / Software / Hardware

Mission

Producing Happiness for All

Vision

Creating Mobility for All

3.2.

Toyota Way

Toyota Way representa los cimientos que se tienen para funcionar como una compañía global. Está guiada por una cultura empresarial común y unos valores compartidos basados en los “Principios rectores de Toyota”, que garantizan un espíritu y un modo de ser y actuar común en todas las filiales.

Se fundamenta sobre dos pilares principales:



El Toyota Way 2021

Combinando software, hardware y asociaciones para crear un valor único que proviene del estilo **Toyota**.

- Software -

Aplicar la imaginación para mejorar la sociedad.
Pensó en una filosofía de diseño que prioriza a las personas.
Practicando Genchi Genbutsu.
Entender el funcionamiento en su esencia.

- Hardware -

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

- Asociaciones -

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



¡Todos **nuestros valores** están conectados con **nuevas competencias**!

1. Actua por otros

6. Continuamos en la búsqueda de la mejora

2. Trabaja con integridad

7. Creamos espacio para crecer

3. Somos curiosos

8. Bienvenida la competencia

4. Observamos minuciosamente

9. Mostramos respeto por la gente

5. Mejoramos y mejoramos

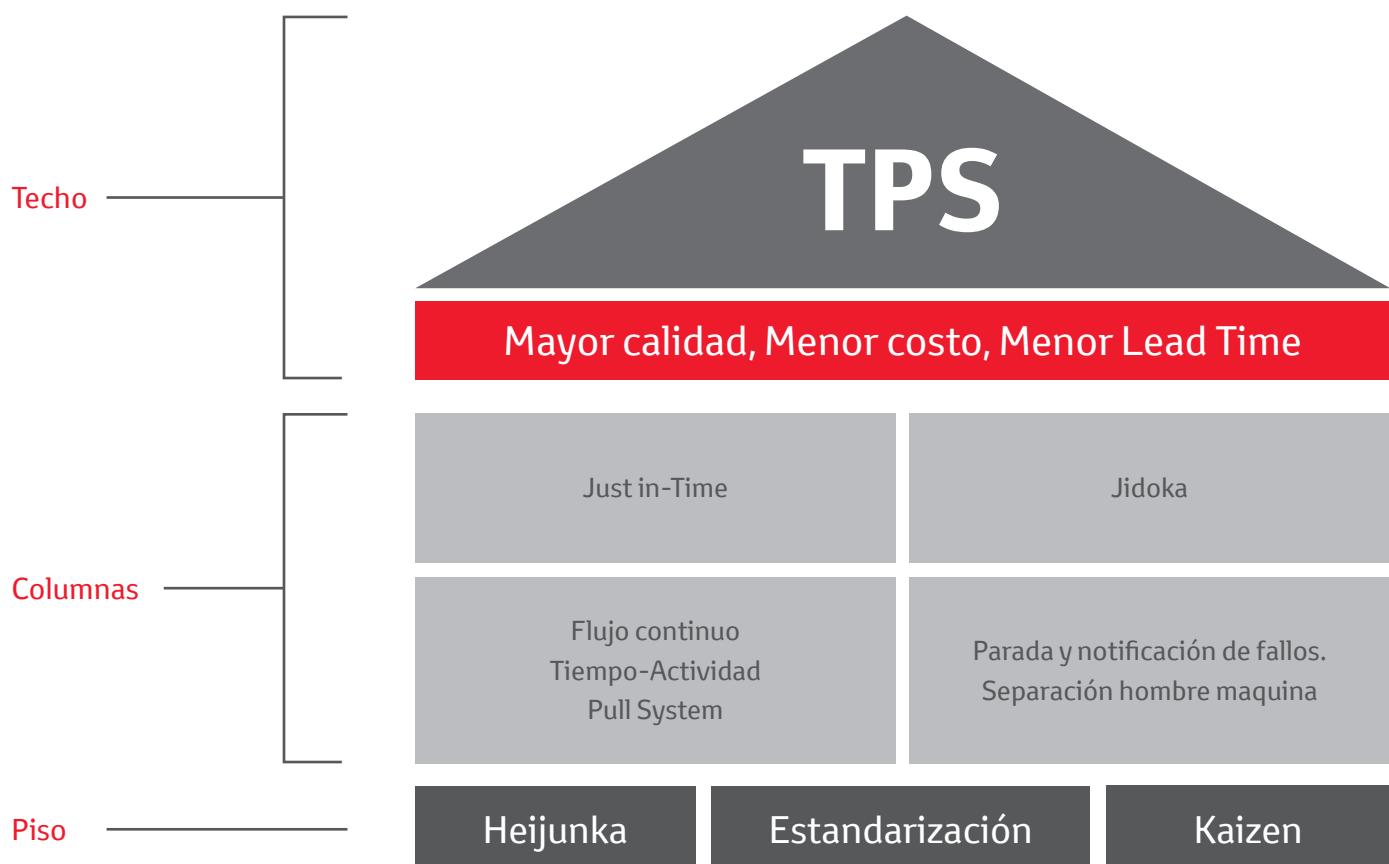
10. Agradecemos a la gente

TPS: Toyota Production System

El Sistema de Producción Toyota, o TPS por sus siglas en inglés, ha ayudado a Toyota a crear una identidad de marca basada en productos de alta calidad.

El Sistema de Producción Toyota tiene como fin optimizar el flujo del sistema a través de la eliminación del desperdicio y busca incorporar la calidad en cada proceso a la vez que se practica el principio de reducción de costos.

Los dos subsistemas principales que apoyan el TPS son el “Jidoka” y el “Justo a Tiempo”.



Justo a Tiempo (Jit): Producir sólo lo necesario, cuando es necesario, y sólo en la cantidad necesaria.

Componentes del Justo a Tiempo



Sistema Jale –

Procesos operativos toman de los procesos previos sólo la información que requiere, cuando lo necesitan, y en la cantidad necesaria.

Flujo Continuo –

La configuración de los equipos y procesos en una secuencia fluida y continua con el fin de lograr una producción de una pieza a la vez, elimina el estancamiento del trabajo en y entre procesos.

Tiempo Takt –

Una herramienta para controlar la cantidad producida. El tiempo que debe tomarse para producir una unidad del producto. Se calcula al dividir el Tiempo de Operación del Día Total entre el Requerimiento de Producción Diario.

Producción Balanceada (Heijunka) –

El balance total de la cantidad de trabajo que debe producirse en un día. Elimina la fluctuación

Sistema Kanban



del trabajo y permite una mayor distribución del volumen de trabajo a través del día.

Jidoka –

No dejar pasar el defecto o “autonomatización”.

Andon –

El andón empodera a los asociados a que detengan la línea de producción si existe una complicación. Agrega un elemento humano al sistema:

El tablero Andon –

Un control visual que le informa a los asociados donde se encuentra y la naturaleza del problema.

Como compañía ATC actúa de manera transversal con la filosofía de **Toyota**, por tal motivo cuando alguna de sus áreas presenta una dificultad en cualquiera de sus procesos se hace una pausa para analizar y dar la solución necesaria.

3.3. **Misión y Visión de ATC**

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

Misión

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 así al desarrollo económico de Colombia.

ATC busca obtener confianza y respeto absoluto en el mercado colombiana. Cada colaborador debe sentirse orgulloso de ser parte de ATC, trabajar con el equipo de manera asertiva y armoniosa, con el fin de sacarle una sonrisa al cliente. Realizar una sólida y fuerte fundación para la expansión de la cadena de valor.

Visión

A 2025 incrementar la participación en el mercado automotriz, generando experiencias de valor a los clientes, colaboradores y aliados estratégicos.



4

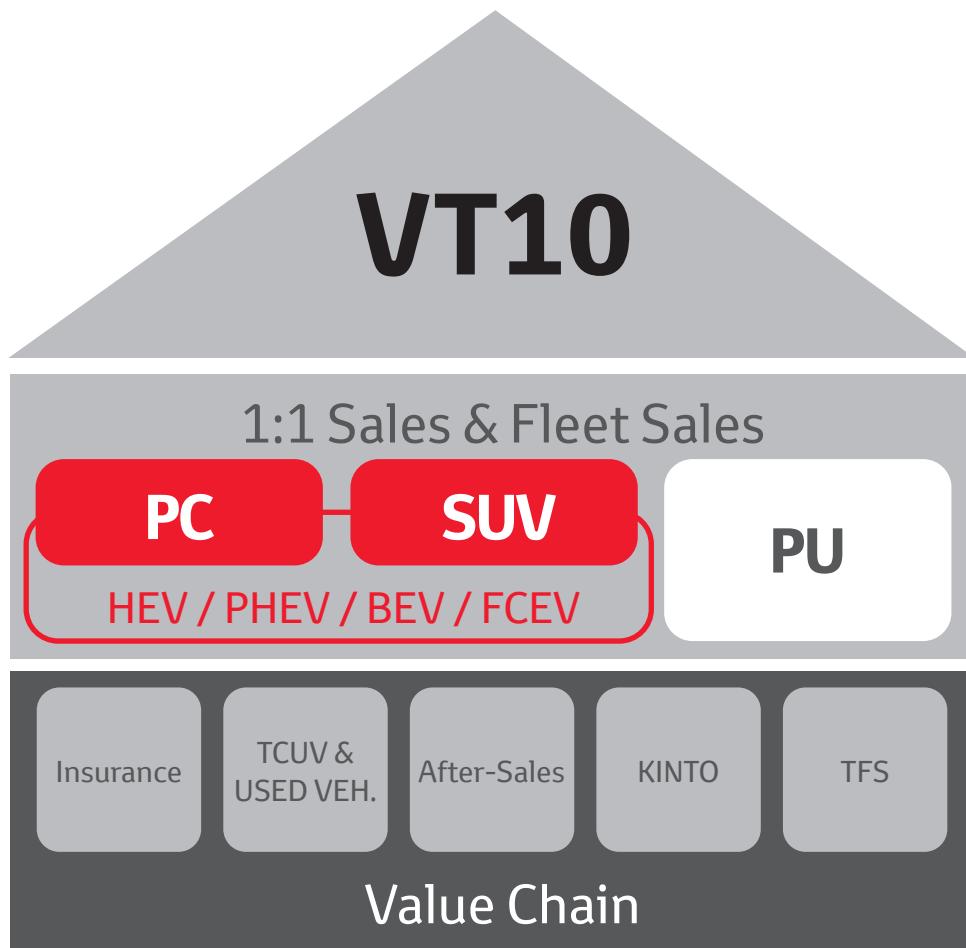
La Empresa

- Contenido GRI ; 201; 201-1; 202; 204-1; 2,7; 2,8; 2,9; 2,10; 2,11; 2,12; 2,13; 2,14; 2,15; 2,17; 2,18; 2,19; 2,23; 2,25; 2,27; 2,28; 302; 303; 304-4; 305-1; 305-2; 306-3; 306-4; 306-5; 401; 403-1; 403-2; 403-3; 403-4; 403-5; 403-6; 403-7; 403-8; 403-9; 403-10; 404; 405; 4,16; 4,18



ATC es una compañía con una alta trayectoria en la importación de vehículos, partes y accesorios, comprometidos por el crecimiento con responsabilidad social y la sostenibilidad empresarial. Es por esto, que ha trabajado en

la definición e implementación de métricas e indicadores, que permitan conocer el impacto que genera la organización en su operación y así poder establecer la mejor ruta de acción climática.



4.1. Operación de ATC

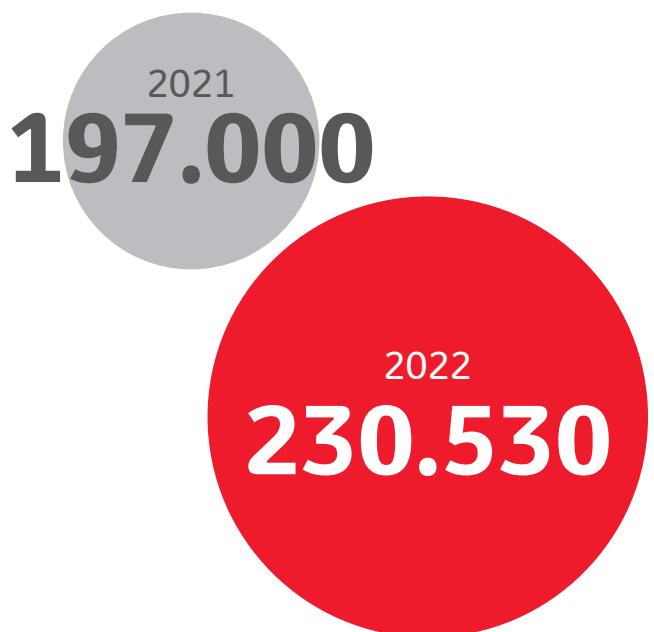
Para llevar a cabo su actividad comercial, ATC realiza la planeación de su operación desde diferentes esferas, las cuales se describen a continuación:

En la planeación de productos, ATC realiza un exhaustivo análisis del mercado y la competencia para determinar la cantidad de vehículos que pueden ser comercializados a mediano y largo plazo, así como los modelos y submodelos específicos que se ofrecerán.

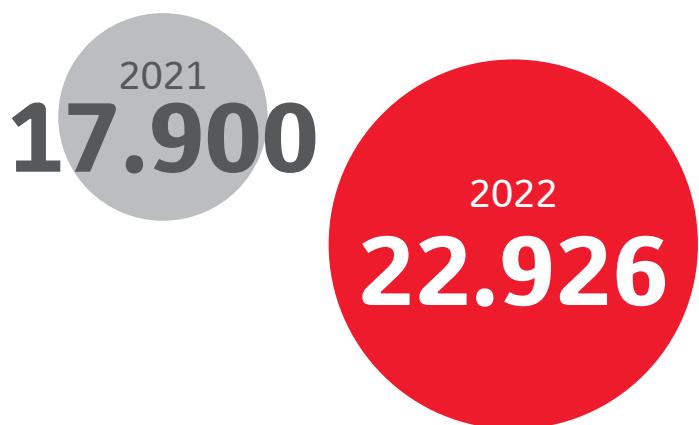
En cuanto a la planeación de precios, ATC examina los precios vigentes en el mercado para establecer los precios de cada vehículo y define la estrategia de comercialización, teniendo en cuenta la red de concesionarios Toyota. Estos concesionarios autorizados desempeñan un papel crucial en la distribución de los vehículos al cliente final.

Gracias a la efectiva planeación y organización de la compañía, en el año 2022 ATC logró posicionar a la marca Toyota como la tercera más vendida en el mercado colombiano de automóviles. Durante dicho periodo, se comercializaron un total de 230.530 vehículos en el país, de las cuales 26.040 corresponden a vehículos de la marca Toyota, siendo 9.428 de ellos vehículos híbridos. Según los datos proporcionados por el Registro Único Nacional de Tránsito (RUNT), se matricularon 25.671 vehículos en el mismo periodo, de los cuales 9.351 vehículos fueron híbridos. Con estos resultados, ATC logró alcanzar una participación de mercado (market share) del 9,8%, lo que representa un crecimiento del 2,1% en comparación con el año 2021.

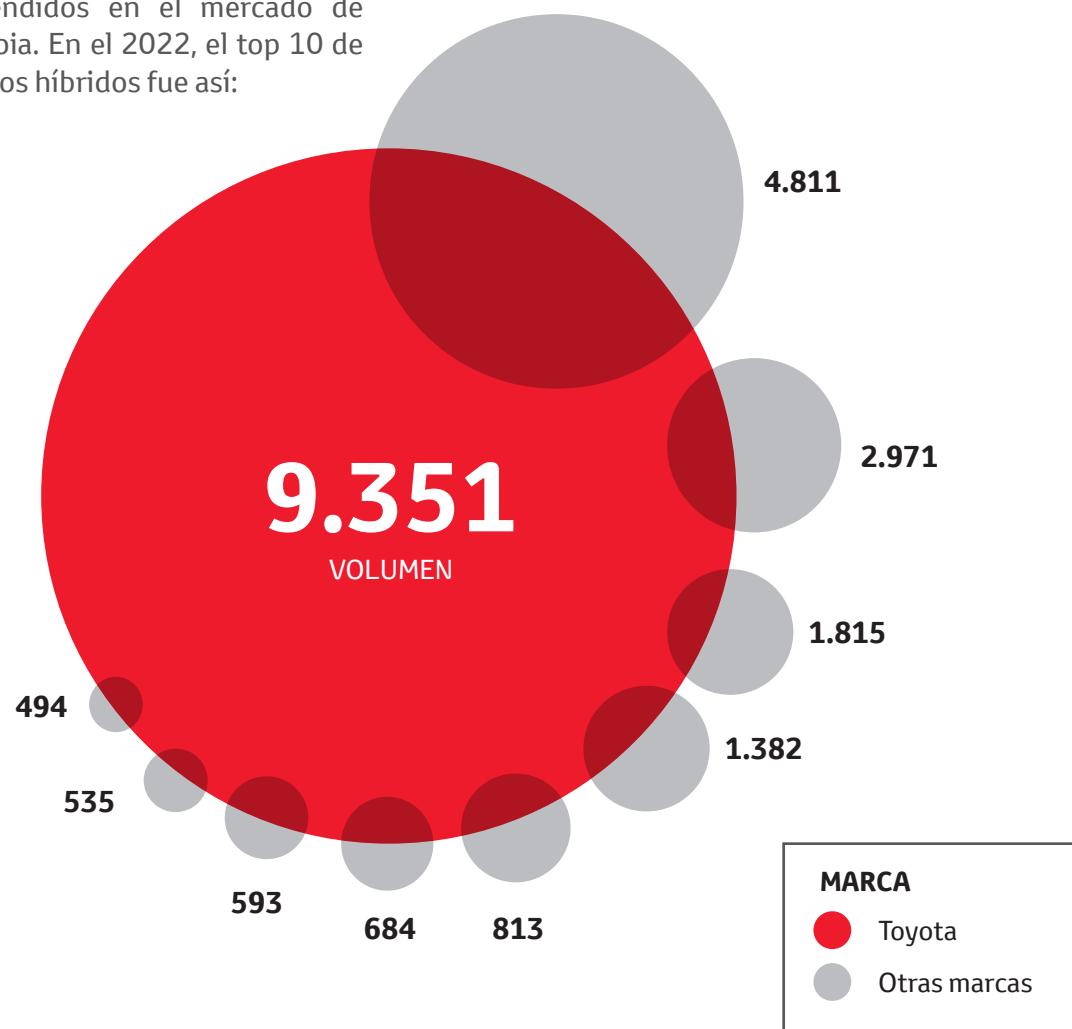
Vehículos comercializados en el mercado colombiano



Vehículos Híbridos Comercializados en Colombia



Los **vehículos híbridos Toyota**, se posicionaron como los más vendidos en el mercado de híbridos en Colombia. En el 2022, el top 10 de marcas con vehículos híbridos fue así:



Mientras que los modelos híbridos más vendidos de la marca en el 2022 fueron:

| MODELO | VOLUMEN |
|---------------|---------|
| COROLLA CROSS | 4.689 |
| COROLLA | 1.738 |
| RAV 4 | 1.507 |
| YARIS CROSS | 1.396 |

Cabe destacar que este logro ha sido apalancado por el esfuerzo y trabajo en equipo de las cuatro vicepresidencias de ATC:

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. Se encarga de las ventas, la administración y asignación de vehículos a la red de concesionarios **Toyota**, además del seguimiento de las ventas de usados en la red. Dentro de sus funciones también se encuentra el área de mercadeo, y el apoyo y atención a la red de concesionarios, y del desarrollo de todo el equipo de colaboradores, incluyendo los asesores, para que tengan un integral conocimiento de la marca y sus productos.

Vicepresidencia de Servicio.

Vela por la formación técnica de acuerdo a los estándares de la marca **Toyota** en toda la red de concesionarios, garantizando así el correcto funcionamiento de los talleres frente a los servicios otorgados a los vehículos que ingresan por mantenimiento o reparaciones. Por otro lado, están pendientes de las campañas de servicio necesarias y de la atención a la red de concesionarios.

Vicepresidencia de Repuestos

Es la responsable de planear la adquisición, el inventario y la distribución de repuestos, autopartes, accesorios y de toda la Boutique **Toyota**, garantizando que llegue al cliente final a través de la red de concesionarios Toyota.

Vicepresidencia Administrativa y Financiera

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

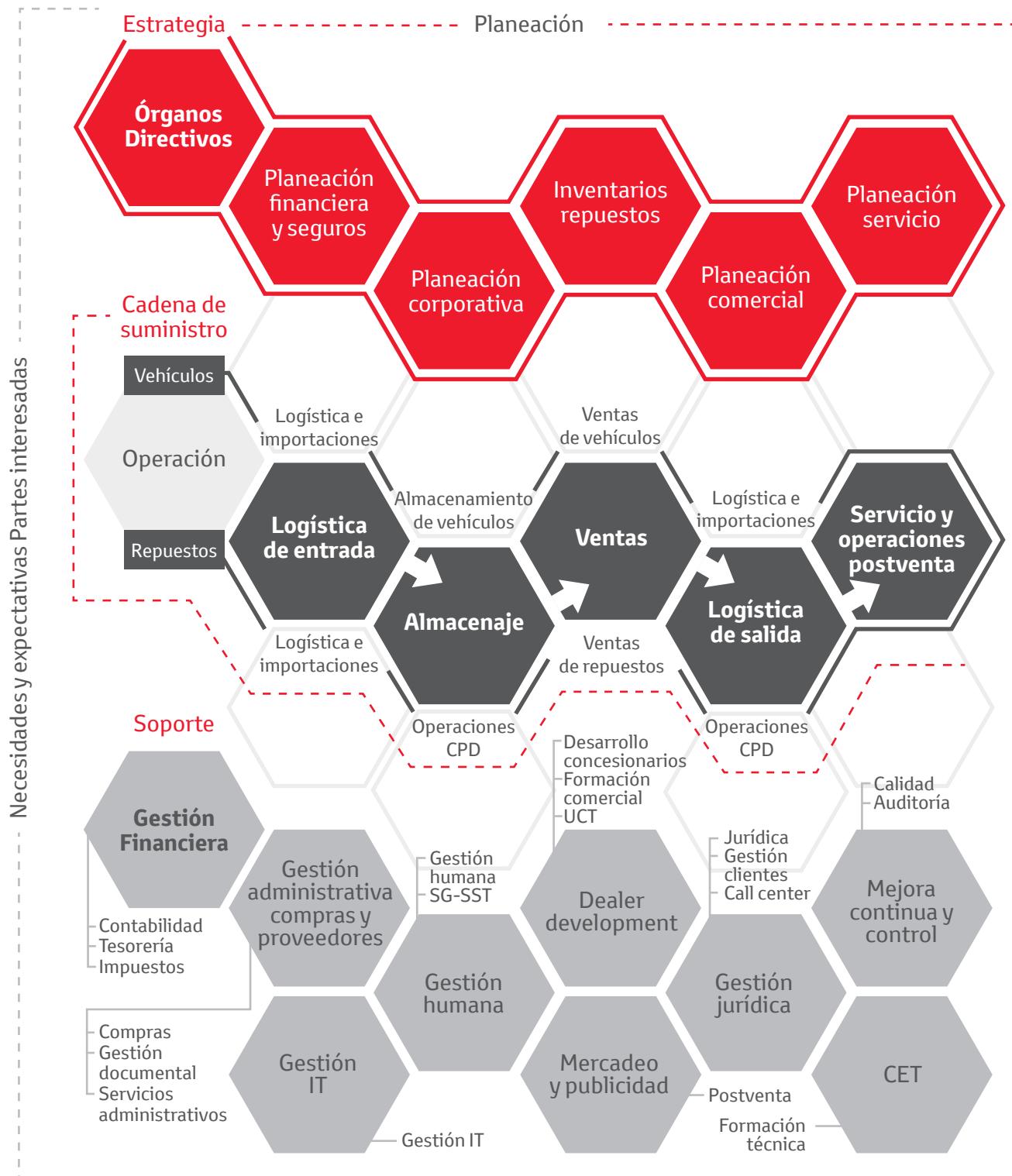
Todas las vicepresidencias de ATC han iniciado acciones para preservar el medio ambiente y promulgar la sostenibilidad en las diferentes actividades que realizan.

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 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.

Vicepresidencias y su compromiso con la Sostenibilidad

| | Vicepresidencia Administrativa y Financiera | Vicepresidencia Comercial y de Planeación | Vicepresidencia de Repuestos | Vicepresidencia de Servicio |
|--------------------------|--|---|--|--|
| Gestión Ambiental | Planes de posconsumo de envases y empaque. Disposición final de llantas Iniciativa e proyectos de responsabilidad social como lo es el bosque Toyota | Apoyo a las áreas en los proyectos ambientales | 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. | 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 . |
| Gestión Social | Proyectos de responsabilidad empresarial de movilidad, como el trabajo con Fundafe (prótesis para PMR) y Nucleumpet (Silla de ruedas para mascotas) | Creación de productos y campañas inclusivas capaces de dirigirse a todos nuestros clientes. | Creación de programas de formación a nuestros colaboradores y clientes (Red de concesionarios), con el fin de cumplir con los estandares de servicio Toyota. | Creación de programas de formación a nuestros colaboradores y clientes (Red de concesionarios), con el fin de cumplir con los estandares de servicio Toyota. |
| Gestión Económica | Buscar a través de diferentes proyectos y el bienestar la fidelización de clientes | Buscar a través de diferentes proyectos y el bienestar la fidelización de clientes | Buscar a través de diferentes proyectos y el bienestar la fidelización de clientes | Buscar a través de diferentes proyectos y el bienestar la fidelización de clientes |

Mapa de procesos



4.1.1. Importación y Origen de Vehículos

El portafolio de vehículos de ATC se conforma por diferentes países de origen donde se encuentran ubicadas las fábricas de Toyota.



| FUENTE | MODELO | MOTORIZACIÓN | UNIDADES VENDIDAS |
|--|------------------|-----------------------|-------------------|
|  Brasil | Yaris | Gasolina 1.5L | 957 |
| | | Gasolina 2.0L | 302 |
| | Corolla | Híbrido Gasolina 1.8L | 1738 |
| | | Gasolina 2.0L | 696 |
| | Corolla Cross | Híbrido Gasolina 1.8L | 4.724 |
|  Argentina | Hilux | Gasolina 2.7L | 5.054 |
| | | Gasolina 4.0L | |
| | | Diésel 2.4L + Turbo | |
| | | Diésel 2.8L + Turbo | |
| | Fortuner | Gasolina 2.7L | 4.221 |
| | | Diésel 2.4L + Turbo | |
| | | Diésel 2.8L + Turbo | |
|  Francia | Yaris Cross | Híbrido Gasolina 1.5L | 1.499 |
| | GR Yaris | Gasolina 1.6L + Turbo | 7 |
| | LC70 | Gasolina 4.0L | 257 |
| | Rav4 | Gasolina 2.5L | 133 |
| | | Híbrido Gasolina 2.5L | 1.467 |
|  Japón | FJ Cruiser | Gasolina 4.0L | 189 |
| | 4Runner | Gasolina 4.0L | 1.527 |
| | Prado | Gasolina 4.0L | 3.142 |
| | | Diésel 2.8L + Turbo | |
| | Land Cruiser 300 | Gasolina 3.4L + Turbo | 126 |
| | | Diésel 3.3L + Turbo | |
| | MIRAI | HIDROGENO | 1 |

4.2.

Mercado de automóviles híbridos



Desde el año 2019, ATC evidenció la necesidad de diversificar su tecnología y ampliar su catálogo de vehículos para ofrecer opciones de movilidad más sostenibles en Colombia. La compañía se enfocó en la introducción de vehículos híbridos, convirtiéndose así en una de las marcas líderes en este segmento en el país. Uno de los hitos importantes fue la inclusión del primer modelo híbrido de la marca, el Corolla Sedan HEV, en su portafolio.

Con el lanzamiento de este modelo, la marca experimentó una participación de mercado del 15,1% en el segmento de vehículos electrificados durante el año 2019. Es importante destacar que el modelo fue lanzado en noviembre de ese año, por lo que estos resultados consideran solo los dos últimos meses del mismo. En ese período, la marca alcanzó una participación del 37,0% en el mercado general de vehículos con tecnología eléctrica.

A partir de entonces, ATC continuó ampliando progresivamente su portafolio hacia tecnologías limpias. A finales de 2020, se introdujo el modelo Rav4 HEV, seguido por el lanzamiento del Corolla Cross HEV en mayo de 2021. Este último tuvo un gran éxito y se posicionó como el tercer vehículo más vendido en Colombia en junio de ese mismo año, apenas un mes después de su lanzamiento.

Finalizando el año 2021, ATC presentó el modelo Yaris Cross HEV, que ingresó al segmento de utilitarios pequeños, donde la marca no tenía presencia previa. Estos cuatro vehículos, junto con el Corolla Sedan HEV, se consolidaron como los modelos híbridos de referencia de la marca en el país.



La compañía se enfocó en la introducción de **vehículos híbridos**, convirtiéndose así en una de las marcas líderes en este segmento en el país

Estos vehículos híbridos han sido ampliamente aceptados en el mercado automotriz y han generado una alta demanda. Los clientes están dispuestos a ingresar a listas de espera de hasta 4 meses para el Corolla Sedan, 6 meses para el Yaris Cross, más de un año para el Corolla Cross y más de dos años para el Rav4 durante el año 2022.

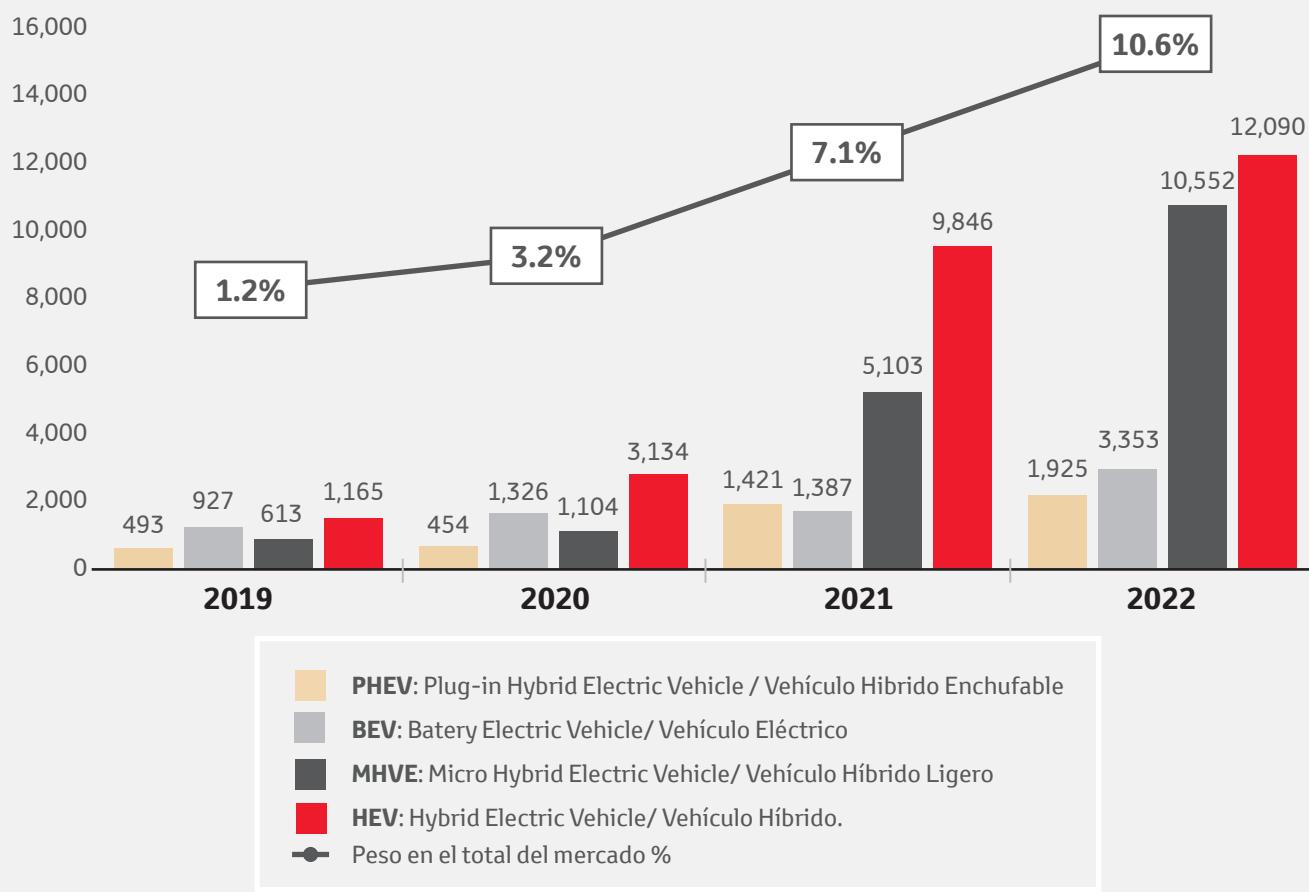
Esta alta demanda se debe a que estos vehículos no solo contribuyen a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, sino que también brindan múltiples beneficios a sus clientes finales, como un significativo ahorro en el consumo de combustible, lo que representa un ahorro de dinero para los usuarios y una opción más amigable con el medio ambiente.

La reducción en el consumo de combustible de los vehículos híbridos de Toyota es posible gracias a la tecnología “**Hybrid Synergy Drive**”, que combina de manera eficiente motores de combustión y eléctricos, adaptándose al estilo de conducción y asegurando eficiencia y potencia. El motor eléctrico se alimenta de la batería, que se recarga durante la desaceleración, el frenado y con la energía producida por el motor de combustión, eliminando la necesidad de enchufar el vehículo para recargarlo. Esto hace que los

híbridos de Toyota sean altamente eficientes en el consumo de combustible y potentes. Además, la marca respalda estos vehículos con una garantía de 8 años, generando mayor confianza en los consumidores.

Es así como, la venta de los vehículos con tecnología amigable con el medio ambiente ha aumentado con el paso de los años, alcanzando un 10,6% de peso en el mercado total durante el año 2022, como se evidencia en la siguiente figura:

EVALUACIÓN DE VEHÍCULOS ELECTRIFICADOS

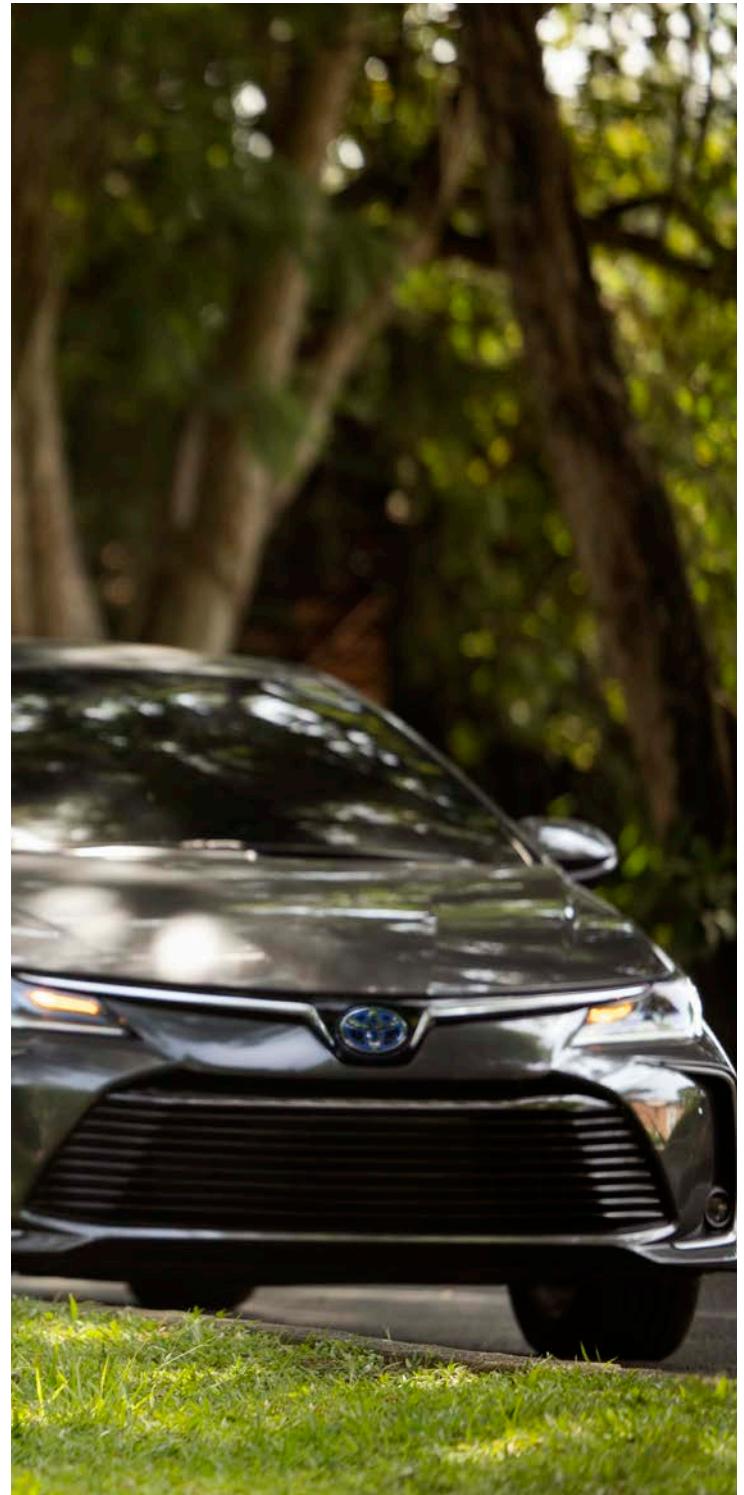


Fuente: Datos RUNT

La reducción en el consumo de combustible de los vehículos híbridos de Toyota es posible gracias a la tecnología **“Hybrid Synergy Drive”**

La tecnología que lidera el mercado de electrificados son los vehículos híbridos eléctricos (HEV), representada principalmente por la marca Toyota. En segundo lugar, están los vehículos híbridos eléctricos ligeros (MHEV), seguido de los eléctricos y finalmente los enchufables. Durante el año 2022, la marca Toyota mantuvo el liderazgo alcanzando una participación del 33,5% en el segmento de vehículos electrificados.

En Colombia, Toyota se ha convertido en una marca que ha apostado a la sostenibilidad y movilidad. Para entender su posicionamiento en el mercado de híbridos, presentamos la historia de la introducción por parte de esta marca en Colombia:



ATC decide continuar con la optimización de su portafolio de productos ese mismo año 2021 unos meses después, introduce uno de los modelos más vendidos en el país, el Corolla Cross. Un vehículo totalmente nuevo que entró a competir en el segmento de utilitarios, convirtiéndose por un periodo de tiempo en la SUV de entrada de la marca.

Este modelo, el cual se desarrolló pensando en las necesidades de los clientes de la región, se ajustó perfectamente a las necesidades de dichos clientes, rompiendo récord en ventas gracias a su relación calidad/precio.

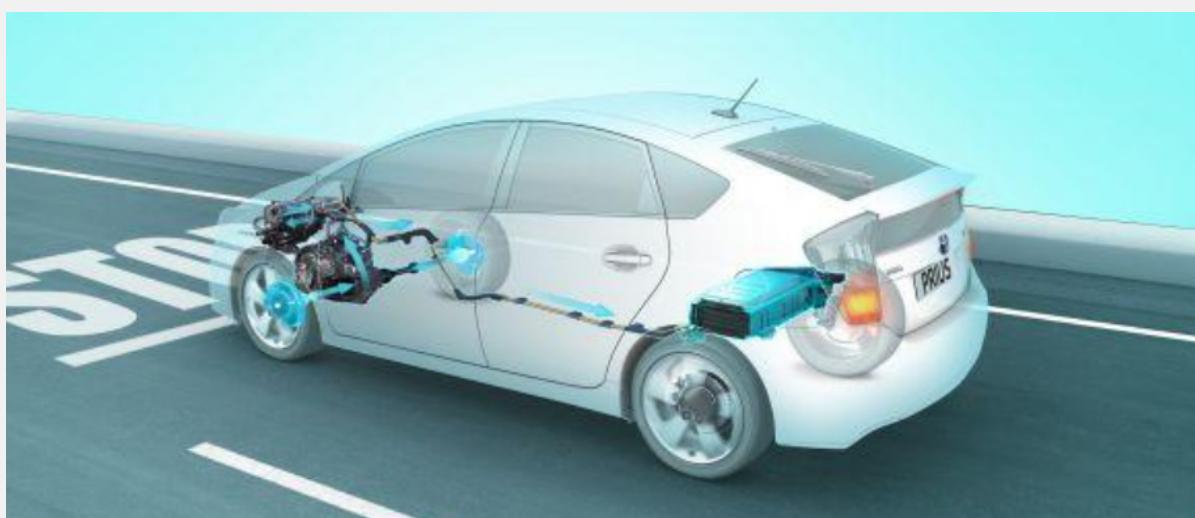
Finalmente, y para completar la gama de vehículos híbridos ATC introdujo en el 2022 un vehículo que supondría una sorpresa para los clientes y seguidores de la marca, el Yaris Cross, un vehículo de origen europeo que tomó bastante fuerza en el viejo continente.

Con este amplio portafolio, Toyota se convirtió en la marca que más vehículos híbridos vendió en el 2021.

Cabe resaltar que, a nivel global, Toyota ha sido pionera en el desarrollo de tecnologías híbridas de producción en masa.

El sistema Híbrido de Toyota incorpora dos fuentes independientes de poder, un motor a combustión y uno o varios motores eléctricos, este concepto fue introducido por primera vez en 1997 con el lanzamiento global del modelo Prius.

En general, el sistema está compuesto por 6 partes principales:

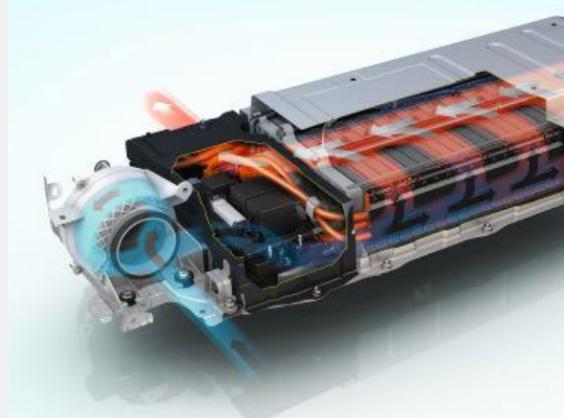


Cuando el motor está en funcionamiento, carga la batería a través del generador mientras las condiciones de manejo lo permitan. En condiciones de alto tráfico, el generador puede cortar el funcionamiento del motor a combustión y dejar el motor eléctrico que realice el movimiento del carro para tener una condición **cero emisiones**.

La unidad de control puede detectar cuando el vehículo está detenido y apagar el motor a combustión para conservar energía y cortar emisiones, de igual forma, reiniciar el motor a combustión se requiera. La batería híbrida se mantiene cargada por el funcionamiento normal del sistema, haciendo que este dicho sistema no requiere de una fuente externa.

La batería híbrida puede ser cargada de dos maneras, la primera, a través del motor a combustión directamente. El segundo método, es a través del freno regenerativo.

Finalmente, ATC espera en un futuro próximo ampliar su portafolio de vehículos con diversas tecnologías electrificadas capaces de adaptarse a la infraestructura colombiana y a las necesidades de los clientes. Entre estos se encuentran los vehículos híbridos eléctricos flex fuel (FFV), vehículos híbridos eléctricos enchufables (PHEV), los vehículos eléctricos de batería (BEV) y los vehículos de celda de combustible eléctricos (FCEV). Se busca que el peso comercial de los vehículos con estos tipos de tecnología incremente con el paso de los años.



4.3.

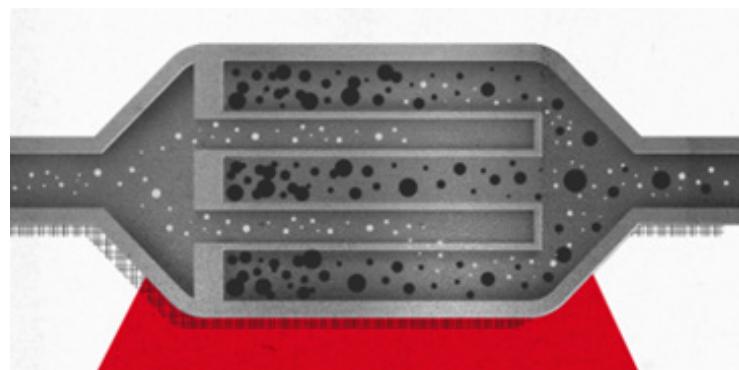
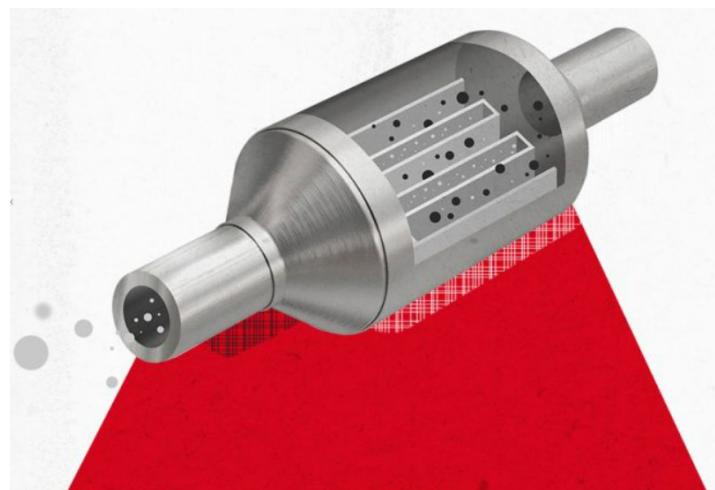
Tecnología Euro 6

Desde el 1 de enero de 2023 en Colombia entró en vigencia un nuevo estándar de emisiones para vehículos diésel denominado “Euro 6”, que tiene como finalidad reducir significativamente las emisiones de gases contaminantes producida por los motores a combustión, en este caso, motorización diésel, y para ello se implementaron dos sistemas:

Filtro de partículas diésel (DPF):

Su objetivo es recolectar y purificar efectivamente el monóxido de carbono (CO), hidrocarburos (HC) y material particulado (PM), que viajan en los gases generados por la combustión del motor en sí, el filtro atrapa el material particulado purificando las partículas nocivas.

Cuando se satura el filtro, el sistema hace un procedimiento llamado “regeneración”, el cual consiste en elevar considerablemente la temperatura de los gases que están circulando y hacer una limpieza de las partículas que se encuentran allí. Este proceso se puede hacer de forma automática, dependiendo de las condiciones de conducción, sin embargo, también es posible realizarlo de forma manual, cuando las condiciones de manejo no permitan su activación automática.



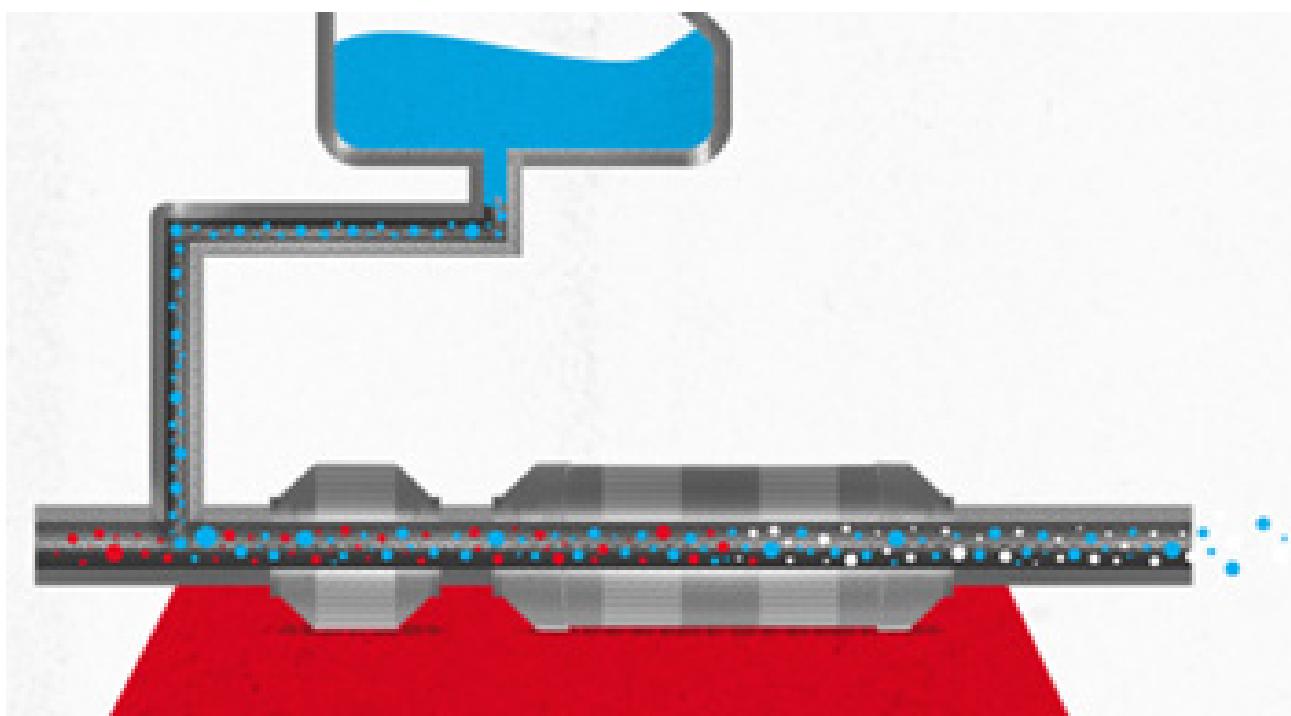
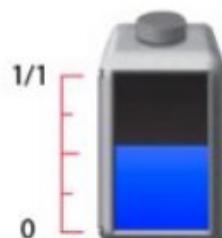
Reducción catalítica selectiva (SCR):

El objetivo de este sistema es reducir las emisiones de óxidos nitrosos, esto lo realiza mezclando los gases que viajan por el escape con urea automotriz, conocida como adblue®, generando nuevas reacciones químicas, teniendo como resultados partículas de nitrógeno y vapor de agua.

Toyota se anticipó y fue una de las pioneras en la introducción de esta tecnología a través de su modelo Land Cruiser Prado. Más adelante, se sumaron los modelos Fortuner y Hilux.



Durante la conducción se consume AdBlue®



4.4.

Gazoo Racing llegó a Colombia

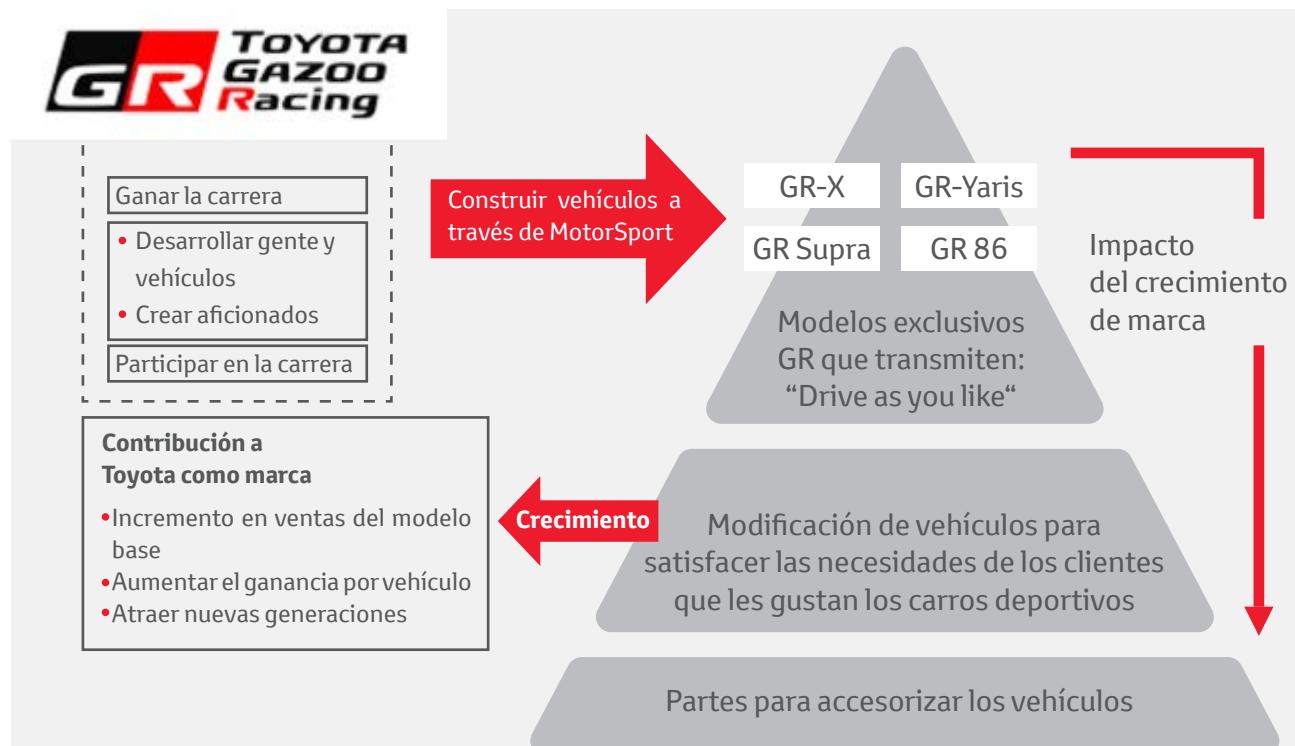
Con el fin de seguir avanzando y evolucionando con las exigencias del mercado y de la sociedad, TMC decide lanzar la marca Toyota Gazoo Racing, que representa la pasión, emoción y el espíritu competitivo e innovador.

Esta marca se enfoca en la búsqueda constante de la excelencia y la innovación. Esto gracias a que los deportes a motor son exigentes, en donde cada segunda cuenta y cada detalle marca la diferencia, traspasando estos conocimientos a los demás vehículos de la marca Toyota.

Gazoo Racing es un símbolo de adrenalina, superación y unión entre máquinas y pilotos,

que despierta emociones intensas y deja una huella duradera en los corazones de quienes siguen y admirán el apasionante mundo del automovilismo, ésta es otra forma de expresar el Waku-Doki, un principio fundamental de la marca.

Toyota Gazoo Racing se distingue por llevar las tecnologías y conocimientos adquiridos en las competiciones a sus vehículos de producción como lo son los modelos Gazoo Racing Sport (GR-S) y de desempeño Gazzo Racing (GR), brindando a los clientes una experiencia diferente a lo que se puede vivir con los vehículos convencionales.



4.5.

La marca Toyota a través de sus patrocinio

La marca siempre ha patrocinado eventos deportivos, como la Copa Libertadores y a deportistas como la kartista Ana María Rodríguez.

En el año 2019, en aras de las Olimpiadas Tokyo 2020, TMC se convirtió en patrocinador de los comités Olímpicos y Paralímpicos a nivel mundial. Dada esta unión, TMC le pidió a cada país escoger un deportista olímpico y uno paralímpico para representar la marca, más allá del patrocinio de los comités nacionales. En el caso de Toyota fueron Mariana Pajón, deportista olímpica y Mauricio Valencia, deportista Paralímpico.

Este programa global de atletas Toyota se denomina Global Team Toyota Athlets busca apoyar el deporte a nivel mundial; va de la mano de la campaña de comunicación global Start Your Impossible (comienza tu imposible) de las olimpiadas Tokyo 2020. Esta campaña buscaba un cambio a nivel visual, al pasar de ser una empresa que produce y vende vehículos, a ser una compañía de movilidad y estaba enfocada en resaltar la integración y diversidad en las empresas, creando conciencia sobre la movilidad reducida personal.

Después de Tokyo 2021, se continua trabajando con los embajadores quienes ganaron medallas en sus respectivas competencias y en los diferentes torneos a los que fueron invitados: Panamericanos, parapanamericanos, juegos de invierno, entre otros.



ATC, en línea con su mensaje de tenacidad y fuerza, estableció una alianza con Mauricio Salazar, reconocido como el “Ultraman colombiano”, al finalizar el año 2021. La marca acompañó al deportista en su desafiante objetivo de romper el récord mundial Guinness



World Record al realizar el triatlón a mayor altitud de la historia, conocido como el Reto Nevados.

Durante el 2022, ATC continuó apoyando a Mauricio Salazar en una nueva travesía denominada Reto A, la cual consistía en viajar al rededor del país conquistando diferentes lugares de difícil acceso a bordo de una Toyota Hilux.

A través de estas alianzas y eventos, ATC busca destacar la determinación de la marca y la capacidad de superación de los seres humanos para lograr lo que se propongan, transmitiendo un mensaje de inspiración y motivación a sus clientes y seguidores.

En el año 2022 ATC decide afiliarse a la “Federación Nacional de Voleibol Femenino”, un equipo que se preparaba para el mundial en Polonia 2022.



4.6.

Informe de gestión financiera

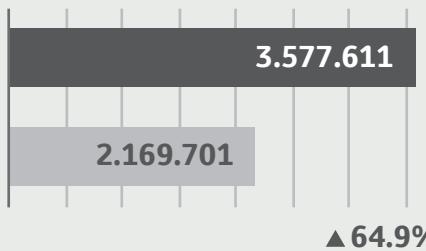
Después de la crisis mundial ocasionada por el COVID-19, se tuvo un crecimiento acelerado del consumo, esta mayor demanda se trasladó en un incremento de la inflación, tasas de interés y en el caso específico de Colombia un deterioro del peso frente al dólar.

A pesar del aumento de los precios de los vehículos el sector automotriz colombiano tuvo un buen comportamiento con un aumento del

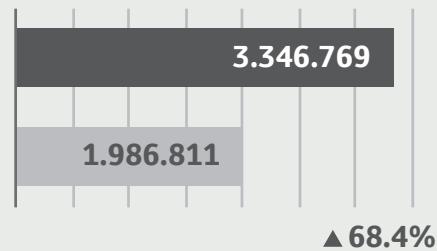
4,8% en unidades registradas frente al 2021, y en el caso de ATC se presentó un aumento del 34,1%. impulsado por el aumento de las ventas de vehículos híbridos.

A continuación, se presentan las gráficas con los principales indicadores financieros de la empresa en el año 2022, las cifras están expresadas en millones de pesos colombianos.

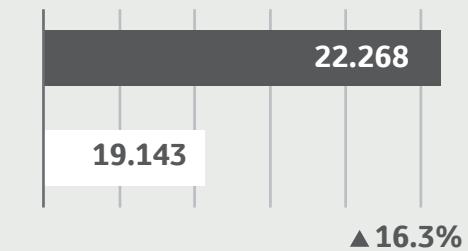
Ingresos Operacionales



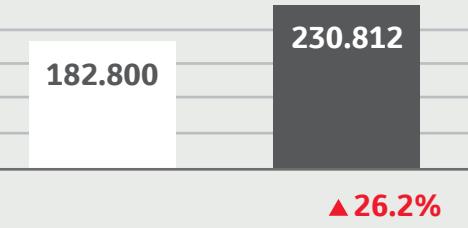
Costos y Gastos Operacionales



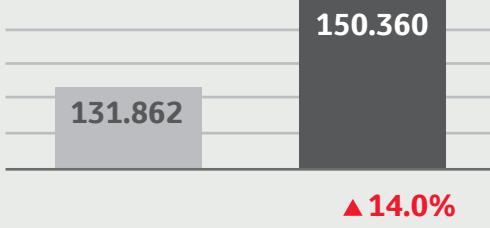
Salarios y Beneficios de los Empleados



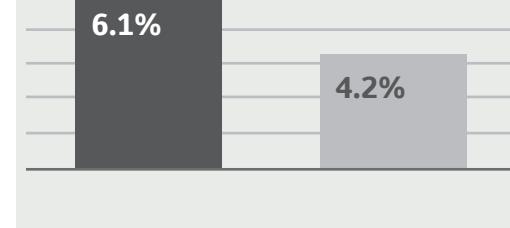
Utilidad Operacional



Utilidad Neta



Margen Neto



4.7.

Cadena de valor

Son todas aquellas actividades que le suman el valor al *know how* del negocio. Por eso dentro de ATC se empezó a diversificar el portafolio y actividades con el objetivo de avanzar e ir por más, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, buscando una diversificación del negocio.

POSVENTA:

ATC fiel a la filosofía fundamental de la marca **Toyota** trabaja continuamente en el beneficio de la comunidad, sus accionistas y socios de negocios, buscando la sustentabilidad de la actividad y el impacto positivo en el cliente **Toyota**.

El crecimiento va de la mano con brindar al cliente productos y servicios con valor orientado al mercado, mejorando cada día con la búsqueda constante de nuevas oportunidades y absorbiendo el aprendizaje que la competencia ofrece.

El respeto de **Toyota** por el cliente se muestra en cada uno de los contactos, estableciendo una cadena que brinda valor y orgullo a los clientes de la marca. Es así como desde la venta de un vehículo nuevo, usado, un servicio de taller, o la venta de un repuesto se busca que el cliente se convierta en un cliente de por vida, un socio de Toyota.



MANTENIMIENTO
PLANEADO
TOYOTA



PLAN DE
BENEFICIOS
TOYOTA



REPUESTOS
GENUINOS
TOYOTA

En Toyota el cliente experimenta
EL MEJOR SERVICIO
 al mejor **valor del mercado**

Toyota
 "Cliente Primero"

- ✓ *Beneficio diferencial de mantenimiento a precio preferencial.*
- ✓ *Atendido por personal calificado para la mejor atención de su producto.*

2022

88,2%

propietarios de vehículos nuevos
 tuvieron la experiencia de servicio
 Toyota



ATC

buscó la manera de brindar un beneficio adicional
 otorgando cobertura de la porción que debía ser
 cubierta por el cliente

- ✓ fortalecer la relación entre clientes
 - concesionarios y Toyota de cara a
 mantener la relación en el tiempo

En esta actividad ATC invirtió más de \$25.000.000, dando prioridad a la satisfacción de cliente como base para la fundación del negocio en el tiempo.

2022 fue el año para consolidar un nuevo producto enfocado a los clientes de servicio Toyota, brindando beneficios a los clientes que deciden establecer una relación en el tiempo con la marca obteniendo valores preferenciales en el servicio, a través del mantenimiento prepagado a la medida de las necesidades de cada cliente.



MANTENIMIENTO
 EXPRESS
 TOYOTA

Por ende, 1961 clientes decidieron adquirir este nuevo producto, que representó 3460 servicios para la red de concesionarios con un valor cercano a los \$2.800.000.000.

Toyota continúa desarrollando productos orientados al mercado que sean flexibles y den valor preferencial a sus usuarios.

Usados multimarca, usados toyota y usados certificados toyota

Bajo la satisfacción de los clientes, el negocio de vehículos usados pretende brindar alternativas de solución para los diferentes presupuestos de los hogares colombianos; así mismo que los concesionarios de la red tengan otra fuente de ingreso fidelizando a los clientes de la marca.

En el negocio de usados ATC ofrece vehículos multimarca, vehículos Toyota en muy buen estado, pero especialmente los Usados Certificados Toyota, estos últimos mantienen la esencia de la marca entregando vehículos con altos estándares de calidad, a través de una exhaustiva revisión de 150 o 155 puntos de chequeo en el caso de los híbridos, realizado por los técnicos certificados y entregando al cliente final una garantía limitada de hasta 2 años o 20.000 Km, lo suceda primero.

Además la compañía entrega alternativas al cliente para que al comprar su vehículo usado, pueda tener la experiencia completa de pertenecer a la familia Toyota, entregando posibilidades de:



Prado - 2019



Rav4 - 2016



Hilux - 2018



Prado - 2018



SW4 - 2022



Hilux - 2018



FJ - 2022



Corolla - 2019

- ▶ Financiamiento con nuestro aliado estratégico Toyota Financial Services.
- ▶ Adquisición del seguro **Toyota**, con el cual se garantiza que el vehículo será atendido en la red de concesionarios autorizada, en el evento que lo requiera con repuestos genuinos y servicio certificado.
- ▶ Personalización del vehículo usado mediante los accesorios de la marca.
- ▶ Adquisición del plan de mantenimiento prepagado Toyota con la vigencia que el cliente desee.

programa
UCT
(Usados Certificado Toyota)



Inició en **2019**

5 concesionarios
pilotos

cobertura
59%



Cierre de **2022**

27 vitrinas

de la red de concesionarios
autorizados de Toyota en
Colombia.



crecimiento
88%
 vs 2021



Cierre de **2022**
3.063 unidades vendidas
 de vehículos usados

ATC
 potencializó la venta
 de UCT colocando
404 unidades en el mercado

87%
 vs 2021

ATC busca continuamente diferentes alternativas dentro del negocio de usados
 para que más personas entres a la familia Toyota



USADOS
CERTIFICADOS
TOYOTA



USADOS
MULTIMARCAS
TOYOTA

Seguro exclusivo toyota

ATC, comprometido con la seguridad de sus clientes, lanzó en noviembre de 2017 el programa Seguro Exclusivo Toyota, con alianza de una aseguradora, que incluye una serie de asistencias que brindan tranquilidad al conducir. Estos servicios del programa son:

- ▶ Vehículos hasta de 15 años de antigüedad
- ▶ Repuestos genuinos y mano de obra certificada
- ▶ Coberturas plus que no afectan la póliza
- ▶ Precio especial en caso de reposición del vehículo.

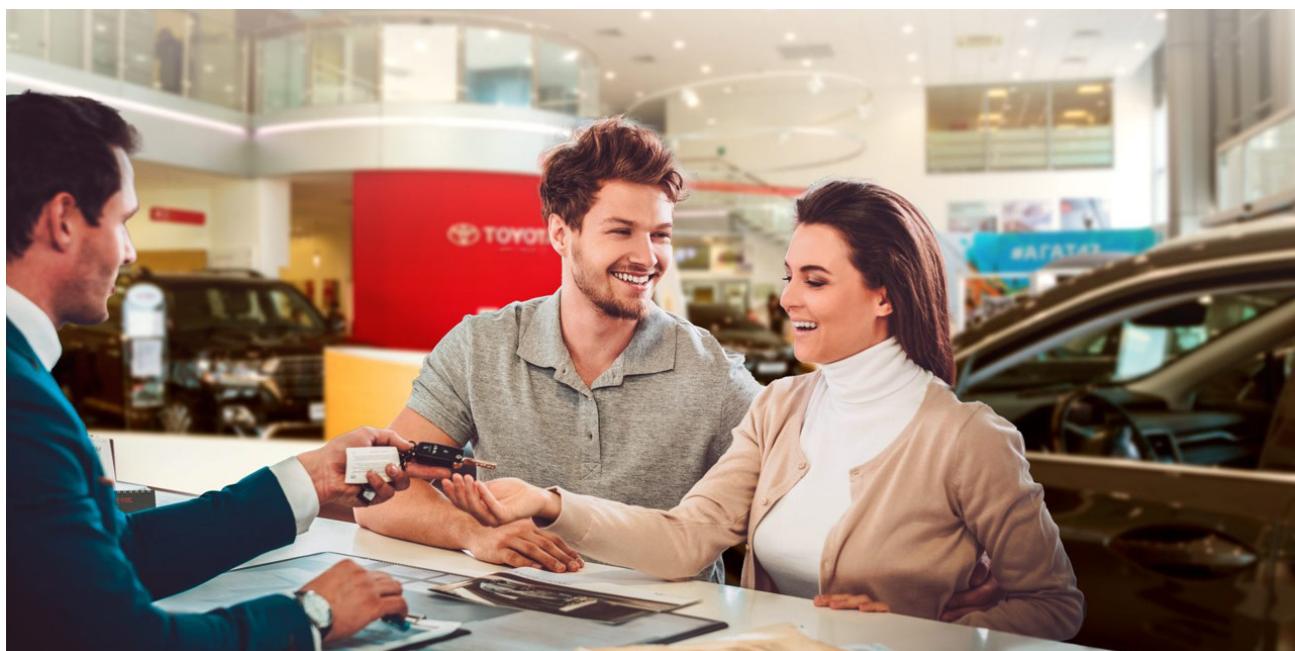
Con el Seguro Exclusivo Toyota, los clientes pueden disfrutar al máximo de su vehículo con toda tranquilidad. No importa si el vehículo es nuevo o usado, el seguro le ofrece al usuario acompañamiento que se adapta a su estilo de vida, presupuesto y a las características propias del vehículo.

Para mejorar la experiencia de los clientes del programa, en el año 2021 se lanzó la APP Seguro Toyota, en esta APP el usuario puede gestionar siniestros.

En el año 2022 ATC logra un nuevo aliado estratégico y se lanza una nueva opción para nuestros clientes.



SEGURO
EXCLUSIVO
TOYOTA



Kinto Colombia

Para **TOYOTA** y **ATC** la misión a mediano plazo consiste en convertirse en el socio favorito de sus clientes proporcionando soluciones de movilidad cómodas (flexibles y ágiles), inteligentes (desarrollos tecnológicos e innovadores), fiables (proporcionar seguridad para todos) y proporcionando servicios de movilidad para todos capaz de ajustarse a la necesidad de los clientes.

Es así como, la cadena de valor de la compañía se fortalece día a día no solo en la red de servicio sino también y de manera muy especial con los clientes usuarios, por lo cual, ATC tiene como objetivo para el primer trimestre del 2023, el lanzamiento del programa KINTO para Colombia.

En este nuevo modelo de uso de vehículos, la gama de servicios de movilidad que KINTO ofrecerá a los consumidores colombianos será amplia y variada. Estos programas contribuyen ampliamente, dentro de la estrategia de movilidad que la empresa se ha trazado, con el mejoramiento de la retención de los clientes, protegiendo y ampliando el modelo de negocio de Toyota y en la conquista de nuevos clientes.



El origen de KINTO se remonta a la palabra Kinto-un –en japonés, ‘nube voladora’–, un servicio que aparece rápidamente y que, independientemente de dónde estés o la hora que sea, te lleva a donde quieras ir desde el punto A hasta el punto B

En esta nueva etapa de movilidad como servicio, se plantea como un gran desafío que, KINTO lidere el camino a seguir con mejores y variadas soluciones de movilidad para los clientes. Durante el 2022 se preparó el camino para el lanzamiento de este servicio en 2023.



Toyota Financial Services

Dentro de la cadena de valor de ATC se encuentra el trabajo mano a mano con Toyota Financial Service (TFS).

La meta de esta alianza es acercar 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.

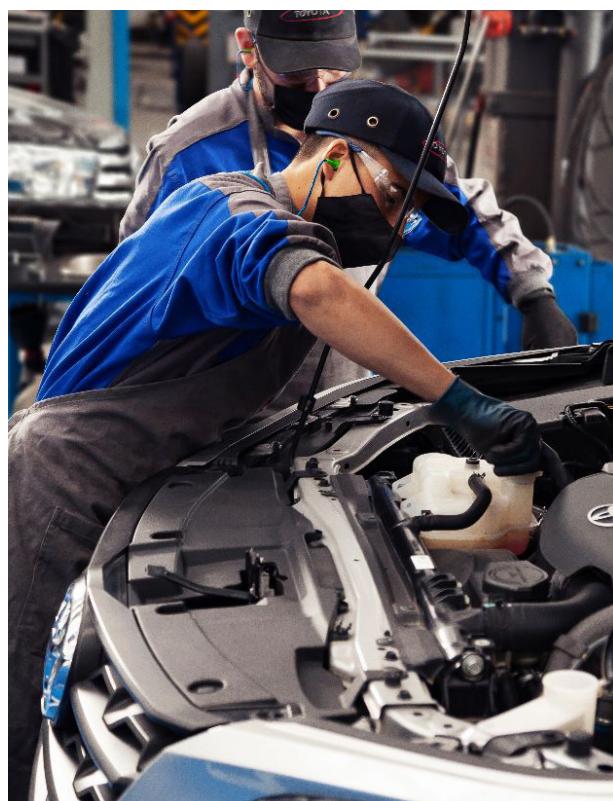
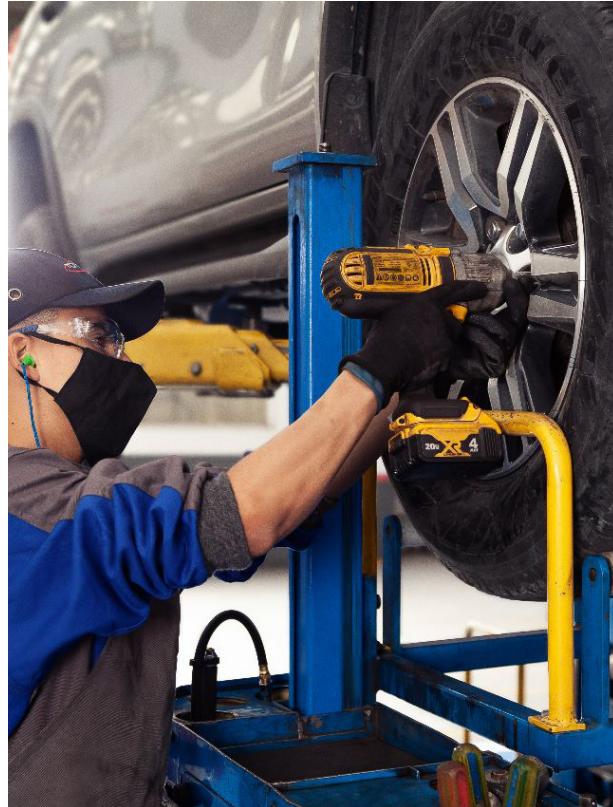
4.8. ATC y su actividad

Dentro del desarrollo de su actividad comercial, ATC se relaciona con diferentes proveedores y clientes.

Las actividades incluyen de cara a los proveedores: 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.

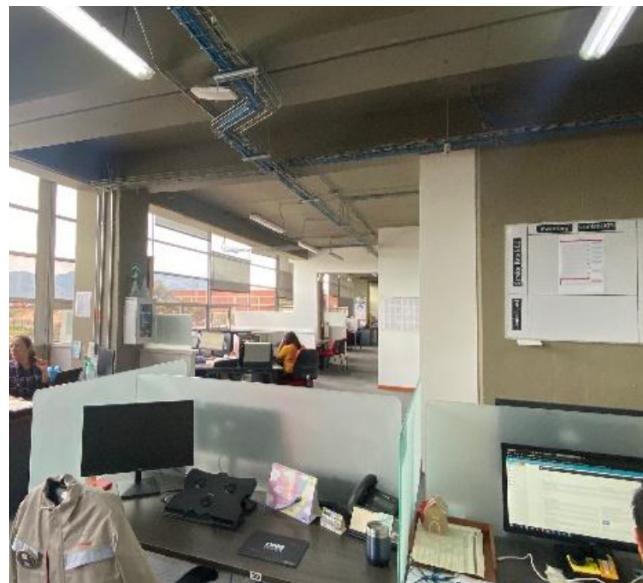
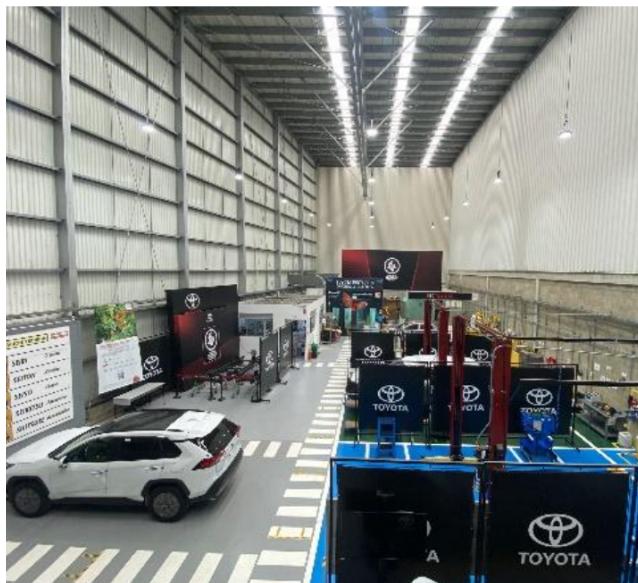
Estas relaciones comerciales son de vital importancia para el desarrollo de la compañía, por eso es importante resaltar algunas cifras:

El **9,51%** de los proveedores son locales, encargados del abastecimiento de elementos de cafetería, papelería y requerimientos administrativos, esto sin dejar de lado algunos elementos de la operación como aceites, lubricantes o proveedores de la boutique Toyota. Dado el rol de importador, la mayoría de los proveedores son de carácter internacional.



4.8.1. Sedes

En la actualidad, ATC cuenta actualmente con dos sedes, una 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, y la Vicepresidencia Comercial, mientras que en Cota, se encuentra la Vicepresidencia de Servicios y la Vicepresidencia de Repuestos, además de la bodega.



4.8.2.

Colaboradores



Para el período comprendido desde el 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022 ATC contó con cerca de 177 colaboradores contratados, de los cuales el 43,5% de sus colaboradores son mujeres. Esta cifra demuestra el compromiso de la empresa con la igualdad de género y la equidad laboral. Además cabe destacar que, el 90% del personal contratado son nacionales colombianos y el 10% restante extranjeros de diferentes países de Latinoamérica y Japón.

A continuación, se expone la contratación manejada durante el 2022:



Tabla A. Contratación y retiro distribuido por edad y género

| Contratación y retiro distribuido por edad y género | Total contrataciones | Total Retiros |
|---|----------------------|---------------|
| 2022 | | |
| EDAD | | |
| menores de 30 años | 20 | 8 |
| 31-40 años | 12 | 8 |
| 41-50 años | 1 | 3 |
| mayor de 51 años | 0 | |
| 2022 | | |
| GÉNERO | | |
| Femenino | 18 | 9 |
| Masculino | 15 | 10 |

Tabla B. Empleados por género

| Descripción | Mujer | Hombre | Otro* | Total |
|---|--------------|---------------|--------------|--------------|
| Número de empleados (plantilla/ equivalente tiempo completo) | 77 | 100 | 0 | 177 |
| Número de empleados temporales (plantilla/equivalente tiempo completo) | 77 | 100 | 0 | 177 |
| Número de empleados por horas no garantizadas (plantilla/equivalente tiempo completo) | 5 | 13 | 0 | 18 |
| Número de empleados a tiempo completo (plantilla/equivalente tiempo completo) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Número de empleados a tiempo parcial (plantilla/equivalente tiempo completo) | 0 | 0 | 0 | 0 |



En cuanto a contrataciones indirectas de personal realizadas, se obtuvo una contratación a través de temporales para servicios específicos como servicios de mensajería, servicios generales, conducción para los ejecutivos de la empresa y atención en procesos de tecnología.

Se tuvo un total de 15 personas contratadas a través de temporales en las funciones ya mencionadas.

A continuación, se expone la contratación manejada durante el 2022:

TABLA C. Personal por contratación indirecta/ temporales en ATC durante el 2022.

| Descripción | Cantidad | Empresa | Tipo de trabajo |
|----------------------|-----------------|----------------|---|
| Conductores | 5 | Antares | Servicio de conducción para ejecutivos |
| Servicios Generales | 4 | Compass | Servicio de limpieza y atención empleados |
| Mensajeros | 2 | Serdan | Servicio de mensajería en Bogotá y Cota |
| Servicios especiales | 4 | Gestión Franca | Servicio de Atención al usuario de Procesos de Tecnología e Importaciones |

Actualmente ATC no cuenta con ningún tipo de agremiación o negociación colectiva.



Dentro de las prestaciones que se les ofrecen a los colaboradores, se encuentra programa de beneficios adicionales como ruta, horarios flexibles, home office, programa de bienestar, convenios comerciales (Spinning center, Óptica

Colombiana). De igual forma, se cuenta con permisos y licencias parentales de acuerdo con los lineamientos legales para ello, para el año 2022 se otorgó a 2 empleados.

Tabla D. Permiso parental por género.

| | Femenino | Masculino |
|---|-----------------|------------------|
| Total de empleados acogido al permiso parental | 1 | 1 |
| empleados que han tenido derecho al permiso parental | 1 | 1 |
| Empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental | 1 | 1 |
| total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar | 1 | 1 |
| tasas de regreso al trabajo y de retención de los empleados que se acogieron al permiso parental | 100% | 100% |

En cuanto a la reglamentación legal en materia de Sistema de Seguridad en el Trabajo (SST) ATC cumple con lo establecido de acuerdo a la reglamentación legal de pensión de vejez. Todos los trabajadores se encuentran afiliados al régimen pensional correspondiente, cada colaborador es libre de elegir su fondo de pensiones y ATC realiza el proceso de afiliación.

De manera mensual y por medio de la planilla única “Aportes mi planilla” (Compensar), se realiza el pago correspondiente de aportes de seguridad social (Salud- Pensión- ARL) y pagos parafiscales (SENA- CAJA – ICBF).

El pago reportado en la planilla por concepto de pensión corresponde al 4% aportado por el empleado y 12% aportado por la empresa.

Para las asignaciones salariales, ATC cuenta con ocho niveles jerárquicos (asistente, analista, coordinador, jefe, gerente, gerente senior, vicepresidente y presidente) en su estructura los cuales no están determinados o diferenciados por género, raza o similar. Los salarios se asignan de acuerdo con el nivel jerárquico en el cual se encuentre el colaborador.

4.8.3.

Buenas prácticas – intercambios laborales

Dentro del desarrollo de buenas prácticas aprendizaje y crecimiento de marca, ATC hace parte del programa corporativo ICT (Inter Company Transfer) a través del cual se hacen rotaciones de talento con la región TLAC (Toyota Latinoamérica y del Caribe) y TMC (Japón). Este programa asegura el desarrollo de talento y la transferencia de conocimiento en la región.

A cierre de diciembre del 2022, contaba con 3 expatriados en cargos “*altos ejecutivos*¹”.

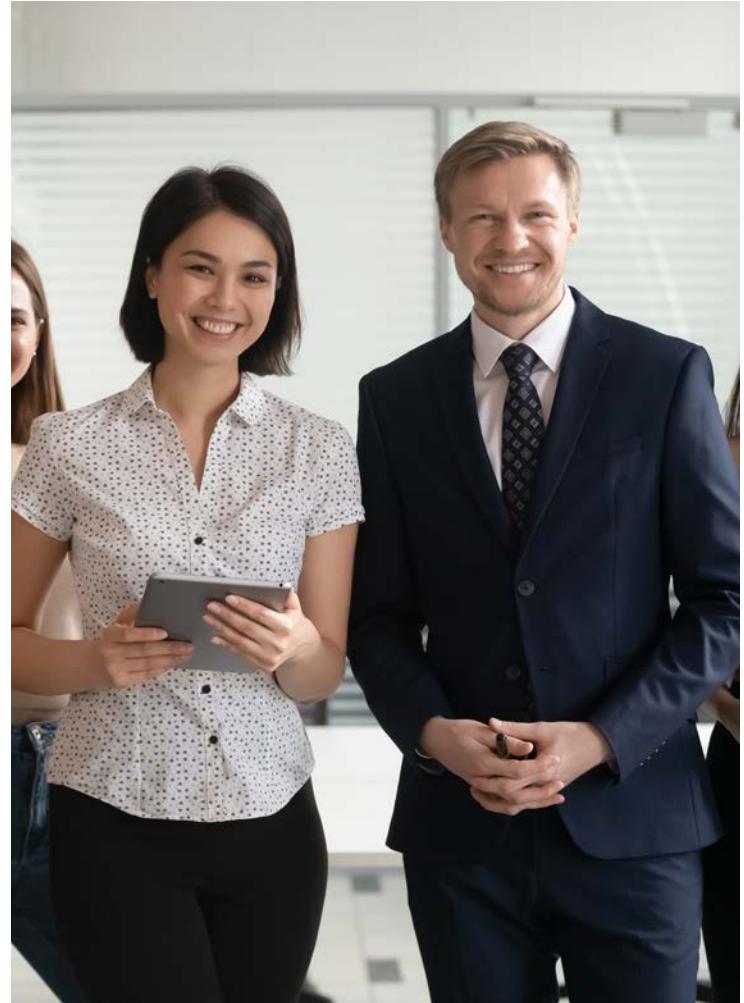
► Presidente
(Japón)

► Vicepresidente Comercial y Planeación
(Argentina)

► Gerente de Ventas
(Brasil)

De igual forma también desarrollaron funciones en otros cargos:

► Jefe de inventario
(Argentina)



4.8.4.

Asuntos materiales y grupos de interés

- Contenido GRI 2.4- 2.5 -

1. Entendiendo por altos ejecutivos aquellos cargos en quienes recaen las principales responsabilidades de la compañía, las cuales incluyen desarrollar e implementar estrategias de mercado, manejar los recursos y en algunos casos, ser el intermediario entre el equipo directivo y las operaciones corporativas.

Para identificar grupos de interés, ATC utiliza el estándar AA1000SES (Stakeholders Engagement Standard) o estándar de relacionamiento con los grupos de interés, versión 2015; desarrollado por la organización AccountAbility. Bajo esta metodología y de acuerdo al grupo de interés se desarrollaron canales específicos:

Tabla F. Grupos de interés

| | CANALES DE COMUNICACIÓN | FRECUENCIA |
|------------------------------|--|---|
| Colaboradores | Buenos Días Toyota | Cada 15 días |
| | Yammer. Espacio en el cual se comparte información como datos de la empresa, eventos, convocatorias internas, tips, etc | Cada vez que se ve la necesidad de comunicar o compartir información con los colaboradores. Las publicaciones se dan casi a diario. |
| | Correos informativos | Cada vez que se ve la necesidad de comunicar o compartir información resaltada con los colaboradores. |
| | Comité de vicepresidentes | Semanal |
| | Comité Ejecutivo | Mensual |
| | Eventos corporativos | Se planean de acuerdo con el calendario Toyota de eventos y actividades corporativas. |
| Proveedores | Compliance Week Toyota – Semana de Cumplimiento | Anual. |
| | Aplicativo de compras | Recurrente |
| | National Dealer Meeting – Reunión Nacional de Concesionarios | Anual |
| | Regional Dealer Meeting – Reunión Regional de Concesionarios “OneToyota Meeting” | Anual |
| Clientes | Correo electrónico | Recurrente |
| | Página web Redes sociales (linkedin, twitter, youtube, facebook, instagram) | Recurrente |
| | Reuniones con Junta directiva | De acuerdo con los requerimientos legales. |
| Aliados | Correo electrónico | Recurrente |
| | Buenos días, Toyota | Cada 15 días |
| Comunidades -Ambiente | Página web Redes sociales | Recurrente |

*Línea ética: está disponible para todos los colaboradores, aliados, clientes, proveedores, socios etc. Se usa cuando alguno de los stakeholders realiza una denuncia.

Asuntos materiales

La metodología utilizada para el análisis de materialidad es la sugerida por el GRI. Para el caso de TAC se identificaron 28 asuntos materiales, que fueron valorados bajo siete criterios y agrupados en dos bloques:

▶ ¿Cómo lo está gestionando la organización?

y

▶ ¿Cuál es el impacto que este tema está afectando la operación?



Tabla G. Relación De Asuntos Materiales Frente A Sus Grupos De Interés

| GRUPO DE INTERÉS | No. DE ASUNTOS IDENTIFICADOS |
|------------------------|------------------------------|
| Colaboradores | 6 |
| Proveedores | 2 |
| Clientes | 6 |
| Socios | 3 |
| Entidades del gobierno | 2 |
| Aliados | 1 |
| Medios de comunicación | 2 |
| Comunidades-Ambiente | 6 |
| TOTAL ASUNTOS | 28 |

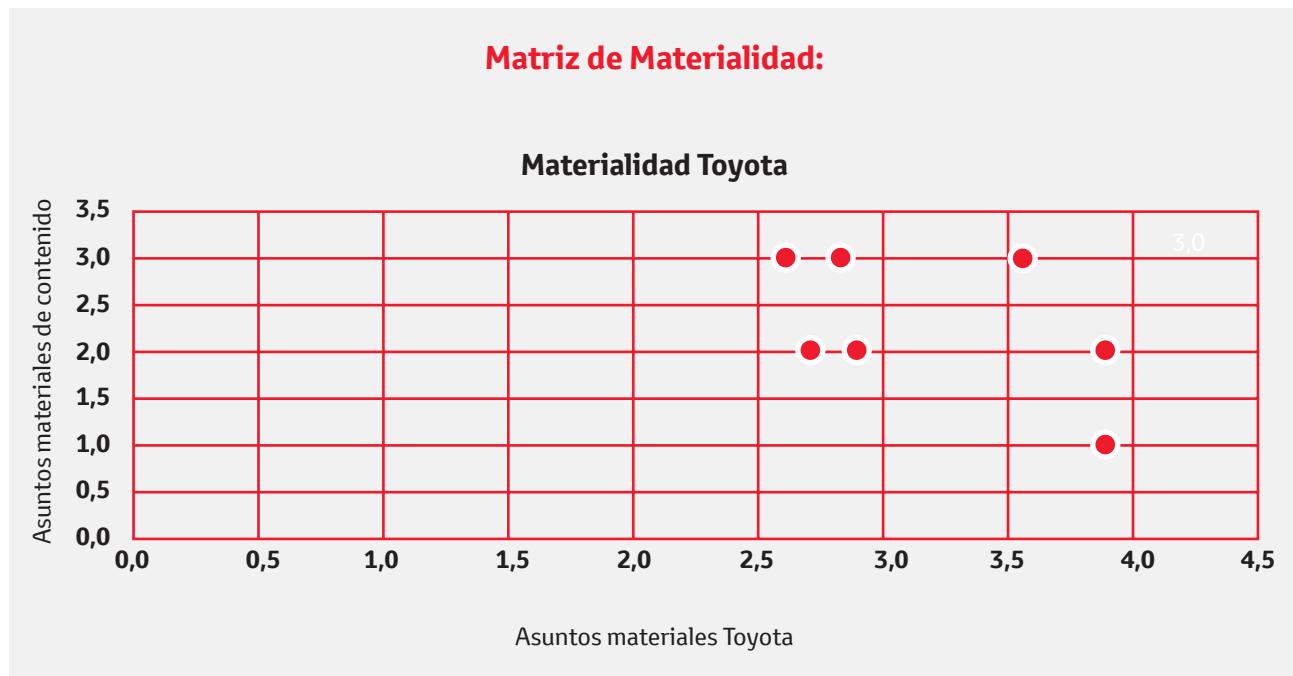


Tabla H. Priorizacion de grupos de interes

| GRUPO DE INTERES | ASUNTO MATERIAL | ATC | CONTEXTO | ESTANDAR GRI ASOCIADO |
|------------------------------|-----------------------------|-----|----------|---------------------------------------|
| Colaboradores | Salud de los empleados- SST | 3,5 | 3,0 | 403-Salud y Seguridad en el Trabajo |
| | Compensación | 2,9 | 2,0 | |
| Clientes | Logística de vehículos | 3,9 | 1,0 | 416-Salud y seguridad de los clientes |
| | Reputacional | 2,7 | 2,0 | |
| Comunidades -Ambiente | Gestión del cliente | 3,9 | 2,0 | 418-Privacidad del cliente |
| | Emisiones de gases | 2,8 | 3,0 | 305-Emisiones, 302-Energia |
| | Residuos ordinarios | 2,6 | 3,0 | 306-Residuos |

4.8.5.

Políticas corporativas



ATC al aplicar la filosofía Toyota, tiene el compromiso de cumplir normas y reglas, y de buscar ser un buen ciudadano corporativo, esto lo busca como empresa y como ejemplo para que

se replique con todos sus colaboradores. Por tal motivo ATC cuenta con diferentes políticas para desarrollar las estrategias de sostenibilidad tales como:

▶ Política del SG-SST:

Política dirigida al manejo y administración de los recursos que las demandas de la población trabajadora respecto a salud y el medio ambiente laboral. Está dirigido a todo el personal que labora en esta organización incluidos proveedores y terceros. La política muestra el compromiso de AUTOMOTORES TOYOTA COLOMBIA S.A.S con el bienestar de sus empleados y con el mejoramiento continuo de los procesos de la organización, orientados a implementar una cultura de seguridad total.

▶ Política de Compras:

Contempla las directrices para el manejo de proveedores y compras. Está dirigido a todos los empleados de ATC, junta directiva o cualquier persona jurídica - natural que actué o represente esta organización y que deba entablar relaciones con proveedores y/o pueda influenciar de alguna manera la actividad de compras. En situaciones que se viole esta política, los interesados deben reportarlo a su superior o en su defecto a la Vicepresidencia Financiera y Administrativa.

▶ Manual de Riesgos:

Parámetros para la identificación y análisis de los riesgos de la organización. Este manual está dirigido a todo el personal que labora en ATC, así como también para el personal tercerizado que presenta servicios directos, con el fin de establecer las condiciones laborales de los trabajadores en su ambiente de trabajo y las posibles alteraciones que estas pueden generar en su salud.

▶ Código de ética y conducta:

Describe los parámetros de comportamientos laborales, el cual es socializado con todos los empleados y proveedores que tengan relaciones de negocios con ATC , siendo de obligatorio cumplimiento, ya que, se busca asegurar que todos los empleados conozcan los altos niveles de integridad personal que se les exige al conducir los negocios de ATC.

Estos documentos se encuentran en el sistema de gestión de calidad de **ATC - ALMERA** (sistema de información corporativa interna de la compañía al cual tienen acceso todos los colaboradores).

Dentro de este alto compromiso con el cumplimiento de las leyes colombianas, las políticas de la compañía o de la ética de los negocios, ATC realiza todo lo que se encuentre en sus manos para investigar, concluir y sancionar cualquier conducta contraria a las mencionadas normas, buscando así disminuir sus riesgos de impacto negativo y poder afrontar efectos de forma oportuna.

Un ejemplo de estos lineamientos es el Código de Ética de la compañía, el cual da los fundamentos para que la línea ética y los canales de denuncia elaborados por la compañía cuenten con la confidencialidad y protección al denunciante y el proceso de investigación sea claro y transparente.

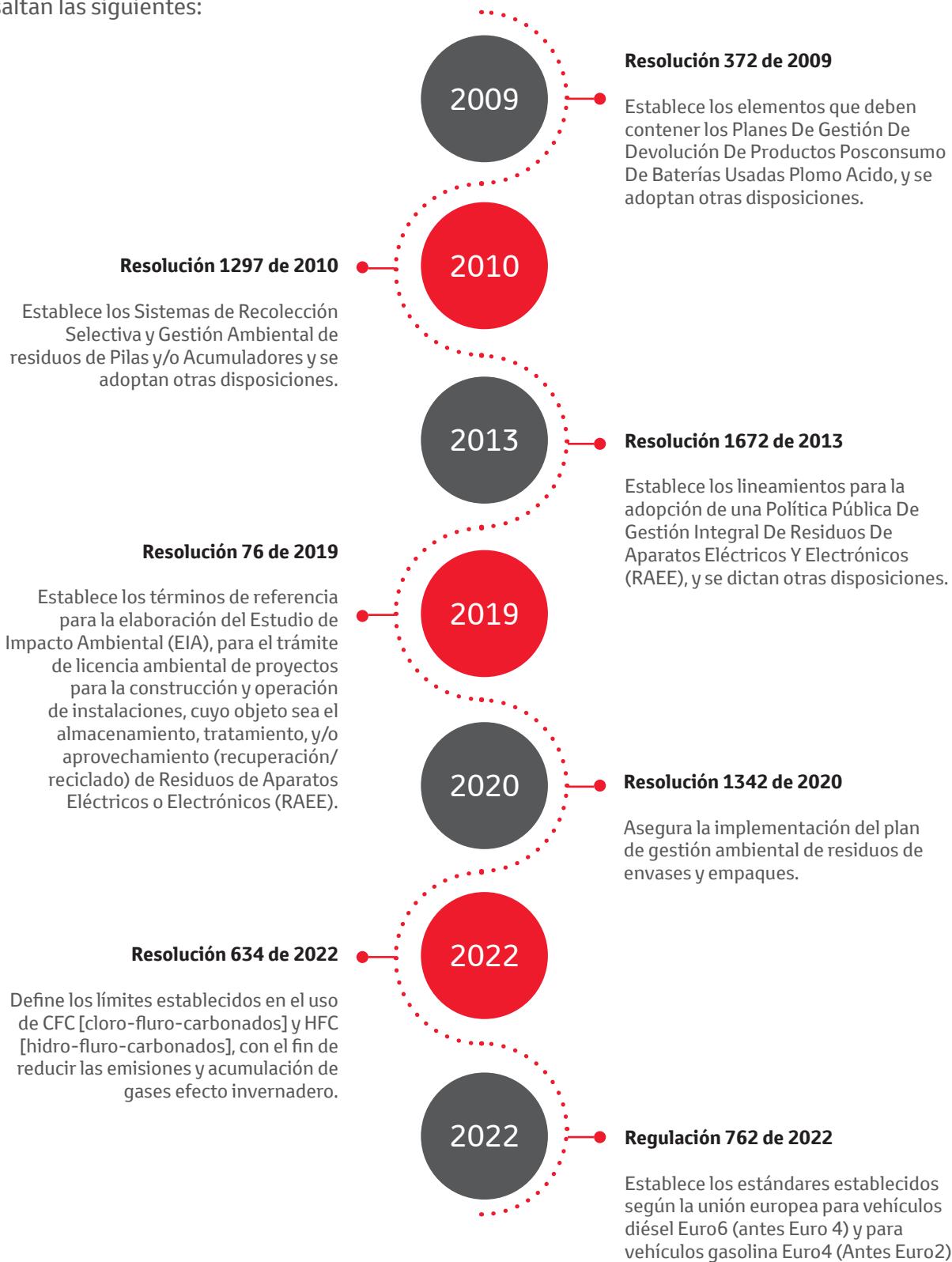
ATC tiene dentro de su programa de cumplimiento la revisión periódica de las diferentes obligaciones legales que las áreas tienen a su cargo. Dicha revisión se encuentra dentro del programa anual de obligaciones conocido como el “Normograma”, y periódicamente se les pregunta a las diferentes áreas acerca del estado de las mismas.



COMPLIANCE
TOYOTA



Dentro del cumplimiento normativo, se resaltan las siguientes:





4.8.5.1. **Conflictos de interés**

ATC ha establecido un “Código de Ética y Conducta” que sirve como guía de comportamiento y desempeño, para todos los colaboradores y terceros que forman parte de la compañía. A través de este código, se brinda protección a sus clientes, accionistas, colaboradores y proveedores y en general a toda persona con la cual se tengan relaciones comerciales.

El código muestra el manejo de la información confidencial, normas generales acerca de la seguridad informática, el manejo interno que ATC le da a los conflictos de interés que piensa presentarse a una persona debido a su actividad y que por ello se enfrente a diferentes alternativas de conducta. El mismo código expone cómo a través de la normativa interna de ATC se busca evitar entrar en esos conflictos.

- No recibir regalos de proveedores o clientes.
- No contratar con familiares de empleados.
- Dar aviso oportuno frente a conductas irregulares, conductas inusuales, conductas sospechosas.
- Cumplimiento de normas legales.
- Evitar relaciones con clientes y proveedores.
- Cabildeo con funcionarios públicos.
- Manejo de información confidencial.

Todos los colaboradores de ATC podrán manifestar su **reclamo, denuncia, o consulta** a través de:



Comunicación directa a cualquier área:

RRHH, gerencia jurídica
y/o vicepresidencia
administrativa y financiera,
mediante comité de
convivencia laboral.



Tras la presentación de la
información los encargados
procederán a investigar la
conducta y de ser necesario
iniciarán un proceso
disciplinario.

4.8.5.2. Gobierno Corporativo



ATC cuenta con tres órganos corporativos encargados de la dirección y administración de la sociedad:

Asamblea de Accionistas

La Asamblea de Accionistas, conformada por parte de los representantes de los accionistas de la empresa. El presidente de dicho órgano es un representante de una de las sociedades accionistas de ATC.

Dentro de las funciones más relevantes de la Asamblea de Accionistas de ATC se encuentran la modificación de estatutos, renovación del

contrato de distribución, decisión sobre la venta y dividendos, además los miembros de la Asamblea de Accionistas estudian de manera constante y proactiva, las tendencias y necesidades de su entorno y el mercado colombiano, teniendo en cuenta las iniciativas de sostenibilidad y medioambientales.

Todos los miembros de este órgano de gobierno manejan y tienen conocimiento de prácticas ambientales que promueven con la ejecución de proyectos al interior de ATC. Así mismo conocen y fomentan el cumplimiento de derechos humanos y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en todas las actividades comerciales de la empresa.

Junta directiva:

En cuanto a las funciones de la Junta Directiva de ATC dentro de las más relevantes, está la toma de decisiones frente a las estrategias comerciales y de ventas que debe tomar la compañía, cambios en el plan anual de negocios, entre otros.

Este órgano se reúne de forma trimestral con el fin de revisar informes y reportes financieros de la empresa, dichas reuniones tienen lugar de forma presencial en la ciudad de Bogotá.

La Junta Directiva cuenta con participación femenino del 20%, adicionalmente es un grupo con cualidades multidisciplinarias, permitiendo abarcar diferentes perspectivas y enfoques.

De acuerdo con los estatutos de ATC, este órgano se encuentra conformado 5 miembros principales, los cuales son nombrados por la Asamblea de Accionistas por unanimidad.

Comité ejecutivo:

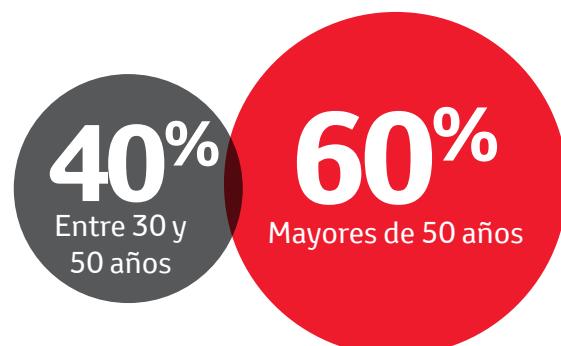
El comité ejecutivo está compuesto por 2 miembros designados por la junta directiva y tiene como funciones la administración y toma de decisiones estratégicas para la ejecución de las actividades de ATC, además podrá determinar las políticas generales frente al manejo de los concesionarios miembros de la Red Toyota, entre otras funciones.

Composición de la Junta directiva

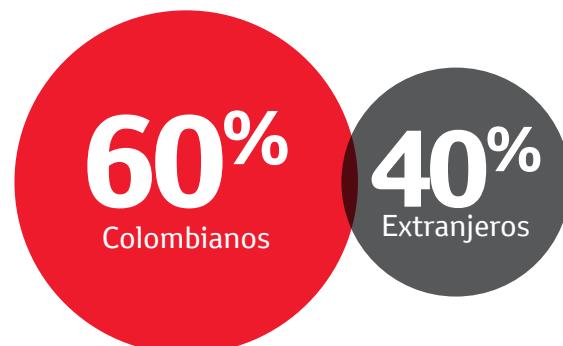
Por sexo



Por edad



Nacionalidad



Designación de altos directivos y/o ejecutivos de la organización:

Cada tres años se realiza un cambio de presidente de la empresa, el cual es designado por Toyota Motor Corporation (TMC), con posibilidad de ser reelegido por 2 años más. En cuanto a los vicepresidentes, estos son elegidos tras una evaluación de sus perfiles en relación a las necesidades de la empresa, en este punto la rotación de los vicepresidentes no es alta, sin embargo, puede hacer parte del programa corporativo ICT (Intercompany Transfer).

ATC se encuentra compuesta por cuatro vicepresidencias, que tienen lineamientos sociales y ambientales desde sus actividades de responsabilidad, así como por directrices de TMC como es el caso del Reto Medio Ambiente Toyota (RMAT'50).



4.8.6.

Reconocimientos

MERCO

Merco es reconocido como el índice reputacional más importante y completo de Latinoamérica. Estar catalogados dentro de dicho análisis es un reconocimiento a las buenas prácticas que han venido siendo implementadas por Automotores Toyota desde su constitución en 2014.

Como resultado de un trabajo en conjunto con la red de concesionarios Toyota, la marca ha sido galardonada como la número 1 dentro del sector automotriz en el índice de Merco empresas, obteniendo en el año 2022 el lugar 35 en dicho ranking, escalando 30 posiciones desde el ranking del año 2021.

Dentro del Índice reputacional también se logró escalar 15 posiciones en el ranking de Responsabilidad ESG, obteniendo en el 2022 la posición 46 y logrando también el honroso primer lugar dentro de las marcas del sector automotriz colombiano.

Así mismo, para el caso de Merco Talento, índice que refleja el esfuerzo de Toyota por atraer y retener el talento personal la marca obtuvo en el 2022 la posición 77 y el segundo lugar en el sector automotriz colombiano.

Trabajo en equipo, mejoramiento continuo y compromiso son los pilares de un crecimiento sostenible, buscando siempre la felicidad de cada uno de los clientes ATC.



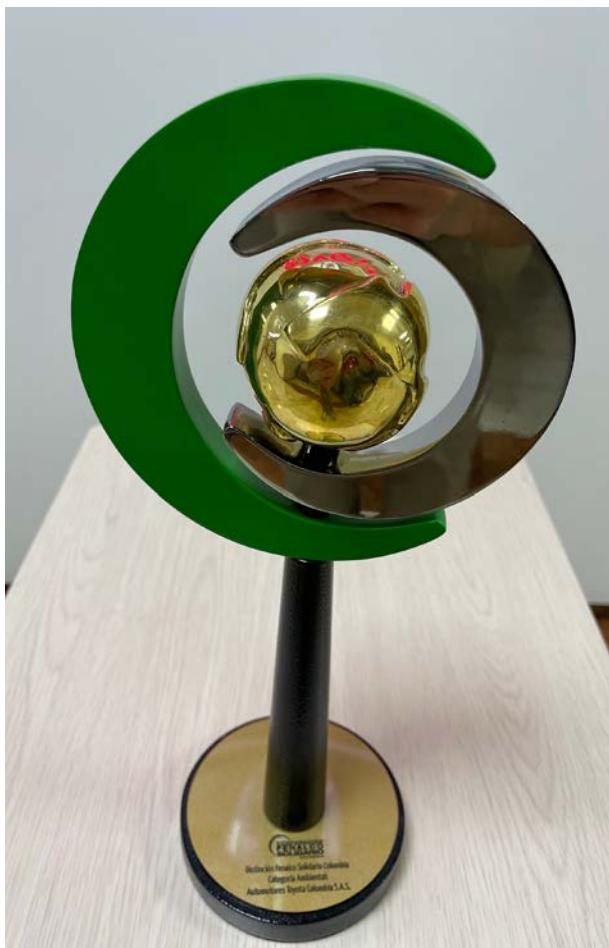
Buenas prácticas de seguridad vial - Sello Oro:

La Red Empresarial de Seguridad Vial, es una iniciativa de la Secretaría de Movilidad Distrital que busca propiciar las buenas prácticas empresariales de seguridad vial enfocadas a salvaguardar la vida en las vías. En el 2022 ATC con su propuesta de “Plan Estratégico de Seguridad Vial”, obtuvo el SELLO ORO de buenas prácticas empresariales, demostrando con ese tipo de iniciativas como que es una marca que siempre busca lograr más, y en este caso buscando la seguridad de sus clientes.

FASECOLDA CESVI:

FASECOLDA Y CESVI hacen un reconocimiento a las mejores marcas que se comercializan en nuestro Colombia a través de los precios “Vía”, para el 2022 ATC obtuvo reconocimientos en diferentes categorías:

- Reconocimiento de Movilidad Sostenible.
- Mejor equipamiento de seguridad para los modelos Hilux y RAV4.
- Mejor costo de aplicación para la Prado.



Distinción Fenalco Solidario Colombia Ambiental:

En el marco del congreso de Megasostenibilidad de Fenalco en noviembre del 2022, ATC recibió la distinción por los diferentes programas e iniciativas que se tuvieron a lo largo del año encaminados a la protección y conservación del medio ambiente.



4.8.7. Asociaciones

ATC ha identificado la necesidad de agremiarse con los demás competidores de la industria con el fin de hacer un continuo seguimiento a los cambios normativos y su posible afectación a la industria automotriz, de actuar en conjunto, frente a las autoridades colombianas o frente a terceros para defender los intereses de los importadores automotrices y de actuar mediante sinergias y camaradería para lograr intereses legítimos comunes.

Bajo dicho escenario, ATC está afiliada a las siguientes entidades:

La Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (ANDEMOS)

ATC se encuentra inscrita en la Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (ANDEMOS). La organización ANDEMOS desempeña un papel fundamental en la representación de los intereses compartidos tanto de importadores como de ensambladoras de vehículos en Colombia. Su objetivo principal es conciliar de manera colegiada los intereses de estas empresas ante el Gobierno Nacional, así como ante los Gobiernos Regionales y Locales.

La evolución de la Asociación está estrechamente relacionada con el desarrollo de la política de movilidad, la cual es implementada por el gobierno nacional, sus diversos ministerios, entidades regionales y organismos internacionales pertinentes. Por lo tanto, la participación de ANDEMOS resulta crucial en todos los asuntos relacionados con

el proceso legislativo colombiano, así como en las negociaciones con las autoridades en el marco de los Acuerdos y Tratados Comerciales Internacionales.





**CÁMARA COLOMBO JAPONESA
DE COMERCIO E INDUSTRIA**

Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco)

FENALCO, es una entidad gremial de carácter permanente y sin fines de lucro, tiene la responsabilidad de fomentar el desarrollo del comercio, así como de orientar, representar y proteger los intereses de los comerciantes, promoviendo el bienestar y el progreso del país. La participación de ATC en el Comité de Presidentes y en FENALCO refuerza su compromiso con la industria automotriz y su disposición a colaborar en la promoción de un entorno favorable para el comercio y el desarrollo del sector, en beneficio de todos los actores involucrados.

Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria (CCJ)

La CCJ es una organización sin ánimo de lucro de carácter permanente, cuyo propósito principal es respaldar la consolidación de las relaciones bilaterales entre Colombia y Japón. Además, la CCJ se dedica a apoyar, impulsar y velar por los intereses de la inversión comercial, cultural y general de la integración bilateral entre ambos países. ATC cuenta con participación en la Junta Directiva de la Cámara de Comercio Japonesa (CCJ) debido a su papel como comercializadores de productos de origen japonés.

La participación de la compañía en la Junta Directiva de la CCJ demuestra su compromiso con la promoción y el fortalecimiento de los lazos comerciales entre Colombia y Japón. A través de esta colaboración, ATC contribuye activamente al desarrollo de la inversión, la cooperación cultural y la integración bilateral en beneficio mutuo.

5

Ciudades ATC



En ATC, se cuenta con una extensa red de concesionarios que son considerados como clientes y aliados estratégicos. La red está compuesta por 23 concesionarios distribuidos en 22 departamentos, sumando un total de 47 vitrinas.

Los concesionarios tienen la responsabilidad de distribuir los productos de ATC hacia los consumidores finales. Por esta razón, se consideran como los principales clientes y aliados, y adoptan la filosofía de Toyota en todas sus actividades.

Asimismo, los concesionarios cumplen con los estándares de servicio y estilo comercial establecidos por Toyota. Esto implica brindar un servicio de alta calidad, mantener altos niveles de profesionalismo y asegurar una experiencia coherente con los valores y la excelencia de la marca Toyota.



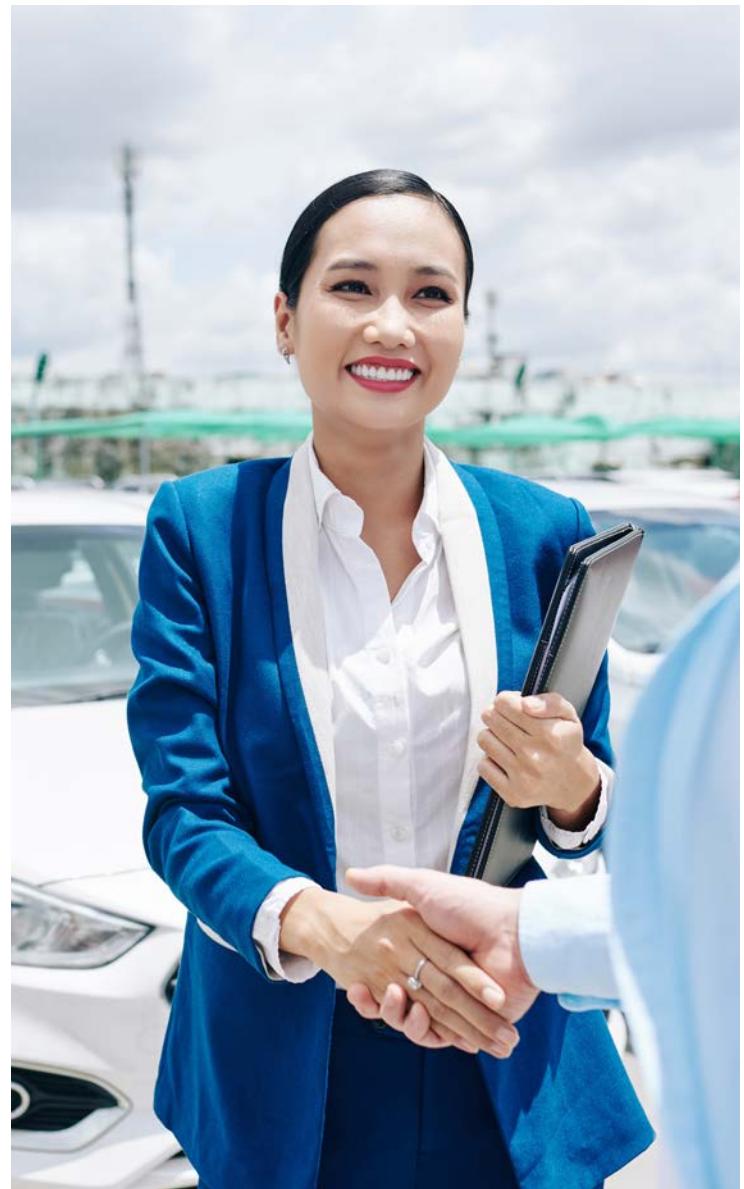
5.1.

Red de concesionarios Toyota

Dentro de la estrategia de Toyota, se destaca un pilar fundamental presente en todas las facetas del negocio: la satisfacción de los clientes y su prioridad. Para ATC, su red de concesionarios es su principal cliente y juega un papel crucial en el negocio. Se promueve una comunicación y relación continua con los 23 concesionarios que conforman la red, los cuales operan en 50 puntos de atención a nivel nacional.

Mediante visitas mensuales, comunicados oficiales, programas de capacitación, viajes internacionales y otras iniciativas, ATC ha logrado establecer una comunicación bidireccional enriquecedora, que brinda información importante para el desarrollo exitoso del negocio, tanto para ATC como para los concesionarios. Uno de los principales proyectos de la empresa es brindar apoyo al crecimiento de su red de concesionarios.

Cuando se habla de desarrollo de la red, Toyotava más allá de las ventas y el desempeño comercial del concesionario. Se trata de prepararse para el futuro y establecer negocios sostenibles en el tiempo, con la capacidad de enfrentar los desafíos y necesidades del sector. Esto implica considerar aspectos como el tamaño de las instalaciones, el cuidado del medio ambiente, la tecnología y la cadena de valor. Solo al alinear estos conceptos se logrará la retención y satisfacción de los clientes.



5.2. Estilo comercial Toyota

El programa de certificación de **Estilo Comercial Toyota (ECT)** se ha implementado con el objetivo de elevar la calidad del proceso de ventas en los concesionarios de la Red Toyota en Colombia, y garantizar la satisfacción de los clientes. A través del ECT, se busca adaptarse a los nuevos escenarios de negocio que han surgido con cambios en los hábitos de consumo, experiencias digitales y el impacto de las nuevas tecnologías en el mercado.

Toyota, se enorgullece de ofrecer los mejores vehículos del mercado, y se trabaja para hacer del proceso de ventas el mejor en la ciudad, siendo reconocidos como "*Best in Town*". Como parte de la red de concesionarios Toyota y sus áreas comerciales, se tiene la responsabilidad de brindar la mejor atención y experiencia de compra y propiedad a los clientes, superando sus expectativas.

Guiados por la filosofía de "*Best in Town*", basada en los principios del "**TOYOTA WAY**", el objetivo final es obtener la mejor recompensa: la sonrisa de los clientes. Esta satisfacción no solo permite asegurar su lealtad, sino también atraer a nuevos clientes y, en conjunto, mejorar la rentabilidad de las operaciones.

En ATC, se reconoce que escuchar a los clientes es fundamental para mantener su reconocimiento y satisfacción. Ellos son la razón de ser de la empresa y representan la fuente más valiosa de progreso. Al implementar el Estilo Comercial Toyota de manera conjunta, se logra un crecimiento sostenible del negocio y la plena satisfacción de los clientes.



En ATC, se reconoce que escuchar a los clientes es fundamental para mantener su reconocimiento y satisfacción. Ellos son la razón de ser de la empresa y representan la fuente más valiosa de progreso. Al implementar el Estilo Comercial Toyota de manera conjunta, se logra un crecimiento sostenible del negocio y la plena satisfacción de los clientes.

5.3.

Encuestas de satisfacción

El programa de tasa FIR (Fix It Right en inglés) tiene como objetivo medir la satisfacción de los propietarios de vehículos Toyota. Consiste en realizar encuestas de satisfacción del cliente, conocidas como CSI (Customer Satisfaction Index), para evaluar la implementación de un estándar de marca en el servicio posventa.

Este estándar está definido por un procedimiento diseñado por la marca para brindar a los clientes la confianza de acudir a los talleres de la red de concesionarios Toyota cuando su vehículo presenta fallas. Si el vehículo se repara correctamente desde la primera vez (fix it right), se establece una relación de confianza a largo plazo con los clientes, formando parte de las actividades de retención de clientes en el ciclo de vida del vehículo.



Durante la encuesta CSI, se indaga a los clientes que han solicitado una reparación en su vehículo si este fue reparado correctamente. Utilizando una escala del 1 al 10, los clientes evalúan su nivel de satisfacción en relación a las siguientes preguntas:

► **Q1.**
¿Cómo califica la calidad de la reparación realizada a su vehículo?

► **Q2.**
¿Cumplieron con la hora y fecha prometida de entrega?

► **Q3.**
¿Considera adecuado el tiempo o duración del servicio según los trabajos solicitados?

A nivel nacional, en 2022, la Red Toyota en Colombia logró alcanzar una tasa FIR del 96,2%. Dado que este indicador es de gran importancia para Toyota, se establece como objetivo para 2023 que la tasa FIR supere el 97% a nivel nacional. En caso de no alcanzar este nivel, cada taller deberá analizar los casos no exitosos y establecer contramedidas para evitar su recurrencia.

5.4.

Comunicación con clientes

Atendiendo a los estándares Toyota y de acuerdo a uno de sus pilares relacionados con el respeto por las personas y la filosofía del cliente primero, se tiene un canal de comunicación con los clientes finales. Este es el canal de PQRs donde los clientes pueden presentar sus inquietudes, quejas o inconformidades, disponible los 7 días de la semana, las 24 horas del día y tiene diferentes medios para acceder al mismo, puede ser correo electrónico, llamada telefónica, a través de la página web, también pueden comunicarse a través del concesionario en el cual adquirieron el vehículo, y allí se escala el caso a ATC para el respectivo manejo.

Las PQR recibidas, se clasifican y aquellos casos que sean catalogados como críticos, siguen un proceso:

- a. Se informa a través de correo electrónico al área encargada, indicando solicitud del cliente y solicitando información relacionada con el mismo, de manera que la compañía obtenga todos los elementos técnicos correspondientes.
- b. Así mismo, se revisa el caso con el concesionario involucrado, recolectando toda la información relacionada.
- c. Los casos críticos son informados de manera inmediata al Gerente Jurídico Senior para determinar plan de acción desde el punto de vista jurídico de forma inmediata.



- d. De manera periódica se realiza comité de PQR's, al cual son invitados todos los vicepresidentes de la compañía, para discutir las estadísticas de peticiones recibidas durante el periodo de tiempo en cuestión, así como los casos críticos que pueden afectar la seguridad jurídica o reputacional de la compañía, en este se pone en conocimiento de todos los miembros las solicitudes de los clientes, los avances y comentarios del concesionario y los comentarios que se han obtenido de las áreas técnicas correspondientes, se discuten planes de acción y oportunidades de mejora para evitar que la situación que genera la queja se repita.

En cuanto a otro tipo de comunicaciones en donde los colaboradores, aliados, proveedores, clientes o cualquier persona con interés puede manifestar sus denuncias, comentarios o sugerencias se encuentra la línea ética de la compañía en la cual se pueden reportar cualquier acto que se considere como contrario a las políticas de la compañía, así como denuncias de actos o conductas irregulares. Esta línea ética se explicará más adelante en el capítulo de cumplimiento.

5.5. Campañas de seguridad

Toyota, una empresa comprometida con la seguridad y satisfacción de sus clientes, se dedica a desarrollar campañas preventivas de seguridad y servicio con el objetivo de abordar posibles problemas que puedan surgir en sus productos. En este sentido, la compañía informa públicamente sobre los modelos de vehículos que requieren intervención para garantizar la seguridad y satisfacción de sus usuarios.

Toyota se esfuerza 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.

Un ejemplo destacado es la campaña de seguridad de Takata, que aborda los infladores de airbag en varios modelos y marcas de vehículos. Esta campaña ha sido una de las más amplias a nivel mundial. Hasta el momento, Toyota ha logrado reparar el 79,1% de los vehículos afectados en Colombia. Sin embargo, aún hay alrededor de 9.000 usuarios pendientes de reparación. En colaboración con agencias gubernamentales, la marca continúa implementando todas las medidas necesarias para localizar a cada uno de los clientes que aún requieren reparación.



6

Camino a la Sostenibilidad

(CRITERIO GRI 403-1; 403-2; 403-3; 403-4; 403-8; 403-9; 403-10; 418; 416; 302;)



6.1.

Cumplimiento Toyota

En ATC se realiza una revisión exhaustiva 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. Se lleva a cabo una búsqueda en listas vinculantes para asegurar que ninguna de estas personas, con las que se mantiene alguna forma de relación comercial, esté involucrada o relacionada con estos riesgos.

Además, ATC ha desarrollado matrices de riesgos por áreas, que tienen en cuenta los mencionados riesgos y su adecuada gestión para prevenir su materialización. Es importante destacar que, aunque ATC no lleva a cabo operaciones con entidades gubernamentales, la reputación de la empresa y cualquier riesgo de contagio son motivo de preocupación.

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 sepan cómo actuar en caso de materialización de alguno 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. Por este motivo, ATC cuenta con:

- Manual para el cumplimiento del régimen de autocontrol y gestión de riesgos 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).
- Línea ética, a través de la cual los empleados, clientes, proveedores, accionistas y grupos de interés pueden informar eventos o situaciones potenciales relacionadas con fraude, malas prácticas, corrupción, lavado de activos, conductas indebidas, ilegales y cualquier otra situación irregular que pueda perjudicar a la compañía.
- Política de Habeas Data.
- Procedimiento general de compras
- Procedimiento ante eventos de fraude y corrupción.
- Código de Ética y Conducta.

Las denuncias se pueden hacer por los siguientes canales



Buzón telefónico

Línea telefónica Bogotá para todo el país es **(601) 3809422** habilitado los **7 días** de la semana, **24 horas** al día.



Correo electrónico

Al correo electrónico
lineaeticatoyota@toyota.com.co



Website

A través de la página Web:
www.toyota.com.co en la parte inferior en el link “Línea Ética“

Como resultado de los procesos de verificación de terceros, Automotores Toyota Colombia realizó más de 10,700 búsquedas en la plataforma web contratada para la verificación de antecedentes durante el año 2022. La política de transparencia y ética empresarial de ATC fue aprobada y actualizada por unanimidad de todos los miembros de la Junta Directiva. Desde 2021, ATC ha llevado a cabo el evento "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, Financiación del Terrorismo, la financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva, así como los riesgos de soborno y corrupción.



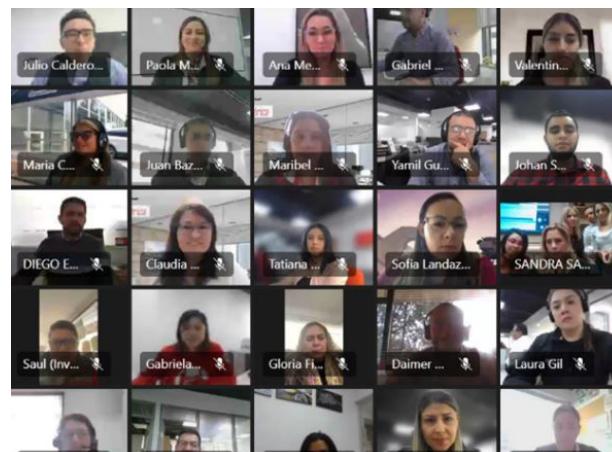


En estos encuentros participa la alta gerencia, la totalidad de los colaboradores, y algunos de nuestros proveedores y aliados críticos, en donde son debidamente informados de las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización, sin distinción alguna.

Durante la semana de cumplimiento, se comunican los programas y se realizan diferentes tipos de capacitaciones con todo ATC y ciertos proveedores considerados como críticos por su relacionamiento con entidades del gobierno nacional conozcan e interioricen el sistema de cumplimiento, en especial la importancia la ética de los negocios.

Adicionalmente, se cuenta con una aplicación web llamada “Centro de Conocimiento Toyota” que proporciona capacitación en 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. Estas políticas también se comunican a los proveedores al establecer relaciones comerciales con ATC, y se presentan a los empleados durante su proceso de incorporación. Además, todo el contenido de las políticas, procesos y procedimientos que forman parte del sistema de cumplimiento se encuentra disponible en nuestro repositorio de calidad denominado “ALMERA”.



La última edición de la semana del “Compliance Week Toyota”, celebrada en 2022, logró llegar a una audiencia de más de 450 personas a través de 4 eventos distintos durante 4 días consecutivos, con contenido diseñado especialmente para ATC. Como parte de nuestra cultura ética y nuestro compromiso de “Hacer las cosas bien siempre es el camino correcto”, 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.



6.2.

Sostenibilidad Ambiental



ATC tiene como propósito declarar su compromiso con la sociedad siendo agentes y promotores de cambios que puedan mejorar la calidad de vida de las personas, favorecer la protección del medio ambiente y promover la seguridad vial, nuestros programas están alineados con el cumplimiento de la visión global de Toyota Motor Corporation. ATC cuenta con las siguientes sistemas y procesos de manejo ambiental:



▶ Plan Integral de Residuos:

ATC ha implementado un Plan Integral de Residuos para clasificar, disponer y reducir los residuos generados en su operación. Se ha establecido un programa de manejo de residuos con el objetivo de educar a los empleados sobre buenas prácticas de reciclaje y buscar alternativas para disminuir la cantidad de residuos generados.



▶ Reducción uso de energía eléctrica:

Con el fin de reducir el consumo de energía eléctrica, ATC ha instalado un sistema de sensores de movimiento en su sede principal para controlar el encendido y apagado de las luces en áreas que no están en uso. Además, se están explorando opciones para reducir el consumo de energía en otras sedes de la organización.



▶ Reducción uso papel impreso:

la compañía ha implementado medidas en su operación de importación de vehículos y repuestos. Se han identificado diferentes tipos de documentos impresos utilizados en el proceso y se han digitalizado la mayoría de ellos, evitando el uso de papel y logrando una disminución significativa en el consumo de papel.



▶ Eficiencia Energética y Energía Solar:

ATC ha buscado incluir fuentes renovables y limpias de energía en sus concesionarios y proveedores. Se ha establecido un acuerdo sombrilla con un proveedor para ofrecer las mejores condiciones en la implementación de medidas de eficiencia energética y energía solar.



Desde febrero de 2022, ATC ha participado en la Estrategia Colombia Carbono Neutral, como parte de sus esfuerzos para contribuir a la neutralidad de carbono en el país para el año 2050. Esta estrategia busca promover acciones climáticas y cumplir con los compromisos presentados ante la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

6.2.1. **Reto medio ambiental** **Toyota**

Toyota Motor Corporation ha planteado el objetivo de reducir el impacto frente a la generación de emisiones de huella de carbono. Es por ello, que busca que todas sus actuaciones sean sostenibles, capaces de contribuir a generar una sociedad más ecológica, y con un respeto por la madre naturaleza creando el Reto Medio Ambiental Toyota 2050.

Este desafío consta de seis puntos cuyo objetivo principal es tener un impacto negativo mínimo sobre el medio ambiente y la comunidad, y que sean capaces de impactar el ciclo de producción de los vehículos, es decir desde la fabricación hasta la posventa.

ATC ha aceptado este desafío y lo ha adoptado al mercado y a la situación del entorno colombiano, además de sus metas como compañía a futuro frente a la sostenibilidad ambiental que maneja. Motivo por el cual ha alineado estos retos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, y con el desarrollo de sus diferentes actividades y ser una empresa 100% sostenible.



DESAFÍO MEDIOAMBIENTAL TOYOTA 2050

DESAFÍO 1

Reto de cero emisiones de CO2 en vehículos nuevos



3 SALUD Y BIENESTAR



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



DESAFÍO 2

Reto de cero emisiones de CO2 en el ciclo de vida



3 SALUD Y BIENESTAR



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



DESAFÍO 3

Reto de cero emisiones de CO2 en las fábricas



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



DESAFÍO 4

Reto de reducir al mínimo y optimizar el uso de agua



6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



DESAFÍO 5

Reto de construir una sociedad y sistemas basados en el reciclaje



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



DESAFÍO 6

Reto de construir una sociedad futura en armonía con la Naturaleza



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



6.2.2.

Reto hacia la carbono neutralidad

Teniendo en cuenta el desafío medioambiental y los retos que contiene, ATC se ha planteado como meta convertirse en una empresa carbono neutral, por ello, ha iniciado un proceso de medición de huella de carbono y compensación de emisiones desde el 2020, con el fin poder implementar de forma integral la política de mitigación de huella de carbono y así poder obtener dicha certificación.

Durante los años 2021 y 2022, se han compensado emisiones de los años 2020 y 2021, a través de la adquisición de bonos de carbono en diferentes proyectos ambientales a lo largo del país buscando proteger especies nativas de flora y fauna, además de apoyar a las comunidades locales.

En el 2022, con el objetivo de compensar la huella de carbono emitida en el 2021, ATC adquirió bonos de carbono en cuatro proyectos de impacto social y ambiental, ya que, apoyan a las comunidades locales de cada región en la protección de especies nativas en vía de extinción y cultivan flora y fauna local.





159.208 tCO₂/año

13.727 Hectáreas de bosque protegidas

Estándar: NTC 6208 (Proclima)

Información: Desarrollador del proyecto es FUNDACIÓN COL. Etapa de registro en Boscarbon registry.

Medición de huella de carbono

ATC ha llevado a cabo la medición de su huella de carbono en los años 2020 y 2021. En el 2022, se realizó la medición en ambas sedes correspondiente al año 2021, aprovechando la disponibilidad de datos precisos y relevantes para el cálculo de la huella de carbono. Como resultado de esta medición, se obtuvieron los siguientes datos:

| | | | |
|---|--|----------------|----|
|  | Total consumo fuentes no renovables 2020 (ACPM y gasolina corriente) | 501,05 | GJ |
|  | Consumo de electricidad 2020 | 680,83 | GJ |
|  | Consumo de energía total dentro de la organización 2020 | 1182 | GJ |
|  | Total consumo fuentes no renovables 2021 (ACPM y gasolina corriente) | 1335,01 | GJ |
|  | Consumo de electricidad 2020 | 946,26 | GJ |
|  | Consumo de energía total dentro de la organización 2020 | 2281 | GJ |

La metodología de recolección de información fue la misma que se utilizó para la medición de huella de carbono y la determinación de los consumos se realizó a través de un procedimiento de recolección de información y revisión de facturas de consumo. De tal forma se tiene la evidencia de los consumos realizados y se tiene el proceso.

Factores de conversión utilizados:

Electricidad: 1 KWh = 0,0036 GJ

| | | | |
|---|--|---------|----|
|  | Total consumo de energía fuera de la organización 2020 | 265,96 | GJ |
|  | Total consumo de energía fuera de la organización 2021 | 1177,65 | GJ |

Factores de conversión utilizados:

Electricidad: 1 KWh = 0,0036 GJ

Energía= masa(kg)*C² → C=3*10⁸

| | | | |
|---|--|-------|-------|
|  | Total consumo fuentes no renovables dentro de la organización 2020 | 6,71 | ratio |
|  | Total consumo fuentes no renovables dentro de la organización 2021 | 57,94 | ratio |
|  | Total consumo de energía fuera de la organización 2020 | 58,78 | ratio |
|  | Total consumo de energía fuera de la organización 2021 | 10,01 | ratio |

Factores de conversión utilizados:

Electricidad: 1 KWh = 0,0036 GJ

Energía= masa(kg)*C² → C=3*10⁸(m/s)

1 mWh = 1000kWh

1galon= 3,75 litros

El consumo de energía de la organización fue principalmente del uso de fuentes no renovables siendo este el combustible (ACPM y gasolina corriente), además del consumo de electricidad en las dos sedes de ATC (Bogotá-Cota)

ATC estima que, al año 2030 se logre reducir el 5% en el corto plazo, 10% en el mediano plazo y 25% en el largo plazo de forma anual teniendo en cuenta un año base móvil ya que la organización tiene un plan de expansión de operaciones, es importante aclarar que estas metas se mantendrán hasta que la organización logre estabilizar su operación.

EMISIONES DIRECTAS E INDIRECTAS

| Emisiones Directas (Ton CO²eq) | 2021 |
|--|---------------|
|  Consumo de combustible fósil | 85,12 |
|  Extintores | 8,85 |
|  Gases refrigerantes | 6,83 |
| Total emisiones alcance 1 | 100,81 |

| Emisiones Indirectas (Ton CO²eq) | 2021 |
|---|---------------|
|  Consumo de electricidad | 33,69 |
|  Transporte | 105,38 |
| Uso de productos | 61,21 |
| Total emisiones alcance 2 | 200,28 |

| Intensidad de las emisiones (Ton CO²eq) | 2021 |
|---|-------------|
|  Emisiones alcance 1 | 0,3348 |
|  Emisiones alcance 2 | 0,6651 |

Todas las actividades vinculadas a la disminución de las emisiones de CO₂ están enmarcadas en el Plan de Carbono Neutral ATC 2022, donde se identifican las acciones que están alineadas a lo establecido por la compañía en el marco de su proceso de sostenibilidad ambiental.

Para gestionar los residuos de manera adecuada es necesario promover una correcta separación de estos y poder identificar el tipo de residuo generado. Por este motivo, la empresa cuenta con puntos ecológicos y un centro de acopio donde se pesan y se registran en una base de datos.

| RESIDUOS GENERADOS (TON) | 2021 |
|---------------------------------|--------------|
| No peligrosos | 0,362 |
| Peligrosos | 0,005 |
| TOTAL RESIDUOS | 0,367 |

| RESIDUOS NO DESTINADOS A ELIMINACIÓN (TON) | 2021 |
|---|-------------|
| Residuos no peligrosos | 0,362 |

| RESIDUOS DESTINADOS A ELIMINACIÓN (TON) | 2021 |
|--|-------------|
| Residuos peligrosos | 0,005 |
| Incineración | 0,005 |

6.2.3. Gestión ambiental



ATC ha establecido programas de posconsumo de llantas y de envases y empaques, como parte de su gestión ambiental y en cumplimiento de las regulaciones colombianas.

▶ Posconsumo de llantas

ATC se ha asociado con un proveedor externo para la recolección y disposición adecuada de estas llantas usadas, en cumplimiento de la Resolución 1326 de 2017. El sistema de posconsumo busca transformar las llantas en combustible TDF y realizar su valorización en diferentes hornos cementeros del país, generando así un valor agregado y contribuyendo al país.

▶ Envases y empaques

En relación a los envases y empaques, como productor de los mismos, ATC cumple con la obligación de gestionarlos según lo establecido en la Resolución 1342 de 2020. Para ello, se ha unido al Plan Colectivo de Gestión Ambiental de Envases y Empaques, registrando una línea base ante la Autoridad Nacional de Licencias Ambientales. A través de este colectivo, se gestionan la recuperación y el reciclaje de envases retornables, reutilizables y multilaterales, con el objetivo de promover su reutilización y recuperación.



6.3.

Responsabilidad social empresarial



La compañía ha desarrollado diferentes programas los cuales buscan ayudar a las comunidades, y al medio ambiente a través de actividades que ayuden a mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores, comunidades y personas en general.

Las actividades buscan:

▶ **Conexión Comunidad-ambiental:**
Crear una relación o conexión con el medio ambiente, con personas de determinadas comunidades, con los animales y especies vivas de nuestro entorno.

▶ **Responsabilidad en entornos sociales:**
Aportar en entornos sociales donde buscamos fomentar la responsabilidad y el mensaje de ser un buen ciudadano del mundo.



RESPONSABILIDAD
SOCIAL
TOYOTA

Toyota ha desarrollado diferentes programas que buscan ayudar a las comunidades y al medio ambiente: **Conexión Comunidad-ambiental, Responsabilidad en Entornos Sociales y RSE**

▶ **Programas RSE:**
ATC ha creado diferentes programas de RSE enfocados principalmente en la protección al medio ambiente (Alineado con su compromiso ambiental y la meta de carbono neutralidad para 2050), el bienestar social y la seguridad vial.

6.3.1.

Medio ambiente:

Bosque Toyota

El programa de **siembra de árboles** es uno de los programas ambientales destacados de ATC, habiendo logrado la siembra de más de 12.000 árboles desde su inicio en 2018.

En Bogotá, específicamente en la Reserva del Encenillo en Guasca, Cundinamarca, y en Medellín, en la Reserva El Silencio en El Retiro, se lleva a cabo la siembra de especies nativas en los bosques de cada región como parte de los esfuerzos de reforestación. Mediante una alianza estratégica con la Fundación Natura, se realizan jornadas colectivas de siembra con el fin de reducir el impacto ambiental de la operación de ATC y compensar su huella de carbono, así como la de su red.

Durante el proceso de siembra, se aplican técnicas de restauración que permiten alcanzar atributos naturales similares a los del bosque altoandino colombiano, lo que contribuye al fortalecimiento de la sostenibilidad de los territorios y a la provisión de servicios ambientales. Esto beneficia la regulación del ciclo hidrológico, la prevención de desastres naturales como la erosión o inundación, la captura de carbono y la creación de condiciones adecuadas para el retorno de especies vulnerables o amenazadas, como las pavas de montaña (*Penelope montagnii*) y el tucán de montaña (*Andigena nigrirostris*), a este ecosistema.

En la jornada de siembra realizada en Bogotá, que tuvo lugar los días 16 y 17 de agosto, se sembraron 4.000 árboles en la Reserva Encenillo. En Medellín, en la Reserva El Silencio, se reafirmó el compromiso de ATC con la

conservación y restauración de los ecosistemas de bosques nativos al sembrar 6.000 árboles, alcanzando así un total de 10.000 árboles sembrados en 2022.



6.3.2.

Bienestar social: Fundafe & Nucleumpet

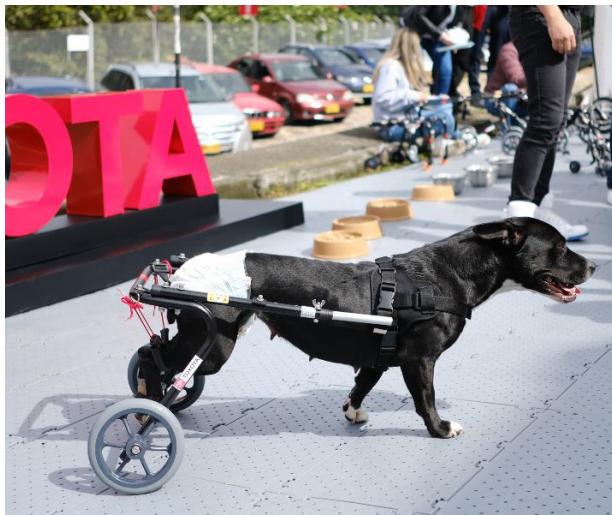
ATC ha desarrollado varios programas con el objetivo de facilitar la movilidad en diversos aspectos.

Fundafe - prótesis de miembros inferiores para los menos favorecidos

Uno de ellos es el trabajo que realizan en colaboración con la Fundación Fuente de Esperanza, con el fin de proveer prótesis de miembros inferiores a personas que tienen dificultades para acceder a estos dispositivos a través de las Entidades Promotoras de Salud (EPS) o que, debido a su condición de vulnerabilidad, carecen de los recursos para obtenerlos. El año pasado, ATC entregó a Fundafe más de 220 toneladas de material de desperdicio procesado y dispuesto finalmente en su almacén, para que la fundación fabricara prótesis para aquellos que las necesitaban. La idea es continuar con este proyecto e incrementar el número de personas que se benefician de estos elementos, facilitando su inclusión y fomentando su independencia y productividad.

**ATC entregó a Fundafe
más de 220 toneladas de
material de desperdicio
procesado,** para que la
fundación fabricara prótesis
para aquellos que las
necesitaban.





NucleumPet - Sillas de ruedas para perros con discapacidad.

NucleumPet y AUTOMOTORES TOYOTA COLOMBIA S.A.S se han unido bajo la premisa de que la movilidad debe estar al alcance de todos. Han entregado sillas de ruedas a 48 perros que sufren pérdida de movilidad. Si bien Toyota es reconocida por diseñar y fabricar vehículos de calidad, aquellos que piensan que esa es su única razón de ser se pierden la mejor parte. La empresa cree que la movilidad debe ser para todos, incluso para aquellos que no tienen voz, y por eso trabajan para conectar a las personas, que son la razón de ser de su negocio, con lo que aman, con quienes aman, y eso incluye a sus mascotas. El éxito del programa ha permitido superar los límites de la movilidad, llegando a diferentes zonas del país como Santa Marta, Soledad(Atlántico), Barrancabermeja, Sincelejo, Bogotá, entre otras. Su alcance ha tenido un impacto significativo en la calidad de vida no solo de los perros, sino también de sus familias, brindándoles una segunda oportunidad para seguir acumulando recuerdos.



6.3.3.

Seguridad vial

Parque de Seguridad Vial

ATC ha implementado iniciativas para promover un comportamiento cívico en distintos ámbitos de la ciudad. Un ejemplo de ello es la creación de un parque itinerante que se desplaza por diferentes espacios urbanos, como colegios, ferias y plazas públicas. Este parque tiene como objetivo enseñar a niños a partir de los siete años y a personas de todas las edades cómo comportarse adecuadamente en tres roles específicos: como peatones, como pasajeros y como conductores.

A través de ejercicios prácticos y vivencias, se busca transmitir los valores de buenos ciudadanos del mundo. Esta actividad ha logrado impactar a más de 4.500 personas, especialmente a niños de diversas edades.



Manual del Buen Conductor

Otra iniciativa llevada a cabo por ATC es la creación de un “Manual del Buen Conductor”. Este manual surge de la preocupación de la empresa por asegurar el bienestar de sus clientes y promover la reflexión sobre las buenas prácticas de conducción con el fin de reducir los accidentes.

No es suficiente contar con vehículos cada vez más seguros, también es necesario que los conductores y peatones sean conscientes de su papel en las vías. Desde 2019, se han distribuido más de 78.000 ejemplares de este manual, los cuales se entregan a cada propietario de un vehículo Toyota a través de la red de concesionarios de la empresa.

6.3.4.

Programas de Steam y empoderamiento femenino



ATC buscando promover el empoderamiento femenino y el desarrollo de carreras STEAM (carreras enfocadas a las ciencias, tecnología, ingeniería, arte y matemáticas), ha generado diferentes programas y espacios para promover estas iniciativas. Desde el año 2022 ATC inició el desarrollo de su política STEAM la cual será desarrollada con base en las ideas que toda su red de concesionarios aportó, considerando el gran conocimiento que dichos actores tienen de sus territorios y de sus problemas.

Se ha identificado que, en Colombia, gran parte de esta problemática está basada en tabúes existentes alrededor de concepciones erradas como por ejemplo el hecho de que se trate de carreras no aptas para mujeres. Por eso desde Toyota Colombia durante 2022 se trabajó de la mano de la red de concesionarios en la elaboración de programas que incentivan a niñas y mujeres a capacitarse y estudiar este tipo de programas académicos. Cada concesionario de la red presentó en el 2022 una propuesta de programa de promoción de carreras STEAM. La mejor iniciativa fue premiada para promover que más mujeres de todas las edades se vinculen a las carreras del futuro y cumplan sus metas y sueños sin miedo a prejuicios.



6.4.

Comunidad Toyota

6.4.1. Nuestros Colaboradores



El Manual del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo como documento legal, apoya la herramienta de gestión: Seguridad y Salud en el Trabajo para mejorar la calidad de vida de los colaborares ATC.

6.4.1.1. Seguridad y Salud en el Trabajo

La seguridad y salud en el trabajo actualmente representa una de las herramientas de gestión más importantes para mejorar la calidad de vida laboral de ATC y con ella su competitividad. Así todas las normas y lineamientos están consignados en el Manual del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, con el fin de que se promueva la creación de una cultura en seguridad y salud que debe estar sincronizada con la cultura de calidad, mejoramiento de los procesos, productividad, desarrollo del recurso humano, la reducción de los costos operacionales y el respeto por el medio ambiente.

Estos lineamientos los hacemos extensivos a proveedores y terceros.

Identificación de peligros, evaluación y control de riesgos

ATC cuenta con la “Matriz de identificación de peligros y valoración de riesgos y Determinación de Controles”, con el objetivo de definir prioridades en la gestión de los riesgos.

| Prioridad | Factor de riesgo | Peligro | Área |
|-----------|--------------------------------------|--|------------------------------------|
| 1 | Biomecánico | Postura forzada | Administrativas |
| | | Movimiento repetitivo | Administrativas |
| | | Manipulación manual de cargas | Todas las áreas |
| 2 | Jornada laboral / Riesgo Psicosocial | Cargas de trabajo excesivas, gestión deficiente en los cambios organizativos, comunicación ineficaz, acoso psicológico | Todas las áreas |
| 3 | Locativos | Almacenamiento | |
| | | Superficies de trabajo deslizantes | Áreas operativas |
| 4 | Físico | Iluminación | Áreas administrativas |
| 5 | Químicos | Líquidos (sustancias químicas) | Área operativa servicios generales |
| 6 | Fenómenos naturales | Sismo | Todas las áreas |
| | | Terremotos | Todas las áreas |

TC ha implementado diversos procesos en colaboración con la Administradora de Riesgos Laborales (ARL) para la identificación de peligros y la evaluación y control de riesgos. Estos procesos se detallan en el numeral 3.1.2 del Manual del SG-SST SS-M-01 y en el Procedimiento de Identificación de Peligros SST-P-01. El objetivo es brindar una guía técnica y metodológica para elaborar la matriz de riesgos y diagnosticar las condiciones laborales de los trabajadores, así como las posibles alteraciones que puedan afectar su salud. Además, se han establecido otros procedimientos y programas, como:

► **PROCEDIMIENTO DE NOTIFICACIÓN
GH-P-1**

► **POLITICA DE SEGURIDAD Y SALUD EN
EL TRABAJO SST-PL-01**

► **PROGRAMA DE CONCIENCIACIÓN
Y PREVENCIÓN DE CONSUMO DE
ALCOHOL, DROGAS TABACO Y OTRAS
ADICIONES GH-PR-02**

► **PROCEDIMIENTO PARA
INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES
SST-P-06**



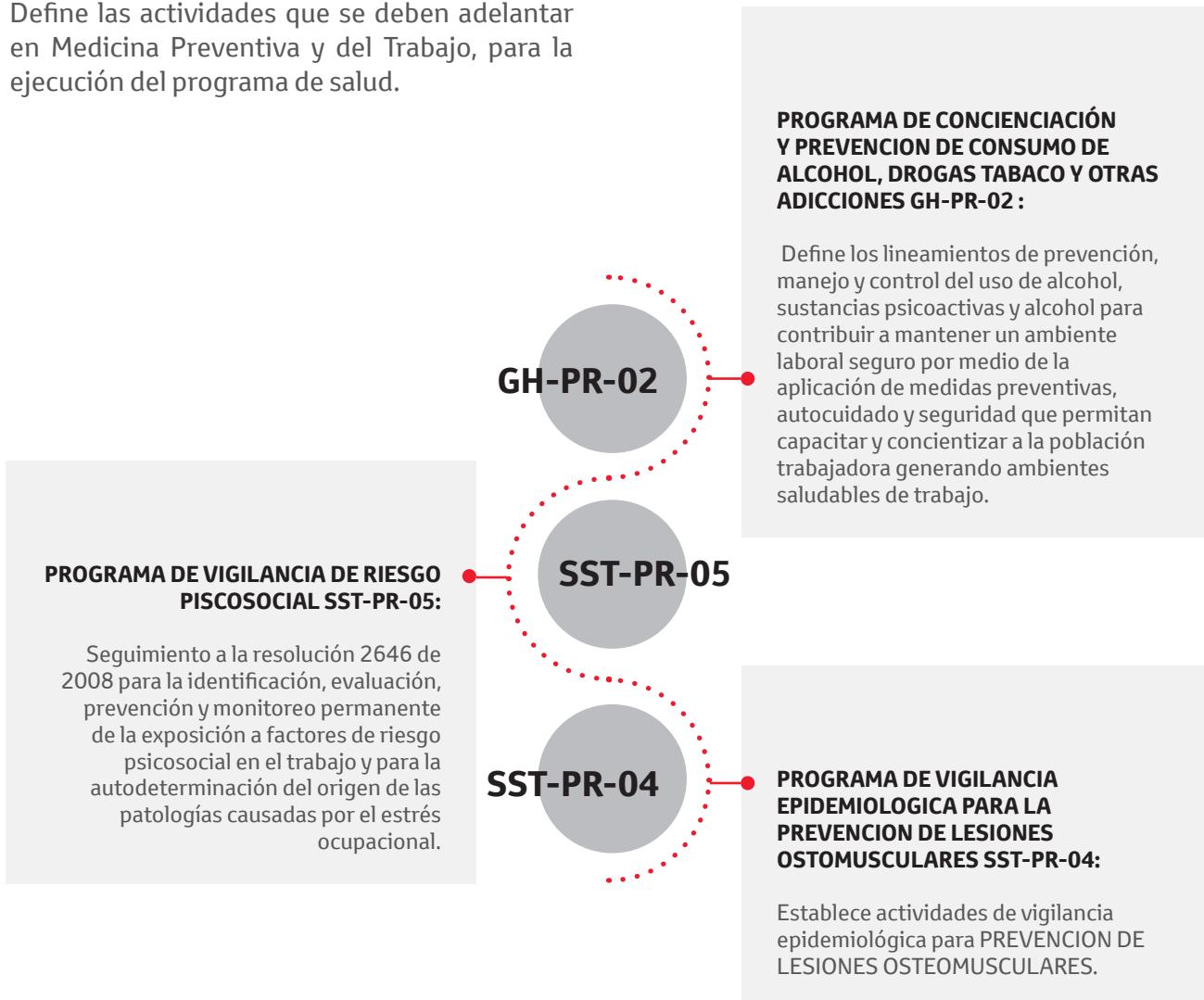
Estos procesos se desarrollan con la colaboración de expertos de la ARL y la participación del responsable del sistema, quien cuenta con una licencia de Salud Ocupacional vigente. Además, tanto las auditorías internas como las externas certifican la calidad de estos procesos.

Después de aplicar los procedimientos mencionados, se genera una matriz de riesgos que se actualiza de forma bianual o cuando se producen cambios estructurales significativos. En esta matriz se analizan y valoran los riesgos por cargo. Cada dos años, los empleados completan una encuesta de identificación de peligros que ayuda a fortalecer la matriz.

Entre los programas destacados se encuentran ATC cuenta con diversos programas para mitigar los riesgos a los que se encuentran expuestos los trabajadores y con exámenes médicos de ingreso, periódicos y de retiro.

Programa de Promoción y Prevención SST-PR-01

Define las actividades que se deben adelantar en Medicina Preventiva y del Trabajo, para la ejecución del programa de salud.



ATC Dentro del **PROGRAMA DE INDUCCIÓN Y CAPACITACIÓN GESTIÓN HUMANA GH-PR-01** en el numeral 7.7. define las capacitaciones a realizar en lo relacionado al SG-SST:

- Divulgación de Política y obligaciones de los trabajadores
- Plan de Emergencias. Brigadas
- Comités COPASST y Convivencia
- Tabaquismo, drogadicción, alcoholismo, otras adicciones
- Procedimientos y Políticas internas (Ley de la familia, Circular de Ausentismo, Política de Seguridad, Política PV, o similares): en el momento en que se generen.
- Hábitos Saludables Ergonomía, Riesgos detectados y demás del SG-SST de acuerdo con los requerimientos generados por las fuentes

El enfoque de la organización en lo que respecta a la prevención o mitigación de los impactos negativos son tratados por medio de nuestros programas:

► **PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN SST-PR-01:**

Cuyo objetivo es definir las actividades que se deben adelantar en Medicina Preventiva y del Trabajo, para la ejecución del programa de salud.

► **PROGRAMA DE INDUCCIÓN Y CAPACITACIÓN GESTIÓN HUMANA GH-PR-01:**

En el numeral 7.7. define las capacitaciones a realizar en lo relacionado al SG-SST.

► **TAMBIÉN VAN SOPORTADOS CON DIVERSAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN QUE SE REALIZAN DURANTE EL AÑO 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, semana de la salud, actividades extralaborales.

Participación de los Trabajadores

Con el objeto de difundir y hacer interiorización del SG-SST en los trabajadores, ATC ha venido realizando actividades con el fin de tener ambiente de trabajo seguro, a través de jornadas de capacitación, enviando por vía mail la Información referente a SG-SST y ejercicios pausas activas.

Están cubiertos con el
**Sistema de Gestión
en Seguridad y Salud
en el Trabajo.**

Participaron en las
actividades sobre
**seguridad y salud en
el trabajo.**



100%
COLABORADORES



100%
COLABORADORES Y
PROVEEDORES



TABLA I. LESIONES POR ACCIDENTE LABORAL

| Colaboradores | 2021 | 2022 |
|--|-------------|-------------------|
| Numero de lesiones por accidente laboral | 0 | 1 |
| Principales lesiones por accidente laboral registradas | 0 | Fractura en brazo |
| Fallecimientos | 0 | 0 |
| Horas trabajadas | 240 | 240 |

| Proveedores | 2021 | 2022 |
|--|-------------|-------------|
| Numero de lesiones por accidente laboral | 0 | 0 |
| Principales lesiones por accidente laboral registradas | 0 | 0 |
| Fallecimientos | 0 | 0 |
| Horas trabajadas | 0 | 0 |

NO SE PRESENTARON
ENFERMEDADES LABORALES
 DURANTE EL

2022

6.4.1.2.

Actividades Bienestar y Prevención de los Colaboradores

En el marco de la prevención y la salud de los colaboradores y su entorno, ATC se compromete a desarrollar actividades que buscan su bienestar.

Un ejemplo de estas actividades es el “**Mes de la Prevención contra el Cáncer de Seno**”. Durante este período, se realizan charlas informativas que buscan generar conciencia tanto en hombres como en mujeres acerca de la existencia de esta enfermedad, su prevalencia en el país y los factores de riesgo asociados. A lo largo de octubre, se llevan a cabo diversas iniciativas, como el “**Viernes Rosa**”, en el cual se invita a todos los colaboradores a vestir prendas de color rosa como muestra de apoyo. Además, se ofrecen exámenes preventivos a las colaboradoras y se brinda educación sobre la importancia de realizar el autoexamen de manera regular.



6.4.1.3.

Capacitaciones de Formación

6.4.1.3.1.

Formación Comercial



Este tipo de programas buscan principalmente entre los colaboradores y la red de concesionarios los siguientes objetivos:

- Impartir formación comercial y de filosofía de la marca a los equipos de ventas de la red de concesionarios Toyota.
- Contribuir a la adecuada formación de los asesores y gerentes comerciales con el fin de estandarizar los procesos comerciales de la marca (Estilo Comercial Toyota) y mejorar la experiencia de compra de los clientes.
- Desarrollar las habilidades y competencias de los asesores y gerentes comerciales de la red.
- Difundir en todo el grupo comercial los conceptos y criterios que fortalezcan la Cadena de Valor Toyota.

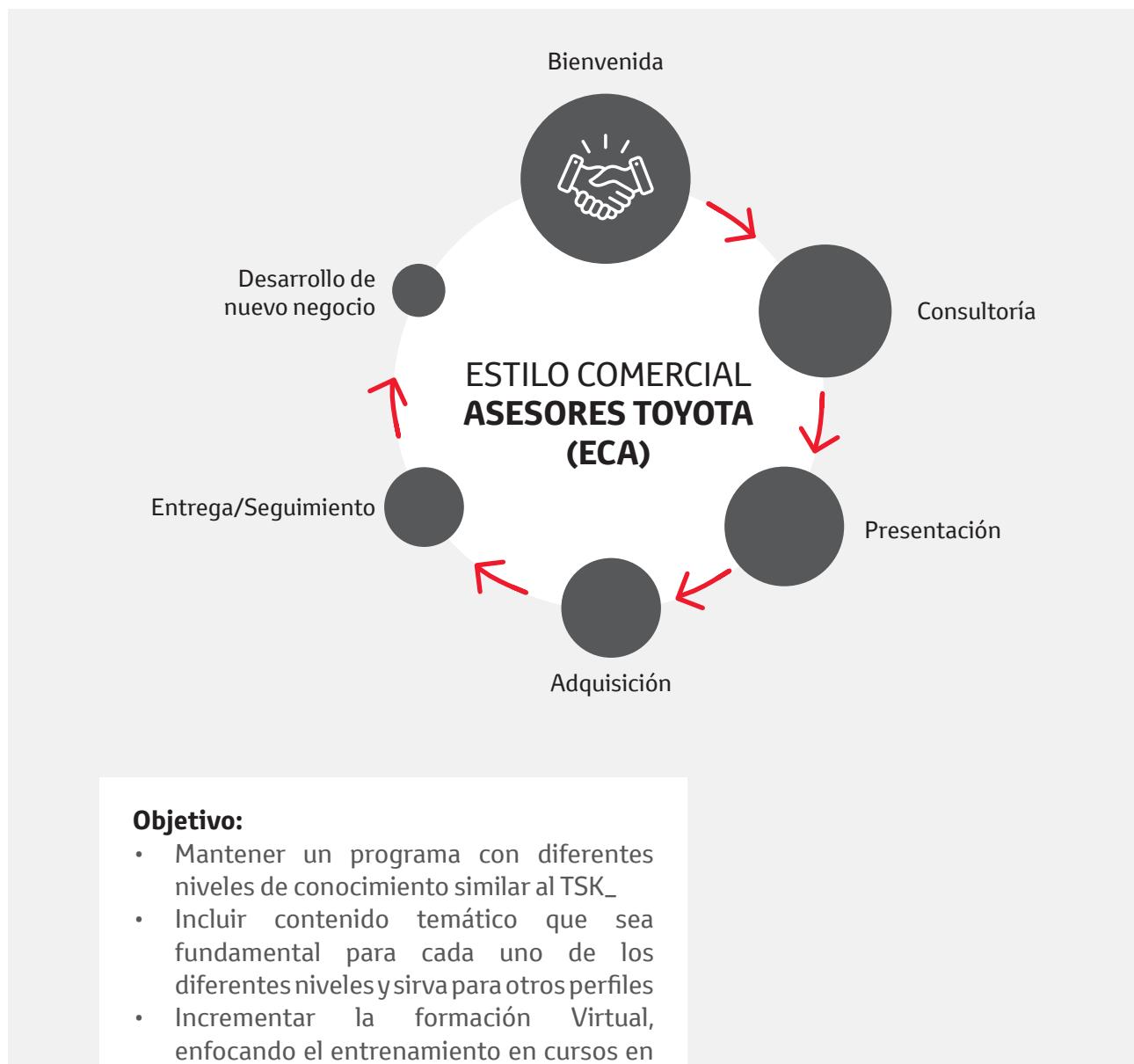


Estilo Comercial Asesores TOYOTA (ECA)

El programa ECA es un programa de formación para la Fuerza Comercial conformada por Asesores Comerciales, el cual está diseñado con contenidos académicos, los cuales ayudarían a brindar una atención cada vez más profesional por parte de los vendedores de la red de concesionarios Toyota busca garantizar

la mejora permanente en los grados de satisfacción de los clientes.

Los contenidos además buscan capacitar a los vendedores de la red de concesionarios Toyota en cada uno de los 6 pasos del “Proceso de Ventas Toyota”



Toyota Way In Sales & Marketing

Workshop dirigido a todos los colaboradores de ATC, la red de concesionarios y aliados, con el objetivo de difundir la filosofía, principios y valores de Toyota para que sean puestos en práctica en sus labores diarias.

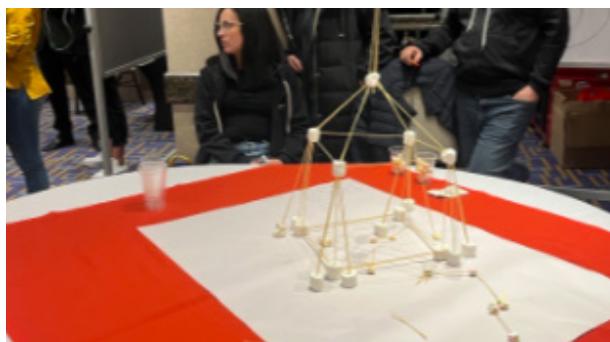


Cursos Transversales Comerciales

Son los cursos de habilidades comerciales enfocado a toda la red de concesionarios, asesores, gerentes comerciales con el fin de afianzar las estrategias de negociación y cierre comercial.

P&PT - Producto y Portafolio Presencial

Dirigido a todos los colaboradores que de manera directa o indirecta tengan contacto con el portafolio y cada uno de los productos que se comercializan en la red de concesionarios.



Lanzamiento de Productos

Son los cursos que describen las novedades o cambios que tiene el portafolio colombiano de Toyota. Está dirigido a gerentes, asesores comerciales de la red de concesionarios y al personal interno de ATC.

6.4.1.3.1.

Formación en Centro de Entrenamiento TOYOTA

El Centro de Entrenamiento Toyota (CET) desempeña un papel fundamental en la formación e instrucción de los colaboradores en diversas áreas técnicas, como cursos de fundamentos técnicos. La organización cuenta con una plataforma que alberga una amplia gama de cursos de formación y capacitación en diferentes áreas, como cumplimiento, temas jurídicos y servicio, entre otros. Esta plataforma permite a cada colaborador acceder y tomar los cursos que se ofrecen, complementando la experiencia obtenida en los cursos presenciales.

El objetivo principal de estos cursos es proporcionar a los colaboradores el conocimiento básico en mecánica, pintura y el funcionamiento de la tecnología híbrida de Toyota. De esta manera, se garantiza que el equipo esté familiarizado con todo lo que representa Toyota como marca y como producto. El CET se dedica principalmente a la formación del personal técnico de los concesionarios y los colaboradores de ATC. A través de una formación teórico-práctica, se contribuye al desarrollo adecuado de los técnicos, estandarizando los procesos y mejorando la satisfacción de los clientes, siguiendo los estándares de la marca. Además, se desarrollan las habilidades del personal del área de servicio y repuestos.

Con el fin de fortalecer el compromiso de Toyota con el reconocimiento del talento y el desarrollo profesional de sus colaboradores, se lleva a cabo anualmente el Concurso Nacional de Habilidades Técnicas. Esta competencia busca destacar las habilidades técnicas sobresalientes y fomentar el crecimiento profesional dentro de la organización.



Plan Carrera

Con fin de desarrollar el talento de todo el personal de los concesionarios, y demás colaboradores, hemos implementado programas de carrera para las diferentes especialidades así:

▶ **TEAM GP (Mecánica)**

▶ **B&P (Carrocería y Pintura)**

▶ **TSA (Asesor de Servicio Toyota)**

▶ **TPA (Asesor de Repuestos Toyota)**



Programa TEAM GP

Se brinda entrenamiento en conocimientos técnicos de los diferentes sistemas del vehículo y en diagnóstico de fallos, así como en nuevas tecnologías. Este programa consta de 4 etapas así:

Módulo 1 – G4

- Entrenamiento en mantenimientos

Módulo 2 – G3

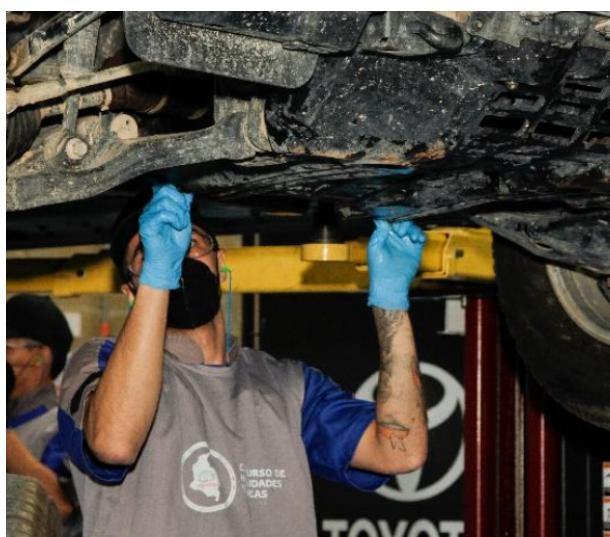
- Entrenamiento en reparaciones frecuentes

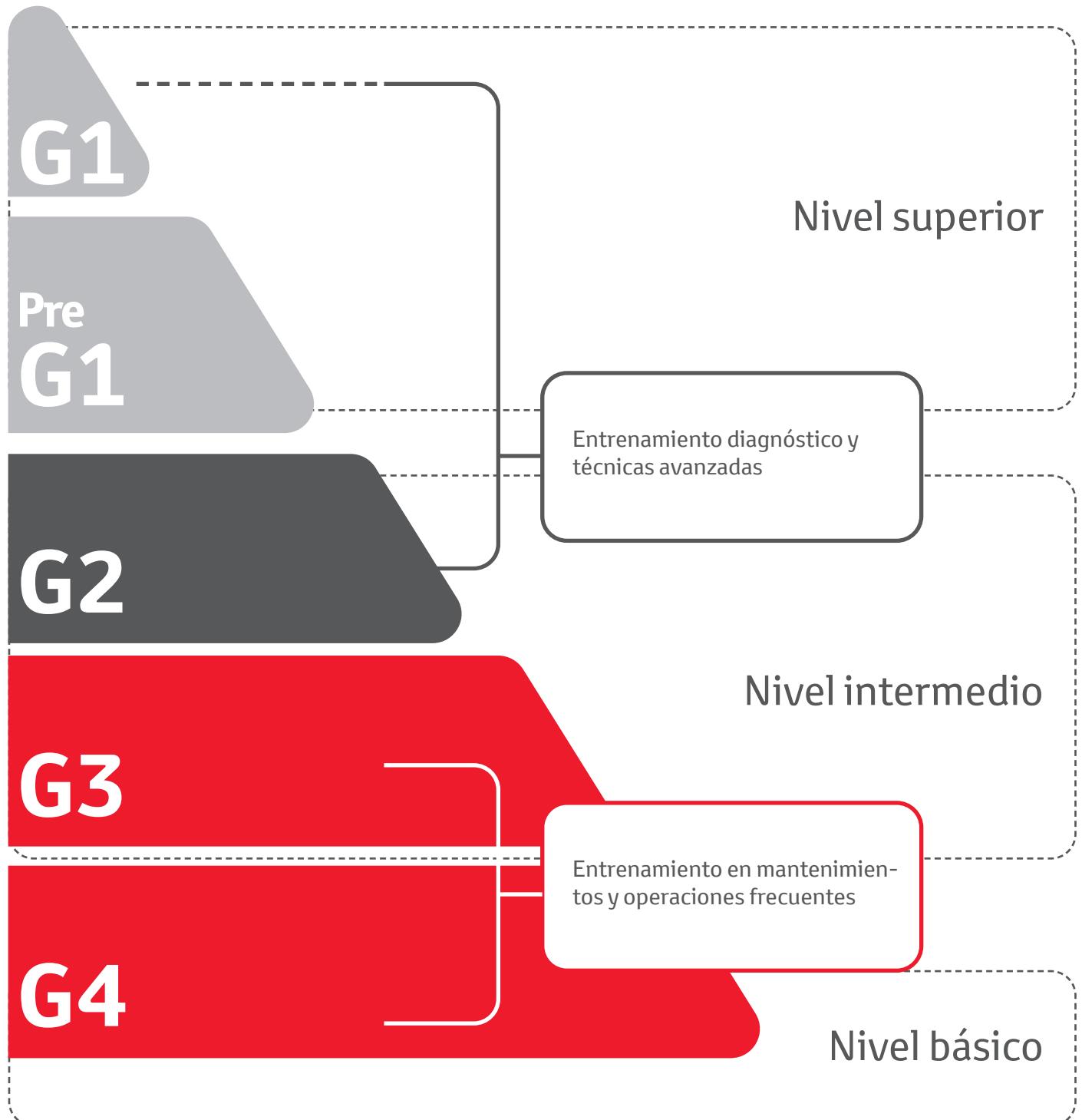
Módulo 3 – G2

- Entrenamiento en diagnóstico
 - Electricidad
 - Chasis
 - Motor

Módulo 4 – G1

- Entrenamiento en técnicas avanzadas de diagnóstico / Nuevos modelos





Programa B&P (Body & Paint)

Carrocería

El programa de formación de carrocería entrena y certifica a técnicos expertos en el trabajo de reparaciones del taller de lámina, reparación de paneles, o cambio de piezas capaces de aplicar los estándares de Toyota en los siguientes ámbitos.

Módulo 1

- Reparación de paneles
- Soldadura

Módulo 2

- Reemplazo de panel
- Diagnóstico chasis



Módulo 3

- Acristalamiento
- Control de calidad

| Nivel | Tipo de entrenamiento | Nivel de certificación |
|----------------------------------|--|--|
| Habilidades básicas | <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para realizar reparación de daños en superficies simples y complejas • Habilidad para soldar los diferentes paneles de la carrocería | Técnico Carrocería (Reparación de panel) |
| Habilidades profesionales | <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para realizar reemplazo de paneles soldados de la carrocería • Habilidad para realizar reparación general de paneles y alineaciones de chasis básicas | Técnico Profesional Carrocería (Reemplazo de paneles) Técnico Profesional Carrocería (Diagnóstico chasis) |
| Habilidades avanzadas | <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para realizar reparaciones mayores, realizar control de calidad en carrocería de las mismas y remover y reinstalar cristales de la carrocería | Técnico Maestro Carrocería (Acristalamiento y control de calidad) |

Pintura

El programa de formación de pintura se enfoca en enseñar el correcto proceso de aplicación de las capas de protección de la lámina, desde la imprimación hasta la capa de acabado final brillante o barniz.

Módulo 1

- Preparación de superficies

Módulo 2

- Colorimetría

- Aplicación de superficies

Módulo 3

- Colorimetría Tricapas

- Aplicación Tricapas



Programa TSA (Toyota Service Advisors)

El programa de formación de Asesores de Servicio infunde los principios de la marca para la atención de los clientes brindando múltiples herramientas a los asesores para entender y programar el flujo de trabajo en el taller, así como manejar quejas, conceptos de mecánica básica y las características de los vehículos de la marca.

El programa TSA se compone de 3 módulos o niveles :



| Nivel | Tipo de entrenamiento | Nivel de certificación |
|----------------------------------|--|--------------------------------------|
| Habilidades básicas | <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad y conocimiento para realizar preparación de superficies tanto metálicas como plásticas en áreas planas y complicadas bajo criterios establecidos | <i>Preparación de Superficies</i> |
| Habilidades profesionales | <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad y conocimiento para la aplicación de capa superior de colores Mono capa, bicapa y barniz transparente | <i>Aplicación de Pintura nivel 1</i> |
| Habilidades profesionales | <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para el Matizado de colores monocapas, bicapas planas y metálicos | <i>Aplicación de Pintura nivel 1</i> |



El programa TSA se compone de 3 módulos o niveles

| Niveles | Contenidos de entrenamiento | Periodo de certificación |
|---|--|--------------------------|
| Asesor de Servicio Maestro* Nivel superior | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Módulo no habilitado (pendiente) <input checked="" type="checkbox"/> Gestión del Taller (avanzado) <input checked="" type="checkbox"/> Programas de filosofía Toyota (EM/TSM-Kodawari B&P) <input checked="" type="checkbox"/> Actividad RCA (Análisis de Causa Raíz) <input checked="" type="checkbox"/> Programas de venta experiencial Toyota (Up selling/cross-selling) <input checked="" type="checkbox"/> Plan de mejoramiento en el trabajo (Kaizen) | |
| Asesor de Servicio profesional | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad y organización en el trabajo <input checked="" type="checkbox"/> Fix It Right (FIR) <input checked="" type="checkbox"/> DERAP <input checked="" type="checkbox"/> Llave de la tranquilidad <input checked="" type="checkbox"/> Operaciones generales de reparaciones <input checked="" type="checkbox"/> Procedimientos básicos de B&P <input checked="" type="checkbox"/> Walk Around Check (Simulador WAC) <input checked="" type="checkbox"/> Propuesta de producto (conocimientos básicos automotrices) <input checked="" type="checkbox"/> Manejo de quejas II <input checked="" type="checkbox"/> Políticas de garantías <input checked="" type="checkbox"/> Gestión del taller Toyota <input checked="" type="checkbox"/> Planes de fidelización | 1 año |
| Asesor de Servicio TSA Nivel básico | <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Filosofía/visión global Toyota <input checked="" type="checkbox"/> Cuidado al cliente <input checked="" type="checkbox"/> Planificación y control de citas (JPCB) <input checked="" type="checkbox"/> Ordenes de reparación <input checked="" type="checkbox"/> Pasos de servicio <input checked="" type="checkbox"/> Manejo de quejas I <input checked="" type="checkbox"/> Conocimiento de producto (Todos los modelos) | |

Programa TPA (Toyota Parts Advisors)

El programa de formación de “Asesores de Repuestos Toyota” infunde los principios de la marca para la atención de los clientes brindando múltiples herramientas a los asesores para entender y programar el flujo de pedidos de repuestos adecuado así como las técnicas apropiadas de almacenamiento de estos, buscando optimizar la disponibilidad de repuestos basados en los lineamientos de casa matriz.

Este programa consta de 3 módulos:

Módulo 1

- Control de Inventarios
- Técnicas de Almacenamiento
- Manejo EPC

Módulo 2

- Guía de Abastecimiento
- Pedidos Especiales
- Kaizen de Almacenamiento

Módulo 3

- Logística
- Pedido de Repuestos
- Tablero de Control
- KPI's



Asesor de repuestos avanzado*

DPOK

Asesor de repuestos básico (TPA)

Número de cursos, horas de formación y número de asistentes año 2022

| Resultados 2022 | | | |
|---|---------------------|-------------------|------------------------|
| Nivel | Nº de cursos | Asistentes | Horas Formación |
| TSA - Virtual | 2 | 34 | 216 |
| TSA CET | 6 | 52 | 1536 |
| TSA Pro- Virtual | 1 | 30 | 140 |
| TSA Pro CET | 6 | 36 | 784 |
| AT (Asesor Técnico) CET | 1 | 10 | 240 |
| TSA para Back Up | 3 | 25 | 928 |
| Preparación de Superficie - Nivel 1 - Virtual | 1 | 20 | 120 |
| Preparación de superficie CET | 5 | 19 | 480 |
| Aplicación 1 -Nivel 2 CET | 2 | 6 | 96 |
| Colorimetría - Nivel 2 | 1 | 3 | 72 |
| Reparación de Plásticos CET | 2 | 10 | 240 |
| Reparación Panel + Soldadura - Nivel 1 | 3 | 79 | 522 |
| Practica CET (Rep. + Soldadura) | 4 | 23 | 920 |
| Reemplazo de Panel - Nivel 2 | 2 | 22 | 160 |
| Alineamiento - Nivel 2 | 1 | 16 | 96 |
| Estimación de Daños - Nivel 2 CET | 1 | 10 | 400 |
| Estimación para logística | 1 | 3 | 42 |
| G4 LMS | 2 | 82 | 656 |
| G4 CET | 18 | 104 | 2528 |
| G3 LMS | 1 | 15 | 1200 |
| G3 CET | 3 | 19 | 2224 |
| G2 CET | 2 | 33 | 904 |
| PRE G1 | 1 | 10 | 400 |
| HIGH TECH ATC | 4 | 29 | 1160 |
| EM presencial | 3 | 32 | 1192 |
| Alineación de Dirección (descentralizado) | 2 | 8 | 64 |
| G4 (Descentralizado zona Antioquia) | 3 | 17 | 272 |
| Curso de transmisiones (Autoroble) | 1 | 24 | 48 |
| Líder Kaizen Toyota | 3 | 33 | 792 |
| Call Center en el CET | 2 | 17 | 136 |
| Garantías | 5 | 49 | 392 |
| Curso Euro VI TSA y PDI | 5 | 369 | 2214 |
| Curso Euro VI Jefes de taller y Técnico Maestro | 2 | 43 | 688 |
| Curso ATC | 6 | 78 | 624 |
| Total | 105 | 1.360 | 22.486 |

Concurso Nacional de Habilidades Técnicas

Mediante la sana competencia, incentivamos el espíritu de mejoramiento continuo y la calidad en los procesos técnicos, ATC incrementa los niveles de satisfacción y fidelización de los clientes Toyota.

El concurso reconoce los mejores técnicos de las siguientes especialidades:

- Carrocería
- Pintura
- Mecánica
- Asesores de Servicio
- Repuestos

Durante el mes de Octubre del 2022 se llevó a cabo el Concurso Nacional de habilidades en el cual participaron técnicos carroceros, técnicos pintores y asesores de repuestos seleccionados entre los 45 concesionarios de la red.

El objetivo de este evento es promover la mejora continua en los servicios que ofrece la red de concesionarios, afianzando, así, las áreas de carrocería, pintura y repuestos.

En esta nueva edición, fueron premiados los colaboradores que mejor demostraron las habilidades y las técnicas aprendidas, a través de los cursos de capacitación que se brindan a toda la red.



Formación Profesional

Desde el área de gestión humana y calidad, el crecimiento de los colaboradores es un pilar fundamental dentro de sus actividades. Es por ello que dentro de sus programas :

- 11.100 horas** en nuestro programa de idiomas con cobertura de 75 personas de las cuales el 43% es género femenino y el 57% género masculino.
- 300 horas** de nuestro programa de capacitación del sistema de gestión de seguridad BASC con cobertura de 64 personas de las cuales 41% fueron género femenino y 59% género masculino.

9.100 horas en nuestro programa de capacitación del sistema de gestión de SST, con cobertura de 110 personas, de las cuales el 45% fueron género femenino y el 55% fueron género masculino

Y por último se registraron **4238 horas** en otras capacitaciones generales (Marketing, Power BI, Tributario, IT) con cobertura de 59 asistentes, de las cuales el 49% fueron de género femenino y el 51% fueron de género masculino.

| Horas capacitación | Generales | Inglés | Basc | Sg-sst |
|--------------------|-----------|--------|------|--------|
| | 4.238 | 11.250 | 300 | 9.100 |

| Participación por genero | Generales | Inglés | Basc | Sg-sst |
|--------------------------|-----------|--------|------|--------|
| Femenino | 49% | 43% | 41% | 45% |
| Masculino | 51% | 57% | 59% | 55% |

| | |
|---|--------|
| Total horas capacitación | 24.888 |
| Total participación por genero femenino | 44% |
| Total participación por genero masculino | 56% |

6.4.2.

Creando Fans

6.4.2.1.

Carro de Tus Sueños



El Carro de Tus Sueños es una iniciativa global de TMC que busca motivar a niños de distintas edades a imaginar y crear, junto con la marca, un mejor futuro de la movilidad a través de sus dibujos.

Dentro de los principales retos que se plantea la marca con esta actividad se encuentra la generación de oportunidades para que los niños se diviertan y comprendan la importancia de tener sueños, así como despertar la creatividad a través del arte.

Los pequeños artistas pueden participar en las siguientes categorías:

▶ **Categoría 1:** de 4 a 7 años.

▶ **Categoría 2:** de 8 a 11 años.

▶ **Categoría 3:** de 12 a 15 años



Cada categoría recibe un premio el cual se hace efectivo para el año 2023. El ganado acompañado de su acudiente recibe una gran experiencia.

6.4.2.2.

GR DAY – Día Gazoo Racing

Toyota GR DAY es el evento más esperado por los entusiastas del mundo del motor y, en particular, de Toyota Gazoo Racing. Se trata de una emocionante jornada dedicada a la adrenalina, la velocidad y las curvas, donde los protagonistas son los vehículos de la gama GR-S y GR.

Este evento es como un showroom en el que se exhiben los deportivos GR-S actuales, como el Corolla GR-S, Corolla Cross GR-S, Hilux GR-S, Fortuner GR-S, Land Cruiser 300 GR-S y el aclamado GR Yaris. Está diseñado para nuestros más leales seguidores y también para aquellos que aún no lo son, para que puedan experimentar la sensación de "Waku Doki" que caracteriza a la marca, y así lograr el objetivo final de ganarse las sonrisas de nuestros clientes.

En 2022, tuvimos la oportunidad de realizar nuestro primer GR DAY en el lanzamiento de la marca Gazoo Racing en Colombia. Durante esta actividad, recibimos la visita de periodistas, clientes, representantes de los concesionarios y empleados de Toyota Colombia, con una asistencia total de más de 300 personas. Todos ellos tuvieron la oportunidad de vivir la auténtica experiencia de Toyota Gazoo Racing.



7

Retos a futuro



7.1.

Diversificación de Nuevas Tecnologías

Toyota considera que la diversificación de las tecnologías automotrices es fundamental para lograr una transición energética segura y garantizar la movilidad para todos, teniendo en cuenta las infraestructuras y necesidades específicas de cada país. En este sentido, Toyota reconoce que las emisiones de gases de efecto invernadero, especialmente el CO₂, representan un desafío común que debe abordarse. Como parte del Reto Medioambiental Toyota 2050, la compañía está trabajando en su sede central en la producción de diversas opciones tecnológicas y evaluando su viabilidad para su implementación en cada mercado. Estas tecnologías incluyen:

- Estándares avanzados para motores internos a combustión (ICE) como la introducción del Euro 6 en motores Diesel,
- Los vehículos híbridos eléctricos que funcionan con uno o varios motores eléctricos y el motor a combustión con gasolina (HEV),
- Los vehículos híbridos eléctricos Flex Fuel, que en vez de tener un motor a combustión con gasolina es para etanol puro o con mezcla de etanol y gasolina (FF HEV o FEV)
- Los vehículos híbridos eléctricos que funcionan con uno o varios motores eléctricos y el motor a combustión con gasolina, con posibilidad de carga externa de batería, es decir enchufable. (PHEV),

- Los vehículos de batería eléctrica (BEV) de cero emisiones durante uso
- Los vehículos de celdas, células o pilas combustibles (FCEV), que usan hidrógeno como combustible y emiten cero emisiones durante el uso
- Elaboración de combustible sintético para los vehículos con motores a combustión tradicionales (ICE)



Para ATC es indispensable la necesidad de evaluar la infraestructura, topografía, necesidad y viabilidad de cada una de estas tecnologías para un mejor futuro en Colombia. Para ello Toyota en Colombia ha empezado a concientizar a los colaboradores y a la prensa colombiana sobre la diversidad de las tecnologías de trenes motrices disponibles.

El 18 de marzo de 2022 comenzaron las pruebas en Colombia de un Toyota Mirai (FCEV) para uso en Cartagena, en donde Ecopetrol inauguró su primera hidrolinera en Colombia, que produce hidrógeno. Este proyecto es el primer proyecto bajo Kinto, la plataforma de movilidad de Toyota y a disposición exclusiva de Ecopetrol.

En 2023 se planea recibir tanto un vehículo eléctrico a batería (BEV) como un vehículo eléctrico híbrido flex fuel (FF HEV) para pruebas en el país. Para lograr la descarbonización del parque automotriz es indispensable la diversificación de las tecnologías para cumplir con las necesidades de los colombianos.



7.2. Kinto

Kinto es el resultado de la expansión del negocio automotriz de Toyota hacia un enfoque más amplio de movilidad. Este nuevo servicio está programado para ser lanzado al público en el transcurso del año 2023. La principal misión de Kinto es proporcionar opciones de movilidad que satisfagan las necesidades de los clientes a través del alquiler de servicios de movilidad. Estos servicios se dividen en diferentes tipos, que incluyen:

- Kinto one
- Kinto share
- Kinto flex
- Kinto renting



7.3. **Carbono Neutralidad**

Dentro de los desafíos del Reto Medioambiental, en ATC se ha establecido un sólido compromiso con la carbono neutralidad, en línea con los estándares globales de Toyota. Para alcanzar este objetivo, se han implementado acciones concretas y efectivas.

El primer paso ha sido la medición de la huella de carbono, un ejercicio que se inició en 2020. Esta medición forma parte de la gestión ambiental de ATC y permite desarrollar un plan de mitigación de la huella de carbono. El objetivo no solo es gestionar las emisiones, sino también lograr una reducción real y efectiva de las mismas, en pos de la neutralidad de carbono.

En este compromiso por alcanzar la neutralidad, la medición incluirá un análisis exhaustivo de las emisiones tanto aguas arriba como aguas abajo del negocio. De esta manera, se aborda integralmente la huella que se genera en todas las etapas del proceso.

La meta establecida es obtener la certificación de carbono neutral para el año 2023-2024. ATC se esfuerza por ser una empresa que, a través de todas sus actividades, demuestre su compromiso con el medio ambiente y contribuya a su preservación. Cada acción llevada a cabo está orientada a ser más amigable con el entorno y a generar un impacto positivo en el mismo.

7.4. **Sales Force**

Como parte de los proyectos de innovación y modernización del negocio en Colombia, ATC ha comenzado a adoptar e implementar SalesForce. Esta potente herramienta digital se convertirá en la plataforma principal para facilitar la interacción directa e indirecta entre ATC, los concesionarios y los clientes.

SalesForce proporcionará información vital de inteligencia empresarial, permitiendo a ATC ofrecer productos y estrategias de mercado de manera más eficiente. Además, brindará la capacidad de anticiparse a las necesidades de los clientes, ofreciendo una experiencia más personalizada y satisfactoria.

La adopción de SalesForce por parte de ATC representa un paso hacia adelante en la transformación digital y la mejora de los procesos comerciales. Esta herramienta permitirá una comunicación fluida y efectiva entre todas las partes involucradas, optimizando la gestión de la información y mejorando la toma de decisiones.

Con la implementación de SalesForce, ATC busca maximizar su capacidad para brindar un servicio excepcional a sus clientes, fortaleciendo la relación y la fidelidad a la marca. Se espera que esta herramienta sea fundamental para impulsar la eficiencia y la competitividad en el mercado automotriz en Colombia.



SalesForce, brindará la capacidad de anticiparse a las necesidades de los clientes, ofreciendo una experiencia más personalizada y satisfactoria.



7.6. **EcOn: Eco Concesionarios Toyota**

El Manual Econ representa uno de los compromisos de la empresa en busca de la sostenibilidad junto a sus clientes. Este manual tiene como objetivo principal desarrollar una guía que reúna las principales actividades que los concesionarios pueden llevar a cabo, alineadas con los 6 desafíos del Reto Medioambiental Toyota 2050.

La Guía EcOn se estructura en tres niveles, los cuales aumentan en su exigencia a medida que se implementan las actividades propuestas. El nivel 1, denominado Fundamentos Básicos EcOn, consta de 18 actividades. El nivel 2, denominado Prácticas Notables, presenta 9 actividades. Por último, el nivel 3, conocido como Acciones Sobresalientes EcOn, contiene 6 actividades.

Los primeros dos niveles son de obligatorio cumplimiento para los concesionarios, mientras que el tercer nivel es de carácter voluntario. Según el puntaje adquirido por actividad en cada uno de los niveles, se otorgarán estrellas por el desarrollo del cumplimiento de las actividades a desarrollar en cada nivel.

Colaboración en este reporte

Planeación y Coordinación de contenidos
Departamento de Planeación Corporativa

Asesoría Externa
Corporación Fenalco Solidario

Graficación y edición
Vélez Caicedo Publicidad

**Gracias a todas las áreas de ATC que participaron
y colaboraron activamente en la elaboración
de este informe.**

**Juntos vamos por más
AUTOMOTORES TOYOTA COLOMBIA
2023**

Índice de Contenidos GRI

Contenidos Generales

|  Estandar GRI |  Descripcion |  Capítulo |
|--|---|--|
| La organización y sus prácticas de presentación de informe | | |
| 2.1 | Detalles de la organización | Historia de ATC |
| 2.2 | Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad | Historia de ATC |
| 2.3 | Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto | Informe de Sostenibilidad |
| 2.4 | Actualización de la información | Informe de Sostenibilidad |
| 2.5 | Verificación externa | Informe de Sostenibilidad |
| Actividades y trabajadores | | |
| 2.6 | Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | 4.7 Cadena de Valor |
| 2.7 | Empleados | 4.8 ATC y su actividad |
| 2.8 | Trabajadores que no son empleados | 4.8 ATC y su actividad |
| Gobernanza | | |
| 2.9 | Estructura de gobernanza y composición | 4.8.5.2 Gobierno Corporativo |
| 2.10 | Designación y selección del máximo organo de gobierno | 4.8.5.2 Gobierno Corporativo |
| 2.11 | Presidente del máximo organo de gobierno | 4.8.5.2 Gobierno Corporativo |
| 2.12 | Función del máximo organo de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos | 4.8.5.2 Gobierno Corporativo |
| 2.14 | Función del máximo organo de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad | 4.8.5.2 Gobierno Corporativo |
| 2.15 | Conflictos de interés | 4.8.5.1 Políticas Corporativas |
| 2.16 | Comunicación de inquietudes críticas | 4.6. Cumplimiento Toyota |
| 2.17 | Conocimientos colectivos del máximo organo de gobierno | 4.8.5.2 Gobierno Corporativo |
| 2.18 | Evaluación del desempeño del máximo organo de gobierno | 4.8.5.2 Gobierno Corporativo |
| 2.19 | Políticas de remuneración | 4.8.2. Colaboradores |
| 2.20 | Proceso para determinar la remuneración | 4.8.2. Colaboradores |
| 2.21 | Ratio de compensación total anual | 4.8.2. Colaboradores |
| Estrategia, políticas y prácticas | | |
| 2.22 | Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | 2. Carta del Presidente |
| 2.23 | Compromisos y políticas | 4.6. Cumplimiento Toyota |
| 2.27 | Cumplimiento de la legislación y las normativas | 4.6. Cumplimiento Toyota |
| 2.28 | Afiliación a asociaciones | 4.8.7. Asociaciones |

|  | Estandar GRI |  | Descripción |  | Capítulo |
|---|---|---|--|---|----------|
| Participación de los grupos de interés | | | | | |
| 2.29 | Enfoque para la participación de los grupos de interés | | 4.8.4 Asuntos materiales y grupos de interes | | |
| Desempeño económico | | | | | |
| 201-1 | Valor económico directo generado y distribuido | | 4.6. Informe de gestión financiera | | |
| 201-3 | Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación | | 4.8.2 Colaboradores | | |
| Presencia en el mercado | | | | | |
| 202-1 | Ratios entre el salario de categoría inicial estandar por género y el salario mínimo local | | 4.8.2 Colaboradores | | |
| 202-2 | Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local | | 4.8.2 Colaboradores | | |
| Prácticas de abastecimiento | | | | | |
| 204-1 | Proporción de gastos en proveedores locales | | 4.8 ATC y su actividad | | |
| Anticorrupción | | | | | |
| 205-1 | Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción | | 4.6. Cumplimiento Toyota | | |
| 205-2 | Comunicación y formación sobre políticas anticorrupción | | 4.6. Cumplimiento Toyota | | |
| 205-3 | Incidentes de corrupción y medidas tomadas | | 4.6. Cumplimiento Toyota | | |
| Energía | | | | | |
| 302-1 | Consumo de energía dentro de la organización | | 6.2.2. Reto hacia la carbono neutralidad | | |
| 302-2 | Consumo de energía fuera de la organización | | 6.2.2. Reto hacia la carbono neutralidad | | |
| 302-4 | Reducción del consumo energético | | 6.2.2. Reto hacia la carbono neutralidad | | |
| Emisiones | | | | | |
| 305-1 | Emisiones directas (GEI) Alcance 1 | | 6.2.2. Reto hacia la carbono neutralidad | | |
| 305-2 | Emisiones indirectas (GEI) asociadas a la energía Alcance 2 | | 6.2.2. Reto hacia la carbono neutralidad | | |
| 305-5 | Reducción de las emisiones GEI | | 6.2.2. Reto hacia la carbono neutralidad | | |
| Empleo | | | | | |
| 401-1 | Contratación de nuevos empleados y rotación de personal | | 4.8.2 Colaboradores | | |
| 401-2 | Prestaciones para empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | | 4.8.2 Colaboradores | | |
| 401-3 | Permiso parental | | 4.8.2 Colaboradores | | |

|  Estandar GRI |  Descripción |  Capítulo |
|--|--|--|
| Relaciones trabajador - empresa | | |
| 402-1 | Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales | 4.8.2 Colaboradores |
| Salud y seguridad en el trabajo | | |
| 403-1 | Sistema de gestión de SST | 4.8.2 Colaboradores 6.4. Comunidad Toyota |
| 403-2 | Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de accidentes | 6.4. Comunidad Toyota |
| 403-3 | Servicios de salud en el trabajo | 6.4. Comunidad Toyota |
| 403-4 | Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre SST | 6.4. Comunidad Toyota |
| 403-5 | Formación de trabajadores sobre SST | 6.4. Comunidad Toyota |
| 403-6 | Promoción de la salud de los trabajadores | 6.4. Comunidad Toyota |
| 403-7 | Prevención y mitigación de los impactos para la salud y seguridad en los trabajadores directamente vinculados a través de las relaciones comerciales | 6.4. Comunidad Toyota |
| 403-8 | Cobertura del sistema de gestión de SST | 6.4. Comunidad Toyota |
| 403-9 | Lesiones por accidente laboral | 6.4. Comunidad Toyota |
| 403-10 | Las dolencias y enfermedades laborales. | 6.4. Comunidad Toyota |
| Formación y educación | | |
| 404-1 | Promedio de horas de formación al año por empleados | 6.4.1.3 Capacitaciones de formación. |
| 404-2 | Programas para desarrollar competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición | 6.4.1.3 Capacitaciones de formación. |
| Diversidad e igualdad de oportunidades | | |
| 405-1 | Diversidad de órganos de gobierno y empleados | 4.8.2 Colaboradores |
| 405-2 | Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres | 4.8.2. Colaboradores |
| Salud y seguridad de los clientes | | |
| 416-1 | Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad | 5.5. Campañas de Seguridad |