

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2021

B.H.A.S. S.A PERIODO 2021

CONCESIONARIO OFICIAL TOYOTA DE LA PROVINCIA DE LA PAMPA
Y OESTE DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Siendo este nuestro segundo Reporte de Sustentabilidad, queremos comentarles que en él podrán identificar nuestra filosofía de trabajo y cultura basados en los estándares Toyota, quién marca un camino para nosotros en torno a la sustentabilidad.

DECLARACIÓN DE ALTOS EJECUTIVOS

Comenzamos hoy a escribir un nuevo capítulo en la vida de BHASSA, como empresa en el medio donde desde el año 1992, sembramos la esperanza de una empresa modelo con la firme convicción de destacarnos tanto sea en el ámbito empresarial como social.



30 años consecutivos acompañando la tan prestigiosa marca TOYOTA nos ha llenado de emociones a lo largo de nuestra vida empresarial. La orientación a la calidad y satisfacción de nuestros clientes ha sido un pilar fundamental para mantenernos en pie durante tantos años.

Nuestro entorno social en Santa Rosa desde 1992; General Pico desde 1993 y desde el año 2000 en Trenque Lauquen nos obliga a trabajar fuertemente al lado de la comunidad que nos incluye y nos lleva a estar atentos a todas las necesidades porque estamos convencidos que el crecimiento debe ser mutuamente beneficioso. No podríamos estar ajenos a las necesidades de nuestras áreas geográficas que nos acogen tan cálidamente.

Nuestro concesionario es producto de un esfuerzo familiar inmenso. Toda nuestra familia está abocada al cumplimiento de los compromisos Empresariales, sociales, ambientales y culturales que nos hemos

propuesto. Misión, Visión y Valores son los pilares en los que, como familia, nos apoyamos y nos proponemos contagiar a todos nuestros trabajadores.

Nuestro aporte social fundamental son las 140 familias que hoy forman parte de la empresa, tanto a través de sus empleados como de su grupo familiar. Por ello, no desconocemos a estas personas y nos abocamos día a día a conocer su situación, atentos a sus necesidades. Todos nuestros colaboradores son nuestro accionar tangible en la sociedad y hacen que BHASSA sea no solo un nombre, una empresa; sino parte de la maquinaria social que trabaja en el progreso y la atención mutua.

Nuestras instalaciones cuentan con un alto compromiso en estándares de calidad y eficiencia ambiental, que año tras año son auditadas, garantizando así nuestro interés en materia de medio ambiente y confort orientado a nuestros clientes, internos y externos sin discriminar áreas de operación.

AURORA VÉLEZ DE BRESSO



No obstante lo expuesto, nunca dejamos de ocuparnos del impacto social y ambiental y ello se traduce en inversiones responsables y orientadas.

Desde el año 2009, poseemos certificación ISO 14001, este es un enorme compromiso que año tras año renovamos entre todos los que formamos parte de BHASSA. A partir del 2012, nuestro programa "Sembrando Futuro" se transformó en un pilar fundamental de nuestra gestión de Responsabilidad Social Empresaria con los proyectos Bosques Dispersos y plan M.E.T.A

Podemos garantizar que nuestra misión, visión y valores corporativos forman parte de cada integrante de la organización y lo vemos en el reflejo de sus acciones. Comenzando con este grupo de trabajo y sus familias, exponemos a la sociedad las buenas prácticas para generar entre todos, un desarrollo sustentable en el tiempo y comprometido con nuestros valores sociales y ambientales "

ÍNDICE

02	DECLARACIÓN DE ALTOS EJECUTIVOS	14	PUESTOS CLAVES	29	PLAN DE VENTAS DE B.H.A.S. S.A
04	CONTENIDOS GENERALES	14	ORGANIGRAMA ALTOS EJECUTIVOS	30	PATENTAMIENTO DE UNIDADES
06	UBICACIÓN DE LA SEDE Y UBICACIÓN DE OPERACIONES	14	ORGANIGRAMA GERENCIAS	30	RANKING DE VENTAS EN MARCAS AUTOMOTRICES - LA PAMPA
07	PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA	16	ESTRUCTURA GOBERNANZA	31	RANKING DE VENTAS EN MARCAS AUTOMOTRICES EN EL OESTE DE LA PROV. BS. AS.
07	MERCADOS SERVIDOS	17	ÉTICA E INTEGRIDAD	31	RANKING DE MARCAS EN EL MERCADO AUTOMOTOR DEL OESTE DE LA PROV. DE BS AS.
07	TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN	18	LISTA DE GRUPOS DE INTERÉS Y CANALES DE COMUNICACIÓN.	31	PLAN DE NEGOCIOS
08	OPERACIONES DE UNIDADES - VENTAS	21	ENTIDADES INCLUIDAS EN LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS	33	ANTICORRUPCIÓN
09	OPERACIONES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS - POSVENTA	22	PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES	34	ENFOQUE DE GESTIÓN Y SUS COMPONENTES
09	CADENA DE SUMINISTRO Y CAMBIOS EN LA ORGANIZACIÓN	23	LISTA DE TEMAS MATERIALES	34	COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN SOBRE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTICORRUPCIÓN
10	SUMINISTRO DE UNIDADES	25	DESEMPEÑO ECONÓMICO	35	NIVEL DE COMUNICACIÓN DE CAPACITACIONES UIF POR REGIÓN
10	AFILIACIÓN A ASOCIACIONES	27	VISTA EXTERIOR DE LAS SUCURSALES	35	NIVEL DE CAPACITACIÓN UIF POR TIPO DE AGENTES Y GRADO DE COMUNICACIÓN
10	AFILIACIÓN A ASOCIACIONES	28	MERCADO AUTOMOTRIZ	36	DESEMPEÑO AMBIENTAL
11	GOBIERNO Y GOBERNANZA	28	RANKING DE MARCAS EN NUESTRA ZONA DE INFLUENCIA	36	MATERIALES UTILIZADOS POR PESO O VOLUMEN
13	GOBIERNO	29	MERCADO AUTOMOTOR EN ZONA DE INFLUENCIA	37	MATERIALES DE ENTRADA RECICLADOS UTILIZADOS

ÍNDICE

37	PRODUCTOS RECUPERADOS Y SUS MATERIALES DE EMBALAJE
38	ENERGÍA
39	CONSUMO DE ENERGÍA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN
40	CONSUMO ENERGÉTICO FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
41	INTENSIDAD ENERGÉTICA
41	REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA
43	LIMITANTES Y PROPUESTA DE MEJORA
43	AGUA Y EFLUENTES
45	INTERACCIÓN CON EL AGUA COMO RECURSO COMPARTIDO
45	GESTIÓN DE LOS IMPACTOS RELACIONADOS CON LOS VERTIDOS DE AGUA
46	CONSUMO DE AGUA
48	BIODIVERSIDAD
50	CENTROS DE OPERACIONES EN PROPIEDAD UBICADOS EN ÁREAS PROTEGIDAS O DE GRAN VALOR
51	IMPACTOS SIGNIFICATIVOS DE LAS ACTIVIDADES, LOS PRODUCTOS Y LOS SERVICIOS EN LA BIODIVERSIDAD

52	EMISIONES
54	EMISIONES DIRECTAS DE GEI
54	OTRAS EMISIONES INDIRECTAS DE GEI
55	RESIDUOS
56	GENERACIÓN DE RESIDUOS E IMPACTOS SIGNIFICATIVOS RELACIONADOS CON LOS RESIDUOS
57	GESTIÓN DE IMPACTOS SIGNIFICATIVOS RELACIONADOS CON LOS RESIDUOS
58	RESIDUOS GENERADOS
58	RESIDUOS NO DESTINADOS A ELIMINACIÓN
58	RESIDUOS DESTINADOS A ELIMINACIÓN
60	CUMPLIMIENTO AMBIENTAL
62	INCUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN Y NORMATIVA AMBIENTAL
63	EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES
66	DESEMPEÑO SOCIAL
67	BENEFICIOS PARA LOS EMPLEADOS A TIEMPO COMPLETO



67	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO
68	LESIONES POR ACCIDENTE LABORAL
68	FORMACIÓN Y ENSEÑANZA
70	PROGRAMAS PARA MEJORAR LAS APTITUDES DE LOS EMPLEADOS Y PROGRAMAS DE AYUDA A LA TRANSICIÓN.
71	VISITAS GUIADAS
72	PROGRAMA META
73	PLAN DE VENTAS DURANTE EL PERIODO 2021
73	DIVERSIDAD DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
74	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
74	COMUNIDADES LOCALES
75	PROGRAMA GUADALUPE Y POLO AMBIENTAL TRENQUE LAUQUEN
76	DONACIONES HOSPITAL VILLEGAS Y HOGAR DE ANCIANOS DON BOSCO
77	PROYECTO RECICLADO DE AIRBAGS
78	PROGRAMA BOSQUES DISPERSOS



CONTENIDOS GENERALES

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN

B.H.A.S.S.A (Bresso e Hijos Automotores y Servicios Sociedad Anónima)

BHASSA es un **Concesionario Oficial Toyota** que se encuentra **ubicado en la provincia de La Pampa y oeste de la provincia de Buenos Aires**, específicamente en la ciudad de Trenque Lauquen. Haciendo eco a nuestros orígenes, nos caracterizamos por ser una empresa familiar especializada en la comercialización de automotores y servicios **Toyota**.

Desde 1946 la familia **Bresso** inicia sus actividades comerciales en el rubro textil bajo la firma **Bresso Hnos**, dedicada a la fabricación de implementos para la **industria textil** con el objetivo de proveer a las principales fábricas del país (Alpargatas, Grafas, Flandría, entre otras).

Dado el contexto nacional y la situación de la industria, e impulsados por la energía y visión que los caracteriza, **deciden incursionar en el negocio automotriz**, asociados a Toyota para instalar en la provincia de La Pampa uno de los **primeros distribuidores de vehículos bajo la firma ToyoPamp S.A**, en el año 1992 en la ciudad de Santa Rosa.

En el año 1997, nace **B.H.A.S. S.A -Bresso e Hijos Automotores y Servicios Sociedad Anónima-** como **único Concesionario Oficial Toyota en la provincia de La Pampa, con amplia trayectoria en la actualidad dentro del mercado automotriz.**

Como empresa, no sólo nos dedicamos a la comercialización de vehículos 0km, usados y bajo modalidad de Plan de Ahorro, sino también al servicio de mantenimiento de los mismos **con el objetivo de satisfacer a nuestros clientes con servicio de posventa de excelencia.**

Nuestra Casa Central se ubica en la ciudad de Santa Rosa, La Pampa, y a lo largo de nuestros años de servicio nos hemos ido extendiendo nuestra zona de influencia. En el año 1993 inauguramos nuestra **primera sucursal** en la ciudad de General Pico, La Pampa, en la calle 13 N°552.

De igual modo, nuestro espíritu emprendedor nos llevó a la apertura de nuestra **segunda sucursal** en el año 2001 en la localidad de Trenque Lauquen, provincia de Buenos Aires, en la calle García Salinas N°1342.

Con motivo de renovarnos y consolidarnos en la zona, en el mes de mayo de 2018 **mudamos** nuestra sucursal de la ciudad de Trenque Lauquen a Ruta 5 km 445.

A la fecha, **nos enorgullece visualizar aquella empresa familiar, con gran ímpetu de renovación y superación, dedicada no sólo a la comercialización de unidades Toyota bajo modalidad convencional, sino también de unidades usadas multimarcas y usados certificados Toyota.** Contamos con personal especializado en asesoramiento de Toyota Plan de Ahorro, con el objetivo de que nuestros clientes puedan acceder a vehículos Toyota mediante un sistema de ahorro seguro y confiable.

En virtud de suplir las nuevas demandas del mercado y elevar nuestros estándares de atención al cliente, nos perfeccionamos constantemente en nuestros servicios de mantenimiento y reparaciones de unidades en nuestros talleres, desarrollándonos en el mercado de comercialización de repuestos y accesorios genuinos de calidad.

Con la intención de acercar a nuestros clientes nuestro servicio de posventa, implementamos nuestro taller móvil que, con la modalidad de programación de citas a través de turnos, visita las distintas localidades que forman parte de la zona primaria del Concesionario.

De igual modo, incursionamos en el mercado de equipos industriales, asesorando, comercializando y realizando servicios de mantenimientos de los mismos con personal especializado.

Asimismo, en el año 2021 comenzamos a irrumpir en el mercado de servicios de movilidad de unidades Toyota mediante la consolidación de una estación Kinto en nuestra sucursal de Santa Rosa, que brinda el alquiler de vehículos Toyota sin chofer. Bajo esta modalidad nuestros Clientes que deseen utilizar este servicio, contarán con la posibilidad de acceder a toda la línea de productos que tenemos disponibles, tanto automóviles como pick up. Hay una solución de movilidad para cada Cliente.

Como empresa, nos comprometemos y ocupamos de la capacitación constante de nuestro personal y en generar climas de trabajo amenos y dinámicos para que nuestros empleados puedan desarrollarse profesionalmente dentro de las dinámicas Toyota en nuestra área de influencia.

FINANCIACIÓN & SEGUROS

Además, consolidamos nuestros servicios de financiación mediante Toyota Compañía Financiera e incursionamos en la venta de seguros dentro del concesionario, con asesores altamente calificados.

UBICACIÓN DE LA SEDE Y UBICACIÓN DE OPERACIONES

B.H.A.S. S.A opera en Argentina, más precisamente en la provincia de La Pampa y Buenos Aires. Tiene su **casa central** en una gran manzana de la ciudad de **Santa Rosa**, provincia de La Pampa, Av. Spinetto 1409. Contamos con **dos sucursales**, una está ubicada en la ciudad de **General Pico**, provincia de La Pampa, en Calle 13 N°552; la otra sucursal se encuentra en **Trenque Lauquen**, al oeste de la provincia de Buenos Aires y cuenta con una gran estructura que se visualiza desde la ruta Nac. 5 y de fácil accesibilidad.

1 SANTA ROSA

Av. Agustín Spinetto 1409
(02954) 435-770

2 GENERAL PICO

Calle 13 N° 552
(02302) 422-059

3 TRENQUE LAUQUEN

Ruta Nac. 5 Km. 445
(02392) 418-055



PROPIEDAD Y
FORMA JURÍDICA

B.H.A.S.S.A es una empresa familiar de carácter privado. Es una sociedad anónima donde el capital está en manos del 100% de los accionistas.

MERCADOS SERVIDOS

En base a nuestro acuerdo de concesión con Toyota Argentina, ofrecemos nuestros productos y servicios en la provincia de La Pampa y Buenos Aires. Específicamente en Santa Rosa y Gral. Pico, La Pampa, y en la ciudad de Trenque Lauquen en Buenos Aires. También acercamos nuestros productos y servicios a través de una organizada agenda de visitas a la zona de influencia del Concesionario a través de nuestros representantes comerciales

Servimos a todas las personas u organizaciones que requieran soluciones de movilidad, ya sea a través de vehículos o a través de nuestro servicio. Nuestros clientes pueden ser personas físicas o jurídicas, que eligen la calidad y seguridad

que ofrecen los vehículos Toyota y el servicio de calidad que desde BHASSA promovemos en todas nuestras operaciones. Quienes buscan satisfacer sus necesidades y expectativas ofrecemos, soluciones de movilidad, Venta convencional de vehículos nuevos y usados de la marca y Certificados, Venta a flota a través de licitaciones públicas y privadas, Plan de Ahorro, Kinto (Alquiler de vehiculos), Repuesto Originales, Servicio de Posventa, taller movil, Equipos industriales para movilidad de mercadería, financiación tradicional o leasing por medio de Toyota Compañía Financiera, seguros para vehiculos e integrales, son algunos de los productos y servicios que tenemos para ofrecer.

TAMAÑO DE LA
ORGANIZACIÓN

B.H.A.S. S.A se caracteriza por ser una empresa familiar agglomerada a la dinámica de trabajo corporativo asociada a un concesionario oficial Toyota, en virtud de los estándares de operación definidos por Toyota Argentina.

NÓMINA PERSONAL POR SEXO -EN UNIDADES- PERÍODO 20/21

COLABORADORES 2020	COLABORADORES 2021
Mujeres 44 Hombres 98 Total 142	Mujeres 38 Hombres 84 Total 122

Los datos están compuestos por la sumatoria de personal femenino y masculino respectivamente de las sucursales de Santa Rosa, Trenque Lauquen y General Pico.

Respecto al año 2020, la nómina de personal activo de la empresa disminuyó un 14,08% como consecuencia de las nuevas dinámicas laborales adoptadas por el mercado durante la pandemia.

Por el nuevo contexto y los primeros pasos en la salida de la pandemia, muchos de nuestros colaboradores decidieron cambiar el rumbo laboral, con nuevas propuestas y nuevos horarios, inclusive dedicando su tiempo laboral a través del teletrabajo. Consecuentemente, la empresa profundizó las dinámicas de inducción y capacitación al personal con el objetivo de dar respuestas a nuevos roles multifunciones para satisfacer las nuevas demandas de clientes y mercado.

NÓMINA PERSONAL POR SUCURSAL -EN PORCENTAJE- PERÍODO 20/21

COLABORADORES 2020	COLABORADORES 2021
La Pampa 68,30% Buenos Aires 31,70% Total 142	La Pampa 71,31% Buenos Aires 28,69% Total 122

Los datos están compuestos por la sumatoria de personal femenino y masculino de cada una de las sucursales. Durante el año 2020, el 68,3% de los empleados activos en la empresa se encontraban en las sucursales de Santa Rosa y General Pico, mientras que el 31,70% restante desarrollaba sus activi-

dades en la sucursal de Trenque Lauquen.

El contexto de post pandemia y la consolidación de nuevas dinámicas y metodologías de trabajo implementadas en contexto de aislamiento y pandemia durante el año 2020 nos llevó a analizar las estructuras de la organización y redistribuir las tareas y roles de nuestros equipos de trabajo; en casa central y sucursales. Consecuentemente, y motivo de la redistribución de personal dentro de las estructuras productivas de B.H.A.S. S.A, durante el año 2021 nuestra nómina de personal se incrementó dentro de los límites de la provincia de La Pampa en 3,01% de la nómina total de la provincia respecto al año anterior, en detrimento de una disminución en la misma proporción de la nómina de personal activo de la provincia de Buenos Aires.

A la fecha, la empresa cuenta con el 71,31% del personal de nuestros equipos de trabajo se localizan en la provincia de La Pampa, distribuidos entre Casa Central y nuestra sucursal de General Pico; y el 28,69% en la ciudad de Trenque Lauquen, provincia de Buenos Aires.

OPERACIONES DE UNIDADES A NIVEL EMPRESA - ÁREA DE VENTAS - PERIODO (2020- 2021)

		2020	2021	%
TPA	Suscripciones	305	274	(-) 10,16
Usados	Toyota	231	279	(+) 20,77
	UCT	20	48	(+) 140
	Multimarcas	136	166	(+) 22,05
OKM	Ventas	988	1236	(+) 25,10
	Hilux	581	648	(+) 11,53
	SW4	65	61	(-) 6,15
	Corolla Cross	0	73	-
	Corolla	79	106	(+) 34,17
	Yaris	96	122	(+) 27,08
	Etios	154	192	(+) 24,67
	Otros	13	34	(+) 161,53
Híbridos	Entregas	27	44	(+) 62,96
Ventas Equipos Industriales	Ventas	3	9	(+) 200,00

Nuestros indicadores productivos del periodo 2020-2021 reflejan el compromiso y dedicación de nuestros colaboradores para con la compañía.

A nivel operacional, nuestra empresa recuperó y creció en torno a nuestras unidades entregadas respecto a los resultados de la pandemia, gracias al trabajo conjunto entre colaboradores, mandos medios y gerentes no solo a nivel unidad de negocios en particular; sino también a nivel compañía.

Durante el año 2021, el concesionario consolidó su performance respecto a la comercialización de usados certificados Toyota en un 140%

versus el año anterior, en sintonía a la tendencia dominante del mercado automotor.

De igual modo, la escalada de las unidades híbridas Toyota dentro del mercado local durante el año 2021 implicó para nosotros, profundizar nuestras inducciones en tales tecnologías con el fin de brindar al cliente asesorías de calidad, y consolidar las tecnologías híbridas dentro del mercado local.

Cabe destacar que los nuevos mecanismos de comunicación derivados de la implementación del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio, como la profundización y consolidación de videoconferencias en nuestra zona de



influencia, nos permitió continuar y acompañar a los clientes dentro de tal contexto. Consecuentemente, profundizamos nuestros canales de comunicación y contacto mediante asesores y colaboradores, con el objetivo de continuar cerca del cliente, evacuar dudas y continuar con la dinámica operacional dentro de los parámetros en donde el mercado nos lo permitía.

Ello, impactó en nuestro plan comercial de ventas de 2021 en virtud de la detección de necesidades de nuestros clientes y en la proyección de planes de acción que nos permitieran satisfacer las nuevas demandas del mercado. Tal como lo muestra el Cuadro N°XX, la unidad de negocios Equipos Industriales no fue ajeno a ello, donde tales prácticas resultaron en un crecimiento de ventas de un 200% anual.

Desde B.H.A.S. S.A queremos agradecer nuevamente y nos sentimos orgullosos de reportar tales indicadores productivos pospandemia a todos nuestros colaboradores, que reflejan el trabajo de cada uno de ellos y de todos los que formamos esta compañía dentro de un contexto tan anómalo y excepcional.

OPERACIONES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
ÁREA DE POSVENTA - PERIODO (2020-2021)

			2020	2021
POSVENTA	CPUS *	Santa Rosa	3583	4671
		General Pico	2293	2822
		Trenque Lauquen	3337	3976
	TUS *	Santa Rosa	4909	6474
		General Pico	3035	3916
		Trenque Lauquen	4630	5219
	Repuestos y Accesorios		Facturación	\$142.554.905,00 \$283.762.085,00

El año 2021 fue un año teñido de desafíos y desconciertos. Durante el 2020 habíamos sufrido los efectos de una pandemia inesperada.

Por ello, esperábamos superar el golpe operativo acompañado por un mercado golpeado en su totalidad. Operamos entonces en 2021 con un aumento del 20% que debe ser observado como muy positivo, considerando que el primer cuatrimestre resultaba aún desesperanzador, con casos COVID poco controlados y una tercera ola que se proyectaba en el país.

El plan de vacunación que se comenzó a activar de manera masiva, y que permitió controlar los casos de ausencia, erradicó por fin la modalidad de trabajo selectiva y nos permitió (al mismo momento en que la sociedad comenzó sus actividades normales) un esce-

nario esperanzador, con repunte de actividad en segundo semestre y una planificación optimista para el 2022.

Las unidades en operación no sufrieron alteraciones, dado que su fórmula de cálculo no tiene impactos inmediatos ante escenarios como el que vivimos, pero nos llevó a proyectar las consecuencias de las mismas para 2022.

La facturación es un aspecto muy importante al analizar estos crecimientos en cercanía de la post pandemia. Pudimos determinar un escenario esperado, si consideramos que parte del aumento de CPUs del 2021 era el recupero de la disminuida producción en 2020 y logró hacer frente muy estratégicamente al escenario inflacionario que comenzaba a mostrarse con fuerza.

*CPUs - unidades que ingresan al Taller con Cargo Cliente
*TUS - Todas las unidades que ingresan a nuestros talleres

CADENA DE SUMINISTRO Y CAMBIOS SIGNIFICATIVOS
EN LA ORGANIZACIÓN

En B.H.A.S. S.A trabajamos para que el trabajo conjunto de estrategia y logística se combine con el objetivo de optimizar la cadena de suministro de nuestros productos. Contamos con planes de acción definidos para eficientizar el conjunto de actividades, instalaciones y medios de distribución y almacenamiento necesarios para la operatividad de la empresa.

Nuestra cadena de suministros comienza en la producción de los productos que comercializamos, en la planta de producción Toyota ubicada en la localidad de Zárate, Argentina. Como parte de la cadena logística de distribución, los productos se almacenan en el centro de logística de la planta de Toyota Argentina en la localidad de Zárate, para ser transportados, vía transporte Furlong, a cada una de las sucursales de nuestra compañía. Las unidades son recepcionadas en las sucursales de Santa Rosa, Trenque Lauquen y Gral. Pico para las etapas de almacenamiento y venta de las mismas.

A esto, debemos sumar los vehículos que ingresan a través de las importaciones. Estos vehículos que son fabricados en otros países donde TOYOTA produce, llegan al país, son nacionalizados e ingresan a la misma operatoria de logística y distribución al Concesionario.



PRODUCCIÓN



DISTRIBUCIÓN



TRANSPORTE



CONCESIONARIO



BHASSA trabaja con una amplia red de proveedores para dar unas eficaces respuestas a nuestra operación; destacando como principal proveedor de productos y servicios, a Toyota Argentina.

Asimismo, trabajamos con proveedores secundarios mediante un proceso de compra que consta de la solicitud de tres cotizaciones; evaluación y control semestral de los proveedores de la empresa en términos de calidad del servicio prestado, que es autorizado por el responsable de compras. Cabe destacar que nos caracteriza trabajar con proveedores locales, de comunidades vecinas a cada una de las sucursales con el objetivo de contribuir al desarrollo económico local.

Respecto al periodo en análisis, nuestra cadena de suministros no ha sufrido modificaciones en términos de operaciones, proveedores, estructura y capital social que impacte a nivel económico, social y/o ambiental dentro del contexto de operación de la firma.

Durante el año 2021, nuestro concesionario recepcionó 1229 unidades de parte de Toyota Argentina, un 22,28% más respecto al año anterior.

SUMINISTRO DE UNIDADES POR TOYOTA ARGENTINA. PERIODO (2020 - 2021)

0km	2020	2021
Hilux	593	651
SW4	67	62
Corolla Cross	0	58
Corolla	79	115
Yaris	95	120
Etios	156	184
Otros	15	39
Suministro Total	1005	1229

Tal a lo expuesto en el Cuadro N°05, las unidades suministradas por Toyota a nuestro concesionario se han incrementado del año 2020 al año 2021 en virtud de las consecuencias derivadas de la pandemia dentro del mercado automotriz dentro del área de influencia del concesionario. Los modelos con mayor incremento han sido los modelos Corolla, Yaris, Etios y Hilux respectivamente. Asimismo, durante el año 2021, han decrecido las unidades suministradas en el modelo SW4, destacando que, en el año 2020, el modelo Corolla Cross aún no se encontraba en comercialización en el mercado.

Asimismo, durante el año 2021, han decrecido las unidades suministradas en el modelo SW4, destacando que en el año 2020, el modelo Corolla Cross aún no se encontraba en comercialización en el mercado.

AFILIACIÓN A ASOCIACIONES

Nuestro concesionario, Toyota BHASSA se encuentra afiliado a las siguientes entidades:

ACTRA
Asociación de Concesionarios Toyota de la República Argentina

ACTRA es la Institución que, en forma periódica y, a través de las distintas subcomisiones que forman parte de la entidad, desarrollan el nexo para crear un vínculo entre la red de concesionarios TOYOTA y la TERMINAL.

Por medio de ese vínculo, diagramar en conjunto planes estratégicos que consoliden los productos TOYOTA en ARGENTINA.



ACARA
Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina

ACARA es la Institución que representa a todos los Concesionarios Oficiales de Automotores en la República Argentina, teniendo por objeto la más amplia vinculación de los asociados para difundir la función del Concesionario en la Comercialización del Automotor y fomentar su desarrollo en el país como factor del progreso económico y social.



GOBIERNO & GOBERNANZA

Somos una empresa familiar que inició su actividad comercial orientada a brindar soluciones a sus clientes. Nos motiva ser parte de la historia de nuestros clientes a través de productos y servicios de excelencia.

Nuestro estilo de gobierno se propone el desarrollo social, económico e institucional duradero. A través del departamento de RSE se presentan planes y proyectos al Comité y Gerencia General. El departamento de RSE desarrolla continuamente relaciones con socios estratégicos y alianzas, con quienes concretamos proyectos.

Asimismo, Bhassa se compromete con sus colaboradores/as en el desarrollo de formas de trabajo integrales a través de los siguientes compromisos:

CON NUESTROS COLABORADORES/AS:

Tenemos un gran compromiso con el bienestar y la seguridad laboral. Entendiendo que un buen espacio físico y ambiental de trabajo son el escenario ideal para el desarrollo pleno de las personas. Para esto brindamos herramientas, capacitaciones y asesoramiento integral a nuestro personal. Desde las herramientas propias para realizar su trabajo, hasta formación en habilidades blandas y emocionales. Tenemos beneficios para nuestro personal que incluye descuentos, promociones, etc. Como empresa que sostenemos el valor de mejorar continuamente, nos comprometemos a seguir innovando e incorporando aquello que pueda mejorar el bienestar laboral.



CON EL MEDIO AMBIENTE:

BHASSA está íntimamente ligada con este compromiso y lleva adelante programas tales como “Bosques Dispersos” o “Sembramos Futuro”, que buscan llevar a la realidad este compromiso. Nuestras acciones se encuadran en las disposiciones de la norma ISO 14001. Nuestro objetivo es evolucionar en este compromiso tomando decisiones responsables y con perspectiva de largo plazo.

CON NUESTROS CLIENTES:

Brindar una experiencia integral y de excelencia a nuestros clientes. Para lo cual, nos comprometemos a llevar adelante un negocio sólido y de confianza, desarrollar un servicio integral y de calidad y generar relaciones a largo plazo. Nuestras acciones en materia comercial deben regirse por lo establecido por las Normas de Estilo de Movilidad, TSM y las propias de la empresa establecido en “Políticas de atención al cliente y estilo comercial **BHASSA**”

VALORAR LA FAMILIA:

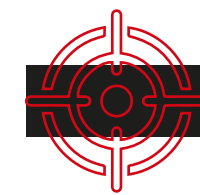
La empresa nació y se desarrolla dentro del seno familiar. Como empresa familiar, entendemos que valorar y cuidar nuestras familias nos ayuda a mantener nuestro clima de trabajo de la mejor manera.

El acuerdo de concesión con Toyota nos impulsa a la mejora continua para ser sus representantes cumpliendo con los más altos estándares de calidad.

Nuestra filosofía de trabajo se sustenta en los pilares de la marca, comprometidos con la mejora continua y el respeto por la gente. Nos involucramos con nuestra comunidad generando actividades que permitan un desarrollo integral.

La calidad se hace en el proceso, tal como dice Toyota, y ese es nuestro pilar. Trabajamos con pasión para exceder la satisfacción de nuestros clientes a la hora de soluciones de movilidad.

¿Qué nos impulsa?



MISIÓN

Desarrollar la sinergia entre nuestros equipos de trabajo para que sean parte de la historia de nuestros clientes, brindando la más innovadora, confortable y segura experiencia de movilidad.



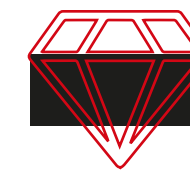
VISIÓN

Ser una organización reconocida por su ética, calidad y eficiencia; trabajando con un fuerte compromiso social y transparencia en todas sus operaciones.



Las condiciones ideales para hacer cosas, se crean cuando las máquinas, las facilidades y la gente trabajan en conjunto para añadir un valor sin generar un gasto"

Kiichiro Toyota



VALORES

Orientación al cliente: *brindamos soluciones de movilidad.* Disponemos nuestros esfuerzos hacia el objetivo de identificar, conocer y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Trabajo en equipo: creemos en el potencial de nuestras personas y en lo que pueden lograr juntas. Promovemos el trabajo en red, la mirada sistémica, la comunicación empática y la diversidad en todas sus expresiones.

Mejora continua: nos apasiona aprender, innovar y anticiparnos al mercado y a las expectativas de nuestros clientes. Nos identificamos con la filosofía **Kaizen**.

Respeto y transparencia: nuestras relaciones humanas, comerciales y financieras están basadas en estos dos principios. Actuamos de forma clara, abierta y transparente para lograr relaciones sólidas y de confianza. Nuestra filosofía de trabajo se basa en el **Toyota Way** y la **guía de principios Toyota**.

Compromiso social y conciencia ecológica: somos una empresa comprometida con la realidad de las comunidades en las que operamos. Propiciamos tener un impacto económico, social y ecológico positivo en cada una de ellas, siendo parte de nuestra cultura de sustentabilidad.





GOBIERNO

BHASSA define un comité ejecutivo que será el órgano principal de toma de decisiones. El mismo estará conformado por las mismas personas del Directorio, la Sra. Aurora Vélez de Bresso, fundadora de la empresa; El Sr. Juan José Bresso y el Sr. Alberto Rubén Bresso, ambos profesionales con amplia experiencia en la gestión de empresas y conocimiento del negocio.

Este comité se mantendrá por tiempo indefinido hasta tanto se decida su modificación y se comunique formalmente. No tiene un límite temporal predeterminado al día de la fecha. Asimismo, la Gerencia General, como autoridad principal dentro de la empresa, participa de las decisiones junto al Comité. La persona en dicha posición será elegida por el Directorio de acuerdo con competencias técnicas e interpersonales de excelencia.

En las gestiones diarias se promueve la participación de los mandos medios de la organización, quienes conocen de primera mano la experiencia de nuestros clientes y se capacitan de manera continua en el negocio y en el manejo de equipos de trabajo.

PUESTOS CLAVES - B.H.A.S. S.A
PERÍODO 2021

Puestos Claves		
Resp. de Atención al Cliente	Resp. de Showroom	Equipo TSM
Resp. de Ventas de Accesorios	Resp. de Usados	
Peritadores	Resp. de Entregas	Promotor Kaizén
Kinto Share - One Fleet - One Personal	Resp. de Agenda TD	RGA
Administrativo para Reporting Usados	Resp. de Calidad	RPD
Resp. de Ventas TPA	Marketing	R.A.A
Resp. de Admin TPA	RRHH	Resp. de Proceso Entrega 0km
Referente Club Toyota	Atención al cliente	Resp. de Seguridad E higiene
Responsable F&I	Best in Town	
	Lider de Sustentabilidad	Equipo Kaizén
	Instructores Locales	

ORGANIGRAMA ALTOS EJECUTIVOS DE LA
EMPRESA B.H.A.S S.A - PERÍODO 2021



ORGANIGRAMA GERENCIAS, MANDOS MEDIOS Y
COLABORADORES EMPRESA B.H.A.S.S.A - PERÍODO 2021



Hace unos años comenzamos a trabajar alineados a los **Objetivos de Desarrollo Sustentable**, manejando una agenda 2030 que nos involucra como agentes de cambio en lo social, económico y organizacional. Actualmente desde **Toyota BHASSA** promovemos y nos alineamos haciendo énfasis en los siguientes ODS.

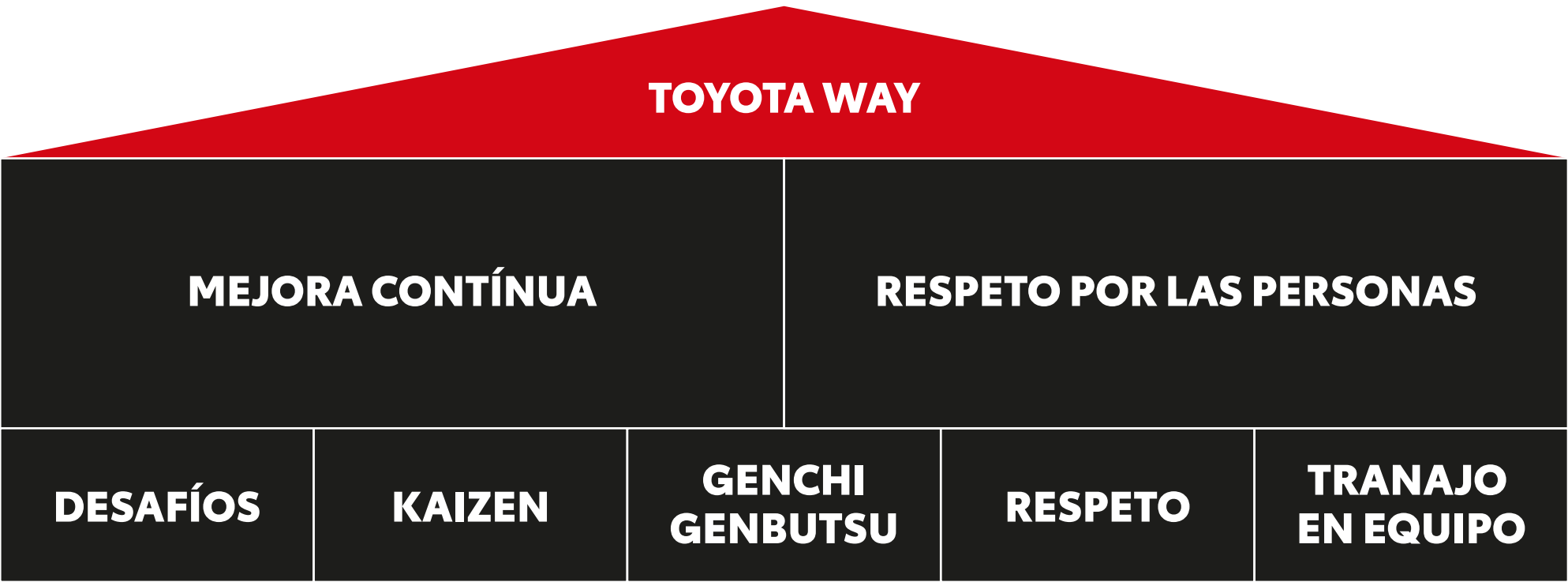


*En Toyota, nos comprometemos con la visión de movilidad para todos, mientras perseguimos nuestra misión: producir felicidad para todos basados en los valores **Toyota Way**. Este es el camino para construir nuestra sociedad y es impulsado por todo nuestro personal...”*



ESTRUCTURA GOBERNANZA

Hace unos años comenzamos a trabajar alineados a los **Objetivos de Desarrollo Sustentable**, manejando una agenda 2030 que nos involucra como agentes de cambio en lo social, económico y organizacional. Actualmente desde **Toyota BHASSA** promovemos y nos alineamos haciendo énfasis en los siguientes ODS.



Seguimos como sistema de trabajo el **Hoshin Kanri**, un sistema de trabajo adoptado por Toyota en todo el mundo, que se define como las actividades realizadas para alcanzar los objetivos de mediano y largo plazo.

El **Hoshin** se utiliza para *guiar a los líderes a encaminar sus actividades hacia los objetivos estratégicos de la empresa*, alineando los esfuerzos de todas las personas y superando las barreras de los distintos departamentos, para lograr un gran desempeño sostenido en el tiempo.

Hoshin de Bhassa: Lograr un crecimiento sostenible, excediendo las expectativas de los clientes, siendo competitivos e integrando la comunidad en la que estamos insertos.

En **BHASSA** las decisiones se toman y se hacen efectivas habiendo considerado y analizado exhaustivamente los riesgos, las contingencias y los métodos de resguardo disponibles.

Todos los temas relevantes, emanados de las diferentes reuniones, se elevan al Directorio y la Gerencia General, **para su discusión y aprobación**; de esa manera, se logra una efectiva comunicación y un tratamiento interno de las decisiones. En decisiones de menor envergadura, se trabaja a nivel de los mandos medios de la empresa, quienes, a su vez, siguen programas de fortalecimiento para poder tomar cada vez mejores decisiones.

El área de **Responsabilidad Social** es una gran aliada de la empresa en este sentido, *guiando e informando al Directorio y al personal, sobre el compromiso de la empresa con el desarrollo sustentable, la equidad y la inclusión*. En esta línea, se encarga de desarrollar, coordinar y articular las actividades de RSE hacia los diversos grupos de interés como parte de un sistema unificado, enfocado en la mejora continua. A través del Comité de RSE se proponen y definen acciones a seguir en temas de sustentabilidad, trabajo alineado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos por Naciones Unidas y una conducta ética y honesta.

Asimismo, tenemos un gran compromiso con el desarrollo integral de nuestros colaboradores por lo cual se los forma y desafía para que ganen cada vez más autonomía en sus puestos y toma de decisión. **Creemos que ser parte de la creación de alternativas y soluciones a los problemas, promueve el sentido de pertenencia de las personas con la organización y el compromiso con los clientes.**



ÉTICA E INTEGRIDAD

La Guía de Principios Toyota, el Toyota Way y el Código de Conducta **constituyen un trinomio que guía y rige nuestra gestión.**

El Toyota Way, que describe los valores y los métodos que serán compartidos por la organización global de Toyota es una guía fundamental para nuestras decisiones diarias.

El **Código de Conducta** de **BHASSA**, retoma estos principios y nutre una cultura corporativa sustentada en la integridad; y es transmitida a todos nuestros grupos de interés.

Es uno de los principios que guía nuestro comportamiento y la forma de hacer negocios.

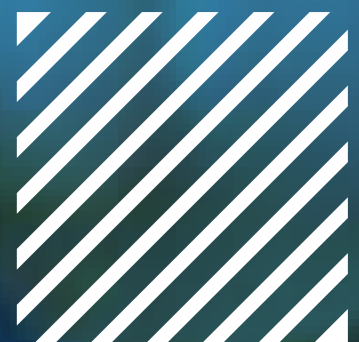
Por ello, les compartimos mediante las siguientes opciones, nuestro **Código de Ética y Conducta**:

ESCANEAR



INGRESAR URL

T.LY/0LQI



LISTA DE GRUPOS DE INTERÉS Y CANALES DE COMUNICACIÓN.

Nuestro concesionario trabaja conjuntamente con diversos grupos de interés con el objetivo de alcanzar objetivos comunes que contribuyan a potenciar los resultados alcanzados. Creemos que la colaboración y el trabajo en equipo son esenciales para aumentar el impacto en el bienestar social de la comunidad.

Durante nuestros años de participación en el mercado, hemos aumentado nuestros socios estratégicos con el objetivo de nutrir nuestros grupos de interés, compuesto por los agentes que se detallan a continuación:

COLABORADORES

Contamos con un staff de empleados jerárquicos, profesionales e idóneos en lo que respecta a la industria automotriz.

CLIENTES

Cartera de clientes, tantas personas físicas como jurídicas, segmentados en ventas de productos y servicios de posventa y de movilidad.

ACCIONISTAS

En la compañía la toma de decisiones se encuentra a cargo del Directorio, compuesto por accionistas con amplia experiencia en la industria automotriz. El mismo se compone de 5 socios accionistas, presidido por la Sra. **Aurora Vélez de Bresso**.

TOYOTA ARGENTINA SOCIEDAD ANÓNIMA

Como Concesionario Oficial Toyota, Toyota Argentina es nuestro principal socio estratégico y proveedor de productos y servicios intangibles comercializados por B.H.A.S. S.A

PROVEEDORES

Clasificamos nuestros proveedores en proveedores de insumos para el eficiente desempeño de la producción del concesionario, insumos requeridos para el mantenimiento y generación de infraestructura de trabajo, insumos de productos y servicios comercializables e insumos intangibles especializados en procesos de producción.

GOBIERNO

Nos vinculamos con autoridades provinciales y municipales, además de autoridades gubernamentales con el objetivo de generar vínculos a largo plazo que deriven en proyectos que contribuyan a maximizar el bienestar social de la comunidad.

COMUNIDAD Y ONGs

En B.H.A.S. S.A nos asociamos estratégicamente a comunidades vecinas, asociaciones sin fines de lucro de la zona bajo influencia, universidades y colegios secundarios y primarios.

ACTRA

Consideramos a ACTRA el nexo a través del que nos relacionamos, definimos y evaluamos los planes de acción a corto, mediano y largo plazo entre la red de concesionarios oficiales y la terminal.

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS

Trabajamos en conjunto con establecimientos educativos públicos de nuestra zona de influencia con el objetivo de aportar a una educación de calidad.

En B.H.A.S. S.A creemos que **la comunicación es esencial** para lograr resultados eficaces y eficientes dentro de una red intersectorial. Por ello, identificamos los canales de acción que detallamos a continuación para cada uno de nuestros grupos de interés:

GRI 102-40
GRI 102-42
GRI 102-43
GRI 102-44

COLABORADORES

Contamos con un sistema de comunicación interna vía mailing de circulares internas de cada una de las áreas del concesionario. Además, realizamos reuniones de trabajo entre directores, gerentes, mandos medios y colaboradores con el objetivo de nutrir nuestro círculo kaizen y potenciar la mejora continua dentro de la empresa. Asimismo, generamos un newsletter mensual de circulación interna entre colaboradores de la empresa llamado "Hatten". El mismo tiene como objetivo reportar eventos y acontecimientos relevantes de la empresa, cumpleaños de empleados, nacimientos, entre otros eventos.

CLIENTES

Creemos que la satisfacción del cliente y el feedback respecto a la calidad y experiencia en nuestros servicios son fundamentales para la empresa. Por ello realizamos encuestas internas y externas de satisfacción y calidad de nuestros servicios a clientes del concesionario, al igual que eventos recreativos con el objetivo de fidelizar al cliente con la marca. Asimismo, generamos contenido en redes sociales y página web con el objetivo de humanizar la marca y potenciar la participación y comunicación con clientes de la región. De igual modo, nuestro personal realiza visitas presenciales a zonas de influencia a los fines de acercar los servicios de B.H.A.S. S.A a zonas aledañas y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

ACCIONISTAS

Nuestros socios accionistas comparten reuniones periódicas con gerencia y mandos medios con el objetivo de seguir los planes de negocios de la empresa mediante seguimiento de estados contables y financieros. Asimismo, se realizan Asambleas de Directores y diversos eventos con participación de estos.

TOYOTA ARGENTINA

La firma utiliza canales de comunicación con nuestro principal socio estratégico mediante programas de capacitación, Programa de Excelencia de Operaciones (DAP), Reporte de Sustentabilidad, auditorías de las normas existentes, reportes de evaluación de satisfacción de clientes, Fieldmans, certificaciones de diferentes normativas, entre otras.

PROVEEDORES

Nuestros proveedores son socios estratégicos fundamentales para el funcionamiento eficiente de nuestra empresa. Los mismos son contactados por nuestros proveedores mediante mailings, whatsapp business, cotizaciones y reuniones presenciales en el directorio de la empresa. Trabajamos con una política de análisis semestral de presupuestos de cada uno de nuestros proveedores.

GOBIERNO

B.H.A.S. S.A participa de licitaciones de servicios y productos de organismos estatales a nivel provincial, municipal, y cooperativas de nuestra zona de influencia. Asimismo, nuestro concesionario realiza reuniones con autoridades provinciales y municipales para contribuir en el armado de planes de acción intersectorial en el ámbito social, educativo y ambiental.

COMUNIDAD Y ONGs

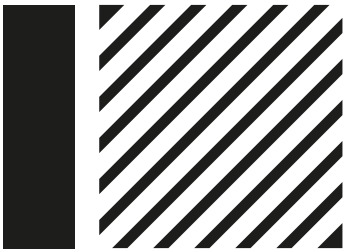
Nuestro concesionario recibe visitas de colegios secundarios y primarios en marco de la participación en iniciativas sociales y programas educativos. Asimismo, nos relacionamos con autoridades provinciales, municipales, sindicatos y ONGs con el objetivo de contribuir en el desarrollo de la comunidad local mediante el lema Educación de Calidad.

ACTRA

Participamos de reuniones periódicas, mesas de diálogo, comisiones, subcomisiones y convenciones para la definición de planes estratégicos de acción entre los agentes involucrados.

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS

Contamos con programas de pasantías en nuestros talleres para estudiantes de escuelas técnicas de la región. Asimismo, contributions con charlas de educación ambiental y RSE.



ENTIDADES INCLUIDAS EN LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Desde nuestra compañía trabajamos en conjunto con diversas entidades financieras dentro de nuestra matriz productiva. A continuación, detallamos cuales son las que se encuentran incluidas en nuestros estados financieros:

BANCOS QUE FORMAN PARTE DE LOS ESTADOS FINANCIEROS



FINANCIERA





PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES

Presentamos nuestro Segundo Reporte de Sostenibilidad GRI. Este informe, es el segundo en ser publicado, tiene una frecuencia anual y abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2021. Se incluyen datos cuantitativos del año anterior con fines comparativos.

De acuerdo con la información que surge de los Estados Contables de la Sociedad, los comprenden desde 1 de abril del año 2021 al 31 de marzo del año 2022.

Los temas materiales fueron definidos por Toyota Argentina para su red de concesionarios, tomando como referencia el "Programa de Desarrollo de RSE para concesionarios" que fue diseñado para acompañar a la Red de Concesionarios en el desarrollo de su estrategia de RSE, el análisis de materialidad llevado adelante por la propia terminal automotriz, su Política de Responsabilidad Social, los compromisos de Toyota Motor Corporation y la Agenda 2030.

GRI 102-45
GRI 102-46
GRI 102-47
GRI 102-48
GRI 102-49
GRI 102-50
GRI 102-51
GRI 102-52
GRI 102-53
GRI 102-54
GRI 102-55

LISTA DE TEMAS MATERIALES

GRI define el principio de materialidad de la siguiente manera: “El informe debe abordar aspectos que: reflejen los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización; o influyan sustancialmente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés”.

PERFIL	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
	Estándar GRI	Contenido GRI	Página
	102-01	Nombre de la organización	4
	102-02	Actividades, marcas, productos y servicios	4
	102-03	Ubicación de la sede	6
	102-04	Ubicación de las operaciones	6
	102-05	Propiedad y forma jurídica	7
	102-06	Mercados servidos	7
	102-07	Tamaño de la organización	7
	102-08	Información sobre empleados y otros trabajadores	7
	ESTRATEGIA		
	102-14	Declaración de altos ejecutivos de la toma de decisiones	2
	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
	102-40	Lista de grupos de interés	18
	GOBERNANZA		
	102-18	Estructura de la gobernanza	16

PERFIL	PRÁCTICA PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES		
	Estándar GRI	Contenido GRI	Página
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	21
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	22
	102-47	Lista de temas materiales	23
	102-48	Reexpresión de la información	22
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	22
	102-50	Periodo objeto del informe	22
	102-51	Fecha del último informe	22
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	22
DESEMPEÑO ECONÓMICO	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	22
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	22
	102-55	Índice de contenidos GRI	22
	DESEMPEÑO ECONÓMICO		
	201-01	Valor económico directo generado y distribuido	25
	ANTICORRUPCIÓN		
	205-02	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anti-corrupción	33

AMBIENTAL	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
	Estándar GRI	Contenido GRI	Página
	302-01	Consumo energético dentro de la organización	39
	302-03	Intensidad energética	41
	AGUA Y EFLUENTES		
	303-01	Interacción con el agua como recursos compartido	45
	303-05	Consumo de agua	46
	EMISIONES		
	305-01	Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	54
	305-03	Otras emisiones indirectas de GEI	54
	RESIDUOS		
	306-01	Generación de residuos e impactos significativos	56
	306-03	Residuos generados	58
	CUMPLIMIENTO AMBIENTAL		
	307-01	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	62

SOCIAL - PRÁCTICAS LABORALES	EMPLEO		
	Estándar GRI	Contenido GRI	Página
	401-02	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	67
	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
	403-01	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	68
	403-09	Lesiones por accidente laboral	68
	FORMACIÓN Y ENSEÑANZA		
	404-01	Media de horas de formación al año por empleado	68
	DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
	405-01	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	73

Para puntos de contacto sobre el presente reporte, consultar a:

1

LIC. MICAELA ANDREA BASSI

Correo electrónico: micaelabassi@bhassa.com.ar
Contacto celular: 2954-403572
Posición: Área de Administración y Planeamiento

2

LUCÍA STEFANÍA LOZA

Correo electrónico: rrhh@bhassa.com.ar
Contacto celular: 2954-403434
Posición: Responsable de Recursos Humanos



DESEMPEÑO ECONÓMICO

La pandemia, iniciada en el año 2020, impactó fuertemente en el volumen de operaciones del concesionario y en la actividad económica en general del mismo. De igual modo, y aún cuando los factores externos y la coyuntura macroeconómica resultaban incierta a nivel global, haber trabajado en forma coordinada y junto a Toyota Argentina, planteando estrategias a corto plazo y pensando en una salida definitiva a la coyuntura, nos permitió transitar el momento de tanta incertidumbre con mayor previsibilidad.

Como empresa, pudimos organizarnos y estar a la altura del nuevo contexto socio económico a nivel mundial y de las nuevas demandas y modalidades de interacción para con nuestros clientes y proveedores, lo que nos permitió no sólo crecer como empresa; sino también transformar una crisis en una oportunidad.



Durante el año 2021, la dinámica productiva de la empresa recuperó normalidad en el funcionamiento de ciertos parámetros respecto al año anterior y comenzamos a complementar los nuevos lineamientos del mercado pandémico con la dinámica estandarizada de producción de años anteriores. Para nosotros, el año 2021 planteaba nuevos desafíos en torno a la organización de nuestras estructuras productivas, económicas y financieras dentro de la organización.

En conjunto a Toyota Argentina y como planes de acción dentro de nuestro proceso de mejora continua, adaptamos procesos y pusimos en marcha nuevos con el objetivo de adaptarnos a las nuevas dinámicas del mercado. Con el objetivo de enfrentar este desafío, pusimos en marcha nuevos proyectos a través de la inserción de nuestro mercado de nuevas unidades de negocios y adaptación de las ya existentes.

Consecuentemente, nuestro crecimiento económico comenzó a compensar la performance del concesionario en el año 2020 y comenzamos a recuperar nuestros indicadores productivos a niveles pre pandemia. En virtud del contexto macroeconómico nacional, caracterizado por la agudización de la brecha cambiaria y volatilidad macroeconómica, muchos clientes y agentes de nuestro mercado eligieron unidades Toyota como reserva de valor, lo que nos permitió recuperar nuestros niveles de ventas pre pandemia.



Problemáticas inherentes al abastecimiento de partes, de chips para la producción de unidades en nuestro principal proveedor dentro de la cadena de suministro impedían normalizar la producción a niveles pre pandemia.



Asimismo, este shock de crecimiento en nuestro nivel de ventas estuvo propulsado por nuestros equipos de trabajo que se adaptaron rápidamente a las nuevas demandas del mercado. De igual modo, se incentivó en la creación de nuevos procesos Kaizen, con el objetivo de suplir las necesidades de nuestros clientes; recuperando nuestros niveles de ventas y calidad que nos caracteriza como empresa.



TRENQUE LAUQUEN

Ruta Nac. 5 Km. 445
(02392) 418-055

SANTA ROSA

Av. Agustín Spinetto 1409
(02954) 435-770

GENERAL PICO

Calle 13 N° 552
(02302) 422-059

MERCADO AUTOMOTRIZ

El mercado automotriz a nivel nacional creció, durante el año 2021, en un **11,5%**, lo que nos permitió trabajar en estrategias de comercialización con el objetivo de suplir el incremento de demanda de cada uno de los segmentos de nuestro mercado.

RANKING DE MARCAS EN NUESTRA ZONA DE INFLUENCIA. PERIODO 2021 EN UNIDADES Y PORCENTAJES.

Ranking de Marcas	2020		2021		
	Volumen	%	Volumen	vs 2020	%
Toyota	43.631	12,7%	73.572	68,6%	19,3%
Volkswagen	57.141	16,7%	56.648	-0,9%	14,8%
Fiat	37.688	11,0%	50.379	33,7%	13,2%
Renault	42.847	12,5%	35.356	-17,5%	9,3%
Ford	32.434	9,5%	29.361	-9,5%	7,7%
Chevrolet	35.289	10,3%	27.305	-22,6%	7,2%

Durante el año 2021, el ranking de marcas automotrices más comercializadas en Argentina posicionó a Toyota, por primera vez en la historia, como líder absoluto en dentro del ranking nacional, con 73.572 unidades vendidas. Aún con efectos adversos como consecuencia de la pandemia de COVID-19 respecto a la falta de piezas para la producción de unidades, esto no generó un shock de impacto dentro de los planes estratégicos de la compañía, lo que permitió consolidarse como la terminal con más unidades vendidas en el mercado argentino, hito histórico para la marca Toyota en el país.

Asimismo, en términos de mercado total, la marca Toyota creció en términos de participación en un 6,6% respecto al periodo 2020 dentro del mercado automotriz nacional.



Ello encuentra justificación en el trabajo coordinado entre Toyota Argentina y la Red de Concesionarios Oficiales de la marca, lo que impactó en una notable performance dentro del mercado nacional aun cuando las condicionales nacionales y mundiales en términos económicos y financieros proyectaban una tendencia decreciente dentro de los resultados económicos.



MERCADO AUTOMOTOR EN ZONA DE INFLUENCIA DEL CONCESIONARIO

Nuestra zona de influencia y mercado relevante comprende el área comprendida por la provincia de La Pampa y oeste de la provincia de Buenos Aires.

PLAN DE VENTAS DE B.H.A.S. S.A DURANTE EL PERIODO 2021 EN UNIDADES Y PORCENTAJES

Ventas	2020	2021	%
Ventas totales	987	1236	100 %
Convencionales	840	999	80,83 %
Especiales	29	58	4,69 %
Plan de Ahorro	118	179	14,48 %

Promedio de ventas	2020	2021	%
Mensuales	82	103	25,61 %

Como consecuencia de la elección de productos Toyota como reserva de valor por parte de los agentes del mercado, además de la rotación habitual por parte de los usuarios de la marca y la captación de nuevos clientes en cada uno de los segmentos del mercado, las ventas totales durante el año 2021 se incrementaron en un 25% respecto a la performance en el año 2020.

Respecto a lo expuesto en el cuadro anterior, nuestro volumen de ventas se redistribuyó entre las unidades de negocios Ventas Convencionales, Plan de Ahorro y Ventas Especiales durante el año 2021.

La unidad de negocios Ventas Convencionales disminuyó su participación en el volumen de ventas total respecto al año 2020 en un 4,28%, caso contrario a las unidades de negocios Plan de Ahorro y Ventas Especiales, que incrementaron su participación en un 2,52% y 1,75% respectivamente en la distribución del volumen de ventas del concesionario.

Estas redistribuciones de los volúmenes de ventas del concesionario surgen como consecuencia de los nuevos lineamientos de planes de acción definidos por Toyota Argentina y las nuevas segmentaciones de demandas dentro de nuestros estándares de comercialización.



PATENTAMIENTO DE UNIDADES
EN ZONA DE INFLUENCIA B.H.A.S. S.A .
PERIODO 2021 - EN UNIDADES Y PORCENTAJES

Patentamiento por Zona	2020	2021	Dif. Inter Anual
La Pampa - Mercado Total	4368	4574	4,72 %
La Pampa - Toyota	629	977	55,33 %

Al analizar los mercados en el ámbito de la provincia de La Pampa, las ventas totales por parte del concesionario dentro del mercado pampeano se incrementaron, para el año 2021, en un 4,72% respecto al año anterior. Asimismo, nos es relevante el crecimiento de ventas de unidades Toyota dentro del presente mercado relevante en un 55.33% respecto a los resultados del año 2020.

Nos sentimos orgullosos de nuestro crecimiento de ventas dentro del mercado **automotor pampeano** en virtud de la escasez de unidades Toyota para suplir la totalidad de las demandas de nuestros clientes, por lo que maximizamos los recursos disponibles con el objetivo de optimizar nuestra performance de ventas dentro del mercado.



RANKING DE VENTAS EN MARCAS AUTOMOTRICES
EN LA PROVINCIA DE LA PAMPA.
PERIODO 2021 –EN PORCENTAJES-

Marcas - 2020	%	Marcas - 2021	%
Volkswagen	18,2	Toyota	20,6
Renault	14,5	Volkswagen	17,1
Chevrolet	14,1	Fiat	12,7
Toyota	13,6	Renault	11,2
Fiat	11	Chevrolet	9,1
Ford	8,8	Ford	8,8
Peugeot	6,2	Peugeot	7,2
Nissan	3,1	Nissan	5,6

En la provincia de La Pampa, y en virtud de la asignación de nuestra de influencia definida por Toyota Argentina, logramos, en conjunto a los lineamientos definidos por la terminal, posicionar a la marca Toyota como líder del ranking de marcas en la provincia durante el periodo 2021, en detrimento del cuarto puesto resultante en el año 2020.



**RANKING DE VENTAS EN MARCAS AUTOMOTRICES
EN EL OESTE DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.
PERIODO 2021 –EN UNIDADES Y PORCENTAJES-**

Ventas por Zona	2020	2021	Variación
Oeste Bs. As - Mercado total	2222	2370	6,66%
Oeste Bs. As - Toyota	351	508	44,73%

Durante el año 2018, comenzamos como concesionario un plan de inversión en los concesionarios de la empresa con el objetivo de posicionarnos en el mercado dentro de nuestra zona de influencia. En conjunto a una reestructuración de nuestros planes estratégicos, logramos crecer dentro de la misma un 6,66% como empresa en nuestras ventas, donde Toyota además creció un 44,73% en alcance de ventas, con mayor participación de la marca Toyota dentro de la zona de B.H.A.S. S.A.

**RANKING DE MARCAS EN EL MERCADO
AUTOMOTOR DEL OESTE DE LA PROV. DE BS AS.
PERIODO 2021. –EN PORCENTAJES-**

Marcas - 2020	%	Marcas - 2020	%
Volkswagen	21,9	Volkswagen	21,3
Toyota	14,3	Toyota	20,4
Fiat	13,1	Fiat	14,4
Ford	9,8	Chevrolet	9,4
Chevrolet	12,5	Ford	8,9
Renault	8,9	Renault	7,8
Peugeot	5	Nissan	5,4
Nissan	3,9	Peugeot	5,3

Nuestro objetivo como concesionario oficial Toyota, es posicionar a la marca como líder en el mercado del oeste de la provincia de Buenos Aires. Por ello, trabajamos en conjunto a Toyota Argentina en planes estratégicos que nos permitan alcanzar tal objetivo.

Consecuentemente, logramos aumentar el volumen de ventas de unidades Toyota dentro del mercado definido para la empresa en el oeste de la provincia de Buenos Aires en un 6,1% respecto a la performance del año anterior, y nos proponemos continuar con nuestros planes de mejora con el objetivo de posicionar a la marca como líder en dicho segmento del mercado.

PLAN DE NEGOCIOS

Como todos los años, nuestros objetivos tanto cualitativos como cuantitativos estuvieron definidos y alineados a lo establecido por Toyota Argentina en nuestro Plan de Negocios 2021.

Consecuentemente, nuestras líneas de acción se centraron en torno al lanzamiento de nuevos productos de la marca dentro del mercado local y maximizar nuestra cadena de valor, mediante la expansión y consolidación del mercado de usados certificados, usados, planes de financiación, posventa, Plan de Ahorro y accesorios.

Respecto a los objetivos cuantitativos, B.H.A.S. S.A cumplió en un 93,6% el Plan de Negocios establecido para el área de Ventas Convencionales y en un 118,5% de los requerimientos definidos para el área de Plan de Ahorro. De igual modo, los objetivos cuantitativos del área de Ventas Especiales han sido cumplidos en un 193,3% del total. Cabe destacar que la totalidad de los objetivos cualitativos definidos por el Plan de Negocios para el año 2021 fueron cumplidos en su totalidad por la empresa.



Asimismo, durante el año 2021. B.H.A.S S.A amplió su cobertura dentro del área de influencia definida por TASA para el concesionario, al suplir las demandas de los diferentes segmentos del mercado en un 66,1% dentro del área de influencia de la empresa.

De igual modo, nos enorgullece los resultados durante la gestión 2021 de nuestro equipo de trabajo en torno nuestro índice de market share dentro de la zona de influencia del concesionario. Respecto a este, **durante el periodo en análisis, el concesionario logró captar el 66,1% de las ventas de productos y/o servicios** dentro de las ventas totales de estas unidades de las demandas existentes en la zona de influencia del concesionario. Asimismo, la participación en el mercado de la marca japonesa dentro de la zona primaria de comercialización definida para B.H.A.S. S.A **ha sido mayor respecto al market share de esta a nivel nacional.**

66,1%
**VENTAS PRODUCTOS
Y/O SERVICIOS**

Consecuentemente, la cuota de participación de mercado de la marca Toyota dentro de nuestra área de influencia ha sido, para el año 2021, del 20,5% dentro del mercado automotor de la zona en detrimento del 19,3% alcanzado a nivel nacional, lo que refleja **nuestro compromiso y dedicación en la elaboración de planes estratégicos en conjunto a Toyota Argentina que nos permitan maximizar beneficios y expectativas del mercado con los recursos asignados por la terminal.**

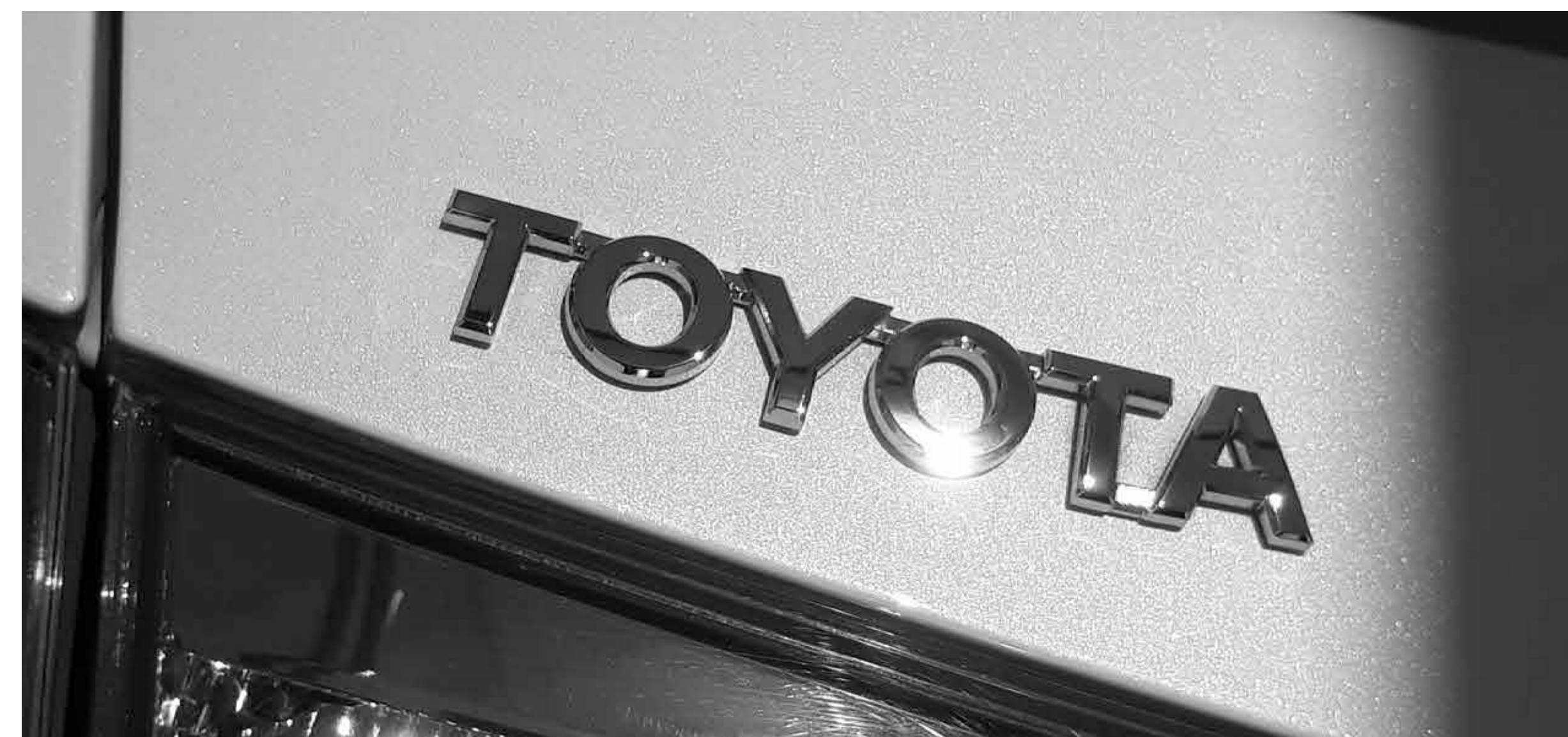
En virtud de lo expuesto, durante el año 2021, la empresa inició una tendencia de crecimiento y recuperación de los indicadores económicos respecto a gestión en año de pandemia, lo que evidenció el gran trabajo de nuestros equipos en cada una de las sucursales del concesionario, y a nivel empresa.

De igual modo, consideramos que detectar y proyectar oportunidades de mejora en nuestros planes estratégicos es crucial para superar nuestros objetivos año a año. Consecuentemente, nos proponemos para el año 2022 mejorar nuestro índice de market share con el objetivo de continuar posicionando a la marca

Toyota como líder en el ranking de marcas automotrices de nuestra zona.

Para ello, **nos proponemos mejorar el posicionamiento de nuestras ventas dentro del área primaria del concesionario respecto del segmento híbrido, con el objetivo de posicionar las unidades híbridas Toyota dentro del mercado del concesionario.** Asimismo, y en virtud del lanzamiento del modelo Corolla Cross al mercado argentino, nos proponemos mejorar nuestra performance de ventas dentro del segmento intermedio de nuestra demanda agregada, con el objetivo de posicionar el modelo dentro del mercado local.

En conjunto al crecimiento y perfeccionamiento de las unidades de negocios que componen nuestra cadena de valor, vemos dichas mejoras como una continuidad y profundización de la gestión comercial del concesionario respecto a la recuperación y crecimiento económico en virtud de los indicadores expuestos en la presente sección.





ANTICORRUPCIÓN

EXPLICACIÓN DEL TEMA MATERIAL Y SU COBERTURA

El tema material Anticorrupción forma parte de la materialidad definida por Toyota Argentina para su red de concesionarios en el marco del Programa de Negocios Competitivos GRI, y tomando como referencia el “Programa de Desarrollo de RSE para concesionarios”, el análisis de materialidad llevado adelante por la propia terminal automotriz, su política de Responsabilidad Social, los compromisos de Toyota Motor Corporation y la Agenda 2030.

ENFOQUE DE GESTIÓN Y SUS COMPONENTES

Desde el momento del cierre de venta, los pasos y/o procesos que seguimos son los siguientes:

1 CIERRE DE VENTA

2 CARGA DE BOLETO

Realizado en Salesforce

3 FIRMA DE BOLETO Y UIF

Sólo le toman la firma los vendedores, luego la completa administración de ventas para mayor control

4 EL BOLETO PASA A ADMINISTRACIÓN COMPLETO

Boleto firmado, DNI, datero, CUIT/CUIL, Formulario UIF y si entrega usado copia del título del mismo.

5 PROCESA EL BOLETO EN SIAC

Se carga la Operación en SIAC

6 TERRORISTA Y SUJETO OBLIGADO

Consultamos e imprimimos terrorismo y Sujeto Obligado

7 ESCANEADO DEL BOLETO

Para poder enviarlo por email

8 ARCHIVACIÓN DEL BOLETO

Archivo del boleto en folio, por abecedario en bibliorato

9 ASIGNACIÓN DE UNIDAD

Asignada la unidad comenzamos la gestión de cobranzas y el boleto pasa a bibliorato de cobranzas

10 ENTREGA Y PATENTAMIENTO

Entregada y patentada la unidad el boleto pasa a bibliorato de entregas

COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN SOBRE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTICORRUPCIÓN

B.H.A.S.S.A es una empresa comprometida y alineada a la normativa vigente en lo que respecta a la Ley N°25246 **Ley Reguladora de Lavados de Activos**, promulgada por el HONORABLE CONGRESO DE LA NACIÓN ARGENTINA. Es por ello que colaboramos activamente con lo que la ley nos exige, como así también encuadrados en los requerimientos de Toyota Argentina para la prevención y/o detección de acciones que atenten contra tales lineamientos.

El propósito de BHASSA ante el enfoque material de Anticorrupción es cumplir nuestro rol como sujeto obligado ante la UIF y contribuir con las normativas establecidas por entidades gubernamentales con el fin de verificar que todas las operaciones no provengan de fondos provenientes del financiamiento del terrorismo y/o lavado de activos.

Durante el periodo reportado, Toyota Argentina ha brindado capacitaciones referidas a sistema PLAFT (Prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo) a todo el personal de la compañía.



Desde el departamento de legales de Toyota Argentina, se han implementado adecuaciones necesarias para cumplir con las modificaciones de la nueva normativa acerca de personas expuestas políticamente, las cuales han sido implementadas dentro del concesionario.

B.H.A.S. S.A, como sujeto obligado, **tiene la responsabilidad de informar**, a las autoridades competentes en la materia, lo que se detalla a continuación:

El origen de fondos de la venta con el fin de detectar irregularidades financieras.

Reportar a todos los clientes a través de un legajo.

En el caso de que el concesionario detecte alguna actividad sospechosa o que pudiera incumplir la ley vigente, debe elevar un reporte de operación sospechosa (ROS) ante la UIF

Desde Toyota Argentina se ha elaborado un manual de mejores prácticas sobre prevención de lavados de activos y financiación del terrorismo para la correcta conformación de los legajos. Respecto a ello, desde la compañía se implementaron inducciones con el objetivo de compartir e informar sobre tales procedimientos a gerencias, mandos medios, personal administrativo y a fines a dichos procesos.

Asimismo, nuestro proceso de comercialización de unidades toma como premisa el no patentamiento de unidades sin previa aprobación de legajo UIF. Para ello, contamos con herramientas dentro de nuestro sistema PLAFT como:

Manual de políticas PLAFT

Manual de procesos PLAFT

Manual de riesgos

Capacitación continua a todo el personal de la empresa

Dado que nuestro compromiso va más allá de hacer cumplir las normativas vigentes, creemos que la capacitación constante de nuestro personal es una pieza fundamental para el funcionamiento óptimo y eficiente de nuestras estructuras productivas. Para ello, sectores competentes al área comercial del concesionario reciben capacitaciones, de actualización anual, respecto a tal temática.

Consecuentemente, se expone el número total y porcentaje de miembros del órgano de gobierno que participan de la inducción de políticas y procedimientos UIF de la organización, desagregado por región.

NIVEL DE CAPACITACIÓN
UIF POR TIPO DE AGENTES Y
GRADO DE COMUNICACIÓN
-EN PORCENTAJES-

Agentes	Grado de Comunicación
Miembros del Directorio	100%
Gerencias	100%
Mandos Medios	100%
Colaboradores Admin.	100%
Colaboradores Comerciales	100%
Colaboradores de Administración y Finanzas	100%
Entidades Financieras	100%

NIVEL DE COMUNICACIÓN
DE CAPACITACIONES UIF
POR REGIÓN
-EN PORCENTAJES-

Región	Grado de Comunicación
La Pampa	100%
Buenos Aires	100%

Como desafío 2022, asumimos el compromiso de comunicar y difundir a todos los colaboradores de la empresa, como política interna de inducción de recursos humanos, la aplicación y adhesión de normativas UIF a nivel concesionario.

DESEMPEÑO AMBIENTAL

ENFOQUE DE GESTIÓN

Los sistemas de producción y prestación de servicios utilizan recursos e insumos, los cuales se convierten en residuos a medida que los vamos consumiendo en el marco de una economía lineal. **Es de vital importancia evitar y disminuir al máximo la utilización de recursos**, logrando un aprovechamiento eficiente y sustentable.

La empresa ha tomado conciencia de la importancia de tener una administración eficiente de los recursos con el objetivo de disminuir su utilización y minimizar el impacto de la actividad en el ambiente, no poniendo en riesgo la capacidad productiva y calidad de vida de las generaciones venideras.

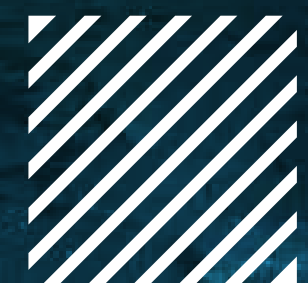


Sabemos que el aumento de la población es inminente y aparejado el aumento en la producción, el desafío está en producir más con menos. Así se propone en los Objetivos de Desarrollo Sustentable en el objetivo 12 y 13, donde se establece que tanto el consumo como la producción sostenible pueden contribuir hacia economías verdes y bajas emisiones de carbono. Por su parte, **las empresas pueden incentivar a las personas a llevar estilos de vida más sostenible para amortiguar el cambio climático. BHASSA** contribuye activamente en este objetivo con los proyectos de reutilización y con la venta de autos híbridos, aunque se sabe que aún existe un largo camino de mejora continua por delante.



MATERIALES UTILIZADOS POR PESO O VOLUMEN

Los materiales que se utilizan en las sucursales de Toyota Bhassa y de los que se tiene registro tomado de las boletas de compra es el aceite lubricante, del cual se utilizaron 47.740 litros en el periodo de 2021.



MATERIALES DE ENTRADA RECICLADOS UTILIZADOS

Al ser el aceite lubricante es altamente contaminante cuando es desechado, por esto se tomaron medidas de manejo y gestión para disminuir la persistencia y la capacidad de acumulación. En **BHASSA**, los aceites que escurren del lavado de las instalaciones, **son tratados por un sistema de cámaras decantadoras que permiten separar, por diferencia de densidades, las partículas sólidas, del agua y los aceites.** Una vez separadas las sustancias, se procede a la remoción tanto de los sólidos (depositados en el

fondo) y la emulsión de aceite (ubicada en la parte superior de la cámara) a fin de ser tratados como residuos peligrosos (de la corriente Y48, Y8 e Y9). Por último, la empresa tercerizada “Franco Transporte” se encarga del retiro del material para su tratamiento, valorización y/o disposición final.

Como ejemplo de valorización de éstos desechos se puede mencionar la reutilización que se le aplica como impermeabilizantes al momento de instalar membrana asfáltica.

PRODUCTOS RECUPERADOS Y SUS MATERIALES DE EMBALAJE

En 2021, se comenzó con el proyecto de **reciclado de Airbags** cuando TOYOTA decide cambiar el inflador por modelos de Line-Up por cuestiones de seguridad generando una gran cantidad de bolsas inutilizadas. Desde **BHASSA** es

consciente de la importancia de la **Economía Circular**, por eso se desarrolló un proyecto para reciclar y reutilizar este producto confeccionando artículos como carteras, cartucheras y riñoneras.

REUTILIZACIÓN



Fig. lado izquierdo materia prima (bolsa airbags) lado derecho ejemplo de artículo final (cartera mujer)

En el desarrollo de productos y la prestación de servicios (independientemente de la actividad/rubro) se utilizan recursos y materias primas, las cuales se convierten en residuos durante las etapas del proceso productivo/modelo de negocio que se aplique, por lo que **es de vital importancia evitar y disminuir al máximo la utilización de insumos**, para de este modo realizar un aprovechamiento eficiente y sustentable, y por otro lado también, lograr una transición de una economía lineal hacia una circular, donde **los**

residuos no sean considerados desechos, sino más bien, subproductos con alto potencial de reutilización y/o reciclado. Para lograrlo, es muy importante tener definido una política de proveedores baja en carbono, un área de compras y suministros capacitada en economía circular, la aplicación de un sistema integral de gestión de residuos, un manual de procedimientos, y a los colaboradores de toda la organización formados en el sistema de gestión ambiental que se aplique en la empresa.

LIMITANTES Y PROPUESTAS DE MEJORA

El tipo y la cantidad de materiales que utiliza la organización puede indicar su dependencia de los recursos naturales y los impactos que genera en su disponibilidad. Es primordial llevar un registro de los materiales que se utilizan en la empresa para cada sector (desde repuestos, accesorios, partes de automóviles, insumos industriales, maquinaria, equipos industriales, materiales de envasado como papel, cartón y plásticos) para cada sucursal. Se propone también que, a la hora de comprar evitar compras innecesarias de insumos, principalmente si tienen fecha de caducidad (como papel, tinta, productos de limpieza e higiene) y que se opte por una opción sostenible siempre que sea posible para disminuir los impactos negativos al ambiente.

ENERGÍA

ENFOQUE DE GESTIÓN

Las actividades de las organizaciones dependen en gran medida de la energía, ya sea mediante el uso de combustible, electricidad, calefacción y otras fuentes generadoras de energía. En Argentina el mayor porcentaje de la generación de energía ha sido desarrollado a través de fuentes fósiles no renovables, lo cual, en sus procesos de transformación son las que más gases de efecto invernadero generan y contribuyen al cambio climático. Por este motivo, se destaca la importancia de un uso racional, un consumo eficiente, y el análisis de factibilidad para la generación de energías renovables.



Es tal la importancia que dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el marco de la agenda 2030 el objetivo 7 es el de garantizar una energía asequible y no contaminante. Otro objetivo muy importante que nos compete es la producción y consumo responsables dentro del objetivo 12, ya que si seguimos produciendo de la manera actual para 2050 nuestro planeta no alcanzaría para sostener el actual estilo de vida. Como empresa, es necesario encontrar nuevas formas de consumo y producción más sostenibles. Esto nos lleva al objetivo 13 de los ODS, donde la importancia de tomar acción por el clima recae fuertemente también en las organizaciones empresariales e industrias.

De lo contrario el cambio climático repercutirá no solo en la forma de vida sino también se echará a perder el avance alcanzado en el desarrollo. Esta trascendencia hizo que muchas empresas estén utilizando esta oportunidad para crecer, desarrollar y competir en el mercado innovando e invirtiendo en eficiencia energética y bajas emisiones de carbono. Es responsabilidad de las empresas promover la industrialización inclusiva y sostenible fomentando la innovación, como se destaca en el objetivo 9 de los ODS.

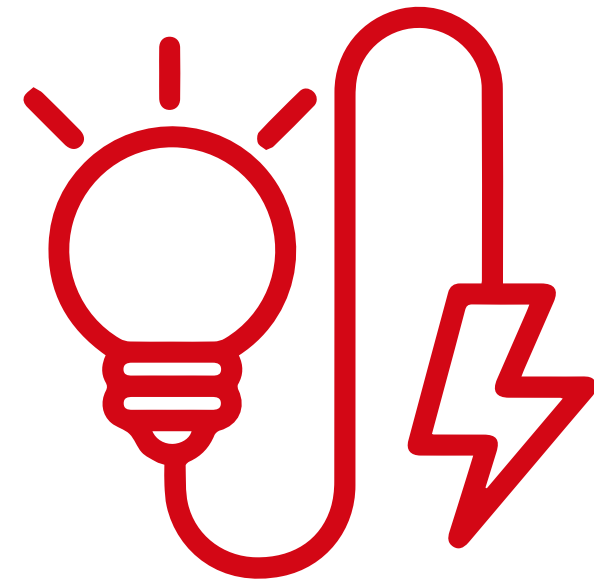
La provincia de La Pampa establece en su **Plan Estratégico de Energía** como objetivo comenzar a trabajar en una matriz autosustentable energéticamente, por ello, a través de diferentes políticas públicas de a poco se van delineando estrategias para estimular el desarrollo y la instalación de tecnología que permita la generación de energías a partir de fuente renovables (por ejemplo: sol, agua, viento y biomasa).



Bhassa es consciente del impacto que como empresa se genera energéticamente, por eso desde 2017 se empezó a registrar los consumos de la empresa para **diseñar un plan de eficiencia que logre reducir gradualmente a través de ajustes y mejoras los consumos de cada área y etapa de los procedimientos que se desarrollan internamente**. Se puede mencionar desde pequeños cambios rutinarios como apagar luces que no estén siendo usadas hasta realizar el cambio total de luces halógenas por LED.

Actualmente, por el contexto provincial y ante una realidad socioambiental apremiante, se presenta una gran oportunidad para definir un punto de partida que mejore la eficiencia energética de la empresa a través de la toma de decisiones concretas, para de ésta forma materializar la política de la organización en pos de un desarrollo sostenible

CONSUMO DE ENERGÍA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN



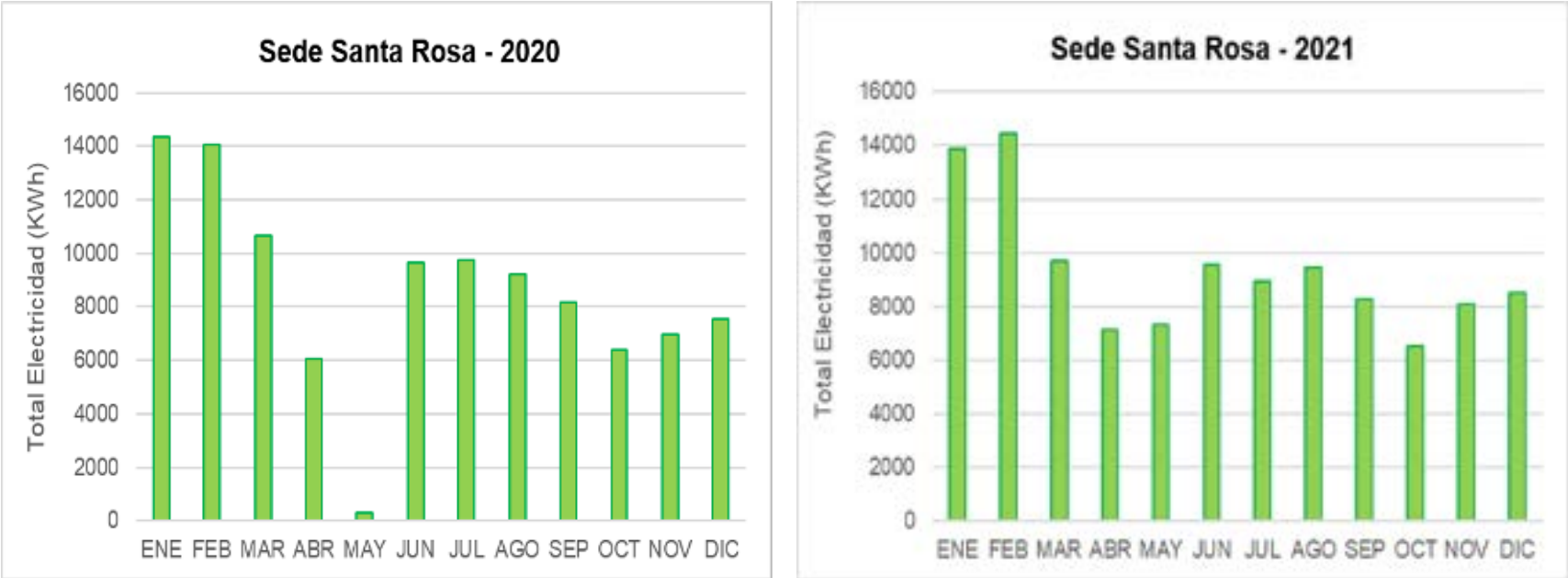
Los diferentes tipos de energía que se utilizan actualmente en la empresa **Toyota Bhassa** son energía **eléctrica, el gas y como combustible la nafta**. Las dos primeras se importan de la red de distribución, en cuanto a la nafta el consumo se realiza fuera de la organización.

A partir del año 2017 se comenzó a realizar una base de datos para monitoreo de desempeño ambiental, para el registro de consumo de electricidad y gas, se utilizan los valores obtenidos en las facturas de electricidad y gas mensuales emitidas por las empresas prestadoras del servicio.

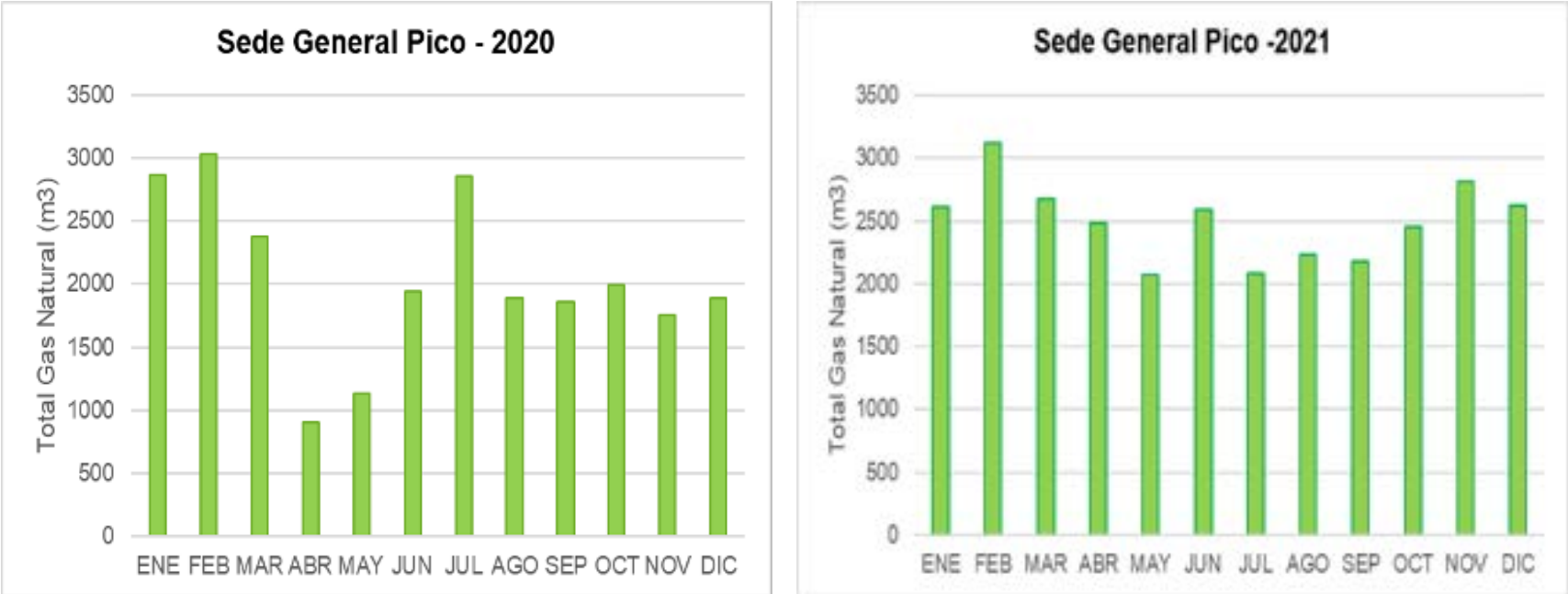
Las diferencias en los valores obtenidos en cada sede se explican por el hecho de que las tres sedes poseen diferente tamaño, principalmente en el área administrativa. En Trenque Lauquen se encuentra la sede más grande de 4.000 m², le sigue en tamaño la sede de la capital pampeana de aproximadamente 2.000 m² y la sede de menor superficie es la de General Pico de 300 m² aproximadamente.

En el año 2020, la pandemia afectó fuertemente a todas las actividades económicas de las provincias y con la cuarentena se restringió el personal en las sucursales como medida para evitar contagios masivos promoviendo el trabajo remoto. Esto explica los bajos valores en los meses de Marzo y Abril.

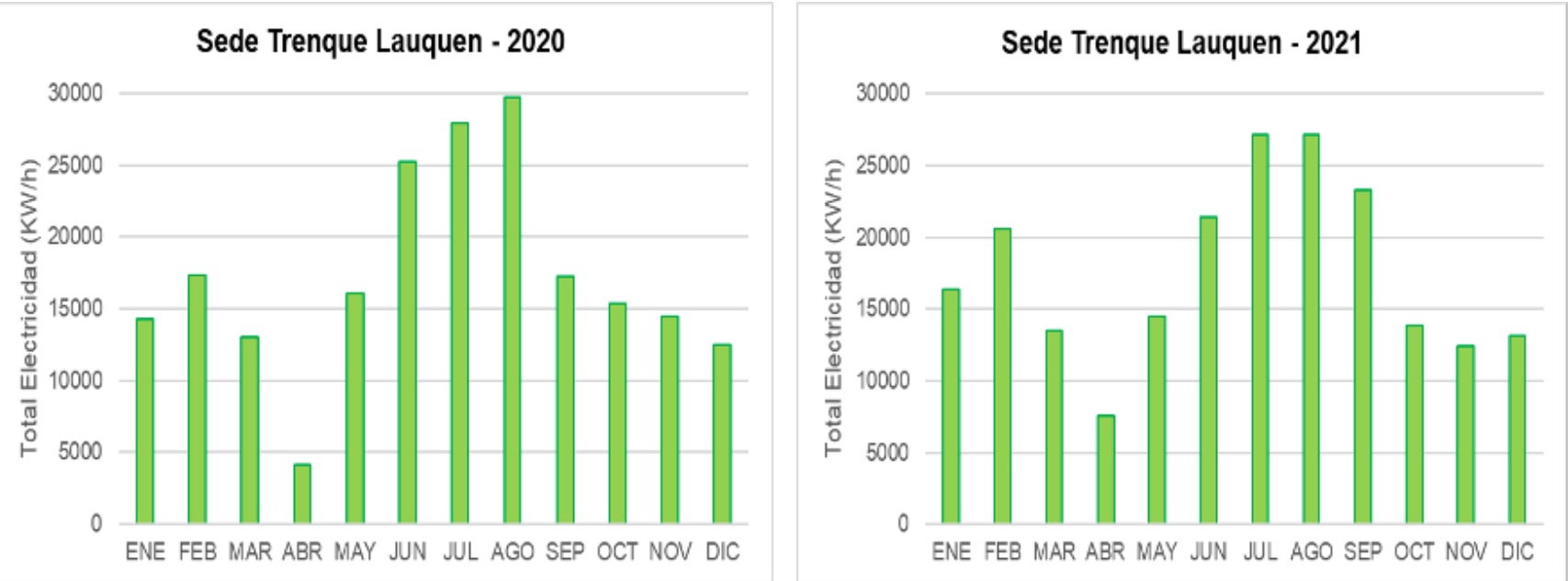
Al ser prestadores de un servicio esencial se tomaron las medidas necesarias para poder continuar con la prestación del mismo. Para esto se dividió a los empleados en dos grupos de trabajos, lo que dio como resultado mayor cantidad de horas de



Comparación del uso de energía eléctrica en cada mes del año 2020 (izquierda) y del año 2021 (derecha) en la sucursal de Santa Rosa

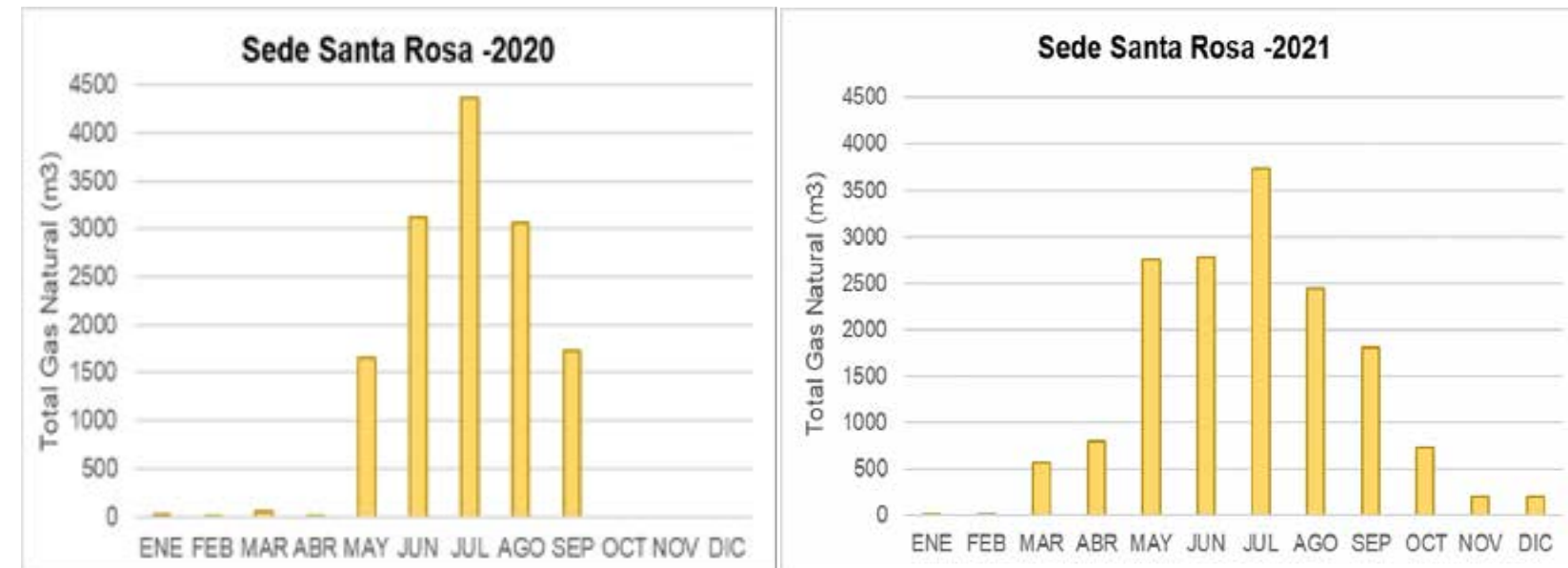


Comparación del uso de energía eléctrica en cada mes del año 2020 (izquierda) y del año 2021 (derecha) en la sucursal de General Pico

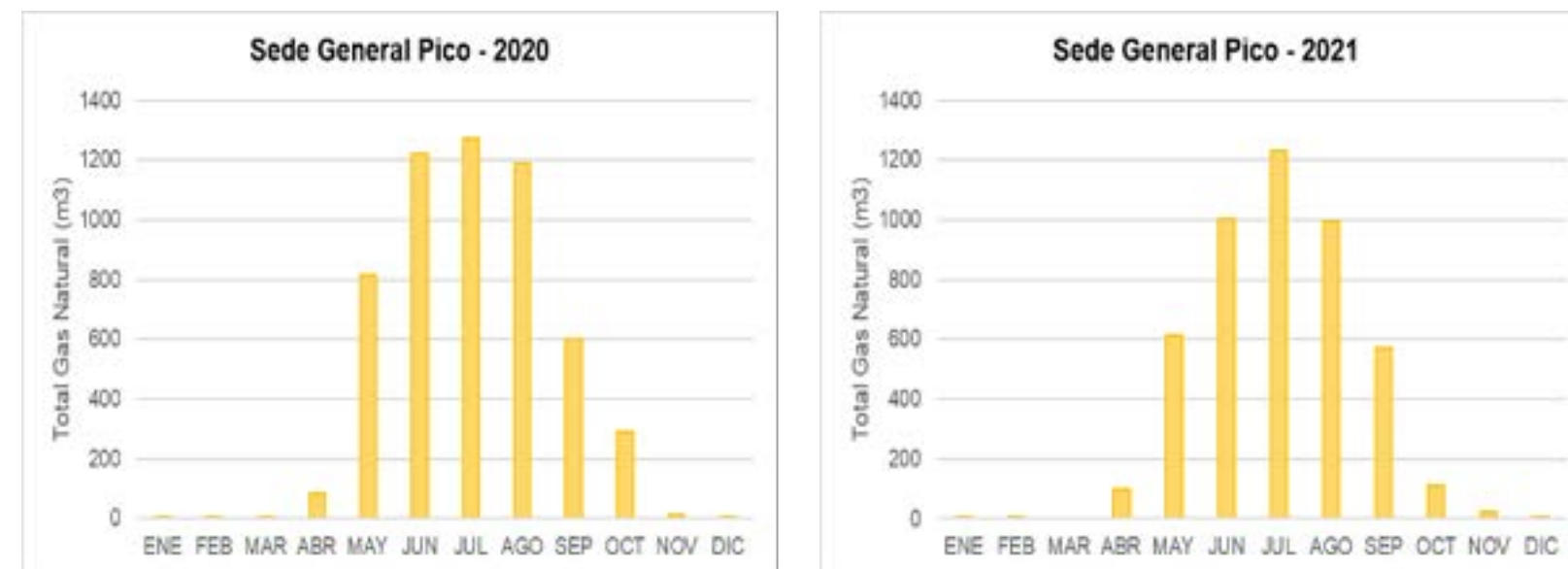


Comparación del uso de energía eléctrica en cada mes del año 2020 (izquierda) y del año 2021 (derecha) en la sucursal de Trenque Lauquen

uso de las instalaciones de la empresa. Es por esto que los valores de electricidad en el año 2020 son mayores que en el 2021 donde las jornadas laborales volvieron a la normalidad de 8h horas. Ya en este último año los valores de uso de energía eléctrica donde los valores son parecidos en todos los meses son similares, exceptuando los del verano debido a la aclimatación con aires acondicionados.



Comparación del uso de gas natural en cada mes del año 2020 (izquierda) y del año 2021 (derecha) en la sucursal de Santa Rosa



Comparación del uso de gas natural en cada mes del año 2020 (izquierda) y del año 2021 (derecha) en la sucursal de General Pico

Debido a que la utilización de gas natural no depende del uso individual del mismo, los valores de utilización en ambos años para las dos sedes que poseen acceso a esta fuente de energía son coherentes entre sí. También lo son con los equinoccios y los solsticios, aumentando el consumo en los meses de invierno y disminuyendo en las estaciones de primavera y, aún más significativamente en verano.

Dentro de las tres sucursales que administra **BHASSA**, Trenque Lauquen es la única que se encuentra en la provincia de Buenos Aires. No cuenta con suministro de gas natural debido a la gran distancia que separa a la sede de los servicios básicos. Se utiliza la electricidad para todas las actividades dentro de la sede como calefacción y cocina eléctrica.

Para realizar el cálculo de consumo energético total dentro de la organización, no se utilizó el valor de combustible consumido porque aún no se lleva un registro del mismo. Solo se sumaron los valores de consumo de electricidad y gas dentro de las sedes, ya que no se vende energía ni se obtiene energía de fuentes renovables o autogeneradas.

CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN 2021 = 352706 KW/H + 20709.3 M3 = 1269741.6 MJ + 766233 MJ = 2035974.6 MJ

CONSUMO ENERGÉTICO FUERA DE LA ORGANIZACIÓN

La nafta es el único consumo energético fuera de la organización, pero al no llevar en este año un registro del mismo no se pudieron hacer análisis.



INTENSIDAD ENERGÉTICA

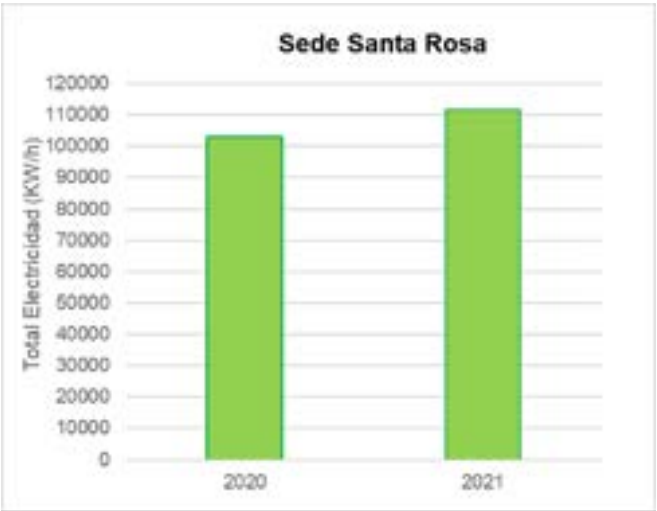
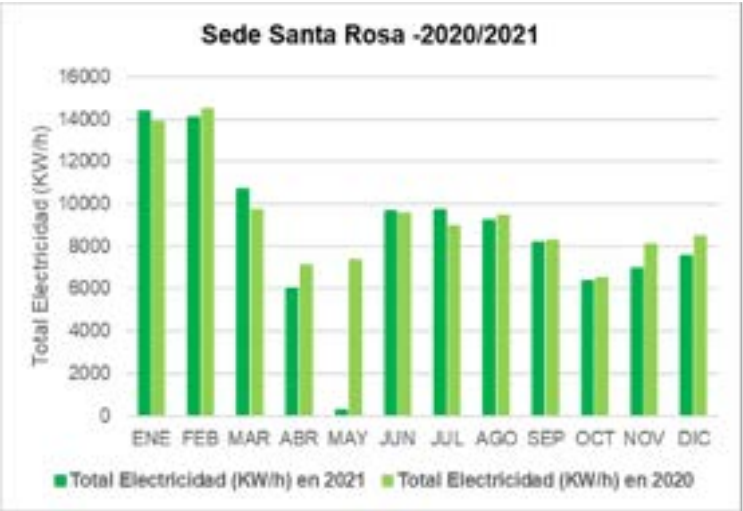
Para el cálculo de la ratio de la intensidad energética se utilizaron los parámetros de energía total utilizada de los cuales se tienen registro, se sumaron los registros de electricidad y gas natural para cada año en cada sede. Este valor se dividió por el TUS, que representa el total de unidades que ingresan al taller. Para poder realizar este cálculo se convirtieron Kilowatts Hora a Mega julios (a razón de 3.6 MJ por cada KW/h) y metros cúbicos a Mega julios (a razón de 37 MJ por cada m³).

Parámetros	Sede	2020	2021
Energía Total	Santa Rosa	934735	996538
	General Pico	291713	280146
	Trenque Lauquen	746795	759290
TUS	Santa Rosa	4909	6474
	General Pico	3035	3916
	Trenque Lauquen	4630	5219
Ratio	Santa Rosa	190	154
	General Pico	96	72
	Trenque Lauquen	161	145
Ratio Total		448	371

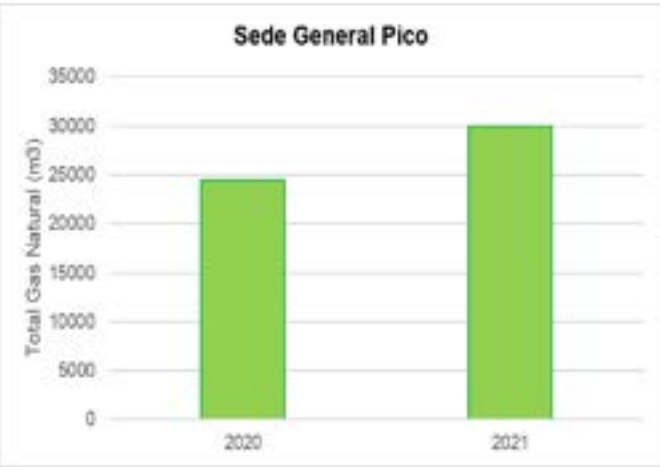
Cálculos de la energía total TUS y ratio para cada sede y total del periodo 2020 y 2021.

De esta manera se observa en el cuadro que la ratio de la intensidad eléctrica ha disminuido, por lo que podemos concluir que la empresa ha mejorado la eficiencia del uso energético por cada TUS.

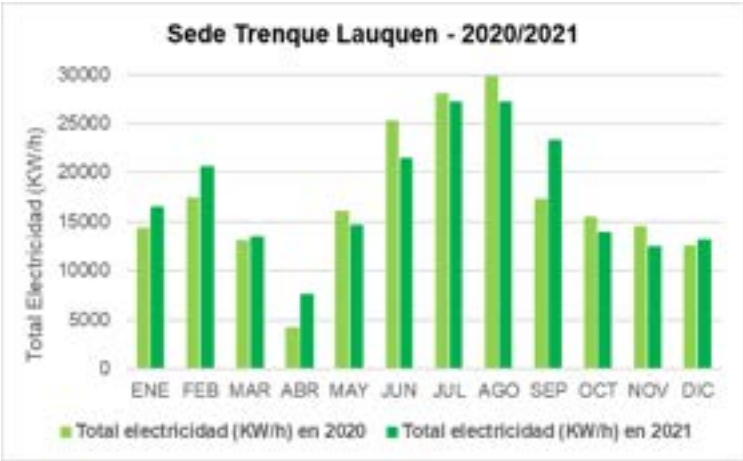
REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA



Comparación del uso de electricidad de cada mes entre el año 2020 y 2021 (izquierda) y del uso total entre el año 2020 y 2021 (derecha) en la sucursal de Santa Rosa



Comparación del uso de energía eléctrica de cada mes entre el año 2020 y 2021 (izquierda) y del uso total entre el año 2020 y 2021 (derecha) en la sucursal de General Pico



Comparación del uso de energía eléctrica de cada mes entre el año 2020 y 2021 (izquierda) y del uso total entre el año 2020 y 2021 (derecha) en la sucursal de Trenque Lauquen

Si se comparan los valores de electricidad en ambos años podemos observar que en el año 2021 son mayores, esto se debe a la situación de **COVID-19 que en 2020 produjo un descenso en la actividad de la empresa y en el año siguiente las actividades se normalizaron aumentando los consumos**. Aun así, se puede observar que el aumento en el consumo de electricidad en el año 2021 donde las actividades se normalizaron fue considerablemente poco.

Esto refleja la mejora en la eficiencia de consumo de energía dado por medidas que se comenzaron a promover como el uso responsable del consumo de energía en artefactos eléctricos, apagar luces donde no hay personal, no utilizar aires acondicionados por debajo de los 24°C, apagar equipos y computadoras cuando finaliza la jornada laboral, entre otras medidas que se empiezan a implementar en este camino de la sustentabilidad.

Los valores comparados de consumo en gas natural en el periodo del año 2020 con el año 2021 son muy similares, la diferencia entre valores no significativos entre un año y otro se puede deber a años más fríos o calurosos teniendo que hacer más o menos uso respectivamente de los suministros de gas natural en cada sede.



Consumo energético total dentro de la organización **2020:**
335008 KW/h
+ 20735.4 m3
1206028.8 MJ
+ 767195 MJ
1973223.8 MJ

Consumo energético total dentro de la organización **2021:**
352706 KW/h
+ 20709.3 m3
1269741.6 MJ
+ 766233 MJ
2035974.6 MJ

Si comparamos el consumo energético total entre el año 2020 y 2021 los valores son muy parecidos siendo un poco mayor el del último año, pero si tenemos en cuenta que también aumentó considerablemente la cantidad de vehículos que entraron a la empresa durante el año 2021, se estima que es un valor razonable para ese periodo.

SÍNTESIS

La energía es uno de los recursos no renovables más explotados y necesarios para el estilo de vida y los sistemas productivos actuales, por lo tanto, a su vez, también es uno de los factores que más contribuye al cambio climático.

Es tal su importancia, que en el marco de la Agenda 2030 el ODS 7 es el de garantizar una energía asequible y no contaminante. Otro objetivo muy importante que nos compete es la producción y consumo responsables dentro del objetivo 12, y como empresa, es necesario encontrar nuevas formas de consumo y producción más sostenibles. Esto nos lleva al objetivo 13, donde la importancia de tomar acción por el clima recae fuertemente también en las organizaciones empresariales e industrias.

Muchas empresas están utilizando esta oportunidad para crecer, desarrollar y competir en el mercado innovando e invirtiendo en eficiencia energética y bajas emisiones de carbono.

Actualmente transitamos, a nivel nacional, provincial y empresarial, un gran momento para mejorar la gestión energética y tomar acción sobre la materia, tanto a nivel individual, como colectivo, en todas las escalas y procesos para llevar a cabo la mitigación del cambio climático. Desde Bhassa somos conscientes del impacto que generamos energéticamente, por eso desde 2017 registramos los consumos de la empresa, para empezar a aplicar gradualmente acciones y medidas, dentro de las cuales podemos mencionar desde pequeños cambios rutinarios, como apagar luces que no estén siendo usadas, hasta la implementación de proyectos para la reducción y amortiguación del consumo energético de la empresa. Los diferentes tipos de energía que se utilizan actualmente en la empresa son energía eléctrica, el gas y como combustible la nafta. Las dos primeras se importan de la red de distribución, en cuanto a la nafta el consumo se realiza fuera de la organización.

En la comparación de consumos para las distintas sucursales en el período 2020 vs. 2021, las diferencias en los valores obtenidos en cada sede se explican por el hecho de que poseen diferente superfi-

cie ocupada. En Trenque Lauquen se encuentra la sede más grande, le sigue en tamaño la sede de la capital pampeana y la sede de menor superficie es la de General Pico.

En el año 2020, se restringió el personal en la sucursal como medida tomada para evitar contagios masivos promoviendo el trabajo remoto. Esto explica los bajos valores de consumo de electricidad en los meses de Marzo y Abril. Luego, se dividió a los empleados en dos grupos de trabajos, lo que dio como resultado mayor cantidad de horas de uso de las instalaciones de la empresa. Es por esto que los valores de electricidad en el año 2020, son mayores que en el 2021 ya que las jornadas laborales volvieron a ser de 8 horas. En este último año los valores de uso de energía eléctrica en todos los meses son similares, exceptuando los del verano debido a la aclimatación con aires acondicionados.

Debido a que la utilización de gas natural no depende del uso individual del mismo, los valores de utilización en ambos años para las dos sedes que poseen acceso a esta fuente de energía son coherentes entre sí. Dentro de las tres sucursales que administra Bhassa, Trenque Lauquen es la única que no cuenta con suministro de gas natural. Se utiliza la electricidad para todas las actividades dentro de la sede como calefacción y cocina eléctrica.

Para realizar el cálculo de consumo energético total dentro de la organización es de 2035974.6 MJ, no se utilizó el valor de combustible consumido porque aún no se lleva un registro del mismo. Para el cálculo de la ratio de la intensidad energética se utilizaron los parámetros de energía total utilizada de los cuales se tienen registro, se sumaron los registros de electricidad y gas natural para cada año en cada sede. Este valor se dividió por el TUS, que representa el total de unidades que ingresan al taller. La ratio de la intensidad eléctrica ha disminuido, por lo que podemos concluir que la empresa ha mejorado la eficiencia del uso energético por cada TUS.

Si se comparan los valores de electricidad en ambos años podemos observar que en el año 2021 son mayores, esto se debe a la situación de COVID-19 que en 2020 produjo un descenso en la actividad de la empresa y en el año siguiente las actividades se normalizaron aumentando los consumos. Aun así, se puede observar que el aumento en el consumo de electricidad en el año 2021 donde las actividades se normalizaron fue considerablemente poco. El consumo total fue apenas mayor en 2021 que en 2020 y esto se explica porque aumentó considerablemente la cantidad de vehículos que entraron a la empresa durante el último año.

Esto refleja la mejora en la eficiencia de consumo de energía dado por medidas que se comenzaron a promover como el uso responsable del consumo de energía en artefactos eléctricos, apagar luces donde no hay personal, no utilizar aires acondicionados por debajo de los 24°C, apagar equipos y computadoras cuando finaliza la jornada laboral, entre otras medidas que se empiezan a implementar en este camino de la sustentabilidad.

LIMITANTES Y PROPUESTA DE MEJORA

La eficiencia en la energía de la empresa se puede seguir reforzando llevando un registro estructurado de los diferentes tipos de energía que se utilizan tanto dentro como fuera de la sede (combustible, electricidad, gas natural) y discriminarlas por área de la empresa para un mejor monitoreo y puntos de mejoras. Registrar los procesos de transformación y realizar un plan de acondicionamiento de equipos que consuman energía para evaluar en el tiempo el correcto funcionamiento y consumo de energía. Para lo cual se puede desarrollar un diagnóstico de eficiencia energética y detectar puntos de mejora. Siempre es importante capacitar al personal, en este caso con el fin de que realicen un uso eficiente de la energía.

AGUA Y EFLUENTES

ENFOQUE DE GESTIÓN

Si bien la escasez de agua es una problemática global de larga data, en Argentina debido a la falta de toma de decisiones y de gestión para un mejor uso y manejo del recurso hídrico, la situación ha empeorado con el paso de los años. Ante este panorama, actualmente es un tema presente en la agenda de muchas empresas, organizaciones e instituciones, incluyendo a la ONU, que estableció como uno de sus Objetivos de Desarrollo Sostenible prioritarios, el acceso a agua limpia, segura y asequible para la población mundial, en su Agenda 2030.



El estrés hídrico está aumentando en todas partes debido al calentamiento global, esto trae fenómenos aparejados como la sequía y la desertificación que cada vez son más frecuentes. El agua potable nunca fue un recurso abundante y este contexto solo empeora la situación. Es por esto que es importante trabajar sobre el manejo del agua en forma conjunta y transversal a todos los sectores y escalas posibles.



La empresa cuenta con tres sucursales, dos de ellas se encuentran en la provincia de La Pampa, en Santa Rosa la sede central, una sucursal administrativa en General Pico, y la tercera en la localidad de Trenque Lauquen, al oeste de la provincia de Buenos Aires.

La provincia de Buenos Aires se encuentra dentro de la Región Pampeana que se caracteriza por tener un régimen hídrico húmedo a subhúmedo. Trenque Lauquen se encuentra al oeste de la provincia, en una zona de características húmedas, teniendo precipitaciones que oscilan alrededor de los 800 mm anuales.

La provincia de La Pampa, sin embargo, vive una realidad diferente ya que gran parte de su territorio se encuentra en una zona semiárida donde el agua es la justa y necesaria para todos los seres vivos. Nuestra provincia, además, tiene como principal reserva hídrica a los acuíferos, una fuente de agua subterránea que es muy vulnerable a la sobreexplotación y a la contaminación por infiltración de efluentes generados a causa de la actividad del ser humano.



En La Pampa, las precipitaciones descienden en sentido este-oeste, estando las mayores precipitaciones al noreste de la provincia. Tanto Gral Pico como Santa Rosa se encuentran en una zona subhúmeda a seca, pero la capital está más al suroeste y por lo tanto teniendo menos precipitaciones que Gral Pico.

Puntualmente en el caso de la ciudad de Santa Rosa posee dos fuentes de abastecimiento de agua potable: un sistema de perforaciones que está constituido por un mínimo porcentaje de perforaciones en desuso y otras que se abastecen de acuíferos de la localidad de Anguil, y, por otro lado, el acueducto del Río Colorado que transporta agua desde una planta potabilizadora que se encuentra al sur de la provincia, hasta la ciudad capital.

La estabilidad, estructura y funcionalidad de nuestro planeta depende del uso que el ser humano le dé a los recursos naturales y a los bienes y servicios que los ambientes nos proveen. Por lo tanto, es muy importante que las buenas prácticas se lleven a cabo tanto en el ámbito público, como privado. La materialidad definida por Toyota Argentina para su red de concesionarios está enmarcada bajo distintos programas como el Programa de Negocios Competitivos GRI, y toma como referencia otros programas de Responsabilidad Social Empresaria, junto con los compromisos de Toyota Motor Corporation asociados a la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Toyota Bhassa también se rige mediante estos estándares, y apunta particularmente en este eje temático a cumplir con los siguientes objetivos de desarrollo sostenible:



De esta manera, que la empresa haga un consumo eficiente y consciente del agua, que reutilice el agua de lluvia y tenga en funcionamiento un sistema de tratamiento de efluentes para lograr un vertido de mejor calidad, impacta de manera directa en los ODS 6, 12 y también con el 9 debido a la infraestructura implementada. Además, al desechar un efluente de buena calidad se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera lo cual cumple con las metas del ODS 13, teniendo un impacto positivo en el calentamiento global.

La empresa es consciente del efecto que tiene en el recurso hídrico y en la generación de efluentes y por eso aspira a hacer un consumo cada vez más eficiente y a seguir mejorando todo lo que pueda el tratamiento de efluentes para mitigar el impacto sobre éste y otros recursos relacionados.



INTERACCIÓN CON EL AGUA COMO RECURSO COMPARTIDO

El principal impacto de ésta empresa sobre el agua es su extracción y la alteración de su calidad. El consumo o extracción se lleva a cabo mediante perforaciones en todas las sucursales, pero, particularmente, en la sucursal de Trenque Lauquen está en práctica un sistema de cañerías y cisternas que permiten recopilar de los techos el agua de la lluvia y reutilizarla en el lavadero, para disminuir el uso de agua de perforación o complementarla. La alteración de la calidad del agua es mayormente generada en los lavaderos de los concesionarios por el uso de detergentes, aceites y otras sustancias químicas. Es importante destacar que la sucursal de General Pico no cuenta con lavadero, por lo que el consumo de agua es sólo por parte de la administración.

Desde **BHASSA** se llevan a cabo acciones con el fin de mejorar la gestión y la responsabilidad en el uso del recurso: registro de consumo de agua, utilización de una medida standard de detergente para lavar los vehículos, filtrado de aguas residuales del lavadero, limpieza periódica de las cámaras de filtrado y capacitaciones anuales al personal en temas relacionados.

GESTIÓN DE LOS IMPACTOS RELACIONADOS CON LOS VERTIDOS DE AGUA

Particularmente para el manejo de los lavaderos, cada uno posee un sistema de cámaras que permite separar el barro, aceite y demás contaminantes del agua. Este consiste en un triple filtrado del agua residual.

De manera mensual o semestral se lleva a cabo una limpieza de las cámaras de tratamiento de aguas residuales del lavadero y de forma anual se realiza un análisis de dichos efluentes para asegurar que no estén contaminados. En el año 2021 los análisis de efluentes para Trenque Lauquen arrojaron resultados positivos encontrándose los parámetros dentro de los valores de referencia que permite la normativa, mientras que en el caso de Santa Rosa los valores de DBO5 Y DQO registraron un aumento respecto al año anterior, y no cumplen con los valores permitidos por la normativa local.

Analito	Concentración (Result. Analítico)	Método o norma utilizada	Límite de cuantificación del método	Ref. s/ Ley 1914. Dec N° 2793/06. Pcia de La Pampa
pH	7,6	SM 4500 B	0,01 UpH	6,5 – 10
Temperatura	< 45	SM 2550 B	0,1	< 45
SS 10 min.	Ausente	SM 2540	0,1 ml/l	Ausente
SS 2 hs	1,2 mg/l	SM 2540	0,1 ml/l	< 1.0
DBO ₅	171,2 mg/l	SM 5210 B	2 mg/l	< 50 mg/l
DQO	354,2 mg/l	SM 5220 D	15 mg/l	< 250 mg/l
SSEE	1,41 mg/l	SM 5520 B	1 mg/l	< 50
SAAM (Detergentes)	0,77 ml/l	SM 5540	0,03 ml/l	< 2
Cromo Total	< 0,05 mg/l	SM 3500 Cr B	0,05 mg/l	< 0,5
Mercurio	ND	SM 3500 Hg B	0,05 mg/l	< 0,005
Arsénico Total	0,024 mg/l	GUTZEI	0,010 mg/l	< 0,5
Plomo	<0.05 mg/l	SM 3120 Pb B	0,05 mg/l	< 0,5
Nitrógeno Total	13,4 mg/l	SM 4500 NTK	3 mg/l	< 15
Nitrógeno Amoniacal	5,83 mg/l	SM 4500 NH3 C	0,2 mg/l	< 25
Nitrógeno Orgánico	9,12 mg/l	SM 4500 N	0,03 mg/l	< 10
Fósforo Total	1,02 mg/l	METAVANADATO	0,05mg/l	< 10
Coliformes Totales	440 NMP/100 ml	SM 9221	3 NMP/100 ml	5000
Coliformes Fecales	120 NMP/100 ml	SM 9221	3 NMP/100 ml	20000
Sulfuros	ND	SM 4500 S	0,03 mg/l	< 1,0
Hidrocarburos Totales	2,41 mg/l	SM 5520 F	1 mg/l	< 50
Fenoles Totales	ND	SM 5530	0,03 mg/l	< 0,5
Cianuro	ND	SM 4500 CN	0,1 ppm	< 0,1
Cloro Residual Total	< 0,03 mg /l	SM 4500 CLG	0,03 mg/l	< 0,5

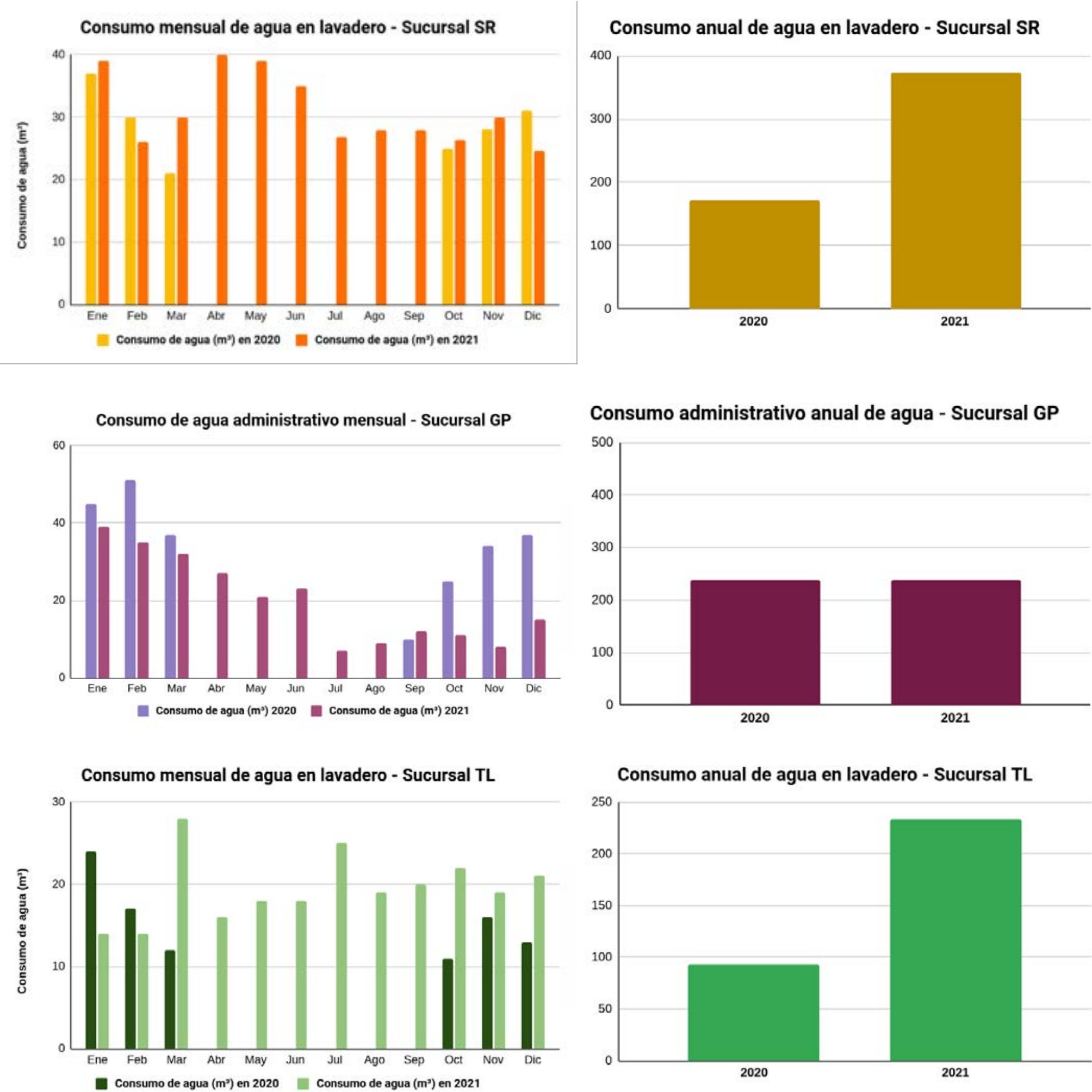
Analito	Concentración (Result. Analítico)	Método o norma utilizada	Límite de cuantificación del método	Resoluc. Prov. De Buenos Aires 336/03
pH	7,33	SM 4500 B	0,1 UpH	7-10
Temperatura	< 40	SM 2550 B	0,1	< 45
SS 10 min.	Ausente	SM 2540	0,1 ml/l	Ausente
SS 2 hs	1,2 mg/l	SM 2540	0,1 ml/l	< 5
DBO ₅	85 mg/l	SM 5210 B	2 mg/l	< 200 mg/l
DQO	179,4 mg/l	SM 5220 D	15 mg/l	< 700 mg/l
SSEE	< 1 mg/l	SM 5520 B	1 mg/l	< 50
SAAM (Detergentes)	0,77 ml/l	SM 5540	0,03 ml/l	< 10
Cromo Total	< 0,05 mg/l	SM 3500 Cr B	0,05 mg/l	< 2
Mercurio	ND	SM 3500 Hg B	0,05 mg/l	< 0,02
Arsénico Total	0,02 mg/l	GUTZEI	0,010 mg/l	< 0,5
Plomo	< 0,05 mg/l	SM 3120 Pb B	0,05 mg/l	< 1
Nitrógeno Total	10,43 mg/l	SM 4500 NTK	3 mg/l	< 105
Nitrógeno Amoniacal	3,21 mg/l	SM 4500 NH3 C	0,2 mg/l	< 75
Nitrógeno Orgánico	7,41 mg/l	SM 4500 N	0,03 mg/l	---
Fósforo Total	0,77 mg/l	METAVANADATO	0,05mg/l	< 10
Coliformes Totales	240 NMP/100 ml	SM 9221	3 NMP/100 ml	---
Coliformes Fecales	60 NMP/100 ml	SM 9221	3 NMP/100 ml	20000
Sulfuros	ND	SM 4500 S	0,03 mg/l	< 2,0
Hidrocarburos Totales	1,12 mg/l	SM 5520 F	1 mg/l	< 30
Fenoles Totales	ND	SM 5530	0,03 mg/l	< 2
Cianuro	ND	SM 4500 CN	0,1 ppm	< 0,1
Cloro Residual Total	< 0,03 mg /l	SM 4500 CLG	0,03 mg/l	NE

Los efluentes de aceite se tratan como residuos peligrosos, por lo que se disponen en contenedores especiales para su recolección y almacenamiento. El separador de aceite y agua se revisa mensualmente y, cada seis meses se lo somete a un proceso de limpieza para retirar los restos de aceite y barro acumulado, excepto en la sucursal de Trenque Lauquen donde se limpian mensualmente.



Cámaras de separación por triple filtrado del agua, aceite y barros

CONSUMO DE AGUA



A partir de estos gráficos podemos observar que en el año 2021 el consumo de agua fue mayor para las sucursales con lavadero y se mantuvo igual para las sucursales administrativas. Para comparar estos períodos (2020 vs. 2021) debemos tener presente el contexto epidemiológico que se atravesó en 2020. Por los protocolos COVID y el aislamiento social obligatorio, durante el intervalo Abril-Septiembre de 2020 la asistencia del personal era en grupos reducidos y no se realizaban lavados de vehículos, mientras que en el 2021, el retorno a la presencialidad fue progresivo, estando atado al número de casos de COVID-19 y eso fue dando lugar a un funcionamiento normal de las concesionarias.

En el caso de Gral Pico, podemos observar que los valores comparativos anuales son iguales. Si tenemos en cuenta que, durante 2020, hubo al menos 6 meses donde el personal concurrió de forma reducida a la planta, podemos decir que el consumo durante 2021 fue más eficiente ya que hubo personal trabajando durante todo el año.

En el caso de Santa Rosa, el consumo de 2021 duplicó al del período anterior lo cual no representaría un problema ya que, en el período anterior si el funcionamiento hubiera sido normal, probablemente el consumo habría arrojado valores similares. Sin embargo, en Trenque Lauquen el consumo aumentó casi el triple de volumen respecto del año anterior.

SÍNTESIS

La escasez de agua es una problemática global que ha ido en aumento gracias a la actividad antrópica y el calentamiento global. El agua potable nunca fue un recurso abundante, es por esto que es importante trabajar sobre el manejo del agua en forma conjunta y transversal. **Toyota BHASSA** se rige mediante estándares internacionales como lo son los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por lo que llevar a cabo un consumo eficiente del agua, reutilizar el agua de lluvia y tener un sistema de tratamiento de efluentes se vincula directamente con las metas de los ODS 6, 12 y 9. Si también tenemos en cuenta que al desechar un efluente de buena calidad se reducen las emisiones de dióxido de carbono a la atmósfera, esto cumple con parte de las metas del ODS 13, teniendo un impacto positivo en el calentamiento global.

El impacto sobre los recursos hídricos se da en los lavaderos por la presencia de aceites, detergentes, barro y otras sustancias. Aquí, el agua utilizada se somete a un triple filtrado para separar los barros y aceites del agua, obteniendo un vertido cloacal de

buena calidad y disponiendo el efluente de aceites en contenedores especiales de residuos peligrosos.

En el año 2021 el consumo de agua fue mayor para las sucursales con lavadero y se mantuvo igual para las sucursales administrativas. La sucursal de Gral. Pico puede haber tenido un manejo más eficiente durante el último período y por eso mantuvo el consumo. Santa Rosa duplicó su consumo en lavadero, pero también tuvo un funcionamiento normal durante todo el año por lo cual no representa un problema, mientras que Trenque Lauquen tuvo un aumento desmedido en comparación al período anterior.

Si bien en la empresa se aplican buenas prácticas respecto al uso del agua, consideramos que hay algunos aspectos a mejorar: el consumo debe abarcar todos los usos dentro de las sucursales. Además del uso en lavadero, debe contabilizarse el consumo de agua potable por parte del personal, aclarando si el mismo es mediante bidones de agua mineral, agua de perforación o de red y de ser posible aclarando medidas volumétricas.

Se deben establecer métricas más precisas. Sería muy útil que el dato de consumo de agua en los lavaderos esté estimado por vehículo, asociado al total de vehículos lavados. De esta manera, el análisis de los datos es mucho más sencillo y más cercano a la realidad de consumo. También facilitaría establecer metas a corto plazo para reducir el volumen de agua utilizado por vehículo, si fuera necesario. Para obtener un efluente que responda a los límites de vuelco permitidos por ley se sugiere realizar una limpieza mensual de las cámaras de filtrado en la sucursal de Santa Rosa.

Teniendo en cuenta el contexto hídrico de La Pampa, es recomendable que la sede central que posee lavadero, y que también se abastece de agua subterránea, aproveche el triple filtrado implementado, que asegura la generación de un efluente libre de barros y aceites y de buena calidad físico-química, y reutilice este volumen de agua. En la sucursal de Trenque Lauquen sugerimos revisar el sistema de cañerías y distribución para asegurar que no haya pérdidas, e instruir al personal para que ejecute un uso racional y eficiente del agua en cada lavado.

Para las dos sucursales geolocalizadas en La Pampa, se debe gestionar el permiso de aprovechamiento de agua subterránea en la Secretaría de Recursos Hídricos, quien oficia de Autoridad de aplicación en la provincia.

BIODIVERSIDAD

La biodiversidad es la variedad de seres vivos que existen en el planeta, las relaciones que tienen entre sí y con el medio que las rodea. Como recurso natural tiene dos perspectivas que la construyen como tal: la biológica y la cultural.

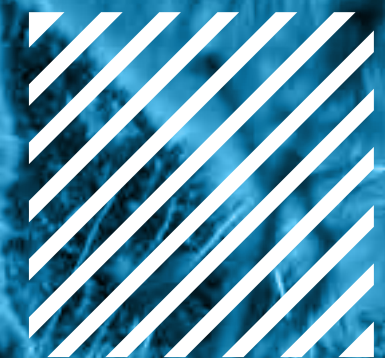
Comprende tanto la diversidad genética, de especies (animales, plantas, hongos y microorganismos), de poblaciones y de ecosistemas, como la de los múltiples procesos culturales que en diferentes épocas y contextos han caracterizado la relación del ser humano con su entorno natural. La biodiversidad es el sustento de gran parte de las actividades humanas ya que provee bienes como: materias primas, agua, alimentos, medicamentos, entre otros. Y por otro lado también aporta servicios, más conocidos como servicios ecosistémicos o ambientales, que poseen su nombre por estar vinculados a la funcionalidad de los ecosistemas, por ejemplo: la regulación del clima, la fijación de dióxido de carbono, amortiguación de inundaciones, descomposición de residuos, etc.

El cambio climático y la pérdida de biodiversidad están interconectados ya que este fenómeno modifica la regulación y estructura propia de los ecosistemas, y por lo tanto, su funcionalidad. Esto a su vez, potencia las causas del calentamiento global. La UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza) estima que alrededor del 25% de las especies de Argentina se encuentran bajo amenaza de extinción.



En La Pampa, si bien no se estima un porcentaje concreto, se sabe que parte de la biodiversidad se encuentra en peligro también.

Puma Pampeano



Especie	Familia
Adesmia lihuelensis Burkart	Fabaceae
Bromus bonariensis Parodi & J. A. Cámara	Poaceae
Bromus parodii Covas & Itria	Poaceae
Cynodon laeviglumis Caro & E. A. Sánchez	Poaceae
Flourensia hirtissima S. F. Blake	Asteraceae
Gaillardia cabreræ Covas	Asteraceae
Grindelia covasii Bartoli & Tortosa	Asteraceae
Haplopappus mendocinus Tortosa & A. Bartoli	Asteraceae
Lupinus aureonitens Gillies	Fabaceae
Prosopis castellanosii Burkart	Fabaceae

Listado de especies de flora amenazadas en La Pampa.

Peces	Odontesthes hatcheri - Pejerrey Patagónico
Peces	Diplomystes cuyanus - Otuno o Bagre Aterciopelado
Peces	Hatcheria macraei - Bagre anguila o Del Torrente
Anfibios	Ceratophrys ornata - Escuerzo grande
Reptiles	Chelonoidis donosobarrosi - Tortuga terrestre patagónica
Reptiles	Chelonoidis chilensis - Tortuga terrestre
Aves	Rhea pennata - Choique
Aves	Chloephaga rubidiceps - Cauquén Colorado
Aves	Buteogallus coronatus - Águila coronada
Aves	Gubernatrix cristata - Cardenal amarillo
Aves	Sturnella deffilippi - Loica pampeana
Aves	Rallus antarcticus - Gallineta chica
Aves	Pluvianellus socialis - Chorlito ceniciento
Mamíferos	Lama guanicoe - Guanaco
Mamíferos	Tympanotomys barrerae - Rata vizcachas colorada
Mamíferos	Ozotoceros bezoarticus - Venado de las pampas

Listado de especies de fauna amenazadas en La Pampa.

En la provincia de Buenos Aires, no hay datos precisos sobre las especies en peligro, pero por ser un territorio donde es imponente el cambio en el uso de la tierra, con modelos de agricultura y ganadería tradicionales y extraccionistas, y el establecimiento de grandes urbes junto con diferentes fábricas e industrias, se presume que el porcentaje de especies amenazadas o en peligro es alto.

La materialidad definida por Toyota Argentina para su red de concesionarios está enmarcada bajo distintos programas como el Programa de Negocios Competitivos GRI, y toma como referencia otros programas de Responsabilidad Social Empresarial, junto con los compromisos de Toyota Motor Corporation asociados a la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. **Toyota BHASSA** también se rige mediante estos estándares, así, su participación proyectos que fomentan el cuidado de los ecosistemas y que invitan a la reflexión de los consumidores, impacta directamente en los ODS 12, 13, 14 y 15.



La empresa en 2021 no estableció métricas relacionadas a su impacto sobre la biodiversidad, sin embargo, está involucrada en algunos proyectos y programas que fomentan la conservación de la misma y al mismo tiempo ayudan a la educación y concientización ambiental.

En cada entrega de vehículos 0km los concesionarios entregaron plantines de especies nativas a los clientes en bolsas reutilizables y además, llevan a cabo el programa **“Bosques Dispersos”** para reforestar el bosque de caldén pam-



peano, enmarcado dentro del programa “**Sembrando Futuro**”, donde se busca sensibilizar a la sociedad sobre la problemática de los incendios y la tala indiscriminada de árboles, y promover acciones vinculadas a la posibilidad de sumar voluntades a partir de promover acciones para mitigar el impacto y profundización de esta problemática.

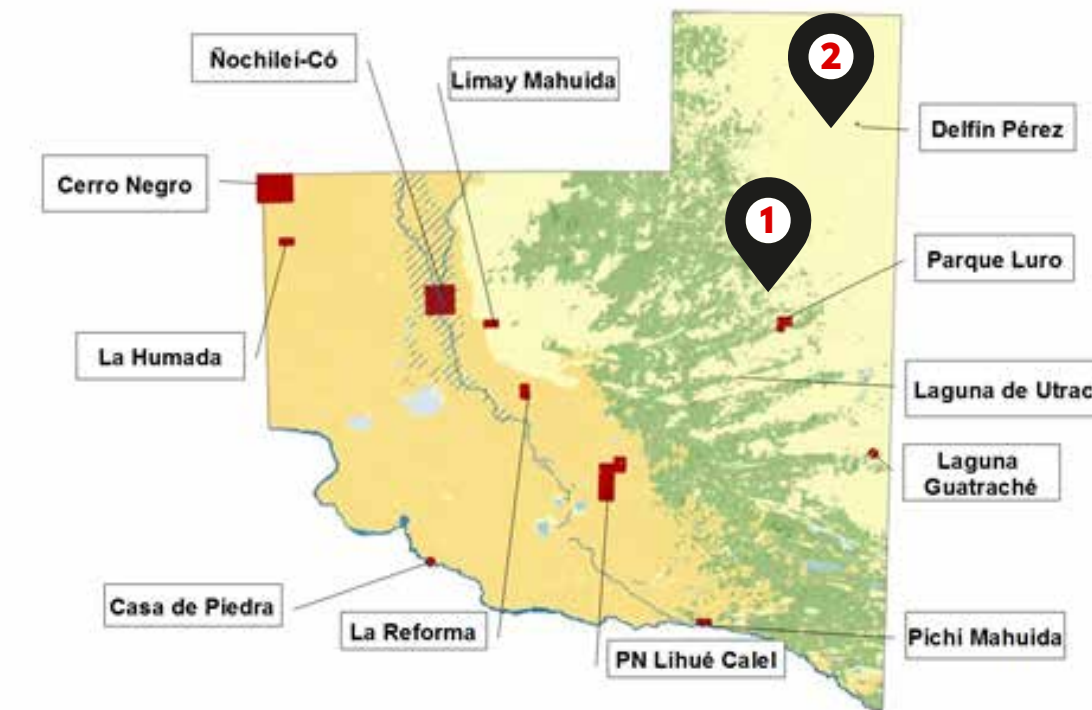


El Caldenal es un ecosistema único en el mundo, ya que su especie dominante (el caldén) a diferencia de la mayoría de sus parientes, forma extensos bosques. Es un árbol robusto, que puede alcanzar los doce metros de altura y un diámetro de hasta dos metros. Sus raíces poseen un amplio sistema pedicular que se extiende por muchos metros en forma superficial y le permite absorber toda la humedad disponible, tan escasa en donde habita. Este es un aspecto clave ya que la fisonomía de esta especie es un actor clave que nos permite tener nuestros acuíferos.

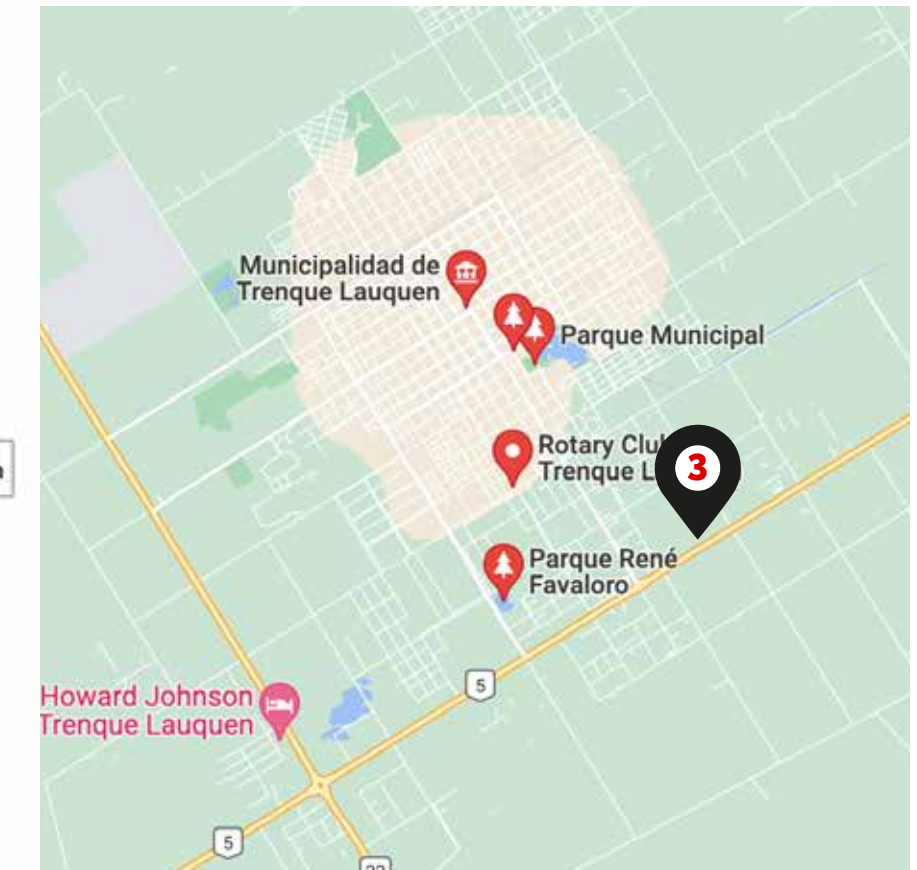
Históricamente la explotación de los bosques nativos se realizó con un criterio puramente extractivo y la intensidad de los procesos de tala fue aumentando acorde a la modernización. La construcción de la línea ferroviaria fue la más determinante. La administración de los ferrocarriles oficiales estaba unida a las continuas licitaciones para la provisión de leña. A medida que transcurría el tiempo se iba haciendo más escasa, y se intensificaba la explotación no sólo en las cercanías de la traza ferroviaria sino en lugares más alejados. Por otro lado, el avance de la frontera agropecuaria y la alteración en el ciclo de incendios naturales también provocaron efectos negativos en las formaciones boscosas. El bosque de caldén es endémico de Argentina y es un símbolo de la geografía cultural pampeana. Inevitablemente, la presencia del ser humano modifica los ecosistemas de los que forma parte, pero la importancia radica en que aún se pueden tomar decisiones que contribuyan a conservar la diversidad.

CENTROS DE OPERACIONES EN PROPIEDAD, ARRENDADOS O GESTIONADOS UBICADOS DENTRO DE O JUNTO A ÁREAS PROTEGIDAS O ZONAS DE GRAN VALOR PARA LA BIODIVERSIDAD FUERA DE ÁREAS PROTEGIDAS

Ninguna de las sucursales de la empresa está ubicada dentro de áreas protegidas ni junto a ellas. Tampoco en zonas de gran valor para la biodiversidad, de hecho, todas ellas se encuentran en zonas urbanas o periurbanas en el caso de la sucursal de Trenque Lauquen que se ubica sobre la vera de la Ruta Nacional N°5.



Vista aérea de la provincia de La Pampa con todos sus parques.



Vista aérea de la ciudad de Trenque Lauquen con todos sus parques.



IMPACTOS SIGNIFICATIVOS DE LAS ACTIVIDADES, LOS PRODUCTOS Y LOS SERVICIOS EN LA BIODIVERSIDAD

El principal impacto, aunque sea leve, de la empresa sobre la biodiversidad es la contaminación:

PAISAJÍSTICA

En el caso de la sucursal de Trenque Lauquen porque interfiere con el paisaje natural que se observa a los alrededores de la ruta

ACÚSTICA

Por las maquinarias que funcionan en los talleres

LUMÍNICA

Por las luminarias led que se mantienen prendidas durante la jornada laboral

ATMOSFÉRICA

Por las emisiones de GEI (gases de efecto invernadero) que produce tanto la maquinaria, como los vehículos dentro y fuera de la concesionaria una vez que son vendidos, y también por el uso de energía durante la noche con equipos de computadora y otros electrónicos que quedan prendidos.

Tanto la contaminación acústica, lumínica y atmosférica tienen un impacto directo en la biodiversidad generando un desplazamiento o una adaptación a estos disturbios.

SÍNTESIS

La pérdida de biodiversidad es en gran parte consecuencia del cambio climático ya que este fenómeno modifica la regulación y estructura de los ecosistemas, y por ende, su funcionalidad y los bienes y servicios que los mismos nos brindan. Esto a su vez, potencia las causas del calentamiento global y afecta nuestra calidad de vida y la de otros seres vivos. Argentina posee el 25% de su biodiversidad bajo amenaza o peligro de extinción, y si bien La Pampa y Buenos Aires no tienen porcentajes definidos no están exentos de este contexto problemático. A pesar no contar con métricas para medir o estimar los impactos reales sobre este recurso, Toyota Bhassa se rige mediante estándares internacionales como lo son los Objetivos de Desarrollo Sostenible, bajo este eje la participación de Bhassa en proyectos como “Bosques Dispersos”, que fomenten el cuidado de los ecosistemas y que inviten a la reflexión de los consumidores, impacta directamente en los ODS 12, 13, 14 y 15.

A pesar de que ninguna de las sucursales está ubicada dentro de áreas protegidas, ni junto a ellas o en zonas de gran valor por su biodiversidad, esto no impide el principal impacto por parte de la empresa en el recurso: la contaminación paisajística puntualmente en Trenque Lauquen, acústica por los ruidos de las maquinarias de taller, lumínica debido a las luminarias led encendidas durante la jornada laboral y atmosférica por las emisiones de GEI que produce la maquinaria, los vehículos dentro y fuera de la concesionaria una vez que son vendidos, y el uso de energía durante la noche con equipos de computadora y otros electrónicos que quedan prendidos. Todo esto tiene impacto directo en la biodiversidad generando un desplazamiento o una adaptación a estos disturbios.



LIMITANTES Y PROPUESTA DE MEJORA

La biodiversidad es el pilar fundamental que mantiene a los ecosistemas sanos, en equilibrio y funcionales. **Los ecosistemas completos nos brindan bienes y servicios ambientales de mejor calidad, y por lo tanto una mejor calidad de vida.** Aunque la empresa tiene vinculación con programas de fomento, educación ambiental y soporta actividades de investigación, creemos que hay cosas que pueden mejorarse.

En forma prioritaria, se debe establecer objetivos relacionados al cuidado/conservación de la biodiversidad teniendo en cuenta qué aportes puede hacer la empresa para mitigar impactos propios o de terceros (por ej, seguir auspiciando campañas de investigación, proyectos de conservación, campañas de educación ambiental, brindar capacitaciones al personal relacionadas con este aspecto, etc).

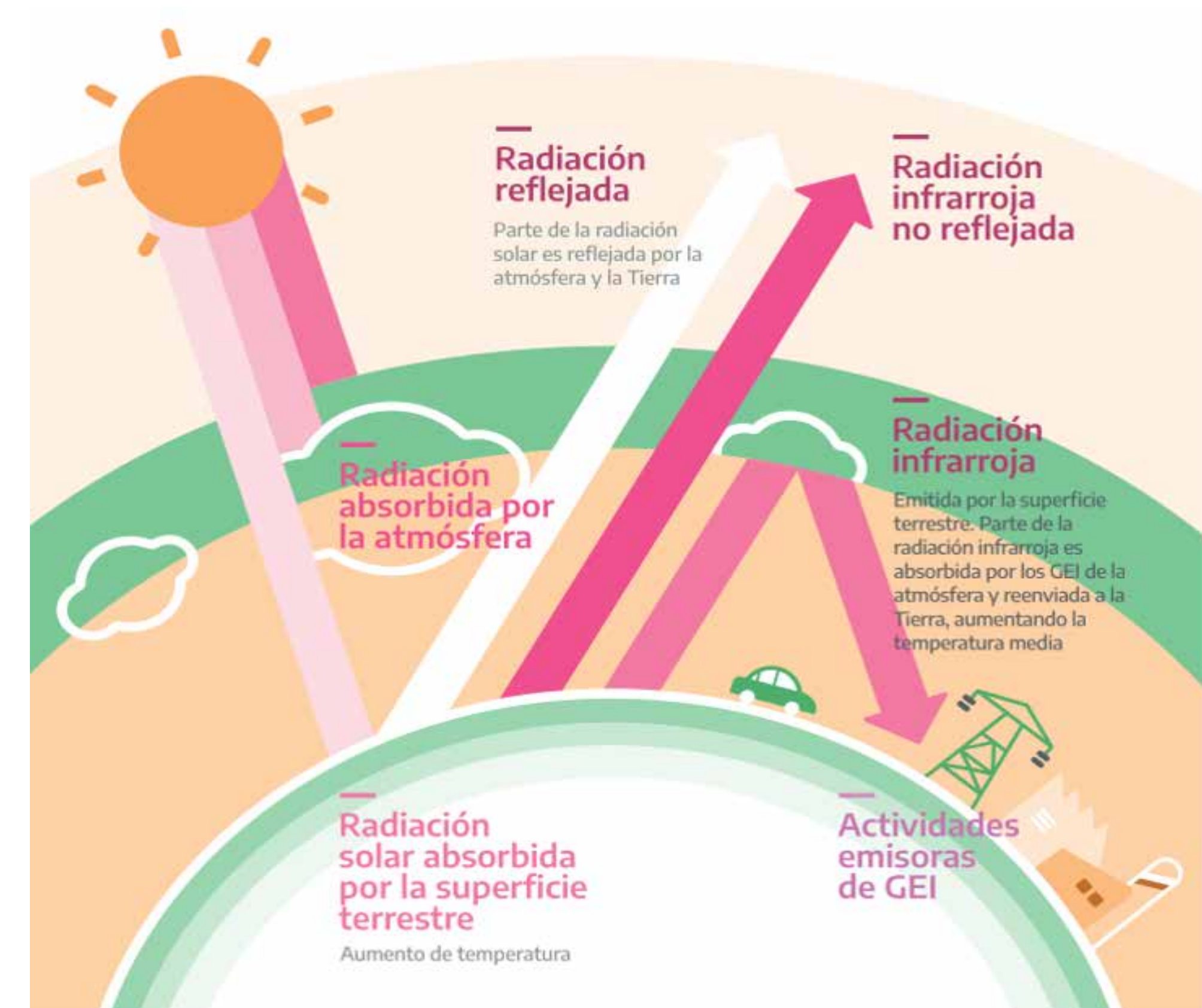
Luego, de ser posible sería muy útil definir métricas que ayuden a tener una visión real de los impactos de la empresa sobre la biodiversidad (por ej, medición de emisiones de GEI, medición de ruidos, etc). También, en las concesionarias que sea posible, sería una buena medida disponer de sectores con vegetación nativa para mitigar la contaminación sonora y generar un efecto "secuestro de carbono" que reduciría las emisiones generadas.

EMISIONES

ENFOQUE DE GESTIÓN

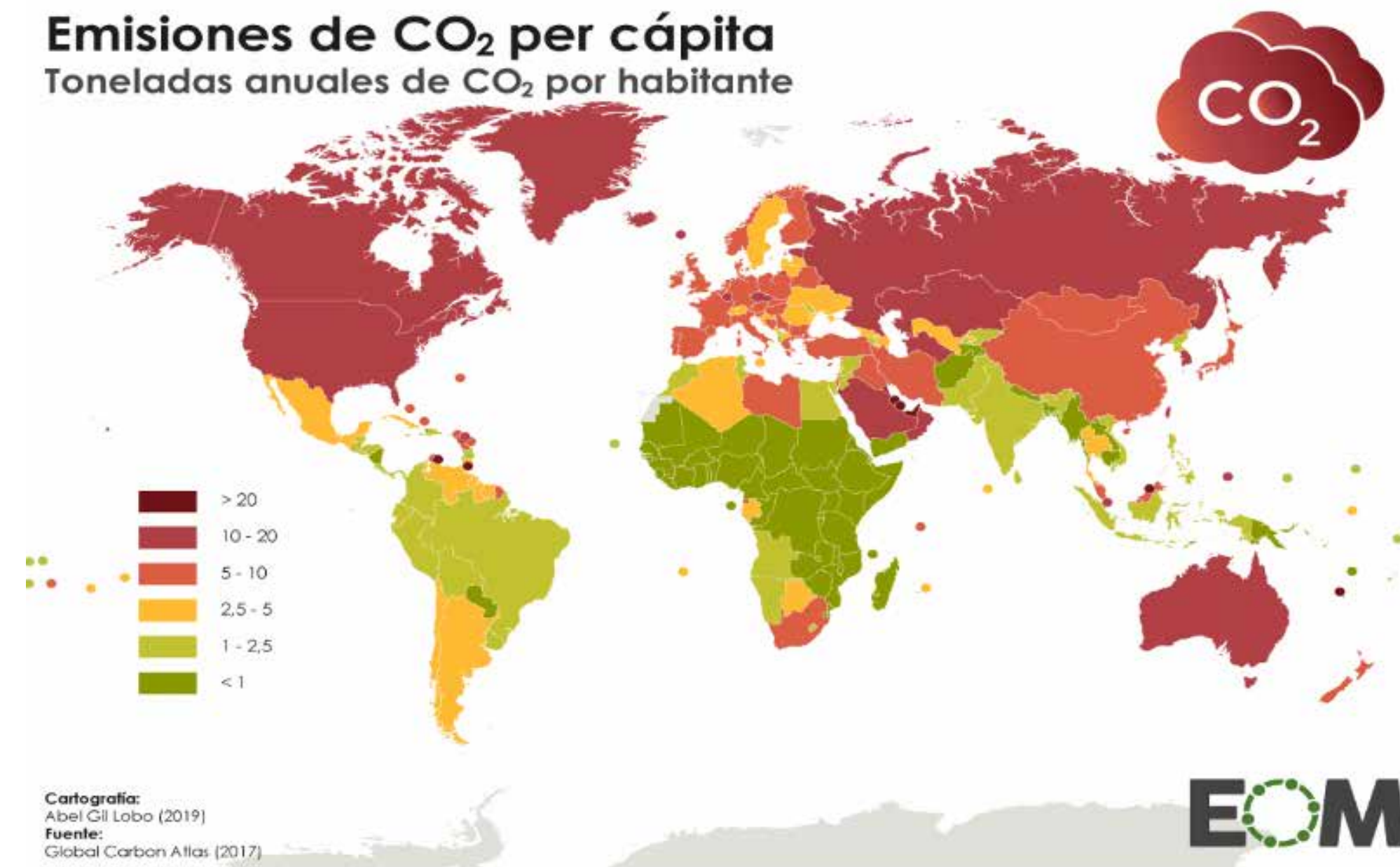
Las emisiones de gases de efecto invernadero son el foco de la problemática más grave que actualmente nos convoca como sociedad: el calentamiento global. Este último es consecuencia de la actividad humana y la vinculación que la misma tiene con un proceso natural llamado efecto invernadero. Mediante este mecanismo los gases de efecto invernadero retienen la radiación recibida del Sol, que la Tierra refleja nuevamente al espacio, permitiendo que nuestro planeta no llegue a temperaturas tan frías como las del espacio. Una fracción de la radiación que es reflejada por la superficie terrestre, los océanos y glaciares, es retenida por los gases de efecto invernadero: vapor de agua, dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄), óxidos de nitrógeno y azufre (NO_x, SO_x), hidrofluorocarbonos, clorofluorocarbo-

nos y perfluorocarbonos. Estos últimos tres afectan particularmente a la capa de ozono. El aumento brutal en las concentraciones de estos gases atmosféricos es generado mayormente por: la generación de energía (electricidad, gas natural), la quema de combustibles fósiles, las fábricas e industrias, y por la descomposición de residuos, etc. Esto produce un efecto de calentamiento global que se traduce en un desequilibrio de los sistemas climáticos desencadenando fenómenos meteorológicos extremos que cada vez son más frecuentes en todo el planeta.



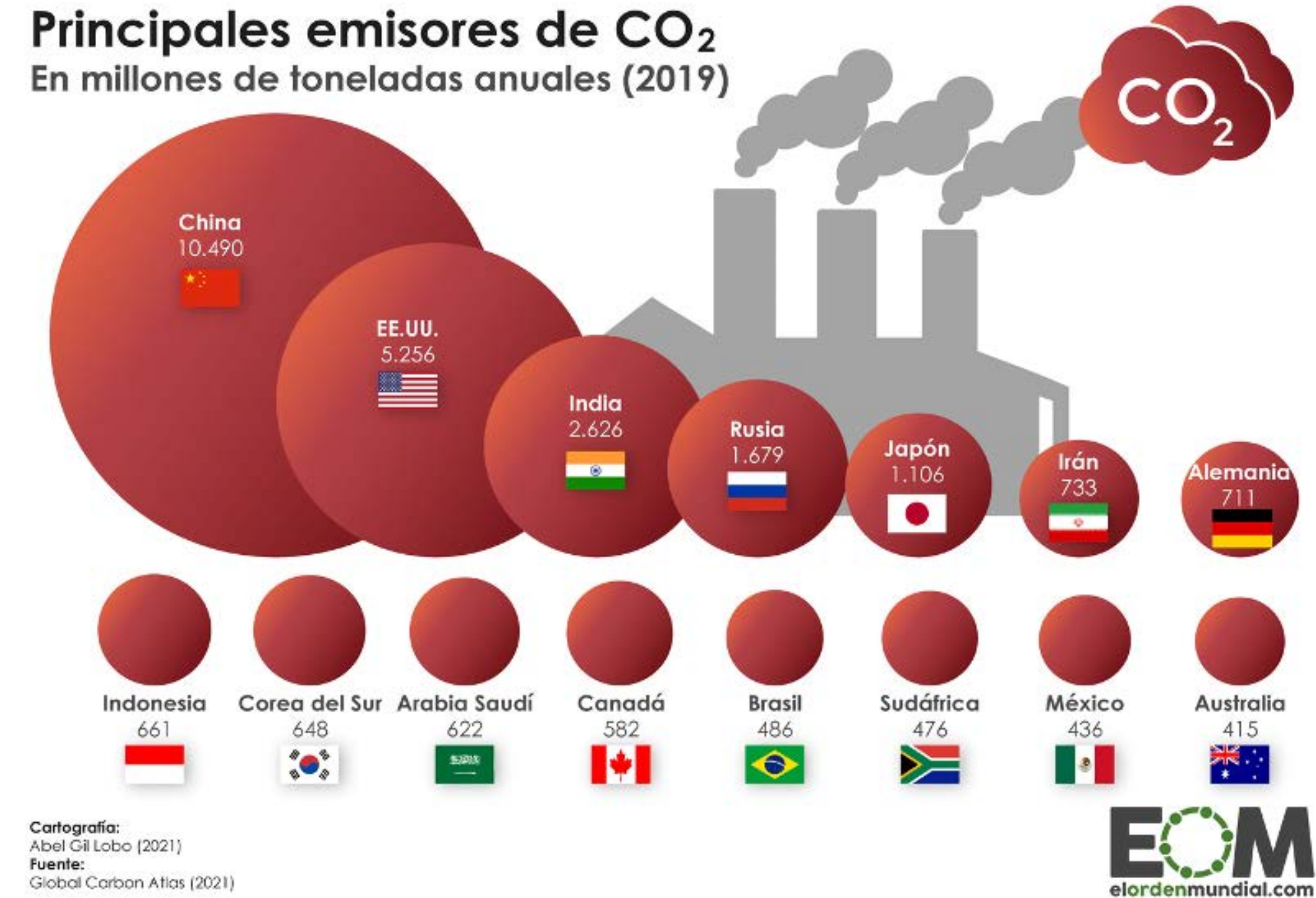
Si hablamos de responsabilidades hay países que históricamente han generado altos niveles de emisiones a la atmósfera como Estados Unidos y China, sin embargo, con el estado de crisis actual, cada tonelada cuenta. Las emisiones de Argentina representan el 0,7% del cálculo global, pero, aun así, en los últimos años se han reducido las emisiones per cápita y se sigue trabajando desde distintas actividades e instituciones para seguir una perspectiva de producción y consumo sustentables.

La Pampa y Buenos Aires no poseen un registro de emisiones por actividad ni per cápita.



Principales emisores de CO₂

En millones de toneladas anuales (2019)



8 de marzo 2021

Argentina

Argentina disminuyó entre 2 y 3% la emisión de gases de efecto invernadero per cápita

El presidente de la Cámara Empresaria de Medio Ambiente, Gabriel Valerga, informó sobre el estado y las políticas para la reducción que hay en el país, además de cómo afectó la pandemia.



MEDIO AMBIENTE

La Argentina produce menos del 1% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero

En 10 días empieza la conferencia de las Naciones Unidas sobre el cambio climático en Glasgow. Cuál es la situación de la Argentina y cómo se prepara para la transición energética

La empresa no realizó mediciones de emisiones de GEI para el 2021. Sin embargo, se pretende establecer objetivos, implementar la infraestructura necesaria y adaptar los procesos internos de los distintos concesionarios, así como instruir al personal para poder realizar las mediciones adecuadas y poder ejecutar un mejor manejo de este tópico en concordancia con lo que plantean los ODS 9, 12, 13, 14 y 15.



EMISIONES DIRECTAS DE GEI

Las emisiones directas de GEI que se producen por parte de la empresa son por el uso de refrigerantes que contienen clorofluorocarbonos (HFC y CFC), por quema de combustibles fósiles en el taller durante las pruebas de vehículos o reparaciones, y durante las pruebas de caños de escape en los cuales se liberan los siguientes gases como residuo de la combustión:

DIÓXIDO DE CARBONO (CO₂)

VAPOR DE AGUA

OXÍGENO

NITRÓGENO

MONÓXIDO DE CARBONO

HIDROCARBUROS NO QUEMADOS

ÓXIDOS DE NITRÓGENO (NO_x)

ÓXIDOS DE AZUFRE (SO_x)



OTRAS EMISIONES INDIRECTAS DE GEI

Las emisiones indirectas en este caso se dan por los vehículos vendidos y prestados por Bhassa, donde la empresa ya no tiene un control del nivel de emisiones que genera cada conductor.



SÍNTESIS

Las emisiones de gases de efecto invernadero son un factor clave en la lucha contra el cambio climático. El aumento desmedido en las concentraciones de estos gases atmosféricos es generado principalmente por: la generación de energía, la quema de combustibles fósiles, las fábricas e industrias, y por la descomposición de residuos, etc. Esto genera un calentamiento global acelerado que se traduce en un desequilibrio de los sistemas climáticos provocando fenómenos meteorológicos extremos que cada vez son más frecuentes. Las emisiones de Argentina representan el 0,7% del cálculo global. En los últimos años se han reducido las emisiones per cápita y se sigue trabajando para continuar con una perspectiva de producción y consumo sustentables. Las emisiones directas por parte de la empresa se generan principalmente en las pruebas de vehículos y las indirectas por los vehículos vendidos. Si bien la empresa no realizó mediciones de emisiones de GEI para el 2021, pretende establecer objetivos, implementar infraestructura e instruir al personal para poder realizar las mediciones adecuadas para poder cumplir con lo que establecen los ODS 9, 12, 13, 14 y 15.

LIMITANTES Y PROPUESTA DE MEJORA

Como se mencionó anteriormente, las emisiones de GEI son un factor clave en la lucha contra el cambio climático. De esta manera, si la empresa no posee una métrica de los gases que emite no puede asegurar ser sustentable ni aspirar a serlo. Sería muy importante establecer una planificación con metas alcanzables a corto, o mediano plazo para medir las emisiones en cada una de las fases del proceso productivo, mediante relaciones indirectas, y así obtener una perspectiva real del impacto que genera la empresa y en un futuro cercano medir la huella de carbono.

RESIDUOS

ENFOQUE DE GESTIÓN

Todo proceso productivo y/o prestación de servicio conlleva inevitablemente la generación de subproductos, debido a las actividades propias de la empresa como también a las actividades generadas antes y después en la cadena productiva. Si no se realiza una gestión adecuada de los residuos pueden tener un impacto negativo en el ambiente y la salud de la población.

Es responsabilidad de cada organización el desarrollar una gestión integral de residuos sólidos abordando cada una de las fases, desde la generación hasta la valoración y/o disposición final: evitar y reducir, separar, acopiar temporariamente, clasificación en planta, transporte/retiro, acondicionamiento/tratamiento, valorización y disposición final adecuada de los residuos generados por cada uno.

Cumpliendo con los objetivos 14 y 15 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, para la conservación y cuidado de los ecosistemas acuáticos y terrestres. Así como también la utilización responsable y consciente de los recursos para evitar la sobreexplotación de los mismos.

Como se establece en el objetivo 12 de los ODS, para así garantizar el consumo y producción a las generaciones venideras. Los cuales convergen en el objetivo 13 de acción por el clima al adoptar medidas para combatir los efectos de la contaminación que conlleva al cambio climático.



Toyota BHASSA ha comenzado a tomar posición en lo que a la gestión sustentable respecta. Mejorando sus actividades y acciones en torno a la sustentabilidad como lo son el cumplimiento de las normas, las medidas tomadas para la aprobación de DERAP y las normas ISO 14001. Contamos también con auditorías internas generadas periódicamente para evaluar la eficiencia del enfoque de gestión de nuestra concesionaria.

Es una prioridad el registro, la adecuada gestión y la supervisión de la disposición final de los residuos generados producto de nuestras actividades, lo que nos facilitará la identificación de oportunidades y puntos de mejora para prevenir y mitigar los impactos negativos que nuestra empresa genera. Sumar más proyectos que eviten el impacto negativo de los mismos buscando un beneficio ambiental, económico y social es otro punto prioritario para la organización.

GENERACIÓN DE RESIDUOS E IMPACTOS SIGNIFICATIVOS RELACIONADOS CON LOS RESIDUOS



Dentro de la empresa existen tres sectores bien diferenciados que son el taller de mantenimiento propio de vehículos, el lavadero y el área de administración y venta. Las actividades generan residuos urbanos y peligrosos, como aceite, desechos de hidrocarburos y elementos contaminados.

BHASSA cuenta con una empresa transportista habilitada para el retiro de residuos peligrosos que se generan en la organización, los sólidos son almacenados adecuadamente en contenedores y los líquidos son tratados correctamente para separar el aceite del agua para luego pasarlos a tambores que son almacenados en salas específicas hasta el retiro.

Los residuos urbanos son dispuestos para ser retirados por organismos municipales diariamente.

La gestión de residuos que se lleva a cabo desde la concesionaria **busca disminuir el impacto negativo de los residuos sobre el ambiente**. Por eso se separan in situ y realiza un seguimiento de los residuos peligrosos.

	RESIDUOS URBANOS	RESIDUOS PELIGROSOS SÓLIDOS	RESIDUOS PELIGROSOS LÍQUIDOS
TALLER			
LAVADERO			
ADMIN & VENTAS			

Descripción gráfica de los diferentes tipos de residuos generados en las distintas áreas de Bhassa



GESTIÓN DE IMPACTOS SIGNIFICATIVOS RELACIONADOS CON LOS RESIDUOS

Una de las acciones que tomamos desde la organización para prevenir la generación de residuos peligrosos derivadas de nuestro taller y del lavadero es la contratación del transporte Franco.

Realizamos un seguimiento de los residuos peligrosos retirados por la empresa que a través del manifiesto que nos comunica la cantidad de residuos retirados y, posteriormente tratados y reutilizados como aislantes asfálticos.



Tratamiento de los residuos peligrosos retirados de nuestras sucursales



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

CERTIFICADO DE TRATAMIENTO DE RESIDUOS PELIGROSOS

Manifiesto Nro 0000949724

Establecimiento	Empresa	Domicilio
Operador	SOLUCIONES AMBIENTALES S.A.	RUTA PROVINCIAL N°16 1 0
Transportista	FRANCO TRANSPORTES SRL	AV. VILLEGAS 1510 0
Generador	30653190952/1	AVENIDA SPINETTO 1409 0

El día 20/12/2021 ha finalizado el tratamiento de los residuos. Los mismos fueron sometidos a:

CSC	Descripción	Contenedor	Cantidad real	Tratamiento	Fecha Tratamiento
Y8	DESECHOS DE HIDROCARBUROS O ACEITES MINERALES NO APTOS PARA EL USO A QUE ESTABAN DESTINADOS.	1A1	2000	R9	2021-11-28

Manifiesto de retiro de los residuos peligrosos por parte de transportista Franco por nuestras sucursales.

Como generadores de residuos peligrosos, **nuestra empresa cumple con el registro en SIMEL** por lo que los manifiestos y certificados se obtienen de manera electrónica, evitando la generación de residuos como el papel.



Por otra parte, también, la organización se encuentra inscripta como generadora de residuos peligrosos (categoría b) según la Ley Nacional N° 24.051.



RESIDUOS GENERADOS

Nuestra empresa lleva un registro de residuos especiales en donde se registraron tanto los sólidos como los líquidos juntos, en el año 2021 se registró un peso total de 18876 kilogramos para la sucursal de Santa Rosa, 23410 kilogramos en trenque Lauquen y 9298 kilogramos en General Pico.

RESIDUOS NO DESTINADOS A ELIMINACIÓN

BHASSA en búsqueda de aplicar el concepto de economía circular reutiliza las bolsas de airbags con los que se realizó el proyecto Octubre Rosa, para confeccionar bolsas y riñoneras con las mismas evitando su impacto negativo y su potencial contaminación.

RESIDUOS DESTINADOS A ELIMINACIÓN

La mayoría de nuestros residuos, principalmente los residuos urbanos, están destinados a la eliminación, a excepción de los residuos peligrosos, ya que la operación y tratamiento son tercerizados.

SÍNTESIS

Todo proceso productivo conlleva inevitablemente la generación de residuos, debido a las actividades propias de la empresa como también a las actividades generadas antes y después en la cadena productiva. **Si no se realiza una gestión adecuada de los residuos pueden tener un impacto negativo en el medio ambiente y la salud de la población. Es responsabilidad de cada organización el desarrollar una gestión integral de residuos sólidos abordando cada una de las fases, desde la generación hasta la valoración y/o disposición final:** evitar y reducir, separar, acopiar temporariamente, clasificación en planta, transporte/retiro, acondicionamiento/tratamiento, valorización y disposición final adecuada de los residuos generados por cada uno.

Cumpliendo con los objetivos 14 y 15 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, para la conservación y cuidado de los ecosistemas acuáticos y terrestres. Así como también la utilización responsable y consciente de los recursos para **evitar la sobreexplotación de los mismos**. Como se establece en el objetivo 12 de los ODS, para así garantizar el consumo y producción a las generaciones venideras. Los cuales convergen en el objetivo 13 de acción por el clima al adoptar medidas para combatir los efectos de la contaminación que conlleva al cambio climático.

Toyota BHASSA ha comenzado a tomar posición en lo que a la gestión sustentable respecta. Mejorando sus actividades y acciones en torno a la sustentabilidad como lo son el cumplimiento de las normas, las medidas tomadas para la aprobación de DERAP y las normas ISO 14001. Cuenta también con auditorías internas generadas periódicamente para evaluar la eficiencia del enfoque de gestión de nuestra concesionaria.

Es una prioridad el registro, el adecuado manejo y la supervisión de la disposición final de los residuos generados producto de nuestras actividades, lo que nos facilitará la identificación de oportunidades y puntos de mejora para prevenir y mitigar los impactos negativos que nuestra empresa genera. Sumar más proyectos que eviten el impacto negativo de los mismos buscando un beneficio ambiental, económico y social es otro punto prioritario para nuestra organización.

Desde la empresa tenemos tres sectores bien diferenciados que son el taller de mantenimiento propio de vehículos, el lavadero y el área de administración y venta. Nuestras actividades generan residuos urbanos y residuos peligrosos, como aceite, desechos de hidrocarburos y elementos contaminados.

BHASSA contrata a una empresa transportista habilitada para la gestión de residuos peligrosos que recolecta aquellos generados en nuestra sede, los sólidos son almacenados adecuadamente en contenedores y los líquidos que son tratados correctamente para separar el aceite del agua para luego pasarlos a tambores que son almacenados en salas específicas hasta que son retirados. El transporte que retira los residuos peligrosos cuenta con autorización de entidades gubernamentales y se encarga del tratamiento y disposición final de los mismos.

Los residuos urbanos son dispuestos para ser retirados por organismos municipales diariamente.

Una de las acciones que tomamos desde la organización para prevenir la generación de residuos peligrosos derivadas de nuestro taller y del lavadero es la contratación del transporte **Franco**. Como generadores de residuos peligrosos, nuestra empresa cumple con el registro en SIMEL por lo que los manifiestos y certificados se obtienen de manera electrónica, evitando la generación de residuos como el papel. La empresa lleva un registro de residuos especiales en donde se registraron tanto los sólidos como los líquidos juntos, en el año 2021 se registró un peso total de

18876 kilogramos para la sucursal de Santa Rosa, 23410 kilogramos en trenque Lauquen y 9298 kilogramos en General Pico.

LIMITANTES Y PROPUESTAS DE MEJORA

Una mejor detección de la generación de residuos se puede llevar a cabo realizando un **análisis de las fases de la prestación del servicio para detectar fuentes, corrientes y volúmenes aproximados de residuos para la disminución en cuanto a la generación de los mismos**. Así como también tener un registro del tipo y cantidad de residuos generados por las propias actividades llevadas a cabo en las sedes. Para disminuir el impacto de estos sobre el ambiente se debe realizar una separación de residuos urbanos en, al menos, categorías básicas (inorgánicas y orgánicas) y adecuada disposición transitoria de los residuos peligrosos sólidos. **Realizar un inventario de los residuos para contactar a actores sociales que puedan aprovechar estos subproductos bajo un concepto de economía circular**. Registrando los residuos proporcionados para su reciclaje y reutilización, constatando y registrando cuantos cumplieron su fin.

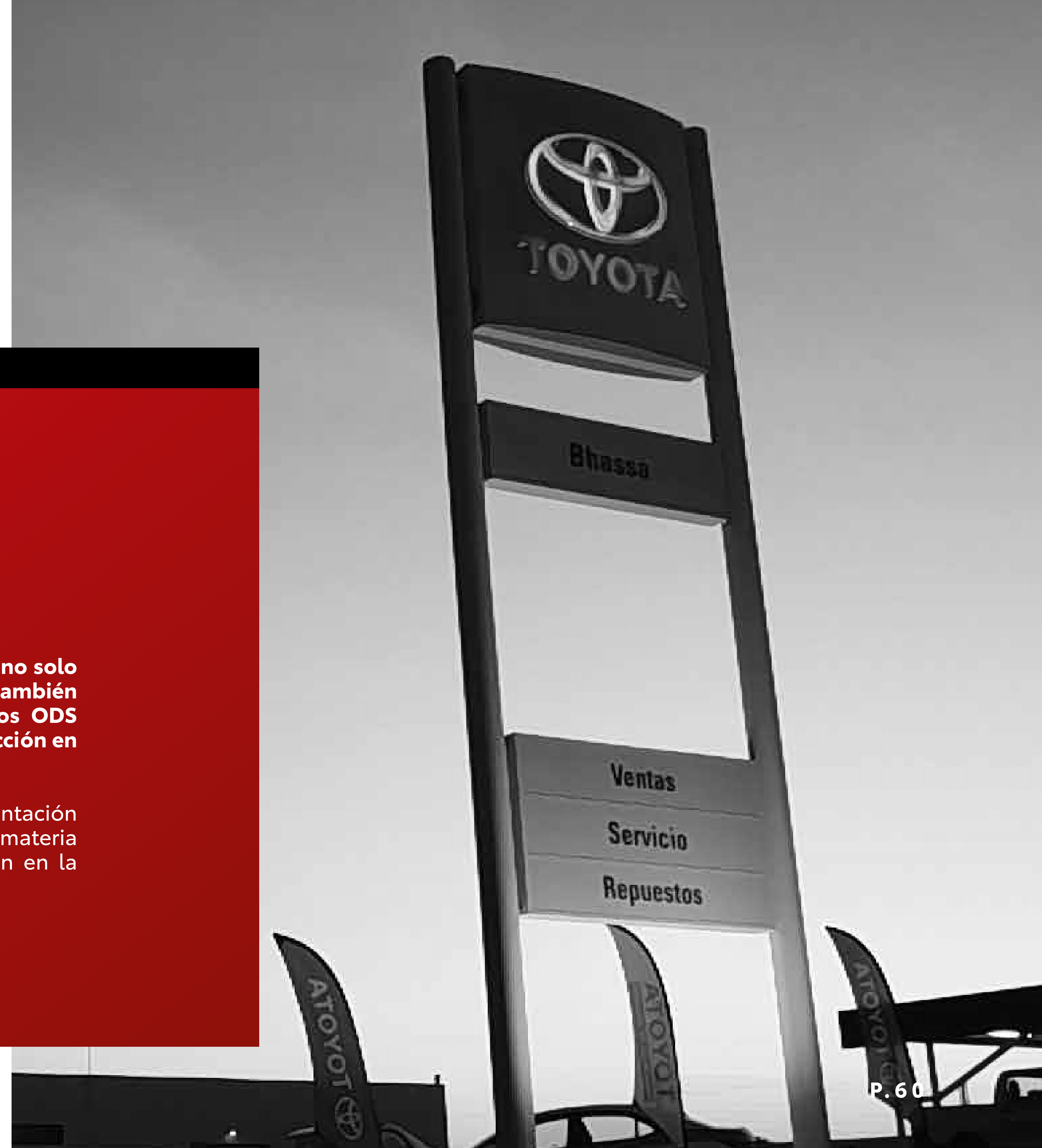
Reemplazar el uso de materias primas nuevas por materias secundarias (recicladas) o materiales renovables. **Generar proyectos que minimicen la cantidad de residuos generados ya sea reciclando y reutilizando como sirviendo de insumos para otra empresa o emprendimiento. Desde lo social llevar a cabo capacitaciones y jornadas de concientización para empleados, así como también interacción y concientizar a los clientes de las prácticas de consumo y generación de residuos**. Información contextual necesaria para entender los datos y la manera en que se recopilaban.

CUMPLIMIENTO AMBIENTAL

ENFOQUE DE GESTIÓN

Es de mera importancia la legislación y normativa ambiental que no solo exija a las empresas la producción y consumo responsables sino también el tomar conciencia del impacto en el cambio climático. En los ODS planteados por la ONU se refleja la urgente necesidad de tomar acción en materia del cambio climático.

Nuestra política de calidad se enmarca en la perfección e implementación de procesos que reduzcan el impacto de nuestra producción en materia ambiental, generando ámbitos de participación y concientización en la totalidad de nuestros colaboradores.



BHASSA está comprometida con la mejora continua y la gestión ambiental, es por eso que cumplimos con los programas establecidos por **TOYOTA** como DERAP (Dealer Environmental Risk Audit Program) con el cual cumplimos con los requerimientos mínimos para el manejo de los riesgos medioambientales en los talleres.



A partir de este 2021 hemos dado un paso más en nuestro compromiso con el ambiente y la sociedad certificando las normas ISO 14001, **generando mejoras para reducir nuestro impacto negativo en el medio ambiente.**



Ir más allá de nuestra organización e involucrar en este proceso a la sociedad es un beneficio conjunto. Esto se refleja en el cumplimiento del objetivo 16 de los ODS en el marco de la agenda 2030 para lo cual desarrollamos Proyectos que tienen como objetivo principal la concientización y el cuidado sobre el medio ambiente y a la población como objetivo final.

Nuestros proyectos **Sembrando Futuro** y **Octubre Rosa** son dos ejemplos que plasman el interés de **BHASSA** hacia estos objetivos. En el proyecto **Sembrando Futuro**, *motivamos a alumnos de colegios técnicos a realizar Prácticas Comunitarias para empezar a sumar experiencia y conocimiento del ámbito laboral.* Al mismo tiempo que intentamos que la sociedad tome conciencia de la importancia de prevenir incendios y la tala indiscriminada.

El proyecto **Octubre Rosa** surge cuando **Toyota** realiza un cambio de política de seguridad y los airbags dejan de utilizarse quedando grandes volúmenes de bolsas sin utilizar, para evitar el impacto que estos residuos generan en el medio ambiente se creó este proyecto por el cual se *confeccionarán carteras y riñoneras.*



INCUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN Y NORMATIVA AMBIENTAL

En el periodo 2021 no hemos tenido sanciones y/o multas no monetarias por incumplimiento de leyes o normativas ambientales.

SÍNTESIS

La legislación y normativa cumplen un rol importante en cuanto hacer cumplir a las empresas el consumo y la producción consciente y responsable con respecto al camión climático.

BHASSA cumple con programas establecidos por Toyota como el DERAP (Dealer Environmental Risk Audit Program) y desde 2021 se ha comprometido aún más realizando auditorías internas y la certificación ISO 14001 para todas las sedes.

La empresa está comprometida con el cumplimiento los ODS en el marco de la agenda 2030 como con los objetivos 12, 13 y 16 para lo cual desarrolla Proyectos que tienen como objetivo principal la concientización y el cuidado sobre el medio ambiente. Como los son Octubre Rosa y Sembrando Futuro.

En el periodo 2021 no se tuvieron sanciones y/o multas no monetarias por incumplimiento de leyes o normativas ambientales.

LIMITANTES Y PROPUESTA DE MEJORA

Se recomienda a la organización el cumplimiento correcto de la matriz legal vigente a escala provincial y nacional. Se adjunta a continuación:

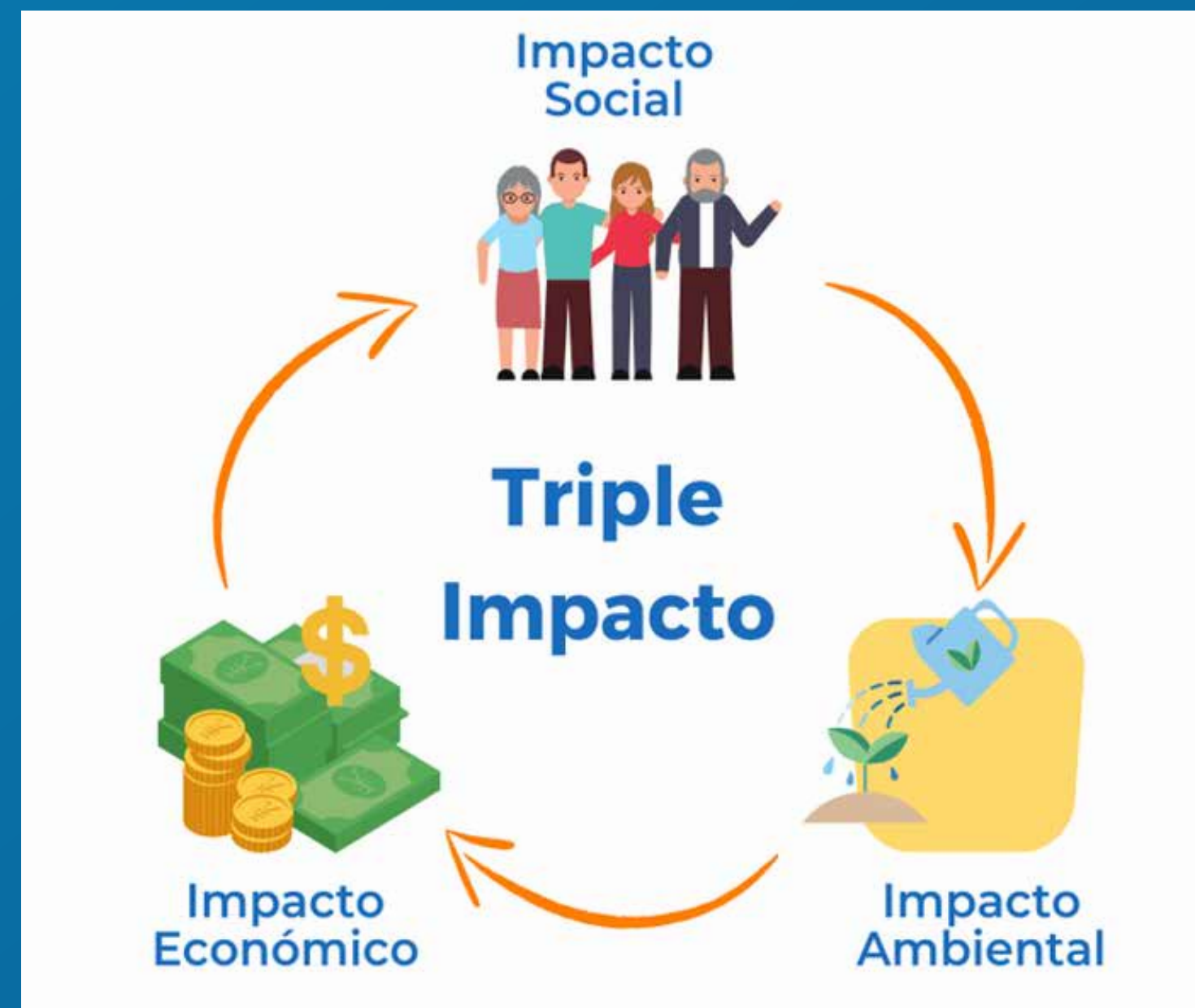
Ámbito	Tema	Norma	Nº	Año
Nacional	COVID-19	Resolución	1849	2022
Nacional	Riesgos del Trabajo	Resolución	51	2022
Nacional	Riesgos del Trabajo	Resolución	48	2022
Nacional	Riesgos del Trabajo	Disposición	4	2022
Nacional	Riesgos del Trabajo	Resolución	46	2022
Nacional	Tránsito y Seguridad Vial	Disposición	629	2022
Nacional	Gas Natural	Resolución	302	2022
Nacional	Seguro Ambiental	Resolución	338	2022
Nacional	COVID-19	Resolución Conjunta	7	2022
Nacional	Precusores Químicos	Resolución	486	2022
Nacional	Riesgos del Trabajo	Resolución	41	2022
Nacional	Riesgos del Trabajo	Disposición	3	2022
Nacional	Energía Eléctrica, Energía Renovable	Disposición	33	2022
Nacional	Industria Automotriz, seguridad, fabricantes, autopistas.	Resolución	421	2022
Nacional	Transporte, Cargas, Tránsito y Seguridad Vial	Resolución	433	2022
Nacional	Tránsito y Seguridad Vial	Disposición	553	2022
Nacional	Tránsito y Seguridad Vial	Resolución	919	2022
Nacional	Riesgos del Trabajo	Resolución	649	2022
Nacional	Riesgos del Trabajo	Resolución	32	2022
Nacional	COVID-19	Resolución	29	2022
Nacional	Riesgos del Trabajo	Resolución	25	2022
Nacional	Trabajo, salario mínimo	Resolución	4	2022
Nacional	Trabajo, salario mínimo	Resolución	6	2022
Nacional	COVID-19	Resolución	705	2022
Provincial	Ambiente	Ley	3195	2019
Provincial	Ambiente	Decreto	674	2022
Provincial	Ambiente	Decreto	405	2014
Provincial	Ambiente	Ley	2710	2013
Provincial	Ambiente	Ley	2651	2011
Provincial	Ambiente	Decreto	46	2011
Provincial	Forestación	Ley	2601	2010
Provincial	Ambiente	Ley	2455	2008
Provincial	Ambiente	Ley	2453	2008
Provincial	Ambiente, Recursos Naturales	Ley	2299	2006
Provincial	Ambiente, Recursos Naturales	Decreto	298	2006
Provincial	Ambiente, Recursos Naturales	Decreto	458	2005
Provincial	Suelos	Ley	2139	2003
Provincial	PCBs	Decreto	2272	2004
Provincial	Ambiente, Recursos Naturales	Decreto	2139	2003
Provincial	Residuos Peligrosos	Disposición	2	2003
Provincial	PCBs	Ley	2055	2003
Provincial	Ambiente, Recursos Naturales	Ley	1914	2001
Provincial	Efluentes Líquidos	Decreto	2793	2006
Provincial	Efluentes Líquidos	Ley	2581	2010
Provincial	Efluentes Líquidos	Decreto	2468	2011
Provincial	Ambiente	Ley	1663	1995
Provincial	Ambiente	Ley	1630	1995
Provincial	Forestación	Ley	2624	2011
Provincial	Salud Pública, Tabaco	Ley	2563	2010
Provincial	Mercurio	Ley	2543	2009
Provincial	Tránsito y Seguridad Vial	Ley	2443	2008
Provincial	Tránsito y Seguridad Vial	Ley	2407	2008
Provincial	Biocombustibles	Ley	2377	2007
Provincial	Energía Eléctrica	Ley	2380	2007
Provincial	Suelos	Decreto	3162	2007
Provincial	Tránsito y Seguridad Vial	Ley	2354	2007
Provincial	Recursos Hídricos	Ley	2054	2003
Provincial	Tránsito y Seguridad Vial	Ley	2015	2002
Provincial	Tránsito y Seguridad Vial	Ley	1904	2000
Provincial	Residuos Peligrosos	Decreto	2054	2000
Provincial	Tránsito y Seguridad Vial	Decreto	737	1997
Provincial	Tránsito y Seguridad Vial	Ley	1713	1996
Provincial	Ambiente, Aire	Ley	1693	1996
Provincial	Residuos Peligrosos	Ley	1466	1993
Provincial	Ambiente	Ley	1032	1980
Provincial	Agua	Ley	1027	1980
Provincial	Agua	Ley	607	1974
Provincial	Ambiente	Decreto	569	2013
Municipal	Ambiente	Ordenanza	564	2022
Municipal	Ambiente	Ordenanza	166	2005
Municipal	Ambiente	Ordenanza	70	2002
Municipal	Ambiente	Ordenanza	43	1997



EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES

ENFOQUE DE GESTIÓN

La sustentabilidad se está convirtiendo en un punto clave en la estrategia de negocio de cualquier empresa, tal es así que actualmente, muchas compañías ven los beneficios de tener un triple impacto (ambiental, social y económico) e incentivan a otras empresas a poner en práctica estrategias similares.



En una situación donde el cambio climático nos aflige, desarrollar una estrategia de compra/consumo sustentable y un desarrollo económico ambientalmente amigable, es más bien una obligación que una opción.

La integración de políticas de Responsabilidad Social Empresarial contribuye de manera activa a mejorar tanto el ambiente como la sociedad, esto impulsa a las empresas a aumentar su competitividad y su crecimiento, ya que ofrece valor agregado y cumple con las nuevas necesidades de sus clientes. En este contexto, la evaluación ambiental de proveedores obedece a una visión estratégica que pretende lograr una integración efectiva de las cuestiones ambientales, sociales y empresariales en el proceso de toma de decisiones de la compañía, en el desarrollo de los productos y servicios, y en la relación con los principales grupos de interés de la compañía. Cada vez más, la evaluación de proveedores incluye, además de criterios como la calidad o el precio, otros criterios relacionados a su sustentabilidad, como su responsabilidad social corporativa.



Si bien la empresa no inició la evaluación ambiental de sus proveedores, su enfoque productivo se basa en la sustentabilidad por lo que intenta exigir a sus proveedores que cumplan con ciertas medidas ambientales. Además, desde Bhassa existe la conciencia de que realizar una evaluación de sus proveedores implica asumir la responsabilidad final del desempeño ambiental de los mismos, y del posible impacto ambiental derivado de sus acciones. Con un mayor control sobre los proveedores externos, la organización podrá ofrecer un mejor desempeño ambiental general ya que un buen manejo de los proveedores tiene impacto por ejemplo sobre los residuos generados, o sobre los materiales, por lo que es estratégico el trabajo con el área de compras y suministros a la hora de adjudicar, de esta forma las metas de la empresa encajarían mucho mejor con los ODS 9, 12, 13 y 16.



SÍNTESIS

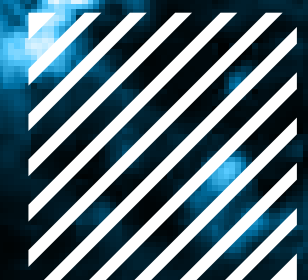
Hoy en día la sustentabilidad es un punto clave en la estrategia de negocio de cualquier empresa, tal es así que muchas compañías ven los beneficios de tener un triple impacto (ambiental, social y económico) e incentivan a otras empresas a poner en práctica estrategias similares. La evaluación ambiental de proveedores obedece a una visión estratégica que pretende lograr una integración efectiva de las cuestiones ambientales, sociales y empresariales en el proceso de toma de decisiones de la compañía, en el desarrollo de los productos y servicios, y en la relación con los principales grupos de interés de la compañía.

Si bien la empresa no inició la evaluación ambiental de sus proveedores, sabe que realizar una evaluación de sus proveedores implica asumir la responsabilidad final del desempeño ambiental de los mismos, y del posible impacto ambiental derivado de sus acciones. Con un mayor control sobre los proveedores externos, la organización podrá ofrecer un mejor desempeño ambiental general ya que un buen manejo de los proveedores tiene impacto por ejemplo sobre los residuos generados, o sobre los materiales, por lo que es estratégico el trabajo con el área de compras y suministros a la hora de adjudicar, de esta forma las metas de la empresa encajarían mucho mejor con los ODS 9, 12, 13 y 16.

LIMITANTES Y PROPUESTA DE MEJORA

La sustentabilidad es un concepto amplio y complejo, por lo cual a veces se pierden de vista muchos aspectos del proceso productivo que tienen impacto en el ambiente, en la sociedad y en la economía. Tener un registro certero de quiénes son nuestros proveedores y cuáles son sus intereses ayudará a poseer una visión más clara de por qué es importante evaluarlos y hasta dónde ellos cumplen con los objetivos de la empresa, e impactan al mismo tiempo en su desarrollo. Consideramos que es esencial para manejar este eje de trabajo que la empresa se organice y realice una planificación. Para llevar a cabo esta estrategia es fundamental que **BHASSA** defina una serie de criterios de evaluación, asociados a sus políticas corporativas.

De modo ilustrativo, sugerimos como prioritario que se elabore una lista de todos los servicios prestados por terceros y de todos los proveedores que tienen un impacto en el Sistema de Gestión Ambiental. Luego, es importante definir qué proveedores son críticos, y cuáles deben ser directamente controlados y/o influenciados por la organización según el nivel de impacto que tienen, o si poseen certificaciones asociadas a la sustentabilidad (es decir, en aspectos ambientales, sociales y laborales). A partir de eso, la empresa deberá seguir según los criterios establecidos previamente.





DESEMPEÑO SOCIAL

EMPLEO ENFOQUE DE GESTIÓN

El tema material forma parte de la materialidad definida por Toyota Argentina para su red de concesionarios en el marco del Programa de Negocios Competitivos GRI, y tomando como referencia el “Programa de Desarrollo de RSE para concesionarios”, el análisis de materialidad llevado adelante por la propia terminal automotriz, su política de Responsabilidad Social, los compromisos de Toyota Motor Corporation y la Agenda 2030.

Nuestra comunidad se integra por personal de la provincia de La Pampa y parte de la provincia de Buenos Aires, particularmente, aquellas comunidades radicadas al oeste de la provincia. Como empresa, creemos que nuestro aporte tiene que ir más allá que una empresa del medio que brinda y comercializa sus productos y servicios, por lo que nos proponemos año a año ser un agente de cambio que contribuya a mejorar dentro de nuestra zona de influencia.

B.H.A.S. S.A trabaja fuertemente en **construir y mantener vínculos laborales basados en el respeto y la confianza mutua**, fomentando el trabajo en equipo y promoviendo el entendimiento a través de una comunicación fluida. Creemos que la gestión de la comunicación interna es el canal principal que permite transmitir valores, objetivos y desafíos que nos proponemos y surgen dentro de la empresa.

Por ello, promovemos la comunicación abierta y continua entre los colaboradores, en todos los niveles, con el objetivo de horizontalizar nuestras estructuras productivas. Asimismo, fomentamos la innovación en nuestras formas de comunicar como uno de nuestros pilares fundamentales como política de empresa. **Ello nos desafía a adaptarnos a nuevos formatos y desafíos que surgen del contexto, generando valor agregado en nuestras innovaciones y propuestas**, con

BENEFICIOS

Como empresa, nos comprometemos a garantizar que cada uno de nuestros empleados encuentre, dentro B.H.A.S S.A, el entorno necesario para potenciar sus habilidades y carrera profesional, a través de la incorporación y desarrollo de nuevas skills. Asimismo, contamos con diversos instrumentos de gestión que enmarcar las políticas de la empresa dentro de una estructura organizacional dinámica, en donde se encuentran:

ORGANIGRAMA

FICHA DE PUESTOS Y FUNCIONES

CAPACITACIONES

ACUERDO DE ÉTICA Y CONDUCTA

CAPACITACIONES

EVALUACIONES DE DESEMPEÑO SEMESTRAL

ENCUESTAS A CLIENTES EXTERNOS E INTERNOS

BENEFICIOS PARA LOS EMPLEADOS A TIEMPO COMPLETO QUE NO SE DAN A LOS EMPLEADOS A TIEMPO PARCIAL O TEMPORALES.

En B.H.A.S. S.A creemos que la identidad de marca y sentido de pertenencia de nuestros empleados para con la empresa es esencial para el óptimo funcionamiento del bienestar productivo de cada uno de nuestros empleados.

Por ello, **todos los empleados del concesionario cuentan con seguro de vida, cobertura por incapacidad e invalidez, permiso parental, licencias por matrimonio, nacimiento de hijos y pérdidas familiares.**

Queremos acompañar a nuestros colaboradores en los momentos especiales. Por eso entregamos presentes por nacimiento, casamiento, día de la madre y día del padre, día del niño, etc.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

El tema material Salud y seguridad en el trabajo forma parte de la materialidad definida por Toyota Argentina para su red de concesionarios en el marco del Programa de Negocios Competitivos GRI, y tomando como referencia el “Programa de Desarrollo de RSE para concesionarios”, el análisis de materialidad llevado adelante por la propia terminal automotriz, su política de Responsabilidad Social, los compromisos de Toyota Motor Corporation y la Agenda 2030.

El sistema de gestión de la salud y seguridad, ha nacido dentro de **BHASSA** como parte de una constante política de cuidado y mejora de las condiciones de trabajo para que, cada colaborador, desarrolle su tarea en un ámbito seguro y sano.

Sienta sus bases en el cuidado de las personas, su salud y su seguridad física, la minimización de los riesgos, las capacitaciones en materia de seguridad e higiene, los relevamientos periódicos para detectar oportunidades de mejora y las contramedidas adoptadas a tal fin. En **BHASSA** priorizamos la seguridad y el cuidado de la salud de cada uno de nuestros integrantes y clientes.

Alcanza a todos y cada uno de los integrantes de la empresa. Entre los mecanismos de evaluación se encuentran:

INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES DE TRABAJO Y ENFERMEDADES PROFESIONALES

INSPECCIONES Y AUDITORÍAS

Al enfocarnos en estos índices de gestión hemos mejorado los siguientes aspectos de la organización:

OBTUVIMOS UN ÓPTIMO CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS LEGALES.

SE IDENTIFICAN LOS RIESGOS EN LA SEGURIDAD Y SALUD DE FORMA ANTICIPADA.

SE MEJORÓ LA IMAGEN DE LA ORGANIZACIÓN

SE MEJORARON LOS PROCESOS.

ENCUESTAS A CLIENTES EXTERNOS E INTERNOS

Nuestro sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo se rige en base a los requerimientos dispuestos por ley.

LESIONES POR ACCIDENTE LABORAL

108 hs

HORAS TRABAJADAS

0

FALLECIMIENTOS POR ACCIDENTE LABORAL

LESIONES POR ACCIDENTES LABORALES REGISTRABLES

2021	2022
4	6

Cortes / Golpes y Torceduras

PRINCIPALES TIPOS DE LESIONES POR ACCIDENTE LABORAL

0

LESIONES POR ACCIDENTES LABORALES CON GRANDES CONSECUENCIAS:

FORMACIÓN Y ENSEÑANZA

Brindamos plan de capacitación internas en **BHASSA** como participamos activamente en capacitaciones de TASA. Desde el primer día, cada colaborador estará en conocimiento de la necesidad de mejorar permanentemente. Los programas de formación estarán establecidos por **BHASSA** y serán acordes a los requerimientos de **Toyota** de Argentina (TASA).

No obstante, **BHASSA** podrá incluir cursos que enriquezcan los preestablecidos por TASA. Hacer un curso no es una recompensa, es parte de la responsabilidad asumida por cada empleado. Los mismos son de carácter obligatorio y están alineados a nuestro compromiso de crecimiento profesional. Todos los gastos incurridos serán exclusivos de la empresa y los aprendizajes serán un beneficio personal de las personas y **BHASSA**. Cada responsable de área debe responder por los progresos realizados por sus colaboradores y velar por su constante crecimiento.

Sin embargo, **cada persona es responsable de los resultados que obtenga de estas capacitaciones de desarrollo**. La empresa se esfuerza por el progreso y los empleados deberán mostrar decisión a aumentar las potencialidades a fin de mejorar sus aptitudes. Las capacitaciones representan a su vez, **oportunidades de crecimiento** y pueden, los empleados, expresar sus objetivos y pretensiones profesionales cada vez que les parezca oportuno, debiendo el responsable, escucharlo y dar una respuesta concreta, coherente sin caer en falsas promesas e hipótesis. **La finalidad es siempre conservar, mantener y profesionalizar a las personas y la empresa**. El área de RRHH ayudará en la planificación requerida de cada área y controlará que todos estos procesos y avances sean llevados a cabo. Semestralmente, en las evaluaciones de desempeño. Los responsables deberán detectar necesidades de capacitación de cada individuo en particular e informar

GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 403-1
GRI 404-1
GRI 409-1

al área de RRHH a fin de que se elabore un plan fidedigno para esa persona. El mismo tendrá carácter de escrito y de ser necesario, un testimonio escrito de la entrevista con los acentos apropiados, pero en un entorno profesional. **Las promociones se otorgan única y exclusivamente en función de la aptitud, actitud y experiencia demostrados en al menos 3 evaluaciones de desempeños sobresalientes con el aval de la gerencia general y el directorio.** Estos resultados serán presentados por escrito y evidenciados por el responsable de RRHH.



GRI 103-1
GRI 103-2
GRI 103-3
GRI 404-1

Las capacitaciones representan para **BHASSA**, una inversión, por lo que bajo el principio de maximizar las inversiones todo en cuanto se pueda, la empresa considera que el profesionalismo no solo debe ser teórico, sino también práctico y debe notarse en cada colaborador.

Realizamos Evaluaciones de Desempeño semestrales a modo de analizar en conjunto con el Colaborador dónde está ubicado y cuál ha sido su desempeño y puntos destacables o a mejorar. Estamos en el proceso de estandarizar y mejorar las mismas.

La educación es el puente en la transición de un modelo económico en crisis a otro, y representa la base de un nuevo paradigma que se posiciona. El cambio hacia un modelo de desarrollo sostenible se evidencia a escala mundial, en consecuencia de la realidad socioambiental que vivimos, la necesidad imperiosa de repensar los sistemas productivos y nuestra relación con el planeta. Cuanta mayor conciencia socioambiental adopten las sociedades, más fuertes serán las bases de un desarrollo sostenible al cual se espera alcanzar.

En éste sentido, empiezan a surgir nuevas economías (circular, verde, azul, colaborativa, del bien común, etc.) que se caracterizan por tener un factor común, y es la necesidad de contar con empleos verdes. Los empleos verdes, a nivel mundial tienen una demanda creciente según la Organización Mundial del Trabajo y la UNESCO, y serán los más valorizados en el corto plazo por las habilidades blandas que éstos poseen.

Cuando hablamos de “*Empleos Verdes*”, se hace alusión a oficios y profesiones que en su desempeño laboral diario incluyen y ejecutan el concepto de la sostenibilidad, y generan el tan deseado triple impacto. Bajo ésta definición, cualquier persona inserta dentro una matriz laboral, puede reconvertirse en un empleo verde si, por ejemplo incorpora hábitos asociados a un consumo responsable de materias primas, gestiona sus residuos, eficientiza el uso de energías, trata sus efluentes, colabora con sus pares, se preocupa por sus clientes, aspira a un crecimiento y desarrollo colectivo, entre otros aspectos.

BHASSA en línea con TASA, forma a su recurso humano e intenta extrapolar éste nuevo paradigma de desarrollo sostenible a sus clientes y proveedores. En éste sentido, funciona como agente de cambio, interlocutor de una modalidad alternativa en lo que respecta a la prestación de servicios y oferta de productos, la cual se distingue por ser baja en emisiones, inclusiva, equitativa y con alto impacto social.

Está decisión y compromiso por parte de la gerencia de trabajar en lineamientos de sustentabilidad no solo puertas adentro sino también, con grupos de interés externos, se ve reflejada en acciones específicas de Responsabilidad Social Empresarial, donde se trabaja con organizaciones intermedias, emprendedores, y agrupaciones sociales en búsqueda de satisfacer la demanda de ciertos productos consumidos por



BHASSA a través de una óptica de economía circular. De ésta manera, las y los actores sociales son convocados y se los acompaña en el desarrollo de una unidad de negocio que aborde y resuelva la demanda detectada, para luego convertirse en proveedores de la organización bajo los términos de sostenibilidad que **BHASSA** persigue.

Por otro lado, también, en cuanto a la difusión y transferencia de ésta nuevo enfoque, se trabaja con instituciones educativas de orientación técnica. A través de programas de acción específicos, **los estudiantes tiene la posibilidad de conocer el trabajo diario dentro de la organización, reconocer las habilidades duras, blandas y los valores que predica los colaboradores de BHASSA**, así adquirir competencias específicas que solamente desde la práctica se obtienen.



A través de ésta política empresarial asociada a formación y enseñanza, se contribuye específicamente a seis de los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible: educación de calidad, acción por el clima; trabajo decente y crecimiento económico; igualdad de género; producción y consumo responsable; y reducción de las desigualdades



PROGRAMAS PARA MEJORAR LAS APTITUDES DE LOS EMPLEADOS Y PROGRAMAS DE AYUDA A LA TRANSICIÓN.

Desde el área de RSE de Bhassa durante el período 2021, se desarrollaron e impulsan dos programas de acción específicos, por un lado la visita de estudiantes de escuelas técnicas y por otro, el programa meta, el cual tiene como objetivo formar a estudiantes avanzados del nivel medio a través de prácticas profesionalizantes dentro de la organización.

A continuación, se presenta un detalle de ambas iniciativas.

VISITA GUIADA

A LA SUCURSAL DE BHASSA TRENQUE LAUQUEN POR PARTE DE ESTUDIANTES DEL COLEGIO SECUNDARIO DI GERONIMO:

Autorizada la actividad por parte de la gerencia, el Ingeniero Cristian Benvenuto (Encargado del área de Posventa) fue el encargado del recorrido guiado, **explicar a los alumnos las tareas que cada de una de las áreas que componen la sucursal desarrolla, y transmitir la política, misión y valores de la empresa.**

Luego fueron recibidos en el Directorio de la Empresa donde se proyectó una una presentación power point que visualiza los inicios de **Toyota**, y los lineamientos de trabajos que la hacen ser una de las empresas automotrices más prestigiosa del mundo.

Por último, como cortesía de la visita, se despidió a los estudiantes con un ágape y presente de su paso por **BHASSA** Trenque Lauquen.



PROGRAMA META

El programa META propone la Capacitación Técnica de jóvenes Estudiantes de ambos sexos, brindándoles la posibilidad de realizar Prácticas Profesionales en el ámbito de la empresa.

Con foco en el área de post venta y en articulación con el área de RRHH, se propone un espacio de aprendizaje vinculado a los contenidos técnicos y a la construcción de habilidades para el mundo del trabajo.

Brindándoles a los estudiantes la posibilidad de realizar Prácticas Profesionales, en un marco de formación de calidad **para lograr una mejor inserción laboral, conocimiento de lo que es el mundo del empleo, la disciplina, horario laboral, procedimientos y fundamentalmente el trabajo en equipo.**

Como impacto esperado de la implementación de éste programa de acción específico, se prevé:

APOORTE SOCIAL A LA COMUNIDAD A TRAVÉS DEL APOYO A LA EDUCACIÓN.

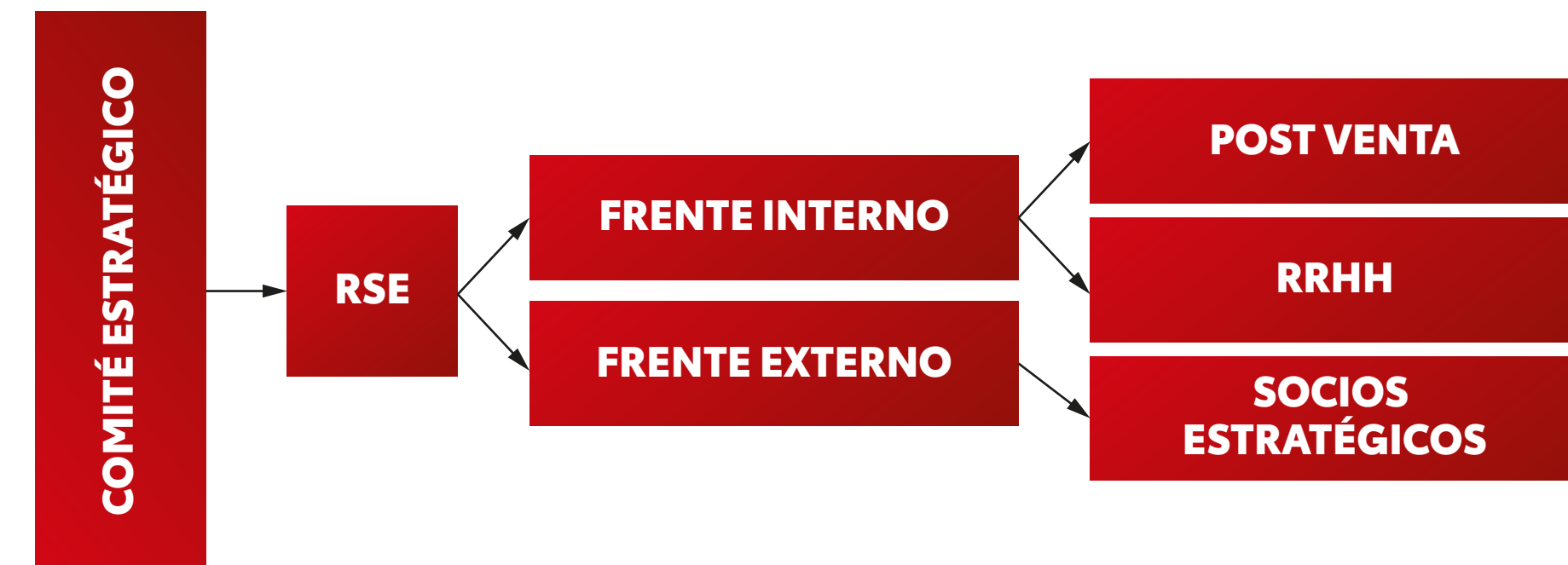
OPORTUNIDAD PARA LOS JÓVENES QUIENES ESTÁN FINALIZANDO SU CICLO SECUNDARIO Y PERMITE INSERCIÓN LABORAL A MODO DE PASANTÍA.

SEMILLERO DE NUEVOS TALENTOS (POTENCIALES COLABORADORES) PARA NUESTRA ORGANIZACIÓN.

FORTALECIMIENTO DEL VÍNCULO CON TASA.

VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO COMUNITARIO VINCULADO A LA PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN Y NUEVAS OPORTUNIDADES DE TRABAJO.

En cuanto a las áreas involucradas y su rol en el programa meta destacamos las siguientes:



COMITÉ ESTRATÉGICO

Será el responsable de brindar definición estratégica y validación para las propuestas del área de RSE y su implementación en articulación con las diferentes áreas vinculados al interior de los proyectos.

DEPARTAMENTO DE RSE

Articulador entre el comité estratégico y las áreas operativas del programa.

Responsable de las conversaciones con socios y aliados en el proyecto en el frente externo (ministerio de educación, secretaría de educación técnica, escuelas) y con los colaboradores internos (responsables de las áreas del programa).

DEPARTAMENTO DE POST VENTA

Armado de la propuesta técnica, rotación de los alumnos por las diferentes áreas, monitoreo y evaluación de los alumnos y alumnas.



DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

Capacitación a los alumnos y alumnas en habilidades necesarias para una correcta inserción al mundo del trabajo. El Programa busca promover una experiencia amplia y diversa que enriquezca el perfil profesional del futuro egresado, por éste motivo se planificó la rotación por 5 puestos de trabajo dentro de la empresa.



Luego de las experiencias desarrolladas y las competencias adquiridas, se evaluó a través una grilla el desempeño de los estudiantes convocados.

LIMITANTES Y PROPUESTA DE MEJORA

El desarrollo de éste tipo de iniciativas pretende generar un impacto positivo en la sociedad. La posibilidad de medirlo, conocer el alcance y su trazabilidad genera oportunidades emergentes para seguir trabajando y obtener aún mejores resultados a través de la inversión de, tal vez, un mismo esfuerzo. El no haber planificado éstas actividades con métricas e indicadores específicos no permite el análisis cuantitativo ni tampoco la posibilidad de interrelacionar factores involucrados.

Como propuesta de mejora, se recomienda la planificación anual de actividades asociadas a Formación y Enseñada, con actores sociales ya definidos, un cronograma de ejecución acompañado por un tablero de control que incluya indicadores de progreso como así también la definición de ejes y programas de acción prioritarios.

PLAN DE VENTAS DE B.H.A.S. S.A DURANTE EL PERIODO 2021 - EN UNIDADES Y PORCENTAJES

Área	Sexo	2020	2021
Gerencial	Masculino	10	18
Gerencial	Femenino	12	0
Supervisor	Masculino	14	17
Supervisor	Femenino	16	22
Operativos	Masculino	20	23
Operativos	Femenino	20	22

Desde B.H.A.S. S.A creemos que las capacitaciones de los integrantes de la organización son esenciales para eficientizar los procesos productivos y perfeccionar nuestros estándares calidad y satisfacción para con nuestros clientes y la red. Bajo nuestra premisa de mejora continua, año a año apostamos a la capacitación de nuestro personal, a través de un incrementa de las horas de capacitación de cada uno de ellos.

DIVERSIDAD DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

La empresa incorpora personal a la línea de mandos medios y gerencias en base a su capacitación y experiencia dentro del concesionario, sin tener en cuenta sexo y/o religión

En **BHASSA** se brinda igualdad de oportunidades tanto a hombres como mujeres. Partiendo de la base que el directorio está compuesto por tres hombres y una mujer, presidenta Aurora Velez de Bresso, contamos con mujeres en puestos claves como por ej: Repuestos, servicios, jefaturas de área, responsables de sucursal, entre otros.

Con las políticas de diversidad e igualdad de oportunidades, buscamos cumplir con las siguientes metas:

OPORTUNIDADES DE DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL**AUMENTO DE COMPROMISO POR PARTE DE NUESTROS COLABORADORES****EMPODERAR LA ATRACCIÓN DE TALENTOS HACIA BHASSA**

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Como empresa, **trabajamos como equipo en perfeccionar y elevar nuestros estándares de calidad con el objetivo de que nuestros clientes se sientan conformes con nuestro trabajo**, transversal a toda la dinámica productiva de la empresa.

Toyota Argentina encuesta a nuestros clientes y reporta los resultados de las encuestas CSI (Customer Satisfaction Index) y SSI (Sales Satisfaction Index) al concesionario con el objetivo de medir y posicionar la performance en términos de satisfacción de calidad de los clientes a nivel red.

Contamos con personal calificado que evalúa de forma semanal, mediante encuestas internas, el desempeño del concesionario en todas sus áreas, con el objetivo de fomentar la mejora continua en todos los ámbitos de operación de la empresa y humanizar la marca **BHASSA** para con nuestros clientes.

Asimismo, contactamos telefónicamente a cada uno de los clientes del concesionario de los sectores de ventas y posventa, con el objetivo de detectar quejas y reclamos, acercarnos a nuestros clientes y utilizar las opiniones y sugerencias de nuestros clientes en nuestro proceso de mejora continua.

Durante el año 2020, nuestros índices de calidad en los sectores de posventa y ventas sufrieron una caída como consecuencia de las dinámicas de pandemia que debimos afrontar y adaptarnos como concesionario. La reducción de personal por grupos de trabajo trajo consigo una reducción de los turnos disponibles y amplitud en la brecha de facilidad de acceso a turnos por parte de nuestros clientes. Asimismo, problemáticas inherentes a la demora en la entrega de unidades desde la terminal implicó malestares en nuestros clientes respecto a los servicios prestados en periodo pre-pandemia.



Asimismo, nos enorgullece comunicar que para el año 2021, nuestros índices de satisfacción al cliente han mejorado considerablemente, en virtud de la adaptación de procesos y colaboradores a las nuevas dinámicas del mercado en este año de recuperación y crecimiento económico exponencial de la empresa.

COMUNIDADES LOCALES

ENFOQUE DE GESTIÓN

Las grandes, medianas y pequeñas empresas son actores claves del desarrollo sostenible en los territorios y sus comunidades. El sector empresarial influye y es influenciado por estar inmerso dentro de una matriz de interrelaciones generadas por múltiples y diversos actores sociales. En consecuencia, las decisiones que tome o no una organización, pueden maximizar sus contribuciones para afianzar una senda de desarrollo con beneficios ambientales, sociales, económicos, democráticos e institucionales perdurables en los entornos donde actúan, en un marco de corresponsabilidad con las comunidades y el sector público. En la actualidad, la estrecha articulación de estrategias corporativas con el desarrollo sostenible por un lado, y de otro, la articulación de empresas y ONGs, con las comunidades y los gobiernos, abre un gran potencial para promover la consolidación de entornos sostenibles.

Como anteriormente se mencionaba, **existe una relación de interdependencia entre la comunidad y la empresa**, y **BHASSA** no es ajena a esto, ya que desde la organización se entiende que las comunidades locales, donde se emplazan las sucursales de la organización, le otorgan características específicas, que en su conjunto hacen a la impronta de la empresa. **La organización como parte de las comunidades donde se desarrolla, tiene una intervención activa en búsqueda de mejorar la realidad socio ambiental a través de programas de acción específicos.** A partir de éste principio, trabaja e invierte esfuerzos en abordar demandas de grupos vulnerables, se vincula, apoya, acompaña y propicia acciones referidas a la conservación del ambiente como casa común.

OPERACIONES CON PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL, EVALUACIONES DEL IMPACTO Y PROGRAMAS DE DESARROLLO.

A continuación, se presentan y describen las acciones desarrolladas por el departamento de RSE durante el año 2021 con las comunidades locales donde se encuentran las sucursales **BHASSA**.

Es una organización civil sin fines de lucro que se dedica a la **rehabilitación de personas con adicciones** desde 1998, en la ciudad de Santa Rosa (La Pampa).

Desde el Rotary Club Santa Rosa Norte, como nexo, se planteó a la organización por nota escrita, la necesidad de arreglar 2 dos motores y una lijadora pertenecientes a esta organización social. Dicha maquinaria la utilizan en el taller de Carpintería y Herrería, para el desarrollo de elementos que posteriormente se comercializan.

El Comité de RSE de **BHASSA** bajo la presidencia de la señora **Aurora Vêlez de Bresso**, decidió arreglar los elementos mencionados, utilizando la estructura interna de la empresa. De ésta forma las máquinas quedaron operativas nuevamente, y quienes la utilizaban, retomaron sus labores cotidianas.



POLO AMBIENTAL TRENQUE LAUQUEN

El Polo Ambiental de Trenque Lauquen (Buenos Aires), surge de la necesidad de promover la incorporación de una mirada sistémica e incentivar la adopción de pautas sustentables que estimulen una evolución en el desarrollo de la comunidad local y de los hábitos de consumo de los ciudadanos.

En el Polo Ambiental se asentaron diferentes emprendimientos municipales relacionados a la separación y ordenamiento de residuos sólidos urbanos y su puesta en valor para la comercialización como así también iniciativas relacionadas a la investigación y desarrollo. Este espacio incorporará valor al proceso productivo del producto de reciclado de residuos (fracciones aptas para materias primas), fortaleciendo el adecuado tratamiento de los residuos que producen recursos económicos. Significa que todos los residuos urbanos, por fracciones y tipo, tendrán su circuito específico y tratamiento, con la correspondiente disposición final.

Desde **BHASSA**, en convenio con el Gobierno Local de Trenque Lauren, se inició la entrega de material (plástico, cartón y papel mayoritariamente) correctamente clasificado en la sucursal, para ser reutilizado o reciclado por quienes integran el Polo Ambiental. La frecuencia de entrega es semanal, a cargo de personal de la empresa, quedando proyectada la entrega de aparatos eléctricos y electrónicos en desuso.



DONACIÓN DE SÁBANAS HOSPITAL DE VILLEGAS

En el mes de abril del año 2021, tomó contacto con **BHASSA**, la presidente de la **Cooperadora del Hospital Municipal Nuestra Señora del Carmen de General Villegas** (Buenos Aires), la señora, Sandra Butvilofsky, con el objeto de solicitar un donación de sábanas, para cubrir la demanda generada en el recambio de las mismas de manera urgente provocado por Pandemia (COVID 19).

El departamento de responsabilidad social empresaria de **BHASSA**, bajo la Presidencia de la señora **Aurora Del Carmen Vèlez de Bresso**, decidió realizar la donación, que constó de 40 juegos de sábanas hospitalarias. Fueron adquiridas a la firma HOBBY "Lo diseñó Imaginado"



HOGAR DE ANCIANOS DON BOSCO

El "**Hogar de Ancianos Don Bosco**" es una Asociación sin fines de lucro destinada a la contención y cuidado de personas de la tercera edad. Cumple con su objeto social desde su fundación el 11-11-1946. Esta entidad de bien público, lleva a cabo una amplia labor humanitaria en la ciudad de General Pico, producto del esfuerzo desinteresado de muchas personas que sin lugar a dudas **hacen de la colaboración un modo de vida**.

Motivo por el cual el Comité Estratégico de **BHASSA**, presidido por la señora **Aurora Vèlez de Bresso**, al detectar una necesidad concreta, dispuso la adquisición de alimentos navideños para entregar al Hogar, y de esa manera cubrir las necesidades ante las Fiestas que se aproximaban. Los productos fueron entregados en el Hogar bajo estricto Protocolo por Pandemia (COVID 19).



DONACIÓN HELADERA A LA MUNICIPALIDAD DE GENERAL PICO

En Pandemia, la señora Intendente de General Pico Fernanda Alonso se comunicó con **BHASSA**, haciéndonos saber de la problemática del "COE", organismo creado especialmente para el monitoreo y control de la Pandemia originada por COVID 19, para toda la zona norte de la Provincia de Pampa. Este organismo no contaba con una heladera para el uso común de los más de 35 profesionales de la salud abocados especialmente a la tarea de mitigación y control del virus que provocó la pandemia mundial.

El departamento de RSE de **BHASSA**, bajo la presidencia de la señora **Aurora Vèlez de Bresso**, decidió donar una heladera existente en el concesionario local, dando respuesta rápida a lo solicitado.

La donación fue recibida por el Doctor Marcos Miguel a cargo del Comité de Organización de Emergencia del Hospital, quien agradeció profundamente la acción y lo hizo público a través de Redes Sociales, como así también la Intendente señora Fernanda Alonso.



PROYECTO RECICLADO AIRBAGS

Toyota por cuestiones de Seguridad decidió realizar el recambio del inflador de los Airbags de algunos modelos de su Line-Up, (Corolla, Hilux, Etios entre otros), por este motivo se generó acumulación de bolsas, elemento muy versátil para confeccionar sobre todo artículos tales como carteras, cartucheras, riñoneras etc. Frente a ésta situación, **BHASSA** en línea con el concepto de Economía Circular, está trabajando en un proyecto para la reutilización y/o reciclado de éste material a través de un grupo de emprendedoras de Santa Rosa (La Pampa) que se dedican a la marroquinería, dándonos respuestas a las inquietudes planteadas.

El proyecto se encuentra en proceso, se han celebrado reuniones para abordar la temática, y producidos los primeros diseños en marco del "mes rosa" (octubre) en alusión a la campaña por la lucha contra el cáncer de mama.

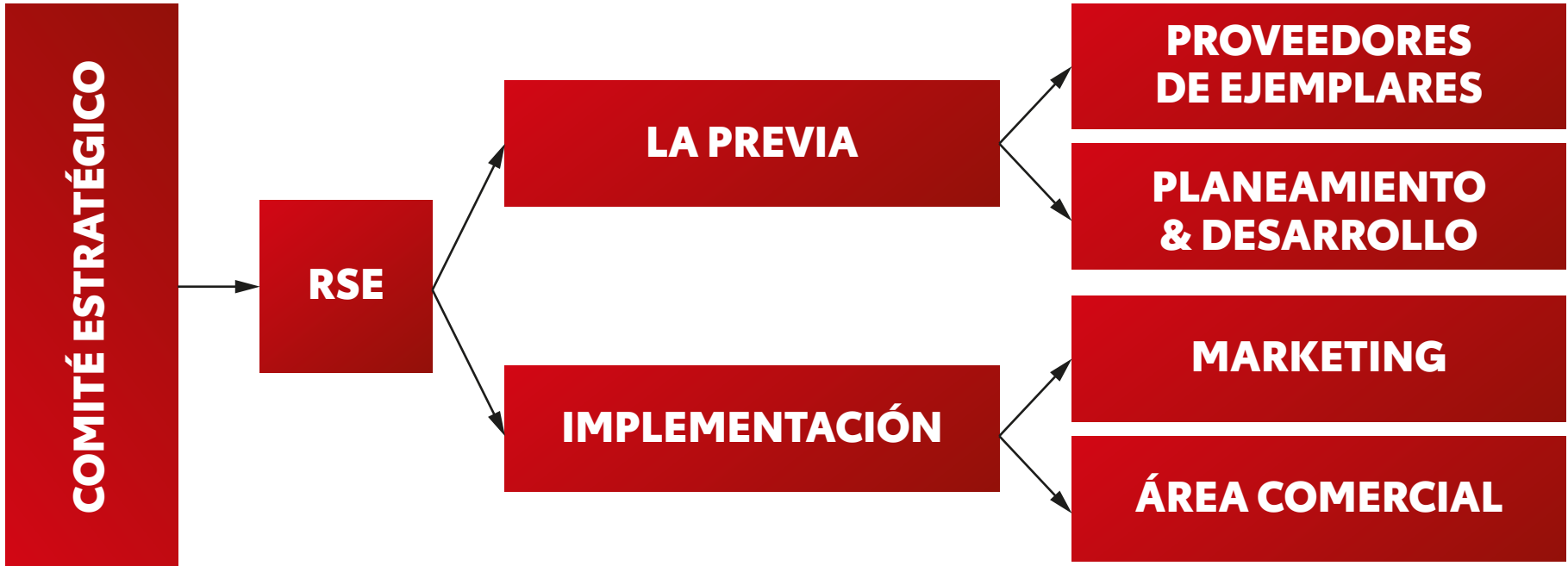


PROGRAMA BOSQUES DISPERSOS

BHASSA, como parte de **Toyota** Argentina, lleva adelante una política ambiental en cada una de sus operaciones, como así también, en el trabajo diario dentro de sus instalaciones.

En búsqueda de aportar a la conservación del Bosque de Caldén, árbol representativo de la provincia de La Pampa y endémico de la región fitogeográfica del Espinal, desde **BHASSA** se propuso adquirir plantines de ésta especie nativa de Proso-pis y entregarla como cortesía a los usuarios y clientes de la organización en diversas ocasiones que más adelante se mencionan.

A continuación, se presenta un esquema donde se exhiben las áreas vinculadas al desarrollo de ésta acción de concientización y sensibilización ambiental.



A cada área interviniente se le definió una responsabilidad específica, aquí debajo se detalla los roles y compromisos asumidos por cada una:

COMITÉ ESTRATÉGICO

Brindar definición estratégica y validación para las propuestas del área de RSE y su implementación en articulación con las diferentes áreas vinculadas al interior de los proyectos.

DEPARTAMENTO DE RSE

Responsable de las conversaciones con socios y aliados en el proyecto en el frente externo (Universidad, Escuelas Agrotécnicas, talleres protegidos) y con los colaboradores internos (responsables de las áreas del programa). Además, de la coordinación con cada área de la Empresa, también se ocupará de adquirir las plantas para ser distribuidas en las distintas áreas para su entrega de manera organizada

ÁREA COMERCIAL

Entrega de los ejemplares, en coordinación con el área comercial, ya sea por post venta, venta convencional, TPA, o al momento de la entrega de una unidad. También en la participación de Bhassa en ferias, exposiciones, eventos internos, entre otras actividades sociales.

MARKETING

Encargada de planificar con RSE cada evento que se realice con ejemplares, para dejar registro fotográfico y difundir los eventos en forma interna y de cara a la comunidad en todas sus redes sociales.

PLANEAMIENTO Y DESARROLLO

Encargada de planificar con RSE el desarrollo del seguimiento de la entrega de cada ejemplar, además de desarrollar la herramienta para poder medir el Impacto Ambiental.

Según las acciones desarrolladas en forma conjunta con las distintas organizaciones sociales que anteriormente se detallaron, **BHASSA** contribuye con nueve objetivos de desarrollo sostenible en marco de la agenda 2030. Ellos son:

contribuye con nueve objetivos de desarrollo sostenible en marco de la agenda 2030. Ellos son:

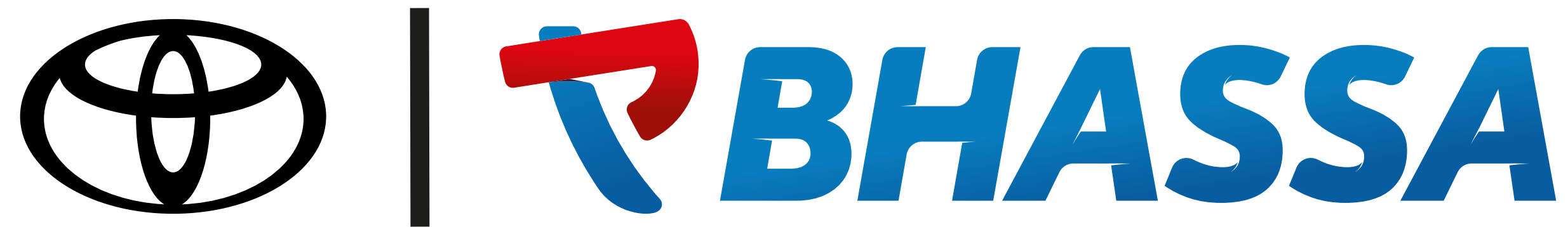


Por otra parte, se aconseja seleccionar los indicadores clave de desempeño, “KPIs”, por sus siglas en inglés. **Es una etapa esencial en el establecimiento de objetivos, ya que serán un herramienta de monitoreo capaz de orientar y comunicar el progreso del plan de trabajo predefinido.** Estas métricas serán la base para que un objetivo/tarea/acción sea específico y medible en una escala de tiempo definida. Como dato adicional se recomienda que la empresa elija indicadores comúnmente utilizados y aprobado por los sistemas que definen lineamientos de sostenibilidad, esto hará que los datos e información generada por la organización sea más fácil de procesar, comunicar y/o hasta comparar con los de otra organización del mismo rubro.

Por último, es muy importante considerar cuidadosamente el nivel de ambición de las acciones a desarrollar en el marco de un plan de sostenibilidad. La empresa, según su desempeño histórico, la línea base desde donde se proyecta la acción, y los recursos que se esperan invertir; debe poder definir con criterio los alcances de las tareas a desarrollar.

LIMITANTES Y PROPUESTA DE MEJORA

Como propuesta de mejora, se sugiere que el alcance de los objetivos de sostenibilidad de la empresa relacionados con aspectos sociales, se guíe por las prioridades estratégicas identificadas durante la planificación anual en marco del plan de acción a ejecutar cada año. Esto asegurará que las metas de **BHASSA** incluyan oportunidades para lograr contribuciones positivas a los ODS, así como para reducir los impactos negativos actuales y potenciales. Del mismo modo, esto asegurará que los objetivos no sólo cubran las operaciones propias de la empresa, sino que también creen oportunidades para hacer mejoras en toda la cadena de valor.



  **TOYOTABHASSA** | toyota.bhassa.com.ar

SANTA ROSA (02954) 435-770
Av. Spinetto 1409, La Pampa

GRAL. PICO (02302) 422-059
Calle 13 N°552, La Pampa

T. LAUQUEN (02392) 418-055
Ruta Nac. 5 Km 445, Buenos Aires