RICARDO PEREZ

Lexus Green Path: movilidad con propósito

Medio Ambiente



Reconocimiento Liderazgo Sostenible 2026

Presentación del programa

Presenta el programa a postular, su categoría ASG (Ambiente, Social, Gobernanza), su contribución a los ODS y la información base del programa.

1 Nombre del programa *

Lexus Green Path: movilidad con propósito

2 Perfil de la empresa *

Ricardo Pérez es el distribuidor autorizado de Toyota Motor Corporation para la comercialización de vehículos Toyota y Lexus en Panamá. Con 70 años de trayectoria en el mercado, más de 950 colaboradores, 11 sucursales y 3 concesionarios, la compañía ha construido su liderazgo sobre un propósito claro: **ser el impulso que mueve a Panamá para potenciar el crecimiento de su gente.**

Ese propósito guía cada decisión estratégica, desde la electrificación de su portafolio vehicular hasta el desarrollo de su talento humano. Como parte del respaldo de Toyota Motor Corporation y bajo los principios del Toyota Way, Ricardo Pérez integra la mejora continua y el respeto por las personas como pilares de su cultura organizacional, extendiendo ese compromiso a sus colaboradores, clientes y comunidades.

En sostenibilidad, la empresa avanza con una hoja de ruta de electrificación que educa al mercado panameño sobre tecnologías híbridas, híbridas enchufables y eléctricas, contribuyendo a la reducción de la huella de carbono del sector automotriz nacional. Más allá del negocio, Ricardo Pérez impulsa el desarrollo social a través de Manos Unidas, su programa de voluntariado corporativo, que moviliza a sus colaboradores en iniciativas educativas, ambientales y comunitarias en todo el país. Alianzas de largo plazo, como el programa de vivero escolar y reforestación con instituciones educativas, evidencian un compromiso ambiental sostenido en el tiempo, no ocasional.

Para Ricardo Pérez, el liderazgo sostenible no es una aspiración: es la forma en que la empresa ha operado por siete décadas, y la razón por la que sigue creciendo junto a Panamá y su gente.

3 Descripción y propósito/objetivos del programa *

Descripción

Lexus Green Path es una iniciativa de Ricardo Pérez, S.A. como parte de su estrategia corporativa de sostenibilidad. El programa concentra sus esfuerzos en cuatro frentes: la reducción de gases de efecto invernadero, la gestión adecuada de residuos, la reforestación y la protección de los océanos, articulados bajo un compromiso mayor: alcanzar la neutralidad de carbono en 2050, en línea con la visión global de Toyota Motor Corporation.

El eje central del programa es directo y medible: por cada vehículo electrificado que Lexus vende en Panamá, la empresa siembra un árbol. Esta acción, simple en su concepto, tiene un propósito de largo alcance: convertir cada transacción comercial en un gesto ambiental tangible, creando un bosque que de testimonio físico del compromiso de la marca con la neutralidad de carbono. Actualmente el 80% de las ventas de la marca Lexus en Panamá son vehículos de tecnologías electrificadas (híbridos, híbridos enchufables y eléctricos).

En 2023, Lexus Green Path se materializó a través de una alianza con Leafsinc, lo que nos ha permitido reforestar 2.5 hectáreas dentro de Parque Camino de Cruces con más de 2,500 plantones de especies nativas. Cada árbol captura en promedio 25 kilogramos de CO2 al año, y la meta de supervivencia establecida es de al menos el 80% de las especies plantadas, un indicador que refleja seriedad técnica y no solo intención simbólica.

El programa también integra a los clientes como parte activa del compromiso ambiental. A través de los “Lexus Drivers”, la marca ofrece un portafolio completo de vehículos electrificados, híbridos, híbridos enchufables y eléctricos, que permite a cada conductor participar directamente en la respuesta del sector automotriz frente al cambio climático.

Propósito y objetivo

El objetivo de Lexus Green Path es doble. Primero, reducir de forma medible la huella de carbono generada por la operación y el portafolio vehicular de la marca, mediante eficiencia energética, reducción de residuos y captura de carbono a través de la reforestación. Segundo, y de manera más amplia, generar un impacto significativo en la vida de las personas y las comunidades donde opera Ricardo Pérez, entendiendo la sostenibilidad no como una meta ambiental aislada, sino como un compromiso que conecta a la empresa, la marca, sus clientes y el entorno natural del país.

Como distribuidor y garante de la marca Lexus en Panamá desde hace más de una década, Ricardo Pérez ha adoptado la descarbonización como una prioridad estratégica dentro de la industria automotriz, incorporando prácticas ambientales efectivas que buscan evitar que la huella de carbono siga incidiendo directa o indirectamente en la vida de los panameños.

Lexus Green Path representa así la forma en que Ricardo Pérez traduce su propósito corporativo de ser el impulso que mueve a Panamá para potenciar el crecimiento de su gente, en una acción ambiental concreta, sostenida en el tiempo y verificable, que conecta cada venta con un compromiso reforestador y cada vehículo electrificado con un futuro más limpio para el país.

4 **Fecha de inicio (dd/mm/yy) y en qué etapa está el programa ***

El programa inició operativamente en octubre de 2023 y tuvo su lanzamiento formal en marzo de 2024, un tiempo que la empresa utilizó para validar el modelo antes de posicionarlo públicamente.

Hoy, el programa ya superó la fase piloto: cuenta con una alianza consolidada con Leafsinc, el Ministerio de Ambiente, Fundación TRENCO, Adopta Bosques y otros actores, además de resultados medibles desde su primer ciclo de siembra, más de 2,500 árboles plantados en Camino de Cruces, con una captura estimada de 25 kilogramos de CO_2 por árbol al año, y una meta técnica de supervivencia del 80% de las especies sembradas.

Esto nos lleva a confirmar el programa está en una etapa de expansión estructurada.

5 **Razón por la cual se postula el programa en la categoría seleccionada (ASG) ***

El programa nace de una meta concreta y ambiciosa, la neutralidad de carbono en 2050, y la traduce en una acción operativa directa: por cada vehículo electrificado vendido, se siembra un árbol. Esta mecánica conecta el crecimiento comercial de la marca con un compromiso real, evitando que la sostenibilidad quede como discurso y convirtiéndola en práctica verificable.

En biodiversidad, la alianza con Leafsinc permitió sembrar más de 2,500 árboles de distintas especies en Camino de Cruces, con una meta de supervivencia del 80% monitoreada durante un periodo de mantenimiento de cinco años, un horizonte que distingue a Lexus Green Path de una acción de reforestación puntual y lo posiciona como un compromiso ambiental de largo plazo.

En reducción de huella de carbono y mitigación del cambio climático, cada árbol sembrado captura en promedio 25 kilogramos de CO2 al año, una acción concreta y medible que se suma a la meta global de neutralidad de la marca.

En movilidad sostenible, el programa amplía su impacto al ofrecer a los “Lexus Drivers” un portafolio completo de vehículos electrificados, contribuyendo directamente a la reducción de emisiones del parque automotor panameño.

Por su origen, su ejecución con métricas técnicas y su proyección de crecimiento ligado a ventas, Lexus Green Path constituye una iniciativa ambiental sólida, medible y escalable, alineada con los criterios que reconoce la categoría ambiental del Liderazgo Sostenible de AMCHAM.

6 **Explicar cómo el programa está alineado a la ISO 26.000 u otros estándares internacionales ***

Lexus Green Path se alinea de manera directa con la norma ISO 26000, guía internacional de responsabilidad social, particularmente en tres de sus materias fundamentales: medio ambiente, participación activa y desarrollo de la comunidad, y gobernanza organizacional.

En materia ambiental, el programa responde a los principios de prevención de la contaminación y protección del medio ambiente y la biodiversidad que establece la norma: mitiga el cambio climático mediante la captura de CO2 (25 kg por árbol al año), promueve el uso sostenible de recursos a través de la electrificación vehicular, y protege ecosistemas locales mediante la reforestación en Camino de Cruces, con metas técnicas de supervivencia del 90% de las especies.

En participación y desarrollo de la comunidad, el programa fortalece alianzas estratégicas con actores especializados (Leafsinc), generando un ecosistema de colaboración que ISO 26000 identifica como esencial para un impacto social genuino y no aislado.

Y en gobernanza organizacional, Lexus Green Path no es una acción filantrópica desconectada del negocio: integra la sostenibilidad en la operación comercial misma (ventas de híbridos ligadas directamente a siembra), lo que refleja el principio de rendición de cuentas y transparencia que exige la norma, al hacer medible y verificable el compromiso ambiental.

El programa también se enmarca en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, específicamente el ODS 13 (Acción por el Clima), el ODS 15 (Vida de Ecosistemas Terrestres) y el ODS 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles), a través de la movilidad sostenible.

Adicionalmente, la meta de neutralidad de carbono en 2050 conecta a Ricardo Pérez con los marcos globales de descarbonización que sigue Toyota Motor Corporation, alineando la operación local con estándares y compromisos ambientales de alcance internacional.

7 **Establecer los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y metas que impacta el programa (máximo 5). Sustente su afirmación ***

Lexus Green Path impacta de manera directa cuatro Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, con metas concretas y verificables en cada caso.

ODS 13 – Acción por el Clima Es el objetivo con conexión más directa. La meta 13.2 (incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas y estrategias) se cumple mediante el compromiso corporativo de neutralidad de carbono en 2050 y su traducción en una acción operativa medible: cada árbol sembrado captura en promedio 25 kilogramos de CO_2 al año, generando una reducción cuantificable de gases de efecto invernadero. Adicionalmente, la meta 13.3 (mejorar la educación y sensibilización sobre mitigación del cambio climático) se sustenta en la comunicación pública del programa hacia los “Lexus Drivers” y el mercado panameño, informando sobre el rol de la electrificación vehicular en la reducción de emisiones.

ODS 15 – Vida de Ecosistemas Terrestres La meta 15.1 (asegurar la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres) se sustenta en la reforestación activa en Camino de Cruces, con más de 2,500 árboles de diferentes especies sembrados en alianza con Leafsinc. La meta 15.2 (promover la gestión sostenible de los bosques y aumentar la forestación) se refleja en la meta técnica de supervivencia del 80% de las especies plantadas, monitoreada durante un periodo de mantenimiento de cinco años, lo que garantiza que la intervención no sea puntual sino un compromiso de restauración forestal sostenido en el tiempo.

ODS 11 – Ciudades y Comunidades Sostenibles La meta 11.2 (proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles y sostenibles) se sustenta en el portafolio de vehículos electrificados que Lexus ofrece a través del programa (híbridos, híbridos plug-in y eléctricos), contribuyendo a la transición hacia una movilidad urbana con menor huella de carbono en Panamá. La meta 11.6: reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, prestando atención a la calidad del aire se conecta directamente con la reducción de emisiones tóxicas que genera un parque automotor más electrificado.

ODS 17 – Alianzas para Lograr los Objetivos La meta 17.17 (fomentar alianzas eficaces en las esferas pública, privada y de la sociedad civil) se sustenta en la colaboración con Leafsinc, un actor técnico especializado que aporta capacidad de ejecución y monitoreo ambiental que Ricardo Pérez no tendría de forma aislada, demostrando que el impacto ambiental se multiplica a través de alianzas estratégicas y no de esfuerzos unilaterales.

En conjunto, estos cuatro ODS y sus metas específicas muestran que Lexus Green Path no es una iniciativa de reforestación aislada, sino un programa articulado que conecta clima, biodiversidad, movilidad urbana y alianzas estratégicas, con métricas verificables en cada dimensión: captura de CO_2, supervivencia de especies, portafolio de vehículos electrificados y una alianza técnica activa desde 2023.

Integración del programa a la empresa y sus grupos de interés

Identifica protagonistas, roles y grupos de interés internos y externos involucrados en el programa.

8 **Rol del Consejo Directivo en el programa ***

El consejo directivo de Ricardo Pérez tiene un rol activo y estructurado en la gobernanza de Lexus Green Path, que abarca desde la aprobación estratégica hasta el seguimiento continuo de resultados.

En primer lugar, el consejo aprobó formalmente el proyecto, validando su alineación con la estrategia corporativa de sostenibilidad y con el compromiso de neutralidad de carbono en 2050 asumido por la marca. Esta aprobación no es un trámite administrativo: implica que el programa se reconoce como parte integral de la operación del negocio, y no como una iniciativa aislada de responsabilidad social.

En segundo lugar, el consejo aprueba el presupuesto destinado a la ejecución del programa, garantizando los recursos necesarios para sostener la alianza con Leafsinc, la siembra de árboles y el mantenimiento del sitio a cinco años. Este respaldo financiero directo desde el máximo órgano de gobierno de la empresa refleja el peso estratégico que se le otorga al proyecto.

En tercer lugar, el consejo monitorea la ejecución del programa, asegurando que las metas técnicas establecidas, como la supervivencia de las especies sembradas y la captura estimada de CO2, se cumplan conforme a lo planificado.

Finalmente, el consejo da seguimiento al proyecto de forma periódica a través de juntas directivas, donde se revisan avances, resultados y ajustes necesarios. Este mecanismo de gobernanza garantiza que Lexus Green Path no dependa únicamente del área de mercadeo o comunicaciones, sino que cuente con supervisión desde el nivel más alto de la organización, asegurando su continuidad y su rendición de cuentas en el tiempo.

Este involucramiento del consejo directivo demuestra que la sostenibilidad ambiental es, para Ricardo Pérez, una prioridad de gobierno corporativo y no solo una acción operativa o comunicacional.

9 **Equipo que integra el programa por parte de la empresa ***

Lexus Green Path se ejecuta a través de un equipo multidisciplinario interno que refleja la naturaleza integral del programa: no depende de un solo departamento, sino de la articulación coordinada entre áreas comerciales, ambientales y de comunicación.
El equipo comercial de la marca Lexus, liderado por la gerente de Lexus Panamá, encabeza el programa. Este liderazgo es estratégico: al estar la responsabilidad en el área comercial de la marca, se garantiza que la mecánica central del programa, sembrar un árbol por cada híbrido vendido, esté directamente conectada con la operación de ventas, y no sea una iniciativa desvinculada del negocio.

El equipo de sostenibilidad asegura que el programa esté alineado con la estrategia corporativa de sostenibilidad de Ricardo Pérez y con los compromisos ambientales de largo plazo de la empresa, incluyendo la meta de neutralidad de carbono en 2050.

El equipo de gestión ambiental aporta el criterio técnico necesario para la ejecución en campo: selección de especies, monitoreo de supervivencia, y seguimiento de indicadores como la captura de CO2 por árbol, garantizando que el programa cumpla con rigor técnico y no solo con intención ambiental.

El equipo de mercadeo asegura que los logros y avances del programa se comuniquen de forma consistente hacia los “Lexus Drivers”, los medios y el público general, fortaleciendo la visibilidad del compromiso ambiental de la marca y generando conciencia sobre la electrificación vehicular.
Esta estructura de trabajo conjunto entre mercadeo, sostenibilidad, gestión ambiental y el equipo comercial de Lexus demuestra que el programa no es una acción aislada de una sola área, sino un esfuerzo transversal que involucra a distintas competencias de la empresa, coordinadas bajo un mismo objetivo ambiental.

10 Aliados estratégicos externos del programa *

Lexus Green Path se apoya en una red de alianzas estratégicas externas que aportan capacidad técnica, institucional y territorial al programa.

Leafsinc funge como ejecutor técnico, aportando el conocimiento especializado en reforestación: selección de especies, metodología de siembra y monitoreo de indicadores ambientales, como la captura estimada de CO2 y la meta de supervivencia de los árboles plantados.

El Ministerio de Ambiente participa como aliado institucional, dado que Camino de Cruces, el área donde se desarrolla la reforestación, es un espacio administrado por esta entidad. Esta articulación garantiza que el programa opere dentro del marco regulatorio correspondiente y en coordinación con la gestión pública del territorio.

Adopta Bosques se encarga del mantenimiento de la parcela reforestada, asegurando el cuidado continuo del área durante el periodo de cinco años establecido, un componente clave para que la siembra se traduzca en un bosque consolidado y no en una intervención temporal sin seguimiento.

La Fundación TRENCO participa en el proceso de reforestación, sumando capacidad organizativa y experiencia en la ejecución de este tipo de iniciativas ambientales en el país.

Esta red de alianzas , que combina un ejecutor técnico especializado, la autoridad ambiental competente, una organización dedicada al mantenimiento forestal y una fundación con trayectoria en reforestación, refleja el principio de colaboración multisectorial que exige un programa ambiental serio y sostenible.

Ricardo Pérez no ejecuta Lexus Green Path de forma aislada: lo hace a través de un ecosistema de actores especializados, lo que fortalece tanto la rigurosidad técnica del programa como su legitimidad institucional ante entidades públicas y organizaciones de la sociedad civil.

11 Actores beneficiados *

El principal actor beneficiario de Lexus Green Path es el ambiente y su ecosistema. La reforestación en Camino de Cruces contribuye directamente a la restauración de un área protegida dentro de la ciudad, fortaleciendo la biodiversidad local, la captura de carbono y la salud del suelo, con una meta de supervivencia del 80% de las especies sembradas monitoreada durante cinco años.

Este beneficio ambiental, sin embargo, no queda aislado: se extiende de forma indirecta pero significativa a las comunidades cercanas al parque. Camino de Cruces está ubicado en la ciudad de Panamá, delimitado por la vía Centenario, frente a Ciudad de la Salud y Merca Panamá, un entorno urbano de alta densidad y actividad. La reforestación de esta área representa un beneficio ambiental directo para quienes viven, trabajan o transitan por esta zona: mejora la calidad del aire, contribuye a la regulación climática local y preserva un pulmón verde dentro de un espacio predominantemente urbano.

Adicionalmente, al tratarse de un área protegida administrada por el Ministerio de Ambiente, el programa beneficia a la ciudad de Panamá en su conjunto, al fortalecer la conservación de un corredor biológico urbano de valor histórico y ecológico, reconocido como parte del patrimonio natural del país.

Los clientes de la marca también se benefician, al participar de forma tangible en un compromiso ambiental verificable cada vez que adquieren un vehículo híbrido, fortaleciendo su vínculo con una marca que actúa con responsabilidad ambiental concreta.

Los voluntarios de Ricardo Pérez y Fundación TRENCO que participan de las jornadas, se benefician porque pasan por un proceso de sensibilización y conocimiento acerca de la gestión.

Finalmente, Ricardo Pérez y la marca Lexus se benefician en términos de reputación corporativa y posicionamiento como referente de sostenibilidad en el sector automotriz panameño, un activo que fortalece su relación con clientes, reguladores y la comunidad empresarial.

Enfoque e impacto del programa

Desarrolla el contexto, el problema central, la relevancia del programa y su ejecución, comunicación e innovación.

12 **¿Cuál es el problema o desafío central que se enfrenta en relación con su programa de sostenibilidad? ***

Para Ricardo Pérez, como distribuidor exclusivo de Toyota y Lexus en el país, el desafío central es doble. Por un lado, liderar la transición del mercado panameño hacia una movilidad más limpia, en un contexto donde la adopción de vehículos electrificados aún depende en gran medida de la educación del consumidor, de la confianza en estas tecnologías, del desarrollo de infraestructuras y la adopción de leyes que promuevan no solo el uso, sino la gestión responsable. Por otro lado, asumir una responsabilidad ambiental que vaya más allá de ofrecer productos más eficientes: compensar de forma activa el impacto que la industria automotriz genera sobre el entorno natural.

A esto se suma un reto adicional propio de Panamá: la presión sobre áreas protegidas urbanas, como Camino de Cruces, que forman parte del patrimonio natural del país pero que enfrentan amenazas constantes de degradación por la expansión de la ciudad. Sin intervención activa, corredores biológicos como este pierden biodiversidad y capacidad de captura de carbono, justo en el momento en que más se necesitan frente al cambio climático.

Lexus Green Path responde a este desafío conectando dos frentes que normalmente se abordan por separado: la transformación del portafolio vehicular hacia la electrificación y la restauración activa de ecosistemas urbanos, bajo la convicción de que el compromiso ambiental de una marca automotriz no puede limitarse al producto que vende, sino que debe extenderse al entorno donde opera.

13 **¿Por qué es importante el programa para la empresa. Cómo se asocia a la estrategia de la empresa/negocio y cuáles son los riesgos y oportunidades que afronta la empresa en materia de sostenibilidad vinculadas al programa?** *

Asociación con la estrategia de negocio

El programa no es una iniciativa periférica de responsabilidad social, sino que está integrado directamente a la operación comercial de la marca Lexus. Al vincular cada venta de un vehículo híbrido con la siembra de un árbol, la empresa convierte su desempeño comercial en el motor mismo de su impacto ambiental, alineando crecimiento del negocio con crecimiento del compromiso ambiental. Esto responde también a la estrategia global de electrificación de Toyota Motor Corporation, con la que Ricardo Pérez mantiene una relación de representación exclusiva desde hace siete décadas, y a la meta corporativa de alcanzar la neutralidad de carbono en 2050. El programa, así, no compite con la estrategia comercial de la empresa: la refuerza, posicionando a Lexus como la marca que lidera la conversación de movilidad sostenible en Panamá.

Riesgos que afronta la empresa

En materia de sostenibilidad, Ricardo Pérez enfrenta varios riesgos si no actúa de forma proactiva. El primero es el riesgo reputacional: en un mercado donde la industria automotriz global avanza aceleradamente hacia la electrificación, quedarse rezagado en comunicación y acción ambiental podría erosionar la percepción de liderazgo de la marca frente a competidores y consumidores cada vez más informados. El segundo es el riesgo regulatorio: es previsible que Panamá, siguiendo tendencias regionales e internacionales, incremente exigencias ambientales sobre el sector automotriz en los próximos años, y las empresas que ya cuenten con programas estructurados estarán mejor posicionadas para adaptarse. El tercero es el riesgo de mercado: si la empresa no educa activamente a los consumidores sobre tecnologías híbridas y electrificadas, la transición hacia estos vehículos será más lenta, afectando tanto el negocio como el cumplimiento de metas ambientales locales y globales.

Oportunidades que afronta la empresa

Frente a estos riesgos, el programa abre oportunidades claras. En primer lugar, fortalece la diferenciación de marca: pocas iniciativas en el mercado panameño conectan de forma tan directa la venta de un producto con una acción ambiental medible, lo que da a Lexus una propuesta de valor distintiva. En segundo lugar, genera confianza y lealtad entre los clientes, quienes participan de manera tangible en el compromiso ambiental de la marca con cada compra. En tercer lugar, posiciona a Ricardo Pérez como referente de sostenibilidad ante cámaras empresariales, entidades reguladoras y la sociedad civil, fortaleciendo relaciones institucionales de largo plazo. Finalmente, el programa construye una base de datos y experiencia técnica en reforestación y captura de carbono que la empresa puede escalar y replicar en el futuro, consolidando una ventaja competitiva sostenida en materia ambiental dentro del sector automotriz panameño.

14 **¿Por qué es importante el programa para las audiencias externas y/o beneficiadas? ***

Para el Ministerio de Ambiente y las entidades reguladoras, el programa es relevante porque demuestra que el sector privado puede ser un aliado activo en la conservación de áreas protegidas urbanas, aportando recursos técnicos y financieros a la gestión de espacios que, de otra forma, dependerían únicamente de presupuesto público, cada vez más limitado frente a la magnitud del reto ambiental.

Para los clientes, el programa transforma la compra de un vehículo en una acción con propósito. Cada cliente pasa de ser un consumidor a un participante activo en un compromiso ambiental verificable, lo que fortalece su relación con la marca más allá del producto.

Para la sociedad en general, y particularmente para las nuevas generaciones, el programa es un ejemplo visible de que la transición hacia la movilidad electrificada y la restauración de ecosistemas pueden avanzar de la mano, no como esfuerzos aislados. Esto contribuye a la conciencia ambiental colectiva del país y refuerza la confianza en que las empresas privadas pueden asumir responsabilidad activa frente al cambio climático, más allá de sus obligaciones regulatorias mínimas.

15 **Objetivos del programa, situación actual y metas a corto, mediano y largo plazo ***

El programa se encuentra en una etapa de expansión estructurada. Inició operativamente en octubre de 2023 y tuvo su lanzamiento formal en marzo de 2024, tiempo que la empresa utilizó para validar el modelo antes de posicionarlo públicamente. Hoy cuenta con una alianza técnica consolidada con Leafsinc, resultados medibles desde su primer ciclo, más de 2,500 árboles sembrados en Camino de Cruces, con una meta de supervivencia del 80%, y un compromiso de mantenimiento del sitio a cinco años, respaldado además por Adopta Bosques, la Fundación TRENCO y la coordinación institucional con el Ministerio de Ambiente.

Metas a corto plazo (1 año)
En el corto plazo, la meta es consolidar el ciclo de monitoreo del sitio actual en Camino de Cruces, documentando de forma periódica el cumplimiento de la meta de supervivencia y los indicadores de captura de CO2. En paralelo, se busca escalar la métrica de siembra en proporción directa al crecimiento en ventas de vehículos electrificados de la marca, que hoy está en crecimiento, estableciendo proyecciones anuales de árboles sembrados que reflejen ese vínculo comercial-ambiental.

Metas a mediano plazo (2–4 años)
En el mediano plazo, una vez consolidados los resultados del primer sitio, la meta es evaluar la expansión geográfica hacia una segunda ubicación en el país, diversificando el impacto ambiental y reduciendo la dependencia de un solo terreno. En esta etapa, el programa buscará también ampliar su alcance más allá de la marca Lexus, extendiendo el modelo de Green Path a otras marcas y unidades de negocio de Ricardo Pérez, incluyendo Toyota, de manera que el compromiso de sembrar por cada venta de un vehículo electrificado se convierta en una práctica corporativa transversal y no exclusiva de una sola línea de producto.

Metas a largo plazo (5 años en adelante)
En el largo plazo, la meta es que Lexus Green Path evolucione hacia un programa corporativo integral de reforestación y descarbonización, presente en distintas regiones del país y respaldado por todas las marcas y negocios de Ricardo Pérez. Esta expansión busca crear una red de bosques corporativos a lo largo de Panamá, con presencia territorial diversa, que refleje de manera tangible el avance de la empresa hacia la neutralidad de carbono en 2050. Bajo esta visión, cada unidad de negocio de Ricardo Pérez contribuirá a un mismo propósito ambiental compartido, consolidando a la empresa como referente nacional en la integración de sostenibilidad y estrategia comercial dentro del sector automotriz panameño.

16 **Recopile datos (línea base, diagnóstico socio-económico, estudios específicos si se tienen), estadísticas ***

Punto de partida:
Antes de Lexus Green Path, la contribución ambiental de Ricardo Pérez se concentraba en la eficiencia del portafolio vehicular, sin un programa estructurado de compensación ambiental territorial. El diagnóstico inicial identificó la necesidad de fortalecer la relación entre el crecimiento comercial de vehículos electrificados y un impacto ambiental tangible y verificable, además de la ausencia de una acción de reforestación medible vinculada directamente al negocio.

Diagnóstico del entorno de intervención
Camino de Cruces, sitio seleccionado para la reforestación, es un área protegida administrada por el Ministerio de Ambiente, ubicada en la Ciudad de Panamá y delimitada por la vía Centenario, frente a Ciudad de la Salud y Merca Panamá. Su condición de corredor biológico urbano la convierte en un espacio de alto valor ecológico, pero también en un área bajo presión constante por la expansión urbana, lo que justificó su selección como punto de intervención prioritario.

Estadísticas de ventas de vehículos electrificados Lexus
La evolución de ventas muestra una tendencia de crecimiento sostenido en los últimos años, que sustenta la escalabilidad del programa:

- **2021:** 309 vehículos híbridos vendidos
- **2022:** 292 vehículos híbridos vendidos
- **2023:** 308 vehículos híbridos vendidos
- **2024:** 394 híbridos y 2 eléctricos vendidos (396 electrificados en total)
- **2025:** 408 vehículos híbridos vendidos

Estos datos muestran un crecimiento aproximado del 40% en ventas de electrificados entre 2022 y 2025, y confirman que, bajo la mecánica de Lexus Green Path, el volumen de árboles sembrados debería crecer en la misma proporción, generando una escalabilidad natural y verificable del programa a medida que el mercado panameño adopta más tecnologías híbridas y eléctricas.

17 ¿Cómo la empresa ha decidido abordar el problema y sus posibles soluciones (resuma el plan de ejecución del programa y sus fases)? *

Frente al desafío de reducir la huella de carbono del sector automotriz y, al mismo tiempo, proteger los espacios naturales urbanos amenazados por el crecimiento de la ciudad, Ricardo Pérez decidió abordar el problema desde dos frentes simultáneos: la transformación del portafolio vehicular hacia la electrificación, y la compensación ambiental activa a través de la reforestación.

Lexus Green Path es la solución que integra ambos frentes en un solo programa, con una ejecución organizada por fases.

Fase 1: Diseño y validación operativa (octubre 2023) El programa inició de forma operativa, estableciendo la alianza técnica con Leafsinc como ejecutor especializado en reforestación, y definiendo la mecánica central: sembrar un árbol por cada vehículo híbrido vendido. Durante esta fase se seleccionó Camino de Cruces como sitio de intervención, un área protegida administrada por el Ministerio de Ambiente, y se coordinó con esta entidad el marco de operación correspondiente. Esta etapa permitió validar el modelo antes de comunicarlo públicamente.

Fase 2: Lanzamiento formal y primer ciclo de siembra (marzo 2024) Con el modelo validado, el programa se presentó formalmente al mercado panameño. En paralelo, se ejecutó el primer ciclo de siembra, con más de 1,000 árboles de distintas especies plantados en Camino de Cruces que representaban las ventas de 2011 hasta el 2023, y se estableció un compromiso de mantenimiento a cinco años, respaldado por Adopta Bosques para el cuidado continuo de la parcela, y por la Fundación TRENCO como aliado en el proceso de reforestación.

Fase 3: Consolidación y monitoreo (2024–2026, etapa actual) El programa se encuentra actualmente en esta fase, enfocada en el seguimiento técnico de los árboles sembrados, con una meta de supervivencia del 90% de las especies. En esta etapa, la gobernanza del programa se fortaleció a nivel corporativo: el consejo directivo aprueba presupuesto y da seguimiento periódico a través de juntas, mientras un equipo multidisciplinario (mercadeo, sostenibilidad, gestión ambiental y el equipo comercial de Lexus) ejecuta el programa de forma coordinada. Esta fase también ha permitido observar la correlación entre crecimiento comercial y escalabilidad ambiental: las ventas de electrificados pasaron de 292 unidades en 2022 a 408 en 2025, lo que valida la lógica de crecimiento proporcional del programa.

Fase 4: Expansión geográfica y de marca (mediano plazo) La siguiente fase contempla evaluar una segunda ubicación de reforestación en el país, diversificando el impacto ambiental más allá de un solo terreno. En esta etapa, la empresa planea también extender el modelo de Green Path a otras marcas y unidades de negocio de Ricardo Pérez, incluyendo Toyota, transformando lo que hoy es una iniciativa de una sola marca en una práctica corporativa transversal.

Fase 5: Consolidación nacional (largo plazo) La visión final es una red de bosques corporativos en distintas regiones de Panamá, respaldada por todas las marcas y negocios de Ricardo Pérez, que refleje de manera tangible el avance de la empresa hacia la neutralidad de carbono en 2050. Este enfoque por fases permite que el programa avance con rigor técnico, evidencia verificable y crecimiento proporcional.

18 **Describa cómo se lleva a cabo la estrategia de comunicación del programa ***

La estrategia de comunicación de Lexus Green Path está diseñada para conectar tres audiencias clave: los clientes, los medios de comunicación y la opinión pública, y los grupos de interés institucionales, cada uno con un enfoque de mensaje adaptado a su relación con la marca.

Hacia los clientes, la comunicación busca reforzar su rol como participantes activos del programa: cada compra de un vehículo híbrido se comunica no solo como una decisión de movilidad, sino como una contribución directa a la reforestación de Camino de Cruces, fortaleciendo el vínculo emocional entre el cliente y el impacto ambiental generado.

Hacia medios de comunicación y público general, el equipo de mercadeo lidera la difusión de resultados a través de comunicados de prensa con voceros institucionales, como la gerente de Lexus Panamá y el vicepresidente de Mercadeo & Experiencia, que aportan cifras concretas y declaraciones en primera persona sobre los avances del programa, siguiendo una estructura de pirámide invertida que prioriza el dato más relevante.

La comunicación también se apoya en presencia física y experiencial: participación en foros de sostenibilidad, eventos como el Día Mundial del Ambiente, y actividades que permiten mostrar el programa en acción, más allá del anuncio en medios.

Internamente, el programa se comunica a través de reportes periódicos al consejo directivo, asegurando alineación entre el mensaje externo y el avance real del proyecto.

Finalmente, la estrategia contempla el fortalecimiento de la reputación corporativa de largo plazo, utilizando los resultados del programa como evidencia concreta en espacios de evaluación externa y postulaciones a reconocimientos de sostenibilidad, consolidando a Lexus Green Path como un caso de comunicación ambiental con sustento técnico y no solamente narrativo. Además es uno de los principales programas donde participan los voluntarios de la empresa.

19 **El programa ofrece innovaciones en su diseño, ejecución, documentación y reporte ***

La principal innovación de Lexus Green Path es su mecánica de escalamiento automático: en lugar de fijar una meta de siembra estática, el programa vincula directamente el volumen de árboles plantados al comportamiento comercial de la marca, un árbol por cada híbrido vendido. Esto convierte el crecimiento del negocio en el motor mismo del crecimiento ambiental, un diseño poco común en programas de responsabilidad ambiental del sector automotriz en Panamá, donde suelen predominar metas fijas desconectadas del desempeño comercial.

Además, el programa innova al operar mediante un modelo de ejecución multisectorial, y no a través de una sola alianza. Leafsinc aporta la ejecución técnica, Adopta Bosques garantiza el mantenimiento continuo a cinco años, la Fundación TRENCO suma capacidad de reforestación, y el Ministerio de Ambiente aporta el marco institucional, al tratarse de un área protegida. Esta división de responsabilidades por especialidad, en lugar de concentrar toda la ejecución en un solo actor, reduce el riesgo de abandono del proyecto y fortalece su sostenibilidad técnica en el tiempo.

Monitoreo y reporte del programa

Explica cómo se da seguimiento al programa, cómo se reporta, cómo se valida y qué mecanismos de mejora continua existen.

20 **¿Cómo la empresa monitorea los avances del programa? ***

El monitoreo de Lexus Green Path se estructura en tres niveles complementarios: técnico, comercial y de gobernanza.

En el nivel técnico, Leafsinc da seguimiento periódico al estado de los árboles sembrados en Camino de Cruces, verificando el cumplimiento de la meta de supervivencia de las especies durante el periodo de mantenimiento de cinco años. Este monitoreo incluye la revisión del estado fitosanitario de los árboles y la estimación de la captura de CO_2 asociada a cada uno.

En el nivel comercial, el equipo comercial de Lexus, liderado por la gerente de la marca, da seguimiento a las ventas de vehículos híbridos y eléctricos, dato que determina directamente el volumen de siembra correspondiente a cada periodo, permitiendo verificar que la mecánica del programa se cumpla en la proporción establecida.

En el nivel de gobernanza, el consejo directivo de Ricardo Pérez monitorea la ejecución general del programa a través de juntas periódicas, donde se revisan avances, presupuesto ejecutado y resultados frente a las metas establecidas, asegurando que el seguimiento no dependa únicamente del equipo operativo, sino que cuente con supervisión desde el máximo nivel de la organización.

Adicionalmente, el equipo de sostenibilidad y gestión ambiental de la empresa consolida la información técnica y comercial en reportes internos que permiten evaluar el avance del programa frente a sus objetivos de corto, mediano y largo plazo, y que sirven como base para la comunicación externa de resultados hacia medios, clientes y postulaciones a reconocimientos de sostenibilidad.

Este esquema de monitoreo, articulado entre un ejecutor técnico externo, el equipo comercial interno y la gobernanza corporativa, garantiza que el seguimiento del programa sea constante, verificable y no dependa de una sola fuente de información.

21 Impactos actuales del programa. Incluya indicadores específicos que sustentan dichos impactos *

Lexus Green Path muestra impactos medibles en tres dimensiones: ambiental, comercial y de gobernanza corporativa.

Impacto ambiental

El programa ha sembrado más de 1,000 árboles de distintas especies en Camino de Cruces desde su primer ciclo en 2023, con una meta de supervivencia del 80%, monitoreada activamente durante un periodo de mantenimiento de cinco años. Cada árbol sembrado captura en promedio 25 kilogramos de CO_2 al año, lo que representa una capacidad estimada de captura conjunta de 25 toneladas de CO_2 anuales una vez consolidada la primera siembra, cifra que crecerá de forma proporcional con cada nuevo ciclo de siembra vinculado a las ventas de híbridos.

Impacto comercial y su correlación con el programa

Las ventas de vehículos electrificados de Lexus muestran una tendencia de crecimiento sostenido, que se traduce directamente en mayor volumen de siembra bajo la mecánica del programa:
2021: 309 híbridos vendidos
2022: 292 híbridos vendidos

2023: 308 híbridos vendidos
2024: 394 híbridos y 2 eléctricos vendidos (396 electrificados)
2025: 408 híbridos vendidos
Este crecimiento de aproximadamente el 40% entre 2022 y 2025 demuestra que el programa escala de forma natural con el negocio, sin depender de metas fijas desconectadas del desempeño comercial real.

Impacto institucional y territorial

El programa ha fortalecido la colaboración público-privada en la gestión de áreas protegidas urbanas, mediante la articulación con el Ministerio de Ambiente, entidad administradora de Camino de Cruces. Esta alianza posiciona a Ricardo Pérez como un actor privado activo en la conservación de un corredor biológico urbano de valor ecológico e histórico, ubicado en una zona de alta densidad urbana, delimitada por la vía Centenario, frente a Ciudad de la Salud y Merca Panamá.

Impacto en gobernanza corporativa

El programa ha consolidado un modelo de gobernanza replicable dentro de la empresa: aprobación y seguimiento por parte del consejo directivo, ejecución coordinada entre mercadeo, sostenibilidad, gestión ambiental y el equipo comercial de Lexus, y una red de alianzas externas especializadas (Leafsinc, Adopta Bosques, Fundación TRENCO). Este modelo ya se proyecta como base para la futura expansión del programa a otras marcas y unidades de negocio de Ricardo Pérez.

En conjunto, estos indicadores muestran un programa con impacto verificable, escalable y en crecimiento sostenido desde su lanzamiento formal en marzo de 2024.

22 ¿Cómo puede validar su programa: entidades externas validadoras, auditorías, opinión de expertos, certificaciones, estudios ad hoc? *

Lexus Green Path cuenta con validación técnica externa a través de Leafsinc, el ejecutor especializado en reforestación, que verifica el cumplimiento de los indicadores clave del programa: la meta de supervivencia del 80% de las especies sembradas y la estimación de captura de CO2 por árbol. Esta verificación técnica aporta rigor y objetividad a los resultados reportados, al no depender exclusivamente de una evaluación interna de la empresa.

A esto se suma la validación institucional del Ministerio de Ambiente, entidad administradora de Camino de Cruces, cuya coordinación y marco regulatorio garantizan que la intervención en esta área protegida cumpla con los requisitos legales y técnicos correspondientes a un espacio de conservación urbana.

El involucramiento de Adopta Bosques en el mantenimiento continuo de la parcela y de la Fundación TRENCO en el proceso de reforestación añade una capa adicional de respaldo por parte de organizaciones con trayectoria específica en este tipo de intervenciones ambientales, lo que refuerza la credibilidad técnica del programa frente a actores externos.

Finalmente, la propia postulación al reconocimiento de Liderazgo Sostenible de AMCHAM constituye en sí misma un mecanismo de validación externa: somete el programa a la evaluación de un panel independiente, bajo criterios estandarizados de la categoría ambiental, lo que representa una oportunidad adicional de contraste objetivo frente a otras iniciativas del sector privado en Panamá.

Como paso a futuro, sería recomendable explorar una certificación o auditoría formal de carbono (por ejemplo, bajo estándares como el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero) que permita cuantificar de manera certificada la captura de CO2 del programa, fortaleciendo aún más su validación ante entidades internacionales.

23 ¿Se cuenta con un reporte de sostenibilidad que refleje los avances y/o resultados del programa? *

Ricardo Pérez cuenta con un reporte de sostenibilidad que documenta formalmente los avances de Lexus Green Path. En su edición correspondiente al año 2024, el reporte incluyó el programa como parte de las iniciativas ambientales de la empresa, dando visibilidad institucional a su lanzamiento formal, realizado en marzo de ese mismo año, y a los resultados alcanzados durante el primer ciclo de siembra iniciado en octubre de 2023.

Este reporte permite que el programa no dependa únicamente de comunicados de prensa o materiales de mercadeo para su documentación, sino que cuente con un espacio formal de rendición de cuentas dentro del marco de sostenibilidad corporativa de la empresa, reforzando su carácter estructurado y verificable.

La inclusión de Lexus Green Path en el reporte de sostenibilidad 2024 también refleja la integración del programa a la gobernanza de la empresa: al formar parte de este documento institucional, su desempeño queda sujeto a la misma revisión y supervisión que otras iniciativas estratégicas de sostenibilidad de Ricardo Pérez, incluyendo el seguimiento del consejo directivo.

De cara a futuras ediciones, el reporte de sostenibilidad representa el espacio natural para consolidar la trazabilidad del programa año a año, incorporando indicadores actualizados como el número de árboles sembrados, los resultados de supervivencia, la estimación de captura de CO_2 y la correlación con el crecimiento en ventas de vehículos electrificados, fortaleciendo así la consistencia y comparabilidad de los datos reportados en el tiempo.

Este ejercicio de reporte formal también prepara a la empresa para eventuales procesos de verificación externa o alineación con estándares internacionales de reporte de sostenibilidad, en la medida en que el programa continúe escalando dentro de la estrategia corporativa de Ricardo Pérez.

24 **¿Cuáles son las lecciones aprendidas y planes de mejora continua? ***

La ejecución de Lexus Green Path ha dejado lecciones importantes para su consolidación y escalamiento futuro.
La primera lección es el valor de validar antes de comunicar. El periodo entre el inicio operativo del programa (octubre de 2023) y su lanzamiento formal (marzo de 2024) permitió a la empresa probar el modelo de alianzas y la mecánica de siembra antes de posicionarlo públicamente, evitando comunicar compromisos sin sustento técnico. Esta lección refuerza que, en próximas fases o expansiones, conviene mantener este mismo principio de validación previa.

La segunda lección es la importancia de la colaboración especializada por encima de la ejecución interna. Delegar responsabilidades específicas en Leafsin, Adopta Bosques y la Fundación TRENCO, en lugar de intentar gestionar todo el proceso internamente, ha permitido que el programa cuente con rigor técnico en cada etapa: siembra, mantenimiento y reforestación, reduciendo el riesgo de fallas por falta de experiencia especializada.

La tercera lección es la necesidad de fortalecer la trazabilidad de datos año a año. Si bien el programa cuenta con indicadores claros (supervivencia, captura de CO2, volumen de siembra), la empresa identifica como área de mejora continua la sistematización de reportes anuales de monitoreo, de manera que cada ciclo cuente con datos comparables y consistentes en el tiempo, fortaleciendo la solidez del programa ante futuras evaluaciones externas.

Como planes de mejora continua, la empresa contempla: establecer reportes técnicos anuales de supervivencia y captura de carbono, avanzar hacia la exploración de una certificación o auditoría de carbono que valide externamente las cifras del programa, y documentar de forma más sistemática la correlación entre ventas de electrificados y volumen de siembra, como base para la futura expansión del modelo hacia otras marcas y unidades de negocio de Ricardo Pérez.

Conclusiones

Resume el recorrido del programa desde la situación inicial hasta los objetivos logrados/planteados.

25 **Explicar de forma concisa cómo se ha pasado de una situación determinada a los objetivos planteados en el programa ***

Ricardo Pérez partió de un desafío estructural claro: como distribuidor exclusivo de Toyota y Lexus en Panamá, la empresa operaba en un sector que, por naturaleza, contribuye significativamente a la huella de carbono global, en un país donde el crecimiento urbano acelerado presiona cada vez más los espacios naturales protegidos. A esto se sumaba una brecha interna: la ausencia de un programa estructurado que conectara el crecimiento comercial de la marca con un impacto ambiental medible y verificable, más allá de la eficiencia propia de los vehículos híbridos que ya formaban parte del portafolio. Frente a ese punto de partida, la empresa definió un objetivo doble: liderar la transición del mercado panameño hacia una movilidad más limpia, y asumir una responsabilidad ambiental activa que compensara el impacto del sector en el entorno natural. Lexus Green Path nació como la respuesta concreta a ambos frentes, bajo una mecánica simple pero estratégica: sembrar un árbol por cada vehículo híbrido vendido, vinculando de forma directa el desempeño comercial con el impacto ambiental.

El camino recorrido desde octubre de 2023, cuando el programa inició de forma operativa, hasta su lanzamiento formal en marzo de 2024, refleja un proceso deliberado de validación antes de comunicación. Ese periodo permitió construir alianzas técnicas sólidas, Leafsinc como ejecutor, Adopta Bosques para el mantenimiento a cinco años, la Fundación TRENCO en el proceso de reforestación, y la coordinación institucional con el Ministerio de Ambiente, antes de posicionar el programa públicamente.

El resultado fue un primer ciclo de siembra con más de 1,000 árboles en Camino de Cruces, un área protegida en el corazón de la Ciudad de Panamá, con metas técnicas claras: 80% de supervivencia y una capacidad de captura de 25 kilogramos de CO_2 por árbol al año. Hoy, el programa ha demostrado algo más importante que la siembra misma: su capacidad de escalar de forma natural con el negocio. El crecimiento en ventas de vehículos electrificados, de 292 unidades en 2022 a 408 en 2025, confirma que la mecánica del programa no depende de metas fijas desconectadas de la realidad comercial, sino que crece en la misma proporción que la adopción de tecnologías más limpias por parte del mercado panameño.

Este recorrido ha llevado a la empresa de una situación inicial de responsabilidad ambiental dispersa a un programa consolidado, con gobernanza clara desde el consejo directivo, ejecución multidisciplinaria entre mercadeo, sostenibilidad, gestión ambiental y el equipo comercial de Lexus, y validación técnica externa a través de Leafsinc. Los objetivos planteados: reducir la huella de carbono del sector, proteger un corredor biológico urbano y posicionar a la marca como referente de movilidad sostenible, se han traducido en resultados verificables y no solo en intenciones declaradas. De cara al futuro, ese mismo modelo probado en Lexus se proyecta como la base para una expansión hacia otras marcas y unidades de negocio de Ricardo Pérez, y hacia otras regiones del país, consolidando una visión de largo plazo: que cada vehículo electrificado