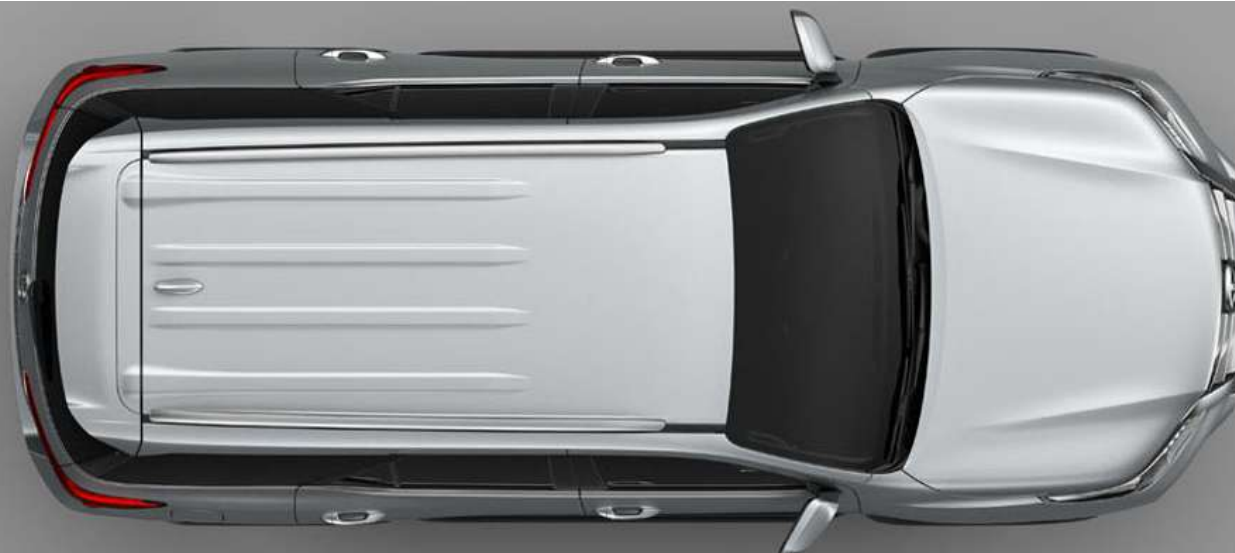




Reporte de Sustentabilidad 2015

TOYOTA



REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2015

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|--|
| <p>1. > INTRODUCCIÓN 2</p> <p>Carta del Presidente 3</p> <p>Desempeño de Toyota Argentina 4</p> | <p>8. > DESEMPEÑO Y GESTIÓN AMBIENTAL 49</p> <p>Sistema de gestión ambiental 50</p> <p>Desempeño ambiental 51</p> |
| <p>2. > ACERCA DE TOYOTA 7</p> | <p>9. > COMPROMISO SOCIAL 64</p> <p>Vínculo con los colaboradores 65</p> <p>Vínculo con la comunidad 77</p> |
| <p>3. > SOBRE ESTE REPORTE 15</p> | <p>10. > ÍNDICE DE CONTENIDO GRI G4 85</p> |
| <p>4. > PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS 19</p> | <p>> INFORME DE ASEGURAMIENTO INDEPENDIENTE 94</p> <p>Glosario 97</p> |
| <p>5. > GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA E INTEGRIDAD 22</p> <p>Gobierno corporativo 23</p> <p>Ética e integridad 26</p> | |
| <p>6. > DESEMPEÑO ECONÓMICO 29</p> <p>Información económico-financiera 30</p> <p>Cadena de valor 32</p> | |
| <p>7. > SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD 44</p> <p>Calidad en la producción y en la atención a clientes 45</p> | |

Dibujo de tapa

Programa Dream Car Art Contest, edición 2014
 Ganador nacional, primer puesto de la categoría 3
El auto de los valores humanos
 Autora: Emilia González (14 años)

MENSAJE DEL PRESIDENTE



Es una satisfacción presentar el 13^{er} Reporte de Sustentabilidad de Toyota Argentina. Con más de 18 años de producción y crecimiento, tenemos presencia en todas las provincias del país, y más de 4.700 colaboradores que nos permiten llevar adelante nuestros desafíos en materia social, ambiental y económica.

Para el presente reporte, dimos un gran paso utilizando por primera vez los lineamientos de la nueva guía G4 desarrollada por el *Global Reporting Initiative (GRI)*, lo que nos llevó a profundizar los procesos de consultas a nuestros grupos de interés acerca de los temas que consideran relevantes en nuestro negocio e industria.

Durante el período reportado desarrollamos el plan de expansión de nuestra planta de Zárate, una importante inversión que demuestra nuestro compromiso con el país, y que busca incrementar la capacidad productiva para convertir a la empresa en la base exportadora de los modelos Hilux y SW4 para toda la región. Este proyecto requirió de la apertura de nuevos canales de comunicación para nuestra cadena de valor y grupos de interés, lo que nos permitió a su vez mejorar la productividad y alcanzar un crecimiento sustentable, con el fin brindar siempre mejores vehículos.

La filosofía de trabajo de la Compañía se sustenta en los pilares de mejora continua y el respeto por la gente. En este sentido, destinamos programas para la capacitación de nuestros colaboradores, el desarrollo de proveedores, el fortalecimiento de nuestra comunidad, la concientización vial y el cuidado del medio ambiente. A lo largo de este año lanzamos el proyecto Centro Toyota, realizamos la 5^{ta} edición de Toyota y Vos Kids y más de 1.310 alumnos participaron de nuestro programa Conciencia Ambiental. Además, dimos continuidad a nuestros planes de reducción de consumo de energía, agua y residuos. Estos avances nos impulsan a seguir adelante, planteándonos cada vez más objetivos en materia de sustentabilidad.

Con este Reporte reafirmamos el compromiso de comunicar todas nuestras actividades y resultados, que no solo ratifican nuestro liderazgo en la industria automotriz, sino que nos permiten fortalecer el diálogo con todos los públicos con los que nos relacionamos.

Con mucho orgullo los invito a conocer esta nueva edición.

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Daniel Herrero
Presidente de Toyota Argentina



DESEMPEÑO DE TOYOTA ARGENTINA

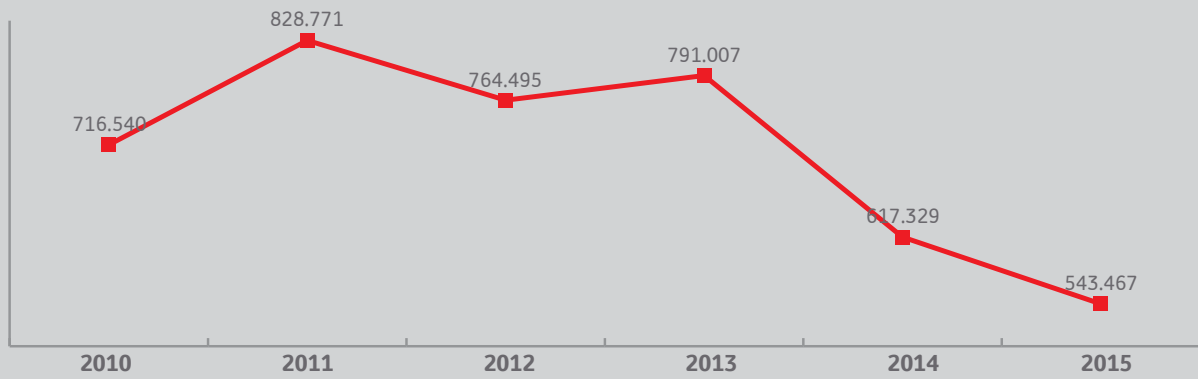
* Fuente: Asociación de Fábricas de Automotores (ADEFSA), al 31 de diciembre de cada año. ** Memoria y estados contables de Toyota Argentina S.A., correspondientes al ejercicio económico finalizado al 31 de marzo de cada año. *** Al 31 de marzo de cada período.

| Concepto | Unidad | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------------------------|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Desempeño económico | | | | | | | |
| Mercado total * | Vehículos | 716.540 | 828.771 | 764.495 | 791.007 | 617.329 | 543.467 |
| Unidades vendidas * | Vehículos | 81.999 | 83.842 | 112.800 | 120.529 | 130.764 | 115.622 |
| Mercado doméstico * | Vehículos | 33.012 | 36.197 | 49.301 | 56.187 | 62.511 | 67.785 |
| Mercado de exportación * | Vehículos | 48.987 | 46.925 | 63.499 | 64.342 | 68.253 | 47.837 |
| Unidades producidas * | Vehículos | 70.032 | 68.929 | 93.570 | 94.468 | 95.959 | 76.322 |
| Ingresos ** | Miles de pesos | 7.060 | 8.871 | 10.730 | 17.543 | 22.703 | 30.950 |
| Desempeño ambiental | | | | | | | |
| Emisiones *** | Toneladas CO ₂ /vehículo | 0,231 | 0,215 | 0,212 | 0,206 | 0,185 | 0,179 |
| Consumo de energía *** | GigaJoules/vehículo | 3,4 | 3,5 | 3,2 | 3,2 | 3,08 | 3,13 |
| Residuos *** | Kilogramos/vehículo | 17,70 | 17,58 | 16,46 | 17,38 | 16,19 | 15,77 |
| Consumo de agua *** | Metros cúbicos | 4,68 | 4,00 | 3,15 | 3,39 | 2,96 | 2,65 |
| Desempeño social | | | | | | | |
| Colaboradores *** | Personas | 3.133 | 3.452 | 4.014 | 4.316 | 4.498 | 4.751 |
| Tasa de rotación *** | % | 6 | 6 | 5,7 | 5,93 | 8 | 4,82 |
| Inversión social ** | Millones de pesos | 2,5 | 4,3 | 5,1 | 6,3 | 9 | 4 |

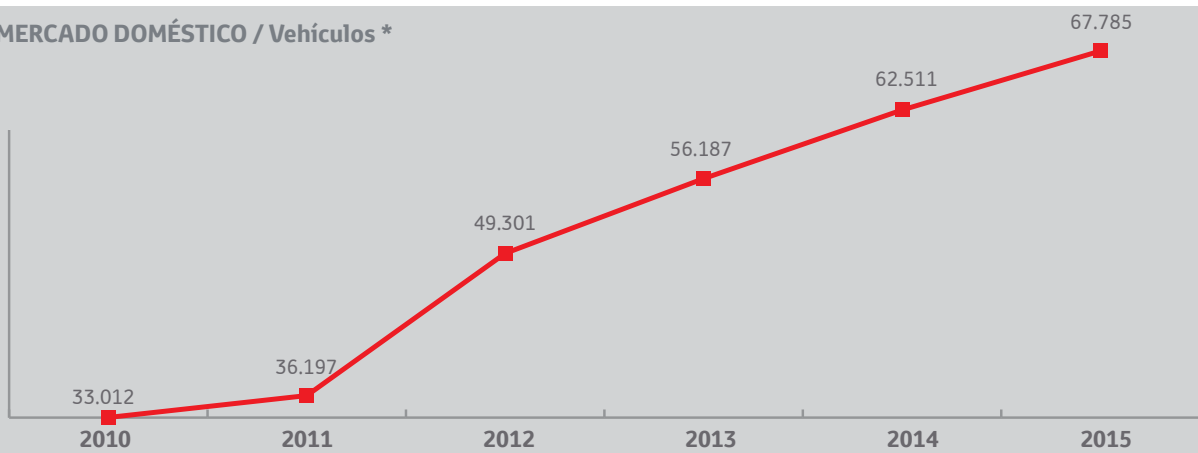
DESEMPEÑO DE TOYOTA ARGENTINA

* Fuente ADEFA, al 31 de diciembre de cada año.

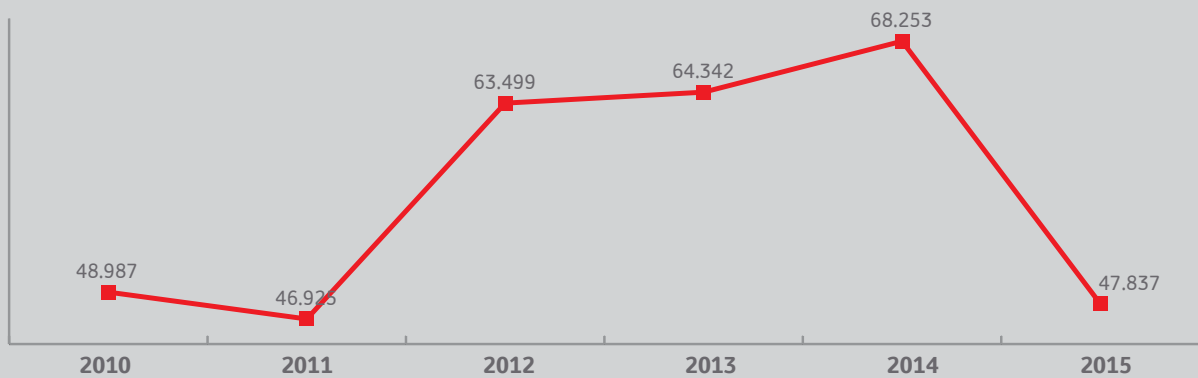
MERCADO TOTAL / Vehículos *



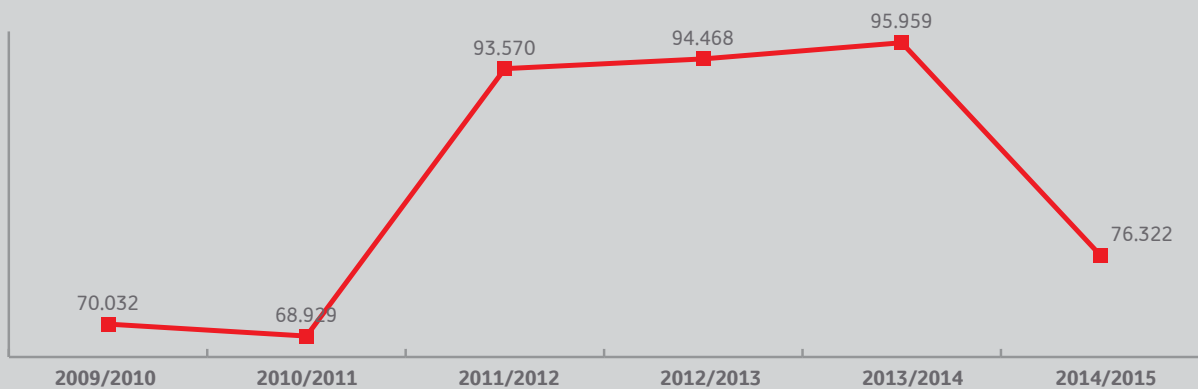
MERCADO DOMÉSTICO / Vehículos *



MERCADO DE EXPORTACIÓN / Vehículos *



UNIDADES PRODUCIDAS / Vehículos *



DESEMPEÑO DE TOYOTA ARGENTINA

** Memoria y estados contables de Toyota Argentina S.A., correspondientes al ejercicio económico finalizado al 31 de marzo de cada año. *** Al 31 de marzo de cada período.

CONSUMO DE ENERGÍA *** / GigaJoules por vehículo



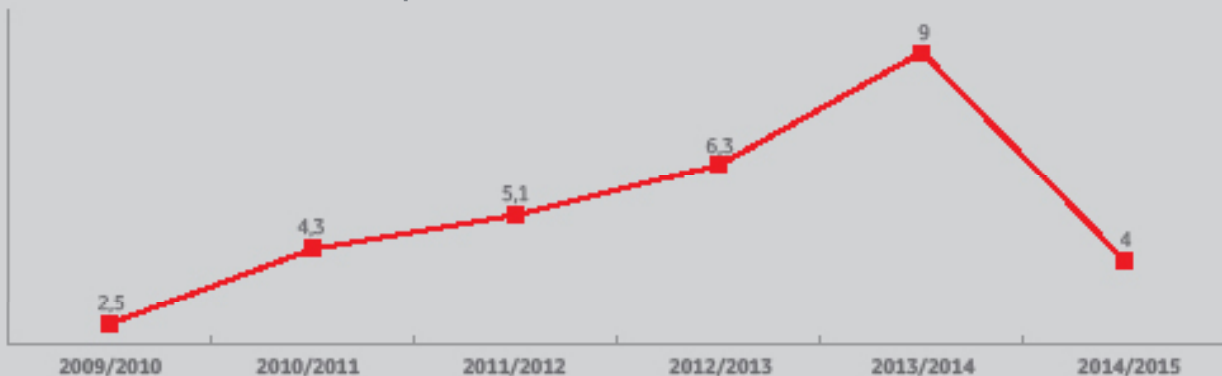
CONSUMO DE AGUA *** / Metros cúbicos por vehículo



COLABORADORES ***



INVERSIÓN SOCIAL ** / Millones de pesos





2. > ACERCA DE TOYOTA

Toyota comparte una filosofía de trabajo sustentada en dos pilares: la mejora continua y el respeto por la gente. A partir de una visión de largo plazo, acepta los desafíos para lograr alcanzar sus sueños.

1933

fue el año de fundación de Automóviles Toyoda

344.000

colaboradores en todo el mundo

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Vehículos híbridos, a hidrógeno y eléctricos son implementados por Toyota

TOYOTA MOTOR COMPANY TIENE OPERACIONES EN 170 PAÍSES

10

modelos Toyota se comercializan en Argentina

20 años

cumplió Toyota Argentina en diciembre de 2014

77.180

fueron las nuevas Hilux producidas en el AF2014/2015

140K

se denomina el plan para fabricar 140.000 vehículos anuales



VISIÓN GLOBAL

Indicador GRI: G4-34, G4-39, G4-56

La Visión Global Toyota anunciada en marzo de 2011, es una declaración de los valores y las metodologías para exceder las expectativas de los clientes y de ésta forma, conseguir ser recompensados con una sonrisa.

Constituye el cimiento para funcionar como una compañía global, guiada por una cultura empresarial común, cuyos valores están contenidos en el *Toyota Way*.

| Vehículos | 2013/2014 | 2014/2015 |
|------------|------------|------------|
| Producidos | 10.117.274 | 10.285.546 |
| Vendidos | 9.980.000 | 10.231.000 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

344.000 COLABORADORES

54 FILIALES EN **28** PAÍSES

PRESENCIA EN MÁS DE
170 PAÍSES

10.231.000 UNIDADES
VENDIDAS POR AÑO

El árbol como símbolo de la visión global

Las raíces del árbol representan los valores compartidos, la *manera de hacer las cosas (Toyota Way)*; el fruto es el producto que Toyota ofrece a sus clientes, (*siempre vehículos mejores y enriquecer la vida de las*

comunidades donde está presente). Por su parte, el tronco es el soporte subyacente de Toyota, es decir la *base estable de los negocios*.



Frutos Enriquecer la vida de la comunidad

Contribuir a la comunidad
Contribuir al futuro de la movilidad

Frutos Siempre autos mejores

Desarrollar vehículos que excedan las expectativas del consumidor

Tronco Base estable de negocios

Raíces Valores Toyota

5 principios de Toyota
Los principios guía en Toyota
Toyota Way

Los comienzos: una fábrica de telares

En 1894 *Sakichi Toyoda* creó una máquina de enrollar hilo y un telar fundando su propia empresa, regida por tres lemas: 1) Detener el trabajo si ocurre algo irregular. 2) No fabricar productos defectuosos. 3) Que el personal no vigile siempre las máquinas.

Tras conocer la industria de EE.UU., su hijo Kiichiro, añadió su propio método: *observar, probar y equivocarse*, a los principios paternos. En 1933 Kiichiro fundó *Automóviles Toyoda*, división de la empresa paterna, y en 1935 presentó su primer vehículo: el modelo Toyoda AA, con motor de seis cilindros, 3.389 cm³, 62 CV de potencia y caja de tres velocidades. *Toyota Motor Company* nació en 1937, adoptando el proceso *just in time* para hacer más eficiente el montaje, e inspirándose en la fabricación en serie.

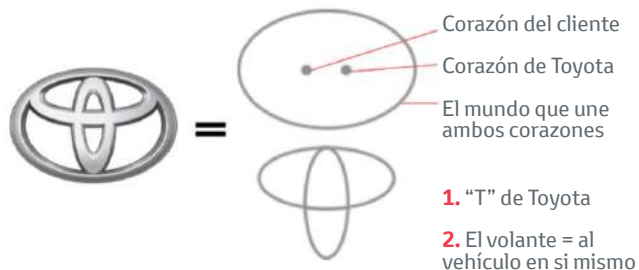


Toyoda AA

Isologo Toyota

Este emblema simboliza las características avanzadas y la fiabilidad del producto. Hoy en día, es utilizado en todos los nuevos modelos Toyota.

Su diseño básico consiste en tres elipses entrelazadas.



DE TOYODA A TOYOTA



TOYOTA ARGENTINA

Indicador GRI: G4-3, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9

La planta de Toyota Argentina S.A. comenzó a operar en marzo de 1997; fue la 29^{na} inaugurada por Toyota Motor Corporation (TMC) y la tercera en América Latina. En ella se fabrican y ensamblan las pick-up Hilux y las SW4, así como autopartes, accesorios y componentes para venta, distribución, comercialización y exportación de productos diseñados o autorizados por TMC.

La planta está en Zárate, provincia de Buenos Aires, sobre 132 hectáreas de área rural. Las oficinas comerciales y administrativas se ubican en Martínez, provincia de Buenos Aires. Toyota Motor Corporation es la sociedad controlante de Toyota Argentina y participa con el 99,99% del capital de esta última.

Además de la pick-up Hilux y la SW4 y para satisfacer las diversas necesidades de los clientes, Toyota ofrece en el segmento de sedanes el Corolla, el Camry y el Prius 3^{ra} generación, primer vehículo híbrido en la Argentina. En el segmento de los compactos se comercializa el modelo Etios.

> *En diciembre de 2014 Toyota Argentina celebró su 20º aniversario. En ese lapso creció en forma sostenida a través de: inversión acumulada de **US\$ 1.900 millones**, más de **4.500 empleados** y un aumento productivo récord a **97.000 unidades anuales**, de las que se exporta casi el 70%.*



Planta industrial de Zárate en 1997



Planta industrial de Zárate en 2014

Dimensiones de Toyota Argentina

Indicador GRI: G4-9, G4-10, G4-11, G4-EC2

| Concepto | 2013/ 2014 | 2014/ 2015 |
|------------------------|------------|----------------|
| Activos totales * | 6.577 | 11.105 |
| Pasivos totales * | 5.062 | 9.420 |
| Patrimonio neto * | 1.515 | 1.685 |
| Unidades vendidas ** | 125.296 | 128.812 |
| Unidades producidas ** | 94.986 | 77.180 |
| Colaboradores | 4.498 | 4.751 |
| Personal bajo convenio | 79 | 78,4 |

* Memoria y Estados Contables de Toyota Argentina S.A., correspondiente al ejercicio finalizado al 31 de marzo de 2015 presentado en forma comparativa con el ejercicio anterior.

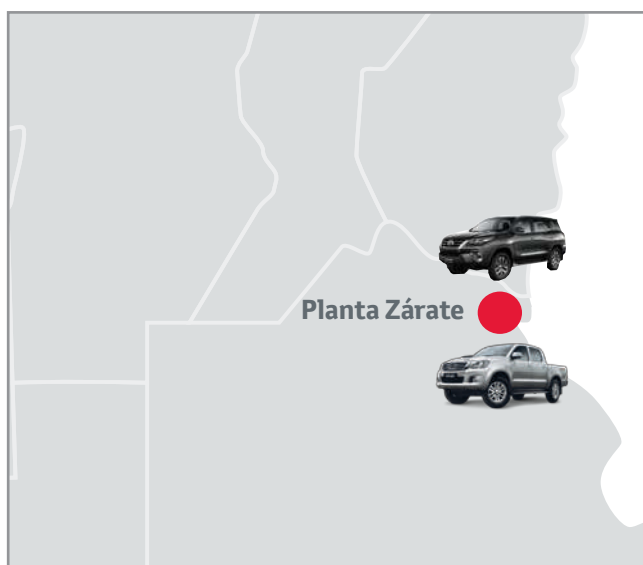
** Para el período de doce meses al 31 de marzo de cada año, Fuente Toyota Argentina, unidades vendidas a concesionarios más exportaciones.

Modelos comercializados

Aspecto material: 7, 10, 11, 14

Indicador GRI: G4-4, G4-EN27

Toyota Argentina se ha convertido en una plataforma de producción y exportación de vehículos comerciales para América Latina.



Ubicación de Planta Zárate

PROYECTO DE EXPANSIÓN 140K

Toyota Argentina trabaja en la ampliación de su planta de producción para alcanzar progresivamente la fabricación de 140.000 unidades anuales. La primera etapa consistió en una ampliación de 116.000 m² cubiertos y 111.600 m² de playas logísticas y en la terminación de la planta de chasis y ejes traseros. La siguiente etapa incluye la terminación de la nueva línea de pintura y la construcción del nuevo edificio de servicios y partes de 12.000 m², que permite brindar una mejor atención a los clientes.





















> En noviembre de 2014, el Toyota Corolla fue galardonado con un premio PIA (Periodistas de la Industria Automotriz) en la categoría "Auto regional".

De esta manera, la Compañía provee vehículos a países que anteriormente eran abastecidos desde Tailandia, lo que acredita el reconocimiento a la calidad de producción local al mismo nivel de los estándares mundiales de Toyota. Actualmente, Toyota Argentina lleva producidas más de 700.000 unidades en su planta industrial de Zárate.



Toyota Hilux

Unidades vendidas en el período 2014/2015 y procedencia de cada modelo

| Vehículo | CBU* | CKD** | Norma*** | Modelo | Procedencia |
|--------------------|--------|--------|----------|---|---|
| Hilux | | 78.609 | Euro 4 |  |  |
| SW4 | | 15.624 | Euro 4 |  |  |
| RAV4 | 80 | | Euro 5 |  |  |
| Camry | 11 | | Euro 5 |  |  |
| Land Cruiser 200 | 1 | | Euro 4 |  |  |
| Land Cruiser Prado | 8 | | Euro 4 |  |  |
| Prius | 2 | | Euro 4 |  |  |
| Corolla | 15.812 | | Euro 5 |  |  |
| Etios | 18.665 | | Euro 5 |  |  |
| 86 | 44 | | Euro 5 |  |  |

* CBU (Complete Built Up): vehículos importados producidos fuera del país. ** CKD (Complete Knock Down): vehículos fabricados en Argentina, con tecnologías, componentes y autopartes nacionales y extranjeros. *** Norma cumplida de nivel de emisión de gases de combustión. Para el período de doce meses al 31 de marzo de 2015, Fuente Toyota Argentina, unidades vendidas a concesionarios más exportaciones.



Toyota Prius

LIDERANDO EL CAMINO : SIEMPRE MEJORES VEHÍCULOS

Hace varios años que Toyota encaró el desafío de desarrollar tecnologías de propulsión que contribuyan a reducir el impacto ambiental; así surgió la tecnología híbrida, que posibilita el uso de combustibles diversos como la energía eléctrica o el hidrógeno.

Tecnología híbrida

En Argentina, Toyota es la primera automotriz homologada en tecnología híbrida, demostrando de

esa manera que el compromiso con el medio ambiente es una filosofía y una fuente de inspiración.

Uno de los principales objetivos de Toyota con el desarrollo de la tecnología híbrida es mitigar los efectos ambientales de los automóviles, basándose en la creencia de que sólo puede tener un impacto positivo si es utilizada en gran escala. Es por eso que la marca se ha esforzado por fomentar la adopción masiva en el mercado de los vehículos híbridos.

SIETE MILLONES DE VEHÍCULOS HÍBRIDOS

Toyota Motor Corporation anunció que hacia fin de 2014 las ventas mundiales acumuladas de sus vehículos híbridos superaron las **7 millones de unidades**. La Compañía vende 27 modelos híbridos (tiene previsto lanzar un total de 15 nuevos vehículos híbridos) y un *plug-in* en más de 90 países y regiones. Hasta fines de

2014, sus vehículos híbridos generaron aproximadamente 50 millones de toneladas menos de emisiones de dióxido de carbono (CO₂) apuntado como una de las principales causas del calentamiento global, en comparación con vehículos con propulsión naftera de motorización y performance similar.

Esquema de manejo de vehículos híbridos





Toyota Mirai

Vehículos impulsados por hidrógeno

Toyota Motor Corporation definió en 2014 el prototipo de su nuevo vehículo impulsado a hidrógeno, el Mirai; *futuro* en japonés.

El Mirai, desarrollado a partir del *concept* Toyota FCV, significa una nueva era ya que sólo emite vapor de agua. Empleando el hidrógeno como combustible para generar electricidad, el Mirai alcanza un rendimiento medio-ambiental superior con la autonomía, funcionalidad y placer de manejo de un sedán convencional.

El Mirai utiliza el sistema *Toyota Fuel Cell System (TFCS)*,

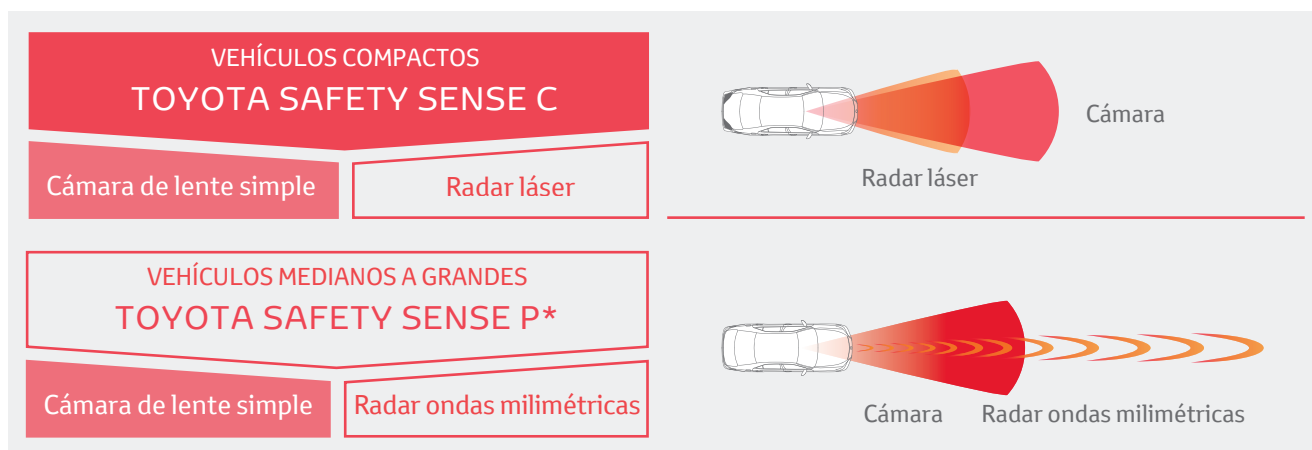
que combina tecnología de celdas de combustible y tecnología híbrida, e incluye el nuevo diseño *FC Stack* y depósitos de hidrógeno a alta presión patentados por Toyota. El *TFCS* es más eficiente -desde el punto de vista energético- que los motores de combustión interna y al funcionar no emite dióxido de carbono ni contaminantes. Por otra parte, los conductores tendrán el mismo nivel de comodidad que en los vehículos nafteros, con generosa autonomía y tiempo de unos tres minutos para recarga de hidrógeno.

Sistemas de seguridad Toyota

Toyota está trabajando en el desarrollo de tecnologías de seguridad activa. Una de ellas se diseñó para evitar o disminuir colisiones en un amplio rango de velocidades.

Se ofrecerán como dos *packs* llamados *Toyota Safety*

Sense, en sus versiones 'C' para vehículos compactos y 'P' para vehículos medianos y de alta gama, que combinan un radar láser o un radar de ondas milimétricas, respectivamente, y una cámara, lo que da lugar a un elevado nivel de confianza y rendimiento.





3. > SOBRE ESTE REPORTE

El compromiso con la sustentabilidad integra la cultura corporativa, se encuentra en cada una de las áreas de negocio y es parte esencial del modelo de gestión empresarial de Toyota Argentina.

4

principios definen el contenido del Reporte

VERIFICACIÓN EXTERNA

se realiza por cuarto año consecutivo sobre el Reporte de Sustentabilidad

ESTE REPORTE SE ELABORÓ CONFORME A LA GUÍA G4 DEL GRI

13

reportes realizó Toyota Argentina desde 2003

AF 2014 /2015

del 1 de abril de 2014 y el 31 de marzo de 2015

33

son los aspectos materiales identificados

PARÁMETROS DEL REPORTE

Indicador GRI: G4-13, G4-17, G4-22, G4-23, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-32, G4-33

El Reporte de Sustentabilidad 2015 de Toyota Argentina ha sido elaborado *de conformidad* con la Guía G4 del *Global Reporting Initiative –GRI–*, opción *Esencial*. Tiene una frecuencia anual y abarca el período comprendido entre el 1 de abril de 2014 y el 31 de marzo de 2015, haciéndose referencia a lo largo del Reporte como 2014/2015.

La presente es la 13^{ra} edición del Reporte de Sustentabilidad de Toyota Argentina. No se han identificado la existencia de limitaciones significativas en su alcance o en su cobertura, como así tampoco efectos significativos en la reexpresión de la información respecto de años anteriores. El último reporte emitido fue el Reporte de Sustentabilidad 2014.

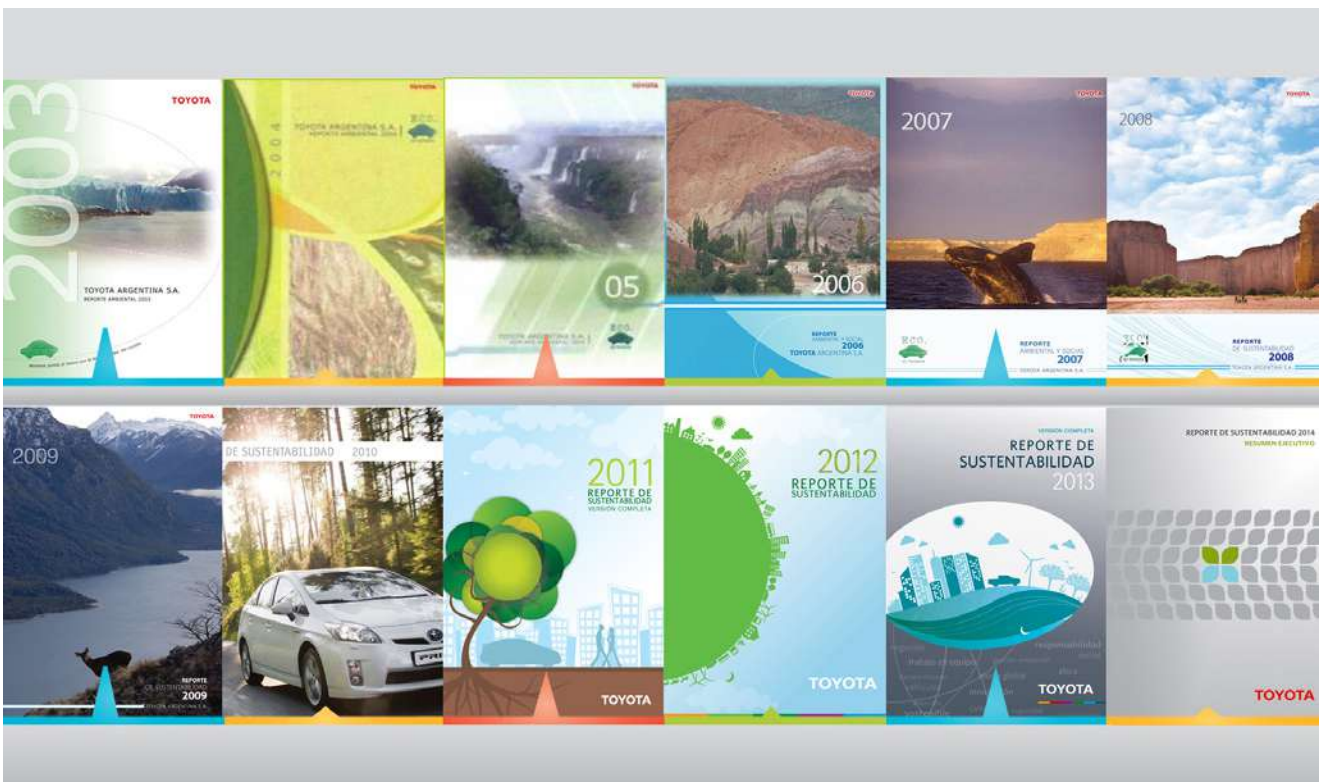
La información contenida en este Reporte de Sustentabilidad no incluye los datos de la subsidiaria que forma parte de los estados contables consolidados de Toyota Argentina S.A., la cual se detalla a continuación:

| Sociedad | Participación % |
|--|-----------------|
| Argentina S.A. de Ahorro para fines determinados | 95 |

En la sección 10 se incluye el índice que facilita la localización de los contenidos del presente Informe, el cual ha sido sometido, por cuarto año consecutivo, a un proceso de verificación externa. El informe de aseguramiento se incluye en la misma sección.

El Comité de RSE es el punto de contacto ante cualquier consulta o sugerencia. Los invitamos a hacernos llegar sus comentarios sobre el presente reporte a rse@toyota.com.ar.

Este documento se presenta en una versión completa en formato digital que puede descargarse en www.toyota.com.ar





ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

Indicador GRI: G4-18, G4-19, G4-20, G4-21

Uno de los principales aspectos que hace al proceso de elaboración de un Reporte de Sustentabilidad tiene que ver con la definición de aquellos aspectos materiales que serán comunicados por la organización. En este sentido, el *Global Reporting Initiative* pone a disposición una serie de principios diseñados para ser usados en forma combinada, a fin de definir el contenido del presente informe.

Principios

- Participación de los grupos de interés.
- Contexto de sustentabilidad.
- Exhaustividad.
- Materialidad.

El proceso de definición de aspectos materiales y la elaboración del Reporte de Sustentabilidad contempla las etapas que se detallan a continuación, las que fueron llevadas adelante por el equipo de Responsabilidad Social y el Comité de RSE.

PASO 1. Identificación de los temas materiales y participación de los grupos de interés.

El equipo de Responsabilidad Social y Comunidad de Toyota Argentina lleva adelante, durante todo el año, distintas acciones con sus grupos de interés. Durante estas actividades se recogen opiniones y expectativas, que son tenidas en cuenta durante el proceso de selección de los aspectos materiales por reportar.

PASO 2. Recopilación de objetivos estratégicos y resultados alcanzados.

Esta información se obtiene mediante reuniones y entrevistas con directivos y responsables de diferentes áreas de la Compañía, identificando los

temas más relevantes para analizar su incorporación en el Reporte.

Con el propósito de realizar una actualización de los temas materiales identificados en los reportes anteriores, se llevó adelante un proceso de consulta y valoración de temas materiales con los principales grupos de interés, entre ellos: concesionarios, proveedores, organizaciones del ámbito civil, colaboradores y miembros del Comité de RSE, entre otros.

> 55% fue el porcentaje de respuestas obtenidas respecto del total de grupos de interés consultados.

PASO 3. Validación de los contenidos.

Los temas identificados como materiales por los principales grupos de interés fueron sometidos a un test de materialidad, a partir del cual se identificaron aquellos temas que se incluirán en el presente Reporte de Sustentabilidad. El contenido se valida con los responsables de las diferentes áreas de la Compañía que suministran información. De esta manera, se recoge nuevo *feedback* y se valida la información que será finalmente reportada.

PASO 4. Verificación externa del reporte.

Por cuarto año consecutivo, el Reporte fue verificado externamente por PWC Argentina. Esto significa que un tercero independiente ha asegurado que su contenido se encuentra basado en información precisa y confiable, lo que contribuye a la transparencia del documento.

ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS

| Nº Aspecto relevante | Impacto de aspecto | | Sección |
|--|--------------------|---------|---------|
| | Interno | Externo | |
| 1 Emisiones | x | x | 8 |
| 2 Comunidades locales | | x | 9 |
| 3 Consumos de energía | x | | 8 |
| 4 Salud y seguridad en el trabajo | x | x | 9 |
| 5 Efluentes y residuos | x | | 8 |
| 6 Medidas de seguridad | | x | 8 / 6 |
| 7 Consecuencias económicas indirectas y generación de empleo local | x | x | 9 |
| 8 Generación de empleo | x | | 9 |
| 9 Consumos de agua | x | | 8 |
| 10 Seguridad vial | | x | 9 |
| 11 Salud y seguridad de los clientes | | x | 7 |
| 12 Cumplimiento regulatorio | x | | 6/7 |
| 13 Cumplimiento regulatorio en materia ambiental | x | x | 8 |
| 14 Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios | x | | 2/8 |
| 15 No discriminación | x | x | 5/9 |
| 16 Calidad de productos y servicios | x | | 7 |
| 17 Inversiones en medio ambiente | x | | 8 |
| 18 Utilización de materiales | x | | 8 |
| 19 Libertad de asociación y convenios colectivos | x | | 9 |
| 20 Desempeño económico de la organización | x | | 6 |
| 21 Diversidad e igualdad de oportunidades | x | | 5/9 |
| 22 Evaluación de proveedores | x | | 6 |
| 23 Formación y educación | x | x | 9 |
| 24 Comportamiento de competencia desleal | x | | 6 |
| 25 Impacto en la biodiversidad | x | | 8 |
| 26 Mitigación del impacto ambiental del transporte | x | x | 9 |
| 27 Discapacidad | x | | 5 |
| 28 Mecanismos de reclamación | x | | 7/ 5 |
| 29 Relaciones entre los trabajadores y la dirección | x | | 9 |
| 30 Presencia en el mercado | x | | 2/9 |
| 31 Lucha contra la corrupción | x | | 5 |
| 32 Prevención del trabajo forzado | | x | 5 |
| 33 Prevención del trabajo infantil | | x | 5 |



4. > PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Toyota Argentina busca contribuir a crear una sociedad próspera y alcanzar el desarrollo sostenible, produciendo siempre mejores vehículos, estableciendo relaciones de largo plazo con los grupos de interés y mejorando la calidad de vida de la comunidad.

CIUDADANÍA CORPORATIVA

La Compañía contribuye a crear una sociedad más próspera para alcanzar el desarrollo sostenible

CANALES DE
DIÁLOGO CON
LOS GRUPOS
DE INTERÉS

**El sistema de análisis abarca
5 dimensiones:**

responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia y representación

IDENTIFICACIÓN Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS




Indicador GRI: G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

Toyota inició sus operaciones en el país en 1997 y desde entonces ha generado y mantenido con sus grupos de interés diferentes espacios de comunicación y diálogo.

Alineados a la nueva Guía G4 del *Global Reporting Initiative*, con el propósito de llevar adelante una revisión de los aspectos materiales para el Reporte de Sustentabilidad, y a partir de los lineamientos que ofrece la guía AA1000SES de *Accountability*, se ha construido un sistema de análisis que abarca determinadas dimensiones (por responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia y representación) para identificar a los principales grupos de interés.

En este sentido, se han identificado los siguientes grupos de interés:

| GRUPO | CANAL DE COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO |
|--|---|
| <p>ACCIONISTAS</p>  | <p>Memoria y estados contables Reporte de Sustentabilidad Asamblea de accionistas Eventos y reuniones Gacetillas de prensa</p> |
| <p>SINDICATOS Y REPRESENTANTES DEL SECTOR</p>  | <p>Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte de Automotor de la República Argentina (SMATA) Asociación de supervisores de la Industria Metal-mecánica de la República Argentina (ASIMRA) Comité de Higiene y Seguridad (COHISE) Asociación de Fábricas de Automotores de Argentina (ADEFSA) Comunidad financiera Compañías de seguros Competidores</p> |
| <p>CONCESIONARIOS</p>  | <p>Asociación de Concesionarios Toyota de la República Argentina (ACTRA) Programas de capacitación de venta y posventa, encuestas de evaluación de cada actividad Reporte y auditorías del sistema de gestión ambiental bajo la norma ISO 14001 Auditorías de riesgos ambientales Convención anual de servicio al cliente</p> |
| <p>COMUNIDAD LOCAL</p>  | <p>Diagnóstico bianual sobre necesidades de la comunidad Programas de capacitación en escuelas y universidades Visitas y reuniones con directivos de instituciones educativas donde se evalúan las necesidades de las comunidades Interacciones con autoridades municipales de Zárate y Campana Participación en iniciativas sociales Contacto directo con diversas ONG</p> |
| <p>PROVEEDORES</p>  | <p>Manual de prestación de servicios para contratistas y subcontratistas Guía ambiental de compras Actividades de capacitación y encuestas de evaluación Programa Valor RSE + Competitividad Guía RSE para proveedores</p> |

| | |
|---|---|
| <p>COLABORADORES</p>  | <p>Sistema de comunicación de dos vías Sistema de sugerencias y círculos de calidad Comité de ética y Canal de ética Comunicación cara a cara (reuniones de negocio, almuerzos y desayunos con directivos, mesas abiertas, charlas especiales) Boletines informativos, revista Desde Adentro, Intranet, <i>e-mailing</i> corporativo, carteleras y tv corporativa</p> |
| <p>ENTIDADES GUBERNAMENTALES</p>  | <p>Participación en cámaras y asociaciones gubernamentales Reuniones con autoridades nacionales, provinciales y municipales</p> |
| <p>CLIENTES</p>  | <p>Centro de atención al cliente Encuestas de satisfacción y calidad Actividades EDER (<i>Early Detection and Early Resolution</i>, Detección rápida y resolución rápida) Contacto con los concesionarios Redes sociales y Web corporativa</p> |

CIUDADANÍA CORPORATIVA





Foto: Gabriel Reig/Mercado

5. > GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA E INTEGRIDAD

El compromiso de Toyota Argentina con un desempeño ético y transparente, orientado a la Sustentabilidad, es impulsado desde sus máximos directivos y se ve reforzado diariamente. Para ello, desarrolla políticas de ética y sostiene mecanismos que velan por su cumplimiento.

Los **7** enunciados de la Guía de principios reflejan la filosofía, valores y metodologías a nivel mundial de la organización

60 horas de capacitación sobre prevención de lavado de dinero y financiación del terrorismo

Comité de crisis

No ha reportado incidentes en este período

Hoshin crea una organización de alta y sostenida performance

100% de las denuncias consideradas por el Comité de Ética fueron resueltas



GOBIERNO CORPORATIVO

Visión y Misión

Toyota Argentina se alinea a la misión y visión global de Toyota Motor Corporation:

Nuestra Misión

“Alcanzar el crecimiento sostenible como base de abastecimiento para América Latina, superando las expectativas de los clientes, con costos competitivos y contribuyendo con el desarrollo de las comunidades locales.”

Nuestra Visión

“Liderar el futuro de la movilidad, mejorando vidas alrededor del mundo a partir de las maneras más seguras y responsables de trasladar personas. A través de nuestro compromiso con la calidad, la constante innovación y el respeto por el planeta, aspiramos a exceder las expectativas y ser recompensados con una sonrisa. Cumpliremos nuestras desafiantes metas gracias al talento y la pasión de nuestros colaboradores.”

Estructura de gobierno

Indicador GRI: G4-34, G4-39, G4-LA12

La toma de decisiones está a cargo del Directorio, el cual se encuentra integrado por un mínimo de tres y un máximo de diez Directores titulares. Sus integrantes son empleados de Toyota Argentina o de su casa matriz, designados por la Asamblea de accionistas en función a sus habilidades y competencias. Sus integrantes, al 31 de marzo de 2015, son los siguientes:

| Nombre | Cargo |
|------------------------|-------------------|
| Daniel A. Herrero * | Presidente |
| Masashi Asakura | Director titular |
| Hitoshi Takahashi | Director titular |
| Toshiro Hidaka | Director titular |
| Gustavo Martín Salinas | Director titular |
| Stephen St. Angelo Jr. | Director titular |
| Koji Kondo | Director titular |
| Takeshi Yamakawa | Director titular |
| Kenji Mochida | Director suplente |

* El Presidente de Toyota Argentina ocupa un cargo ejecutivo en la Compañía.

Planeamiento estratégico

Indicador GRI: G4-DMA, G4-2, G4-14, G4-35, G4-48

El *Hoshin Kanri* es un sistema de trabajo adoptado por Toyota en todo el mundo y se define como *las actividades llevadas a cabo con la cooperación de toda la organización de manera eficiente, con el fin de alcanzar los objetivos establecidos en el mediano y largo plazo y en el plan de gestión a corto plazo, basándose en los fundamentos del hoshin.*

A través de la constante implementación de *kaizen*es (mejora continua), se espera crear una organización capaz de producir resultados positivos. Para alcanzar los objetivos de mediano a largo plazo, cada año fiscal TMC traza el *hoshin* anual, que clarifica un año de actividades concretas y se convierte, así, en el *hoshin* de la Compañía, desarrollado sobre la base del *Toyota Way*, el modelo de negocios y a la Visión Global 2020. Toyota Argentina adapta el *hoshin* en función de las realidades locales y regionales, fijando metas alineadas a las prioridades de gestión de la Compañía. A su vez, todas las áreas y divisiones fijan su propio *hoshin* y, en consecuencia, todas las actividades de la Compañía se encuentran orientadas hacia una misma dirección.

El hoshin es un sistema para crear una organización capaz de lograr una alta performance sostenida en el tiempo.

Hoshin de la Compañía

Establecer un entendimiento cultural mutuo en seguridad, salud y medio ambiente, aspirando a cero accidentes:

- Promover la cultura en seguridad entre todos los empleados.
- Mejorar el objetivo en ergonomía para aumentar el nivel de un ambiente de trabajo saludable.

Hoshin del Presidente de Toyota Argentina

Consolidar a Toyota Argentina como un buen ciudadano corporativo, contribuyendo con la sociedad y la comunidad local.

Hoshin de la División de Asuntos Corporativos

Lograr una promoción continua de proyectos ambientales y de responsabilidad social, que contribuyan con la reputación de Toyota.

Hoshin del Área de Responsabilidad Social y Comunidad

Desarrollar, coordinar y articular las actividades de RSE hacia los diversos grupos de interés como parte de un sistema unificado, enfocado en los tres ejes de acción de Toyota Argentina.

Política y estructura de la responsabilidad social

Esta política surge del documento denominado *Contribución hacia el Desarrollo Sustentable* que Toyota publicó en 2005, y que desarrolló en base a la Guía de Principios. Su principal objetivo es contribuir a crear una sociedad próspera y alcanzar el desarrollo sostenible.

Toyota Argentina aplica esta política y la hace extensiva a su cadena de valor, esperando que proveedores y concesionarios apoyen la iniciativa cumpliendo plenamente con todas las leyes, regulaciones y pautas sociales aplicables en nuestro país, y que practiquen la gestión basada en el respeto por la gente y la mejora continua.

En materia de Inversión Social, trabaja sobre tres ejes principales:

- Ambiente.
- Seguridad vial.
- Educación para la empleabilidad.



Estos ejes tienen una especial atención en la comunidad de Zárate, donde trabajamos brindando respuesta a las necesidades de la comunidad y fomentando un diálogo constante con las distintas instituciones y organizaciones locales.

Comité de RSE

Tiene como objetivo establecer un plan de acción coordinado entre las áreas y reportar las acciones realizadas. Está formado de la siguiente manera:



El área de Responsabilidad Social funciona como articuladora del Comité de RSE y tiene a su cargo la elaboración del Reporte de Sustentabilidad, que realiza con la colaboración de todos los sectores de la Compañía.

Toma de decisiones

Todas las decisiones de Toyota Argentina son tomadas habiendo considerado y analizado exhaustivamente los riesgos, las contingencias y los métodos de resguardo disponibles.

Board of Directors Meetings (BOD): reuniones del Directorio para la toma de decisiones estratégicas, de acuerdo con los lineamientos de casa matriz.

Key Meetings (KM): reuniones clave realizadas en forma periódica, en cada división, con participación cruzada de miembros de otras divisiones.

Toyota Operational Meeting (TOM): reuniones operacionales mensuales, en la que participan autoridades de Toyota Argentina y TMC, gerentes generales, directores y el Presidente de la Compañía. Otros temas relevantes (que no se tratan en estas reuniones) se elevan al Comité Ejecutivo y al Directorio

para su discusión y aprobación, logrando de esa manera una efectiva comunicación y tratamiento interno de las decisiones.

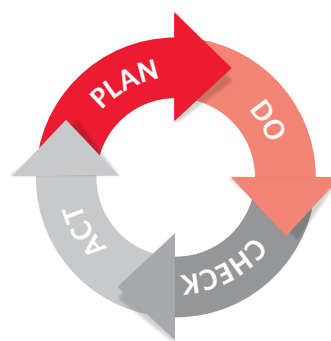
Sector de producción

Este sector, el más grande de la organización ya que involucra la mayor cantidad de gente, funciones y soporte de otras áreas, realiza una reunión de producción semanal, *Weekly Production Meeting (WPM)*, en la que participan todos los gerentes de producción y todas las áreas de soporte.

Asimismo, diariamente se realizan reuniones llamadas *Asakai* (reunión de la mañana), que es la principal del día, y *Yuichi* (reunión de la tarde), que es complementaria y donde se reportan problemas de menor jerarquía.

La reunión de *Asakai* se realiza con la presencia del Director de planta, gerentes y jefes de cada uno de los sectores, mientras que en la reunión de *Yuichi* participan los gerentes y jefes. Previo al *Asakai*, cada sector realiza una charla de 5 minutos, en la que diariamente cada líder de grupo se reúne con su equipo de trabajo para informar y confirmar los contenidos por reportar en *Asakai*.

Todos los reportes se realizan con el método *Plan-Do-Check-Action*, es decir, se reportan los problemas, causas, contramedidas y futuras acciones.



Ciclo Plan-Do-Check-Action

Plan *Elaboración de estrategias y planes de acción*

Do *Implementación de los planes*

Check *Evaluar resultados*

Action *Tomar las acciones apropiadas*

Si luego de aplicar este método los resultados esperados no se alcanzan, se establecen medidas para no volver a su recurrencia. Si los resultados son los esperados, se procede a la estandarización de éstos (*action*).

Comité de crisis

Aspecto material: 28, 31

El Comité de crisis está integrado por miembros del Directorio y de las áreas de Legales, Relaciones Institucionales, Relaciones Gubernamentales y Recursos Humanos, así como también por los responsables de las áreas involucradas en el tema por el cual fue reunido el Comité. Su función es analizar y plantear contramedidas ante un acontecimiento fuera de lo habitual, que pudiera afectar tanto a la comunidad local como a la comunidad de colaboradores.

0 <ceros>

incidentes reportados en el período 2014-2015.

Compromiso con asociaciones externas

Indicador GRI: G4-15, G4-16

Toyota Argentina pertenece y apoya a las siguientes cámaras y asociaciones:

- CERA (Cámara de Exportadores de Argentina)
- Cámara de Sociedades Anónimas
- IDEA (Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina)
- CICACZ (Comité Interindustrial para la Conservación del Ambiente de Campana y Zárate)
- ADEFA (Asociación de Fábricas de Automotores de Argentina)
- UIA (Unión Industrial Argentina)
- UIZ (Unión Industrial de Zárate)
- AcercaRSE

ÉTICA E INTEGRIDAD

Aspecto material: 22, 31

Toyota Argentina comparte con su casa matriz una serie de principios y valores conocidos como el *Toyota Way* y la *Guía de Principios Toyota* que, juntos, imprimen un claro compromiso con el desarrollo sustentable en la cultura corporativa y orientan su gestión. Esta filosofía descansa sobre dos pilares fundamentales: la mejora continua y el respeto por las personas, promoviendo la gestión del negocio en el largo plazo (cumplimiento de las leyes, desarrollo económico y social de las comunidades, y producción de vehículos seguros y de calidad).

Valores – Toyota Way

El *Toyota Way* es un ideal, un estándar y un faro guía para todas las personas de la organización. Expresa los valores compartidos y define cómo las personas de Toyota se desempeñan y comportan a fin de entregar valor a sus *stakeholders*. Se basa sobre dos claros pilares: *mejora continua* y *respeto por la gente*.

Mejora continua

- **Desafío:** planear una visión a largo plazo, enfrenta los desafíos con valor y creatividad para transformar el sueño en realidad.
- **Kaizen:** mejorar las operaciones continuamente, siempre guiados por la innovación y evolución.
- **Genchi genbutsu:** ir al origen para encontrar los hechos para tomar la decisión correcta, establecer consensos y alcanzar objetivos a la mayor velocidad.

| | | |
|--------------------------|-------------------|--|
| Mejora continua | Desafío | Tenemos una visión a largo plazo, enfrentando los desafíos con valor y creatividad para concretar nuestros sueños |
| | Kaizen | Mejoramos continuamente la operación de nuestro negocio, buscando siempre la innovación y la evolución |
| | Genchi genbutsu | Practicamos <i>genchi genbutsu</i> ... vamos a la fuente para encontrar los hechos que nos permitan tomar decisiones correctas, construir consenso y alcanzar los objetivos a la mayor velocidad posible |
| Respeto por las personas | Respeto | Respetamos al prójimo, nos esforzamos para comprender a los demás, asumimos responsabilidades y ponemos lo mejor de nosotros para construir confianza mutua. |
| | Trabajo en equipo | Estimulamos el crecimiento personal y profesional, compartimos las oportunidades para el desarrollo y maximizamos el desempeño individual y grupal |

Respeto por la gente

- Respeto: respetar a los demás esforzándose por comprenderlos, ser responsable y erigir la confianza mutua.
- Trabajo en equipo: estimular el crecimiento personal y profesional, compartiendo oportunidades de desarrollo y aprovechando al máximo el desempeño individual y en equipo.

Guía de Principios Toyota

Todas las filiales de Toyota en el mundo se basan en la Guía de principios de Toyota, adoptada en 1992 (revisada en 1997). Los principios reflejan su filosofía, valores y metodologías a nivel mundial.

- 1 Honrar el contenido y el espíritu de las leyes de todas las naciones del mundo y llevar a cabo actividades de política abierta y justa, para ser un buen ciudadano corporativo en todo el mundo.
- 2 Respetar la cultura y tradiciones de todas las naciones, y contribuir al desarrollo económico y social a través de las actividades corporativas en las comunidades locales.
- 3 Dedicarnos a proveer productos limpios y seguros, y contribuir a la mejora en la calidad de vida en todo el mundo por medio de nuestras actividades.
- 4 Crear y desarrollar tecnología de avanzada, y suministrar productos y servicios de primer nivel que satisfagan las necesidades de nuestros clientes en todo el mundo.
- 5 Promover una cultura corporativa que realce la creatividad individual y el valor del trabajo en equipo, honrando a la vez, la confianza mutua y el respeto entre los directivos y los empleados.
- 6 Lograr el crecimiento en armonía con la comunidad global a través de una dirección innovadora.
- 7 Trabajar con los socios del negocio en la investigación y la creación para obtener un crecimiento a largo plazo y beneficiarnos mutuamente, sin perder de vista las posibilidades de establecer nuevos lazos de negocios.

Sobre estos principios se diseñaron la Visión Global Toyota y la Política de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), que —junto con el *Toyota Way* y el Código de Conducta— son una guía para las actividades que realizan las más de 344.000 personas que forman la Compañía a nivel mundial, y las más de 4.800 que forman Toyota Argentina S.A.

Código de Conducta

Indicador GRI: G4-41, G4-56, G4-57, G4-58, G4-S04

El Código de Conducta resume los conceptos fundamentales y describe lineamientos concretos para que, junto con el *Toyota Way*, constituya una herramienta central para las operaciones comerciales y para promover un ámbito laboral transparente y responsable.

Al incorporarse un nuevo miembro a la Compañía, este recibe un ejemplar del Código para su firma, lo que implica que toma conocimiento de este y que asume el compromiso de su estricto cumplimiento. También se ha implementado una versión de bolsillo, que fue distribuida a todos los colaboradores y que sirve como herramienta para ayudar a concientizar sobre su importancia y necesidad de aplicación diaria.

Comité y Canal de Ética

Indicador GRI: G4-57, G4-58, G4-HR12, G4-LA16, G4-S04, G4-S05

100%
de las denuncias recibidas fueron debidamente atendidas y resueltas.

Canal de Ética. Permite a los colaboradores comunicar o denunciar irregularidades y es administrado por un proveedor externo, lo que permite garantizar el anonimato en todas las denuncias recibidas. Todos los empleados reciben una capacitación sobre el funcionamiento de estos mecanismos al momento de su ingreso a la Compañía.

Comité de Ética. Está conformado por las áreas de Legales y Auditoría Interna; analiza cada formulación recibida a través del Canal de Ética. Durante el período entre el 1 de abril de 2014 y el 31 de marzo de 2015, se recibieron 26 denuncias, las cuales fueron debidamente atendidas y resueltas.



26 denuncias recibidas y resueltas

A su vez, se desarrolló la política anticorrupción para empleados, que amplía los lineamientos establecidos en el Código de Conducta y busca la promoción de la integridad en el comportamiento de la totalidad de la Compañía. Esta política es extendida a la cadena de valor mediante la Guía antisoborno para proveedores y para socios comerciales.

Como complemento de las políticas mencionadas, y por decisión de la Dirección de la Compañía, se conformó un Comité de *Compliance*, integrado por la alta dirección y representantes de siete áreas de la empresa. Su función es preventiva, con el objetivo de detectar incumplimientos e irregularidades en temas legales.

Sistema PLAFT

Indicador GRI: G4-SO4

Toyota Argentina está fuertemente comprometida con la prevención del lavado de activos y la financiación del terrorismo, por lo que colabora activamente con las autoridades nacionales y los organismos internacionales competentes y reconocidos, para llevar adelante esta tarea.

En este sentido, desde el área de Prevención del Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo (PLAFT - dentro del área de Ventas Directas), se continuó trabajando en el desarrollo y la implementación del sistema de prevención, a fin de cumplir con los requerimientos establecidos por la Unidad de Información Financiera (UIF).

Las herramientas que componen el sistema de PLAFT de Toyota Argentina son:

- Manual de políticas de PLAFT.
- Manual de procedimientos de PLAFT.
- Sistema de comunicación interna de operaciones inusuales (COMI).
- Matriz de riesgo.
- Capacitación continua de todos los colaboradores.

Se ha iniciado una serie de capacitaciones internas, con el objetivo de que todos los colaboradores conozcan las señales de alerta establecidas en el Manual de PLAFT de Toyota Argentina, colaborando en la detección inmediata de cualquier actividad sospechosa o inusual.

Se realizaron las siguientes actividades:

- 385 colaboradores capacitados presencialmente durante 30 horas.
- Capacitaciones *on line* a toda la red de concesionarios Toyota.
- 32 horas de capacitación presencial a la red de concesionarios Toyota. Asistieron 83 personas, representantes de los concesionarios.
- Más de 60 horas de capacitación sobre prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo.



6. > DESEMPEÑO ECONÓMICO

Toyota Argentina lleva adelante programas y actividades para contribuir al desarrollo de la comunidad, profundizando el compromiso tanto con su personal y sus familiares, como con el medio local y sus instituciones educativas y de bien público, respetando el medio ambiente, concientizando a la comunidad, proveedores y concesionarios.

128.274

unidades vendidas

PRESENTACIÓN
DE LA 11^{MA}
GENERACIÓN DEL
TOYOTA COROLLA

2^{da}

edición del programa
VALOR en la cadena
de suministros de
Toyota Argentina

**Hilux
Limited**

Lanzamiento
nueva versión

94%

de los proveedores
son de procedencia
local

41%

de las compras son a
proveedores locales

66.546

unidades exportadas

99%

de los talleres Toyota
están certificados
bajo la norma
ISO 14001

INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

Aspecto material: 12, 20, 24, 30

El sector automotriz en Argentina

Las principales variables de la industria automotriz finalizaron en 2014 con un nivel significativamente menor al alcanzado durante el año anterior (2013 fue un año récord para el sector). Las ventas a concesionarios alcanzaron un total de 613.728 unidades, cayendo 36% en comparación con 2013. El número total de registraciones de automotores fue de 688.247 unidades, lo que representó una disminución del 29%. Respecto a la oferta de vehículos, las importaciones cayeron 41%, mientras que la producción local disminuyó 22% vs. 2013 alcanzando 617.329 unidades.

Lanzamientos y novedades

Lanzamiento Corolla 2014

En abril de 2014, Toyota Argentina presentó en el país la 11^{ma} generación del Toyota Corolla, el sedán mediano más vendido a nivel global con más de 40 millones de unidades a lo largo de 47 años. Con tradición de calidad excepcional, diseño elegante, prestaciones equilibradas y un alto estándar de seguridad, este nuevo Corolla llegó para defender su posición como el sedán mediano más elegido por los usuarios de Argentina durante los últimos dos años.

Presentación del Toyota Plan de Ahorro

En septiembre de 2014, se presentó en todo el país el nuevo Toyota Plan de Ahorro, que tiene como objetivo comercializar unidades cero kilómetro a través de una modalidad de compra con ahorro previo con amplios beneficios.

El nuevo Toyota Plan de Ahorro se lanzó con dos alternativas de compra: Etios Plan 100%, que permite ahorrar por el 100% del valor del vehículo, a través de cuotas en pesos para automóviles Toyota Etios versión Hatchback XS, y Hilux Plan 70/30, con pago de cuotas que representa el 70% del valor del vehículo, y el cliente abona una cuota extraordinaria por el 30% restante al momento de la adjudicación, para pick-ups Toyota Hilux doble cabina 4x2 DX.

A este nuevo plan pueden sumarse personas mayores de 18 años que, con solo realizar un aporte mensual, podrán adquirir una unidad cero kilómetro en 84 cuotas, pudiendo acceder al vehículo a través de la modalidad de sorteo o licitación.

En relación con el mercado externo, la demanda en 2014 también fue menor a la del año anterior. Las exportaciones totales del sector automotriz argentino registraron una caída del 17% respecto de 2013 y las ventas a Brasil, particularmente, disminuyeron 18% (los registros de automotores en Brasil cayeron 7% respecto de 2013, con un total de 3,5 millones de unidades). Las ventas a otros mercados latinoamericanos también fueron menores en comparación a 2013, las exportaciones de vehículos a Uruguay y a Chile disminuyeron 37% y 34%, respectivamente.

Lanzamiento Hilux Limited

En noviembre de 2014, Toyota Hilux, líder del segmento de pick up medianas por ocho años consecutivos, presentó una nueva versión de volumen limitado que se incorporó a la gama del modelo vigente. Como las demás versiones de Hilux, la edición limitada se produce en la planta de Toyota en Zárate y cuenta con los principales atributos de calidad, confiabilidad y durabilidad que distinguen a todos los productos de la marca.

Mejoras para el modelo Etios

A partir de septiembre de 2014 se incorporaron mejoras de equipamiento en el modelo Etios. Para su desarrollo se tuvieron en cuenta las principales opiniones y pedidos de los clientes de ese modelo.

El lanzamiento del Etios en Argentina fue una apuesta fuerte de Toyota para desembarcar en el segmento de los autos compactos, el más competitivo del mercado.



Toyota Etios Hatchback

Valor económico directo generado y distribuido

Indicador GRI: G4-EC1, G4-EC4, G4-S07, G4-PR9

El siguiente cuadro de *Valor Económico Directo Generado y Distribuido (VEDGyD)*, propuesto por el *Global Reporting Initiative*, plasma el flujo de capital entre los distintos grupos de interés.

Durante el período reportado no se han recibido multas significativas* fruto de incumplimiento de la

normativa** en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.

* A los fines del presente indicador se considera multa significativa aquella superior a 500.000 pesos.

** Ley de Defensa del Consumidor.

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO *

| Concepto | Grupo de interés | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--|-------------------------|---------------|---------------|
| Valor económico generado | | | |
| Ingresos de actividades ordinarias | Clientes | 22.434 | 30.690 |
| Venta de propiedades, planta y equipo | Otros | 269 | 269 |
| TOTAL VALOR ECONÓMICO GENERADO | | 22.703 | 30.959 |
| Valor económico distribuido | | | |
| Costos operativos | Proveedores | 20.909 | 27.027 |
| Salarios y beneficios | Colaboradores | 1.442 | 2.345 |
| Pagos a proveedores de capital | Proveedores financieros | 33 | 183 |
| Tasas e impuestos abonados | Gobierno | 1.004 | 1.270 |
| Inversión en la comunidad (**) | Comunidad | 9 | 4 |
| TOTAL VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO | | 23.397 | 30.829 |
| VALOR ECONÓMICO RETENIDO | | (694) | 130 |

* En millones de pesos argentinos. Surgen de la Memoria y Estados Contables de Toyota Argentina S.A., correspondiente al ejercicio económico finalizado al 31 de marzo de 2015 presentado en forma comparativa.

** Bajo este concepto, se incluyen las donaciones y los gastos incurridos en el desarrollo de los programas de RSE. Cifras al 31 de marzo de cada período.

Incentivos gubernamentales

Toyota Argentina ha sido beneficiada con la promoción industrial establecida por la ley 10.547, debido a la ampliación de la planta fabril ubicada en la ciudad de Zárate.

El beneficio exime a la Compañía del 100% del pago del impuesto sobre los ingresos brutos, por un plazo de 10 años, sobre el aumento de facturación a que diera lugar el total de la producción que se genere en la planta promocionada.

Debido a dicho régimen, durante el período reportado (1 de abril de 2014 al 31 de marzo de 2015), Toyota Argentina quedó eximida del pago de ingresos brutos por \$ 104.846.948,56.

Libre competencia

Toyota realiza grandes esfuerzos para tener una operación cada día más ética, responsable y transparente, revisando y evaluando cada uno de sus procesos. No obstante, durante el período reportado, ha surgido una causa ante la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

Objeto del reclamo: denuncia originariamente promovida en el mes de enero de 2008, contra diversas firmas que explotan concesionarios de automotores en la provincia de Tierra del Fuego. En abril de 2014 la CNDC imputó a Toyota Argentina S.A., y a otras automotrices, de infringir la ley de defensa de la competencia. En julio de 2014 la Compañía presentó su defensa a esta acusación. En agosto de 2015 la Cámara Federal de Comodoro Rivadavia dejó sin efecto la decisión de la Secretaría de Comercio Interior, al entender que no existía mérito para considerar ni la existencia de conducta ilícita, ni la existencia de concertación entre las terminales automotrices sancionadas. En septiembre de 2015 el Estado Nacional planteó un recurso extraordinario. No obstante ello, se consideran bajas las probabilidades de que sea concedido, en cuanto el agravio estaría referido a la consideración de las cuestiones de hecho y prueba que ponderó la Cámara, y que por definición se encuentran excluidas de la instancia extraordinaria.

CADENA DE VALOR

Aspecto material: 7, 15, 16, 17, 19, 22, 31, 32, 33

Proveedores

Indicador GRI: G4-12, G4-EC9, G4-LA10, G4-SO9, G4-HR4, G4-HR5, G4-HR6, G4-HR10

A nivel global, Toyota aplica tres principios fundamentales en la relación con sus proveedores:

1. Igualdad de condiciones

Ofrecer oportunidades justas a todos los proveedores sin distinción de nacionalidad o tamaño. La selección de proveedores se basa exclusivamente en la evaluación de las fortalezas de cada proveedor, como de su calidad, sus capacidades tecnológicas y la confianza en el cumplimiento de las entregas a tiempo, como así también su predisposición para trabajar en la mejora continua (*kaizen*).

2. Beneficio mutuo basado en la confianza mutua

Entablar relaciones de largo plazo, mutuamente beneficiosas. Toyota promueve la comunicación permanente con sus proveedores.

3. Contribución económica local - buen ciudadano corporativo

Contribuir con el desarrollo de las comunidades locales, promoviendo la producción de vehículos y fomentando activamente la adquisición local de repuestos y materiales.

PROVEEDORES POR PROCEDENCIA

| Concepto | 2013/2014 | % | 2014/2015 | % |
|-------------------------|-----------|----|-----------|-----|
| Cantidad de proveedores | 2.778 | | 1.333* | 100 |
| Locales | 2.566 | 92 | 1.247 | 94 |
| Extranjeros | 212 | 8 | 86 | 6 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

La reducción en el número de proveedores corresponde a un análisis más exhaustivo realizado para el período 2014/2015. Se indica en el recuadro la cantidad de proveedores activos (que registraron movimiento comercial), sin tomar en cuenta la base de datos histórica de la Compañía.

Durante el período reportado no se han identificado en proveedores riesgos de libertad de asociación, casos de explotación infantil y episodios de trabajo forzoso.

COMPRAS POR PROCEDENCIA

| Concepto | 2013/2014 | | 2014/2015 | |
|-------------------------|----------------|-----|----------------|-----|
| | Millones pesos | % | Millones pesos | % |
| Proveedores locales | 11.179 | 42 | 9.633 | 41 |
| Proveedores extranjeros | 15.135 | 58 | 13.725 | 59 |
| Total | 26.313 | 100 | 23.358 | 100 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Programa Valor RSE+ Competitividad



En 2015 se dio comienzo a la segunda edición del Programa VALOR en la cadena de suministros de Toyota Argentina.

Este programa, impulsado por el BID a través del FOMIN y AMIA como agencias ejecutoras, tiene como objetivo incrementar la competitividad y las oportunidades de mercado de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES). El propósito es difundir las prácticas de RSE en Argentina, particularmente en las PyMES (adaptadas a su realidad) e implementarlas en aquellas que formen parte de la cadena de valor de grandes empresas.

Toyota Argentina continúa consolidando el trabajo en el marco del programa Valor, implementando actividades de capacitación y consultoría en un grupo de proveedores autopartistas previamente seleccionados por la Compañía.

Primera edición *

Amic Metalúrgica
Denso Argentina
Elhymec
Esteban Cordero
Ferrosider
Industrias Guidi
Metalsa Argentina
Master Trim de Argentina
Testori
Vutek Argentina
Yasaki Argentina
Faurecia
Crafmsa

Segunda edición **

Albano Cozzuol
Cookins
Hutchinson
Industrias Maro
Inergy Automotive
Irauto
Master Bus
Mefro Wheels
Pirelli
Polimetal
Toyota Tsusho

* Cerró en junio de 2014. ** Comenzó en marzo de 2015.

Todas las acciones se encuentran orientadas a mejorar el desempeño integral de las PyMES, administrar riesgos y promover una mayor competitividad.

Toyota Argentina prioriza trabajar de manera transversal con la conducción de cada una de las empresas bajo la dimensión de gobierno corporativo, a la vez que cada empresa selecciona una dimensión técnica sobre la cual profundizar el trabajo.



> Los avances que más destacan las organizaciones fueron:

1. Sistematizar algunas prácticas.
2. Implementar otras prácticas que, en el contexto de la RSE, benefician a sus empleados, a la comunidad, los clientes y a sus propios proveedores, y que también las hacen empresas más competitivas y comprometidas.

Actividades de capacitación

Capacitación en seguridad

Se continuó trabajando y priorizando las actividades Stop 6. Estas capacitaciones fueron perfeccionadas y actualizadas, introduciendo ejemplos de mejoras realizadas por los propios proveedores. También se incluyeron experiencias previas de Toyota, a nivel global, para fortalecer la concientización sobre los riesgos Stop 6.

Las actividades de formación, comprendieron:

- Detección e identificación de los distintos riesgos Stop 6, con ejemplos de experiencias previas y sus contramedidas.
- Elaboración del Mapa de riesgos Stop 6, con la previa evaluación de riesgos y de aseguramiento correspondiente y el plan de contramedidas para reducirlos y/o eliminarlos.
- Utilización de diferentes herramientas para mejorar las condiciones de seguridad.

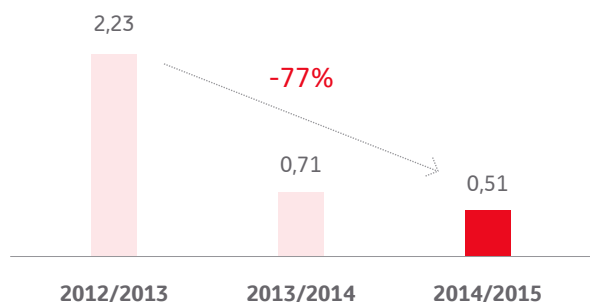
| Detalle | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--|-----------|-----------|
| Proveedores con mapa de riesgos Stop 6 | 36 | 42 |
| Proveedores con plan de contramedidas | 40 | 29 |

Estas actividades permitieron que los proveedores redujeran en un 80% las posibilidades de accidentes en sus lugares de trabajo.

IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS STOP 6



EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE FRECUENCIA*



* Cantidad de accidentes ocurridos por millón de horas- hombre trabajadas.

Expansión del Sistema de Producción Toyota (TPS)

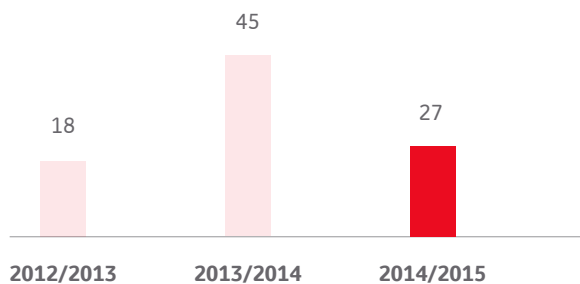
Las actividades de capacitación con proveedores se realizaron con la metodología de expansión del sistema de producción Toyota (TPS), continuando con la formación de personas clave, para los proveedores, en el Sistema de Producción Toyota, JI (Job Instruction) y Problem Solving.

También formaron parte del programa de capacitación personal de los proveedores nucleados en la Asociación de proveedores de terminales automotrices (APTA).

Las capacitaciones son brindadas por instructores certificados por TMC, con actividades teóricas y prácticas en la planta. También, como parte del método de expansión, los entrenados realizaron trabajos interdisciplinarios con representantes de otros proveedores.

De esta forma, la filosofía de Toyota llega a 27 empresas, generando valor en conjunto con APTA. En la convención Jishuken de APTA se presentaron los mejores 9 trabajos de los cuales 6 se exhibieron en la Convención anual de proveedores.

EXPANSIÓN DEL TPS (cantidad de empresas)



Cifras al 31 de marzo de cada período.



Guía ambiental de compras

Indicador GRI: G4 EN-32

Toyota Argentina promueve la mejora continua del desempeño ambiental de sus proveedores, desarrollando una Guía Ambiental de Compras. Esta guía incluye requerimientos ambientales específicos según el área y los materiales suministrados por cada proveedor. La Guía incluye los siguientes temas:

- Establecimiento del sistema de gestión ambiental.
- Gestión de productos y materiales entregados a Toyota.
 1. Piezas del vehículo, accesorios, materias primas y sus embalajes.
 - a) Gestión de sustancias de consideración ambiental e iniciativas de reciclado.
 - b) Iniciativas Eco-VAS (análisis de ciclo de vida).
 2. Materias primas y materiales indirectos usados en las plantas.
 - a) Gestión de sustancias de consideración ambiental e iniciativas de reciclado.
- Iniciativas ambientales relacionadas con las actividades comerciales del proveedor.
 1. Cumplimiento de leyes y regulaciones ambientales.
 2. Mejorando el desempeño ambiental.
- Reducción de las emisiones de CO₂ y materiales de embalaje y envoltura en logística.
 1. Logística realizada a petición de Toyota.
 2. Entrega de mercancías a Toyota.

Se alienta a los proveedores a crear los sistemas de gestión ambiental necesarios para mejorar sus actividades.

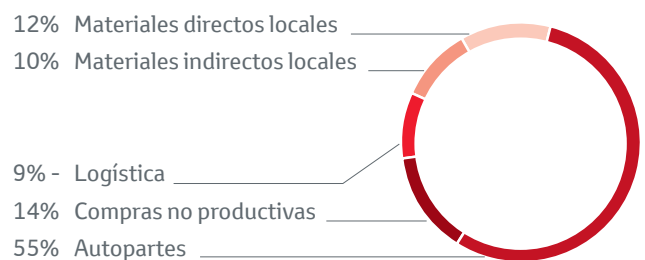
Desde Toyota se alienta a los proveedores a crear e implementar los sistemas de gestión ambiental necesarios para mejorar sus actividades, preservando el ambiente y disminuyendo el riesgo ambiental.

Además, todos los proveedores productivos deben adquirir y mantener la certificación ISO 14001 o un certificado de gestión ambiental similar, emitido por una organización externa de certificación. A fin de mayo de cada año, los proveedores declaran si obtuvieron el certificado ISO 14001, o en su defecto, si tienen planeado o no obtenerlo. Toyota comprueba el estado de la certificación de cada proveedor si lo considera necesario.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---|-----------|-----------|
| Proveedores certificados bajo ISO 14001 | 76 | 81 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES CERTIFICADOS, POR TIPO DE MATERIAL PROVISTO



Guía RSE de Toyota Argentina

Esta guía se propone compartir los lineamientos para entender y profundizar la comprensión de las responsabilidades que, como compañías, tienen ante la sociedad, cumpliendo normas y leyes, y desarrollando políticas propias que les permitan diferenciarse como buenos ciudadanos corporativos. A través de esta política, Toyota Argentina alienta a que sus proveedores hagan propias estas iniciativas, profundizándolas y expandiéndolas a sus propios proveedores.



LA GUÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA INCLUYE

Compartir la base filosófica del
gerenciamiento

- I.** Creación de un entorno de trabajo basado en el respeto
- II.** Método de producción basado en el *genchi genbutsu* (ir al origen de las cosas para encontrar los hechos, tomar las decisiones correctas, obtener consenso y lograr objetivos a la mejor velocidad posible)
- III.** Esfuerzos constantes para la mejora continua
- IV.** Comunicación de dos vías

Qué espera Toyota de sus proveedores
en lo que respecta al suministro de
productos y servicios

- 1.** Seguridad
- 2.** Calidad
- 3.** Entrega y producción
- 4.** Costo
- 5.** Capacidades tecnológicas

Qué espera Toyota de sus proveedores
en lo que respecta al proceso de
desarrollo de productos y servicios

- I.** Cumplimiento de las normas jurídicas:
 1. Cumplimiento de las leyes y de su espíritu
 2. Manejo y protección de información confidencial
 3. Protección de propiedad intelectual
 4. Cumplimiento de las leyes sobre lealtad comercial
 5. Control de las exportaciones
 6. Medidas anticorrupción
 - II.** Derechos humanos y derechos laborales
 1. No discriminación
 2. Respeto y dignidad. No acoso
 3. No trabajo infantil
 4. No trabajos forzados
 5. Sueldos y beneficios
 6. Horas de trabajo
 7. Libertad de asociación
 8. Entorno de trabajo seguro y saludable
 - III.** Comunidad local y global
 1. Ambiente
 2. Compra responsable de materiales
 3. Contribución social
 4. Revelación de información a partes interesadas
-

Reconocimientos

En 2015 Toyota Argentina realizó su 12^{da} edición de la Conferencia de proveedores, con el objetivo de reconocer la labor de las empresas que trabajan a su lado garantizando los mejores insumos para la fabricación de los mejores vehículos.

El evento contó con la presencia de autoridades de TMC y de Toyota Argentina, y participaron 73 empresas proveedoras.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|----------------------|-----------|-----------|
| Empresas proveedoras | 58 | 73 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

La premiación se dividió en tres categorías (Calidad, Logística y Costos), y cada una de ellas se dividió, a su vez, en Certificado y Excelencia:

Para finalizar, se premió al mejor proveedor de 2014, resultante de la mejor combinación de las tres categorías evaluadas. Los ganadores fueron:

Mejor proveedor del año

Bridgestone Argentina S.A.



Categoría Calidad

Certificado: Inergy, Testori, Amic, Suefa

Excelencia: Jtekt, Next Print, Plimer, Une, Siderca, Yazaki, Ventalum

Categoría Logística

Certificado: Tenneco, Pilkington, Fundemap, Guidi, Testori

Excelencia: Amic, Johnson Control, Felko, Tenneco, Metagal, Next Print, Plimer, Siderca

Categoría Costo

Certificado: Albano, Testori, Siderca, Fundición Gatti, Yazaki

Excelencia: 3M Argentina, Une

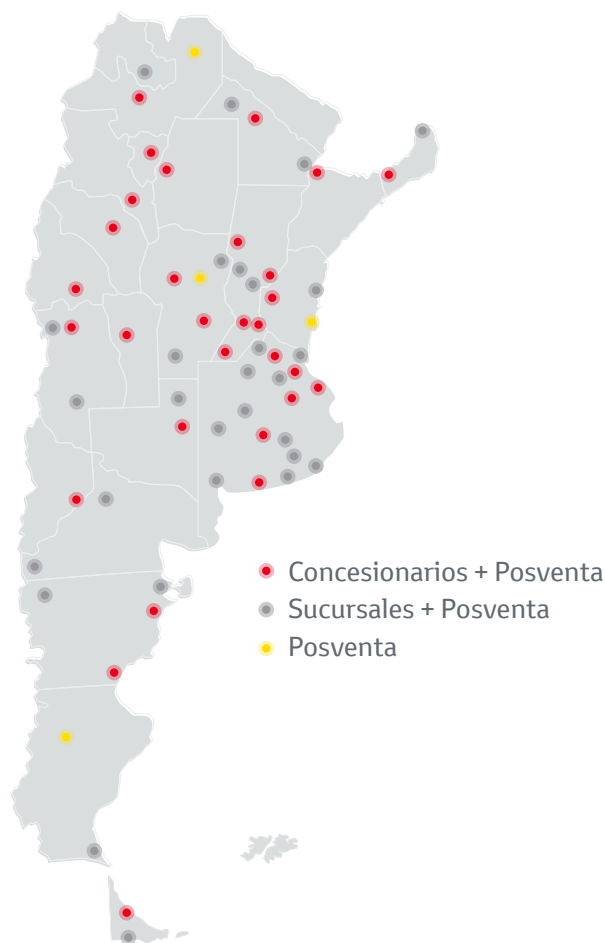
También se entregaron reconocimientos especiales a dos proveedores, por su compromiso al promocionar la cultura de la seguridad en sus empresas, con un fuerte involucramiento de sus autoridades. Los destacados fueron Industrias Maro y Johnson Matthey Argentina.

Red de concesionarios

Indicador GRI: G4-EC9, G4-LA10, G4-PR1

Los concesionarios oficiales son los socios estratégicos de Toyota Argentina, dado que constituyen la cara visible de la Compañía y realizan el contacto directo con los clientes.

Toyota Argentina desarrolla programas de formación y actividades para optimizar la calidad en el servicio y la atención de los clientes.



Se inauguraron las nuevas instalaciones de Tsuyoi en la ciudad de Comodoro Rivadavia, concesionario oficial que representa a la marca desde el inicio de sus operaciones en el país. Con esta apertura, el nuevo concesionario se convirtió en el más grande de Toyota en todo el país.

41 concesionarios

75 bocas de venta oficiales

77 talleres

Programas de capacitación comercial

Se destinan programas de capacitación a asesores, jefes, gerentes comerciales, personal administrativo, directivos y dueños.

Programa de capacitación de asesores comerciales

Consta de tres niveles durante los cuales se brindan tanto conceptos teóricos como prácticos y son de carácter obligatorio para todos los asesores comerciales.

La estructura es la siguiente:

Nivel 1

- Inducción de marca con visita a planta.
- Habilidades comerciales básicas I y II.
- Mecánica básica.
- Conocimiento básico de producto.

Nivel 2

- Conducción 4x4.
- Conocimientos avanzados de productos (*Line up* completo de vehículos Toyota comercializados en Argentina).

Nivel 3

- Sistema de producción Toyota.
- Habilidades comerciales avanzadas.
- Tecnología automotriz.

Al 31 de marzo de 2015, 1.285 personas participaron de la capacitación, que representaron 46 días de cursada, con 340 horas de capacitación.

Programas de capacitación para jefes y gerentes

Están orientados al intercambio de mejores prácticas comerciales entre la red oficial Toyota, a la difusión de la planificación estratégica de la Compañía para el año en curso y al fortalecimiento del Estilo comercial Toyota.

Los contenidos se desarrollan según las temáticas elegidas por los concesionarios y se incorporan indicadores e información estratégica del negocio.

| Capacitación de jefes y gerentes | 2013/2014 | 2014/2015 |
|----------------------------------|-----------|-----------|
| Días de curso | 8 | 3 |
| Participantes | 60 | 60 |
| Horas de capacitación | 60 | 24 |

Programas de capacitación para directivos/dueños

Para apoyar a los concesionarios a incrementar y optimizar sus niveles de gestión, Toyota Argentina desarrolla estos programas con el apoyo de universidades y consultores externos, brindando contenidos para la formación de ejecutivos y dueños.

Respecto al período informado, no se registraron actividades dado que la Compañía estuvo abocada al desarrollo y formación del equipo, cuyo perfil esté acorde a las exigencias de la industria.

Además, se trabajó para revisar los contenidos y actualizar las temáticas, en línea con las exigencias del mercado actual y de las necesidades y expectativas de este público en particular. La Compañía tiene un firme compromiso en retomar las actividades el próximo período.

Estilo comercial Toyota (ECT)

Tiene por objetivo estandarizar todos los procesos básicos de la operación comercial en cada concesionario, para brindar y ser percibidos por los clientes como un servicio de excelencia que mejora notablemente su experiencia de compra. Para ello se realizan acciones comerciales que deben implementarse en instancias vinculadas a la gestión comercial, la gestión de personas, la gestión del salón de ventas y el proceso de ventas. Este último, alineado con el *Toyota Way*, se conforma por 7 etapas:

- Prospección.
- Acercamiento inicial.
- Presentación de producto.
- Demostración de producto (*test drive* o prueba de manejo).
- Negociación.
- Entrega.
- Fidelización.

| Estilo comercial Toyota | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-------------------------|-----------|-----------|
| Concesionarios | 41 | 41 |
| Certificados en ECT | 32 | 34 |
| % de certificados | 78 | 83 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Programas de capacitación con concesionarios - Posventa

A medida que los clientes evolucionan, Toyota Argentina los acompaña en esos cambios a satisfacer (e incluso superar) sus necesidades y expectativas. Para ello, desde la Compañía se desarrollan distintos programas de capacitación dirigidos a la red oficial de concesionarios, bajo la premisa de superar continuamente sus estándares de desempeño en relación con el servicio que Toyota le brinda a sus clientes.

Programa de gerenciamiento del Servicio Toyota (TSM)

Se trata de una iniciativa para lograr la satisfacción total del cliente, la cual define los estándares de calidad y el servicio para el área de posventa en relación con varias áreas de gestión.

Sus objetivos son:

- Mejorar las operaciones del servicio de posventa.
- Utilizar el Sistema de producción Toyota (TPS) para mejorar la productividad del taller.
- Implementar, adecuar y alinear los procesos, los equipos y las instalaciones, para contribuir a una mejor atención y mejor servicio al cliente.

| Concepto | 2013/2014 | | 2014/2015 | |
|--|-----------|-----|-----------|-----|
| | Cantidad | % | Cantidad | % |
| Total de talleres | 75 | 100 | 75 | 100 |
| Talleres TSM <i>Kodawari</i> | 45 | 60 | 51 | 68 |
| Talleres TSM avanzados | 9 | 12 | 14 | 19 |
| <i>Express Maintenance</i> | 7 | 9 | 9 | 12 |
| Sistema recordatorio de mantenimiento (MRS)* | 2 | 3 | 5 | 7 |

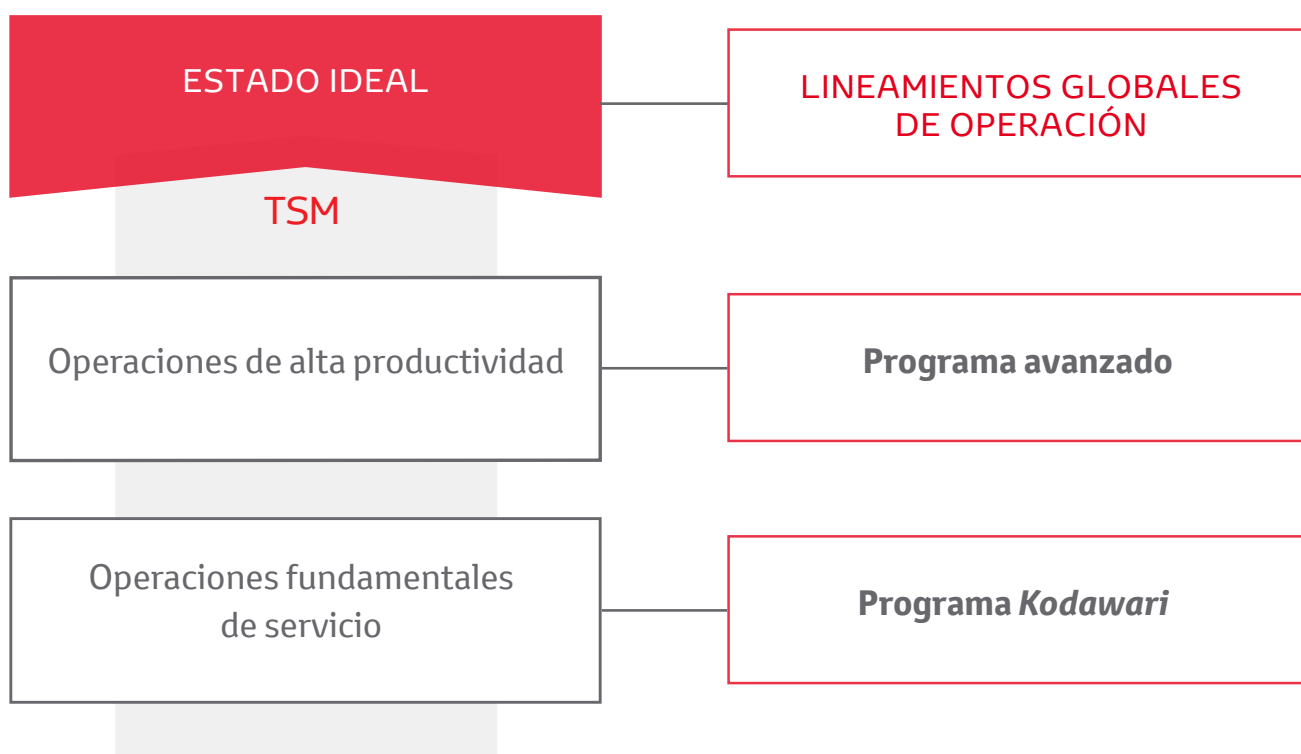
Cifras al 31 de marzo de cada período

* *Maintenance Reminder System*: sistema de recordación de mantenimiento.

ETAPAS DEL PROGRAMA DE GERENCIAMIENTO DEL SERVICIO TOYOTA

Básico (TSM *Kodawari*) Establecimiento de las condiciones básicas para la operación de los concesionarios. Esto se realiza siguiendo dos ejes: el punto de vista del cliente y la responsabilidad como concesionario Toyota. Se establecen parámetros de evaluación que abarcan distintos estándares en la operación de posventa, incluidas cuestiones de cuidado y responsabilidad ambiental, que deben ser cumplidos al 100% para obtener la certificación de la casa matriz y la recertificación luego de un año de implementación.

Avanzado (TSM avanzado) Se basa en las operaciones de alta productividad, con el objetivo de reducir el tiempo de espera del cliente durante el servicio de mantenimiento y garantizar el tiempo de entrega prometido. Se trata de un servicio de mantenimiento de alta calidad en poco tiempo y del Sistema de recordatorio de mantenimiento (MRS), que define estándares de comunicación con todos los clientes que estén próximos a recibir este servicio. De esta forma, se trabaja para retener y fidelizar a los clientes, ofreciendo un diferencial técnico por la calidad en la atención brindada.



Expansión del programa Mantenimiento Express (EM)

Durante 2014 se expandió el programa de Mantenimiento Express, y se realizaron las primeras reuniones informativas con los concesionarios de la zona metropolitana de Buenos Aires (Capital Federal y GBA), para comunicar los lineamientos de implementación de este programa.

En un primer momento se convocaron dueños de concesionarios para presentarles el plan de expansión y compartir información respecto del crecimiento del negocio en sus áreas de influencia (UIO, CPUS, TUS, Capacidad de Servicio, etc.). Más tarde, se realizó una actividad llamada *Jishuken* (palabra japonesa relacionada al aprendizaje personal e individual, basándose en la experiencia), en el concesionario Autonort de Pilar, de la que participaron los gerentes de posventa de 8 concesionarios.

Durante la capacitación se profundizó sobre la implementación de los principios del Sistema de Producción Toyota (TPS) en el área de servicio y se presentó, a modo de ejemplo, el estudio pre-Kaizen desarrollado por Autonort.

Esta actividad logra promover el compromiso y la colaboración de los concesionarios, que ayudan a aumentar la capacidad de trabajo y la calidad en los servicios brindados.

Reunión zonal de gerentes de posventa de la red

Se realizó en mayo de 2014 en la ciudad de Mendoza y contó con la participación de 42 asistentes, entre los que se encontraban gerentes de posventa de 38 concesionarios de la red. Sus objetivos fueron:

- Capacitar sobre gestión de posventa para mejorar el servicio hacia los clientes.
- Debatir sobre seguimiento de objetivos, implementación de programas y acciones comerciales.
- Compartir con la red de concesionarios los planes de Toyota Argentina de mediano y largo plazo.
- Visitar concesionarios para intercambiar información e identificar buenas prácticas.



Actividades *Fix-it-right*

Las áreas Técnicas y de Operaciones realizan un seguimiento de los resultados mensuales de *Fix-it-right* en los concesionarios, haciendo particular foco en los casos NO *fix-it-right* (reparaciones no satisfactorias en la primera vez).

Esta actividad tiene por objetivo el *reparar bien la primera vez* y el compromiso de establecer el mejor protocolo de diagnóstico realizado en el menor tiempo posible y ajustado al mínimo costo. En este proceso es de esencial importancia la figura del Asesor técnico, quien evaluará junto con el cliente el síntoma descrito por este último.

A través de una consultoría externa, se recaba información mensual de encuestas realizadas a clientes que repararon su vehículo.

Los resultados son detallados por concesionarios e informados a cada gerente de posventa. Luego, se analizan aquellos casos NO *fix-it-right* que generan puntos bajos en la evaluación (representativos de la insatisfacción del cliente).

Primer seminario *Fix it right* (reparar bien la primera vez). Se realizó en diciembre de 2014 en la ciudad de Luján y contó con 46 asistentes, entre los que se encontraban gerentes de posventa de 37 concesionarios de la red y miembros de la subcomisión de posventa de ACTRA (Asociación de concesionarios Toyota).

El seminario busca:

- Reforzar la importancia de reparar bien la primera vez y su efecto en la satisfacción del cliente.
- Revisar el flujo de atención de reparaciones dentro del concesionario.
- Confirmar la incorporación de la figura del Asesor técnico.
- Escuchar la voz del concesionario (presentación de concesionario).
- Repasar los resultados de 2014 y compartir aspectos vinculados con los planes de negocios de 2015.

Los concesionarios pudieron exponer sus experiencias y compartir las problemáticas que se presentan en el día a día, para utilizarlas como disparador para el intercambio de ideas y propuestas tendientes a optimizar la calidad y el servicio de posventa.

Curso para jefes de taller de la red de concesionarios

El jefe de taller es el responsable de planificar las reparaciones y los servicios pactados para el día, controlando, coordinando y supervisando el equipo de técnicos del concesionario.

En julio de 2014 se realizó en la ciudad de Buenos Aires el curso de jefes de taller. El encuentro fue una primera experiencia de formación para los jefes de taller en el contexto de las denominadas *áreas blandas* del gerenciamiento, motivados por la dinámica del mercado y respondiendo, además, a un pedido de ACTRA.

*Para el concepto *Fix-it-right* es fundamental la comunicación correcta en este sentido:*
Asesor de Servicio >> Asesor Técnico >> Técnico a cargo de la reparación

Los objetivos específicos de esta formación fueron:

- Aportar competencias para establecer un contexto para el liderazgo en la conducción del taller y comprender el posicionamiento de su función en la estructura organizacional desde una visión sistémica.
- Brindar nuevas formas de acceso al tratamiento de las problemáticas vinculadas a: comunicación personal efectiva, inteligencia emocional, contextos de calidad y excelencia, y liderazgo.
- Brindar herramientas de diseño conversacional que permitan resolver situaciones de conflicto, enfocándose en la obtención de acuerdos.
- Establecer formatos de autoevaluación y mecanismos de evaluación de su equipo.

Curso para gerentes de posventa de la red de concesionarios

En el contexto del Programa de Formación Permanente de Posventa 2014, se realizó en la ciudad de Buenos Aires un curso para 41 gerentes de posventa de 34 concesionarios de la red.

Los objetivos generales del curso estuvieron orientados a concientizar sobre la necesidad de incrementar el desarrollo de su potencial profesional en el área de conducción de equipos de trabajo, desde un ámbito de liderazgo efectivo.

Los objetivos específicos fueron:

- Facilitar el acceso a nuevas herramientas de gestión, que permitan un manejo con alto grado de efectividad en el contexto de la gestión diaria y de la resolución de situaciones cotidianas de potenciales bloqueos, conflictos y/o situaciones tóxicas.
- Establecer un contexto para el cambio de actitud, con el objetivo de lograr el alineamiento de los Compromisos individuales y grupales, con el foco puesto en la calidad y la excelencia de los resultados.
- El eje funcional del taller se centró en brindar metodologías, herramientas y sugerencias que les resultaran absolutamente aplicables a su gestión.

Curso para promotores Kaizen

En octubre se realizó, en la ciudad de Buenos Aires, el curso de promotor *Kaizen*, el cual contó con la participación de 42 asistentes de 36 concesionarios de la red Toyota.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---|-----------|-----------|
| Concesionarios | 40 | 42 |
| Certificados en Estilo comercial Toyota (ECT) | 32 | 36 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

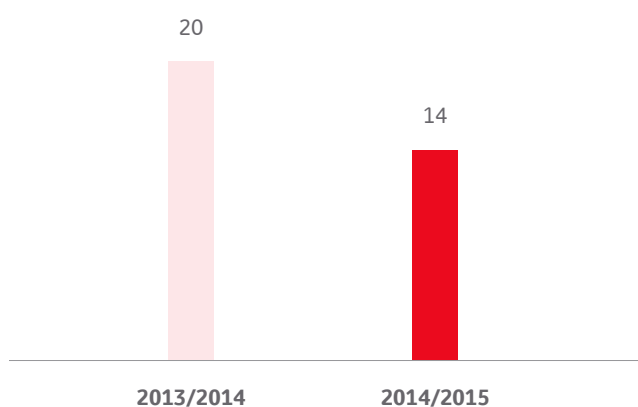
Este curso se realiza desde 2010 y busca desarrollar perfiles de quienes puedan llevar adelante todas las actividades *kaizen* y hacer seguimiento del cumplimiento de los distintos programas de posventa: *Círculos Kaizen*, *TSM Kodawari*, *TSM avanzado*, *MRS* (Programa de Recordación de Mantenimiento) e *ISO 14001*. En esta oportunidad, el contenido y la temática del curso hicieron foco en la gestión de base de datos del concesionario y *kaizen* de procesos.

Actividades de Círculos Kaizen en la red

Se desarrollan desde 2004 en los concesionarios de la red. Los *Círculos Kaizen* están conformados por empleados del concesionario, quienes participan de manera voluntaria y son entrenados, asesorados y guiados continuamente en esta metodología por la gerencia y/o autoridades del concesionario, con el soporte del área *Dealer Kaizen* del Departamento de servicio al cliente.

La actividad fomenta la participación y el reconocimiento de las ideas de los empleados.

CÍRCULOS KAIZEN EN CONCESIONARIOS



Participaron los concesionarios Amiun, Asahi, Audec, Autos del Sur, Bhasa, Centro Motor, Derka y Vargas, Ferro, González, Kansai, Line Up, Méndez Kyoudai, Senna Automotores y Toyota Panamericana.

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Actividades de promoción para la formación de Círculos Kaizen

- **Maratón Kaizen.** Se desarrolla anualmente desde 2005, buscando generar un espacio para que los concesionarios expongan sus experiencias y sus propuestas de mejora en los procesos, fomentar el intercambio de ideas y acciones realizadas que sirvan al perfeccionamiento del servicio posventa. Esta actividad la organiza el Departamento de Servicio al Cliente.
- **Visita de concesionarios a la planta de Zárate.** En junio se realizó la convención anual de Círculos QC en la planta de Zárate, organizada por el Departamento de RRHH de Toyota Argentina. Se presentaron los 10 mejores Círculos de la planta, participando algunos concesionarios que desarrollan un Círculo Kaizen. Su participación se orienta a líderes de Círculos Kaizen de la red, para que puedan aclarar conceptos relacionados con la naturaleza y la misión de esta práctica, facilitando el desarrollo de sus propios círculos y motivando la promoción de esta actividad en su concesionario.
- **Viaje a Chile de los mejores 8 Círculos Kaizen de la red.** Como todos los años, y para hacer *benchmark* con otros distribuidores de la región a través del *genchi genbutsu*, los 8 concesionarios de la Maratón Kaizen 2013 viajaron a Santiago de Chile, donde visitaron al distribuidor de Toyota y las instalaciones de un concesionario. Participaron los concesionarios Yacopini, Centro Motor, Bhasa, Kansai, Haimovich, Autos del Sur, Zento y Ricciardi.

Programa de auditorías de riesgos ambientales (DERAP)

Su objetivo es introducir al concesionario en lo que respecta al cuidado del medio ambiente dentro de sus operaciones de posventa. Todos los concesionarios de Toyota Argentina se encuentran comprendidos bajo este programa, debiendo cumplir con los requisitos mínimos para alcanzar su certificación.

Requisitos mínimos del DERAP

- Asignar personal de promoción ambiental y definir su responsabilidad.
- Declaración de cumplimiento de leyes y regulaciones ambientales aplicables.
- Tratamiento de residuos peligrosos.
- Tratamiento de aguas residuales.
- Recuperación apropiada de gases de aire acondicionado que afectan la capa de ozono.

100%
de los talleres forman parte del DERAP.

Programa de certificación ISO 14001

Toyota Argentina promueve la certificación de la norma ISO 14001 en todos sus concesionarios. Con la coordinación y la gestión del Departamento de Asuntos Ambientales, se brinda un soporte *in situ* en la etapa de implementación del sistema de gestión ambiental, facilitando un servicio de consultoría quincenal.

Paralelamente, se efectúan auditorías de las instalaciones antes, durante y luego del proceso de certificación. En los concesionarios que ya cuentan con la certificación (99%), se realiza una auditoría anual.

99%
de los talleres se encuentran certificados bajo ISO 14001.



7 > SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Toyota Argentina construye la calidad de sus productos y servicios sobre la base del trabajo estandarizado y con el compromiso de satisfacer las expectativas de sus clientes a través de la mejora continua.

19%

de los círculos de calidad se refieren a la productividad

14%

disminuyeron los reclamos por vehículos respecto al período anterior

**EL CLIENTE PRIMERO,
LA CALIDAD PRIMERO**

14.729

solicitudes de información recibidas por el Centro de atención al cliente

50.991

sugerencias recibidas de colaboradores

615

Círculos de calidad

creados en Toyota Argentina entre el 1 de abril de 2014 y el 31 de marzo de 2015.

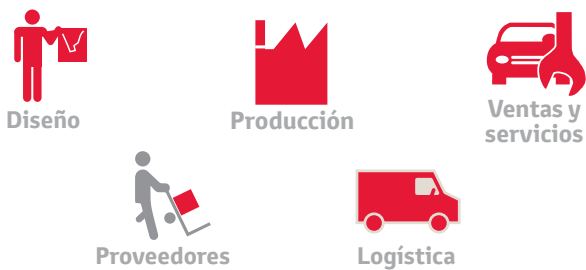
CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN Y EN LA ATENCIÓN A CLIENTES

Aspecto material: 11, 12, 16

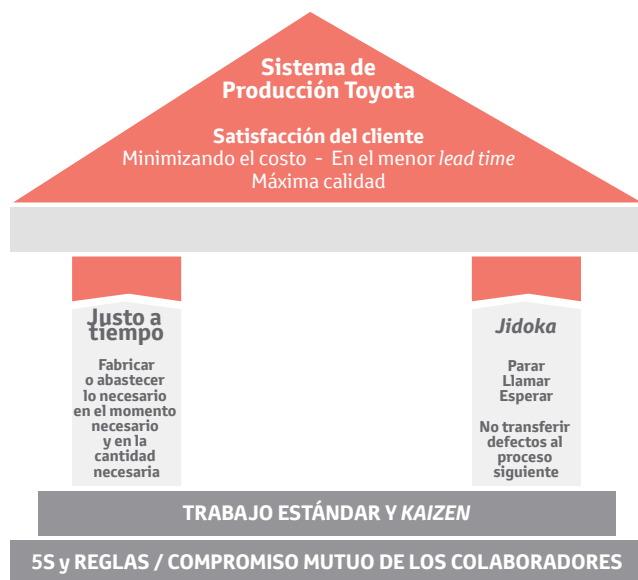
Sistema de Producción Toyota

Indicador GRI: G4-PR1

El Sistema de Producción Toyota es una filosofía de gerenciamiento orientada a optimizar todos los procesos de producción para lograr productos de la más alta calidad, al costo más bajo posible, con el menor tiempo de espera y logrando la mayor satisfacción del cliente.



El sistema pone su énfasis en la mejora continua, la eliminación de desperdicio (*Muda*) y el valor del compromiso de los empleados, trabajando en conjunto con su cadena de aprovisionamiento. Impulsa la excelencia en la fabricación, produciendo lo necesario, en el momento justo, con la mejor calidad y a un precio competitivo. Gráficamente, este sistema sienta sus bases en el trabajo estandarizado y *kaizen*.



CALIDAD



Trabajo estandarizado significa que existen procedimientos preestablecidos para cada uno de los procesos.

- Estos procedimientos de trabajo se encuentran minuciosamente estudiados y se busca en cada uno de ellos la combinación óptima de equipos, materiales y mano de obra.
- El trabajo estandarizado es una herramienta para iluminar oportunidades y así realizar mejoras en forma continua.

Kaizen significa mejora continua; la constante búsqueda de una mejor forma o de un rediseño del trabajo que siempre puede mejorar.

A su vez el sistema se sustenta en dos pilares fundamentales: *Jidoka* y *just in time*.

Jidoka hace referencia a la detección inmediata cuando se identifica un problema; es decir, evita pasar defectos al siguiente proceso asegurando la calidad distinta Toyota en cada momento.

Parar, llamar y esperar es el primer paso para la solución.



¿Cómo funciona?

Encontrar un defecto en la línea de producción es un premio, ya que de esta manera se evita que el defecto se haga mayor. Cada operario –aún el recién ingresado– al notar un defecto, tiene la posibilidad de tirar de una cuerda que recorre toda la planta, y de esta manera parar toda la línea de producción. Automáticamente, de acuerdo al lugar en donde se tiró de la cuerda, se acerca el supervisor a fin de evaluar la magnitud del problema e intentar solucionarlo.

De este modo, se previene que los defectos pasen al siguiente proceso, asegurando así la construcción de la calidad durante todo el proceso de producción.

Just in time significa producir solo lo necesario, en el momento justo, y en la cantidad necesaria. Permite que el sistema de producción y de distribución a los concesionarios sea flexible y asegure que cada cliente compre el vehículo de la especificación y color que desea y lo obtenga en el plazo más breve posible.

De esta forma, se programa una secuencia de producción balanceada y se minimizan los stocks.

Calidad en la atención al cliente

Indicador GRI: G4-PR5

Centro de atención al cliente

El área de Atención al Cliente se ocupa de recibir y de concentrar las comunicaciones directas entre la Compañía y sus usuarios finales. En el período reportado, los indicadores arrojan los siguientes resultados:

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---|-----------|-----------|
| Consultas recibidas por vías telefónica, Web y redes sociales (%) | 100 | 100 |
| Inquietudes resueltas (%) | 96,94 | 96 |
| Corresponden a planes de ahorro | - | 219 |
| Solicitudes de información atendidas | 9.513 | 14.729 |
| Solicitudes de información atendidas por inicio de planes de ahorro | - | 2.748 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Encuestas de satisfacción a clientes

Se realizan telefónicamente, por muestreo, para evaluar la satisfacción de los clientes en el proceso de venta y posventa. Estas son realizadas por una consultora que genera reportes mensuales, tanto a nivel de concesionario como a nivel de sucursal.

Ambas herramientas son fundamentales para la mejora continua de los procesos de diagnóstico, monitoreo y control de los productos. Durante el período reportado se realizaron, 800 encuestas de satisfacción al cliente y 300 de FIR por mes, del proceso de pos venta, y 400 encuestas por mes para el proceso de venta.

96% de los clientes de venta y 96% de posventa volverían a comprar un Toyota.

Encuesta de calidad QAS (Quality Audit Survey)

Todos los años, desde Toyota Argentina se realizan entrevistas telefónicas a sus clientes sobre vehículos de hasta 3 meses de uso, para conocer su satisfacción y/o sus disconformidades.

Todos los resultados obtenidos de los clientes entrevistados se analizan en conjunto las áreas de Calidad, Ingeniería y Comercial. Se establecen prioridades y se trabaja sobre las disconformidades, a fin de mejorar la calidad en el modelo actual, como propuestas de mejora para modelos futuros.

La encuesta incluye aspectos relacionados con:

- Diseño.
- Manufactura.
- Especificación.
- Servicio.
- Venta y posventa del vehículo.

Reuniones SMART

Las reuniones SMART (*Market Analysis Response Teams*) tienen por objeto analizar las consultas y/o reclamos que realizan los clientes, buscando solucionar los problemas de la manera más rápida posible.

En el marco de estas reuniones, diariamente los representantes de las áreas de posventa, administración técnica, servicio al cliente y legales de Toyota Argentina se reúnen, a fin de buscar soluciones integrales a los temas planteados por los clientes.

Actividad de resolución de reclamos de cliente - EDER

El Departamento de Calidad al Cliente trabaja para la rápida detección de los problemas surgidos mediante reclamos de clientes relacionados con problemas de calidad en los modelos Hilux y SW4. Cada reclamo da lugar a una investigación con las áreas involucradas a fin de obtener la rápida resolución de los reclamos y la reparación de los vehículos en la red de concesionarios.

Reducción de reclamos de garantía

Se analizan todos los reclamos de garantía para detectar patrones de frecuencia, identificar los problemas con mayor cantidad o con un incremento exponencial y detectar nuevos problemas.

ÍNDICE DE REDUCCIÓN DE RECLAMOS

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--|-----------|-----------|
| % de reducción de casos por vehículo, respecto al período anterior | 10 | 14 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

El Departamento de Calidad al Cliente monitorea el total de reclamos de garantía, organizándolos y clasificándolos. Una vez que la información es procesada, se envía a los distintos sectores, con el objetivo de promover medidas correctivas para continuar reduciendo la cantidad de casos.

Sugerencias y Círculos de Calidad

Toyota fomenta la implementación de sugerencias y las actividades de Círculos de Calidad para mejorar los procesos, entendiendo que la mejora continua se alcanza a través del aporte de cada colaborador.

Sistema de sugerencias

Se trata de una propuesta que identifica un problema específico en el proceso o sector donde trabaja el colaborador o grupo de colaboradores, ofreciendo una contramedida viable.

Se consideran solo las propuestas que efectivamente están implementadas para ser evaluadas luego. Cada sugerencia recibe determinada cantidad de puntos, los cuales se convierten en premios económicos.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---|-----------|-----------|
| Sugerencias recibidas | 46.473 | 50.991 |
| Incremento respecto al período anterior (%) | 16 | 10 |
| Promedio de sugerencias por persona | 15 | 15 |
| Índice de participación (%) | 87 | 86 |

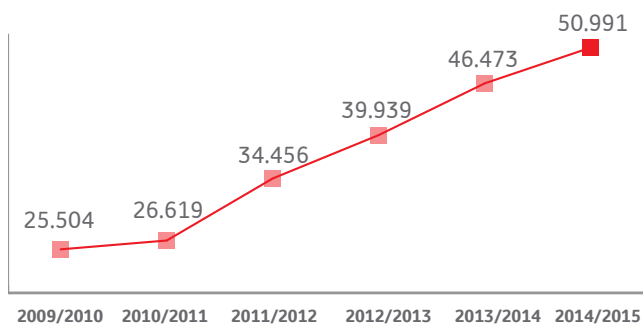
Cifras al 31 de marzo de cada período.



DISTRIBUCIÓN DE SUGERENCIAS POR TEMAS



SUGERENCIAS RECIBIDAS



Círculos de Calidad (QC)

Esta actividad constituye un ejemplo del espíritu de mejora continua y trabajo en equipo para la resolución de problemas, donde la participación de los colaboradores es el punto distintivo.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---------------------|-----------|-----------|
| Colaboradores | 3.073 | 2.836 |
| Círculos de Calidad | 636 | 615 |

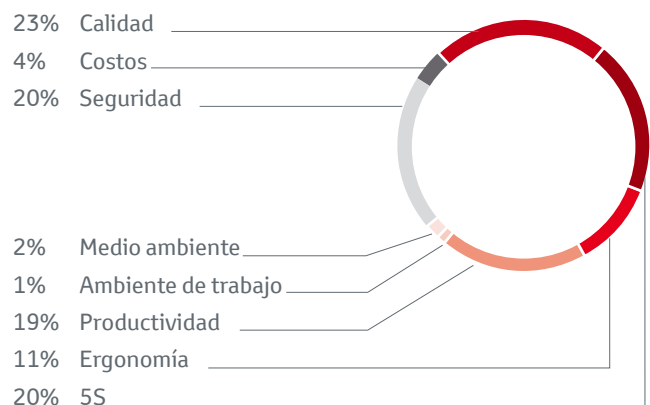
Cifras al 31 de marzo de cada período.

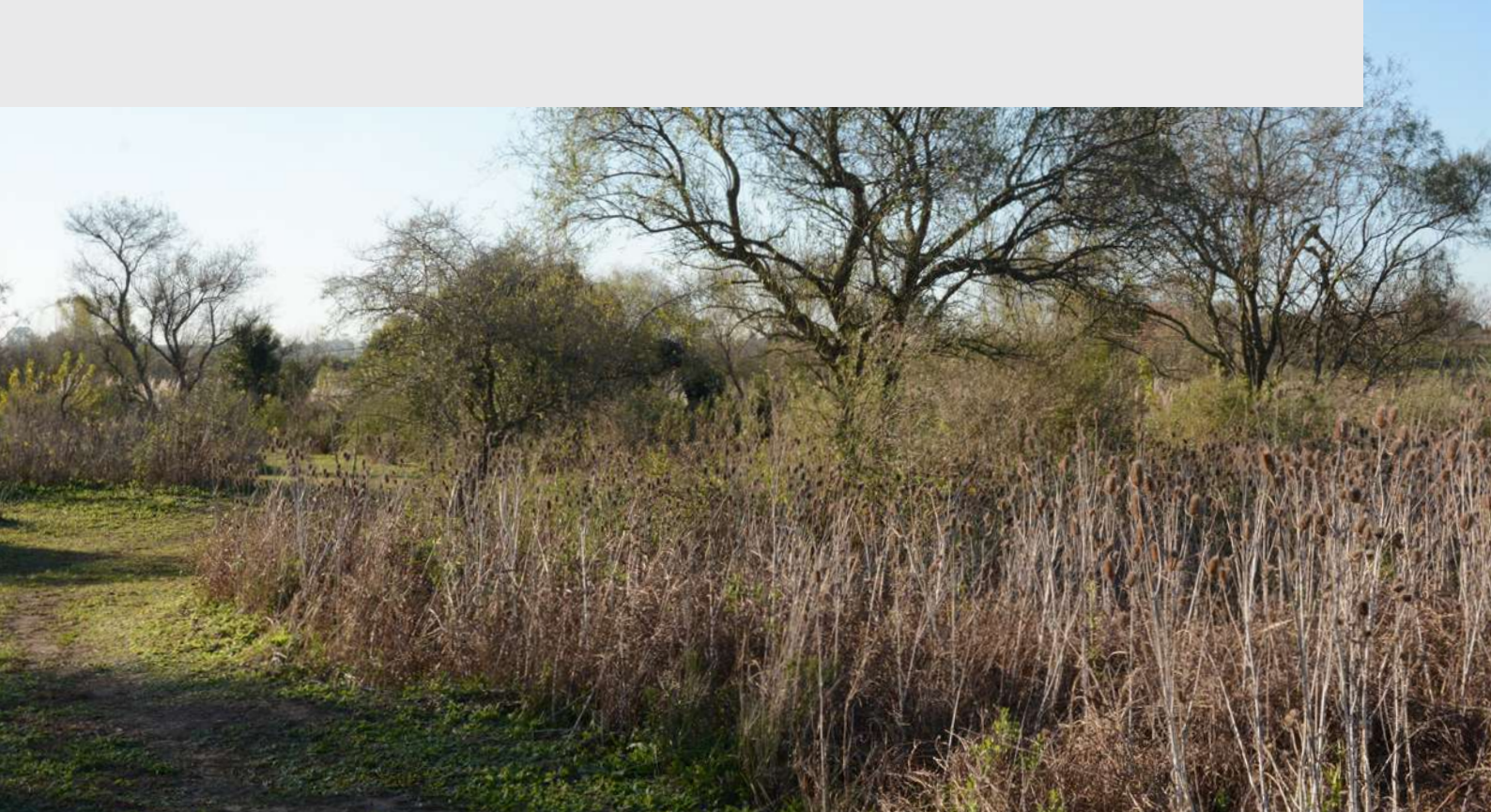
Convención de Círculos QC – 17^{ma} edición

En junio de 2014 se realizó esta actividad en las inmediaciones de la planta de Zárate con la participación de los 10 mejores círculos, que expusieron sus trabajos a los máximos directivos de Toyota Argentina.

Por su parte, en agosto de 2014 Toyota Brasil organizó la 11^{ma} Convención Mercosur, y en octubre se efectuó la Convención global de círculos de calidad en Japón, coordinada por TMC, casa matriz de Toyota Argentina, en la cual participaron los mejores círculos de calidad de todas las filiales de Toyota.

CÍRCULOS DE CALIDAD POR TEMA





8. > DESEMPEÑO Y GESTIÓN AMBIENTAL

Para Toyota Argentina el compromiso con el medio ambiente es una filosofía y una fuente de inspiración permanente para la totalidad de los procesos que componen sus operaciones.

**PLANTACIÓN DE
ÁRBOLES EN LA
RESERVA ECOLÓGICA**

83%

de tasa de
reciclabilidad de
los residuos

2%

de reducción en el
consumo total de
energía directa e
indirecta

3%

disminuyeron las
emisiones totales
de CO₂ por unidad
producida, respecto
del período anterior

14%

de reducción en
el consumo total
de agua

10%

de reducción en los consumos totales de
agua, por unidad producida, respecto del
período anterior

SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

Aspecto material: 1, 3, 5, 9, 13, 14, 18, 25, 26

Indicador GRI: G4-DMA, G4-EN27

Toyota Argentina está fuertemente comprometida con un desempeño ambiental sustentable y, para ello, desarrolló su propio sistema de gestión ambiental (SGA), el cual está *certificado bajo la norma ISO 14001 desde 1999* y es gestionado por el Departamento de Asuntos Ambientales.

El SGA permite identificar y controlar los aspectos ambientales de la organización bajo un sistema estandarizado, en el cual las auditorías son esenciales para su mantenimiento y mejora. Regularmente se realizan auditorías externas y, previo a ellas, se efectúan auditorías

internas con personal capacitado para esta actividad.

Toyota Argentina ha participado activamente, en conjunto con el Instituto argentino de normalización y certificación (IRAM) y otras organizaciones, en la revisión de la Norma ISO 14001 versión 2015, integrando la *Comisión de sistemas de gestión ambiental (SC1)*, responsable de la adopción de la norma en el país.

El estudio de esta norma estuvo a cargo de los organismos respectivos, integrados de la siguiente forma:

COMISIÓN SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL

| Integrante | Institución |
|----------------------------|--|
| Ignacio Aguinaga | TÜV Rheinland Argentina S.A. |
| Sergio Cortabarría | Toyota Argentina S.A. |
| Norberto Esarte | Gatech S.R.L. |
| Víctor Iglesias | Instituto Argentino de Siderurgia |
| Luis Menéndez | Papelera del NOA |
| María Constanza Munitis | Fundación Bioquímica Argentina |
| Miguel Núñez | Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible |
| Carolina Popp | Termar |
| Graciela Pozzer | Armada Argentina |
| Enrique Prini Estebecorena | Petrobras Argentina S. A. |
| Lucila Rubial | Instituto de Investigación Científica y Técnicas para la Defensa |
| Javier Ruvolo | Toyota Argentina S.A. |
| Carlo Scarabino | Papel Prensa S.A. |
| Fernando Tocua | Industrias Contardo S.A.I.C. |
| Graciela Frey | IRAM |
| Guillermo Suárez | IRAM |
| María Aurora Agullo | IRAM |

SUBCOMITÉ GESTIÓN AMBIENTAL

| Integrante | Institución |
|-------------------------|--|
| Ana M. Langdon | Nucleoeléctrica Argentina |
| Luis Menéndez | Papelera del NOA |
| María Constanza Munitis | Fundación Bioquímica Argentina |
| Miguel Núñez | Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible |
| Graciela Pozzer | Armada Argentina |
| Adriana Rosenfeld | Universidad Nacional de Luján |
| Carlos Scarabino | Papel Prensa |
| Susana Tardivo | Universidad Católica de Santa Fe |
| Valeria Carreras | IRAM |
| María Aurora Agullo | IRAM |

> *Toyota Argentina participó activamente, junto al IRAM y otras organizaciones, en la revisión de la norma ISO 14001 versión 2015.*

PLAN DE ACCIÓN AMBIENTAL

La principal herramienta de planeamiento de la gestión ambiental de Toyota es el Plan quinquenal ambiental. Cada 5 años se fijan los objetivos globales de la organización, los cuales se compromete a cumplir localmente cada planta Toyota en todo el mundo. En el 5^{to} Plan quinquenal ambiental de Toyota se fijaron los objetivos de desempeño ambiental para el período 2011 – 2015 y se definieron las principales acciones a implementar en dicho período de modo de lograr los objetivos establecidos.

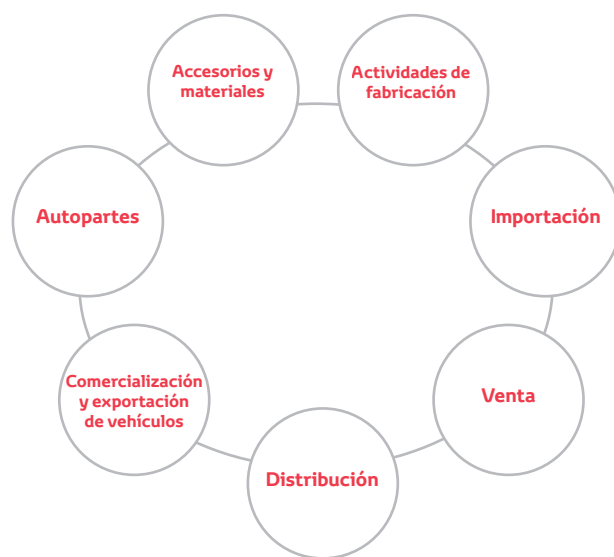
En este sentido, Toyota Argentina desarrolla y monitorea indicadores clave de desempeño ambiental para los cuales se establecen objetivos de reducción anual de agua, energía, dióxido de carbono (CO₂), residuos y compuestos orgánicos volátiles.

Cada área dentro de la Compañía tiene un responsable ambiental encargado de controlar los indicadores clave y reportarlos al área de Asuntos Ambientales donde se consolida, analiza y gestiona la información obtenida.

En marzo de 2015 se presentó el 6^{to} Plan quinquenal de Toyota Argentina en el que fijaron los objetivos y acciones para el período 2016–2020.

Política ambiental

En Toyota Argentina la política ambiental se encuentra integrada a la política de seguridad y salud ocupacional. Conscientes de la importancia del cuidado de la seguridad y salud de los trabajadores, y protección del medio ambiente, se actúa cumpliendo esta política en todos los procesos que componen las operaciones.



DESEMPEÑO AMBIENTAL

INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL, KPI 2014/2015

| Indicadores de desempeño | Unidad de medida | Valor real | Valor objetivo TASA | Objetivos Plan de Acción | Cumplimiento |
|----------------------------|--------------------------------------|------------|---------------------|--------------------------|--------------|
| Consumo de energía | GigaJoules/vehículo | 3,13 | 3,25 | 3,25 | ✓ |
| Emisiones | Kilogramos CO ₂ /vehículo | 179,14 | 195,94 | 195,94 | ✓ |
| Consumo de electricidad | Kilovatios-hora/vehículo | 354,26 | 368,51 | 368,51 | ✓ |
| Consumo de gas natural | Metros ³ /vehículo | 45,2 | 45,9 | 45,9 | ✓ |
| Emisiones de VOCs | Gramos/m ² (pintado) | 34,69 | 35,10 | 35,10 | ✓ |
| Consumo de agua industrial | Metros ³ /vehículo | 2,65 | 2,66 | 2,66 | ✓ |
| Generación de residuos | Kilogramos/vehículo | 15,77 | 16,05 | 16,05 | ✓ |

Energía

Indicador GRI: G4-EN3, G4-EN4, G4-EN6

El consumo de energía es objeto de monitoreo y reducción permanente a través de la implementación de acciones de mejora, que van desde iniciativas pequeñas hasta estudios de ingeniería de procesos, con modificaciones en equipos y tecnologías. Además, se evalúa la incorporación de nuevas tecnologías y la utilización de energías renovables, la introducción de tecnología *LED*, equipos de iluminación de bajo consumo y arrancadores suaves o *inverters* para los motores eléctricos, entre otros.

Las principales fuentes de consumo energético en la planta de Zárate son la energía eléctrica (energía indirecta) y el gas natural (energía directa).

El consumo total de energía para el período fue:

3,13 GJ/vehículo (incluye consumo de energía eléctrica y energía térmica).

354,26 kWh/vehículo.

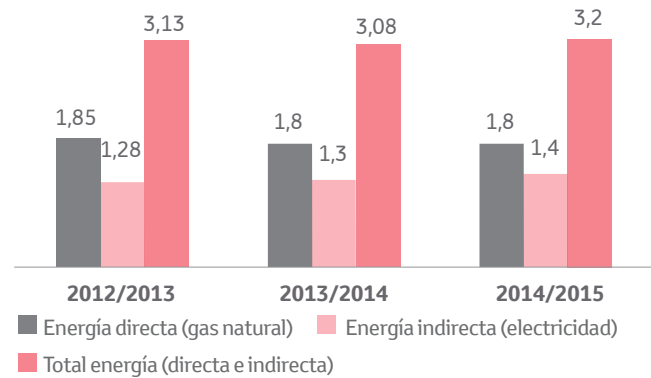
45,2 Nm³/vehículo.

CONSUMO DE ENERGÍA DE PRODUCCIÓN, POR FUENTE

| Concepto | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Energía indirecta (electricidad) | 1,28 | 1,3 | 1,4 |
| Energía directa (gas) | 1,85 | 1,8 | 1,8 |
| Total de energía (directa e indirecta) | 3,13 | 3,08 | 3,2 |

Cifras en gigaJoules por vehículo, al 31 de marzo de cada período.

CONSUMO DE ENERGÍA PRODUCCIÓN POR FUENTE (GJ/vehículo) - KPI ENERGÍA

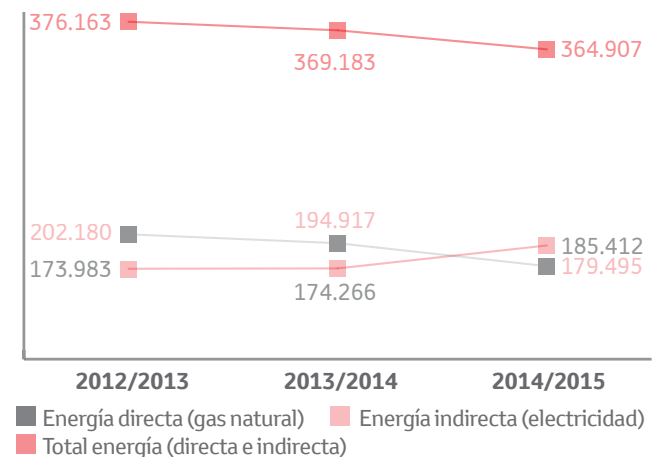


Consumo total de energía

La siguiente tabla consolida el consumo total de energía de las actividades de producción y de las actividades no productivas, que corresponden —principalmente— al uso de calefacción e iluminación de edificios.

| Concepto | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Energía indirecta (electricidad) | 173.983 | 174.266 | 179.495 |
| Energía directa (gas) | 202.180 | 194.917 | 185.412 |
| Total de energía (directa e indirecta) | 376.163 | 369.183 | 364.907 |

Cifras en gigaJoules por período, al 31 de marzo de cada período. En el 2014/2015 no se incluyó el consumo de energía de las oficinas comerciales de Martínez.





Termopaneles en edificios de Planta Zárate

En diciembre de 2013, las oficinas comerciales se trasladaron a un edificio en Martínez, provincia de Buenos Aires, el cual no cuenta con gas natural, por lo que no hay consumo de energía directa. Las actividades allí realizadas también están alcanzadas por el SGA; tienen su propio plan de acción ambiental y objetivos de mejora en eficiencia energética y en la reducción de residuos.

Reducción de energía – Kaizen energía

Permanentemente, Toyota evalúa e implementa alternativas orientadas a reducir la energía utilizada para la producción de vehículos. Durante el período reportado, se obtuvieron los siguientes resultados:

| Descripción de la actividad | Resultado kaizen (kWh/vehículo) |
|---|---------------------------------|
| Automatización de apagado de luces en <i>scrap room</i> de <i>shop</i> de estampado | 0,27 |
| Reducción de presión de A/C por optimización del sistema de red de abastecimiento (de 8,6 kg/cm ² a 8,4 kg/cm ²) | 0,22 |
| Disminuir la presión de envío a planta los fines de semana | 0,176 |
| Instalación de <i>skid</i> de bombas con arrancador suave para abastecimiento de agua | 0,01 |
| Desarrollo de modo <i>ahorro de energía</i> (reducción de frecuencia de operación de ventilación) para tareas de TPM en cabina de pintura | 0,06 |
| Instalación de termo-paneles en comedores | 0,178 |
| Instalación de variador de velocidad en bombas de agua de calderas | 0,008 |

PROYECTO DE ENERGÍAS RENOVABLES

Implementamos un nuevo proyecto centrado en el calentamiento de agua a través de la energía proveniente del sol, a fin de disminuir el consumo de gas natural o electricidad. Se instalaron termopaneles en el nuevo edificio administrativo y en el Comedor 1, a fin de calentar el agua para vestuarios y baños. Estos sistemas se caracterizan por poseer una alta eficiencia y un bajo mantenimiento. Constan de colectores solares, adosados a un tanque acumulador, contando en su superficie con una placa de absorción que aumenta la temperatura y transfiere calor al agua que circula por el interior del tanque. En la agenda de proyectos, se encuentra en evaluación el uso de paneles solares en otras locaciones de la Compañía.

> En el corto plazo, Toyota Argentina planea expandir la utilización de paneles solares a otros sectores de la planta.

Emisiones de dióxido de carbono (CO₂)

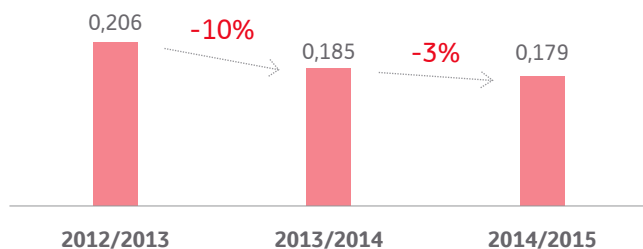
Indicador GRI: G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN19, G4-EN20, G4-EN21, G4-EN30

Este indicador corresponde a la energía térmica y eléctrica utilizada durante la producción de un vehículo en la nave industrial. No obstante, se puede ver afectado ante cambios bruscos de volumen de producción relacionados con los consumos fijos de equipos.

A continuación, se informan las emisiones en términos de toneladas de CO₂ por vehículo, lo que permite independizar el análisis del volumen de producción.

| Concepto | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Toneladas CO ₂ /vehículo | 0,206 | 0,185 | 0,179 |
| Reducción respecto al período anterior (%) | | 10 | 3 |

Cifras en toneladas de CO₂ por vehículo, al 31 de marzo de cada período.



Además, las emisiones de CO₂ se informan en valores netos (toneladas CO₂/año) y se clasifican, para un mejor análisis, en directas e indirectas (alcances 1, 2 y 3).

Emisiones por consumo de gas natural (alcance 1)

Estas emisiones derivan de la combustión de gas natural y gas licuado de petróleo (GLP), en la planta de Zárate, durante la producción de vehículos. También están compuestas por el consumo de gas natural para las actividades no productivas, que corresponden - principalmente - al uso de calefacción de edificios y a la cocina de los comedores, tanto para la planta industrial como para las oficinas comerciales.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--------------------------------------|-----------|-----------|
| Toneladas de CO ₂ por año | 9.284 | 8.830,97 |

Desde diciembre de 2013 inclusive y en adelante, no se registran emisiones de CO₂ por consumo de gas natural en las oficinas.

Las emisiones de alcance 1 se calculan siguiendo las directrices de GRI, aplicando un coeficiente de conversión para el gas natural de 39,01 GJ/1.000 m³ y un factor de emisión equivalente a 1,858 t CO₂/1.000 m³.

Emisiones por consumo de energía eléctrica (alcance 2)

Estas emisiones se generan como consecuencia del consumo de energía eléctrica en la planta industrial durante la producción de vehículos, y también durante las actividades de no producción. Las emisiones son calculadas aplicando el factor de emisión de la red eléctrica argentina, calculado por la Secretaría de Energía y la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación.

Se aplica el margen de operación, *ex post* año 2014, equivalente a 0,527 tCO₂/MWh. Este factor refleja las emisiones producidas en la red eléctrica argentina para la producción de energía eléctrica entre enero y diciembre de 2014.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--------------------------------------|-----------|-----------|
| Toneladas de CO ₂ por año | 25.335 | 26.252 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Emisiones de logística y traslado de personal (alcance 3)

Emisiones de logística

Toyota Argentina mide y monitorea las emisiones de CO₂ en logística, generadas como consecuencia del transporte de partes de producción, vehículos y repuestos.

La recolección de datos se realiza de manera conjunta con los proveedores, considerando los consumos de combustible, los kilómetros recorridos y la carga transportada en cada operación.

Como parte de este análisis, se miden indicadores tales como gramos de CO₂/t-km, que permite independizar el análisis de los kilómetros recorridos y de la carga transportada. De esta forma, se detectan variaciones y se pueden comparar distintos tipos de logística, lo cual nos permite desarrollar propuestas *kaizen* que son reportadas en el plan ambiental de Toyota.

Traslado del personal

Estas emisiones se miden y monitorean a través de la aplicación de la Guía ambiental de compras, mediante la cual el proveedor responsable del traslado de personal, desde y hacia la planta de Zárate, reporta mensualmente los kilómetros recorridos, el tipo y la cantidad de combustible consumido y las emisiones de CO₂.

Emisiones de VOCS

Los compuestos orgánicos volátiles (VOCS, por sus siglas en inglés) son la fracción volátil de las sustancias compuestas por hidrocarburos. En Toyota Argentina, los elementos utilizados en las operaciones de producción, que pueden emitir VOCS, son los solventes, las pinturas, algunos adhesivos y los selladores.

| Concepto | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Gramos por metro ² pintado | 36,31 | 35,56 | 34,69 |

> VOC es la sigla del inglés *volatile organic compounds* (compuestos orgánicos volátiles).

EMISIONES DE CO₂ (TONELADAS/AÑO)

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|----------------------|-----------|-----------|
| Logística | 37.073 | 37.950 |
| Traslado de personal | 4.181 | 4.553 |

TABLA CONSOLIDADA DE EMISIONES DE CO₂ POR ALCANCE

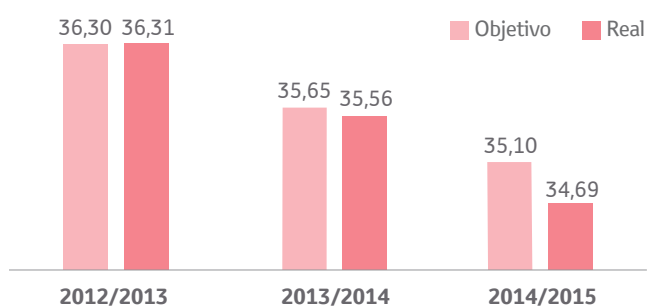
| Alcance | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Alcance 1 | 9.630 | 9.284 | 7.817 |
| Alcance 2 | 25.714 | 25.335 | 14.991 |
| Alcance 3 (Logística) * | 31.305 | 37.073 | 37.950 |
| Alcance 3 (Personal) | 3.824 | 4.181 | 4.552 |

Cifras en toneladas de CO₂ por año,

* Estas variaciones en AF2012 y AF2103 corresponden a ajustes de las mediciones, que incluían únicamente las emisiones de *logística de partes importadas y exportadas de producción*, mientras que en el presente Reporte se incluyen también las emisiones totales por *logística de partes de producción, vehículos y repuestos*.

COMPUESTOS ORGÁNICOS VOLÁTILES – VOCS (GRAMOS/M²)

| Período | Objetivo | Real |
|-----------|----------|-------|
| 2012/2013 | 36,30 | 36,31 |
| 2013/2014 | 36,65 | 35,56 |
| 2014/2015 | 35,10 | 34,69 |



Cifras al 31 de marzo de cada período.

Reducción de emisiones VOCS – Kaizen VOCS

Durante este período se implementaron actividades de reducción en el sector de pintura. Estas medidas lograron competir internamente a nivel regional y, por su importancia, se obtuvo el reconocimiento *Environmental Global Award* de TMC, la casa matriz. Las principales actividades fueron las siguientes:

| Descripción de la actividad | Resultado kaizen (gramos/m ²) |
|---|---|
| Reducción de consumo de solvente de limpieza en zonas manuales, a través de estandarización de cantidades por características de limpieza | 0,221 |
| Optimización de método de limpieza de robots en cortes, durante y entre los turnos | 0,373 |
| Fraccionamiento de solvente de limpieza para reducir la contaminación y prolongar su vida útil | 0,132 |
| Modificación de método de limpieza de <i>hoppers</i> (retirar el grueso de pintura con espátula y el resto con solvente) | 0,0095 |

Calidad del aire

En la planta industrial de Zárate se realiza el monitoreo y las mediciones de las emisiones en chimeneas por los varios procesos productivos que emiten gases y material particulado a la atmósfera.

Este monitoreo se efectúa cada seis meses, de acuerdo a los requisitos de la legislación vigente sobre el tema.

Adicional y complementariamente, se realizan otras mediciones con equipos de monitoreo continuo en cuatro puntos de la misma planta industrial.

En la tabla ubicada en la parte inferior de esta página se informan los resultados obtenidos en el período reportado, cuando se midieron los analitos: butanol, etilbenceno, metil etil cetona, tolueno y xileno:

| Analito | Límite legal | Medición 4 /7/2014 | Medición 1/12/2014 | Ubicación de la estación de monitoreo |
|-------------------------|--------------|--------------------|--------------------|---------------------------------------|
| Butanol | NA | < 0,12 | 0,01 | Posición 1 (Sotavento) |
| Etilbenceno | NA | < 0,12 | 0,003 | |
| MEK (metil etil cetona) | NA | < 0,12 | 0,008 | |
| Tolueno | NA | < 0,12 | 0,01 | |
| Xileno | NA | < 0,12 | 0,003 | |
| Butanol | NA | < 0,12 | 0,01 | Posición 2 (Barlovento) |
| Etilbenceno | NA | < 0,12 | 0,003 | |
| MEK (metil etil cetona) | NA | < 0,12 | 0,008 | |
| Tolueno | NA | < 0,12 | 0,01 | |
| Xileno | NA | < 0,12 | 0,003 | |
| Butanol | NA | < 0,12 | 0,01 | Posición 3 (Barlovento) |
| Etilbenceno | NA | < 0,12 | 0,003 | |
| MEK (metil etil cetona) | NA | < 0,12 | 0,008 | |
| Tolueno | NA | < 0,12 | 0,01 | |
| Xileno | NA | < 0,12 | 0,003 | |
| Butanol | NA | < 0,12 | 0,01 | Posición 4 (Barlovento) |
| Etilbenceno | NA | < 0,12 | 0,003 | |
| MEK (metil etil cetona) | NA | < 0,12 | 0,008 | |
| Tolueno | NA | < 0,12 | 0,01 | |
| Xileno | NA | < 0,12 | 0,003 | |



Recursos hídricos

Indicador GRI: G4-EN8, G4-EN10

Toyota Argentina trabaja para reducir el uso de agua, para ello, desarrolla mejoras en sus procesos productivos.

| Consumo | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Metros cúbicos por vehículo | 3,39 | 2,96 | 2,65 |

Estos niveles de consumo se refieren a los procesos productivos de la planta durante la fabricación de vehículos (agua industrial o agua de producción) y a usos sanitarios (agua de no producción).

Entre los procesos productivos, el que consume más agua es el de pintado de vehículos, donde la carrocería se somete a diversos enjuagues antes de aplicar la pintura. Por esto el sector de Ingeniería de Pintura, realizó contramedidas respecto del agregado de agua:

| Tipo de agua | Contramedida |
|-----------------------|--|
| De alta conductividad | El caudal pasó de 150 a 120 litros por minuto |
| DI fosfato | Se redujo a 10 segundos la aplicación de un caudal de 120 litros por minuto |
| DI del proceso de ED | Se utiliza para la limpieza en carrocería y ya no para limpieza de <i>hanger</i> (soporte de carrocería en la línea de producción) |

En cuanto a la conservación propia del recurso, con el fin de no saturar la napa de la que se extrae agua para consumo humano (80 metros bajo tierra), Toyota Argentina obtiene agua desde el hipopuelche (128 m de profundidad), evitando, de este modo, la explotación intensiva de las aguas subterráneas.

Reducción del consumo de agua - Kaizen agua

A principios de este período se inició la puesta a punto de la 2^{da} etapa de la planta de reuso de agua, la que incrementará el nivel de reutilización. Esa etapa operará a su máxima capacidad al finalizar la ampliación de la planta de tratamiento de efluentes, hoy en obra. La planta de reuso tiene por finalidad reducir el consumo de agua de pozo, y fue desarrollada por las áreas: Ingeniería de Planta, Utilidades y Asuntos Ambientales.

En 2014 la planta de reuso permitió ahorrar 7.955.000 litros de agua.

CONSUMO DE AGUA DE PRODUCCIÓN (M³/VEHÍCULO)

| Año | Objetivo | Real |
|-----------|----------|------|
| 2012/2013 | 3,00 | 3,39 |
| 2013/2014 | 3,00 | 2,96 |
| 2014/2015 | 2,66 | 2,65 |

TABLA CONSOLIDADA DE CONSUMO DE AGUA POR FUENTE (M³)

| Fuente | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|
| Subterránea | 693.524 | 638.308 | 644.159 |
| Red | 1.637 | 1.183 | 1.285 |
| Agua total | 695.161 | 639.491 | 645.444 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Tratamiento de efluentes y residuos

Indicador GRI: G4-EN22, G4-EN23, G4-EN24, G4-EN25

Efluentes

Durante este período, se trabajó en la ampliación de la planta de tratamiento de efluentes, que permite incrementar en 70% la capacidad de tratamiento y, a su vez, mejorar la calidad del efluente tratado. Se incorporó un sistema físico-químico que cuenta con un separador de placas inclinadas, con una capacidad de 45 m³/h y un nuevo reactor biológico con capacidad de 55 m³/h. También se agregó un sistema de pos-tratamiento (*sand filter*) que disminuye el contenido de sólidos disueltos, mejorando la calidad del agua tratada.

La calidad del agua de descarga se mide constantemente, para lo cual Toyota cuenta con un laboratorio propio. En función de los resultados, se toman decisiones operativas contemplando el cumplimiento de requisitos legales, previo al vuelco del efluente procesado. Durante este período, se instalaron caudalímetros y en pozos de bombeo de pintura, para tener un mejor seguimiento de la calidad y de la cantidad del efluente.

La planta ha establecido valores límites para 34 parámetros, considerando estándares de la casa matriz y los determinados por la Autoridad del Agua de la provincia de Buenos Aires (ADA). En Toyota Argentina se utiliza como límite el valor más exigente de ambos estándares.

Residuos

La base de la gestión de residuos es la separación en el punto de origen, dado que cada residuo exige un tratamiento diferente. Para ello, se disponen, en todo el predio industrial, cestos de distintos colores para cada tipo de residuo.

Al momento de la recolección, son identificados por sector y por tipo de residuo a través de un código de barras. En el área de acumulación temporal de residuos, se identifican y se pesan para obtener un control del tipo y de la cantidad de residuo que genera cada área de la Compañía.

| Residuos generados | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--------------------------------------|-----------|-----------|
| Kilogramos por vehículo (Producción) | 16,19 | 15,77 |

83%

es la tasa de reciclabilidad que refleja la eficiencia del Sistema de Gestión Ambiental.

TASA DE RECICLABILIDAD DE LOS RESIDUOS (%)

| Concepto | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| Tasa reciclabilidad | 83 | 90 | 88 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

PARÁMETROS DE AGUA DE DESCARGA (ABRIL DE 2014 – MARZO DE 2015)

| Analito | Unidad | Valores de referencia | | | Valores medidos | |
|---------------------|--------|-----------------------|-------------|--------|-----------------|----------|
| | | Límite ADA | Límite TASA | Máximo | Mínimo | Promedio |
| Aceites y grasas | mg/l | - | - | 6,40 | <1,4 | 2,18 |
| DBO | mg/l | <50 | 40 | 7 | <5 | 5,17 |
| DQO | mg/l | <250 | 200 | 101 | 10 | 45,71 |
| pH | - | 6,5-10 | 6,75~8,6 | 7,88 | 7,14 | 7,58 |
| Sólidos suspendidos | mg/l | - | - | 32 | 2 | 17,92 |
| Temperatura | °C | <45 | 36,00 | 25,60 | 18,2 | 21,98 |



GENERACIÓN DE RESIDUOS POR TIPO DE DISPOSICIÓN / TRATAMIENTO

| Tipo de residuo (clasificación primaria) | Tipo de residuo (clasificación secundaria) | Kilogramos generados | Kilogramos por vehículo tratados y/o reciclados | Disposición y tratamiento |
|--|--|----------------------|---|-------------------------------------|
| Especiales | Especiales (sólidos y líquidos) | 2.816.555,16 | 30,25 | Relleno de seguridad / incineración |
| Generales | Industriales no especiales | 1.139.780 | 12,24 | Relleno sanitario |
| Reciclables | Metal | 14.163.690 | 152,15 | Reciclado |
| | Papel y cartón | 2.544.674 | 27,33 | |
| | Plástico y nailon | 576.277,2 | 6,19 | |
| | Madera | 151.037 | 0,54 | |
| | Solvente | 149.918 | 1,61 | |
| | Aceite | 8.155 | 0,08 | |
| | <i>Blending</i> | 210.671 | 2,26 | Combustible alternativo |

RESULTADOS DE LA GESTIÓN POR RESIDUOS (PESOS)

| Concepto | 2012/2013 | 2013/2014 | 2014/2015 |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| a) Ingreso por reciclado | 10.057.211 | 13.420.367 | 23.704.647 |
| b) Costo total | 6.337.098 | 11.561.401 | 20.449.103 |
| BENEFICIO ECONÓMICO (a-b) | 3.702.113 | 1.858.966 | 3.255.544 |

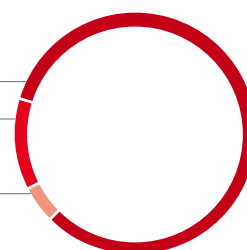
Cifras al 31 de marzo de cada período.

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE RESIDUOS

83% Reciclables

12% Especiales

5% Generales



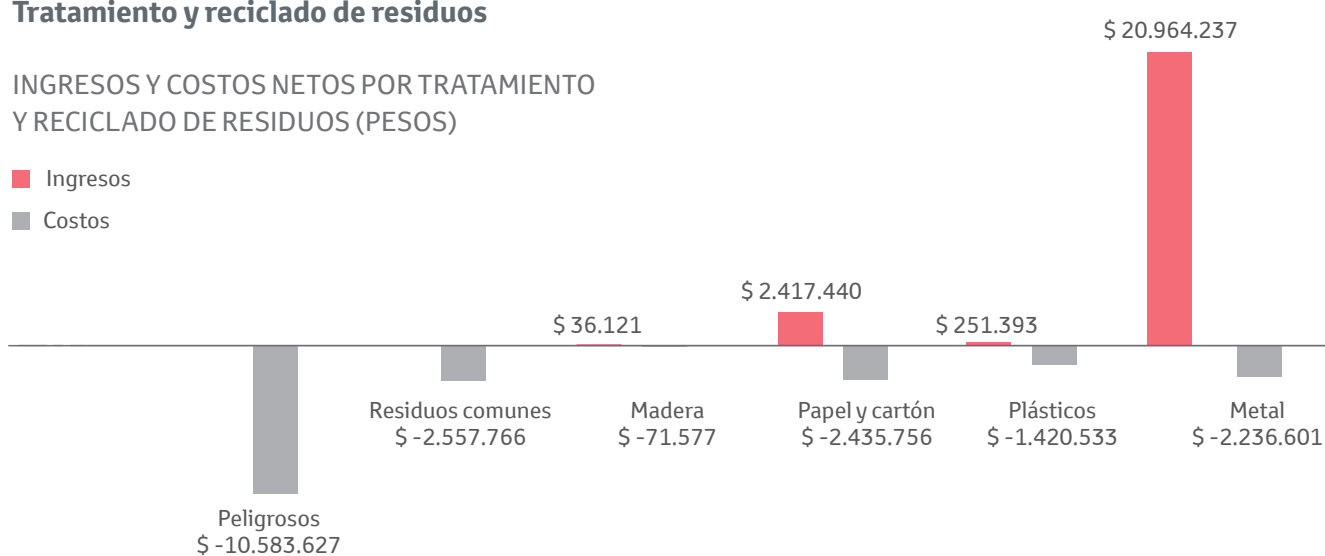


Área de compostaje en Planta Zárate

Tratamiento y reciclado de residuos

INGRESOS Y COSTOS NETOS POR TRATAMIENTO Y RECICLADO DE RESIDUOS (PESOS)

- Ingresos
- Costos



| Concepto | Peligrosos | Residuos comunes | Madera | Papel y cartón | Plásticos | Metal |
|----------|------------|------------------|--------|----------------|-----------|------------|
| Ingresos | - | - | 36.121 | 2.417.440 | 251.393 | 20.964.237 |
| Costos | 10.583.627 | 2.557.766 | 71.577 | 2.435.756 | 1.420.533 | 2.557.766 |

Área de compostaje

Consiste en el tratamiento de los residuos orgánicos provenientes de la elaboración de comida. Se trata de un proceso biológico realizado por microorganismos bajo condiciones de humedad, temperatura y aireación controladas, que permiten la transformación de residuos orgánicos en un producto estable, que no ocasiona ningún tipo de riesgos.

La elaboración del compost se realiza mediante el uso de pilas aeróbicas estáticas. En una primera instancia, se llevó a cabo en silo-bolsas con aireación forzada; sin embargo, de enero a mayo de 2015, el suministro de energía eléctrica fue interrumpido por obras vinculadas a la ampliación de planta que afectaron el proceso. Debido a ello, se realizaron diversos ensayos

y pruebas para mejorar el sistema.

De esta forma, las pilas se dispusieron al aire libre (fuera del silo-bolsa), obteniendo un compost de la misma calidad en menor tiempo. En las primeras etapas del compostaje, se produce mayor cantidad de lixiviado (líquido producido por los residuos), por lo que el material triturado es dispuesto en suelo hormigonado y luego se traspasa a suelo natural, donde es removido de forma manual periódicamente. Dado que no contiene ninguna clase de sustancias peligrosas, el suelo no es contaminado. Sin embargo, se realizan monitoreos en los pozos freáticos cercanos para un mayor control. Actualmente, el compost obtenido se utiliza como abono en la reserva forestal y los espacios verdes de la planta.

Anormalidades ambientales

Se trata de situaciones fuera del estándar interno de Toyota, que tienen o que pueden ocasionar un impacto negativo. Eventualmente, durante el funcionamiento de la planta, pueden producirse derrames menores y/o principios de incendio.

A fin de conocer el origen de la anomalía, corregir la falla y evitar su repetición, se realizan procedimientos estandarizados para informarlas y analizarlas, que están a cargo del personal involucrado en el acontecimiento y del Departamento de Asuntos Ambientales.

ANORMALIDADES AMBIENTALES (ABRIL DE 2014 – MARZO DE 2015)

| Tipo de anomalía | Cantidad | Causa | Contramedida |
|------------------|---|---|--|
| Derrame | Derrame en la sala de combustible del banco de motores | Luego de un corte de energía, se produjo un desborde desde el banco de prueba de Auditoría de QC, dentro de la sala de combustible hacia el tanque de los bancos de prueba. Esto se debió a una falla en la electroválvula causada por el desgaste en el resorte de la válvula de corte | Acción inmediata <ul style="list-style-type: none"> Cierre de la válvula manual de entrada del tanque de combustible Recogida de derrames con material absorbente Acción definitiva: <ul style="list-style-type: none"> Instalación de la nueva electroválvula y <i>yokoten</i> al tanque de entrada de producción |
| Derrame | Durante la descarga de pallets de aceite del camión, 1 tambor (4 tambores en total) tenía una pérdida | Disposición incorrecta de los tambores de aceite sobre pallet. | Acción inmediata <ul style="list-style-type: none"> Contención y recolección de aceite en recipiente de plástico y uso absorbente Acción definitiva: <ul style="list-style-type: none"> Reclamo al proveedor para utilizar el embalaje adecuado para transportar tambores y <i>yokoten</i> |
| Derrame | Cromado de matriz en proveedor externo | Falla en el método de chequeo de limpieza final del proveedor. No se desarmó la matriz para su limpieza y revisión | Acción inmediata <ul style="list-style-type: none"> Se revisó el procedimiento del proveedor Acción definitiva: <ul style="list-style-type: none"> Se genera una instrucción para el envío por separado de los componentes de la matriz evitando la acumulación de líquidos en su interior |
| Derrame | Derrame de aceite a través de la brida de tubería en la línea de montaje | <ul style="list-style-type: none"> Sello de la brida de tubería dañada La vibración de tubería durante el bombeo Sello inadecuado para esta presión de aceite y su funcionamiento | Acción inmediata <ul style="list-style-type: none"> Recolección y tratamiento del residuo en recipiente de plástico Acción definitiva <ol style="list-style-type: none"> Revisar y mejorar las especificaciones del sello de hidrocarburos Mejorar el apoyo de tuberías Incluir punto de control en la lista de mantenimiento y <i>yokoten</i> |

Sistema de gestión de productos químicos

Indicador GRI : G4-EN1

Otro de los lineamientos de protección del medio ambiente, y de la salud y seguridad de los trabajadores, está relacionado con el control de las sustancias químicas de uso corriente.

Desde hace más de 10 años, Toyota Argentina cuenta con una *Lista de materiales a controlar*, en la cual se establecen 2 grandes grupos de sustancias químicas:

- Sustancias prohibidas.
- Sustancias riesgosas.

Las del primer grupo no son permitidas para su uso dentro de la planta industrial. En cambio, las del segundo grupo se pueden utilizar con el compromiso de minimizar el consumo y de buscar alternativas de reemplazo.

Para que un nuevo producto químico pueda ser adquirido por Toyota Argentina, debe cumplir el procedimiento interno de compra de productos químicos, en el cual se establecen los requerimientos de cada sector involucrado en la compra.

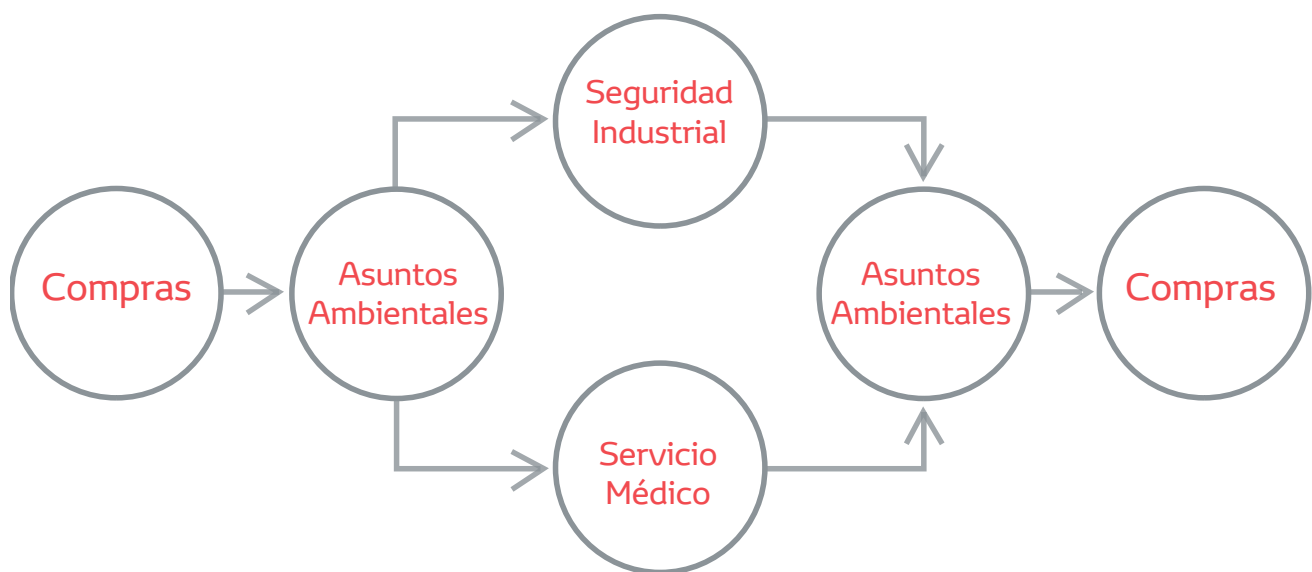
De esta forma, se evalúa la composición química del producto a través de un estudio minucioso, y cada fabricante debe declarar cuestiones concernientes a la composición del producto y de su uso seguro. Asuntos Ambientales es el sector encargado de realizar esta primera evaluación.

Si se chequea que no posee sustancias prohibidas, se envía al Departamento de Seguridad Industrial, previo control de las condiciones futuras de descarte del químico, cuando este se transforma en residuo. El área de Seguridad Industrial debe velar por el uso seguro del químico en cuanto a elementos de

protección personal de los colaboradores, como también debe verificar si la persona se encuentra entrenada para su uso.

Una vez realizada esta evaluación, interviene el servicio médico. Dicho sector contempla las condiciones de salud del personal expuesto y focaliza su control en el accionar ante casos de emergencia.

De esta manera, Toyota Argentina realiza una evaluación tripartita (Asuntos Ambientales, Seguridad Industrial y Servicio Médico), a fin de minimizar los riesgos operativos en el uso de sus productos químicos.



Reserva educativa-recreativa

Indicador GRI: G4-EN11, G4-EN12, G4-EN13

En 2013 Toyota Argentina inauguró su Reserva educativa-recreativa en el predio de la planta industrial, en Zárate, donde ocupa 20 hectáreas, para proteger la flora y la fauna con fines de conservación y de brindar oportunidades de educación. En esta reserva se combina la plantación de bosques de especies exóticas para la captación de dióxido de carbono (CO₂) y se recrean elementos del paisaje original de la región con especies autóctonas: pastizales, talaes, sauzales, ceibales y humedales de gran valor ecológico y diversidad biológica.

A su vez, como parte sus acciones para aumentar la conciencia sobre el cuidado del medio ambiente, en marzo de 2015, se realizaron plantaciones de árboles junto a colaboradores de Toyota Argentina y a sus

familias. Con esta acción, además de efectuarse una actividad recreativa y educativa, también se logró incrementar el patrimonio natural de la reserva.

La planta industrial de Zárate, así como sus oficinas comerciales en Martínez, Buenos Aires, no se ubican ni son adyacentes a un área protegida o no protegida de alto valor de biodiversidad. Esta planta industrial se emplaza en un área intervenida y modificada por el hombre mucho antes de su instalación en 1997.

Desde 1909 Zárate es considerada una ciudad cuyo crecimiento como polo industrial se fue consolidando a partir de la década del 30, con el desarrollo de la industria papelera, frigorífica y más tarde con la industria química. Sin embargo, Toyota Argentina no cuenta con un censo de especies autóctonas previo a la instalación de la planta industrial, que permita evaluar los cambios o impactos en la biodiversidad local.

Gastos e inversiones ambientales

Indicador GRI: G4-EN31, G4-EN29, G4-EN34

| Gasto/Inversión en 2014/2015 | Pesos |
|--|-------------------|
| Gastos de tratamiento y disposición de residuos | 11.923.515 |
| Gastos del seguro ambiental | 105.943 |
| Mano de obra de limpieza incluyendo limpieza de derrames | 12.545.027 |
| Gastos en certificación de sistemas de gestión ambiental | 68.300 |
| Total gastos e inversiones ambientales | 24.642.785 |

No se han recibido reclamaciones, multas o sanciones significativas debido a incumplimientos de la normativa ambiental vigente.

Global Eco Award

El *Global Eco Award* es una premiación en la que se eligen los mejores *kaizen* ambientales de todas las filiales de Toyota Motor Corporation. Cuenta de una instancia local, una regional y una global que se lleva a cabo en Japón.

En la edición local 2014, llevada a cabo el 12 de junio, Toyota Argentina eligió el mejor de 3 *kaizen* preseleccionados de una selección interna. El ganador resultó ser un *kaizen* del área de *Resin Toso*, llamado *conuMITOS*, cuyo trabajo consistió en introducir una serie de importantes mejoras de ahorro energético. Los otros dos *kaizen* que participaron fueron sobre optimización en la entrega de baterías, del área de Control de Producción y Logística, y sobre gestión de solventes, del área de Pintura.

El 25 de junio se llevó a cabo la instancia regional, en donde participaron TASA, Toyota do Brazil (TDB) y Toyota de Venezuela (TDV), resultando ganador el equipo de TASA de *conuMITOS*, al igual que el año anterior. El jurado encargado de la selección estuvo integrado por los presidentes, vicepresidentes y directores de planta de TASA, TDB y TDV, contando con la participación especial del CEO de Toyota para América Latina y el Caribe, Sr. Steve St. Angelo Jr.

Por último, el 5 de septiembre se realizó la selección en TMC en Japón junto a *Kaizen* seleccionados de todas las regiones de Toyota del mundo. El resultado fue la obtención del reconocimiento *Silver Award a conuMITOS*, por su participación y constante esfuerzo en las actividades de mejora continua.

Componentes de los vehículos Toyota

Indicador GRI: G4-EN1

Los componentes se calculan sobre la base del vehículo de seguimiento que se utiliza en Toyota. Este es el más representativo en función de las cantidades producidas en la planta de Zárate, las cuales no han sufrido modificaciones respecto del período anterior reportado.

| Material | kg/vehículo |
|--------------------|-------------|
| Acero estampado | 816,88 |
| Acero forjado | 176,57 |
| Acero inoxidable | 15,01 |
| Acero de fundición | 28,41 |
| Aluminio | 12,65 |
| Plástico | 67,64 |
| Uretano | 12,26 |
| Fibras | 11,46 |
| Goma/caucho | 55,63 |
| Cobre | 9,48 |
| Plomo | 16,23 |
| Platino | 0,0010 |
| Vidrio | 5,30 |



9. > COMPROMISO SOCIAL

La cultura organizacional de Toyota Argentina se basa en el largo plazo. La gente es el activo más importante de la Compañía y el factor determinante de su crecimiento. La filosofía de derechos humanos de la organización se construye sobre los principios de Toyota y el código de conducta, y se sustenta sobre los dos pilares del *Toyota Way*, que identifica y contiene el ADN de la corporación y resume los elementos únicos y sobresalientes de la cultura y el éxito de Toyota: mejora continua y respeto por la gente.

Programa META

70 pasantes
19 escuelas
13 concesionarios

6%

de incremento de la
dotación respecto
del año anterior

1.310

alumnos participaron del
programa
Conciencia Ambiental

Macá tobiano

Colaboración en
el proyecto de su
conservación

Lanzamiento del proyecto
Centro Toyota-Pescar

5^{ta}

edición de *Toyota*
y *Vos Kids*

VÍNCULO CON LOS COLABORADORES

Aspecto material: 2, 4, 6, 8, 15, 21, 23, 24, 27, 28, 29, 30, 32, 33

Indicador GRI: G4-HR3, G4-HR4, G4-HR5, G4-HR6, G4-EN34, G4-DMA



Mejora continua y respeto por la gente son los elementos sobresalientes y los pilares de la cultura y el éxito de Toyota. La filosofía de derechos humanos de la Compañía se construye sobre los principios de Toyota y el Código de Conducta, y se sustenta sobre estos dos pilares del *Toyota Way*.

Por lo tanto, el *Toyota Way* es la base moral para compartir los valores comunes con todas las unidades de negocio alrededor del mundo, sus conceptos trascienden idiomas y nacionalidades, y son aplicables en cualquier territorio y sociedad.

1. Respeto por los actores involucrados. Confianza y responsabilidad mutuas.
2. Sistema de comunicación de dos vías.
3. Comunicación honesta.
4. Estimular el crecimiento personal y profesional, compartir oportunidades de desarrollo y maximizar el desempeño individual y del equipo.

1. **No se toleran las inequidades internas.** Mejoras constantes en las condiciones laborales y las oportunidades de crecimiento, desarrollo personal y satisfacción laboral. Los esfuerzos individuales son evaluados de forma justa, con una compensación basada en el desempeño comercial de la Compañía y el aporte realizado por los colaboradores.
2. **No existe diferencia entre el salario del personal femenino y masculino.** La definición del salario está claramente reglada y pauta sin establecer una diferenciación por género. En este sentido, la facultad de decisión no reside en una única

persona, sino que procede del consenso de varias personas, puesto que la evaluación individual es realizada por cada jefe y este, luego, tiene que volver a validarla con su propio jefe inmediato. Por último, ese resultado es discutido en grupos de reuniones (moderaciones), arrojando un nuevo resultado.

3. **Respeto a la libertad de asociación y reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.** El 78,4% de los colaboradores está representado por SMATA y ASIMRA. La Compañía y los sindicatos comprenden la importancia de resolver los distintos puntos de vista sobre aspectos relacionados al personal, a través de la consulta permanente y el consenso.
4. **Salario digno para todos los integrantes de la Compañía.** La retribución de cada integrante se ajusta a la función que desarrolla en la Compañía y al desempeño alcanzado en cada ejercicio anual. El salario mínimo en Toyota Argentina supera 2,5 veces el valor del salario mínimo, vital y móvil, correspondiente al período de abril 2014 a marzo de 2015.

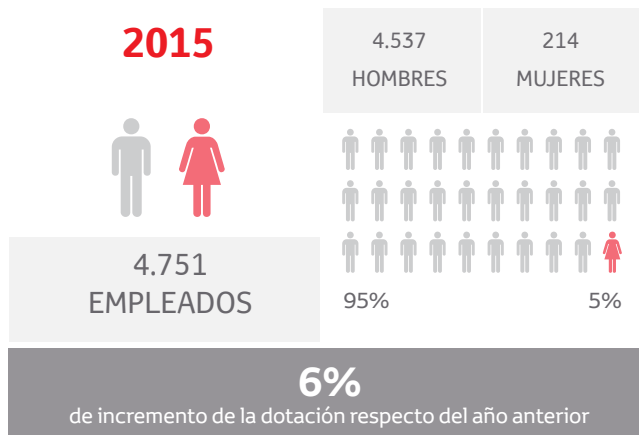
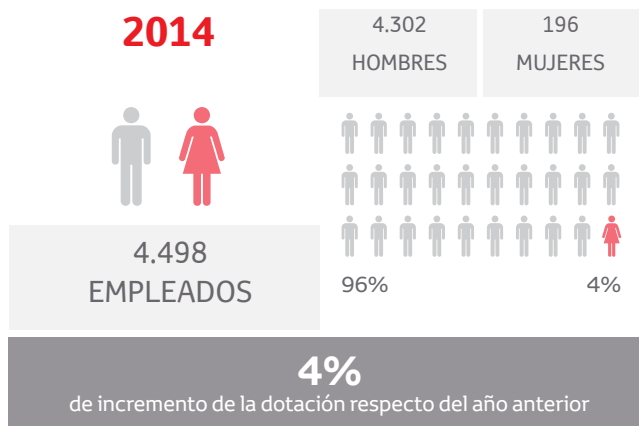
Durante el período reportado, no han ocurrido incidentes de discriminación en la Compañía, y no se han identificado riesgos donde la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, como así tampoco se han identificado riesgos significativos de casos de explotación infantil y de episodios de trabajo forzoso.

Composición y evolución

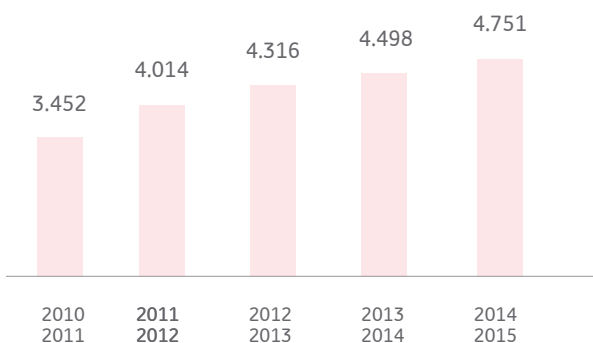
Indicador GRI: G4-LA1, G4-LA4, G4-LA8, G4-LA12, G4-EC5, G4-EC6

Toyota Argentina posee un fuerte compromiso con sus colaboradores, alineado a los principios y valores conocidos como *Toyota Way* y Guía de Principios Toyota.

| Distribución por género (%) | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-----------------------------|-----------|-----------|
| Femenino | 4 | 5 |
| Masculino | 96 | 95 |



EVOLUCIÓN DE LA DOTACIÓN



| Lugar de trabajo (%) | 2013/2014 | 2014/2015 |
|----------------------|-----------|-----------|
| Martínez | 2 | 2 |
| Zárate | 98 | 98 |

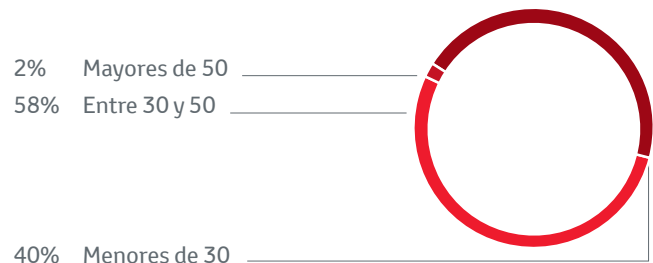
| Tipo de contrato (%) | 2013/2014 | 2014/2015 |
|----------------------|-----------|-----------|
| Permanente | 97 | 95 |
| Temporario | 3 | 5 |

Los períodos de preaviso se rigen de acuerdo con lo dispuesto en las leyes actuales argentinas. Asimismo, la Compañía prioriza el cuidado de las fuentes laborales ante cambios organizativos y/o dificultades económicas.

| Distribución por edad (%) | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---------------------------|-----------|-----------|
| Mayores a 50 | 2 | 2 |
| Entre 30 y 50 | 61 | 58 |
| Menores de 30 | 37 | 40 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

DISTRIBUCIÓN POR EDAD



CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO (%)

| Hombres | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-----------------------------------|------------------|------------------|
| Directivos y gerentes | 2 | 3 |
| Mandos medios | 2 | 3 |
| <i>Group leader y Team leader</i> | 13 | 19 |
| <i>Team member</i> | 65 | 63 |
| Analistas y administrativos | 18 | 12 |
| Mujeres | 2014 | 2015 |
| Directivos y gerentes | 2 | 2 |
| Mandos medios | 6 | 6 |
| <i>Group leader y Team leader</i> | 1 | 0,04 |
| <i>Team member</i> | 8 | 7 |
| Analistas y administrativos | 83 | 84 |

67%
de los altos directivos de la Compañía es argentino.

ANTIGÜEDAD PROMEDIO (AÑOS)

| Por género | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-----------------------------|------------------|------------------|
| Femenino | 7 | 7 |
| Masculino | 6 | 7 |
| Por lugar de trabajo | | |
| Zárate | 6 | 7 |
| Martínez | 8 | 8 |

TASA DE ROTACIÓN *

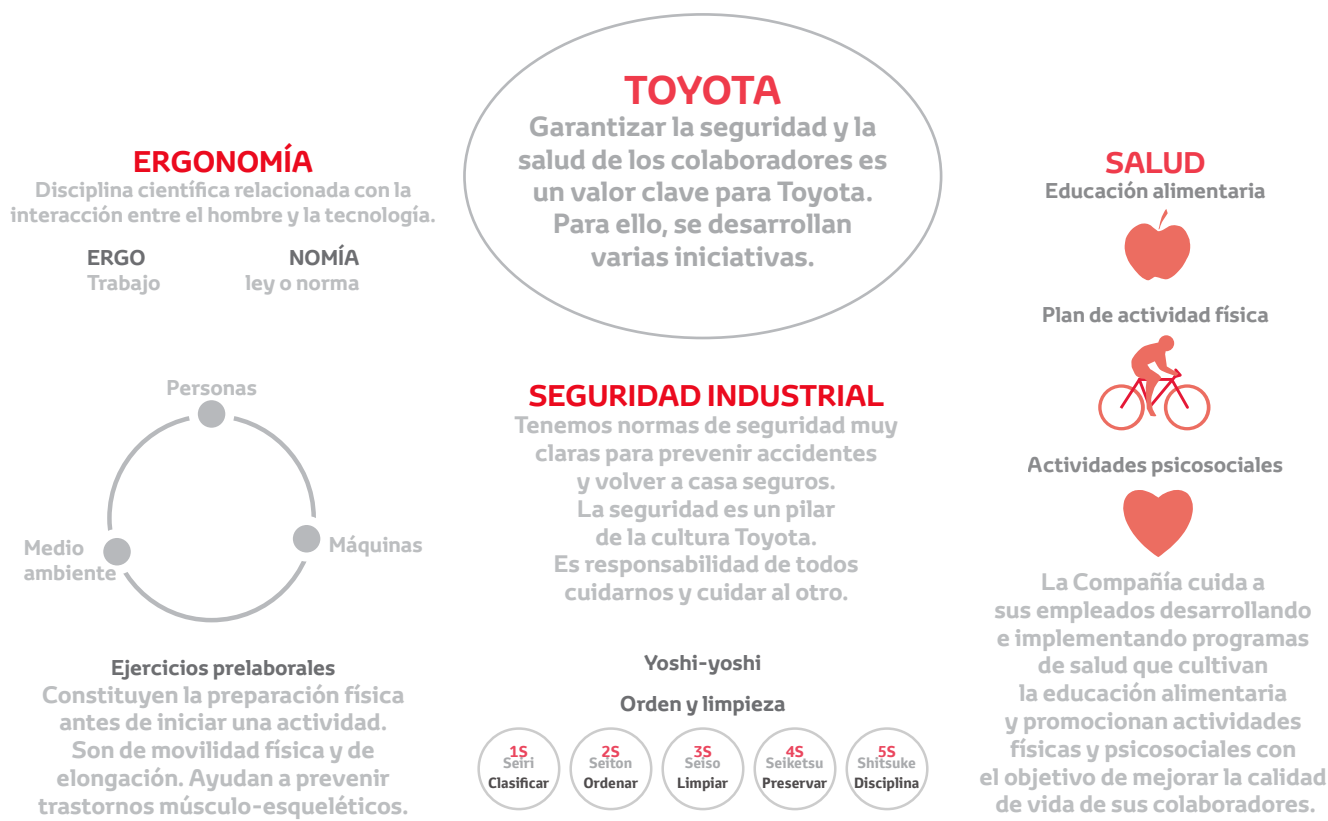
| Por género | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-----------------------------|------------------|------------------|
| Femenino | 7,14 | 0,29 |
| Masculino | 8,09 | 4,53 |
| Por lugar de trabajo | | |
| Zárate | 8,17 | 4,71 |
| Martínez | 1,25 | 0,11 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

*Método de cálculo: cociente entre la cantidad de bajas producidas en el año y el total de la dotación al cierre del año fiscal.

Seguridad y salud de las personas

Indicador GRI: G4-LA5, G4-LA6, G4-LA7, G4-LA8



Sistema de gestión de seguridad y salud

El área de Seguridad e Higiene Industrial (*OSHMS - Occupational Health and Safety Management System*) tiene a su cargo la implementación y coordinación de, entre otras cuestiones, las siguientes actividades:

- Seguimiento y análisis periódico de las condiciones de seguridad.
- Evaluación y seguimiento de mejoras ergonómicas de los puestos de trabajo.
- Prevención de accidentes y enfermedades profesionales.
- Detección temprana de riesgos potenciales de accidentes y toma de contramedidas.
- Promoción del cumplimiento de normas internas y legales sobre seguridad e higiene.
- Capacitación a todo el personal en materia de seguridad e higiene industrial.

Los siguientes son los principales indicadores del sistema de gestión de seguridad y salud de la Compañía, obtenidos durante el período reportado:

| Evaluación de riesgo | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--|-----------|-----------|
| % | 98 | 98 |
| Plan | 528 | 627 |
| Actual | 516 | 613 |
| Rango de disminución de riesgos | | |
| % | 100 | 100 |
| Plan | 36 | 31 |
| Actual | 36 | 31 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---|------------|------------|
| Horas trabajadas | 10.049.790 | 10.762.953 |
| Accidentes con pérdida de días de trabajo | 2 | 4 |
| Accidentes sin pérdida de días de trabajo | 3 | 3 |
| Fatalidad | 0 | 0 |

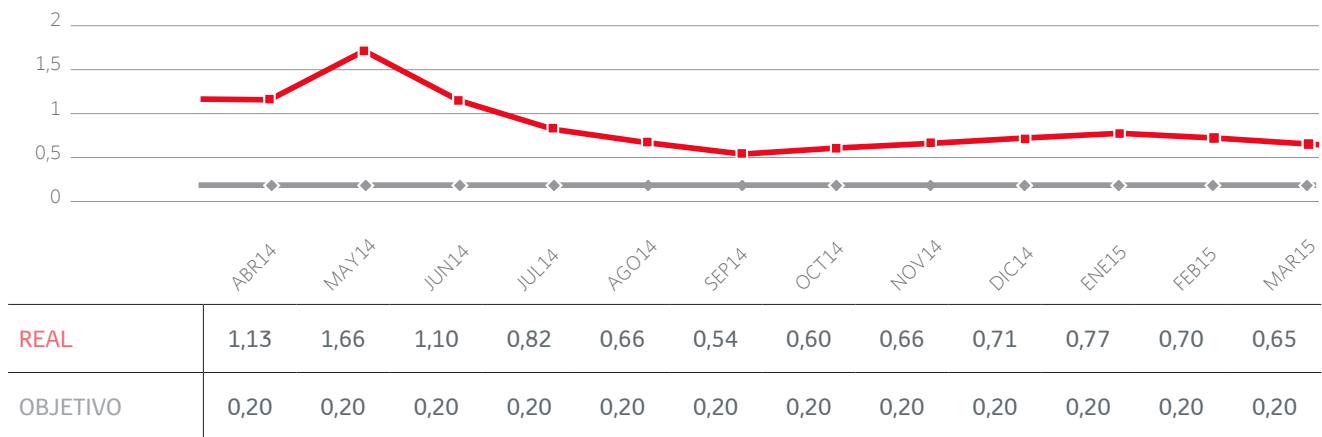
ÍNDICE DE FRECUENCIA ACUMULADA DE ACCIDENTES:

2013/2014 0,20

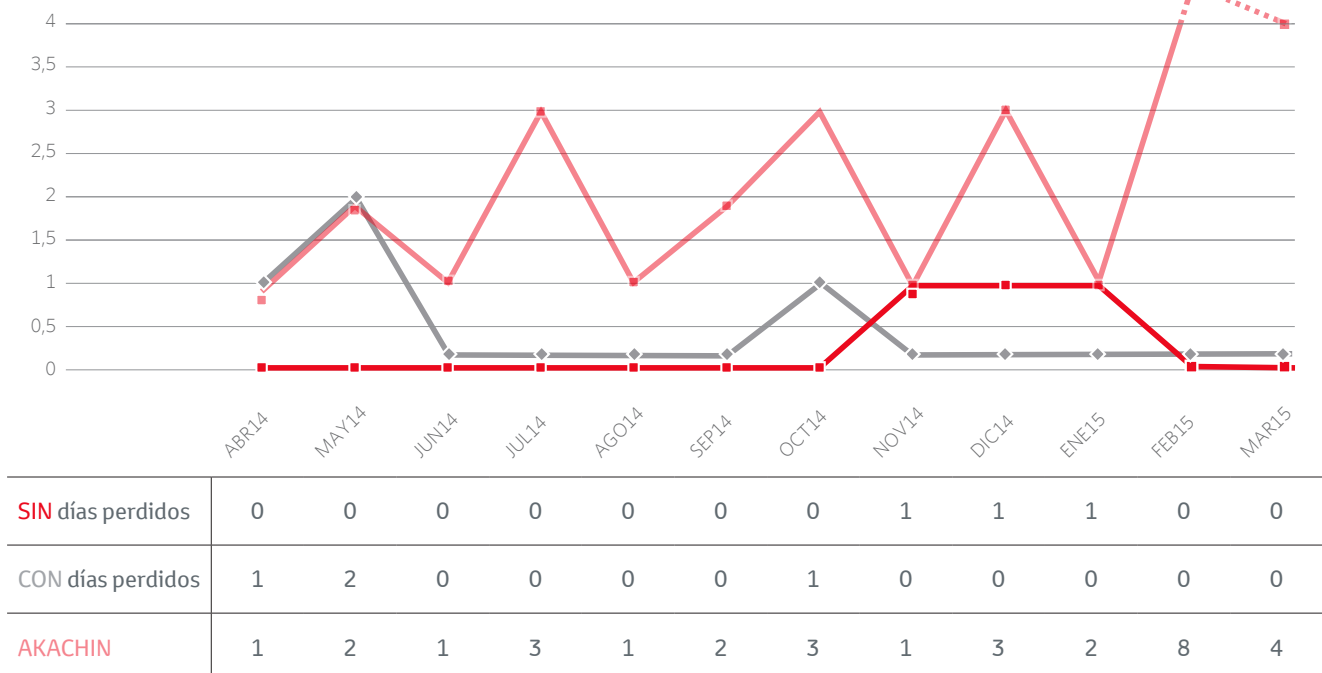
2014/2015 0,37

Cifras al 31 de marzo de cada período.

ÍNDICE DE FRECUENCIA ACUMULADA DE ACCIDENTES CON PÉRDIDA DE DÍAS DE TRABAJO



CANTIDAD DE ACCIDENTES



Casos sin días perdidos: requiere un tratamiento médico superior al primer auxilio.

Casos con días perdidos: lesión severa, ausencia prolongada debido a la complejidad del tratamiento médico que requiere la lesión.

Akachin: (marca registrada japonesa) significa primer auxilio, son casos muy menores, muy leves, que se limitan a un primer auxilio.

Comité de Higiene y Seguridad

En los convenios colectivos suscritos con SMATA y ASIMRA se contemplan la prevención de riesgos, la provisión de elementos de trabajo y, específicamente con SMATA, la creación de un Comité para la Salud, Seguridad e Higiene, Prevención de Accidentes y Ecología Industrial (COHISE).

| ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL COHISE | |
|--------------------------------------|---|
| Participantes regulares | <ul style="list-style-type: none"> • Representantes de SMATA • Representante de seguridad industrial de TASA • Representante de RRHH de TASA |
| Participantes especiales | <ul style="list-style-type: none"> • Miembros comisión interna de reclamos • Delegado SMATA • Técnicos seguridad industrial de TASA • Jefes de sección TASA |

> Todos los trabajadores dentro de convenios se encuentran representados en el Comité de Higiene y Seguridad (COHISE).

100%

de los temas detectados en el COHISE fueron resueltos. Sin actividades demoradas en ningún sector de planta.

Patrullas de seguridad

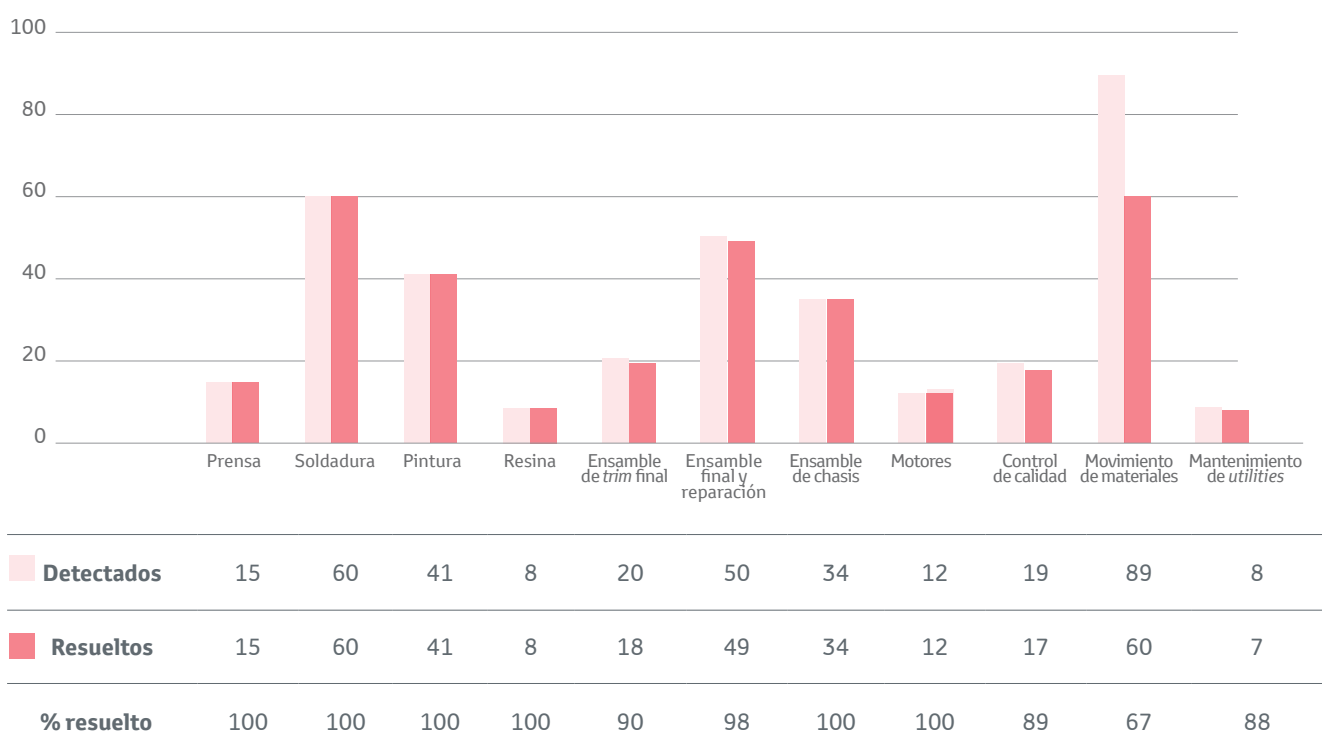
Las áreas de Seguridad e Higiene Industrial y Asuntos Ambientales, con la participación de jefes, gerentes y el director industrial, efectúan auditorías para detectar riesgos potenciales de accidentes y posibles desvíos en cumplimientos de normas.

Los ítems relevados se registran en un reporte que permite visualizar los hallazgos, la gravedad del desvío, los responsables para cada tema y el plazo para corregir cada punto.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-------------------------------|-----------|-----------|
| Temas detectados | 835 | 356 |
| Porcentaje de temas resueltos | 87 | 90 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

TEMAS DETECTADOS Y RESUELTOS POR SECTOR PLANTA INDUSTRIAL



Promoción de la salud

Servicio médico

Este servicio cuenta con el equipamiento y el cuerpo profesional necesarios para brindar asistencia médica inmediata a todos los colaboradores. Posee una dotación permanente de médicos especialistas, traumatólogos y médicos de guardia.

Para una respuesta más rápida y efectiva, Toyota Argentina ha desarrollado la figura *Madoguchi*, profesionales responsables del seguimiento médico de los sectores que se le han asignado, y punto de contacto estratégico y personalizado con la jefatura de producción y médicos evaluadores. Estos son responsables de definir el puesto de trabajo más adecuado para cada empleado.

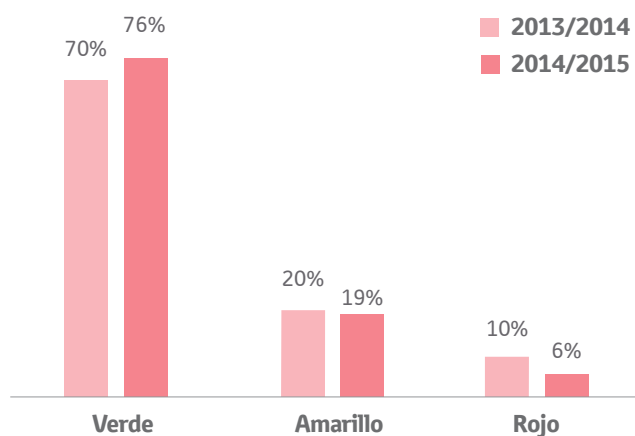
El Departamento de Servicio Médico cuenta con:

- 1 sala de emergencias.
- 5 consultorios.
- 1 centro de kinesiología.
- 1 ambulancia equipada para traslados.
- 1 carro eléctrico de apoyo ante emergencias.

Exámenes médicos periódicos

Cada año se realizan exámenes físicos y de laboratorio a todos los trabajadores de la Compañía.

RESULTADOS DE EXÁMENES MÉDICOS PERIÓDICOS



Referencias

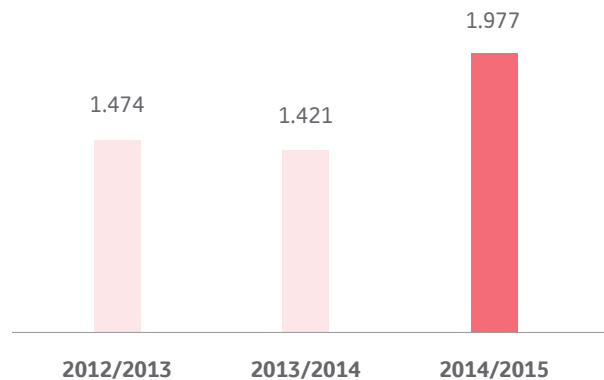
Rojo: alteraciones que sin la aplicación de medidas preventivas tienen riesgo de desarrollar algún tipo de patología. La devolución de estos estudios es personalizada y prioritaria.

Amarillo: son casos que si bien pueden presentar alteraciones, no constituyen riesgos para la salud en el corto plazo. La devolución de estos estudios es personalizada.

Verde: son los empleados que no poseen alteraciones en sus estudios, quienes son invitados oportunamente, para recibir la devolución correspondiente.

Campaña de vacunación antigripal

Anualmente, la Compañía brinda a todos sus colaboradores la posibilidad de vacunarse contra la gripe, en forma gratuita y en su lugar de trabajo. El gráfico muestra la evolución y alcance de esta iniciativa:



Cifras al 31 de marzo de cada período.

Prevención de adicciones

Desde su ingreso a Toyota Argentina, todos los empleados son informados de la política vigente sobre adicciones. Como parte de la prevención, se realizan campañas de comunicación interna orientadas a la concientización sobre los efectos nocivos del consumo de sustancias tales como: alcohol, tabaco y drogas.

Alimentación saludable

La Compañía ofrece un menú planificado por nutricionistas, con el objeto de brindar una dieta balanceada a todos sus colaboradores. Para garantizar la calidad y la salubridad de los procesos, se realizan auditorías bromatológicas periódicas. Asimismo, el personal del comedor es capacitado en buenas prácticas de trabajo y de atención.

Beneficios para los colaboradores

Para incrementar los niveles de satisfacción y motivación de los colaboradores, los beneficios corporativos se revisan y evalúan constantemente.

Algunos de los beneficios son:

- Seguro de vida adicional.
- Medicina prepaga para los colaboradores no incluidos en la obra social sindical y para su grupo familiar.
- Servicio de comedor.
- Reintegro por guardería.
- Transporte hacia y desde la planta de Zárate.

Desarrollo de recursos humanos

Indicador GRI: G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11

El desarrollo de los talentos que poseen los colaboradores de Toyota se realiza mediante un programa educacional basado en el *on-the-job training*, el cual es crucial para la transferencia generacional de la excelencia del *monozukuri* (hacer cosas), tomando al *Toyota Way* como fundamento básico:

- Desafío.
- *Genchi genbutsu* (ir y mirar).
- *Kaizen* (mejora continua).
- Respeto.
- Trabajo en equipo.

Curso de inducción

Se realiza para los nuevos colaboradores durante un día completo. Allí, se transmite la filosofía Toyota y las normas de calidad, seguridad, ambiente y *kaizen* (mejora continua), así como información sobre disciplina, código de conducta, beneficios, administración y plan de carrera.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-----------------------|-----------|-----------|
| Personas | 503 | 549 |
| Horas de capacitación | 4.024 | 7.947 |

Formación general del personal de planta

Dos veces al año, la planta industrial cesa su producción con el objetivo de realizar mantenimiento y desarrollar nuevos proyectos. Durante esos períodos, se realiza la formación intensiva del personal de producción.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|----------------------|-----------|-----------|
| Personas capacitadas | 522 | 517 |

Esta formación aborda temas como relaciones laborales, herramientas de calidad, hábitos de seguridad, resolución de problemas, cuidado ambiental, adicciones, comunicación, sistema de producción Toyota y trabajo en equipo.

Programa de formación de líderes

El curso apunta al desarrollo de habilidades y competencias específicas para fortalecer los liderazgos internos alineados a la filosofía Toyota.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-----------------------|-----------|-----------|
| Colaboradores | 982 | 878 |
| Horas de capacitación | 37.487 | 38.593 |

Si bien la cantidad de participantes disminuyó sensiblemente, cabe destacar que se incrementaron las horas de capacitación destinadas al trabajo de formación de líderes.

Capacitación idiomática

La oferta en formación de idiomas, alineada a la detección anual de necesidades de capacitación, abarca las siguientes lenguas: inglés, portugués, japonés y español. Específicamente para el idioma inglés, en 2013 se introdujo la modalidad de educación a distancia.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---|-----------|-----------|
| Colaboradores | 186 | 293 |
| Horas | 25.110 | 23.865 |
| Horas promedio de formación por persona | 37,78 | 30,25 |
| Incremento de horas de formación respecto al período anterior (%) | 27 | 15 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Formación en otras filiales Toyota (ICT)

El objetivo central del programa (ICT - transferencias temporarias entre compañías) es la transferencia del conocimiento entre filiales Toyota (TMC, TMAP & TDB*). Toyota busca desarrollar los talentos internos a través de la enseñanza *On Job Development* **, de modalidades y herramientas de trabajo para su posterior aplicación en la filial de origen.

Durante 2014 y 2015, Toyota Argentina recibió 27 ICTs, por primera vez en su historia, provenientes de Toyota Brasil; quienes desarrollaron y brindaron soporte a actividades relacionadas con el proyecto de expansión 140K.

Por su parte, 15 colaboradores de Toyota Argentina, también integraron el programa y tuvieron la oportunidad de desarrollar sus actividades en Toyota Japón (13 personas), Toyota Tailandia (1 persona) y Toyota Brasil (1 persona).

COLABORADORES INCLUIDOS EN EL PROGRAMA

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---------------|-----------|-----------|
| Colaboradores | 13 | 15 |

> **Por primera vez en su historia, Toyota Argentina recibió a 27 colaboradores de Toyota Brasil.**

Diplomatura en gestión industrial

Con el objetivo de sumar acciones orientadas al desarrollo profesional de los colaboradores, Toyota Argentina convocó al Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA) para desarrollar un programa a medida en gestión industrial. Esta formación está orientada a ingenieros de planta y personal administrativo jerárquico, que precisan incorporar habilidades de gestión teniendo en cuenta el entorno competitivo, tecnológico y de negocios de la industria.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|------------|-----------|-----------|
| Inscriptos | 74 | 79 |
| Egresados | 51 | 70 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Concurso de habilidades de producción

Es organizado por el Centro de Entrenamiento de Toyota (CET). Si bien durante 2015 esta actividad fue suspendida debido al proyecto de ampliación de la planta, consiste —fundamentalmente— en promover una competencia interna, cuyo principal objetivo es la mejora continua de las habilidades operacionales de los colaboradores.

El concurso es anual y consta de tres etapas, a través de las cuales el personal puede participar en 8 categorías diferentes. Los primeros y segundos puestos de cada categoría pasan a una segunda instancia en la que deben competir contra sus pares brasileros en el Concurso de habilidades de producción Mercosur (*Mercosur Production Skill Contest*). Esta instancia se organiza alternadamente entre Argentina y Brasil.

Los ganadores del Concurso de habilidades de producción Mercosur pasan al Festival de intercambio de Habilidades (*Skill Interchange Festival*), tercera y última instancia de carácter global, que se celebra en la casa matriz, en Japón.

* TMC: Toyota Japón, TDB: Toyota Brasil, TMAP: Toyota Asia Pacífico.

** Método mediante el cual el empleado aprende la tarea en el sitio de trabajo real. Es decir, el empleado aprende mientras trabaja.



Centro de entrenamiento y área de promoción de TPS

Este centro de entrenamiento, que internamente se denomina CET, pertenece al área de Recursos Humanos y depende directamente de la Gerencia de Desarrollo Organizacional. Sus funciones consisten en:

- Brindar capacitación en habilidades básicas operacionales para los colaboradores de los sectores productivos de Estampado, Soldadura, Pintura, Inyectado y Pintado de partes Plásticas, Ensamble, Motores, Manejo de Materiales y Mantenimiento.
- Promocionar la implementación y el fortalecimiento del Sistema de Producción Toyota (TPS), principalmente en las áreas productivas, fomentando la correcta utilización de las herramientas de gestión y la aplicación de los principios claves que rigen en la organización.

Los conocimientos y las habilidades básicas de cada sector productivo son transmitidos en el CET en los *dojos de habilidades básicas*, que son áreas de capacitación donde un colaborador es instruido por un entrenador experimentado para aprender, perfeccionar y, posteriormente, aplicar los conocimientos y las habilidades adquiridos en su puesto de trabajo en las líneas de producción.

Además, el CET promueve internamente la aplicación del Sistema de Producción Toyota (TPS), a través de un equipo de instructores expertos que se dedica a realizar y organizar actividades de capacitación, transmitiendo los conceptos y las herramientas de gestión referidas a: trabajo estandarizado, *just in time*, *Jidoka* (automatización con un toque humano orientado a la prevención de defectos), sistema

de gestión de planta (*FMDS-Floor Management Development System*) y mejora continua. Este grupo de expertos también colabora en la aplicación en las líneas de producción, control y mantenimiento de los conceptos y las herramientas mencionadas.

Proyecto de Toyota Institute y mudanza del CET

El proyecto de ampliación de planta, que se realizará durante 2015, impactará directamente sobre el CET, debido a que se requirieron los 800 m² que ocupaba.

Actualmente, se proyecta la construcción del Instituto Toyota, que contará con aulas destinadas a capacitación y un salón de usos múltiples, y se están realizando todas las adaptaciones para instalar y centralizar la gestión de todos los *dojos* de habilidades básicas del CET, que están ubicados en cuatro lugares diferentes de planta.

El nuevo espacio destinado al CET será un área de 1.560 m² y se instalarán los *dojos* de Estampado, Soldadura, Pintura, Inyectado y Pintado de Partes Plásticas, Ensamble, Motores, Manejo de Materiales, Control de Calidad y Mantenimiento.

> El nuevo espacio del Centro de Entrenamiento Toyota tendrá 1.560 m².

Comunicación interna

En TASA, se trabaja para construir relaciones laborales basadas en la confianza mutua y el respeto, fomentar el trabajo en equipo y promover el entendimiento sobre asuntos de la Compañía y el negocio, a través de una comunicación fluida con los colaboradores.

La gestión de la comunicación interna permite transmitir los valores y desafíos de la Compañía, buscando la participación activa por parte de los colaboradores que expresan sus inquietudes y potencian sus posibilidades de crecimiento.

Sistema de evaluación de desempeño

En la Compañía el sistema de evaluación de desempeño es conocido como el sistema de comunicación de dos vías. Se trata de una herramienta para generar espacios de diálogo, en los cuales se puedan clarificar los objetivos y planificar oportunidades de desarrollo.

Este sistema es uno de los principales canales de comunicación interna y toma en consideración:

- Contribución del colaborador para el cumplimiento de metas fijadas (evaluación de objetivos)
- Desarrollo de actitudes y habilidades utilizadas en el cumplimiento de su función (evaluación de competencias).

El sistema es administrado por el área de Desarrollo de RRHH y Organización en todas sus etapas y las moderaciones se realizan dos veces al año: una para los objetivos y otra para las competencias.

Los resultados de ambos procesos de evaluación son tenidos en cuenta tanto en las decisiones de desarrollo (promociones, rotaciones y capacitación, entre otros) como en las de compensación, impactando en las revisiones salariales y en el pago del bono anual. Todos los participantes reciben *feedback* sobre su desempeño anual, acordándose puntos de mejora para el nuevo año entrante.

Las etapas que componen este sistema son:

- **Definición de objetivos**
Al inicio del año fiscal cada colaborador fija sus objetivos y luego los confirma con su superior.
- **Evaluación**
Cada colaborador se autoevalúa en objetivos y cada superior, evalúa el porcentaje de objetivos cumplidos y el desarrollo que la persona ha alcanzado en competencias o habilidades.
- **Moderación**
Los revisores (superiores de los evaluadores) se reúnen para analizar y evaluar desde una mirada más global, contribuyendo también al desarrollo de cada integrante de la Compañía.

- **Feedback**

Además de las reuniones con el superior, que se realizan a lo largo del año, al final del proceso se entrega al evaluado una carta con el resultado de la moderación y el nuevo salario o bono.

La totalidad del personal, tanto fuera como dentro de convenio, es evaluado bajo este sistema.

Comunicación Cara a Cara

Reuniones de negocio

Considerando a cada integrante de Toyota una parte importante del éxito de la empresa y sabiendo que el compromiso de la dirección es fundamental para generar colaboración y trabajo en equipo, se realizan estas reuniones de negocio. Para el personal de producción, cada gerente lidera la actividad con soporte de Recursos Humanos y para el personal de administración, quien lidera la actividad es el Presidente.

En estos encuentros se comparte con todos los colaboradores la situación del mercado, la estrategia de corto y largo plazo de la empresa y de qué manera puede contribuir cada equipo para alcanzar las metas propuestas. Asimismo, se otorgan reconocimientos especiales y comparte una merienda de integración para reforzar el sentido de pertenencia a los grupos.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|----------------|-----------|-----------|
| Producción | 34 | 26 |
| Administración | 6 | 7 |

Almuerzos y desayunos con los directivos

Mensualmente se organizan desayunos y almuerzos entre los colaboradores y el Presidente de la Compañía. Tienen por objetivo facilitar el diálogo, generar intercambio de opiniones y buscar soluciones conjuntas, a temas comunes, desde distintas ópticas. Los encuentros se realizan en grupos reducidos y los temas relevados, tanto en los encuentros como en las encuestas reciben un seguimiento que permite informar sobre su estado de desarrollo tanto a la presidencia, como a los participantes. A partir de 2014, en los almuerzos con el personal de Operación, participa el Director de planta.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|------------------------|-----------|-----------|
| Cantidad de encuentros | 22 | 19 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.



Mesas abiertas

Con el objetivo de generar acercamiento entre las bases y los líderes y dar respuesta a las inquietudes del personal, a partir de 2014 se comenzó a realizar esta iniciativa de mesas abiertas. Se trata de espacios de diálogo, sin agenda, en el que cada gerente de planta se reúne con distintos colaboradores de su equipo para escucharlos y conversar abiertamente. Los temas emergentes son registrados y en caso de necesitar seguimiento, una vez que es resuelto, se informan las novedades al colaborador, a modo de cierre.

Charlas especiales

Para difundir ciertos temas, de manera rápida a todo el personal, se convoca a charlas especiales o asambleas generales, en las que el Director de planta o el Presidente emiten un mensaje prioritario para los empleados.

Canales de comunicación interna

Toyota Argentina dispone de varios canales internos de comunicación como *Intranet*, *e-mailing* corporativo y carteleras para informar las principales noticias sobre la Compañía y otras cuestiones de interés. En los comedores hay terminales con tecnología *touch screen* que facilitan el acceso a la información, especialmente para el personal sin acceso a computadoras en su puesto de trabajo.

Se suma a esos canales la revista interna *Desde Adentro*, editada con la colaboración de responsables de distintas áreas. Esta publicación se envía al domicilio de los colaboradores para que tengan mayor tiempo de lectura y que llegue la información a sus familias. Por otra parte se desarrolla un *newsletter* mensual, a cargo de las áreas de Marketing, Asuntos Ambientales y Recursos Humanos para dar a conocer las acciones y novedades en diferentes ámbitos de la Compañía. Asimismo, TASA cuenta con TV corporativa desde

2013. Durante el almuerzo este canal difunde material audiovisual apuntando a compartir información de la marca, reconocimientos y eventos para los empleados. Las charlas de 5' son otro canal de comunicación interna utilizados en la planta. Antes del comienzo de la jornada laboral, se realizan ejercicios pre-laborales y cada líder de grupo comparte información sobre la operación y sobre la gestión del personal. Son facilitadas por Recursos Humanos y por la Dirección de Producción.

Encuesta de opinión interna 2015

Desde 2007 y cada dos años, la organización realiza una encuesta de opinión interna anónima para todo el personal. La realiza una consultora externa para garantizar transparencia y confidencialidad. El sondeo procura conocer las opiniones de los colaboradores para seguir en el camino de la mejora continua, con su participación. En esta edición y bajo el slogan *Todos somos protagonistas y hacemos el clima en TASA*, se realizó una campaña motivacional para fomentar la participación. Representantes de cada sector integraron las piezas gráficas y los videos para generar identificación. Finalizado el sondeo, se compartieron masivamente los resultados de cada pregunta y se informó detalladamente de cada grupo, hasta jefes, para facilitar la elaboración de planes de acción específicos por área.

Campañas especiales

El Mundial de Fútbol 2014 se vivió con un evento especial en Toyota Argentina. Se dispusieron carpas especiales con tribunas y los comedores se ambientaron para que se puedan ver los partidos de la selección argentina, durante el horario de trabajo. Asimismo, para vivir la previa y alentar a la selección, se realizó un *Prode* interno por *Intranet* del que participaron más de 2.000 empleados y un concurso de *selfies* para premiar al más fanático del 2014.

Medidas de seguridad

Indicador GRI: G4-HR7

El 100% del personal de seguridad con el que cuenta Toyota Argentina está formado en aspectos de derechos humanos. La Compañía contrata a un prestador del servicio de seguridad privada, que se desempeña en las oficinas de Martínez y en la planta de Zárate.

Todo el personal de seguridad recibe un curso de formación general básica de ingreso, según ley 12.297 de la provincia de Buenos Aires., que contiene una carga horaria de 12 horas en temas de derechos humanos, donde los principales temas abordados son:

- Adquirir nociones principales de derechos humanos, su desarrollo histórico y sus categorías jurídicas.
- Comprender el rol del agente vigilador como proveedor de seguridad en el marco de las normas constitucionales y de la legislación vigente.
- Valorar los principios constitucionales que sostienen el estado de derecho.
- Interpretar el funcionamiento constitucional de los derechos humanos respecto de otros derechos subjetivos.

- Advertir la importancia del cumplimiento de las responsabilidades de cada uno de los sujetos sociales, acelerando el cambio necesario de actitudes frente al respeto de los derechos humanos.

A su vez, se realiza una capacitación según la resolución 1.207/2012, que establece que todo vigilador debe efectuar un curso de actualización de contenidos bianual, que incluye un módulo de derechos humanos de 4 horas. Los principales temas que se abordan son:

- Introducción a los derechos humanos.
- El derecho constitucional, declaraciones, derechos y garantías (genéricas y específicas).
- Violación de los derechos humanos: formas manifiestas y formas encubiertas.
- Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Violencia familiar. Trato de menores. Situaciones en distintos objetivos (ejemplo: *countries*), denuncia, dignidad del niño, deber de información, según ley nacional 24.417/94 y a la ley provincial 12.569/01.

VÍNCULO CON LA COMUNIDAD

Aspecto material: 2, 10

Toyota Argentina busca ser un buen ciudadano corporativo contribuyendo al desarrollo sustentable de las comunidades donde opera. Para ello lleva adelante actividades y programas basados en tres ejes: ambiente, seguridad vial y educación para la empleabilidad, trabajando con la comunidad para comprender y atender sus necesidades.



Ambiente

Indicador GRI: G4-S01, G4-EN14

TASA trabaja en contemplar el impacto ambiental del vehículo a lo largo de todo su ciclo de vida y desarrolla programas para enriquecer la vida de las comunidades en las que la Compañía está inmersa.

Conciencia ambiental en escuelas primarias

Desde 2004, la Compañía lleva adelante este programa para alumnos de 5^{to} grado, que busca concientizarlos sobre la importancia del cuidado del ambiente en las acciones cotidianas, a través de talleres didácticos en escuelas. A lo largo de los años, se capacitaron más de 10.810 niños en temáticas relacionadas a la separación y clasificación de residuos, calentamiento global y cuidado del agua, entre otros. Se visitaron 20 escuelas de la ciudad de Zárate, y con una obra teatral se desarrollaron conceptos sobre el cuidado del agua.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--------------------|-----------|-----------|
| Obras de teatro | 30 | 40 |
| Escuelas primarias | 17 | 20 |
| Alumnos | 900 | 1.300 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.



Proyecto de conservación del macá tobiano

Programa de biodiversidad

Proyecto de conservación del macá tobiano

A partir del compromiso con la preservación de la biodiversidad, Toyota Argentina colabora con la Asociación Aves Argentinas en el proyecto que tiene por finalidad la conservación del *macá tobiano*, ave autóctona de nuestro país, que se encuentra en peligro crítico de extinción, y que solo habita de forma natural en la Argentina.

El acuerdo prevé la difusión de espacios de conservación conjuntos y la utilización de camionetas Hilux para el trabajo científico que la Asociación realiza en la Patagonia, para la conservación de la especie.

En febrero 2015 se realizó un viaje a la Patagonia con periodistas, para dar a conocer el proyecto y lograr una mayor concientización en la conservación del medio ambiente y de esta especie.

Más información: www.avesargentinas.org.ar

Facebook: [Salvemos al Macá Tobiano](#).

“ Nuestra labor tiene su epicentro en algunos de los lugares más recónditos e inhóspitos de la Argentina. Los medios de transporte en estas condiciones resultan un insumo de sustancial importancia para nuestros proyectos y tenemos la satisfacción y tranquilidad de estar trabajando ya desde hace dos años con Toyota Argentina en el marco de nuestro Proyecto Macá Tobiano en Santa Cruz.

HERNÁN CASAÑAS - DIRECTOR
ASOCIACIÓN AVES ARGENTINAS





Educación para la empleabilidad

Indicador GRI: G4-S01

Un pilar del trabajo de Toyota Argentina con la sociedad es *Mejorar la empleabilidad de jóvenes y adultos* junto a la educación. Centrándose en este eje y como socio estratégico en los procesos de formación, con los concesionarios de la Compañía se diseñan programas con autoridades educativas nacionales, provinciales, regionales y locales, que luego se desarrollan en diferentes instituciones educativas.

Proyecto Toyota

En septiembre de 2014, en la ciudad del Vaticano y ante la presencia de Steve St. Angelo Jr., CEO de Toyota para América Latina y el Caribe; Daniel Herrero, Presidente de Toyota Argentina, el Papa Francisco validó el convenio que permitirá desarrollar el proyecto de la Fundación Pescar a través de un centro exclusivo apoyado por la Compañía en Zárate. El Centro Toyota abordará la educación como medio de integración social. Para ello ofrecerá formación personal y laboral a jóvenes de escasos recursos para crear oportunidades de inserción en el mercado

laboral. Toyota Argentina proveerá un vehículo para uso exclusivo en la Argentina, contribuyendo a la cooperación inter-institucional y facilitando el aprendizaje técnico.

Este convenio se enmarca en el proyecto de bien público impulsada por el Papa Francisco que articula la cultura con el arte y el deporte, para promover la inclusión social. Su misión es integrar las comunidades, especialmente las de menores recursos, a través del compromiso de todos los actores sociales, uniendo escuelas y redes educativas de todo el mundo a partir de propuestas pedagógicas, deportivas y artísticas.







El Papa Francisco saluda a Steve St. Angelo Jr. y a Daniel Herrero.

Programa de mejora de la educación técnica automotriz (META)

Se trata de un proyecto de pasantías con capacitación técnica, que busca integrar el trabajo de las escuelas con el de los concesionarios, estimulando la empleabilidad de estudiantes seleccionados instruyéndolos, desarrollándolos y reteniéndolos, fortaleciendo la educación técnica con miras a crear una cadena de crecimiento en cada ciudad donde Toyota Argentina está presente. Las escuelas cuentan con capacitación y materiales provistos por la Compañía y los concesionarios oficiales que participan del programa.

Se desarrolla a lo largo del año, con alumnos de 6° año (entre 2 y 4 alumnos por escuela), que son seleccionados para participar de un ciclo de prácticas profesionales con una duración de 9 meses. Durante este período desarrollan cuatro roles: asesor de servicio, asesor de repuestos, técnico y administrador técnico. Al finalizar las prácticas, los concesionarios pueden contratar a los alumnos que concluyeron la experiencia.

Para el período 2015 se prevé la participación de tres nuevas escuelas técnicas, ubicadas en las ciudades de Venado Tuerto, Río Cuarto y Corrientes.



| AF |  Concesionarios |  Escuelas |  Pasantes |  Reclutados |
|-----------|--|--|--|--|
| 2008/2009 | 3 | 3 | 12 | 4 |
| 2009/2010 | 10 | 16 | 65 | 6 |
| 2010/2011 | 14 | 19 | 72 | 10 |
| 2011/2012 | 14 | 22 | 84 | 13 |
| 2012/2013 | 16 | 25 | 90 | 11 |
| 2013/2014 | 13 | 19 | 67 | 8 |
| 2014/2015 | 13 | 19 | 70 | 6 |

Programa de introducción al mundo del trabajo



Este programa se inició en 2008, en alianza con la Fundación Junior Achievement. Su dinámica consiste en brindar a los alumnos herramientas que les permitan identificar experiencias y habilidades, que les serán útiles en un proceso posterior de incorporación al mundo laboral. Se hace hincapié en valores como el compromiso, la responsabilidad y el valor del trabajo.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---------------------|-----------|-----------|
| Cursos | 25 | 25 |
| Distritos escolares | 5 | 6 |
| Mentores | 17 | 9 |

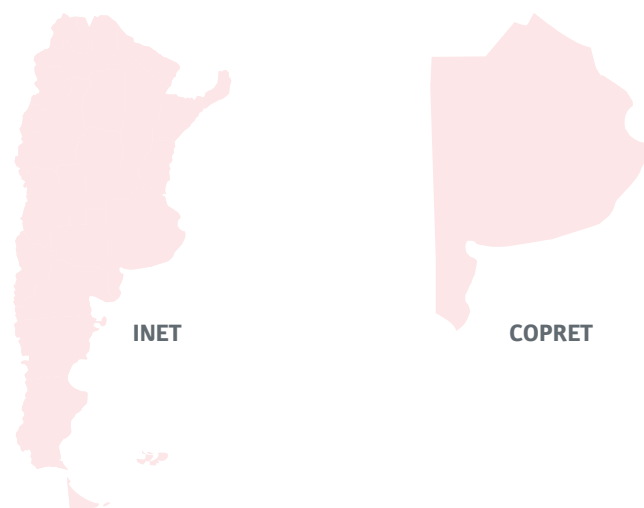
| AF |  Escuelas |  Alumnos |
|------|---|---|
| 2010 | 6 | 500 |
| 2011 | 8 | 562 |
| 2012 | 9 | 657 |
| 2013 | 6 | 507 |
| 2014 | 8 | 735 |
| 2015 | 9 | 707 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Desde su inicio, participaron más de 3.500 alumnos.

Programa de asignación de crédito fiscal

Toyota Argentina promueve la presentación de proyectos educativos en escuelas técnicas nacionales, dentro de la normativa para usar parte de los aportes fiscales, para financiarlos a través del Consejo Provincial de Educación y Trabajo en la provincia de Buenos Aires, y del Instituto Nacional de Educación Tecnológica.



| INET | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-------------------|--------------------------------------|----------------|
| Escuelas | 14 | 18 |
| Alcance | 10.290 estudiantes 411 profesores | 10 provincias |
| Millones de pesos | 3,01 | 2,89 |
| COPRET | | |
| Escuelas | 15 | 19 |
| Alcance | 11.200 estudiantes 448 profesores | 16 localidades |
| Millones de pesos | 4,66 | 1,08 |

Los fondos se usan para equipamiento, actividades de formación docente y mejora de instalaciones.

Tecnicatura en mantenimiento industrial

En 2009 se lanzó esta tecnicatura, que dura dos años y medio, desarrollada junto a la Universidad Tecnológica Nacional (UTN), para ofrecer a los colaboradores seguir desarrollando su carrera profesional. Esta formación está abierta a la comunidad en general, con la intención de mejorar los niveles de empleabilidad.

Al 31 de marzo de 2015, se graduaron 17 alumnos.

Operario industrial calificado

Este curso se dicta en alianza con el Centro de Formación Profesional N° 402 de Garín.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---------------------|-----------|-----------|
| Cursantes | 75 | 56 |
| Cursantes recibidos | 42 | 40 |

Programa de pasantías en la planta de Toyota

Para alumnos de último año de la educación superior de escuelas técnicas. Propuesta de gran impacto en la comunidad, para mejorar la empleabilidad, implementa planes de apoyo y capacitaciones junto a las escuelas técnicas regionales, para crear puestos de aprendizaje.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-------------|-----------|-----------|
| Estudiantes | 50 | 25 |
| Escuelas | 4 | 4 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

Mecenazgo

Esta iniciativa se refiere al régimen de promoción cultural según la ley 2.264 de la ciudad de Buenos Aires. A través del mismo, los contribuyentes inscriptos en el impuesto sobre los ingresos brutos pueden aportar directamente a proyectos culturales.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|------------------------|--------------|--|
| Proyecto seleccionado | Kimiweb 2012 | Música argentina para piano II (proyecto 2235) |
| Monto aportado (pesos) | 98.916 | 101.253 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.



Seguridad vial

Indicador GRI: G4-S01

Los programas de seguridad vial de Toyota Argentina tienen el propósito de trabajar en el concepto de manejo seguro y en la prevención de accidentes de tránsito. En forma directa esto se logra por la participación activa de adolescentes y padres y en forma indirecta, a través de la difusión.

Programa Toyota y Vos



Desde 2007, Toyota Argentina lleva adelante su programa de seguridad vial, denominado *Toyota y Vos*. *Manejar seguro está en nuestras manos*, una actividad gratuita e itinerante de manejo seguro, destinada a jóvenes con registro y a sus padres.

El principal diferencial del programa es la utilización de la tecnología y los simulacros para replicar situaciones reales de riesgo del manejo cotidiano. A través de esta experiencia, los conductores adquieren –en condiciones seguras y ante la mirada de instructores profesionales– herramientas de manejo que luego formarán parte de su acervo de habilidades y que, difícilmente, puedan adquirirse sin riesgo en el manejo diario.

El programa comienza con una charla introductoria, y luego se realizan actividades prácticas que incluyen el uso de un simulador de impacto, ejercicios de frenado, distracciones, *slalom* (permite conocer el comportamiento del vehículo en cambios bruscos de dirección: transferencia de cargas y efecto péndulo).



Toyota y Vos Kids. Actividades en la 5^{ta} edición del programa

5^{ta} edición de Toyota y Vos Kids

En el marco del acuerdo firmado entre Toyota Argentina y el municipio de Zárate para promover la educación vial y el manejo seguro, se inició la 5^{ta} edición del este programa, con la participación de más de 1.500 niños de escuelas de la localidad.

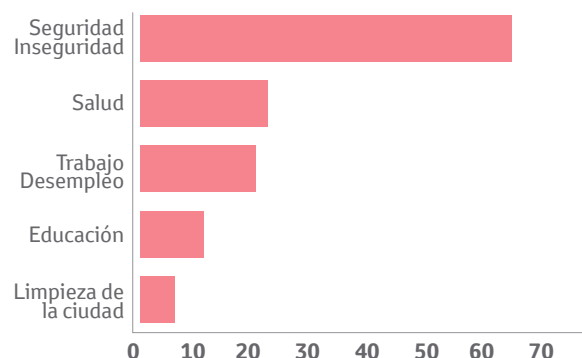
El programa recorrió Zárate, Roque Sáenz Peña (Chaco) y Corrientes, participando más de 4.000 niños.

Toyota y Vos Kids tiene como fin concientizar e instruir a niños de 5 a 9 años en el correcto desenvolvimiento en la vía pública, el conocimiento y el respeto por las normas y señales de tránsito, para que se transformen en agentes multiplicadores de saberes. Así, desde 2012, Toyota y Vos Kids se desarrolla a través de clínicas que ofrecen conceptos teóricos y prácticos que les permite a los niños ser mejores peatones y poder corregir a sus padres en sus hábitos de manejo. Esto se logra combinando un show con actores, prácticas en un parque móvil de educación vial y otras actividades lúdicas y/o talleres referidos a la seguridad vial.

Más programas

Indicador GRI: G4-S011

Siguiendo una filosofía de diálogo y apertura, se escuchan las necesidades de la comunidad local y se implementan programas de inversión social. Así, en 2014 se realizó un diagnóstico en la comunidad en Zárate para conocer sus principales necesidades y evaluar el conocimiento de las actividades de inversión social realizadas por TASA. Los resultados fueron considerados para planificar los programas de inversión social del 2015. Las principales inquietudes fueron:





Programa *Dream Car Art Contest*

Desde 2004, Toyota Motor Corporation desarrolla el concurso de arte *El auto de tus sueños*, como parte de las iniciativas con la comunidad. La acción invita a niños menores de 16 años, de todo el mundo, a compartir sus ideas sobre el futuro de la movilidad, para promover su interés por los autos y la importancia de tener sueños. De esta manera, bajo la premisa *Toda gran idea nace con un sueño*, Toyota estimula la creatividad y desafía la imaginación de la próxima generación de grandes inventores, pensadores y soñadores.

En la Argentina, el concurso se realiza desde 2012 con tres ediciones finalizadas, y constituye una de las acciones de RSE centrada en el fortalecimiento del vínculo familiar como método para generar un espacio de acercamiento, educación y compromiso.

En la última edición, se realizó una alianza con el programa Toyota y Vos y se brindaron 60 talleres de seguridad vial en las escuelas primarias de Zárate para los alumnos de 5^{to} grado y, como todos los años, se trabajó articuladamente con la red de concesionarios, quienes llevaron el concurso a las escuelas y a las organizaciones sociales de sus zonas de influencia.

“Los chicos participaron entusiasmados; aprendieron sobre la fabricación de automotores y la importancia de que empresas como Toyota den trabajo y ayuden a la comunidad. Nos gustó que reforzaran conceptos básicos sobre el cuidado del medio ambiente. Agradecemos mucho que se interesen por la educación de los chicos, sobre todo de los más carenciados.”

SOLEDAD AYERZA - ONG POTENCIALIDADES

El *Dream Car Art Contest* tiene dos instancias:

- Una primera nacional, que se realiza en las filiales de Toyota en el mundo y en cada uno de ellas selecciona 9 dibujos nacionales (3 por categoría).
- La segunda se realiza en Japón y allí se realiza una selección mundial, con los dibujos ganadores de las instancias nacionales.

Los dibujos ganadores son seleccionados por un jurado integrado por el CEO de Toyota Argentina, artistas plásticos, diseñadores, líderes de opinión, profesores de arte y directivos de los concesionarios.

| Concepto | 2014/2015 |
|-----------------------------|-----------|
| Concesionarios | 41 |
| Escuelas públicas de Zárate | 41 |
| Dibujos | 7.700 |

Cifras al 31 de marzo del período.

Para conocer más y ver los dibujos ganadores de la última edición, visite www.toyota.com.ar.

7.700
fueron los dibujos recibidos de todo el país.

A nivel global, se realizó la 9^{na} edición del Dream Car Art Contest, con una participación de 662.000 dibujos provenientes de más de 80 países.

Programa Acercarse

Toyota Argentina integra esta iniciativa junto a otras 20 empresas de Zárate, que trabajan juntas desde 2009 para promover el desarrollo de Zárate y Campana. Para garantizar el buen desarrollo de los programas implementados, se cuenta con el respaldo técnico del Comité Interindustrial de Conservación del Ambiente Campana-Zárate (CICACZ), de la Inspección General de Escuelas, de la Secretaría de Medio Ambiente de los municipios de Zárate y de Campana.

Durante 2014 se continuó el programa *La basura sirve* que trabaja aspectos de separación y reciclado de residuos con estudiantes, implementado desde 2012 con la Secretaría de medio ambiente del municipio de Zárate. Este programa, además de tener un impacto positivo en la calidad ambiental, promueve la superación entre las escuelas, ya que al finalizar cada año, se les otorga un reconocimiento por su desempeño.

Las actividades se orientan hacia los más chicos y jóvenes, quienes actúan como multiplicadores del mensaje. Así, el programa logra la inmejorable posibilidad de cambiar hábitos para tener una vida más saludable y sustentable en toda la comunidad.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|-------------------------------|-----------|-----------|
| Envases PET recolectados (kg) | 3.176 | 5.222 |
| Alumnos participantes | 4.476 | 4.900 |
| Escuelas involucradas | 13 | 17 |

Apoyando el crecimiento de las economías regionales

Durante los primeros meses de 2015 completamos la ampliación de la parroquia Nuestra Señora de Fátima, en la localidad de Zárate, espacio que se utilizará para la integración social, dedicado a la comunidad, para que las economías regionales puedan vender sus productos.

Visitas a la planta industrial

Durante este período, cumpliendo con el *Hoshin* que compromete a la Compañía a promover proyectos que contribuyan a su reputación, se desarrollaron programas de puertas abiertas, para que la comunidad local conozca la planta y su proceso productivo.

| Concepto | 2013/2014 | 2014/2015 |
|---------------------------------|-----------|-----------|
| Visitantes | 842 | 644 |
| Instituciones | 26 | 26 |
| Instituciones visitantes | | |
| Universidades | 10 | 9 |
| Escuelas técnicas y medias | 14 | 13 |
| Otras | 2 | 4 |

Cifras al 31 de marzo de cada período.

En este sentido y para promover el liderazgo de Toyota Argentina en el sector automotriz y en la comunidad, se está desarrollando el Centro de visitas en la planta industrial de Zárate, que abrirá al público en 2016.

Asistencia ante emergencias

Toyota Argentina colabora con las comunidades cercanas ante situaciones de emergencia climática. En estas ocasiones busca articular con su cadena de valor para multiplicar el esfuerzo realizado. Se trabaja en alianza con la ONG SAR -Cuerpo Argentino de Rescate – a través del préstamo de vehículos para rescates. Se realizan colectas en especies entre los empleados y en alianza con la Cruz Roja (Zárate), se identifican las necesidades y se coordina la entrega de los elementos. Se asiste a los empleados afectados y a sus familias.

Colecta Family Fest

La Compañía realiza una fiesta de fin de año para sus colaboradores y familiares. En esta oportunidad todos participaron de una iniciativa que recolectó 4.100 kg de alimentos no perecederos, entregados a 5 comedores infantiles de Zárate: *Capullitos, Evita, Madre Teresa por los Niños, Monseñor Romero y Los chicos de Reysol.*

Donaciones y contribuciones

Desde Toyota Argentina, y para contribuir al fortalecimiento y desarrollo de la comunidad, se realizan donaciones y contribuciones a organizaciones sociales de Zárate.



- 10. > ÍNDICE DE CONTENIDO
GRI G4

- > INFORME DE
ASEGURAMIENTO
INDEPENDIENTE

**CONTENIDOS BÁSICOS
GENERALES****PÁGINA DESCRIPCIÓN****ESTRATEGIA Y ANÁLISIS**

| | | |
|------|-------|--|
| G4-1 | 3 | Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la Sustentabilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla |
| G4-2 | 3, 23 | Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades |

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

| | | |
|-------|--------|---|
| G4-3 | 10 | Nombre de la organización |
| G4-4 | 11 | Marcas, productos y servicios más importantes de la organización |
| G4-5 | 10 | Lugar donde se encuentra la sede de la organización |
| G4-6 | 10 | Países en los que opera la organización |
| G4-7 | 10 | Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica |
| G4-8 | 10 | Indique a qué mercados se sirve |
| G4-9 | 10, 11 | Determine la escala y dimensiones de la organización |
| G4-10 | 11 | Composición de los empleados de la organización |
| G4-11 | 11 | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos |
| G4-12 | 32 | Describa la cadena de suministro de la organización |
| G4-13 | 16 | Cambios significativo que haya tenido lugar durante el periodo, en el tamaño, la estructura, la propiedad, entre otros |
| G4-14 | 23 | Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución |
| G4-15 | 26 | Elabora una lista de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado |
| G4-16 | 26 | Elabora una lista de las asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece |

ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

| | | |
|-------|----|---|
| G4-17 | 16 | Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización, y señale si alguna de estas entidades no figuran en la memoria |
| G4-18 | 17 | Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto |
| G4-19 | 17 | Elabore una lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria |
| G4-20 | 17 | Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material |
| G4-21 | 17 | Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material |
| G4-22 | 16 | Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas |
| G4-23 | 16 | Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores |

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

| | | |
|-------|----|--|
| G4-24 | 20 | Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización |
| G4-25 | 20 | Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja |
| G4-26 | 20 | Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés |
| G4-27 | 20 | Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización |

PERFIL DE LA MEMORIA

| | | |
|-------|--------|--|
| G4-28 | 16 | Periodo objeto de la memoria |
| G4-29 | 16 | Fecha de la última memoria |
| G4-30 | 16 | Ciclo de presentación de memorias |
| G4-31 | 16 | Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria |
| G4-32 | 16 | Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización, facilite el índice de GRI de la opción elegida y facilite la referencia al informe de Verificación externa, si procede |
| G4-33 | 94, 95 | Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria |

GOBIERNO

| | | |
|-------|----|--|
| G4-34 | 23 | Describa la estructura de gobierno de la organización, los comités del órgano superior de gobierno |
| G4-35 | 23 | Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social |
| G4-45 | 23 | Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Además indicar si se efectúan consultas a los grupos de interés en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social |
| G4-46 | 27 | Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales |
| G4-47 | 27 | Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social |
| G4-48 | 23 | Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de Sustentabilidad de la organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados |

ÉTICA E INTEGRIDAD

| | | |
|-------|-------|--|
| G4-56 | 8, 27 | Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos |
| G4-57 | 27 | Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento |
| G4-58 | 27 | Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización |

**INFORMACIÓN SOBRE
EL ENFOQUE DE GESTIÓN PÁGINA DESCRIPCIÓN
E INDICADORES**

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

| | | |
|--------|----|--|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión adoptado por la organización para los aspectos materiales |
|--------|----|--|

CATEGORÍA: ECONOMÍA

Aspecto material: **desempeño económico**

| | | |
|--------|----|--|
| G4-EC1 | 31 | Valor económico directo generado y distribuido |
| G4-EC2 | 11 | Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático |
| G4-EC4 | 31 | Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno |

Aspecto material: **presencia en el mercado**

| | | |
|--------|----|--|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EC5 | 65 | Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas |
| G4-EC6 | 66 | Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas |

Aspecto material: **prácticas de adquisición**

| | | |
|--------|--------|--|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EC9 | 32, 37 | Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales |

CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE

Aspecto material: **materiales**

| | | |
|----------|--------|------------------------------------|
| G4 - DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN1 | 61, 63 | Materiales por peso o volumen |

Aspecto material: **energía**

| | | |
|--------|--------|------------------------------------|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN3 | 52 | Consumo energético interno |
| G4-EN4 | 52 | Consumo energético externo |
| G4-EN6 | 52 | Reducción del consumo energético |

Aspecto material: **agua**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN8 | 57 | Captación total de agua según la fuente |
| G4-EN10 | 56 | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada |

**INFORMACIÓN SOBRE
EL ENFOQUE DE GESTIÓN
E INDICADORES**

Aspecto material: **biodiversidad**

| | PÁGINA | DESCRIPCIÓN |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN11 | 62 | Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad |
| G4-EN12 | 62 | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios |
| G4-EN13 | 62 | Hábitats protegidos o restaurados |
| G4-EN14 | 77 | Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones según el nivel de peligro de extinción de la especie |

Aspecto material: **emisiones**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN15 | 54 | Emisiones directas de gases de efecto invernadero (fuentes dentro de la organización) |
| G4-EN16 | 54 | Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2) |
| G4-EN17 | 54 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3) |
| G4-EN19 | 54 | Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero |
| G4-EN20 | 54 | Emisiones de sustancias que agotan el ozono |
| G4-EN21 | 54 | Óxidos de nitrógeno (NO _x) óxidos de azufre (SO _x) y otras emisiones atmosféricas significativas |

Aspecto material: **efluentes y residuos**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN22 | 58 | Vertido total de aguas, según su calidad y destino |
| G4-EN23 | 58 | Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento |
| G4-EN24 | 58 | Número y volumen totales de los derrames significativos |
| G4-EN25 | 58 | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III, y VIII del convenio de Basilea, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente |

Aspecto material: **productos y servicios**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN27 | 11 | Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios |

Aspecto material: **cumplimiento regulatorio**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN29 | 63 | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental |

**INFORMACIÓN SOBRE
EL ENFOQUE DE GESTIÓN
E INDICADORES**

Aspecto material: **transporte**

| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
|---------|--------|---|
| G4-EN30 | 54 | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal |

Aspecto material: **general**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN31 | 63 | Desglose de los gastos y las inversiones ambientales |

Aspecto material: **evaluación ambiental de los proveedores**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN32 | 35 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales |

Aspecto material: **mecanismos de reclamación en materia ambiental**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 50 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-EN34 | 63, 65 | Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación |

CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL

SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

Aspecto material: **empleo**

| | | |
|--------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-LA1 | 66 | Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región |

Aspecto material: **relaciones entre los trabajadores y la dirección**

| | | |
|--------|--------|---|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-LA4 | 66 | Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos |

Aspecto material: **salud y seguridad en el trabajo**

| | | |
|--------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-LA5 | 68 | Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral |
| G4-LA6 | 68 | Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo |
| G4-LA7 | 68 | Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad |
| G4-LA8 | 66, 68 | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos |

**INFORMACIÓN SOBRE
EL ENFOQUE DE GESTIÓN
E INDICADORES**

Aspecto material: **capacitación y educación**

| | PÁGINA | DESCRIPCIÓN |
|---------|---------------|---|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-LA9 | 72 | Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral |
| G4-LA10 | 32, 37, 72 | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales |
| G4-LA11 | 72 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional |

Aspecto material: **diversidad e igualdad de oportunidades**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-LA12 | 23, 66 | Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad |

Aspecto material: **mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales**

| | | |
|---------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-LA16 | 27 | Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación |

SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS

Aspecto material: **no discriminación**

| | | |
|--------|--------|---|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-HR3 | 65 | Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas |

Aspecto material: **libertad de asociación y negociación colectiva**

| | | |
|--------|--------|---|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-HR4 | 32, 65 | Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos |

Aspecto material: **trabajo infantil**

| | | |
|--------|--------|---|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-HR5 | 32, 65 | Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil |

Aspecto material: **trabajo forzoso**

| | | |
|--------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-HR6 | 32, 65 | Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso |

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES

PÁGINA DESCRIPCIÓN

Aspecto material: **medidas de seguridad**

| | | |
|--------|--------|--|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-HR7 | 77 | Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones |

Aspecto material: **evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos**

| | | |
|---------|--------|---|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-HR10 | 32 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos |

Aspecto material: **mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos**

| | | |
|---------|--------|---|
| G4-DMA | 23, 65 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-HR12 | 27 | Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación |

SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD

Aspecto material: **comunidades locales**

| | | |
|--------|------------|---|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-SO1 | 77, 79, 82 | Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local |

Aspecto material: **lucha contra la corrupción**

| | | |
|--------|--------|---|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-SO4 | 27, 28 | Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción |
| G4-SO5 | 27 | Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas |

Aspecto material: **prácticas de competencia desleal**

| | | |
|--------|----|--|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-SO7 | 31 | Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas |

Aspecto material: **evaluación de la repercusión social de los proveedores**

| | | |
|--------|-------------|---|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-SO9 | 28, 32 a 36 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social |

Aspecto material: **mecanismos de reclamación por impacto social**

| | | |
|---------|----|--|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-SO11 | 82 | Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación |

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES

SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

Aspecto material: **salud y seguridad de los clientes**

| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
|--------|--------|---|
| G4-PR1 | 37, 45 | Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras |

Aspecto material: **etiquetado de los productos y servicios**

| | | |
|--------|----|--|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-PR5 | 46 | Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes |

Aspecto material: **cumplimiento regulatorio**

| | | |
|--------|----|--|
| G4-DMA | 23 | Descripción del enfoque de gestión |
| G4-PR9 | 31 | Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios |



Informe De Seguridad Independiente

A los señores Presidente y Directores de
Toyota Argentina S.A.
Av. Eduardo Madero 1020, Piso 5
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Introducción

Hemos sido contratados por los directores de Toyota Argentina S.A. para realizar un encargo de aseguramiento limitado sobre cierta información contenida en el Reporte de Sustentabilidad 2015 por el ejercicio comprendido entre 1/04/2014 y 31/03/2015. La preparación del Reporte de Sustentabilidad 2015 es responsabilidad del Directorio de la Sociedad. Nuestra responsabilidad consiste en emitir un informe de aseguramiento limitado e independiente sobre el Reporte de Sustentabilidad 2015 con el alcance detallado en el presente Informe.

Información sujeta a análisis

Nuestro trabajo de aseguramiento limitado consistió en la revisión de la siguiente información contenida en el Reporte de Sustentabilidad 2015:

- indicadores claves detallados en el anexo adjunto;
- la autodeclaración realizada por Toyota Argentina S.A. respecto a que se ha cumplido con los contenidos básicos recomendados en la Guía para la elaboración de reportes de sustentabilidad del "Global Reporting Initiative", versión G4 (en adelante "GRI G4") para una opción de conformidad esencial.

Responsabilidad del Directorio

El Directorio de Toyota Argentina S.A. es responsable por:

- el contenido del Reporte de Sustentabilidad 2015;
- haber establecido como criterio para el Reporte de Sustentabilidad 2015 los lineamientos del GRI G4 y los indicadores en el Reporte de Sustentabilidad 2015;
- realizar la medición del desempeño basados en la guía GRI G4;
- el diseño, la implementación y el mantenimiento de controles internos para que la preparación de la información sujeta a análisis esté libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error; y
- mantener registros adecuados para respaldar el proceso de información.

Responsabilidad del profesional interviniente

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una conclusión independiente, con base en nuestros procedimientos de aseguramiento limitado, acerca de la existencia de algún tema que nos haya llamado la atención para indicar que la información de sustentabilidad, identificada en la sección "Información sujeta a análisis", contenida en el Reporte de Sustentabilidad 2015 no se ha manifestado, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con los criterios de presentación de la información.

Llevamos a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la Resolución Técnica N° 35 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) en lo que respecta a las Normas Internacionales de Compromisos de Seguridad 3000 (ISAE 3000 por sus siglas en inglés) "Compromisos de aseguramiento diferentes de auditoría o revisión de información financiera histórica". Esta norma requiere que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo para obtener un grado de aseguramiento limitado sobre la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro informe.

Independencia y Control de Calidad

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la Federación Internacional de Contadores (IFAC por sus siglas en inglés).

Nuestra firma mantiene, de acuerdo con la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (ISQC 1 por sus siglas en inglés), un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados en relación con el cumplimiento de requisitos éticos, normas profesionales y regulación aplicable.

Resumen del trabajo realizado

Nuestros procedimientos incluyen el examen, en función de pruebas sobre bases selectivas, de la evidencia relacionada con la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro Informe. También se incluye una evaluación de las estimaciones o juicios significativos realizados por el Directorio para preparar esa información. Los procedimientos para obtener información fueron más limitados en comparación con una auditoría y, por ello, el nivel de aseguramiento es menor que el que se habría obtenido en un trabajo de auditoría o de aseguramiento razonable.

Nuestro trabajo consistió, entre otros procedimientos, en:

- evaluar el diseño de los procesos claves y controles para monitorear, registrar y reportar la información seleccionada. Nuestro trabajo no incluye el testeado de la efectividad de los controles operativos para el período bajo análisis;
- realizar pruebas, sobre bases selectivas, para verificar la exactitud de la información presentada;
- realizar entrevistas con la gerencia y altos directivos para evaluar la aplicación de los lineamientos GRI G4;
- inspeccionar, sobre bases selectivas, la documentación para corroborar las manifestaciones de la gerencia y altos directivos en nuestras entrevistas;
- revisar la tabla resumen de GRI para considerar la afirmación de la gerencia en relación con la aplicación de los lineamientos del GRI G4.

Creemos que la evidencia que obtuvimos es suficiente y adecuada para brindarnos una base para nuestra conclusión de aseguramiento limitado.

La información no financiera está sujeta a limitaciones propias distintas que la información financiera, dada su naturaleza y los métodos utilizados para determinar, calcular, hacer muestreos o estimar valores. Las interpretaciones cualitativas de relevancia, materialidad y exactitud de los datos están sujetas a suposiciones y criterios individuales.

No hemos llevado a cabo ningún trabajo sobre información presentada correspondiente a períodos anteriores o con relación a objetivos y proyecciones futuras. No hemos realizado ningún trabajo fuera del alcance acordado y por ello, nuestra conclusión se limita solamente a la información de sustentabilidad identificada y revisada.

Conclusión

Sobre la base del trabajo descrito en el presente Informe, nada llamó nuestra atención que nos hiciera pensar que la información sujeta a análisis, incluida en el Reporte de Sustentabilidad 2015 de Toyota Argentina S.A., referente al ejercicio comprendido entre 1/04/2014 y 31/03/2015, no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los lineamientos GRI G4 y con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 10 de agosto de 2016

PRICE WATERHOUSE & CO.
ASESORES DE EMPRESAS S.R.L.

(Socio)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 F° 18
Dr. Norberto N. Rodríguez
Contador Público (UBA)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 209 F° 33

Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., Bouchard 557, piso 8°, C1106ABG - Ciudad de Buenos Aires, T: +(54.11) 4850.6000, F: +(54.11) 4850.6100, www.pwc.com/ar

Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. es una firma miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Cada una de las firmas es una entidad legal separada que no actúa como mandataria de PwCIL ni de cualquier otra firma miembro de la red.

ANEXO – Indicadores objeto de la revisión

| Indicador GRI | Descripción |
|---------------|---|
| EC1 | Valor económico directo generado y distribuido |
| EC6 | Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local |
| EC9 | Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales |
| EN1 | Materiales por peso o volumen |
| EN3 | Consumo energético interno |
| EN8 | Captación total de agua según la fuente |
| EN11 | Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad |
| EN16 | Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2) |
| EN22 | Vertido total de aguas, según su calidad y destino |
| EN27 | Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios |
| EN29 | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental |
| EN30 | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal |
| EN31 | Desglose de los gastos y las inversiones ambientales |
| EN32 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales |
| EN34 | Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación |
| LA1 | Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región |
| LA4 | Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos |
| LA5 | Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral |
| LA11 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional |
| LA12 | Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad |
| LA16 | Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación |
| HR3 | Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas |
| HR4 | Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos |
| HR5 | Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil |

| | |
|------|--|
| HR6 | Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso |
| HR7 | Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones |
| HR10 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos |
| HR12 | Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación |
| SO1 | Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local |
| SO4 | Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción |
| SO7 | Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas |
| SO9 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social |
| SO11 | Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación |
| PR1 | Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras |
| PR5 | Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes |
| PR9 | Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios |

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2015

El presente Reporte de Sustentabilidad fue publicado por:

TOYOTA ARGENTINA S.A.

Área de Responsabilidad Social y Comunidad

Colaboraron en este reporte

Agustina Mikulka
Agustina Palmieri
Alfredo Álvarez Páramo
Alfredo Cerra
Alicia Segura
Amanlio Giordano
Andrea Pont Verges
Andrés Cortina
Andrés Laber
Atilio Figueiras
Bruno Guliuzzo
Carlos Llera
Daniel Padilla
Daniel Silvestrín
Diego Monteleone
Emilia Mizukawa
Fabián Miquelot
Fabiola Zandalazini
Federico Manjón
Fernanda Gallino
Fernando Barri
Fernando Di Fazio
Fernando Lema
Fernando Wagner
Gabriel De Villafañe
Germán Gomariz
Gustavo Tallar
Ignacio Pirker
Javier Ruvolo
Juan Ignacio Colombo
Juan Leonetti
Karen Filippi
Leandro Novellino
Leonardo Najmanovich
Marcela Marino
Marcelo Catino
María Eugenia Toledo
Mariana Gutiérrez
Mariana Jourdan
Marianela Santángelo
Mariano Lozada
Martín Bianchi

Martín Rodríguez
Matías Allegretta
Matías Peri
Mauricio Carro
Mauricio Gabriel Corsi
Maximiliano D´Arruda
Orlando Acosta
Pablo Alvigini
Roberto Hegglin
Rogelio Cipriani
Romina Takahashi
Roque Agustín Romano
Santiago Dunne
Santiago Roca
Santiago Sellart
Sebastián Osella
Sergio Cortabarría
Vanesa Isabello
Vanesa Rodríguez

ASESORAMIENTO EXTERNO

AG Sustentable
www.agsustentable.com

DISEÑO

Eduardo E. Neira & Asociados
www.eduardoneira.com.ar

ASEGURAMIENTO EXTERNO

PWC Argentina

Este reporte, así como las ediciones anteriores, se encuentran disponibles en el sitio web de Toyota Argentina:

www.toyota.com.ar

Para consultas o sugerencias puede contactarnos a:

rse@toyota.com.ar

GLOSARIO

| TÉRMINO | DEFINICIÓN |
|--------------------------|--|
| <i>Jikoutei Kanketsu</i> | Construir la calidad en cada proceso |
| <i>Jirutsuma</i> | Capacidad de operar y administrarse con autosuficiencia |
| JIT | <i>Just In Time</i> (justo a tiempo) |
| JS | Jefe de sección |
| JT | Jefe de turno |
| <i>Kanban</i> | Herramienta utilizada para el abastecimiento de piezas a la línea, con el objetivo de producir lo que se necesita, cuando se necesita y en las cantidades necesarias |
| KPI | <i>Key Performance Index</i> (indicador de performance) |
| Kz | <i>Kaizen</i> (mejora continua) |
| <i>Lead Time</i> | Tiempo que transcurre entre el pedido y la entrega del vehículo al cliente |
| OSHMS | <i>Occupational Safety and Health Management System</i> (sistema de gestión de la seguridad y salud ocupacional) |
| PAD | <i>Plant Administration</i> (Administración de Planta) |
| PDCA | <i>Plan, Do, Check, Action</i> (planificar, ejecutar, controlar, actuar) - Ciclo Deming de mejora |
| PS | <i>Problem Solving</i> (solución de problemas) |
| QA | <i>Quality Assurance</i> (aseguramiento de la calidad) |
| QC | <i>Quality Control</i> (control de calidad) |
| <i>QC Seven Tools</i> | 7 herramientas de calidad |
| QCC | <i>Quality Control Circles</i> (círculos de calidad) |
| <i>Seiketsu</i> | Preservar |
| <i>Seiri</i> | Clasificar |
| <i>Seiso</i> | Limpiar |
| <i>Seiton</i> | Ordenar |
| SGA | Sistema de gestión ambiental |
| <i>Shitsuke</i> | Disciplina |
| Sistema <i>Pull</i> | Tirar de la producción. Usar sólo lo necesario |
| SMATA | Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor |
| <i>Stop Six</i> | Clasificación de accidentes que por su gravedad potencial pueden ser fatales |
| <i>Takt Time</i> | Tiempo tacto - Tiempo que debe tomar la producción de un componente o un vehículo |
| TASA | Toyota Argentina Sociedad Anónima |
| TASA QMS | Toyota Argentina Sociedad Anonima - <i>Quality Management System</i> (sistema de gestión de la calidad de TASA) |

| TÉRMINO | DEFINICIÓN |
|-----------------|---|
| TBP | <i>Toyota Business Practices</i> (prácticas empresariales de Toyota) |
| TCS | <i>Toyota Communication Skills</i> (técnicas de comunicación Toyota) |
| TDB | Toyota de Brasil |
| TL | <i>Team leader</i> (Líder de célula) |
| TM | <i>Team member</i> (Operario polivalente - Miembro de célula) |
| TMC | Toyota Motor Corporation (casa matriz - Japón) |
| TPM | <i>Total Production Management</i> (mantenimiento productivo total) |
| TQM | <i>Total Quality Management</i> (Administración de calidad total) |
| Troubleshooting | Método estandarizado para resolver problemas que ocurren en los productos o procesos |
| TW | <i>Toyota Way</i> |
| Yokoten | Aplicar el mismo <i>kaizen</i> en otros procesos |
| Yoshi Yoshi | Chequeo visual que se realiza con las manos en cada cruce peatonal |
| Muda | <p>Sin valor agregado - desperdicio: Aquellos elementos de producción que no agregan valor al producto y sólo aumentan los costos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muda de sobreproducción • Muda de transporte • Muda de inventario • Muda de corrección • Muda de espera • Muda de procesamiento • Muda de movimiento |
| Andon | Panel electrónico de control visual - pizarra electrónica la cual se enciende para ver de inmediato el estado actual de la operaciones de trabajo. El <i>andon</i> permite que los supervisores tomen una rápida acción correctiva cuando surge algún problema. Además de indicar situaciones irregulares, algunos <i>andon</i> proporcionan instrucciones de trabajo (tales como verificaciones de calidad, cambio de herramientas de corte, y partes para el transporte) y ofrecen información sobre el progreso del trabajo. |
| Pokayoke | <p>Dispositivos que detectan situaciones irregulares en un proceso de producción antes de que ocurran, o una vez que éstos ocurren, detienen la maquinaria o equipo y evitan la producción de productos defectuosos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aquellos que evitan los errores a través de operadores, y aquellos que detectan los errores a través de un operador y ofrecen aviso. • Aquellos que detectan defectos en productos y previenen que se continúen realizando otros procesos sobre dichos productos. |
| STDW | <i>Standard work</i> (trabajo estandarizado) - El Sistema de Producción Toyota organiza todos los trabajos alrededor de movimientos humanos y crea una secuencia de producción eficiente sin <i>muda</i> . El trabajo estandarizado se compone de tres elementos: <i>Takt Time</i> , la secuencia de trabajo y la existencia estándar en proceso. |
| TPS | <i>Toyota Production System</i> (Sistema de Producción Toyota) - Sistema de producción que persigue la óptima modernización de todo el sistema por medio de la completa eliminación de <i>Muda</i> (no valor agregado) y está dirigida a construir Calidad en los procesos de elaboración mientras que reconoce el principio de reducción de costo. También incluye toda la tecnología necesaria para lograr estos objetivos. Los dos subsistemas que apoyan el Sistema de Producción de Toyota son <i>Justo a tiempo</i> y <i>jidoka</i> . |

Conocé más de nuestras acciones de sustentabilidad en
www.toyota.com.ar

PLANTA INDUSTRIAL ZÁRATE

Producción, administración y logística

Ruta 12 km 81, Zárate - B28000FA

Provincia de Buenos Aires

Teléfono: +54 3487 44-3000

Fax: +54 3487 44-3300

Oficinas comerciales y administrativas

Thomas Edison 2659, 2° piso, edif. Este

Martínez, provincia de Buenos Aires

Teléfono: +54 11 5194-4500

Fax: +54 11 5194-4519

TOYOTA