

2011

REPORTE DE
SUSTENTABILIDAD

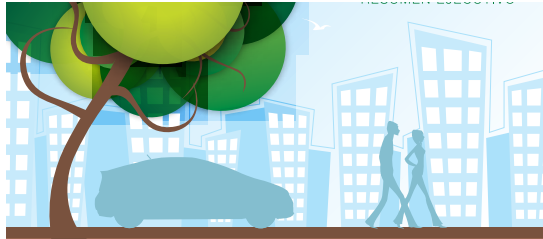
VERSIÓN COMPLETA



TOYOTA

INTRODUCCIÓN

- 6. Carta del Presidente
- 8. Acerca del Reporte
- 9. Principales números
- 10. Perfil de Toyota Argentina S.A.
- 11. Línea de modelos



FILOSOFÍA CORPORATIVA



- 12. Visión Global Toyota
- 12. Toyota gestión visionaria
- 14. Guía de Principios Toyota: Misión
- 14. Visión
- 15. Toyota Way
- 15. Visión Global Toyota 2020
- 23. Principios rectores de Toyota
- 16. Gobierno corporativo
 - 16. Directorio al 31/03/2012
- 16. Código de Conducta
- 17. Comité y Canal de Ética
- 17. Política de responsabilidad social empresaria
 - 17. Clientes
 - 17. Empleados
 - 18. Socios comerciales
- 18. Accionistas
- 18. Sociedad y comunidades locales
- 18. Ambiente
- 18. Comunidad
- 18. Contribución social
- 19. Estructura interna
- 19. Comité de Responsabilidad Social Empresaria
- 20. Reporte de Sustentabilidad
- 20. Expectativas
- 22. Definición de contenidos
- 22. Temas relevantes
- 23. Toyota Prius
 - 23. Inicios de la tecnología híbrida
 - 25. El Prius en Argentina

ASPECTOS AMBIENTALES



- 27. Energía y calentamiento global
 - 27. Consumo de energía
 - 28. Consumo de energía / Producción
 - 28. Por Fuente / Producción
 - 29. Consumo de energía / No Producción
 - 29. Por Fuente / No Producción
 - 30. Emisiones de CO₂
 - 30. Producción
 - 30. No Producción
 - 31. Monitoreo de CO₂ en logística
 - 31. Beneficios ambientales de los vehículos comercializados
 - 31. Fe de erratas
- 32. Gestión de los recursos
 - 32. Política de racionalización de recursos
 - 32. Agua
 - 33. Producción
 - 33. No Producción
 - 34. Planta de tratamiento de efluentes
 - 34. Etapas del proceso de tratamiento
 - 35. Mejora en tratamiento de lodos
 - 36. Monitoreo de efluentes
 - 36. Planta de reuso de agua
- 37. Residuos
 - 37. Resultados de la gestión
 - 38. Distribución
 - 38. En planta Zárate
 - 39. Tipos
- 40. Empaque y embalaje
 - 40. Material de embalaje
- 41. Generación / Producción
 - 41. Generación / No Producción
- 42. Calidad de aire
 - 42. Monitoreo de calidad de aire
 - 42. Compuestos orgánicos volátiles
 - 43. Emisiones de compuestos orgánicos volátiles
 - 43. Planta N° 1 en performance de emisión de VOC
 - 44. Laboratorio de control de emisiones vehiculares
- 44. Gestión ambiental
 - 44. Política ambiental
 - 45. Sistema de Gestión Ambiental
 - 46. 5^{to} Plan de acción quinquenal
 - 46. Tarjeta con la Política Ambiental
 - 47. Hitos Sistema de Gestión Ambiental
 - 47. Desarrollo
 - 48. Estructura organizacional del SGA
 - 48. Aspectos ambientales
 - 49. Anormalidades ambientales
 - 49. Auditorías ambientales
 - 49. Hallazgos de auditoría
 - 49. Certificación en concesionarios
 - 50. Certificación en proveedores
 - 50. Comité Ambiental Sudamericano
 - 50. Difusión y conciencia ambiental
 - 51. Mes del ambiente

ASPECTOS SOCIALES



53. Relación con los clientes

- 53. Toyota, sinónimo de calidad
- 53. Objetivos de calidad
- 54. Sistema de gestión de calidad
- 54. Inspección pre-entrega
- 54. Calidad en la satisfacción del cliente
- 54. Exhibición de campo acerca de los problemas de calidad
- 55. Mes de la Calidad
- 55. Ji Koutei Kanketsu (JKK)
- 55. Servicio: el cliente primero
- 56. Encuesta de satisfacción a clientes
- 57. Encuesta de calidad QAS
- 57. Seguridad

58. Relación con los colaboradores

- 58. Administración en RRHH
- 58. Principales indicadores
- 59. Dotación / 1997-2011
- 59. Dotación de personal
- 59. Beneficios para el personal
- 60. Salud y seguridad
- 60. Promoción de la salud
- 61. Promoción de la seguridad
- 62. Accidentes / Índice de frecuencia
- 62. Accidentes / Cantidad mensual
- 63. Brigada de emergencias
- 64. Comité de Higiene y Seguridad
- 64. Ítems detectados y resueltos
- 65. Organización
- 65. Patrullas de seguridad

66. Desarrollo y formación de RRHH

- 67. Capacitación / Producción
- 67. Capacitación / No Producción
- 69. Concurso de habilidades de producción
- 69. Centro de Entrenamiento
- 70. Sugerencias y Círculos de calidad
- 70. Sistema de sugerencias
- 70. Cantidad anual
- 71. Distribución por temas
- 71. Círculos de Calidad
- 71. Planes de ampliación
- 72. Comunicación interna
- 72. Sistema de dos vías
- 72. Compartiendo objetivos
- 72. Desayunos y almuerzos con el Presidente
- 73. Charla de 5 minutos
- 73. Día de la Familia
- 73. Revista Desde Adentro

74. Relación con la comunidad

- 74. Educación
- 74. Programa META
- 75. Introducción al mundo del trabajo
- 75. Campaña de lectura
- 75. Tecnicatura mantenimiento
- 76. Programas de crédito fiscal a proyectos educativos
- 76. Proyectos INET 2011
- 77. Proyectos COPRET 2011

- 78. Acto programas de educación
- 78. Visitas y apoyo a universidades
- 78. Promoción Educación ambiental
- 78. Programas educativos realizados
- 81. Semillas de Cambio.
- 81. Proyectos Semillas de Cambio
- 83. Comunidad
- 83. Comunidad japonesa
- 83. Capacitaciones AcercaRSE
- 84. Toyota y el deporte
- 85. Donación de la unidad 500.000
- 84. Seguridad vial
- 84. Toyota y Vos
- 85. Evolución

86. Relación con la cadena de valor

- 86. Concesionarios

- 86. Programas de capacitación
- 86. Programa TSM. Certificación en los procesos de posventa
- 87. Promotor *kaizen*
- 87. Promoción del Círculo *kaizen*
- 87. Certificación ambiental
- 88. Standard Ambiental Toyota
- 88. Certificación ISO 14001
- 88. Concurso anual de posventa
- 88. Habilidades de posventa
- 89. Proveedores
- 89. Certificación ISO 14001
- 90. Proveedores por tipo
- 91. Fortalecimiento de la gestión
- 92. Certificación por tipo
- 93. Convención anual

ASPECTOS ECONÓMICOS



95. TASA, productora y exportadora

- 96. Producción de vehículos
- 96. Histórico de ventas
- 96. Unidades producidas / vendidas
- 97. Evolución de los activos fijos
- 98. Bienes de uso marzo 2011
- 99. Cifras consolidadas

INDICADORES GRI

101. Tabla de indicadores GRI

- 102. Aplicación de la guía G3 de GRI
- 108. Notas

CARTA DEL PRESIDENTE



Como empresa joven y en pleno crecimiento en el país, sentimos mucho orgullo por todo lo que hacemos y la sustentabilidad es el desafío más importante que tenemos frente a las generaciones futuras.

Alineados con la Visión Global de Toyota en cuanto a calidad, innovación y respeto por el planeta, en nuestro país asumimos ese compromiso y lo renovamos año tras año a través de nuestras acciones.

En este nuevo reporte, con contenidos seleccionados en base a la escucha de los grupos de interés, queremos informarles los principales avances y aprendizajes logrados en la creación de valor económico, social y ambiental.

Ante mercados cada vez más exigentes y competitivos, los productos de la Planta Industrial de Zárate, reconocidos por su calidad y confiabilidad, siguen liderando sus respectivos segmentos. Asimismo, trabajamos para brindar la mejor calidad de servicios a nuestros clientes.

A lo largo de este período continuamos fortaleciendo nuestros ejes de acción creando conciencia ambiental, educando para una mayor inserción laboral, y contribuyendo a la reducción de accidentes

de tránsito con la capacitación de los jóvenes en sus primeras experiencias de manejo. Quiero agradecer a todos nuestros colaboradores por su dedicación para el logro de los objetivos comunes, a nuestros clientes por su confianza, a toda la cadena de valor con los que compartimos la pasión por la seguridad, calidad, la eficiencia y la mejora en cada uno de los procesos y productos, y a todos los lectores por su interés en nuestra compañía.

Esperando que esta nueva publicación satisfaga sus expectativas, los invito a participar con su opinión y formar parte de nuestro proceso de "mejora continua", en la búsqueda de un futuro mejor para todos.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniel Herrero'.

Daniel Herrero
Presidente de Toyota Argentina

Acerca del Reporte

La presente es la edición número 9 del Reporte de Sustentabilidad de Toyota Argentina. El mismo comprende el período fiscal que va de abril de 2010 a marzo de 2011 y se enmarca dentro de las prioridades de Toyota a nivel mundial: transparencia y rendición de cuentas -*accountability*-. En las diversas ediciones que se van presentando a lo largo de los años, se busca plasmar la política de puertas abiertas a las expectativas de todos los grupos de interés. En Toyota entendemos a los grupos de interés como cruciales en el éxito del negocio y por ello buscamos obtener una realimentación constante para entender sus expectativas y satisfacción en todos los niveles. En la edición anterior se llevó adelante la primera experiencia de diálogo y para ello se optó por realizar una consulta con personal de la compañía. En la presente edición se avanzó incorporando también al proceso de diálogo a proveedores, concesionarios y referentes de responsabilidad social empresaria (RSE). Toyota Argentina S.A. publica informes de gestión de manera anual, y la presente edición es la cuarta bajo la modalidad de

Reporte de Sustentabilidad, ya que de 2003 a 2005 fueron Reportes de Gestión Ambiental mientras que 2006 y 2007 fueron Reportes Sociales y Ambientales. A su vez, la presente edición es la tercera realizada bajo los lineamientos de la Guía G3 de GRI. Para asegurar la sistematización y confiabilidad, la información reflejada en el siguiente reporte surge de un trabajo sinérgico en el que participan todos los sectores de la compañía. La recopilación de información fue a través de informes oficiales, análisis y mediciones y entrevistas a los principales responsables de cada área o actividad. Asimismo se tuvo en consideración información de la casa matriz, los indicadores de períodos anteriores, así como apreciaciones y sugerencias por parte de los lectores. El proceso completo del Reporte podrá encontrarse en el primer capítulo del mismo mientras que la versión digital completa puede encontrarse en www.toyotanet.com.ar para consultas o sugerencias puede contactarnos a rse@toyota.com.ar

Principales números

La planta industrial de Toyota Argentina (TASA) es la **29** de las 53 de Toyota Motor Corporation (TMC) que abastecen a **170** países.

Producción del periodo:

70.134
vehículos.

51 de 73 bocas de venta y 59 proveedores certificaron (objetivo: 78).

ISO 14001

Generamos **25.105**

toneladas de CO₂ en logística de partes, repuestos y vehículos

631,16

proceden del transporte en nuestro predio industrial y

3.030,7

por el traslado del personal

Tasa de reciclabilidad

del **85,5** % de residuos dió un beneficio de \$

3.344.439

Cada vehículo producido por TASA

consume

3,49

GJ de energía, **3,74** m³ de agua;

genera

17,58

kg de residuos;

emite

37,89

g - m² pintado de VOC.

3.452

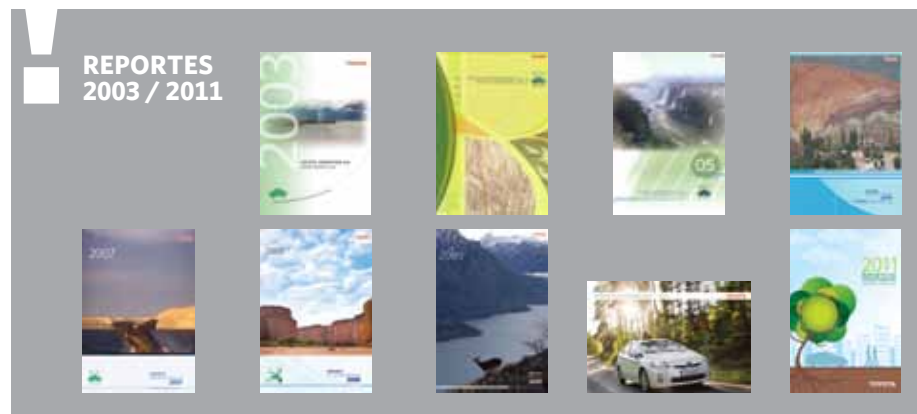
colaboradores,

319

nuevos puestos de trabajo y otros 300 próximamente.

32.146

patentamientos en Argentina.



Perfil de Toyota Argentina S.A.

En marzo de 1997 Toyota Motor Corporation (TMC) inauguró su 29^{na} planta de producción. Toyota Argentina S.A. es una empresa que fabrica y comercializa vehículos automotores en la República Argentina. La sede central se ubica en el municipio de Zárate, provincia de Buenos Aires, donde produce y distribuye sus productos hacia los mercados nacionales e internacionales. Las oficinas comerciales se encuentran en la localidad de Vicente López, provincia de Buenos Aires. Toyota Argentina es subsidiaria de TMC, situada en Japón, cuyas operaciones consolidadas comprenden 53 plantas industriales en 26 países que abastecen a más de 170 naciones.

La planta industrial de Toyota Argentina en Zárate se levanta sobre 132 hectáreas de área rural, de las cuales 135.403 m² corresponden a las áreas de producción y servicios. Allí, en enero de 2005, se comenzó con la fabricación de la tercera generación de la pick up Hilux en la Argentina, lanzamiento seguido de la versión SUV (siglas de *sport utility vehicle*, vehículo utilitario deportivo) en septiembre de 2005; conocido como Hilux SW4 o Fortuner para países fuera de Mercosur. Para consolidar y fortalecer sus operaciones en América Latina, en enero de 2003, la dirección de Toyota Argentina y Toyota do Brasil fue unificada conformando la estructura de Toyota Mercosur. La misma ha sido concebida en el marco de un acuerdo de crecimiento y contribución al desarrollo de las economías locales y Toyota Argentina asumió la responsabilidad de abastecer con pick ups Hilux y Hilux SW4 desde su planta de Zárate, mientras que Toyota do Brasil hace lo mismo con su vehículo Corolla. Durante 2006 Toyota Argentina incrementó





su capacidad de producción a 65.000 unidades anuales con el fin de responder más rápidamente a las necesidades del mercado local y de exportación, y en el año fiscal 2007 logró su récord de producción alcanzando las 70.000 unidades. En agosto de 2009, Toyota Argentina celebró la producción de la unidad número 400.000 y en noviembre de 2009 se convirtió en la primera automotriz en introducir al mercado local un vehículo híbrido, el Prius. En 2011 logramos llegar a la unidad 500.000 y para finales del mismo año está previsto lograr una ampliación de producción que nos permita alcanzar una producción de 92.000 unidades anuales.





Toyota Argentina se ha convertido en una plataforma de producción y exportación de vehículos comerciales para América Latina, incluyendo México y el Caribe.

“ De esta manera, provee vehículos a países que anteriormente eran abastecidos desde Japón, lo que acredita el reconocimiento a la calidad de la producción local, al mismo nivel de los estándares mundiales de Toyota.

Línea de modelos

Toyota Argentina comercializa diversas líneas de modelos en la Argentina. La misma incluye sedanes (Corolla, Camry, Prius); pick ups (Hilux), y utilitarios deportivos (SW4, RAV4, Land Cruiser Prado y Land Cruiser 200).

Modelo			
			
Corolla	Camry	Prius	Hilux
Patentamiento			
8.978	179	117	18.432
Motor			
1,8 l	2,4 l / 3,5 l	1,8 l	3,0 TDI - 2,5 TD
Código de motor			
1ZZ-FE	2AZ-FE / 2GR-FE	1ZR-FXE	1KD-FTV / 2KD-FTV
Emisiones			
Euro 3	Euro 4	Euro 4	Euro 3
Transmisión			
5 M-T / 4 A-T	5 A-T / 6 A-T	CVT	5 M-T / 4 A-T

Modelo			
			
SW4	RAV4	Land Cruiser Prado	Land Cruiser 200
Patentamiento			
2.132	1.884	376	48
Motor			
3,0 TDI	2,4 l	4,0 l	4,6 l
Código de motor			
1KD-FTV	2AZ-FE	1GR-FE	1VD-FTV
Emisiones			
Euro 3	Euro 4	Euro 4	Euro 4
Transmisión			
5 M-T / 4 A-T	4 A-T	6 M-T / 5 A-T	6 A-T

FILOSOFÍA CORPORATIVA

12. Visión Global Toyota

12. Toyota gestión visionaria

14. Guía de principios Toyota

15. Toyota Way

15. Visión Global Toyota 2020

16. Gobierno corporativo

16. Código de conducta

17. Comité y Canal de ética

17. Responsabilidad social empresaria

23. Toyota Prius

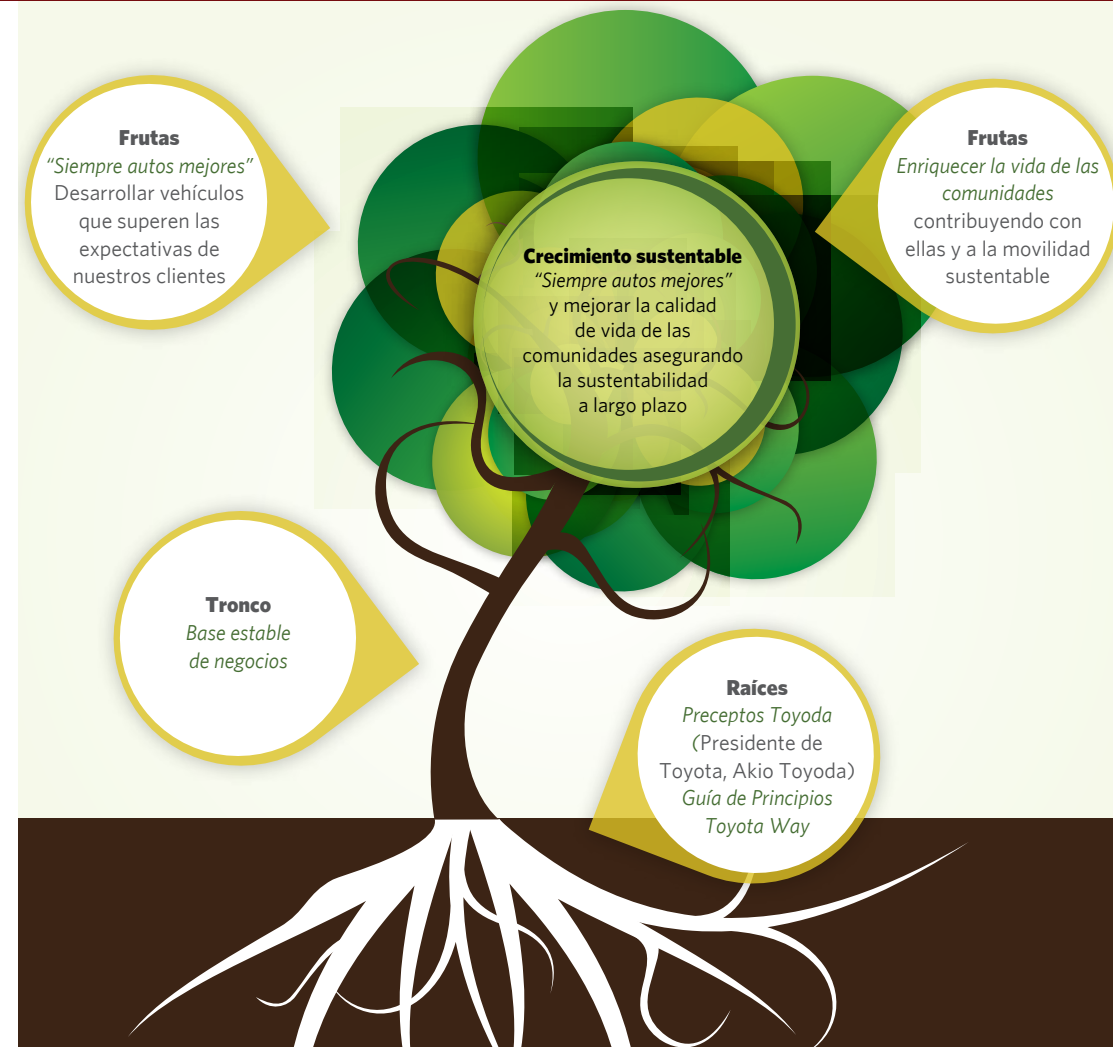
Visión Global Toyota

En marzo del 2011 se modificó la visión global producto de la articulación entre la clase de compañía que es Toyota y la que debería ser. Así se llegó a la nueva visión global. Recompensada con una sonrisa de nuestros clientes y superando sus expectativas es que Toyota mostrará el camino para el futuro de la movilidad, aportando a las comunidades con las formas más seguras y responsables de manejo. A través del compromiso con la calidad, la innovación constante y el respeto por el planeta, el objetivo es superar las expectativas de los clientes y ser recompensados con una sonrisa. Cumplir estos difíciles objetivos solo es posible gracias al talento y pasión con los que nuestros colaboradores participan.

Toyota gestión visionaria

La imagen de un árbol ha sido elegida para simbolizar la visión global de Toyota de las raíces a las frutas. Las raíces del árbol son los valores compartidos de Toyota desde el principio y que han sustentado nuestra *Monozukuri* (hacer cosas) como la base del negocio. El "fruto" es el producto que Toyota ofrece a los clientes, la creación de "siempre autos mejores" y el mejorar la calidad de vida en las comunidades en las cuales operamos. Así, Toyota busca generar continuos esfuerzos para llegar a ser una empresa de admiración y confianza en la comunidad. El "tronco" del árbol, el soporte subyacente de Toyota, es la creación de productos que ganan sonrisas de nuestros clientes, es decir la base estable de los negocios. El concepto global se basa en asegurar el crecimiento sostenible fomentando el círculo virtuoso entre "siempre autos mejores", enriquecimiento de las comunidades y una base estable de los negocios.

“Queremos ser una compañía que elijan los clientes y generar una sonrisa en cada cliente que nos eligió”.



Guía de Principios Toyota: Misión

Todas las filiales Toyota conducen su accionar a través de la Guía de Principios Toyota. La misma fue adoptada en 1992 y revisada en 1997, y refleja el tipo de compañía que busca ser manteniendo una unidad en cuanto a su filosofía, valores y metodologías.



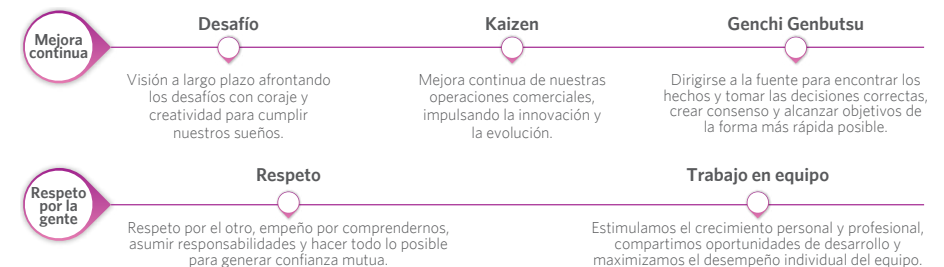
Visión

Lograr que, por la calidad de nuestros productos, la capacidad de nuestros dirigentes y compromiso con la sociedad, Toyota Argentina sea la empresa más admirada del país por sus clientes y el empresariado.

Toyota Way

El Toyota Way se basa en la Guía de Principios Toyota. La misma define la misión como compañía y expresa las creencias y valores compartidos por el personal en todo el mundo, alentando la construcción de una cultura corporativa que garantiza un espíritu común y un modo de ser y de actuar en todas las filiales. El Toyota Way se sostiene en dos pilares fundamentales:

la mejora continua y el respeto por la gente. Estos valores se reflejan constantemente en Toyota Argentina y en las actividades que los colaboradores encaran a diario en su labor. Los preceptos de Toyota (padre fundador) a través del tiempo han sido el núcleo de la gestión de Toyota y un soporte para sus colaboradores, convirtiéndose hoy en los Principios.



Medio ambiente Visión Global Toyota 2020

El entorno de la industria automotriz está experimentando cambios drásticos con un acelerado desarrollo económico en una serie de regiones del mundo, así como impactos a escala mundial de cuestiones ambientales y relacionadas a la energía. En medio de estos cambios, Toyota se esfuerza por seguir siendo un miembro útil de la comunidad y por ello ha formulado su **Visión Global 2020**, la cual provee una visión de Toyota en el mundo de diez a veinte años.

Abrir las fronteras del mañana, el eslogan de la Visión Global 2020, es una expresión de deseo de Toyota y de cada uno de sus colaboradores para crear un camino hacia el nuevo mundo y trabajar firmemente hacia la realización de los sueños de la sociedad. Este progreso se logrará a través de la energía de la gente y de la tecnología.



Gobierno corporativo

El máximo órgano de gobierno de Toyota Argentina S.A. es el Directorio cuyos miembros son elegidos por los accionistas en base a sus cualidades, experiencias, desempeño y conocimiento de la industria.

DIRECTORIO AL 31/03/2011

AUTORIDADES	CARGO
Daniel Arnaldo Herrero	Presidente de Toyota Argentina
Shunichi Nakanishi	Presidente de Toyota Mercosur (Director titular)
Susumu Kanada	Director de Planta de Toyota Argentina
Yukio Kuritani	Director de Contabilidad y Finanzas de Toyota Argentina
Hisayuki Inoue	Director titular
Hirofumi Muta	Director titular
Gustavo Martín Salinas	Director Comercial
Yoshikatsu Kaneyashiki	Coordinador Ejecutivo Senior Comercial de Toyota Argentina (Director suplente)

Código de Conducta

El Código de Conducta de Toyota Mercosur es una herramienta fundamental que aplica a todos los colaboradores y brinda las directrices de comportamiento que guían las relaciones comerciales y laborales. Junto con el Toyota Way constituye una herramienta central para llevar adelante las operaciones comerciales y fomentar un ambiente de trabajo transparente y responsable. Sobre la base de la confianza mutua, proporciona las normas de convivencia dentro de la compañía, dando explicaciones y ejemplos prácticos de conductas inapropiadas. El Código de Conducta se compone de los siguientes capítulos:

- Principios rectores de Toyota.
- Responsabilidades: colaboradores, niveles gerenciales, comité de ética, gerencias.
- Ambiente laboral y conducta personal: Igualdad de oportunidades, ambiente de trabajo digno, comunicación abierta, actuación profesional, actuación externa, salud y seguridad.
- Protección de los bienes de la compañía: resguardo de los bienes, propiedad intelectual, seguridad en los recursos informáticos y de la información.
- Tratamiento de la información: calidad de la información, documentación soporte y su conservación, contabilización de operaciones y protección de los datos personales.
- Relaciones comerciales: relación con proveedores y contratistas, actividades de producción y distribución, relación con clientes, concesionarios y distribuidores, relación con los competidores y

competencia leal, relación con los medios, entidades públicas y privadas, regalos, obsequios y atenciones.

- Conflicto de intereses.
- Blanqueo de capitales.
- Relación con la comunidad: protección del ambiente y seguridad, formación sobre seguridad vial, filantropía y relaciones comunitarias.
- Cumplimiento del Código de Conducta: compromiso, declaración anual de cumplimiento, obligación de cumplir y reportar, comunicación y tratamiento de posibles violaciones.
- Acciones disciplinarias por incumplimientos, faltas y violaciones al Código de Conducta.
- Confidencialidad.

Comité y Canal de Ética

Para garantizar independencia, objetividad y anonimato, Toyota Argentina dispone de un Canal de Ética que permite a los colaboradores manifestar a través de una empresa especializada situaciones o irregularidades que puedan atentar contra el Código de Conducta.

El Comité de Ética, conformado por las áreas de Legales y Auditoría Interna, tiene por objetivo analizar cada formulación elevada a través del Canal de Ética.

“ Al cierre de este período se recibieron 160 formulaciones que fueron analizadas por el Comité de Ética y reportadas al Comité de Auditoría Interna, compuesto por miembros del directorio y el síndico.

Política de responsabilidad social empresaria

En enero de 2005 Toyota anunció el documento denominado Contribución hacia el desarrollo sustentable basado en la Guía de Principios de Toyota e intenta clarificar la posición de la compañía en relación con las actividades de contribución social y a sus grupos de interés. Este documento fue revisado en julio de 2008 y se convirtió en la Política de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) que tiene como objetivo crear una sociedad próspera y alcanzar el desarrollo sustentable, a través de acciones que contribuyan a un desarrollo sostenible y armonioso para la sociedad y para el planeta.

Clientes

- Tomando como base nuestra filosofía *El cliente primero*, desarrollamos y proporcionamos destacados productos y servicios de alta calidad, innovadores y seguros que responden a las demandas de los más variados clientes para enriquecer la vida de la gente en todo el mundo. (*Principios 3 y 4*).
- Nos esforzaremos para proteger la información personal de cada cliente de acuerdo con la letra y el espíritu de las leyes de privacidad de cada país. (*Principio 1*).

Empleados

- Respetamos a nuestros empleados y creemos que el éxito de nuestro negocio está liderado por el trabajo en equipo y la creatividad individual. Estimulamos el crecimiento personal de nuestros empleados. (*Principio 5*).
- Sostenemos la igualdad de oportunidades laborales y la diversidad, inclusión y no discriminación de nuestros empleados. (*Principio 5*).
- Nos esforzamos para proporcionar condiciones justas de trabajo y por

mantener un ambiente laboral saludable y seguro para todos los empleados. (Principio 5).

- Respetamos y honramos los derechos humanos de la gente involucrada en nuestro negocio, y en particular, el no uso del trabajo forzado o de niños. (Principio 5).
- A través de la comunicación y el diálogo con nuestros empleados, realizamos y compartimos el valor de "confianza y responsabilidad mutuas" y trabajamos juntos por el éxito de nuestros empleados y la compañía. (Principio 5).
- Las áreas gerenciales de cada compañía son las que lideran el fomento de una cultura corporativa y la implementación de políticas que promueven una conducta ética. (Principios 1 y 5).

Socios comerciales

- Respetamos a nuestros socios comerciales tales como proveedores y concesionarios y trabajamos con ellos a través de relaciones de largo plazo para lograr un crecimiento conjunto basado en la confianza mutua. (Principio 7).
- Siempre que buscamos un nuevo socio comercial, estamos abiertos a todos los candidatos sin importar su nacionalidad o tamaño y los evaluamos sobre todo por su solidez. (Principio 7).
- Mantenemos una competencia libre y justa de acuerdo con la letra y el espíritu de las leyes de competencia de cada país. (Principios 1 y 7).

Accionistas

- Nos esforzamos por realzar el valor corporativo mientras se logra alcanzar un crecimiento estable y de largo plazo para el beneficio de nuestros accionistas. (Principio 6).
- Informamos de manera justa y oportuna a nuestros accionistas e inversores acerca de nuestros resultados operativos y condiciones financieras. (Principio 6).

Sociedad y comunidades locales Ambiente

- Apuntamos a un crecimiento en armonía con el ambiente en todas las áreas de actividad de la empresa. Nos esforzamos por desarrollar, establecer y promover tecnologías que permitan la coexistencia armoniosa de la economía y el ambiente y construir una relación estrecha de colaboración con un amplio espectro de individuos y organizaciones que participan en la preservación del ambiente. (Principio 3).

Comunidad

- Implementamos nuestra filosofía del respeto por la gente honrando la cultura, las costumbres, la historia y las leyes de cada país. (Principio 2).
- Buscamos constantemente tecnologías superiores, más seguras y limpias para ofrecer productos que satisfagan las cambiantes necesidades de la sociedad para lograr una movilidad sustentable. (Principios 3 y 4).
- No toleramos el soborno de ningún socio comercial, organismo gubernamental ni autoridad pública y mantenemos relaciones justas y honestas con dichos organismos y autoridades. (Principio 1).

Contribución social

- Dondequiera que realicemos negocios, promovemos y participamos activamente, ya sea de manera individual o con otras compañías, en actividades de filantropía que nos ayuden a fortalecer las comunidades y contribuir a enriquecer la sociedad. (Principio 2).

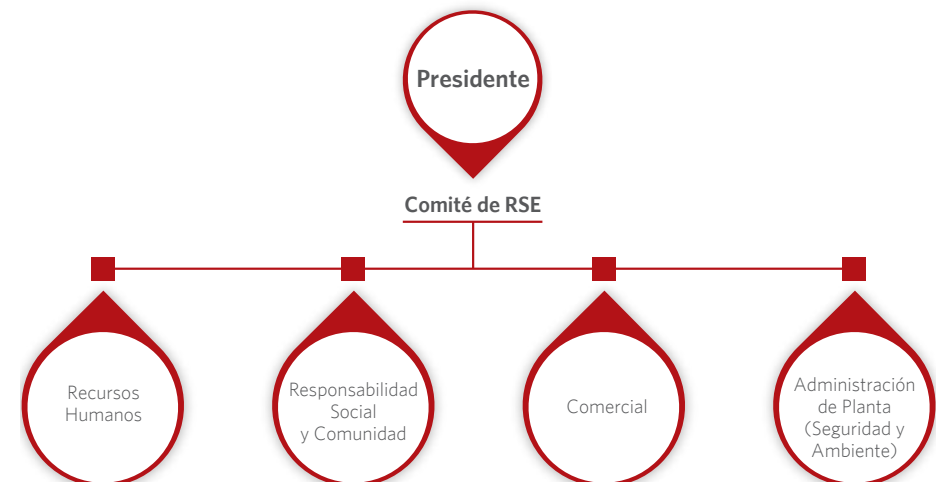
“ Toyota Argentina orienta sus acciones de RSE bajo tres ejes principales de acción: educación, ambiente y seguridad vial.

Estructura interna

Toyota Argentina basa su gestión de responsabilidad social empresaria en la política establecida por TMC. Entendiendo que la responsabilidad social es la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo, es que Toyota Argentina orienta sus acciones de RSE bajo tres ejes principales de acción: educación, ambiente y seguridad vial. Se da especial atención a la comunidad de Zárate; allí no sólo se trabaja sobre estos pilares sino también intentando dar respuestas a las necesidades de la comunidad y fomentando un diálogo constante con las distintas instituciones y organizaciones. En junio de 2009, se creó el área de Responsabilidad Social y Comunidad, dependiente de la División de Asuntos

Corporativos, la cual tiene a su cargo la coordinación general de las acciones de RSE, la comunicación y la gestión de las donaciones. A su vez, es la encargada de llevar adelante el proceso de recolección de información para la presentación del Reporte de Sustentabilidad anual así como el proceso de diálogo que se da durante todo el año para lograr satisfacer las expectativas de todos los grupos de interés en la presentación del mismo. Por otra parte, el área se transforma en el articulador dentro del Comité de RSE, el cual se reúne de manera cuatrimestral con el fin de elevar resultados a la alta dirección y definir planes de acción. Dicho comité está compuesto por el Presidente y las áreas de Recursos Humanos, Comercial, Responsabilidad Social y Comunidad y la Administración de Planta.

COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA



Reporte de Sustentabilidad

El Reporte que Toyota presenta surge de un trabajo anual en conjunto con todos los sectores para lograr, por medio de la escucha activa, un análisis pormenorizado de los temas de relevancia a incluir. En mayo de 2010 se realizó la primera experiencia de diálogo y para ello se optó por realizar una consulta con personal de la compañía para escuchar sus opiniones acerca del Reporte 2009. Para esta edición se amplió el diálogo a nuevos grupos de interés: proveedores, concesionarios

y referentes de RSE. En estos procesos de diálogo se buscó entender las expectativas que tienen los diversos grupos de interés con el fin de lograr la satisfacción de las mismas y superar año a año la calidad de los reportes. Esta herramienta se ha transformado en uno de los nuevos canales de comunicación y le permite a Toyota Argentina mantener una realimentación con todos los sectores reflejando los resultados en el reporte del siguiente periodo.

EXPECTATIVAS DE NUESTRAS PARTES INTERESADAS SOBRE EL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

TEMA	EXPECTATIVAS	RESPUESTA
Extensión	Mejorar el equilibrio entre los capítulos y profundizar los de menor extensión (clientes y proveedores). Incluir un índice en la versión que se descarga de la Web.	Trabajamos para mejorar el balance entre la cantidad y relevancia de la información, así como entre los distintos capítulos.
Lenguaje	Evitar exceso de vocabulario técnico o en inglés. Incluir un glosario de términos.	En la presente edición incluimos las aclaraciones necesarias para la comprensión de la información presentada, y en la próxima se sumará un glosario de términos técnicos y específicos de Toyota.
Contenidos	Marco referencial: incluir referencias y parámetros que permitan comparar los resultados de Toyota con el contexto y con otras plantas de la misma industria. Incluir parámetros legales para los indicadores presentados, especialmente en relación a normativa ambiental.	En la presente edición incluimos parámetros comparativos con los años anteriores y legales y trabajaremos en la inclusión de referencias que permitan contextualizar los indicadores de resultados presentados.
	Mejorar el orden y la distribución de la información dentro de cada capítulo. Describir y desarrollar claramente la estrategia de sustentabilidad de la compañía y las acciones que la apuntalan a lo largo de los distintos capítulos.	Presentamos la información de manera clara y ordenada, describiendo claramente la estrategia de sustentabilidad de la compañía y su influencia en cada una de las acciones desarrolladas.
	Alinear los títulos de los cuadros y gráficos entre la versión completa y el resumen. Incluir en éste la información sobre sindicatos y gobierno presentada en la versión completa. Ampliar la información sobre seguridad e higiene en el resumen.	Alineamos la información presentada en la versión completa con la versión resumen, en relación a formato, y realizamos un análisis de contenido para asegurarnos que todos los temas relevantes estén incluidos en el resumen.



	Publicar información sobre las capacitaciones planificadas para proveedores. Mencionar aspectos relacionados al ciclo de vida del producto. Incluir información sobre los compromisos que Toyota asumió en cuanto a reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.	Informamos sobre las capacitaciones planificadas para proveedores, y los compromisos asumidos con los mismos y la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, y buscaremos para la próxima edición informar sobre el ciclo de vida del producto.
	Continuar informando aspectos a mejorar, como por ejemplo las anomalías ambientales.	Continuamos informando desafíos y aspectos a mejorar.
Credibilidad de la información	Reflejar y ampliar la relación de la compañía con sindicatos, gobierno y partidos políticos.	Ampliamos la información relacionada, de forma de transparentar la relación de la compañía con sindicatos, gobierno y partidos políticos.
Diseño	Aumentar el tamaño de la letra. Mejorar la definición de gráficos y fotos. Mejorar la división entre capítulos, incluyendo carátula en cada uno o bien detallar en cada hoja qué capítulo se está leyendo.	Trabajamos para mejorar el diseño para facilitar la lectura, incluyendo tamaño de letra, claridad de gráficos y fotos y división entre capítulos.
	Versión digital: mejorar la posibilidad de descargar contenidos parciales.	Modificamos la página para mejorar la versión digital del Reporte, y las opciones para su descarga.
Formato y distribución	Como la versión completa no se imprime, incluir en la Web una versión fácilmente descargable e imprimible en la página Web.	Modificamos el sistema de descarga e incluimos la descarga completa y por capítulo.
	Mejorar la difusión del Reporte, por ej., con distribución a clientes a través de los concesionarios.	Seguiremos trabajando para mejorar la difusión interna y externa del Reporte de Sustentabilidad.

Definición de contenidos

Basados en el principio de materialidad de GRI se reforzaron las acciones sobre algunos públicos de interés que no habían sido abordadas de manera transversal. Para ello la compañía se ubicó desde una posición crítica sobre los reportes anteriores, dando lugar a las opiniones externas en el proceso de elaboración. También se consideraron

los factores internos y externos que guían a la compañía y la gestión en sustentabilidad, para mantener coherencia entre la comunicación y la acción. De la actividad de diálogo también se analizaron los contenidos claves del reporte, considerando incluir en esta edición los temas detallados en el gráfico adjunto.

ENCUESTA SOBRE TEMAS RELEVANTES PARA EL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

	%
Gestión del impacto ambiental	14,55
Estrategia corporativa	12,39
Capacitación y desarrollo profesional de los empleados	7,95
Contribución al desarrollo de la comunidad	7,84
Utilización eficiente de los recursos	7,73
Inclusión de aspectos sociales y medioambientales en la cadena de valor	7,27
Calidad de productos y servicios	6,59
Ciclo de vida de los productos, nuevos productos, consumo consciente	6,14
Seguridad e higiene industrial	5,57
Energías alternativas y renovables	5,34
Relaciones con sindicatos y gobierno	4,66
Gestión del clima laboral interno	3,98
Inversiones / crecimiento	3,75
Costos y rentabilidad	3,52
Beneficios al personal	1,14
Capacitación en sustentabilidad a la cadena de valor	0,91
Relación con la comunidad educativa	0,45
Desarrollo de proveedores	0,23

“Todas estas herramientas permitieron hacer un cruce entre las opiniones de los públicos de interés y los intereses corporativos, dando como resultado la rendición de cuentas que se presenta en este Reporte de Sustentabilidad.”

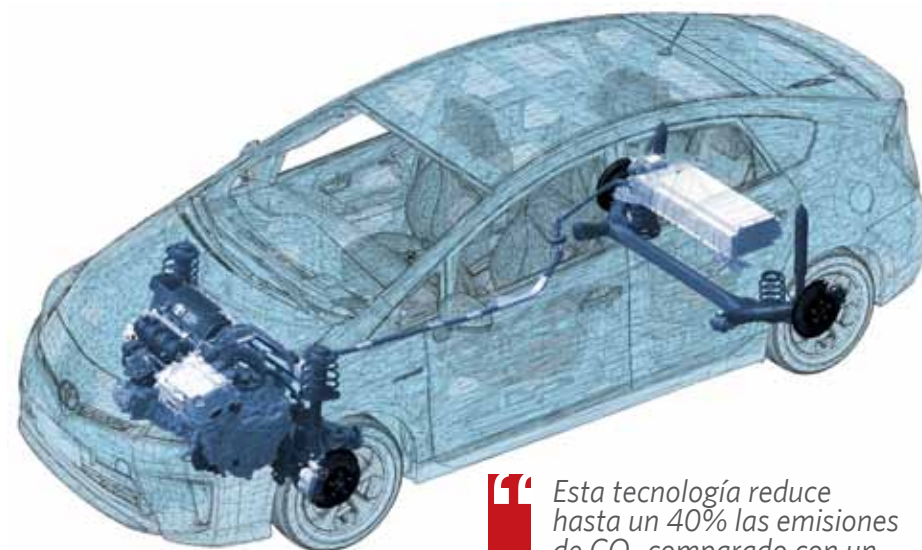
Toyota Prius

Entendiendo la innovación tecnológica como una de las bases para el desarrollo sustentable y por ello, como parte de política de compromiso con el ambiente, trabajamos constantemente en promover y difundir la tecnología híbrida en todo el mundo. De esta manera, la meta de Toyota a nivel mundial es cumplir la Visión Global 2020 de ofrecer una versión híbrida en cada modelo de la marca buscando minimizar las emisiones de CO₂.

Los inicios de la tecnología híbrida

Con el lanzamiento del Prius hace quince años en Japón y tres años más tarde en Europa, Toyota se convirtió en la primera compañía en el mundo en lograr la producción en serie de un vehículo híbrido. El Prius, del latín pionero, rápidamente se convirtió en el símbolo de un vehículo con “conciencia ambiental” y desde su lanzamiento se han vendido más de 3 millones en todo el mundo.

Esto posicionó a Toyota como el responsable del 80% de las ventas de híbridos en el mundo, lo que hasta la fecha ha contribuido a la reducción de las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) en unas 19 millones de toneladas, equivalente a 5.000 millones de latas de aerosol; de los cuales 2.200.000 corresponden a la venta de Toyota Prius, contribuyendo a una reducción de 13,8 millones de toneladas de CO₂.



“Esta tecnología reduce hasta un 40% las emisiones de CO₂ comparado con un motor naftero y hasta un 90% de NO_x comparada con un motor diesel.”



El Prius en Argentina

En septiembre de 2009 Toyota Argentina anunció la homologación de la tecnología híbrida, (*Hybrid Synergy Drive, HSD*), convirtiéndose en la primera automotriz argentina en dar este paso para luego introducir en el mercado local el primer vehículo híbrido, el Prius 3^{ra} generación, para su comercialización, acompañando la iniciativa a nivel mundial.

La tecnología híbrida de Toyota combina inteligentemente y de manera continua las ventajas de un motor eléctrico y un motor de combustión en un mismo vehículo, que funcionan de forma sinérgica dando como resultado una efectiva performance y un eficiente consumo de combustible, además de ofrecer sorprendente y suave aceleración, comparable con la de un vehículo de cilindrada superior, y la posibilidad de utilizar solo el motor eléctrico.

El sistema HSD cuenta con una batería híbrida que actúa como acumulador energético almacenando la energía sobrante que se genera al frenar o el bajar cuestas, para utilizarla cuando se requiera, como puede ser al desplazarse a baja velocidad, momento en el cual el Prius funciona sólo con el motor eléctrico. Este sistema permite la recuperación de la energía cinética que en los vehículos convencionales se disipa en forma de calor.

La tecnología HSD emite un 44% menos de CO₂ que vehículos de similar cilindrada y equipados con dispositivos de control de emisiones.

La sustentabilidad del Prius refuerza el compromiso ambiental desde su diseño y fabricación ya que el 95% del Prius 3^{ra} generación es recuperable, el 85% es reciclable y el 95% de los componentes de la batería se pueden reutilizar.

“ *Habiendo cumplido el primer año desde el lanzamiento del primer vehículo híbrido de la Argentina, la compañía ha vendido un total de 107 unidades en nuestro país contribuyendo a ahorrar 1,9 toneladas de emisiones de CO₂ por año por vehículo vendido.*

ASPECTOS AMBIENTALES

27. Energía y calentamiento global

32. Gestión de los recursos

37. Residuos

42. Calidad del aire

44. Gestión ambiental



Desde hace más de 10 años Toyota Argentina establece su Política Ambiental basándose en el Sistema de Gestión Ambiental (SGA) certificado bajo la norma ISO 14001, lo cual permite definir de manera clara los aspectos ambientales y los objetivos anuales a alcanzar.

Energía y calentamiento global

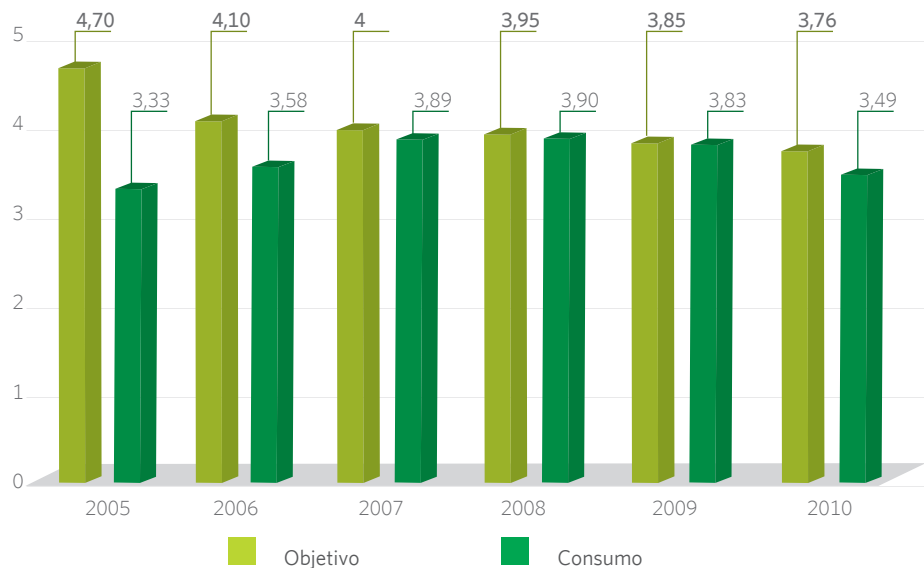
Consumo de energía

El consumo de energía en Toyota Argentina es medido constantemente en todas aquellas actividades que demandan la utilización de electricidad y/o gas en cualquier parte de sus procesos. Desde la compañía se realizan evaluaciones permanentes para lograr alternativas que reduzcan el consumo de energía para la producción de vehículos, como así también la disminución de las emisiones de CO₂.

En Toyota consideramos que la mejor forma de conseguir estos objetivos es incrementando al máximo la eficiencia de los procesos, por este motivo se continuó promoviendo la política de reducción de energía, tanto de producción, como de no producción, con diversas actividades bajo el lema "0 producción - 0 consumo", que significa que en momentos que no se esté produciendo, el consumo sea cero.

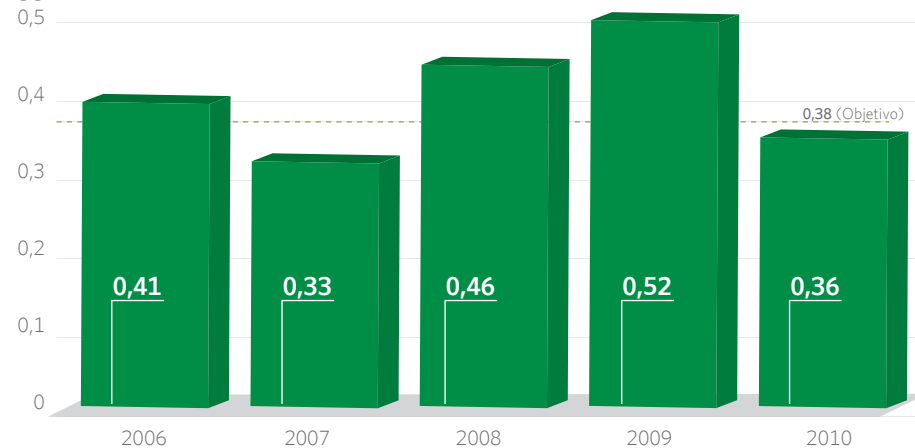
CONSUMO DE ENERGIA / PRODUCCIÓN

gigaJoule/vehículo



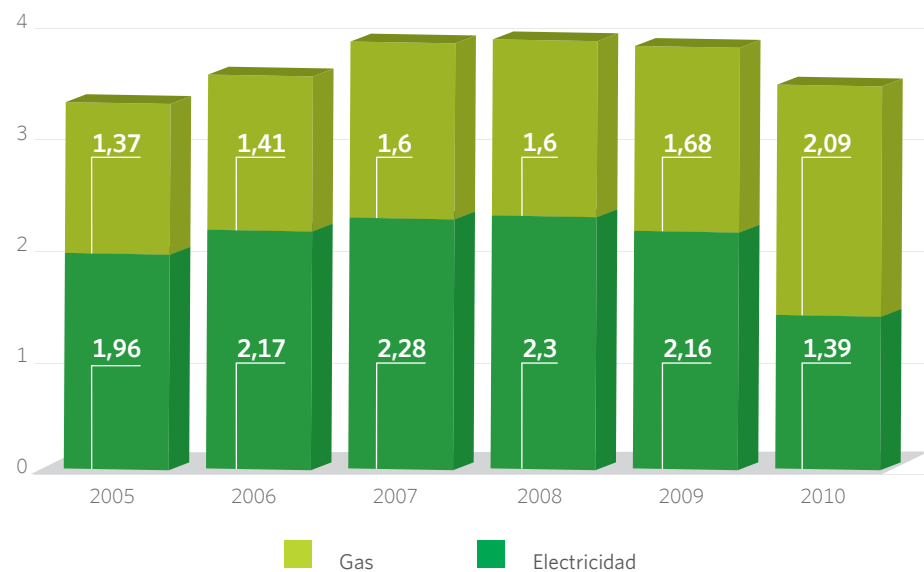
CONSUMO DE ENERGIA / NO PRODUCCIÓN

gigaJoule/vehículo



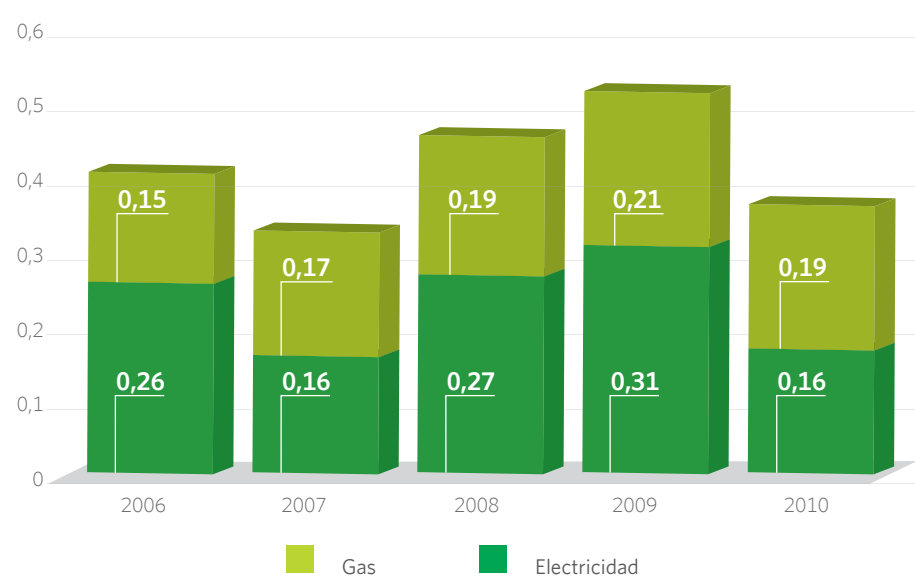
CONSUMO DE ENERGIA POR FUENTE / PRODUCCIÓN

gigaJoule/vehículo



CONSUMO DE ENERGIA POR FUENTE / NO PRODUCCIÓN

gigaJoule/vehículo



Emisiones de CO₂ en el transporte

Transporte interno. Dentro de los cálculos que Toyota Argentina lleva adelante, también se ha desarrollado una sistematización de datos para medir la emisión de CO₂ en el transporte interno dentro del predio industrial, con el objetivo de cuantificar las emisiones ligadas al mismo.

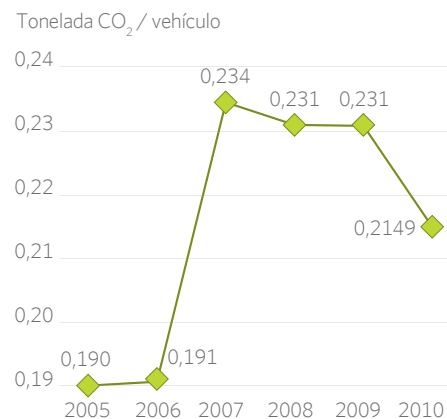
Para el desarrollo de esta actividad, se contemplaron los movimientos asociados al traslado de piezas, vehículos en general, vehículos en prueba, etc. Cabe destacar que esta investigación incluye cada tipo de vehículo involucrado (camión de gran porte, utilitario o automóvil), clasificado de acuerdo al combustible que utiliza.

Traslado del personal. La red del servicio de micros que ofrece la compañía para el traslado de personal contempla recorridos por las ciudades de: Campana, Zárate, Baradero, Lima, Capital Federal, San Pedro, Luján, Pilar, Escobar y Alsina. Luego de un relevamiento se optimizó la cantidad de micros para ciertos recorridos resultando que, al ocupar la capacidad total de un solo micro no era necesario contar con dos unidades para ese recorrido.

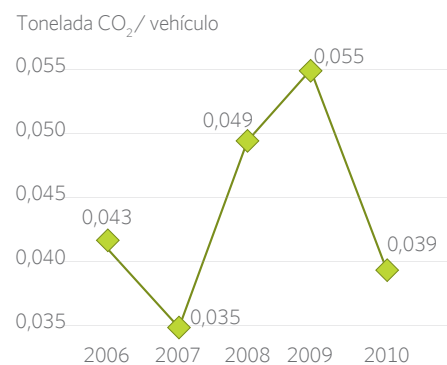
En este período, 631,16 toneladas de CO₂ fueron las emisiones derivadas del movimiento del transporte dentro del predio industrial, mientras que por el traslado del personal se registró un total 3.030,706 toneladas de CO₂.

“Las emisiones de logística de partes, repuestos y vehículos, las cuales incluyen transporte terrestre, aéreo y marítimo fueron de 25.105 toneladas de CO₂ para el período comprendido en este reporte.

EMISIONES DE DIÓXIDO DE CARBONO / PRODUCCIÓN



EMISIONES DE DIÓXIDO DE CARBONO / NO PRODUCCIÓN



Monitoreo de CO₂ en logística

Desde el 2007 Toyota Argentina forma parte del trabajo llevado a cabo por el subcomité de Logística de Toyota Mercosur -dentro del Comité Sudamericano de Medio Ambiente, SAEC- en el proceso de reducción de CO₂ en las operaciones logísticas.

Para ello se monitorean mes a mes las 42 rutas que alimentan los indicadores de generación de CO₂ que comprenden:

- 15 rutas logísticas de partes de producción.
- 11 rutas logísticas de repuestos y accesorios.
- 16 rutas logísticas de vehículos.

Además del resultado total de emisiones se realizan monitoreos a través de indicadores como gramos de CO₂ emitidos por el transporte de 1 tonelada de carga a lo largo de 1 kilómetro (g-CO₂/ km t), lo cual permite independizar el análisis de los kilómetros recorridos de la carga transportada y, de esta forma, analizar las variaciones y comparar alternativas de logística. En ese caso, respecto de la logística de vehículos, el resultado fue de 76,5 g CO₂/ km t sobre un objetivo de 76,7 g CO₂/ km t.

Beneficios ambientales de los vehículos comercializados

Dentro del constante desarrollo de mejoras en la tecnología, Toyota procura poner especial énfasis en lograr beneficios ambientales en los vehículos comercializados. Por ello se pueden encontrar los siguientes sistemas:

- Sistema VVT-i (Variación inteligente de sincronización de válvulas).
Toyota ha desarrollado esta tecnología que permite ajustar en las condiciones del uso del motor y con ello economizar combustible, generando menos emisiones con alto rendimiento del mismo. Esta tecnología optimiza la sincronización de las válvulas usando sistemas computarizados que controlan continuamente los tiempos de apertura y cierre, adaptándose a las condiciones de manejo. El motor con VVT-i es 8% más eficiente y económico comparado con otro sin este sistema y fue incorporado en los vehículos Corolla, Land Cruiser 200, Land Cruiser Prado, RAV 4 y Camry.

FE DE ERRATAS

En el proceso de armado del presente Reporte detectamos un error comparando los datos presentados en el período anterior en relación con las emisiones totales de CO₂. Producto de la unificación de criterios entre Toyota Argentina y Toyota do Brasil se ha procurado lograr estadísticas conjuntas para Toyota Mercosur. De esta forma, se reportó en 2010 una emisión total de CO₂ de 42.135 t que corresponden a ambas compañías, siendo discriminado el valor de Argentina fue de 22.746. Por lo tanto, el valor de Toyota Mercosur para el presente reporte es de 67.923 t mientras que Toyota Argentina es responsable de 25.105 t. Las 2.359 t de aumento tienen correlación con el crecimiento del volumen de la producción anual. Asimismo, los valores de emisiones de CO₂ se ajustaron de acuerdo al coeficiente de conversión utilizado para cada aspecto de cada país (consumo de gas y de electricidad).

- **Common rail (Vía común)** Este sistema de inyección de combustible diesel common rail almacena el combustible en un riel común después de someterlo a una alta presurización mediante una bomba, lo que permite mantener una presión constante de inyección de combustible estable, aún a bajas velocidades, sin que la afecten las rpm del motor ni la carga del vehículo y fue incorporado en los vehículos Hilux, SW4 y Land Cruiser 200.
- **Transmisión controlada electrónicamente (Electronic Controlled Transmission, ECT).** La tecnología de conexión eléctrica aumenta la eficiencia de ésta y contribuye a mejorar el rendimiento del combustible con su

convertidor de torque y su sistema de bloqueo Flex lock-up. Este sistema se compone de un dispositivo que emplea la fuerza mecánica y la presión hidráulica para elegir la ubicación de la transmisión de potencia adecuada según las condiciones de la conducción. Es por ello que a menores velocidades mejora el rendimiento del combustible mediante el aumento de la eficiencia de la transmisión. El sistema fue incorporado en los vehículos Corolla y Camry.

- **Acelerador electrónico.** Permite un óptimo aprovechamiento de la potencia generada y menor consumo, siendo este sistema parte del Corolla.

Gestión de los recursos

La generación y disposición de residuos así como la escasez de agua son temas instalados en la agenda mundial y por lo tanto no son problemas ajenos a Toyota. Es por ello que hemos desarrollado una política para el cuidado de estos, con el objetivo de mejorar la productividad. Toyota promociona el uso efectivo de los recursos y un tratamiento adecuado de sus residuos con el fin de ayudar a construir una sociedad basada en el reciclaje como herramienta para el cuidado de los recursos.

Política de racionalización de recursos

En nuestras actividades diarias hay acciones que se pueden llevar a cabo para evitar el abuso en la utilización de recursos y bajo esta premisa se creó la Política de Racionalización, donde se manifiesta un interés por el cuidado y conservación de los recursos que inevitablemente se utilizan día a día.

En Toyota Argentina, para cumplir con este propósito, anualmente se crean planes de acción acordes a cada sector donde se

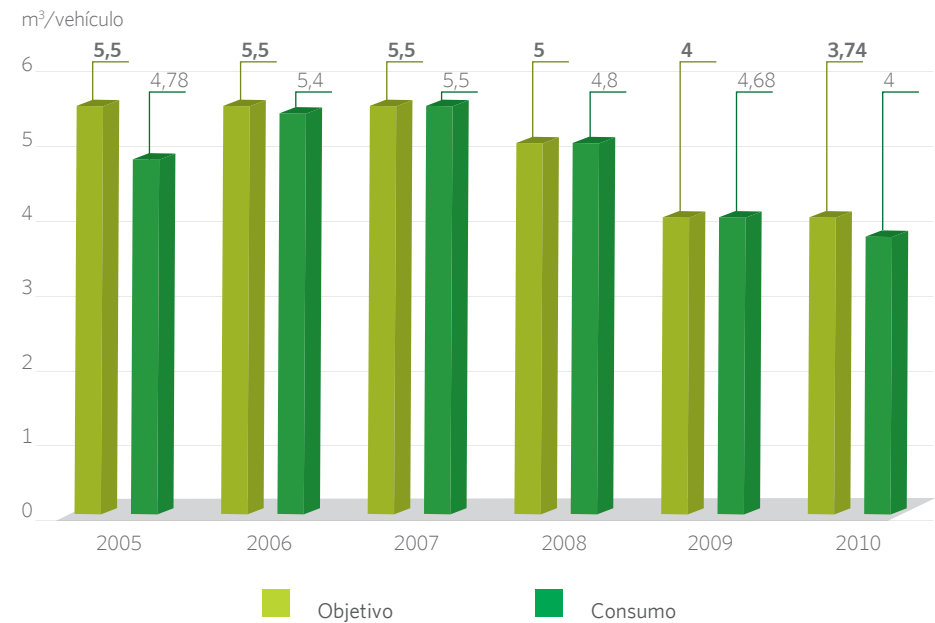
incluyen actividades de mejoras, con el fin de minimizar los impactos generados en cada proceso, y se monitorean mensualmente.

Agua

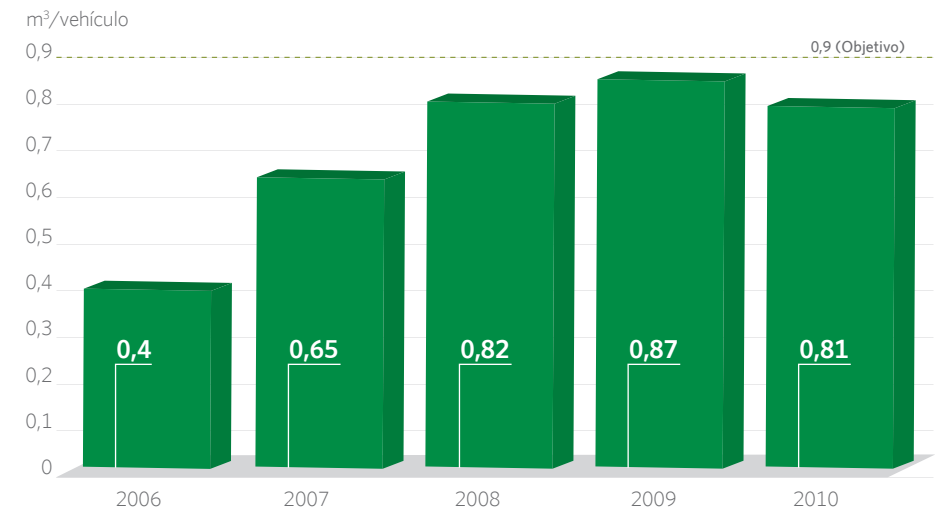
El agua es uno de los recursos más necesarios para la producción y por lo tanto uno de los más cuidados. En la planta de Toyota Argentina, el agua es extraída de los acuíferos Puelche (a 60 metros de profundidad) y Pampeano (a 40 m de profundidad) y es tratada con el fin de optimizar su calidad industrial.

Toyota Argentina, en línea con lo definido por su casa matriz e incentivando la mejora continua, se propuso como objetivo ambiental reducir paulatinamente el consumo de agua industrial utilizada durante la producción de vehículos. Para cumplir este objetivo, permanentemente se crean y llevan adelante diversas actividades que logran disminuir el consumo de agua en los diferentes y numerosos procesos en los cuales se utiliza.

CONSUMO DE AGUA / PRODUCCIÓN



CONSUMO DE AGUA / NO PRODUCCIÓN

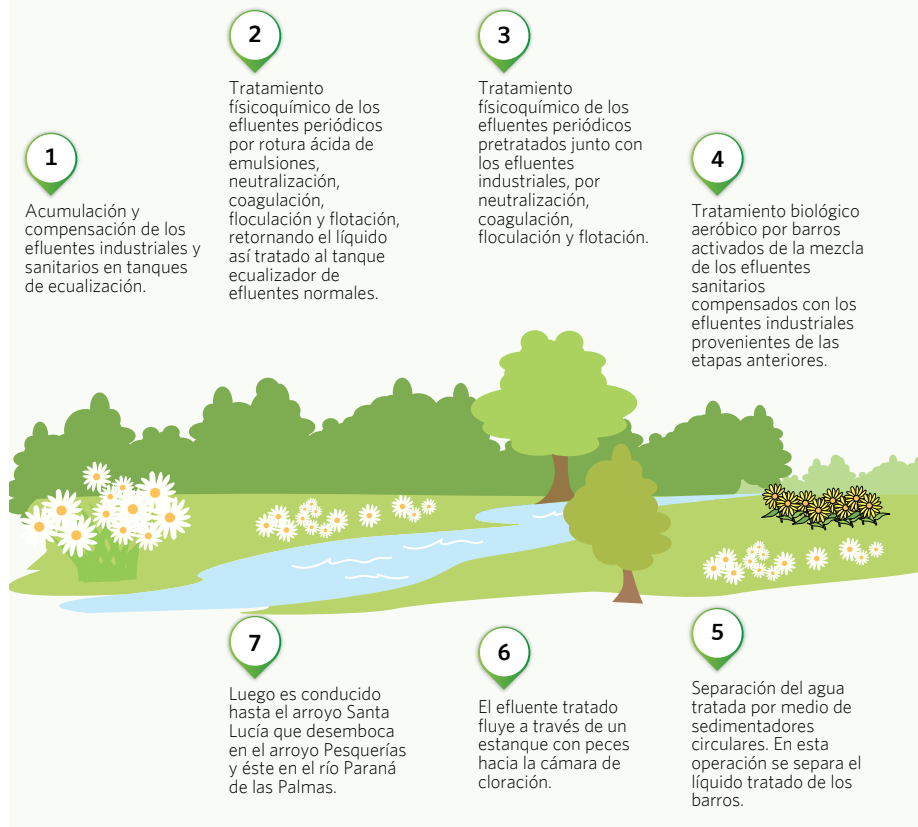


Planta de tratamiento de efluentes

Toyota Argentina cuenta con una planta de tratamiento de efluentes para tratar los líquidos residuales provenientes tanto del proceso productivo como de los servicios sanitarios. Los efluentes se dividen en normales y periódicos, siendo los primeros los que se generan en el proceso normal

de producción y los periódicos aquellos derivados de tareas de mantenimiento constantes. Esta división se realiza ya que dichos efluentes tienen características distintas y resulta necesario tratarlos en forma diferenciada.

ETAPAS EN EL PROCESO DE TRATAMIENTO



El efluente tratado fluye a través de un estanque con peces hacia la cámara de cloración. Antes del proceso de cloración, se reincorporan al ambiente alrededor de

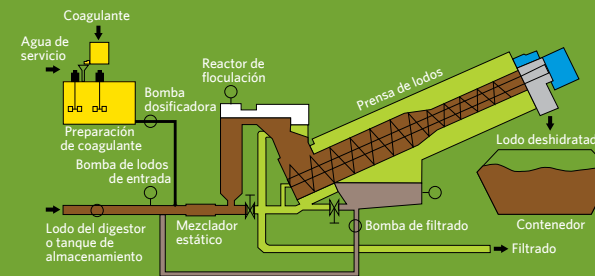
70 m³/ hora de agua tratada en la planta de tratamiento de efluentes a través del arroyo Santa Lucía que luego desemboca en el río Paraná de Las Palmas.

MEJORA EN EL TRATAMIENTO DE LODOS

En el año 2010 se instaló un sistema de secado y prensado de lodos provenientes del tratamiento de los efluentes líquidos generados en planta, que permite:

- Separación del agua libre del lodo por generación de contrapresión.
- Compactación para escurrir el agua contenida en el mismo.

- Eliminación del agua del lodo.
 - Descarga del sólido prensado. El líquido filtrado es dirigido a la Planta de tratamiento de efluentes para ser reprocesado.
- El aspecto positivo de realizar este proceso es la recuperación del agua contenida en el lodo así como la disminución en la generación de residuos.



Testimonio de Javier Rúvolo (supervisor)

En relación a nuestra política ambiental, donde la búsqueda de la mejora continua es uno de los pilares, el sector de Utilities identificó necesidades de mejora relacionadas a los objetivos ambientales y propuso grupos de trabajo para satisfacerlas. El seguimiento de los indicadores de performance ambiental incluye a toda la compañía propiciando el involucramiento y alentando al desarrollo de mejoras surgidas de los propios sectores. En esta línea se evaluó el tratamiento de efluentes, detectando que el barro resultante tenía gran porcentaje de humedad, lo cual lo hacía más pesado, incrementando la disposición de los mismos, y que este peso impactaba en la cantidad de transportes y en el tratamiento del agua en el proceso. Por ello, los ingenieros del área Jorge Daffinoti y María Gabriela Gorgo desarrollaron una idea que apuntó a

mejorar el tratamiento de efluentes y que concluyó en el desarrollo de un equipo de compactación tipo tornillo para deshidratar los barros. El mismo funciona como una prensa que reduce la humedad del barro, presionándolo contra las paredes de un tornillo sinfín, separando el agua, que se tratará como tal y que se reusará, y a su vez disminuye el peso del barro generando el tratamiento diferenciado. A su vez eso mejora la carga en los camiones que los retiran de la planta permitiendo trasladar mayor cantidad en cada vehículo, y reduce las emisiones de CO₂ asociadas. Estas medidas forman parte de un proceso que el área Asuntos Ambientales realiza con las áreas pertinentes, logrando además impactar positivamente en el clima de trabajo, al involucrarnos a todos en la búsqueda de la mejora continua y de la excelencia en la calidad; considerando que la seguridad y el medio ambiente son la base del Sistema de Producción Toyota.

En cuanto a los semi-sólidos (barros) que se generan en el tratamiento físico-químico y en el biológico, son espesados y finalmente deshidratados en un filtro de bandas. Una de las mejoras recientemente incorporadas fue la del equipo compactador de barros para disminuir la cantidad de kilos de residuos especiales, que no sólo ofrece beneficios ambientales sino también a nivel seguridad y costos. El barro de pintura prensado es enviado a un tratador habilitado para su incineración y el residuo líquido es enviado a la planta de tratamiento de efluentes.

Monitoreo de efluentes

La planta de tratamiento de efluentes cuenta con un laboratorio propio para el monitoreo de variables en puntos de muestreo establecidos. En función de los resultados se toman decisiones operativas

para el correcto funcionamiento de la misma y el cumplimiento de requisitos legales previo al vuelco del efluente procesado. El efluente líquido proveniente de la planta de tratamiento es monitoreado periódicamente para controlar los parámetros de vuelco de acuerdo con los estándares de Toyota Argentina. La planta ha establecido valores límites para 44 parámetros, teniendo en cuenta estándares de la casa matriz y los valores límites determinados por la Autoridad del Agua, tomando como límite interno al más exigente de ambos estándares. Los principales parámetros que se controlan son: aceites y grasas, demanda bioquímica de oxígeno (DBO5), demanda química de oxígeno (DQO), potencial de hidrógeno (pH), sólidos suspendidos y temperatura.



Residuos

Una prioridad de la compañía, de acuerdo con su Política y Sistema de Gestión Ambiental, es evitar la generación de residuos que no puedan ser reciclados o reutilizados. El trabajo de la compañía se resume en la regla de las **3R: Reducir- Reutiliza -Reciclar** y la base de la gestión es la separación en el punto de origen, dado que cada residuo exige un tratamiento diferente. En todo el predio industrial se disponen cestos de distintos colores que indican el tipo de residuo a arrojar. Al momento de la recolección son identificados por sector y tipo de residuo a través de un código de barras. En el área de acumulación temporal de residuos, los mismos son identificados y pesados para obtener un control de qué residuo y en qué cantidad genera cada área. Todo el movimiento de residuos que se realiza tanto dentro del predio industrial como fuera de él, se documenta y registra de modo tal que pueda realizarse la trazabilidad

del residuo desde su generación hasta su disposición final o proceso de reciclaje. Todas las empresas, tanto transportistas como tratadoras de residuos que utiliza Toyota Argentina, están habilitadas y cumplen con los requerimientos legales exigidos por la normativa.

RESULTADOS DE LA GESTIÓN DE RESIDUOS

Ingreso por la venta de residuos	\$ 6.014.568
Costo de la mano de obra	\$ 936.443
Costo de transporte y disposición	\$ 1.733.686
Costo total	\$ 2.670.129
Beneficio de la gestión de residuos	\$ 3.344.439

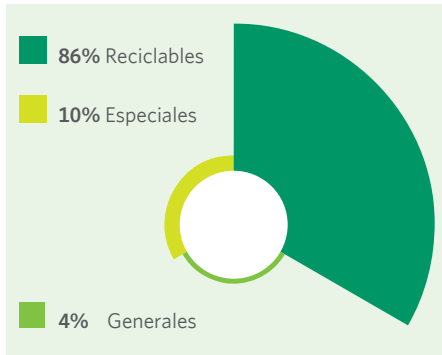
PLANTA DE REUSO DE AGUA

El proyecto integral contempla la reutilización tanto de una parte del efluente tratado junto al agua resultante del rechazo del proceso de ósmosis, con el reuso de agua de lluvia. Este último punto se complementará a futuro. El reuso del efluente tratado tiene como objetivo principal la obtención de aproximadamente 30 m³/h de efluente

ultrafiltrado, para ser utilizado en la planta de agua y, de este modo, reducir la captación de agua de pozo. Por otra parte, el reuso de aguas pluviales tiene como finalidad la captación de agua de lluvia para su reutilización en instalaciones sanitarias de los edificios administrativos de la planta.



DISTRIBUCIÓN DE RESIDUOS



RESIDUOS EN PLANTA ZÁRATE



“ Toyota Argentina presenta para el período de este reporte una tasa de reciclabilidad del 85,5%, que implica un aumento del 1,5% respecto al período anterior y el resto corresponde, un 9,6% a residuos especiales y un 4,9 % a residuos generales. La meta de generación de residuos establecida para la producción fue de 17 kg por vehículo.

TIPO DE RESIDUO	KG GENERADOS	KG RECICLADOS POR VEHÍCULO	DISPOSICIÓN Y TRATAMIENTO
Especiales	1.134.811	-	Relleno de seguridad o incineración
Generales	436.814	-	Relleno sanitario
Reciclables	8.113.006	127,33	Reciclable
	1.130.820	17,75	Reciclable
	407.031	6,39	Reciclable
	140.125	2,20	Reciclable
	119.388,83	1,87	Reciclable



Empaque y embalaje

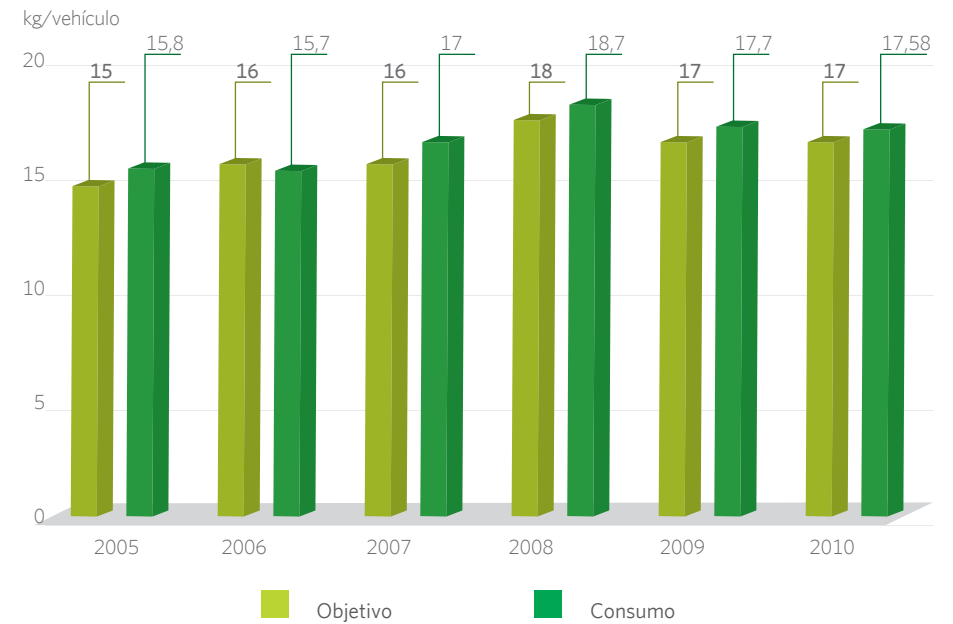
En el ámbito del subcomité de Logística, dependiente del Comité Sudamericano de Medio Ambiente se gestiona, además de las emisiones de CO₂ asociadas a la logística, el consumo de materiales de empaque y embalaje, los cuales se controlan mensualmente.

El objetivo del subcomité es trabajar sobre la reducción en el uso de materiales de embalaje, ya sea modificando los mismos de modo que su construcción demande menor cantidad de materiales, o bien utilizando embalajes retornables.

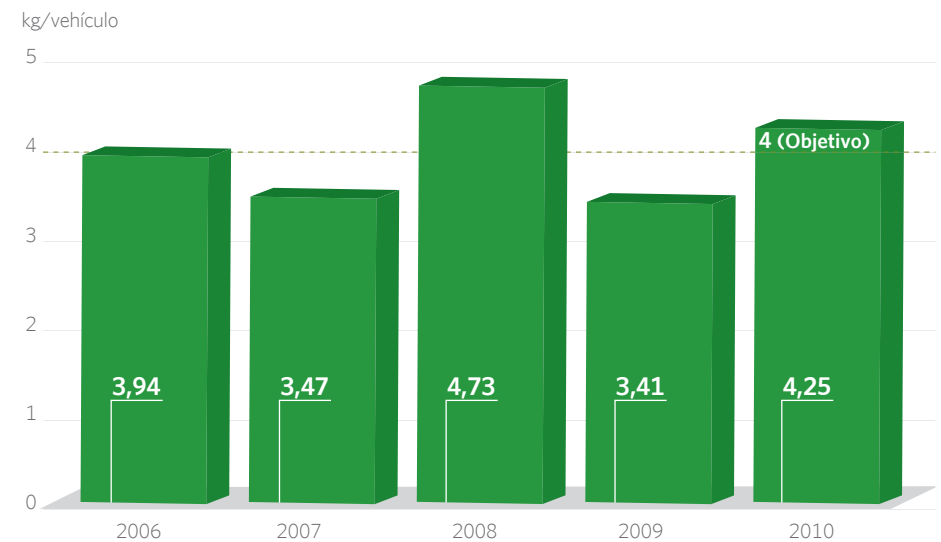
MATERIAL DE EMBALAJE (en toneladas)	2006	2007	2008	2009	2010
Cartón	232	216	266	308	398
Cajas plásticas retornables	9	22	25	28	94
Madera	25	24	6	1	1,5
Total	265,874	262,694	297,325	336,180	493,5



GENERACIÓN DE RESIDUOS / PRODUCCIÓN



GENERACIÓN DE RESIDUOS / NO PRODUCCIÓN



Calidad de aire

Dentro de los objetivos establecidos por el grupo Toyota, uno hace referencia a reducir las emisiones en pos de mejorar la calidad del aire. Toyota Argentina, si bien no tiene participación en el diseño y desarrollo de los vehículos, aporta a esta iniciativa controlando las emisiones gaseosas derivadas de su proceso productivo así como también contribuyendo a la reducción de los compuestos orgánicos volátiles (VOC, por sus iniciales en inglés).

Monitoreo de calidad de aire

Toyota Argentina realiza un monitoreo de las emisiones en chimeneas dado que cuenta, en su proceso productivo, con varios procesos que emiten gases y material particulado a la atmósfera. Estos monitoreos se realizan de manera semestral, de acuerdo a la normativa legal. De manera adicional se mide la calidad de aire del predio industrial mediante la instalación de equipos de monitoreo continuo en cuatro puntos del perímetro de la planta. La ubicación de los equipos se realiza teniendo en cuenta la dirección del viento predominante colocando medidores tanto viento arriba como viento abajo respecto de la planta. Estas mediciones permiten comparar los valores obtenidos con los límites máximos permitidos en el aire a nivel de un receptor.

“La disminución de VOC es uno de los 5 aspectos ambientales contemplados dentro de la política ambiental y se considera fundamental su continua reducción en todas las operaciones donde se detecte su presencia. Las mejoras implementadas permiten mantener un nivel de emisión por debajo de los 40 g/m².”

Compuestos orgánicos volátiles (VOC)

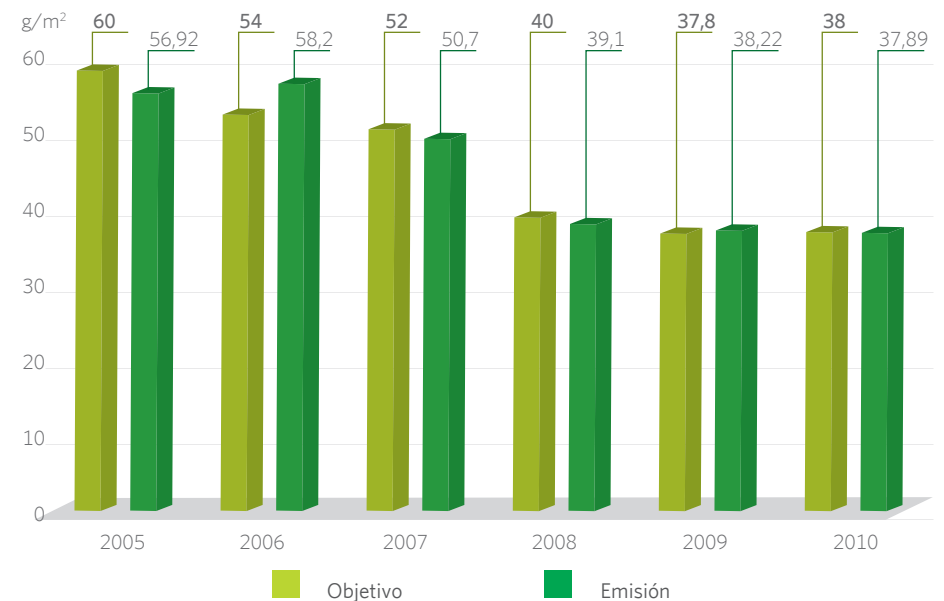
En las sustancias compuestas por hidrocarburos, la fracción más liviana la comprenden los compuestos orgánicos volátiles. En Toyota Argentina, entre los elementos que se utilizan en las operaciones de producción que pueden emitir VOC se encuentran: solventes, pinturas, algunos adhesivos y selladores.

Las variables consideradas para el análisis de peligrosidad en la emisión de VOC son:

- Tasa de dilución.
- Porcentaje de volatilidad.
- Caudales de aplicación.
- Superficie.
- Tipo de transferencia (manual/automática).
- Tecnología (*airjet/electrostatic application*, chorro de aire, aplicación electrostática).

Las emisiones de VOC se expresan en gramos por metro cuadrado pintado. Desde el 2009 se trabaja bajo el **Plan VOC 40** que tiene como objetivo un valor de 40 g/m² pintado. En este sentido, la incorporación de nuevos equipos asociados a las actividades de pintado y secado de vehículos, como ser las pistolas electrostáticas y el equipo de oxidación térmica regenerativa (RTO) y nuevos programas en los robots de pintura para la incorporación de partes al proceso de pintado automático, son parte de las mejoras que permiten mantener un nivel de emisión por debajo de 40 g/m².

EMISIONES DE COMPUESTOS ORGÁNICOS VOLÁTILES (VOC)



PLANTA N° 1 EN PERFORMANCE DE EMISIONES VOC

Toyota Motor Corporation controla mensualmente la performance de emisiones de VOC de cada una de sus plantas a través de sus divisiones ambientales y de ingeniería. Como parte de un programa de mejora que tiene como objetivo compartir las mejores prácticas, se ha decidido nombrar plantas modelos (*Core Plant Activities*) en cada región, siendo Toyota Argentina la elegida como planta modelo para Sudamérica.

Desde el 2008, especialistas de la casa matriz verifican las actividades de mejora implementadas y los resultados alcanzados, lo que permite a la planta de pintura de Toyota Argentina considerarse el primer lugar a nivel Global de Plantas Toyota de base solvente, en manejo de emisiones de VOC, mención que se mantiene a la fecha.



Laboratorio de control de emisiones vehiculares

Desde hace más de diez años Toyota Argentina cuenta con un laboratorio propio donde se miden las emisiones vehiculares de los productos fabricados por Toyota Argentina como de los fabricados por Toyota do Brasil y comercializados localmente donde se examina aproximadamente el 1% de la producción, superando el mínimo solicitado por la normativa local. Para la realización de las mediciones, el laboratorio mantiene varios parámetros bajo control como la humedad, temperatura, calibración y mantenimiento de equipos de ensayo. A su vez, el laboratorio es monitoreado y los equipos calibrados anualmente por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).

“ En el laboratorio de control de emisiones vehiculares de Toyota Argentina se examina el 1% de la producción superando lo establecido por la legislación nacional que solicita un 0,4%

Gestión ambiental

En Toyota Argentina la gestión ambiental se estructura y rige de acuerdo con el Sistema de Gestión Ambiental que se encuentra certificado bajo la norma ISO 14001, el cual ha sido implementado en todas sus actividades -productivas, administrativas y comerciales- desde 1998.

El Sistema de Gestión Ambiental (SGA) de Toyota Argentina se funda en los Principios Guía de Toyota, definidos por Toyota Motor Corporation en la Visión Global Toyota 2010, la Nueva Carta a la Tierra 2000 (emitida por TMC), el plan de Acción Ambiental de Toyota y la Política Ambiental de Toyota Argentina.

Política ambiental

Toyota Argentina, consciente de la importancia de cuidar y proteger el ambiente, se compromete a llevar a cabo sus actividades de fabricación, distribución, comercialización de vehículos automotores, componentes y las demás actividades relacionadas dentro de la compañía, cumpliendo con la presente política, en concordancia con lo establecido en su guía de acciones.

Principales lineamientos de la Política Ambiental

TASA se compromete con:

I. Mejoramiento continuo

Desarrollar y promover mejoras ambientales continuas mediante la implementación de planes voluntarios, estableciendo metas y objetivos progresivos.

II. Prevención de la contaminación

Utilizar tecnologías ambientales, económicamente viables de implementar, con el propósito de minimizar impactos potenciales.

III. Cumplimientos legales y otros requerimientos

Cumplir con las regulaciones vigentes y otros requerimientos a los que Toyota Argentina adhiere con vista a la preservación del Ambiente.

IV. Cooperación con la Sociedad

Apuntar al crecimiento armónico manteniendo relaciones cooperativas con personas y organizaciones involucradas en la preservación del Ambiente, incluyendo a autoridades y compañías relacionadas.

Guía de Acciones

1. Siempre preocuparse por los impactos ambientales

Apuntar a minimizar las emisiones en actividades de la compañía, fijar metas y objetivos para alcanzarlo.

- Promover actividades de producción que no generen residuos o emisiones.
- Implementar controles operativos y mediciones preventivas para minimizar impactos potenciales.

2. Crear un mejor ambiente

Apuntar a minimizar la contaminación ambiental.

- Promover actividades de preservación de recursos naturales.
- Implementar un sistema de investigación previo para nuevos procesos y productos con sustancias químicas.

3. Cumplimientos legales y otros requerimientos

Como parte de una corporación, cumplir con nuestras responsabilidades.

- Cumplir con leyes y regulaciones ambientales
- Cumplir con los otros requerimientos a los que Toyota Argentina adhiere.

4. Como miembro de la sociedad

Participar activamente en actividades sociales.

- Cooperar con concesionarios, proveedores y contratistas.
- Apoyar a las autoridades ambientales gubernamentales.
- Contribuir también con actividades sin beneficios económicos.
- Difundir activamente la toma de conciencia ambiental a nuestro personal y la sociedad.

SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

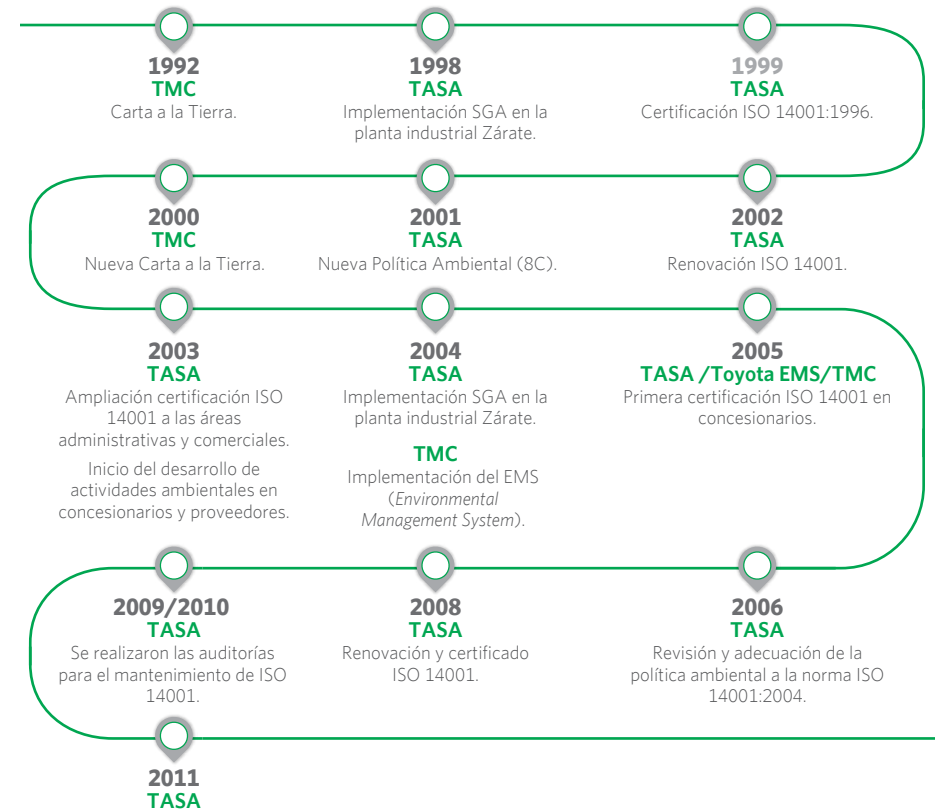


5º Plan de acción quinquenal 2011-2015

El presente reporte tuvo la particularidad de presentarse en medio del cambio del Plan de acción quinquenal. El Plan Quinquenal finalizado focalizó sus actividades en cuatro cuestiones ambientales de gran importancia global: energía y calentamiento global, reciclaje de recursos, sustancias de interés (*Substances of concern, SOC*) y calidad atmosférica. Estas cuatro cuestiones, a su vez, tuvieron como pilares la gestión ambiental y la cooperación con la sociedad. Los resultados de la aplicación del Plan se pueden ver plasmados en la sección de performance ambiental de este reporte. A su vez, en abril del 2011 -coincidiendo con el inicio del año fiscal- se comienza con la implementación del 5º Plan de acción de medio ambiente, que establece una nueva visión de la gestión ambiental. El ambiente global manifiesta, cada vez más, un mayor deterioro debido al uso indiscriminado de los recursos naturales y a la insuficiente atención que se da a la solución de los efectos negativos que esto produce. En las condiciones actuales de agudización de los problemas del ambiente, el hombre tiene que trabajar por el desarrollo integral y sostenido de la sociedad, que sea armonioso, compatible y se manifieste en la

protección del ambiente, lo que actualmente se denomina desarrollo sostenible. Un desarrollo económico sostenido y ambientalmente sustentable demanda un enfoque global y multifacético que tome en cuenta todas las etapas del ciclo de vida de un producto. En este sentido, Toyota ha decidido modificar su visión de la gestión ambiental para que esta inter-relación genere una sinergia que minimice los impactos derivados de los procesos de producción, uso y desecho de cada producto. Desde el desarrollo y diseño hasta las actividades de cooperación con la sociedad, Toyota utiliza como pilares fundamentales: la creación de una sociedad baja en carbono, basada en el reciclado y en armonía con la naturaleza.

HITOS DEL SISTEMA DE GESTION AMBIENTAL



Desarrollo del Sistema de Gestión Ambiental

El Sistema de Gestión Ambiental (SGA) es parte del sistema de gestión de una organización y se emplea para desarrollar e implementar la política ambiental y gestionar los aspectos ambientales. Toyota Argentina, al igual que todas las filiales Toyota alrededor del mundo, posee un Sistema de Gestión Ambiental. Toyota Argentina inició sus actividades en 1997 y en 1998 estableció su Sistema de Gestión Ambiental para sus actividades

productivas, que certificó al año siguiente bajo la norma ISO 14001:1996. A partir de ese momento, se ha renovado debidamente la certificación cada tres años, incorporándose en la primera renovación del 2002, las demás actividades de la empresa (administrativas y comerciales). En noviembre de 2004, ISO publicó la segunda edición de la norma 14001, y por consiguiente se añadieron sus modificaciones al SGA de la compañía.

TARJETA CON LA POLÍTICA AMBIENTAL

Es un requerimiento de la norma ISO 14001 y una condición necesaria para que el SGA funcione correctamente, que cada uno de los integrantes de la compañía conozca la Política Ambiental y oriente su accionar en función de ella. Tal es el motivo por el cual en Toyota Argentina, todo el personal lleva junto a su tarjeta de identificación una tarjeta plástica que tiene impresa la regla mnemotécnica de las 8C, resumen de la Política Ambiental.



Estructura organizacional del SGA

La gestión ambiental de la compañía está liderada por el Departamento de Asuntos Ambientales. Este administra y se encarga de que todos los sectores de la empresa cumplan los objetivos ambientales y mantengan el SGA, que se emplea para desarrollar e implementar la política ambiental y gestionar los aspectos ambientales en una organización. Como parte de su compromiso con el ambiente y según lo establecido en su Política Ambiental, también trabaja en la performance ambiental de su cadena de valor, concesionarios y proveedores, al mismo tiempo que extiende su compromiso con la comunidad a través de la difusión y la educación ambiental.

Para organizar y lograr el correcto funcionamiento del SGA, Toyota Argentina cuenta con una estructura de trabajo que permite el continuo seguimiento y mejora de todas aquellas actividades relacionadas con la gestión ambiental. Dicha estructura está constituida por los siguientes comités donde cada uno cumple una función específica:

- El Comité de Revisión Gerencial está integrado por los máximos responsables de la compañía, quienes se reúnen semestralmente para analizar y revisar el SGA a los fines de verificar su eficacia y mejorar lo que sea necesario. La coordinación está a cargo del representante de gestión ambiental.
- El Comité Ambiental de Producción se reúne mensualmente, mientras que el Comité Ambiental de No Producción lo hace de manera trimestral.

Están integrados por los jefes de sección de las actividades de producción y de no producción respectivamente. En ellos se reportan y analizan las actividades ambientales realizadas, el grado de cumplimiento de metas y objetivos, y se determinan los pasos a seguir de acuerdo con los hallazgos. La coordinación está a cargo del jefe de Asuntos Ambientales.

Aspectos ambientales

De acuerdo con la norma ISO 14001, se denomina aspecto ambiental al elemento de las actividades, productos o servicios de una organización que puede interactuar con el ambiente. La identificación y evaluación de aspectos ambientales es un punto básico dentro del Sistema de Gestión Ambiental, ya que a partir de ellos se determinan los controles operativos, procedimientos y monitoreos del sistema.

En Toyota Argentina esta actividad es realizada por los representantes ambientales de los sectores con soporte del Departamento de Asuntos Ambientales. La identificación se realiza teniendo en cuenta los volúmenes de consumos y emisiones o desechos involucrados en cada actividad así como su caracterización. Esta identificación permite analizar cada aspecto ambiental determinando su incidencia bajo distintas condiciones de operación, ya sea en situación normal, anormal o de emergencia. A fin de incrementar la conciencia ambiental en todos los sectores, se difunde el aspecto ambiental más importante dentro de cada área. Esto tiene como objetivo que cada colaborador sepa cuál es el aspecto significativo dentro de su propio puesto de trabajo.

Anormalidades ambientales

Una anomalía ambiental es una situación fuera del estándar que tiene o puede ocasionar un impacto negativo. Eventualmente, durante el funcionamiento de la planta pueden producirse anomalías ambientales tales como derrames menores, principios de incendio, etc. Con el objeto de conocer el origen de la anomalía, corregir la falla que la genera, y evitar su repetición, se llevan a cabo procedimientos estandarizados para informarlas y analizarlas. Estos procedimientos son efectuados por todo el personal involucrado en el acontecimiento de la anomalía.

Todas las anomalías fueron identificadas así como la causa que las originó, procediendo al diseño de la contramedida y su respectiva implementación.

Auditorías ambientales

Las auditorías son esenciales para el mantenimiento y mejora continua del SGA ya que evalúan su funcionamiento de manera sistemática. La empresa cuenta con auditorías externas e internas y ambas deben realizarse dos veces al año.

Toyota Argentina cuenta, de manera activa, con un plantel de 49 auditores internos.

Certificación en concesionarios

Toyota Argentina extiende su compromiso según lo definido por su Política Ambiental a su cadena de valor y principalmente a los concesionarios. Esto afecta a todo el concesionario y es principalmente importante en el manejo del área de servicios, contemplando de este modo el menor impacto posible en cada una de las etapas del ciclo de vida del vehículo. Las etapas de certificación son tres con el objetivo de lograr que certifiquen la norma ISO 14001. Esta certificación complementa los programas DERAP y SAT (ver capítulo Relación con la cadena de valor) con una estandarización de las políticas y procedimientos. Toyota Argentina incentiva la certificación de sus concesionarios y brinda, en la etapa de implementación, un soporte *in situ* facilitando un servicio periódico de consultoría cada 15 días. Además audita cada instalación antes, durante y después del proceso de certificación. Una vez alcanzado el cumplimiento de la norma, la compañía realiza una auditoría anual.

HALLAZGOS DE AUDITORÍA

TIPO DE ANORMALIDAD	2010
Derrames menores	2
Derrames mayores	1
Principio de incendio	-
Incendio	-
Emisión excesiva de gases	-
Efluentes fuera de límite	-

“ En la actualidad 51 de las 73 bocas de venta se encuentran certificadas bajo la norma ISO 14001 bajo la coordinación y asesoramiento de Toyota Argentina, incrementando 7 respecto al período anterior.

Cuando manejas, cuidate y cuidá el medio ambiente.



L001C0000.COM

Certificación en proveedores

Los proveedores son el primer eslabón de la cadena de producción, es por ello que Toyota Argentina alienta y promueve la certificación de sus actividades bajo la norma ISO 14001. Este trabajo se inició en 2003 para aquellos que estuvieran alcanzados en la Guía Ambiental de Compras, documento elaborado por TMC y adaptado localmente. Esa Guía se aplicaba a los proveedores de autopartes, materias primas directas e indirectas. En mayo de 2007 se lanzó la Guía Ambiental de Compras II, cuyo objetivo fue ampliar el universo de proveedores alcanzados. Esta nueva guía incorporó a los de logística, equipos, construcción, limpieza y jardinería. Además se sumaron nuevos temas como la reducción de emisiones de CO₂ y el uso de material de embalaje en logística. Toyota Argentina brinda soporte a sus proveedores a través de auditorías denominadas GAP. El objetivo de las mismas es evaluar en las instalaciones del proveedor dos aspectos por demás importantes para poder lograr la certificación:

1. Las condiciones edilicias y de infraestructura del proveedor.
2. El estado de la gestión legal ambiental aplicable.

Comité Ambiental Sudamericano

Con el objetivo de desarrollar un trabajo de integración regional, las filiales Toyota de América del Sur formaron el Comité Ambiental Sudamericano (SAEC, por su sigla en inglés). En él se debaten y definen líneas de trabajo con miras a promocionar una estructura regional de gerenciamiento ambiental. Este comité se reúne dos veces al año y participan representantes de Toyota Argentina, Toyota de Brasil, Toyota de Venezuela y TMC.

El SAEC se compone de cinco subcomités: Producción, Logística, Comercial, Compras y Responsabilidad Social y Comunicación, cada uno compuesto por representantes de Toyota Argentina y Toyota do Brasil que trabajan de manera conjunta para poder presentar resultados y avances a la casa matriz durante el SAEC.

Difusión y conciencia ambiental

Entendiendo que los cambios de paradigmas sólo se alcanzan con cambios de hábitos y que éstos a su vez requieren de una reeducación, es que la capacitación y difusión está contemplada en la Política Ambiental de Toyota Argentina. Es por ello que la gestión ambiental está fuertemente promovida y acompañada a través de campañas de educación, difusión e información tanto al interior de la compañía como a la comunidad.

“ 59 son los proveedores que poseen la certificación ISO 14001 al cierre de este reporte, a los que se suman 15 con planes de certificar el año próximo.



Mes del ambiente

Todos los años en junio y noviembre se celebra en Toyota Argentina el Mes del Ambiente a través de actividades participativas internas de concientización y comunicaciones externas.

En 2010 la temática trabajada en el mes de junio fue el uso racional de energía -ahorro energético- y en noviembre fue la clasificación de residuos con actividades de comunicación por medio de correo electrónico, cartelera, Intranet y charlas de 5 minutos en los sectores productivos donde se informó la No Conformidad -NC- de la auditoría externa ISO 14001 junto con entrega de material de refuerzo sobre clasificación de residuos.

En el mismo sentido se realizaron acciones de mejora con un relevamiento del 90% de los sectores para detectar necesidades de cestos y carteles y la incorporación de patrullas en los sectores según los hallazgos de la auditoría externa para identificar mejoras.

NOVIEMBRE MES DEL AMBIENTE

¿ESTÁS CLASIFICANDO LOS RESIDUOS CORRECTAMENTE?

El material mal clasificado pierde su potencial de recurso, volviéndose basura.

Son **RECICLABLES** aquellos residuos que pueden ser aprovechados como insumos en la producción de otros productos.

Por ejemplo:

- Nylon
- Goma
- Alambres
- Bronce
- Hierro
- Cobre
- Plásticos
- Vasos y cucharas plásticos
- Cajas y cartones
- Papel blanco
- Latas de aluminio
- Envases (P.E.T.)

ECO. TOYOTA

ASPECTOS SOCIALES

53. Relación con los clientes

58. Relación con los colaboradores

74. Relación con la comunidad

88. Relación con la cadena de valor



“ Toyota Argentina S.A. asegura la calidad de sus productos, comprometiéndose a satisfacer los requisitos y expectativas de sus clientes.

Relación con los clientes

Toyota, sinónimo de calidad

La Política de Calidad de Toyota Argentina S.A. fue establecida y certificada bajo la norma ISO 9001 en el año 1999 y alcanza a la producción, logística y distribución de vehículos así como a todos los sectores que se relacionan de manera directa. El concepto de que la calidad se construye durante todo el proceso productivo y donde cada colaborador es responsable de no dejar pasar un defecto al paso siguiente, garantizan la calidad distintiva de Toyota.

Principios

1. Producir vehículos de acuerdo con los estándares de calidad internacional de su casa matriz TMC.
2. Construir y mejorar la calidad en el proceso, trabajando para ello sobre la base del Sistema de Producción Toyota.

Objetivos de calidad

- Reducir los defectos por vehículo: los que se detectan en la inspección final.
- Aumentar el *first run ratio*: reducir las reparaciones fuera de línea.
- Formar y trabajar en círculos de calidad QC: mejora continua.
- Realizar sugerencias: mejora continua.
- Reducir los rechazos de partes locales, trabajo conjunto con los proveedores.
- Reducir los reclamos de clientes.

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

**Inspección pre-entrega**

Este equipo de trabajo tiene por objetivo principal realizar una inspección completa de la calidad de los vehículos proveniente de otras plantas Toyota. Problemas que pudieran ocasionarse desde su planta de origen, pasando por el transporte hasta su despacho en el concesionario.

**Calidad enfocada en la satisfacción del cliente**

Los reclamos de clientes por problemas de calidad de la pick up Hilux y SW4 que se generan durante el uso también son atendidos. La actividad se basa en la rápida detección del problema, promover la investigación necesaria con los sectores involucrados a fin de proveer información técnica para su rápida reparación en la red de concesionarios. Estas actividades conocidas como EDER, por sus siglas en inglés y que significan "detección temprana y rápida resolución", tienen como propósito final generar la implementación de las contramedidas necesarias, siempre focalizando en minimizar los tiempos en todas las etapas de la gestión y obtener la satisfacción del cliente.

Exhibición de campo acerca de los problemas de calidad

A través de esta actividad se exhiben y se comparten las soluciones abordadas sobre los problemas de calidad detectados en las

camionetas a lo largo del año. Participan los integrantes de la compañía así como también los principales proveedores. Mediante stands se ejemplifican los principales problemas, se muestran casos de clientes y se desarrollan las contramedidas implementadas, ya sea en la línea de producción o en algún proveedor. Además se incluyen piezas de reclamos de los casos para la mejor interpretación del mismo, con fotos, videos, etc.

Mes de la Calidad

Todos los años desde el 2009, mayo es el Mes de la Calidad en Toyota Argentina bajo el lema *El cliente primero, la calidad primero*. El propósito de la campaña es reforzar la conciencia acerca del concepto de Calidad Toyota y promocionar, a través de diferentes actividades que se realizan tanto en la planta de producción como en proveedores, el compromiso que tenemos todos los colaboradores de Toyota de asegurar la calidad para la satisfacción de nuestro cliente.

Ji Koutei Kanketsu (JKK)

La traducción de la expresión japonesa al castellano es Concluir-de manera perfecta-en el propio proceso. Esto se logra, principalmente, mediante lo siguiente:

1. No pasar problemas al proceso siguiente: asegurar la calidad del proceso, evitando posibles problemas en el propio proceso y previniendo pasarlos al siguiente proceso.
 2. Poder visualizar nuestros resultados de manera inmediata: los resultados de nuestra tarea y nuestras mejoras deben ser visualizados en el momento por todos.
- El departamento de Aseguramiento de Calidad promueve la actividad de JKK desde 2008 en los procesos administrativos, productivos de Toyota Argentina y desde 2010 también en proveedores siendo en la actualidad 7 los que implementaron JKK. Se estableció un proceso modelo asegurando la calidad de los productos para evitar

enviar defectos a los procesos siguientes (Clientes) y mejorando notablemente los indicadores de calidad internos. Durante agosto se celebró el Mes de la Calidad, donde se difundió la base del Ji Koutei Kanketsu, que apunta a la construcción de la calidad dentro del propio proceso, y se compartió con los colaboradores los problemas detectados en campo a través de una exhibición.

Servicio: el cliente primero

El principio el cliente primero constituye un pilar fundamental en la filosofía de Toyota. En este sentido el área de Atención al Cliente es la que se ocupa específicamente de concentrar las comunicaciones directas entre la empresa y sus usuarios finales. La calidad de la atención se mide y controla, buscando brindarles a los clientes la mejor experiencia de comunicación. En este período, el 96% de los llamados fueron atendidos antes que el teléfono sonara 3 veces. Así, se resolvieron 1.965 inquietudes y se atendieron 6.374 pedidos de información, que llegaron tanto a través del teléfono 0800-888-8696 como desde la página Web, www.toyota.com.ar.



Encuesta de satisfacción a clientes

Esta encuesta, con resultados cuatrimestrales, es utilizada como una herramienta para promover mejoras en nuestros concesionarios, evaluando tanto la satisfacción con el proceso de ventas de vehículos como con la posventa.

En este período los clientes volvieron a

honrar la marca con muy altos puntajes en intención de recompra tanto en la encuesta de posventa como en la de ventas: 96% de los encuestados volverían a comprar un vehículo de la marca, la mayoría por la valoración de la calidad y confiabilidad.

Valoración	%
Calidad / Confiabilidad	46,2
Confort	21,3
Me gusta el andar	13,6
Performance / Prestaciones	8,9
Aspectos de seguridad	8,7
Experiencias anteriores con la marca	8,5
Diseño / Estilo	7,8
Tecnología	7,3
Atención del concesionario	6,3
Servicio de posventa	5,9
Imagen de marca	5,9
Garantía	5,3



“ En Toyota Argentina la atención al cliente se enfoca en crear y mantener la fidelidad de los clientes. El contacto se da a través de dos vías, directamente desde la compañía y mediante la red de concesionarios oficiales.

Encuesta de calidad QAS

El Servicio de auditoría de calidad (*Quality Audit Survey, QAS*) tiene por objetivo escuchar la voz del cliente para mejorar la calidad del vehículo y satisfacción del cliente. Se trata de encuestas realizadas a clientes con vehículos con un máximo de 3 meses en servicio, donde se evalúan los aspectos de satisfacción, con la calificación de 32 atributos del vehículo con puntuación entre 1 y 10, y de calidad, mediante el indicador **cosas que van mal** (*Things gone*

wrong, TGW) medido por porcentaje de reclamos por entrevista.

Los resultados son analizados por distintos departamentos y derivan en cambios o mejoras en la calidad y la especificación del producto. Desde el 2005, año de introducción de las nuevas Hilux y SW4, estos modelos han mejorado continuamente sus indicadores, confirmando en los resultados su liderazgo en el mercado.

Seguridad

Toyota Argentina como miembro integrante de la Asociación de Fábricas de Automotores (ADEFA) junto con la Agencia Nacional de Seguridad Vial, la Secretaría de Industria y Comercio y la Cámara Importadores y Distribuidores Oficiales de Automotores (CIDOA), acordaron la implementación de nuevos sistemas de seguridad para los vehículos nuevos. Según este reciente acuerdo se establece la incorporación de bolsas de aire (*airbag*), sistema antibloqueo de frenos (*anti blocking system, ABS*) y apoyacabezas en todas las plazas contiguas a las puertas. Estos sistemas se incorporarán de forma

gradual a los vehículos vendidos:

- 10% desde 2010.
- 15% desde 2011.
- 30% desde 2012.
- 60% desde 2013.
- 100% desde 2014, cuando todos los vehículos dispondrán de estos sistemas como equipamiento mínimo.

Esta reglamentación es el resultado del compromiso de las empresas automotrices para incrementar la seguridad. Durante el año 2011 se seguirá trabajando en la implementación de otros requerimientos adicionales para mejorar la seguridad de los vehículos y sus ocupantes.



Relación con los colaboradores

Toyota Argentina posee una visión a largo plazo y por ello promueve relaciones de trabajo sólidas, equitativas y duraderas ya que considera a sus colaboradores parte esencial para el crecimiento de la compañía.

Principios de la administración en recursos humanos

Las relaciones de trabajo sólidas y equitativas con los colaboradores son los pilares de la visión a largo plazo que Toyota Argentina considera parte esencial para el crecimiento de la compañía.

El Toyota Way como pilar de la gestión de los recursos humanos y de todas las acciones de la compañía, sienta sus bases en la mejora continua y el respeto por las personas. Es por esto, que el desarrollo de los recursos humanos comprende no solo la creación de un clima de trabajo agradable si no también el desarrollo individual de los colaboradores y el trabajo en equipo a través de los siguientes principios:

Garantizar un ambiente laboral donde los empleados puedan trabajar con plena confianza en la compañía.

- Empleo estable.
- Mantener y mejorar las condiciones de trabajo.
- Garantizar consistencia e igualdad de condiciones.

Promoción de iniciativas para desarrollar e incentivar las capacidades individuales y así detectar oportunidades de mejora continua.

- Comunicación abierta con empleados para compartir la misión y valores de la compañía.
- Reflejar los resultados del negocio en las condiciones de trabajo.
- Promover la participación del empleado en actividades corporativas.

Comprometerse completamente con el desarrollo de los recursos humanos.

- Promover el crecimiento personal a través del trabajo.
- Comunicación del Toyota Way.
- Desarrollo de los recursos humanos con una perspectiva de largo plazo y enfatizando el entrenamiento en el puesto de trabajo.

Promover el trabajo en equipo con el objeto de alcanzar el desarrollo individual y optimizar el trabajo grupal en la compañía.

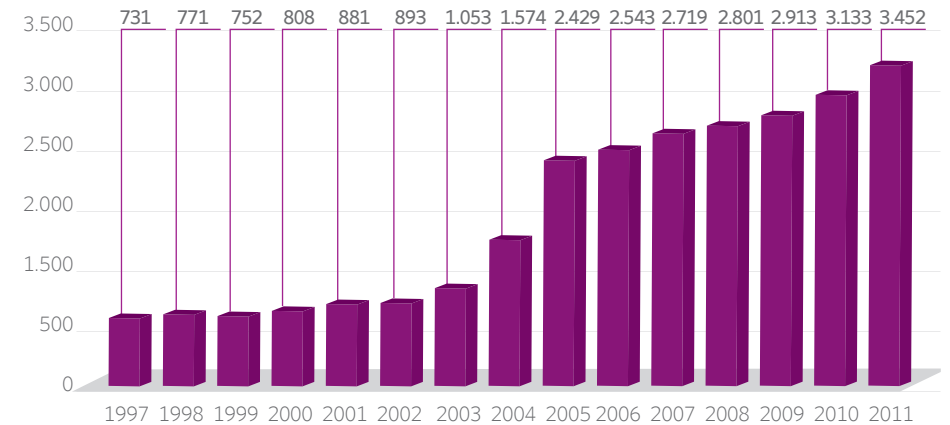
- Trabajar en la construcción de consensos.
- Resultados de equipo y generación del sentido de unidad grupal.
- Compartir los desafíos y metas de la compañía.

PRINCIPALES INDICADORES

Staff administración	268
Staff comercial	114
Group Leaders y Producción	364
Team Members & Team Leaders	2.692
Coordinadores de TMC	14
Dotación bajo convenio	78%
Edad promedio (años)	30
Dotación femenina	5%
Antigüedad promedio en la compañía (años)	6,62
Rotación media	6%

En Toyota Argentina no existe diferencia entre el salario del personal femenino y masculino.

DOTACIÓN DE PERSONAL / EVOLUCIÓN 1997 - 2011



Dotación de personal

Toyota Argentina tiene dentro de sus prioridades el desarrollo social y económico de la comunidad. En este sentido, la generación de fuentes de empleo es una de sus principales contribuciones.

Asegurando los puestos de trabajo, incluso en épocas de crisis, durante el período reportado Toyota reforzó su compromiso en el país garantizando el proyecto de ampliación de nuestra planta industrial.

La planificación para ampliación del volumen de producción requería concentrar los esfuerzos en uno de los mayores activos: la dotación de personal. Durante este año, se realizaron evaluaciones y se planificó para cumplir con el desafiante proyecto, llamado internamente 92K, referido a la ampliación de la producción.

Se definió entonces la apertura de 600 nuevos puestos de trabajo, incorporaciones que se darán gradualmente a lo largo del año 2011. Al término de la presentación del presente reporte Toyota Argentina cuenta con una dotación de 3.452 colaboradores.

Beneficios para el personal

- **Seguro de vida:** adicional a lo previsto por la ley, se otorga un seguro del 100% que corresponde a una indemnización equivalente a 24 sueldos en caso de fallecimiento y de 48 en caso de accidente.
- **Cobertura médica de salud:** medicina prepaga para los colaboradores no alcanzados por la obra social sindical y para su grupo familiar 100% a cargo de la empresa a través del prestador Medicus.
- **Servicio de comedores:** se cubre el 80% del costo de los consumos tanto en la planta industrial como en las oficinas comerciales de Vicente López.
- **Acuerdos con compañías bancarias, de seguro y obras sociales** que concurren a la planta para brindar atención personalizada, facilitando la gestión de trámites.
- **Acuerdos y descuentos con otras compañías:** se establecieron convenios con compañías de electrodomésticos, equipos de computación y otras ofreciendo descuentos especiales para el personal.



- **Kit escolar:** útiles y elementos necesarios para el retorno a clases para todos los colaboradores con hijos entre 5 y 15 años.
- **Guardería:** se ofrece al personal femenino y a los colaboradores viudos con hijos menores de tres años, una cobertura por el servicio de guardería.
- **Servicio de médico:** complemento de kinesiología dentro del predio industrial y exámenes médicos periódicos.
- **Servicio especial de transporte:** con 70 recorridos diarios contando los tres turnos, para todos los empleados que se desempeñan en planta Zárate. Las localidades abarcadas son: Campana, Zárate, Lima, Baradero, Alsina, San Pedro, Luján, Rodríguez, Open Door, Torres, Moreno, Capital Federal, San Miguel, Matheu, Villa Rosa, Escobar, Del Viso y Pilar.
- **Centro de acondicionamiento físico:** brinda asistencia en materia de salud y está disponible para todos los colaboradores.

Salud y seguridad Promoción de la salud

Servicio médico: el servicio médico en nuestra planta industrial, cuenta con todo el equipamiento necesario para brindar asistencia inmediata a nuestros colaboradores en materia de salud. Cuenta con una dotación de médicos permanentes brindando servicio, sala de emergencias, tres consultorios, un centro de kinesiología para tratamientos específicos y rehabilitación y ambulancia propia para traslados internos y a consultorios especializados.

Exámenes médicos periódicos: con la finalidad de inducir buenas prácticas y promocionar la salud, en Toyota se realizan anualmente exámenes físicos y de laboratorio de forma gratuita para todo el personal de la compañía.

Prevención de sarampión: para prevenir la propagación de esta enfermedad se brindó a los empleados, información sobre el tema a modo de concientización y la recomendación de la aplicación de la vacuna preventiva disponible de forma gratuita para todo el personal.

Prevención de adicciones: Toyota Argentina tiene una política de adicciones que es firmada por todos los empleados desde

el momento que ingresan a la compañía. Basada en la prevención, el asesoramiento y tratamiento específico, apunta a la mejora de la salud a nivel personal, familiar y social. En 2010 se realizó una fuerte campaña de comunicación a los empleados para la concientización en los siguientes aspectos: dimensiones del consumo en nuestro país, efecto del uso de sustancias como alcohol, tabaco y drogas, efectos del consumo en el ambiente laboral, orientación y tratamiento de adicciones, etc.

Alimentación: en los comedores se ofrecen menús planificados para brindar una dieta balanceada, sana y rica para todos los colaboradores. Para garantizar la calidad de los alimentos e higiene en los procesos se realizan regularmente auditorías bromatológicas. Asimismo, el personal de los comedores es capacitado anualmente en buenas prácticas de trabajo y atención.

“La seguridad junto con el cuidado ambiental son la base de la matriz de prioridades en las operaciones de Toyota Argentina, así se logró en los últimos años una reducción del 85% en el total de accidentes.

Promoción de la seguridad La seguridad 1°

Toyota Argentina posee un fuerte compromiso para velar por la seguridad y protección de la salud de todos sus colaboradores mediante la incorporación de prácticas, procesos y tecnologías necesarias para mantener, con programas de mejora continua, altos índices de seguridad y confiabilidad de sus operaciones.

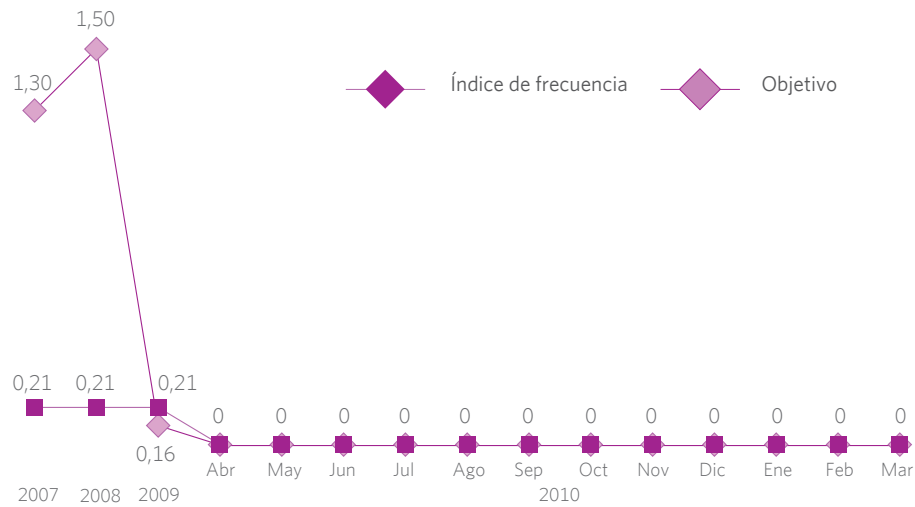
Principios:

- La observancia de esta política, a través del cumplimiento de las disposiciones legales y de las normas internas, es obligatoria para todo el personal.
- La prevención es considerada como la mejor y única herramienta para lograr que todos los accidentes, lesiones o enfermedades sean evitables.
- Toyota Argentina proporcionará la información y entrenamiento a todo su personal en los riesgos inherentes a cada puesto de trabajo.
- Los niveles de dirección y jefaturas serán los responsables de liderar programas de mejora continua de condiciones de trabajo y eliminación de riesgos.

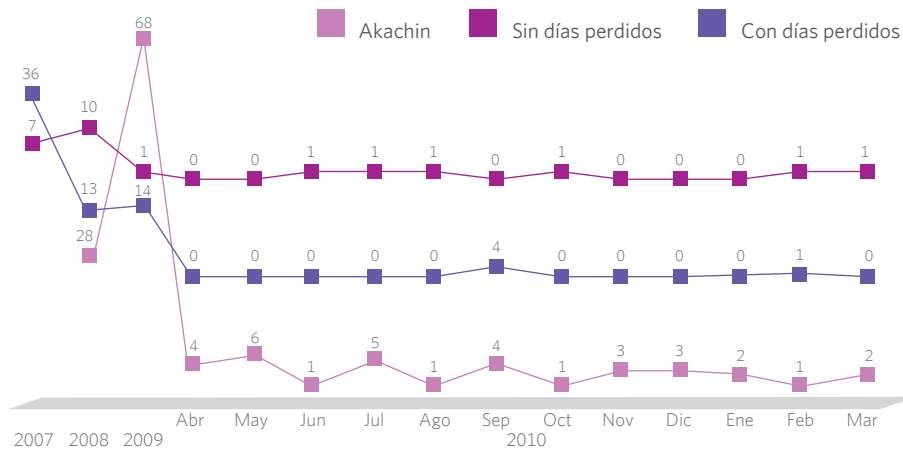
En este periodo el índice de frecuencia de accidentes fue 0,37 (nº de accidentes por millón de horas trabajadas), correspondiente a 3 accidentes menores y ninguno mayor, alcanzando los objetivos. Por eso, Toyota Argentina fue incluida entre las 7 fábricas sin accidentes mayores en el reporte de TMC.

“ Akachin refiere a aquellos accidentes menores que tratados en el servicio médico, permiten reincorporarse en el momento al puesto de trabajo.

ACCIDENTES / ÍNDICE DE FRECUENCIA



ACCIDENTES / CANTIDAD MENSUAL



BRIGADA DE EMERGENCIAS

A mediados del año 2010, se llevó a cabo en las instalaciones de la planta de Zárate un simulacro de emergencias internas; del cual participaron, trabajando en conjunto: una dotación del cuerpo de bomberos voluntarios de la ciudad de Zárate, personal del servicio médico interno de Toyota, y los integrantes de la brigada de emergencias.

El objetivo principal fue conducir a la brigada de emergencias a un terreno de posibles contingencias simuladas en planta; y a su vez, lograr una interacción y sincronización de trabajo dividido en tres etapas:

1. Postas.

En esta etapa participó solo la brigada, rotando por diferentes postas (espacios confinados, utilización de mangas, rescate de víctimas, sofocación de incendios), y en cada una de ellas, se aplicó todo lo aprendido durante el año.

2. Interacción de la brigada con los bomberos voluntarios.

Aquí la tarea consistió en corte vehicular con rescate de víctimas; y como cierre, sofocación de incendio en dos vehículos.

3. Cierre de la actividad, interacción de la brigada, el servicio médico y los bomberos.

En esta etapa se simuló una explosión en un sector de la planta, con víctimas atrapadas, donde los tres equipos debieron interactuar y trabajar en forma conjunta en el rescate de víctimas y en la sofocación de los frentes de incendios.



Comité de Higiene y Seguridad

El COHISE es un comité bipartito formado por representantes de TASA y representantes del Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor de la República Argentina (SMATA), que funciona según el convenio colectivo de trabajo con el objetivo de mejorar las condiciones de seguridad, ergonomía y ambiente de trabajo dentro de la planta industrial. El funcionamiento general es a través de una reunión mensual, sin embargo durante el período reportado, se implementó la modalidad de 2 reuniones por semana con diferentes sectores, aumentando notablemente la cantidad de ítems tratados. En total se detectaron 287 ítems, resolviéndose en forma inmediata 232 temas, siendo el resto temas que requieren

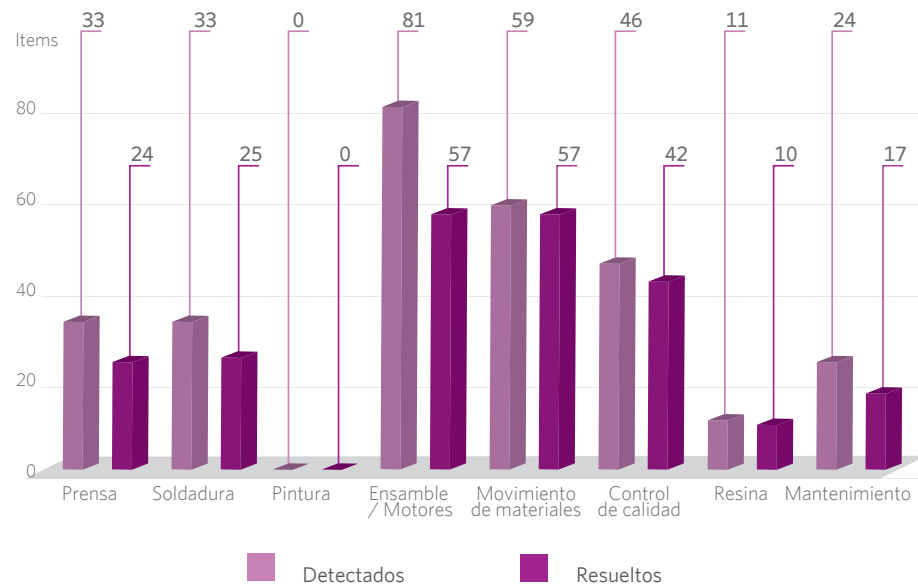
un tratamiento más profundo con plazos más extensos. Los temas tratados más relevantes son:

- a) Relativos a salud, seguridad e higiene, prevención de accidentes y ecología industrial y lo concerniente a las operaciones tendientes a la prevención de accidentes y enfermedades profesionales.
- b) Incentivo y fomento en el cumplimiento de las normas internas y legales sobre seguridad e higiene. Velar por el cumplimiento de las normas sobre protección del ambiente.
- c) Seguimiento y análisis periódico de las condiciones de seguridad con el objetivo de mejorar el nivel de seguridad dentro de la planta industrial.
- d) Medidas para mejorar la ergonomía de los puestos de trabajo.

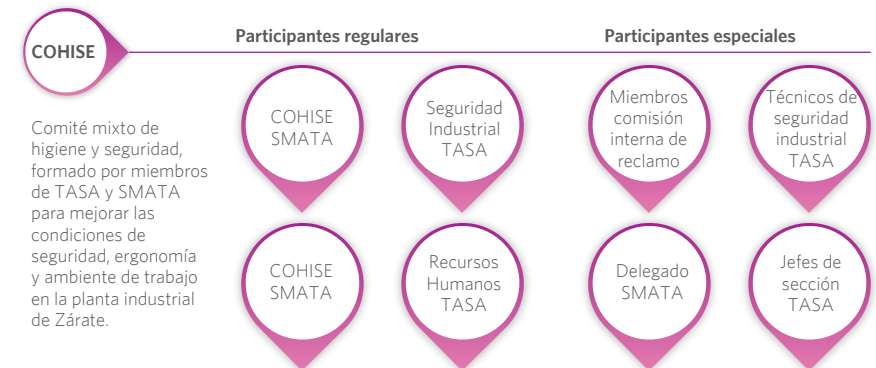
En la actualidad el 78% de nuestros colaboradores se encuentran bajo el convenio colectivo de trabajo en relación con el SMATA. En este sentido, todas las partes ya sea los trabajadores, sus representantes gremiales y los representantes de la empresa han manifestado su total coincidencia en transitar un camino conjunto de negociación, relación estable y armoniosa aplicando el Sistema de Producción Toyota en el marco del respeto a los trabajadores, el entendimiento de los intereses y necesidades de las partes, la fluida y clara comunicación. Todo esto confluye en mejores niveles de productividad y el desarrollo personal y profesional de cada uno de los integrantes de Toyota Argentina.



COHISE / ÍTEMES DETECTADOS Y RESUELTOS



COHISE / ORGANIZACIÓN



PATRULLAS DE SEGURIDAD

Toyota tiene una planificación mensual estratégica e integrada, en la cual se definen auditorías por sectores buscando riesgos potenciales de accidentes y detección de posibles desvíos en cumplimientos de normas. De manera conjunta trabajan las Áreas de Seguridad e Higiene Industrial y Asuntos Ambientales, con presencia de jefes, gerentes y el Director de Producción. Los ítems relevados se registran en un reporte que permite visualizar los hallazgos, gravedad del desvío, responsables para cada tema y plazo para corregir cada punto.

Desarrollo y formación de los recursos humanos

La compañía lleva a cabo programas de capacitación continua en temas que contribuyen a la adquisición de nuevas habilidades y a la mejora de las mismas. Durante el período 2009-2010 se implementaron nuevos programas y también se comenzó a trabajar con el Plan de vida laboral (*Work Life Planning, WLP*) para los *Team Members* (operarios), un proyecto que tiene como objetivo capacitar a los colaboradores respecto de conocimientos específicos que se requieren para cada categoría. Además, en el marco de la reestructuración de espacios dentro de la planta se planificaron y diseñaron cuatro nuevas salas totalmente acondicionadas para la capacitación idiomática del personal, dos nuevas salas para grupos reducidos, una sala para grupos grandes y un auditorio con capacidad para 300 personas.

1. Curso de inducción

Al incorporarse a Toyota Argentina, los nuevos colaboradores participan de este curso que tiene un día de duración. Durante el mismo se transmite la filosofía

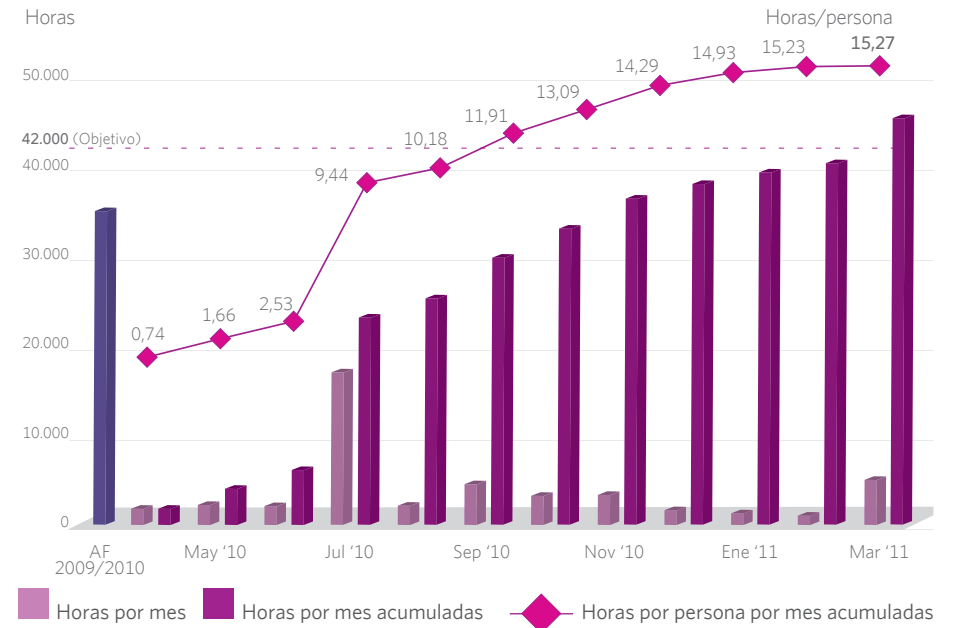
de Toyota y las normas de calidad, seguridad, ambiente y *kaizen* (mejora continua). En el período reportado 403 personas bajo convenio (3.224 horas) y 90 fuera de convenio (720 horas) realizaron la inducción al mundo Toyota.

2. Capacitación intensiva

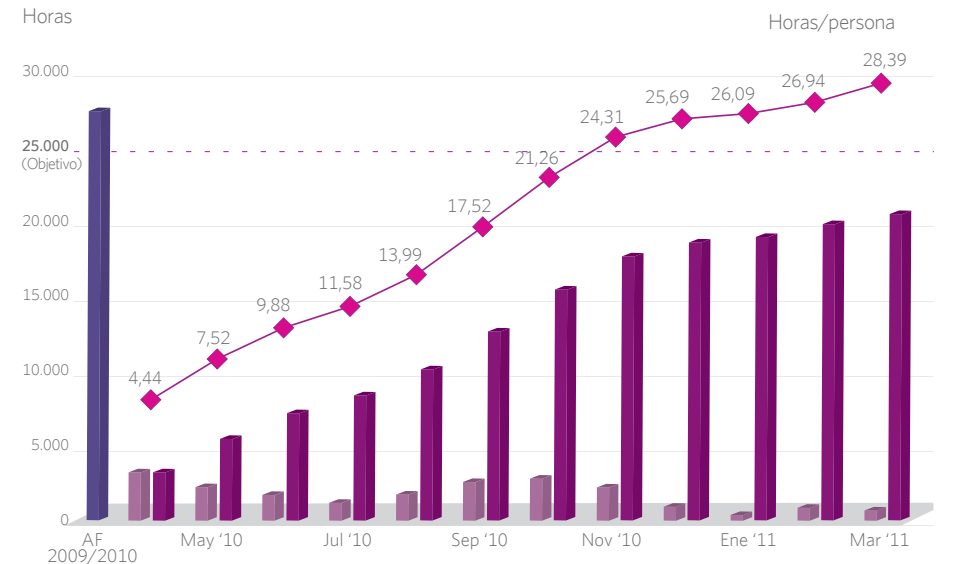
Dos veces al año, la planta industrial de Toyota cesa su producción con el objetivo de realizar mantenimiento y desarrollar nuevos proyectos. Estas instancias son utilizadas para la formación intensiva del personal de producción. Desde el año 2002, junto con la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) Toyota brinda a los colaboradores formación general en habilidades básicas siguiendo los lineamientos del Plan de vida laboral. En 2010, más de 330 personas se capacitaron intensivamente durante 15 días en diversas temáticas como: prevención de incendios, planes de contingencia, ergonomía, sistema de producción Toyota, trabajo en equipo y cuidado ambiental, entre otros.



CAPACITACIÓN / PRODUCCIÓN



CAPACITACIÓN / NO PRODUCCIÓN



3. Programa de formación de líderes

Con el proyecto de ampliación de planta e incorporación de personal, el desarrollo de nuevos líderes se presentó como un desafío muy importante para la gestión de personal. Es por esto que Toyota reforzó este programa para el personal afectado a producción. El curso apunta al desarrollo de habilidades y competencias específicas para la coordinación de grupos y líderes de células de trabajo.

4. Formación en las prácticas del negocio (TBP)

Dentro de la filosofía Toyota, el TBP guía la forma en que se llevan a cabo las tareas y resolución de problemas en búsqueda de las oportunidades de mejora. Toyota Argentina, al igual que el resto de las filiales, capacita a su personal en esta línea en un curso de dos jornadas que finaliza con la presentación de un caso práctico. También se aboca a la formación de nuevos instructores en esta práctica con certificación del Toyota Institute de TMC. En este período participaron 368 colaboradores en un total de 5.888 horas.

5. Capacitación idiomática

Al comenzar cada año se trabaja en la detección de necesidades de capacitación idiomática en cada área. A partir de esto Toyota facilita el dictado de cursos en los idiomas inglés, portugués, japonés y español. Los colaboradores, futuros candidatos a ser transferidos al exterior reciben cursos intensivos de japonés con la finalidad de facilitar su integración en estas instancias. Durante este año se capacitó en japonés a 47 colaboradores mientras que en inglés fueron 141, 6 en portugués y 9 en español.

6. Formación en otras filiales Toyota

Transferencia dentro de la compañía (*Intra Company Transferee, ICT*). El programa ICT tiene por objetivo la transferencia del conocimiento de TMC y otras filiales ubicadas en Japón a Argentina, desarrollando los recursos humanos y herramientas de trabajo a través de Entrenamiento en el trabajo (*On the job training*) que posteriormente se aplicarán en Toyota Argentina. En este período fueron 10 colaboradores de Toyota Argentina los que participaron de esta iniciativa desempeñándose en la casa matriz de Toyota (TMC) y otras filiales.

Concurso de habilidades de producción

En 2010 se realizó la tercera edición del Concurso de habilidades de producción. Esta competencia tiene por objetivo promover la mejora en las habilidades y premiar a los *Team Members* con mejor nivel de habilidad y destreza en el puesto de trabajo. Los colaboradores de los sectores de estampado, soldadura, pintura, ensamble, manejo de materiales y mantenimiento se anotan libremente y reciben entrenamiento antes del concurso. El evento consiste en una serie de pruebas de habilidad y destreza ante un jurado conformado por gerentes de producción, autoridades de Toyota Mercosur y de TMC.

Centro de Entrenamiento

El Centro de Entrenamiento (CET) ubicado dentro de la nave industrial tiene como función la formación en habilidades requeridas en cada puesto de trabajo dentro del proceso productivo. Cada *Team Member* al ingresar a Toyota Argentina recibe durante dos semanas un entrenamiento específico que le permitirá garantizar su seguridad, la calidad y la productividad del puesto en el que va a desempeñarse. De la misma forma el CET realiza re-entrenamientos para la mejora continua de las habilidades básicas del personal que ya cuenta con experiencia en planta. Durante el período reportado se han capacitado a 162 *Team Members* nuevos y 408 *Team Members* con experiencia.



“ Los finalistas de esta instancia concursan en un Concurso de habilidades (Skill Contest) Mercosur que cuenta con la participación de sus pares de Toyota do Brasil.



“Aplicaron 26.619 sugerencias, involucrando al 71% de la dotación de la planta siendo seguridad y calidad los principales temas.

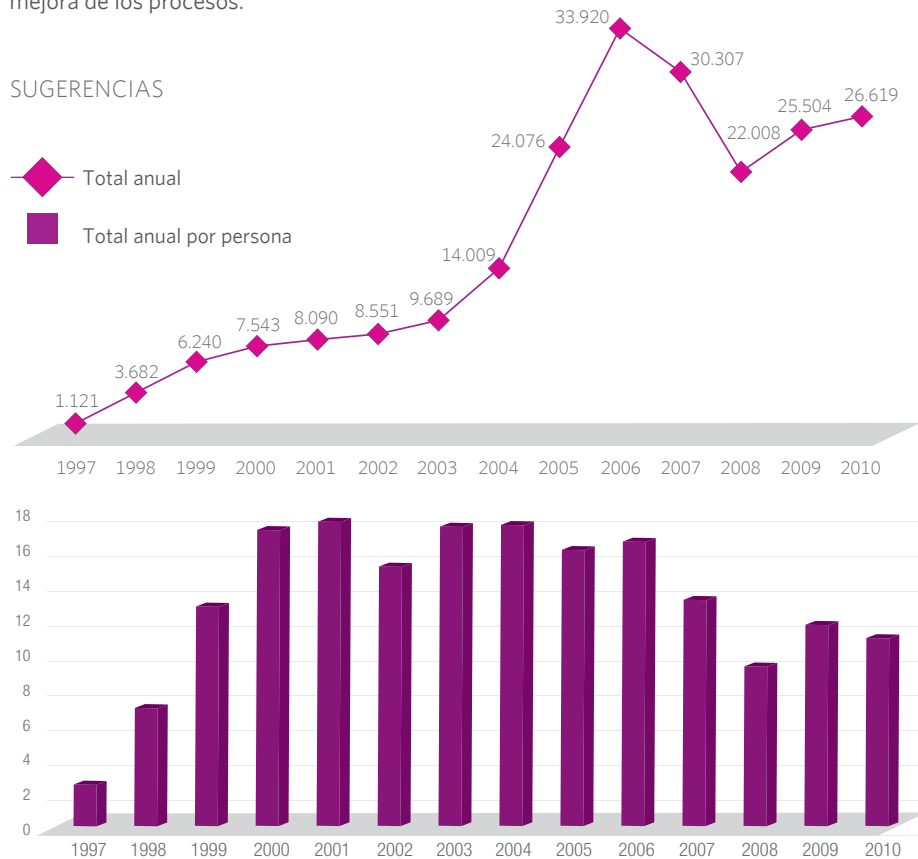
Sugerencias y Círculos de calidad

Toyota Argentina promueve la mejora continua -kaizen- en cada una de sus prácticas y entiende que esto se logra a través de las mejoras que cada colaborador detecta e implementa en su puesto de trabajo. Por ello la compañía fomenta la implementación de sugerencias y las actividades de Círculos de Calidad para la mejora de los procesos.

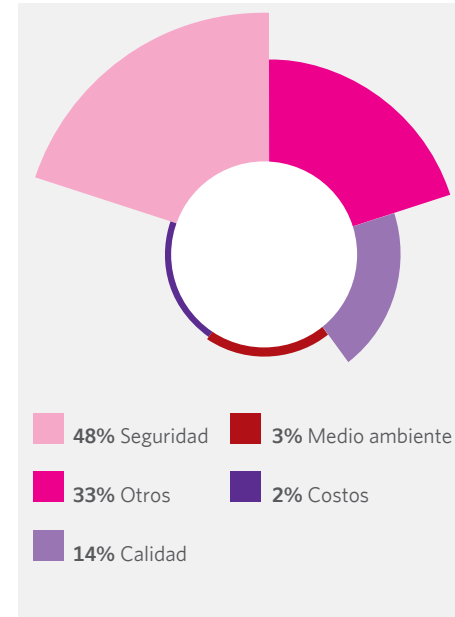
Sistema de sugerencias

Basándose en el pilar de la mejora continua, Toyota Argentina promueve y reconoce la implementación de mejoras que cada colaborador detecta e implementa en su puesto de trabajo. La compañía fomenta esta actividad a través del sistema de sugerencias el cual se encuentra estandarizado. En el período reportado contó con un promedio de participación del 71% del personal de producción. Esta actividad fomenta el involucramiento de los colaboradores en el proceso productivo y el desarrollo de la capacidad de detectar oportunidades de mejora.

SUGERENCIAS



SUGERENCIAS / DISTRIBUCIÓN POR TEMAS



Círculos de Calidad (QC)

Esta actividad constituye un ejemplo del espíritu de mejora continua y trabajo en equipo para la resolución de problemas y tiene como objetivo desarrollar las capacidades individuales de los colaboradores. Durante este periodo más de 1.700 colaboradores de Toyota Argentina trabajaron en 371 círculos analizando su labor diaria y llevando a cabo contramedidas.

Entre otras ideas, se desarrollaron nuevas medidas de seguridad para el abastecimiento de la línea de producción, formas de acortar los tiempos en el cambio de las matrices de estampado y procedimientos para optimizar los procesos de pintura.

Al igual que todos los años, se realizó la Convención de Círculos QCC en la planta industrial de Zárate, donde los diez mejores Círculos expusieron sus trabajos a los máximos directivos de Toyota Argentina. Los tres mejores círculos presentados fueron seleccionados para participar de la 7^{ma} Convención Mercosur organizada por TMC donde se reunieron los mejores trabajos de todas las filiales de Toyota.

PLANES DE AMPLIACIÓN

Durante este período comenzó a planificarse la ampliación del volumen de producción a 92.000 unidades anuales. En este marco se está trabajando fuertemente sobre la optimización de los espacios con los que contaba la planta industrial de Zárate y se detectaron las necesidades de expansión puntual para poder afrontar el desafío que tendrá Toyota para el próximo año.



Comunicación interna

Toyota Argentina entiende la comunicación interna como un nexo de interacción a través del cual se transmiten los valores y desafíos de la compañía, generando la participación activa por parte de los colaboradores que expresan sus inquietudes y potencian sus posibilidades de crecimiento. De esta manera, la comunicación constituye una herramienta esencial para el establecimiento de vínculos positivos con los colaboradores.

Sistema de comunicación de dos vías

Con la finalidad de continuar trabajando en la mejora de la gestión de los colaboradores y sus equipos, el 100% del personal de Toyota Argentina es evaluado con el sistema de comunicación de dos vías.

Esta herramienta apunta a generar espacios de diálogo en los cuales se permita clarificar los objetivos de cada colaborador para el año en curso y planificar sus oportunidades de desarrollo a partir de la evaluación de sus competencias. Teniendo en cuenta los resultados de este sistema y el contexto situacional, Toyota Argentina realiza dos veces por año una revisión salarial. Generando de esta manera una correspondencia entre salario y desempeño que contribuye con la construcción de un clima motivante de trabajo.



“ Desde su inicio en el año 2007, ya han sido parte de esta actividad cerca de 700 colaboradores.

TASA´s business briefing. Compartiendo los objetivos de la compañía

Una vez al año el presidente de la compañía y gerentes generales se reúnen con todos los colaboradores, tanto de producción como administrativos, en una serie de encuentros para compartir los resultados del negocio, el balance del año finalizado y los desafíos para el año que comienza.

Almuerzos y desayunos con el Presidente

Con el objetivo de fortalecer los vínculos y generar espacios de diálogo, mensualmente se organizan desayunos y almuerzos de empleados con el Presidente de la compañía. Estos encuentros se realizan con grupos reducidos de participantes para facilitar el intercambio y acercamiento, y así generar un clima distendido para poder conversar en un espacio donde todos puedan opinar y presentar inquietudes.

Charla de 5 minutos

Antes del inicio de cada jornada de trabajo, el personal de operación recibe en forma periódica charlas de 5 minutos de duración. Las mismas son brindadas por los *Group Leaders* que comunican a sus células de trabajo las principales noticias e indicadores de producción (seguridad, calidad, ambiente), fomentando el trabajo en equipo y una conciencia común sobre el trabajo diario.

Día de la Familia (Family Day)

Para Toyota Argentina es importante generar actividades en la que participen los colaboradores junto con sus familias para fomentar la integración a la compañía. Como todos los años, se llevó a cabo el *Family Day* en la planta industrial, evento en el cual se ofrecen diferentes atracciones para toda la familia. Cerca de 5.000 personas participaron de esta actividad desarrollada sobre el concepto del reuso utilizando material de descarte de la planta para la elaboración propia de lapiceros y cajas multiuso.

Además, durante la jornada, las familias se acercaron con diversos juguetes para ser donados a niños de diferentes edades. Al finalizar la misma, voluntarios de Toyota entregaron cerca de 1.000 juguetes a diversas instituciones como Misioneras de la Caridad y Parroquia Beata Teresa de Calcuta de Zárate; Capilla San Juan Bosco y Hogar de Niños Nuestra Señora de Lourdes de Campana; y Fundación Abrir la Puerta de Capital Federal.

“ Durante el *Family Day*, los colaboradores también contribuyen con la comunidad donando juguetes y alimentos para instituciones de la comunidad cercana a la planta.

Revista Desde Adentro

Con la colaboración de responsables de distintas áreas y bajo la coordinación de Recursos Humanos, Toyota Argentina emite su revista interna que se distribuye a los domicilios particulares de los colaboradores. En cada edición un sector de Toyota expone sus principales operaciones de trabajo además de temas como el cuidado del ambiente y la seguridad, la actividad de concesionarios y posventa, nuevos productos, difusión de hobbies del personal, entre otras.

Toyota Argentina dispone de diversos canales de comunicación como Intranet, correo electrónico corporativo y carteleras a través de los cuales informa las principales noticias sobre la compañía y otras cuestiones de interés. En la nave industrial y los comedores se encuentran terminales con tecnología de toque en pantalla (*touch screen*) que facilitan el acceso a la información en forma rápida y concisa. También la compañía cuenta con carteleras estratégicamente ubicadas donde se difunden mensajes y campañas de comunicación interna.



Relación con la comunidad

Siguiendo los lineamientos de la Política de Responsabilidad Social y bajo la coordinación del área de Responsabilidad Social y Comunidad, las acciones y programas se desarrollan en torno a tres ejes de acción: educación, ambiente y seguridad vial, con especial énfasis en la comunidad de Zárate.

Educación

Considerando que la educación es la base para el desarrollo de las comunidades y que los jóvenes de hoy serán los profesionales de mañana, Toyota trabaja para brindar apoyo a la educación y fortalecer su desarrollo en los distintos niveles.

Programa Mejora de la Educación Técnica Automotriz (META)

Es un programa que apunta a promocionar el aprendizaje y desarrollo de jóvenes estudiantes técnicos en el ámbito de posventa de un concesionario para su posterior inserción laboral. Para ello vincula a un concesionario de la red oficial de Toyota en Argentina con una escuela técnica, elegida por el mismo concesionario dentro de su zona de influencia.

Este programa, originado en el Departamento de Entrenamiento dentro de la Gerencia de Servicio al Cliente, tiene por objetivo estimular la empleabilidad de estudiantes con la idea de instruirlos, desarrollarlos y retenerlos, fortaleciendo la educación técnica con miras a crear una cadena de crecimiento en cada ciudad donde Toyota esté presente. Esto se logra mediante un proceso de selección de estudiantes que están por comenzar su último año del colegio secundario, a los cuales se invita a participar en un ciclo de prácticas profesionales durante el año lectivo desarrollando cuatro roles: asesor de servicio, asesor de repuestos, técnico y administrador técnico. Es un programa federal y posee un fuerte componente de contribución al desarrollo local. Además,

META es un programa en el cual conviven elementos técnicos y educativos ya que cada escuela participante recibe también bibliografía, equipamiento y material de trabajo por parte de Toyota Argentina y el concesionario.

Durante 2010, 72 alumnos participaron de las prácticas profesionalizantes de META y 84 alumnos realizaron las jornadas de capacitación en la planta industrial como inicio del periodo 2011.

Resultados desde 2008

- 233 alumnos pudieron acceder a la "Práctica profesionalizante", desempeñándose en los cuatro roles de posventa a lo largo del tiempo establecido durante el año lectivo.
- 22 comunidades locales fortalecieron sus capacidades y 22 escuelas recibieron material técnico, bibliográfico y equipamiento de trabajo.
- Por cada alumno que se capacita intervienen en el proceso cinco personas (tutor de la escuela, tutor del concesionario, tutor de Toyota, capacitador del concesionario y capacitador de Toyota).
- No hubo deserciones en la capacitación.
- Tuvo una participación femenina del 7%

Programa de introducción al mundo del trabajo

Este programa, que se desarrolla desde el 2008, es llevado adelante junto a la Fundación Junior Achievement y tiene como destinatarios a los alumnos del último año del secundario.

Por medio de este programa se brindan las herramientas para generar e identificar habilidades que faciliten su inserción en el mundo laboral (confección de *curriculum vitae*, preparación para entrevista laboral, trabajo en equipo, etc.) y desarrollar los conceptos de compromiso, responsabilidad y valor por el trabajo.

Durante 2010, la actividad se realizó en 8 escuelas en 20 cursos con 9 instructores, 11 mentores y donde participaron 562 alumnos en jornadas con juegos de roles de situaciones de trabajo que contribuyen al aprendizaje.

Campaña de lectura

Junto a la Fundación Leer la compañía desarrolla desde el año 2006 el "Proyecto Libro Abierto", cuyo objetivo es incorporar la lectura en la vida cotidiana de los niños y ayudarlos a descubrir que leer es fundamental para su crecimiento.

Durante la última edición el programa incluyó el asesoramiento técnico a escuelas y la entrega de 250 libros y la entrega de manuales de criterios de evaluación para los directivos participantes.

Tecnicatura sobre mantenimiento industrial

En función de un estudio de demanda de la zona, se detectó la necesidad de personal calificado para tareas de mantenimiento. Por esta razón junto con la UTN, Facultad Regional Delta, y con el apoyo del crédito fiscal COPRET, se comenzó con el dictado de cursos que suman créditos para la Tecnicatura en Mantenimiento Industrial en la Escuela de Educación Técnica N° 2 de Zárate. Dirigida a operarios de Toyota, se dicta de mañana y tarde para que los mismos puedan concurrir, respetando sus turnos de trabajo. Abierta a la comunidad, participan también del curso personas no pertenecientes a la compañía, con posibilidades de mejorar su empleabilidad. Asimismo, y con el apoyo del crédito fiscal del Ministerio de Trabajo de la Nación, esta tecnicatura también se dicta en las ciudades de Baradero, bajo convenio con la Municipalidad de la ciudad, y en Villa Flandria (Luján) en el Colegio San Luis Gonzaga. Con una duración de dos años y medio, los cursos se abrieron para un máximo de 20 personas, permitiendo una asistencia casi personalizada a los cursantes.

“ En la sede Flandria ingresaron 40 personas entre 2009 y 2010, mientras que en Baradero fueron 32 y Zárate cuenta con 29 personas en la actualidad. En marzo de 2011 el 60% de las personas que estudiaron la tecnicatura, pertenecientes a la comunidad en las distintas sedes, ingresaron a trabajar en la planta. En el caso de los operarios 100% pasaron del sector producción a mantenimiento, mejorando su empleabilidad y calidad de vida, con un aumento de sueldo por profesionalización del 20%.

Programas de asignación de crédito fiscal a proyectos educativos

Toyota Argentina brinda soporte a las escuelas técnicas nacionales para la presentación de proyectos educativos dentro del marco normativo que permiten utilizar parte de los aportes fiscales para financiar proyectos educativos a través del Consejo Provincial de Educación y Trabajo (COPRET) en la provincia de Buenos Aires y del Instituto

Nacional de Educación Tecnológica (INET) a nivel nacional. Se trabaja dando soporte a las escuelas para la presentación de proyectos educativos, la provisión de equipamiento, su puesta en marcha y formación de los docentes. Y además la compañía se encarga de gestionar la compra y entrega del equipamiento a las escuelas.

PROYECTOS INET 2011

ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO	PROVINCIA	PESOS
Escuela Profesional N° 3	Jujuy	196.408
Instituto María Montessori	Tucumán	54.525
EET N° 32 General San Martín	CABA	73.200
Escuela Especial N° 17 Ingeniero Juárez	Formosa	44.617
Escuela Especial N° 9 Comandante Fontana	Formosa	44.231
Instituto Lasalle - San Martín	Buenos Aires	111.422
Núcleo Educativo y Formación Profesional N° 33	Formosa	67.640
Colegio Secundario La Granja	Sant. del Estero	169.243
UEP N° 57 Fray Mamerto Esquiú	Chaco	140.444
EET N° 5102 Campo Santo	Salta	198.970
EET N° 23 Casal Calviño	CABA	161.950
EET N° 13 Virrey del Pino	Buenos Aires	199.876
Escuela Pcial. de Educación Secundaria N° 68	Formosa	83.691
EPET N° 7	Formosa	101.691
Escuela de Adultos N° 31	Misiones	75.163
Centro Tecnológico Los Ceibos	Catamarca	28.117
Escuela Familia Agrícola Ñanembae	Corrientes	40.720
EET N° 612 Eudocio Santos Giménez	Santa Fe	193.440
Total		1.985.348

“ En este período se formularon, junto a las escuelas, 23 proyectos INET que se ejecutarían en 2011 mientras que se efectuaron las compras de 18 proyectos INET.

PROYECTOS COPRET 2011

ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO	LOCALIDAD	PESOS
CFP N° 405 San Martín	San Martín	50.000
Instituto San José	Balcarce	45.000
EET N° 1	Baradero	60.000
EET N°2	Zárate	50.000
EET N° 3	Zárate	40.000
EET N° 4	Zárate	60.000
EET N° 13	Virrey del Pino	35.000
EET N° 6 Albert Thomas	La Plata	35.000
EET N° 4	3 de Febrero-Ciudadela	35.000
EET N° 1 Mariano Moreno	Chivilcoy	35.000
EET N° 1	Gral. Villegas	35.000
EET N° 1	Rauch	35.000
EET N° 1 Raúl Scalabrini Ortiz	Santa Teresita	35.000
CFP N° 401	Mar del Plata	50.000
CFP N° 403	Lomas de Zamora	50.000
EEA N°1 Carlos Von Bernard	Zárate	50.000
E Especial N° 501 Oscar Sambucetti	Capilla del Señor	50.000
E Especial N° 502	Luján	25.000
EET N° 1	Coronel Pringles	25.000
EET N° 1 Fray Luis Beltrán	Gral. Pinto	25.000
EET N° 1	Carlos Casares	25.000
EET N° 1	Ezeiza	25.000
EET N° 8	La Plata	25.000
CFP N° 401	Berisso	25.000
Escuela Especial N° 502	Zárate	25.000
Instituto Juan Luis Vives	Villa Gesell	25.000
Instituto Superior ITECO	Olavarría	25.000
EET N°1	Laprida	25.000
Instituto Mariano Moreno	Pergamino	25.000
Total		1.050.000

“ Durante este año se formularon junto a las escuelas 30 proyectos COPRET que se ejecutarán en 2011 mientras que se ejecutaron las compras y rendiciones de 29 proyectos COPRET.

ACTO DE CIERRE SOBRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN

Con la presencia de más de 250 personas el 1 de diciembre de 2010 se presentó, evento mediante, el trabajo realizado por Toyota Argentina a lo largo del año. En la ceremonia, maestros, directivos y alumnos recibieron su certificado por la participación en alguno de los programas educativos que realiza la compañía. Finalmente, el presidente de la compañía junto a autoridades del Instituto Nacional de la Educación Técnica -INET- y el Consejo Provincial de Educación y Trabajo hicieron entrega del equipamiento correspondiente a los programas de crédito fiscal a las escuelas de la provincia de Buenos Aires.

Visitas y apoyo a universidades

Con la finalidad de tener un acercamiento al mundo académico, generando una base para el intercambio, anualmente se reciben las visitas de estudiantes. En este período visitaron la planta industrial las

universidades IAE, Universidad de Luján, Universidad de Cuyo, Universidad de Mar del Plata. Además participaron de la visita las escuelas en contingente Chubut y Misiones y la EET1 Chivilcoy, entre otras.

Promoción de la educación ambiental

Por 7^{mo} año consecutivo, se brindaron conceptos sobre educación ambiental en las escuelas primarias de Zárate y Campana. Desde el año 2004, el personal de Asuntos Ambientales de la compañía transmite conceptos sobre cuidado ambiental a los alumnos, considerando que para obrar de manera responsable con el ambiente, los cambios de hábitos deben comenzar en los

más pequeños. Dicha campaña, ya alcanza un total de más de 7.800 chicos de 5^{to} grado en 17 escuelas de la comunidad de la planta Toyota. La base de la capacitación es transmitir diversos conceptos como contaminación, reciclaje y reuso, y calentamiento global, además de promover el trabajo en equipo, el debate, la búsqueda de consenso y la creatividad al momento de resolver el juego.

PROGRAMAS EDUCATIVOS REALIZADOS

ESTABLECIMIENTO	BENEFICIARIOS DIRECTOS	PROGRAMA
EET N° 1 Almirante Guillermo Brown	70 alumnos	Introducción al mundo del trabajo.
EET N° 2 Coronel de marina Tomás Espora	69 alumnos	Introducción al mundo del trabajo.
EET N° 3 Ing. Agustín Rocca	71 alumnos	Introducción al mundo del trabajo.
EET N° 4	76 alumnos	Introducción al mundo del trabajo.
Escuela Agraria N° 1 Carlos Von Benard	42 alumnos	Introducción al mundo del trabajo.

EET N° 1 Hipólito Bouchard	89 alumnos	Introducción al mundo del trabajo.
EET N° 1 Batalla Vuelta de Obligado	70 alumnos	Introducción al mundo del trabajo.
EET N° 1 Luciano Reyes	75 alumnos	Introducción al mundo del trabajo.
Escuela N° 15 Clotilde Guillén de Rezzano	5 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "El placer de leer y las prácticas de lectura en la escuela".
Escuela N° 2 Coronel de marina Tomas Espora	6 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "El placer de leer y las prácticas de lectura en la escuela".
Escuela N° 24 Ricardo Güiraldes	4 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "El placer de leer y las prácticas de lectura en la escuela".
Escuela N° 28 Juana González de Silvano	5 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "El placer de leer y las prácticas de lectura en la escuela".
Escuela N° 3 Nuestra Señora del Carmen	4 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "El placer de leer y las prácticas de lectura en la escuela".
Escuela N° 1 General José de San Martín	6 docentes	Capacitación intensiva para mediadores de lectura: "El placer de leer y las prácticas de lectura en la escuela".
Escuela N° 12 Crucero General Belgrano	5 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "Criterios orientadores de buenas prácticas para la enseñanza de la lectura: el rol del promotor de lectura".
Escuela N° 21 Paula Albarracín de Sarmiento	6 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "Criterios orientadores de buenas prácticas para la enseñanza de la lectura: el rol del promotor de lectura".
Escuela N° 26 María Luisa Luchillo de Buttri	4 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "Criterios orientadores de buenas prácticas para la enseñanza de la lectura: el rol del promotor de lectura".
Escuela N° 27 José Manuel Estrada	5 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "Criterios orientadores de buenas prácticas para la enseñanza de la lectura: el rol del promotor de lectura".

 En este período se cambió el método en la campaña en escuelas primarias, estimulando a los chicos un punto de vista lúdico.

Escuela N° 29 Mariano Moreno	4 docentes	Campaña de lectura: capacitación intensiva para mediadores de lectura: "Criterios orientadores de buenas prácticas para la enseñanza de la lectura: el rol del promotor de lectura".
Escuela N° 33 Homero Expósito	6 docentes	Campaña de lectura-capacitación intensiva para mediadores de lectura: "Criterios orientadores de buenas prácticas para la enseñanza de la lectura: el rol del promotor de lectura".
Escuela N° 12 Crucero General Belgrano	2 directivos	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 21 Paula Albarracín de Sarmiento	2 directivos	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 26 María Luisa Luchillo de Buttri	2 directivos	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 27 José Manuel Estrada	1 directivo	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 29 Mariano Moreno	1 directivo	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 33 Homero Expósito	1 directivo	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 15 Clotilde Guillén de Rezzano	1 directivo	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 2 Coronel de marina Tomás Espora	1 directivo	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 24 Ricardo Güiraldes	1 directivo	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 28 Juana González de Silvano	1 directivo	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 3 Nuestra Señora del Carmen	1 directivo	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.
Escuela N° 1 General José de San Martín	2 directivos	Campaña de lectura-seminario: enseñanza de la lectura - Criterios de calidad y autoevaluación.

Semillas de Cambio. Programa nacional de educación ambiental

Durante el periodo reportado se llevó a cabo la segunda y tercera edición del Programa Semillas de Cambio, que promueve la capacitación para el desarrollo sostenible destinada a jóvenes y docentes de nivel secundario de 2^{do} año, en esta oportunidad en las localidades de Cardales en la provincia de Buenos Aires y Posadas en Misiones. El programa se puso en marcha en 2009, junto con la Organización para el Desarrollo Sostenible (ODS) y el objetivo del mismo es contribuir al desarrollo sustentable de la sociedad brindando a docentes y jóvenes, a través de la educación ambiental, herramientas de gestión sostenible, y que a través del trabajo con la sociedad conlleve al mejoramiento de la calidad ambiental local. El programa se desarrolla en tres etapas.

Primera: consiste en una capacitación para la formación docente centrada en los ejes de biodiversidad y cambio climático donde las instituciones deben identificar una problemática ambiental que los afecte. Esta etapa consta de 40 horas de cátedra de capacitación teórico-práctica divididas en 5 jornadas, talleres donde parte de la capacitación es presencial y el resto por medio de apoyo de tutorías. El curso cuenta con puntaje docente y la evaluación final es la presentación de un proyecto escolar ambiental. **Segunda:** tiene por objetivo hacer extensivo a los alumnos parte de lo aprendido y del proyecto a desarrollar. Los docentes

capacitados implementan a lo largo del año las actividades y estrategias vistas durante el curso de capacitación y se realiza el seguimiento de dicha implementación por parte de la organización a fin de dar apoyo a los docentes y asegurar una correcta articulación entre las materias.

Tercera: de salida a la comunidad, a través de la cual se busca trabajar la problemática abordada en el proyecto y en conjunto con otros actores sociales donde los alumnos tienen una actitud participativa en la resolución de conflictos ambientales. En esta última etapa las escuelas cuentan con el soporte de la organización para la formulación de sus proyectos pudiendo presentar los mismos a un concurso de fondos para su implementación. En esta etapa se involucra a la red de concesionarios oficiales de Toyota, que cooperan con las escuelas elegidas para la implementación del proyecto. Aquellos proyectos que no sean beneficiados con fondos, igualmente cuentan con apoyo técnico de la organización para su implementación.

En este período se efectuaron cursos con la participación de 26 escuelas, 63 docentes y 780 alumnos, con la finalidad de trabajar sobre los factores de cambio que permitan mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje.

PROYECTOS SEMILLAS DE CAMBIO

ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	BENEFICIARIOS DIRECTOS	PROGRAMA
ESB N° 2	Exaltación de la Cruz	3 docentes	Semillas de Cambio
ESB N° 5	Exaltación de la Cruz	4 docentes	Semillas de Cambio

ESB N° 5	Escobar	4 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EEM N° 3	Escobar	3 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EET N° 1	Escobar	3 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
ESB N° 32	Pilar	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
ESB N° 211	Pilar	3 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
ESB N° 303	Pilar	3 docentes	Semillas de Cambio
EEMN N° 6	Campana	3 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EEMN N° 4	Zárate	3 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
IEA N° 1	Bonpland, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
IEA N° 2	San Pedro, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
IEA N° 3	San Vicente, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
IEA N° 4	Loreto, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
Escuela Agrotécnica	San Antonio, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EPET N° 8	Aristóbulo del Valle, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EPET N° 10	Puerto Rico, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EPET N° 14	Capióví, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EPET N° 15	Puerto Piray, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EPET N° 19	Santa Ana, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EPET N° 22	Santiago de Liniers, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
Escuela de Comercio N° 1	Oberá, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
Colegio N° 1 Martín de Moussy	Posadas, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EPET N° 2	Posadas, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EPET N° 17	Montecarlo, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio
EPET N° 1	Posadas, Misiones	2 docentes y 30 alumnos	Semillas de Cambio

Comunidad

Desde Toyota Argentina se busca dar respuesta a algunas de las necesidades de la comunidad local que tienen relación directa con la planta industrial Zárate, a través del diálogo con las distintas instituciones y organizaciones. A su vez, se trabaja con el apoyo a organizaciones emplazadas en Vicente López, cercanas al edificio administrativo, que trabajan temas relacionados con la niñez y la discapacidad. Este año se colaboró con la Fundación Hogares, Las Lomas Oral y el Hospice San Camilo.

Durante el período reportado, continuó el diálogo y el fomento de actividades conjuntas con el municipio de Zárate. Este tipo de actividades implican donaciones de materiales a distintas instituciones, como madera, estructuras metálicas, computadoras, etc. Además se celebró nuevamente el Día del Niño con la participación de más de 10.000 chicos y se continuaron auspiciando eventos deportivos y culturales locales.

Por otro lado, frente a las necesidades que se presentaron en el hospital local Virgen del Carmen de Zárate, se colaboró con la compra de equipamiento para el mismo.

Relación con la comunidad japonesa

Debido a los orígenes de la compañía se realizan actividades conjuntas con la comunidad japonesa en Argentina. Durante este período se ha colocado la piedra fundacional para lo que será la Casa de Té Toyota *Chashitsu*, la cual se integrará al resto de la construcción del Jardín Japonés. La casa de té, originalmente instalada en Japón, fue trasladada a Buenos Aires donde será reconstruida por especialistas japoneses junto a la Fundación Cultural Argentino Japonesa, convirtiéndose en un emblema de la cultura japonesa. La construcción de la Casa de Té Toyota estará a cargo de un carpintero de origen japonés especializado en el uso de la milenaria técnica de encastre con la que fue construida en su lugar de origen. Con la construcción de este emblema, el Jardín Japonés de la ciudad de Buenos Aires quedará completo, ya que es menester para un jardín japonés contar con un *Chashitsu* o casa para la ceremonia del té.

Ciclo de capacitaciones AcercaRSE

Toyota Argentina se sumó a otras empresas líderes en busca de incentivar el fortalecimiento institucional de organizaciones no gubernamentales (ONG) que trabajan a favor de la comunidad a través de un programa de capacitación dictado por la Fundación Compromiso. La misma busca desarrollar un programa de inversión social privada que contribuya a fortalecer la gestión de las organizaciones sociales que trabajen con población en situación de vulnerabilidad. La iniciativa crea un espacio para que las organizaciones sociales puedan desarrollar proyectos de gestión asociada y dar respuestas integrales a los problemas que afectan a la comunidad local con el acompañamiento y financiamiento del sector privado a la sociedad civil, constituyendo a las mismas en aliadas de las empresas en sus acciones comunitarias.

Toyota y el deporte

Desde Toyota Argentina se apoyan diversas actividades deportivas ya que las mismas se desarrollan en equipo y comparten los valores que desde la compañía se promueven como la colaboración, el respeto y la reciprocidad.

También estuvo presente en el campeonato argentino de TC2000 y en la copa de fútbol Santander Libertadores, sumados al patrocinio oficial de la Maratón Fleni, actividad que se lleva a cabo desde 1997.

TOYOTA ARGENTINA DONÓ LA UNIDAD 500.000 FABRICADA EN ZÁRATE

En el marco de la celebración de la producción de medio millón de unidades en nuestra planta industrial, al salir de la línea una Hilux pick up doble cabina 4x4 SRV color gris plata, que lleva el número 500.000, la misma fue donada al Hospital Zonal General de Zárate y será equipada como la primera unidad de traslados pediátricos que formará parte del futuro centro de neonatología para la región.



Seguridad vial

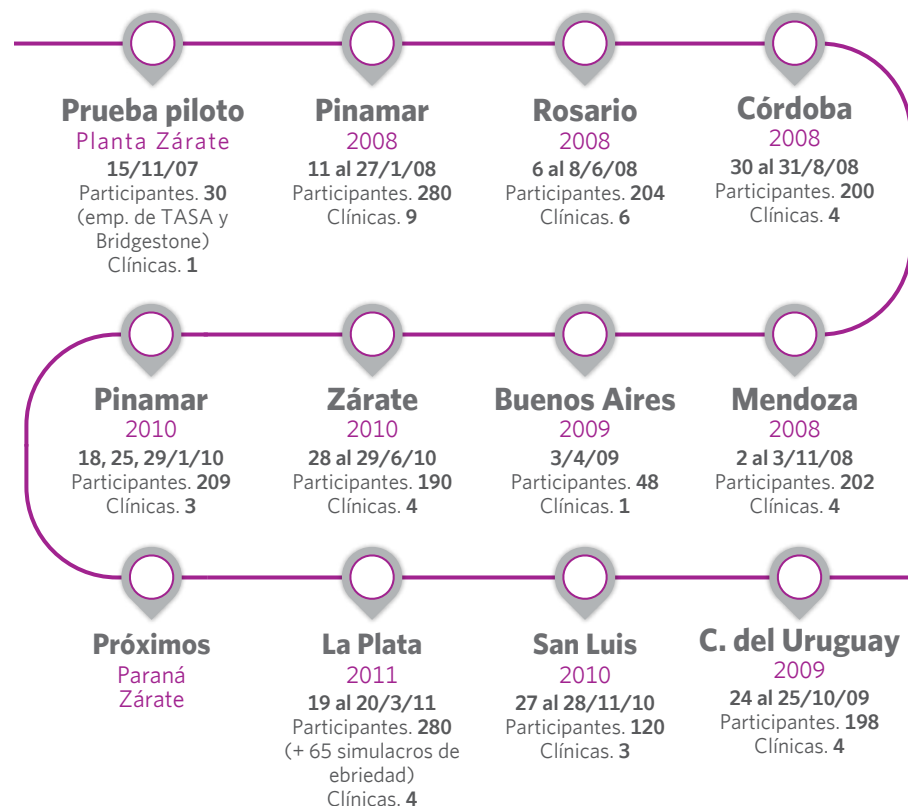
Desde el inicio de las operaciones en el país, Toyota Argentina ha desarrollado acciones y campañas entre su personal con el fin de divulgar premisas de seguridad tendientes a producir un cambio de actitud al conducir un vehículo. Estas campañas han incluido el conocimiento de normas, señalización vial, premisas básicas de la conducción, mantenimiento de los vehículos, uso del casco y del cinturón como obligatorio.

Toyota y Vos. Manejar seguro está en nuestras manos

Desde su primera edición Toyota y Vos contó con 1.966 participantes, 43 clínicas y 11 ediciones desarrolladas en 10 ciudades distribuidas en 6 provincias.

La seguridad vial es una prioridad para la compañía en todo el mundo. En Toyota se diseñan y fabrican vehículos cada vez más seguros, con la más alta tecnología aplicada a este fin, sin dejar de considerar que el principal elemento de la seguridad en un vehículo es su conductor. Bajo este principio, Toyota Argentina llevó a cabo una nueva edición del programa de seguridad vial Toyota y Vos. Manejar seguro está en nuestras manos. El mismo consta de un curso teórico y práctico gratuito que se dirige a jóvenes con registro y a sus padres, con el propósito que reconozcan la relación crítica entre distracciones y tiempo de reacción, ofrece a los jóvenes la posibilidad de realizar sesiones prácticas sobre un vehículo donde viven distintas situaciones bajo la supervisión de instructores profesionales. Al mismo tiempo, los padres intensifican su conocimiento sobre conducción y conocen en detalle los riesgos y las consecuencias de un choque en un simulador de impacto.

TOYOTA Y VOS / EVOLUCIÓN



RELACIÓN CON LA CADENA DE VALOR

En Toyota Argentina los proveedores, en los distintos niveles, y la red de concesionarios oficiales en el país, son parte esencial de su cadena de valor.

Concesionarios

Toyota Argentina cuenta con una red de concesionarios oficiales compuesta por 73 bocas de venta en todo el país. Los concesionarios tienen un papel preponderante ya que son la cara y el contacto con los clientes y por ello la compañía busca optimizar sus servicios de calidad y atención a través del desarrollo de diferentes programas de formación.

Programas de capacitación

El departamento de Servicio al Cliente (*Customer Service*) cuenta con programas de capacitación para técnicos, asesores de servicio, asesores de repuestos y jefes de taller.

Los diferentes grupos de trabajo asisten durante un año a las instalaciones de la planta industrial para recibir los cursos correspondientes a su programa. Se los evalúa midiendo su evolución y finalmente se les realiza un examen de certificación anual cuya certificación es emitida por Toyota Motor Corporation.

Paralelamente, Toyota realiza actividades junto con su red de concesionarios con el objetivo de capacitarlos para mantener el estándar y certificar los distintos programas que se requieren. Todos los años se realizan talleres del programa TSM, reuniones zonales, conferencias, y la Maratón Kaizen. Como actividad de refuerzo y actualización, se brindan cursos en los concesionarios así como también se los capacita cuando la compañía inicia con la comercialización de un nuevo modelo.

Programa TSM. Certificación en los procesos de posventa

Las necesidades de los clientes están en constante evolución y a medida que esto ocurre, se hace indispensable crear conceptos que puedan cubrir esas necesidades. El programa Gerenciamiento del Servicio Toyota, (*Toyota Service Management, TSM*) se ha implementado a nivel global desde el año 2002. El mismo define los estándares mínimos, de calidad y servicio al cliente, para el área de posventa en cuanto a instalaciones, herramental, recursos humanos, medio ambiente, operación de repuestos y procesos. Esta es una herramienta para lograr la satisfacción total del cliente.

Objetivos

- Mejorar las operaciones de servicio de posventa.
- Utilizar TPS (Sistema de Producción Toyota) para mejorar la productividad del taller.
- Implementar procesos, equipos e instalaciones que contribuyan a una mejor atención y servicio al cliente.

“ El departamento de Servicio al Cliente desarrolla programas de capacitación para técnicos, para asesores de servicio, para asesores de repuestos y para jefes de taller en las instalaciones de la planta industrial.

El programa se divide en dos etapas: **Básico**, que establece las condiciones básicas en la operación y **Avanzado**, fundamentado en las operaciones de alta productividad. El TSM Básico está diseñado para asegurar las operaciones básicas en los concesionarios en base a dos importantes principios: el punto de vista del cliente y la responsabilidad como concesionario Toyota. Este programa se basa en guías de evaluación que abarcan distintos estándares en la operación de posventa. Éstos deberán ser cumplidos por los concesionarios al 100% para poder obtener la certificación por parte de la casa matriz y la re-certificación luego de un año de implementado. En uno de sus capítulos, se incluyen cinco puntos obligatorios de cuidado ambiental.

Promotor kaizen (mejora continua)

Con el objeto de formar una persona que mantenga la relación entre Toyota y el concesionario durante el desarrollo e implementación de los distintos programas de posventa, todos los años se realiza el curso de promotor *kaizen* y TSM al que asisten los representantes de posventa de la red de concesionarios.

El promotor *kaizen* será el encargado de gestionar y administrar todas las actividades del concesionario relacionadas con la actividad *kaizen*, así como de realizar el seguimiento para la implementación y luego mantener los estándares de los distintos programas que promueve Toyota Argentina.

Toyota Argentina cuenta con 45 concesionarios con certificación TSM Básico y con 3 concesionarios certificados como TSM Avanzado.

Promoción del Círculo Kaizen

Como parte de la política de expansión de la filosofía *kaizen*, más allá de las actividades productivas, se promueve la actividad de círculos *kaizen* en toda la red de concesionarios con el propósito de fomentar el espíritu de equipo y promover los siguientes principios:

1. La participación activa y voluntaria de los empleados del concesionario.
2. Interés y espíritu de superación constante.
3. Capacidad para analizar problemas e identificar sus causas.

Programas de certificación ambiental

Las etapas de compromiso ambiental que un concesionario debe cumplir son: DERAP (Programa de auditoría de riesgos ambientales en concesionarios). Este programa es implementado por el Departamento de Servicio al Cliente y tiene por objetivo iniciar al concesionario Toyota en el cuidado del ambiente dentro de sus operaciones de posventa. Todos los concesionarios conocen y cumplen sin excepción este programa interno. Los requisitos mínimos que deben cumplir para alcanzar la certificación son:

1. Asignar personal de promoción ambiental y definir su responsabilidad.
2. Declaración de cumplimiento de leyes y regulaciones ambientales aplicables.
3. Tratamiento de residuos peligrosos.
4. Tratamiento de aguas residuales.
5. Recuperación apropiada de gases de aire acondicionado, hidrofluorcarbonos (HFC) y clorofluorcarbonos (CFC).

Standard Ambiental Toyota (SAT)

Este programa es la visión que tiene Toyota Argentina de las actividades ambientales que deben cumplir los concesionarios y brinda el marco necesario para implementar un Sistema de Gestión Ambiental certificable bajo la norma ISO 14001. Los aspectos que se controlan con el SAT son:

- Ruidos y vibraciones.
- Gestión de residuos.
- Contaminación del aire y olores.
- Contaminación del suelo y aire.
- Consumo de energía y agua.

Certificación ISO 14001

Esta certificación complementa los programas antes mencionados, con una estandarización de las políticas y procedimientos. Toyota Argentina incentiva la certificación bajo la norma ISO 14001 de sus concesionarios y brinda, en la etapa de implementación, un soporte in situ facilitando un servicio periódico de consultoría cada 15 días. Además audita cada instalación antes, durante y después del proceso de certificación. Una vez alcanzado el cumplimiento de la norma, Toyota realiza una auditoría anual. Toda esta actividad es coordinada y gestionada por el área de Asuntos de Ambientales de la compañía.

Concurso anual de posventa

El principal objetivo de la conferencia es comunicar a los concesionarios los resultados de posventa y los globales de la marca. También, se informan los planes para el próximo año de acuerdo con la visión del negocio para el siguiente ciclo. En la Maratón Kaizen se realiza la presentación de las mejoras llevadas a cabo durante el año en la red de concesionarios. Tiene por objetivo fomentar el intercambio de ideas y acciones de mejora realizadas.

Concurso nacional de habilidades de posventa

Este concurso es el resultado del programa de entrenamiento aplicado por Toyota en todo el mundo. Su principal objetivo es motivar y premiar al personal del concesionario que demuestra compromiso y predisposición en adquirir conocimientos y aplicarlos en su lugar de trabajo, buscando la excelencia y diferenciándolos de la competencia.

Participan seis asesores y seis técnicos de la red de concesionarios que fueron preclasificados mediante evaluaciones parciales y finales que se realizaron a lo largo del año sobre los módulos que contemplan los programas de capacitación correspondientes. Para la clasificación, también se tienen en cuenta los valores obtenidos en la Encuesta de Satisfacción de Clientes que Toyota Argentina realiza a nivel nacional y se premia a los tres mejores. En la Maratón Kaizen se realiza la presentación de las mejoras llevadas a cabo durante el año en la red de concesionarios. Tiene como objetivo fomentar el intercambio de ideas y acciones de mejora realizadas.

Proveedores

La relación de Toyota Argentina con sus proveedores está basada en los lineamientos de la casa matriz sobre los siguientes principios:

1. Igualdad de condiciones

Toyota está abierta a todos los proveedores sin distinción de nacionalidad, tamaño o si han trabajado con Toyota anteriormente. La selección de proveedores tiene en cuenta exclusivamente el punto de vista de la conveniencia del negocio con la compañía. En este sentido, Toyota evalúa las fortalezas de cada proveedor, incluyendo 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*).

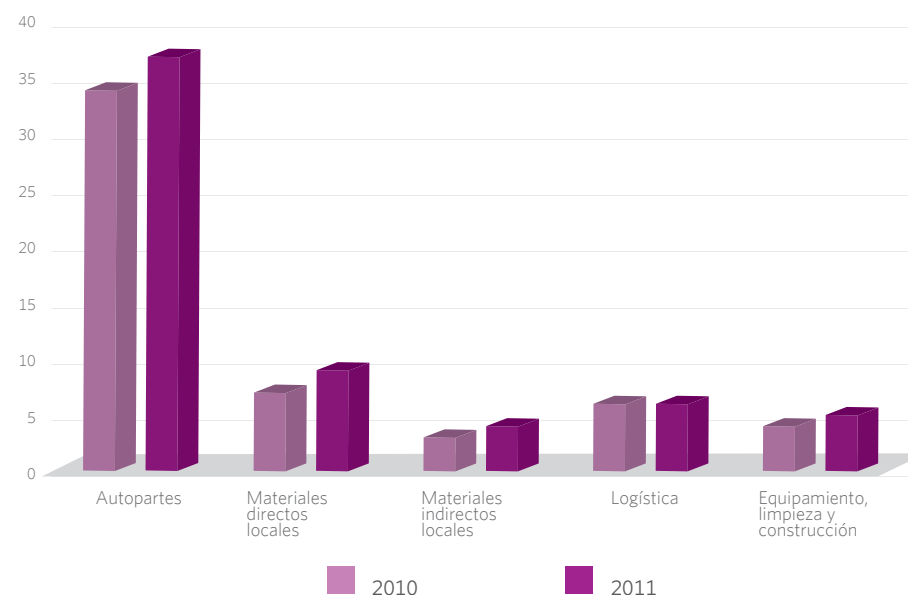
2. Beneficio mutuo basado en la confianza recíproca

Toyota tiene por objetivo generar relaciones recíprocamente beneficiosas, de largo plazo basadas en la confianza mutua. En el logro de ese objetivo, Toyota promueve la comunicación permanente con sus proveedores.

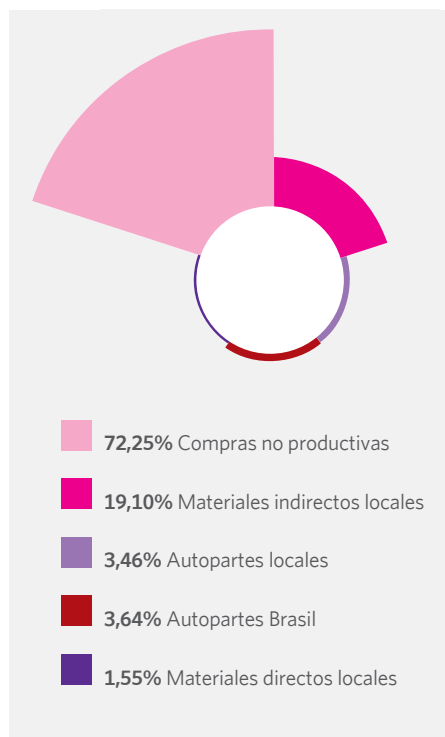
3. Contribución a la economía local: buen ciudadano corporativo

A partir de su compromiso con la comunidad en la que se inserta, Toyota Argentina procura contribuir al desarrollo económico e industrial, generando nuevos puestos de trabajo en la cadena de proveedores. En este sentido, la estrategia de la compañía es proveerse de la mayor cantidad de piezas dentro del país considerando así aspectos tecnológicos, economía de escala, conocimientos y costos.

PROVEEDORES / CERTIFICACIÓN ISO 14001 POR TIPO



PROVEEDORES / POR TIPO



“ La compañía busca transmitir su filosofía y compromiso con la seguridad y el ambiente a la cadena de proveedores ya que es la clave para lograr productos de calidad.

Respecto de los proveedores extrazona, corresponden a las filiales de Toyota Motor Asia Pacific y Toyota Motor Corporation con sede en Tailandia y Japón, donde se nuclean las partes abastecidas por proveedores globales de Toyota. Ambas reúnen las partes de sus proveedores locales para luego enviarlas a la planta de Toyota Argentina.



Fortalecimiento de la gestión de proveedores

La cadena de proveedores es clave para lograr productos de calidad, por ello se busca transmitir la filosofía y compromiso de la compañía, tanto con la seguridad como con el ambiente a través de las diversas actividades de capacitación entre las que se destacan las siguientes:

- **Actividad de proveedor de línea modelo**
A través de dicha actividad se incorpora a cada industria proveedora el sistema de producción Toyota, mediante el cual se trata de fortalecer y mejorar la seguridad, calidad y sistemas de costos de cada uno de los proveedores a nivel local. En la actualidad forman parte de la actividad 6 proveedores autopartistas, debido a que se trata de una acción a mediano plazo pudiendo durar de 2 a 3 años. Para ello, el proveedor recibe varias capacitaciones, de las que emerge una etapa de taller de actividades, donde se trabaja conjuntamente para lograr la implementación de cada herramienta y, por último, la aplicación de la misma en planta con su respectivo seguimiento.
- **Jishuken avanzado**
Consiste en elegir un proceso y mejorarlo con la metodología de ojo crítico, eliminando *Muda*. Con ello se consigue mejoras de calidad, productividad, eficiencia, espacio, etc. Esta actividad fue desempañada con aquellos proveedores más avanzados en la actividad de proveedor de línea modelo comenzando en 2010 con 3 proveedores sumando en 2011, otros 4. En esta actividad se ven los amplios resultados de las inversiones a largo plazo en las capacitaciones mencionadas anteriormente.
- **Ji-kotei Kanketsu**
Esta es una de las principales actividades que se ejecutan dentro de Toyota y en este periodo se extendió la capacitación a los proveedores, iniciando la misma con tres proveedores y sumando en 2011 otros cuatro más. Dicha actividad se basa en “construir la calidad dentro del proceso productivo”. Es decir, todo lo que se produce está aprobado y el proceso es tan robusto que no es necesario hacer controles posteriores a las piezas luego del proceso.
- **Jishuken básico (mejora en procesos)**
Es una actividad que se desarrolla junto a la Asociación de Proveedores de Terminales Automotrices -APTA- para todos los proveedores autopartistas. Durante este año se trabajó en: eliminación de *Muda* (desperdicios en japonés) de reparación utilizando instructivos de trabajo correctos; la propuesta de reducir *Muda* procura mejorar el proceso productivo. La selección del tema fue producto de la detección de años anteriores donde se logró identificar que una de las causas de los problemas de calidad era la falta de instructivos de trabajo ya que, si bien los proveedores contaban con manuales de ensamble, no se especificaba la secuencia de elementos de trabajo ni los puntos claves.

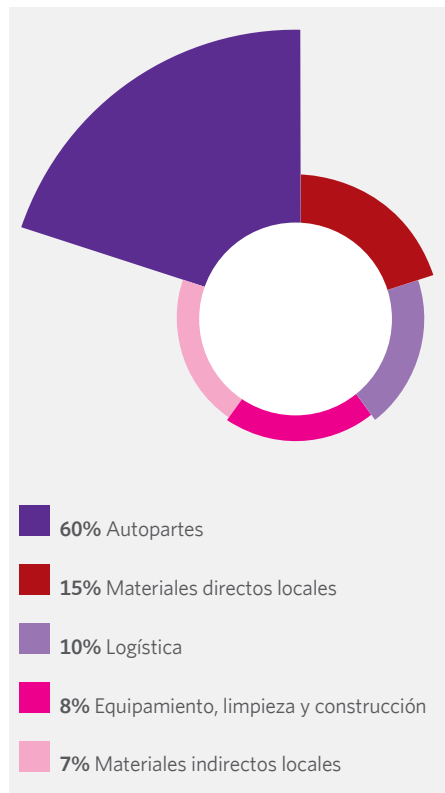
“ En Jishuken básico se capacitó a 25 proveedores durante junio 2010, y se efectuaron trabajos de seguimiento detectando mejoras en los índices de calidad de 19 proveedores.

■ Actividad de certificación ambiental

Bajo los lineamientos de la Guía Ambiental de Compras, elaborada por la compañía, se promueve la certificación de la norma ISO 14001 de los principales proveedores.

La certificación de proveedores se promueve bajo los lineamientos de la Guía Ambiental de Compras, elaborada por la compañía, y en 2011 se alcanzó la certificación de 59 proveedores de un total de 78.

PROVEEDORES / CERTIFICACIÓN POR TIPO



■ Stop 6

Esta actividad consiste en evaluar los riesgos de seguridad que hay dentro de la planta y establecer aquellos que puedan causar muerte, para ser eliminados. Estos riesgos se dividen en 6 categorías.

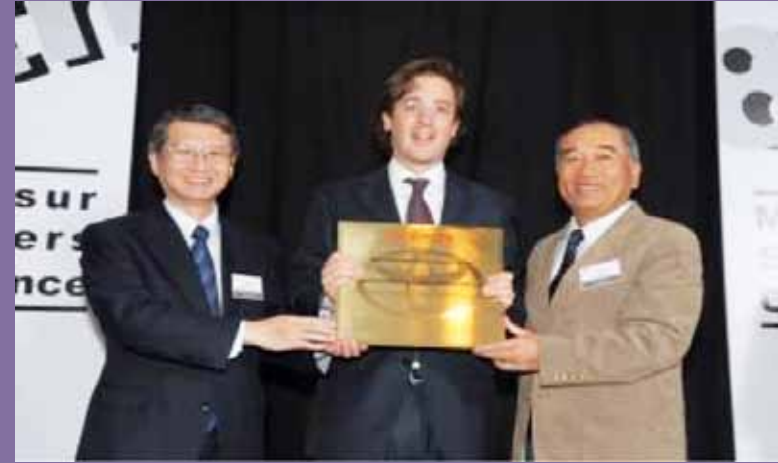
1. Aprisionamiento (por fuerza motriz).
2. Caída de pesos (superiores a 100 kg).
3. Vehiculares (por fuerza motriz).
4. Caída de personas (pies a más de 2 metros de altura respecto al suelo).
5. Electrocuación (cualquier tensión eléctrica).
6. Contacto con alta temperatura (mayor a 80 °C).

Desde el 2010 se extendió esta capacitación a los proveedores locales con la coordinación de APTA.

Se inició con 10 proveedores, de los cuales 8 han presentado trabajos con contramedidas para evitar posibles riesgos en los puestos de trabajo. Durante el año 2011 se continuará capacitando a 15 proveedores más, realizando el respectivo seguimiento de las contramedidas presentadas por ellos.

“La certificación de proveedores se promueve bajo los lineamientos de la Guía Ambiental de Compras, elaborada por la compañía, y en el presente periodo se alcanzó la certificación de 59 proveedores de un total de 78.

CONVENCIÓN ANUAL DE PROVEEDORES



Como todos los años, la compañía premia a un importante grupo de proveedores destacados que cumplen con los estrictos estándares de calidad exigidos por Toyota, un eslabón fundamental en la cadena de valor que permiten a la compañía continuar con el cumplimiento de mayores y continuas exigencias de la industria automotriz en cuanto a la calidad, entrega y costos.

Asimismo, se otorgó el Premio al Proveedor del Año, el cual manifiesta el reconocimiento de Toyota a los niveles de excelencia brindados por sus proveedores y expresa el agradecimiento de la empresa a quienes compartan el deseo de fabricar vehículos de la mejor calidad.

El premio mayor, correspondiente al Proveedor del Año fue para Denso Manufacturing Argentina. Cabe mencionar también las compañías premiadas a la excelencia en calidad: Bridgestone Argentina, Fundemap, Neumáticos Goodyear, Testori, Toyota Tsusho Argentina, Ventalum, y Yazaki Argentina. Por la excelencia en las entregas fueron: 3M Argentina, Dana Argentina División Productos Estructurales, Enertek Argentina, Ventalum, y Toyota Tsusho Argentina.

En la tercera categoría, el premio a la excelencia en costos fue para: 3M Argentina, Industrias Guidi, Metalúrgica Roma, y Pilkington Automotive Argentina.

ASPECTOS ECONOMICOS

95. Toyota Argentina, productora y exportadora

96. Producción de vehículos



Toyota Argentina, productora y exportadora

La industria automotriz apuntaló el crecimiento de la producción industrial en 2010 impulsando la producción en otras ramas de la industria y promoviendo la generación de nuevos empleos, consolidándose como el rubro de mayor crecimiento dentro de la industria. El total despachado constituyó un récord histórico superando por 41,2% al año anterior. A su vez, las exportaciones aumentaron un 38,9% con respecto al año 2009.

Para 2011, se espera que esta tendencia se mantenga y continúe elevada la confianza del consumidor y la propensión al consumo de bienes durables.

Con el fin de reafirmar su posicionamiento como base productora y exportadora en el país, Toyota Argentina anunció en diciembre de 2010, una nueva inversión para la ampliación de la capacidad de producción en la planta industrial de Zárate, que pasará de 65.000 a 92.000 unidades anuales, a partir de noviembre de 2011.

Como parte del proceso de expansión del

proyecto IMV (*Innovative Multipurpose Vehicle*), la compañía prevé exportar el 75% de la producción a países de América Latina. Las perspectivas de Toyota Argentina para el año entrante estarán orientadas a reforzar su posicionamiento en Argentina y América Latina, manteniendo el liderazgo indiscutido de la Hilux y SW4 en el segmento camionetas compactas, dándole renovados impulsos a nuestra línea de autos de pasajeros.

“ Este crecimiento de los niveles de producción, hará necesaria la incorporación de nuevas fuentes de trabajo para más de 600 empleados.

Producción de vehículos

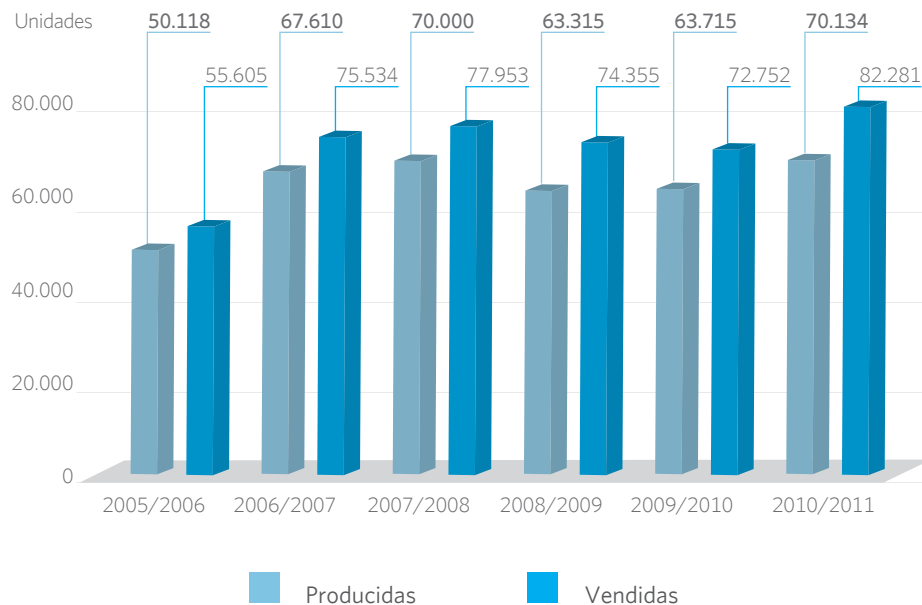
Toyota Argentina S.A fabrica en la planta industrial de Zárate los modelos Hilux pick up y Hilux SW4. La mayoría de los destinos de exportación cuentan con acuerdos de libre comercio tal como el Mercosur. Dentro de ese acuerdo, Toyota Argentina importa unidades Corolla producidas por Toyota do Brasil y partes para la producción de Hilux y SW4. El 39% de la producción se destina al mercado local, el 54% tiene como destino Brasil y un 5% a México. El 2% restante se distribuye principalmente en Bolivia, Uruguay y Paraguay.

HISTÓRICO DE VENTAS

AÑO	EXPORTACIÓN	DOMÉSTICO
2004/2005	12.345	12.817
2005/2006	37.292	18.313
2006/2007	50.635	24.899
2007/2008	49.124	28.829
2008/2009	42.088	32.267
2009/2010	44.278	28.474
2010/2011	48.937	33.344

Cifras en unidades.

UNIDADES PRODUCIDAS / VENDIDAS (año fiscal abril-marzo)



EVOLUCIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS	2011 PESOS	2010 PESOS	VARIACIÓN INTERANUAL %
Tierras	3.051.726	3.051.726	0
Edificios	183.946.509	183.946.509	0
Maquinaria y equipos -locales-	41.110.402	37.007.967	11
Maquinaria y equipos -importados-	220.884.979	223.692.284	-1
Estructuras	126.809.631	111.862.979	13
Herramientas	5.301.449	5.702.782	-7
Muebles y útiles	3.528.806	4.192.949	-16
Software	10.283.283	8.600.824	20
Rodados	26.949.533	23.476.172	15
Equipos de computación	23.442.160	21.764.515	8
Mejoras bienes uso arrendados	814.721	814.721	0
Herramental	410.942.954	442.972.675	-7
Anticipo compra bienes de uso	23.306.975	11.082.787	110

En todos los casos, los activos se consideran a su valor histórico.



“ Durante el año fiscal 2010/2011 se pagaron tasas e impuestos por más de trescientos millones de pesos.

BIENES DE USO MARZO 2011	PESOS
Terrenos	6.686.333
Edificios	133.630.987
Vehículos	17.955.074
Instalaciones	79.296.940
Muebles y útiles	1.891.908
Herramientas	3.138.549
Maquinarias	104.752.810
Equipos de computación	3.962.497
Software	1.582.830
Herramental	46.241.870
Obras en curso	59.249.995
Anticipo por compra de bienes de uso	23.306.975
Repuestos de maquinarias	16.623.942
Total	501.320.710



CIFRAS CONSOLIDADAS	ABRIL 2010 / MARZO 2011	ABRIL 2009/ MARZO 2010
Ventas netas	\$ 8.870.608.059	\$ 7.060.341.682
Total activos	\$ 2.367.150.375	\$ 2.167.807.647
Patrimonio neto	\$ 923.811.710	\$ 799.556.163
Pago de tasas e impuestos	\$ 304.761.688	\$ 225.958.311
Inversión en la comunidad	\$ 4.299.846	\$ 2.480.525
Ayuda financiera del gobierno	-	-
Venta de vehículos (unidades)	82.281	72.752



INDICADORES GRI

101. Tabla de Indicadores GRI

102. Aplicación de la Guía G3 de GRI

108. Notas

	C	C+	B	B+	A	A+
Presentación del perfil de G3	Reportar sobre 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8 - 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4 - 4.16 - 4.15		Reportar sobre todos los criterios del nivel C más: 1.2 3.9 - 3.13 4.5 - 4.13 - 4.16 - 4.17		Reportar los mismos requerimientos que el nivel B.	
Presentación de los sistemas de gestión G3	No es requerido.	Reporte verificado por terceros	Declaración del enfoque de los sistemas de gestión para cada categoría de indicadores.	Reporte verificado por terceros	Declaración del enfoque de los sistemas de gestión para cada categoría de indicadores.	Reporte verificado por terceros
Indicadores G3 e indicadores suplementos sectoriales	Reportar un mínimo de 10 indicadores de desempeño, incluyendo al menos uno del ámbito social, económico y ambiental.		Reportar un mínimo de 20 indicadores de desempeño, incluyendo al menos uno del ámbito económico, ambiental, derechos humanos, trabajo, sociedad, responsabilidad del producto.		Reportar cada indicador central del G3 e indicadores sectoriales a la luz del principio de materialidad. Si no se reporta, explicar por qué.	

Tabla de indicadores GRI

¿Qué es GRI?

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización internacional que provee el marco voluntario más aceptado a nivel mundial para la realización de informes de sustentabilidad. Los lineamientos GRI brindan información sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales de las empresas. GRI lanzó en octubre de 2006 su tercera generación -llamada "G3"- de lineamientos para la elaboración de reportes de sustentabilidad, que fue elaborada con participación multiactoral, lo que ha dotado a la guía G3 de GRI de amplia credibilidad y mayor rigurosidad como herramienta de rendición de cuentas.

¿Para qué sirven y por qué usamos los indicadores GRI?

Porque permite que los públicos de interés evalúen y comparen el desempeño de la compañía respecto de otros períodos, así como en relación a otras organizaciones, mostrando de manera equilibrada y transparente su gestión económica, ambiental y socialmente sostenible. De manera simultánea, le permite a la compañía ordenar la información y mostrar lo que es de interés para sus públicos, al mismo tiempo que le brinda una herramienta de medición.

Niveles de aplicación de la Guía G3 de GRI

Para este reporte, Toyota Argentina muestra un nivel de aplicación C. El cuadro adjunto indica los diferentes requisitos para cada nivel de aplicación y se presenta el resumen de cumplimiento de los indicadores.

INDICADOR	UBICACIÓN
Visión y estrategia	
1.1 Declaración del máximo responsable.	7
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Nota 1
Perfil	
2.1 Nombre de la organización.	10
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	11
2.3 Estructura operativa.	10, 16
2.4 Localización de la sede principal.	10
2.5 Países en los que opera.	10
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	10
2.7 Mercados servidos.	10
2.8 Dimensiones de la organización informante.	9
2.9 Cambios significativos del período.	96, 98
2.10 Premios y distinciones recibidos.	N / R
Parámetros de la memoria	
3.1 Período cubierto por la información.	8
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente.	8
3.3 Ciclo de presentación de memorias.	8
3.4 Punto de contacto para cuestiones de la memoria.	8
3.5 Proceso de definición del contenido.	8, 22
3.6 Cobertura de la memoria.	8
3.7 Existencia de limitaciones de alcance.	8
3.8 Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	Nota 2
3.9 Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	Nota 1
3.10 Efectos de las correcciones de información de informes anteriores.	Nota 3
3.11 Cambios significativos en respuesta a períodos anteriores sobre alcance y cobertura.	8
3.12 Localización de contenidos indicando las páginas o enlaces de Internet.	8

INDICADOR	UBICACIÓN
3.13 Política y práctica sobre verificación externa.	N / R
Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés	
4.1 Estructura de gobierno.	16
4.2 Características de la presidencia del consejo.	16
4.3 Consejeros independientes o no ejecutivos.	N / R
4.4 Comunicaciones entre accionistas y empleados y el máximo órgano de gobierno.	16 - 17, 72 - 73
4.5 Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	N / R
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	16
4.7 Capacitación de los miembros del consejo en temas de sostenibilidad.	N / R
4.8 Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad.	17
4.9 Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del consejo.	16 - 18
4.10 Evaluación del propio consejo en temas de sostenibilidad.	N / R
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	N / R
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad.	27 - 86
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación.	N / R
4.14 Relación de grupos de interés de la organización.	8
4.15 Procedimiento para la definición de los grupos de interés.	8
4.16 Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés.	8, 22
4.17 Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés.	8, 22
Indicadores del desempeño económico	
EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	94 - 99
EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	N / R
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	59 - 60
EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	99

INDICADOR	UBICACIÓN	
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	89 - 93
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	N / R
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	99
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	N / R
Indicadores del desempeño ambiental		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	N / R
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	37 - 41
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	28 - 29
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	28 - 29
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	30 - 32
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	23 - 24, 31 - 32
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	32, 51
EN8	Captación total de agua por fuentes.	32 - 35
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	N / R
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	34
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	N / A
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	N / A
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	N / R

INDICADOR	UBICACIÓN	
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N / R
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	N / A
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	9,27-31
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	9,42-43
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	27 - 32
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	N / R
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N / R
EN21	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	34
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	9,37-41
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	49
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Nota 5
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	N / A
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	27 - 51
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	40
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Nota 6
EN29	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.	30
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	37, 39
Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo		
LA1	Desglose del conjunto de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	58
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	58
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	59 - 60

INDICADOR	UBICACIÓN	
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	59, 65
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	N / R
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	64 - 65
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	62
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	60 - 64
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	64 - 65
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	67
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la posibilidad de conseguir empleo a los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	67 - 69
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	59
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	58
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Nota 7
Indicadores del desempeño de derechos humanos		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	N / R
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	N / R
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	N / R
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Nota 8
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Nota 8

INDICADOR	UBICACIÓN	
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Nota 8
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Nota 8
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	N / R
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Nota 8
Indicadores del desempeño de sociedad		
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	74 - 85
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	N / R
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	16 - 17
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	16 - 17
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	18
SO6	Valor total de los aportes financieros y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Nota 8
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Nota 8
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	N / R
Indicadores del desempeño de la responsabilidad sobre productos		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	53 - 57
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N / R
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	N / R

INDICADOR	UBICACIÓN	
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N / R
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	56
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	N / R
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N / R
PR8	Número total de reclamos debidamente fundamentados en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	N / R
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	N / R

Notas

N / R No reportado.

N / A No aplica a las actividades de la organización.

Nota 1. Los principales impactos así como las técnicas para la edición de los indicadores se encuentran a lo largo de todo el reporte.

Nota 2. No se registraron cambios significativos durante el período 2010 en cuanto a estructura y propiedad.

Nota 3. Las aclaraciones pertenecientes a informes anteriores se encuentran a lo largo del reporte.

Nota 5. Toyota no transporta, importa, exporta o trata residuos peligrosos.

Nota 6. Toyota Argentina no ha tenido multas significativas ni sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental.

Nota 7. En Toyota Argentina no existe diferencia entre el salario base del personal masculino y femenino.

Nota 8. Ninguna /o; contemplado en la política de RSE de la compañía que prohíbe este tipo de actividades.



TOYOTA
www.toyota.com.ar

Planta industrial Zárate
Producción, administración y logística

Ruta 12 km 81 Zárate - B2800OFA,
provincia de Buenos Aires
Teléfono: +54 3487 44-3000
Fax: +54 3487 44-3300

Toyota Plaza - Oficina comercial
Administración y exposición de vehículos

Av. del Libertador 390, Vte López - B1638BEP
provincia de Buenos Aires
Teléfono: +54 11 4796-8900
Fax: +54 11 4796-8939