



Carta del Presidente de TOYOTA ARGENTINA



DANIEL HERRERO
Presidente
Toyota Argentina S.A.

Es un orgullo presentarles el 3er. Reporte de Sustentabilidad de Toyota Argentina, a través del cual cumplimos con el objetivo de acercarnos a los stakeholders al mismo tiempo rendir cuenta de nuestro desempeño social, ambiental y económico. De acuerdo con los lineamientos de la Guía GRI, aplicamos por primera vez un nivel C, lo cual demuestra un avance en la gestión y comunicación de sustentabilidad, y a la vez da cuenta de que la mejora continua está presente en cada aspecto que la compañía lleva adelante.

Desde los inicios de Toyota en la Argentina, venimos recorriendo un camino de trabajo basado en el desarrollo sustentable tomando en cuenta tres pilares: la Educación, el Medio Ambiente y la Seguridad Vial, con especial énfasis en la comunidad de Zárate.

Durante el año 2009, dimos un paso importante: la introducción de la tecnología híbrida en el país, convirtiéndonos en la primera automotriz en homologar esta tecnología en la Argentina. Luego, materializamos ese hecho con el lanzamiento del PRIUS 3ra. Generación para su comercialización en el mercado local.

En términos de medio ambiente, contamos con el 62% de la red de concesionarios certificada bajo la norma ISO 14001 y llevamos de manera sostenida una tasa de reciclabilidad del 90% de los residuos.

Por cuarto año consecutivo, nuestro producto HILUX, se posicionó como número uno en ventas en su segmento y esto se refleja en un índice de recompra del 97.8% de clientes que volverían a confiar en la marca. Además, medida en términos de facturación, continuamos liderando las exportaciones del sector automotriz.

Aún somos una empresa joven, llevamos 13 años de producción y crecimiento sostenido en la Argentina, hemos ido fortaleciéndonos en el mercado local y alcanzamos un total de más de 3.100 colaboradores. El éxito que hemos logrado no sólo es el resultado de fabricar vehículos de alta calidad, sino también, del entusiasmo de todos los que integran la familia Toyota por seguir creciendo y contribuir al crecimiento de la sociedad.

No sólo fabricamos vehículos, sino que, como buenos ciudadanos corporativos trabajamos para mejorar la vida de los argentinos a través de nuestros productos y acciones concretas de Responsabilidad Social Empresarial.

Alcance del Reporte de SUSTENTABILIDAD 2010

El Reporte de Sustentabilidad 2010 de Toyota Argentina S.A. incluye los principales indicadores cualitativos y cuantitativos correspondientes al período abril 2009 a marzo 2010 y tiene como objetivo reflejar el desempeño ambiental, social y económico de la compañía a sus grupos de interés.

Este Reporte cubre todas las áreas y operaciones de Toyota Argentina así como también incluye algunas actividades desarrolladas por la casa matriz, Toyota Motor Corporation (TMC), por tener alguna incidencia en la operación local.

El Reporte 2010 refleja la vinculación con los grupos de interés a lo largo de todo el Reporte y se presenta en cuatro capítulos principales: Perfil Corporativo, Aspectos Ambientales, Aspectos Sociales y Aspectos Económicos.

Por segundo año consecutivo, para la elaboración del Reporte, se siguieron los lineamientos de la Guía G3 de GRI (Global Reporting Initiative), organización referente a nivel mundial en materia de elaboración de informes de sostenibilidad, obteniendo este año un nivel de aplicación C.

Para la versión impresa se optó por mantener un formato reducido, que apunta por un lado a resaltar los aspectos más relevantes y los resultados del período así como a la reducción en el uso de recursos, en línea con la Política Ambiental de Toyota Argentina y utilizando papel FSC. Como complemento, se diseñó un sitio un Web desde el cual se podrá acceder a la versión completa del reporte.

Para acceder a la publicación
digital del Reporte 2010:
www.toyotasustentable.com.ar

Para consultas contáctenos a:
rse@toyota.com.ar

PERFIL CORPORATIVO

TOYOTA ARGENTINA

Toyota Argentina es subsidiaria de Toyota Motor Corporation. Fue inaugurada en marzo de 1997 como la planta n° 29 de producción.

En marzo de 1997 Toyota Motor Corporation (TMC) inauguró su planta de producción número 29 en el mundo. Toyota Argentina S.A. es una empresa que fabrica y comercializa vehículos automotores en la República Argentina. Su 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. Sus oficinas comerciales se encuentran en la localidad de Vicente López, provincia de Buenos Aires.



Más de 10 años produciendo en la Argentina

Toyota Argentina es subsidiaria de TMC, situada en Japón. Las operaciones consolidadas de TMC comprenden 53 plantas industriales en 26 países en las que se produjeron, durante el período fiscal 2009-2010, 8.210.500 vehículos que abastecieron a más de 170 regiones.

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 (vehículo utilitario deportivo) en septiembre de 2005; conocido como Hilux SW4 o Fortuner para países fuera de MERCOSUR.

El nuevo edificio administrativo, el edificio sustentable.

El 30 de septiembre de 2009 se inauguró el nuevo edificio administrativo de la planta Zárate con capacidad para albergar a 500 personas en una superficie cubierta de 4800m². Para la construcción del mismo son varias las cuestiones que se tuvieron en cuenta: ambientales, sociales y de seguridad.

Algunas características del nuevo edificio:

- *Otorga mayor comodidad a los integrantes para el desarrollo de sus actividades diarias.*
- *El uso de paneles vidriados no sólo permite un mayor aprovechamiento de la luz solar sino que además contribuye a un mejor ambiente de trabajo.*
- *Durante la etapa de construcción no se registraron accidentes de trabajo.*
- *Cuenta con equipos de aire acondicionado VRV (volumen de refrigerante variable) que poseen mayor eficiencia energética frente a los tradicionales.*
- *Sistema de reuso de agua: el agua de los lavatorios sumada al agua de lluvia se utiliza para los inodoros.*
- *Y se previó, para calentar el agua de los lavatorios, la instalación a futuro de paneles solares.*

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, Toyota Argentina asumió la responsabilidad de abastecer desde su Planta de Zárate - pick-up Hilux y Hilux SW4 mientras que, Toyota Do Brasil, 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 record 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.



Ceremonia de inauguración del nuevo edificio administrativo

Planta Industrial Zárate

Producción, administración y logística.

Ruta 12 Km 81
Zárate - B28000FA,
Provincia de Buenos Aires
Teléfono: +54 3487 44-3000
Fax: +54 3487 44-3300

Toyota Plaza Oficina Comercial

Administración y exposición de vehículos.

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

Toyota Argentina emplea a más de 3.000 personas. La educación y el entrenamiento de su personal son considerados elementos claves de su éxito. A través de los diversos programas de capacitación, se proveen medios para responder a los cambios tecnológicos y estándares de calidad.

TOYOTA ARGENTINA EN EL TIEMPO

Diciembre 1994	Colocación de la Piedra Fundamental de la Planta Industrial Zárate.
Abril 1995	Inversión inicial de U\$S150 millones
Marzo 1997	Inauguración de Planta Zárate. Inicio Producción de 002W.
Abril 1997	Primera exportación a Brasil.
Marzo 1999	Certificación ISO 14001:1996.
Diciembre 1999	Certificación ISO 9002:1994.
Noviembre 2000	Inauguración del Laboratorio de Control de Emisiones Vehiculares.
Junio 2001	Primer cambio de modelo. Inicio Producción de 189W.
Septiembre 2002	Se designa a Toyota Argentina como plataforma de producción y exportación para Latinoamérica. Inversión de \$200 millones.
Diciembre 2002	Migración a ISO 9001:2000.
Enero 2003	Se conforma Toyota MERCOSUR (Toyota Argentina y Toyota do Brasil)
Noviembre 2003	Producción de la unidad 100.000.
Marzo 2004	Publicación del 1er. Reporte Ambiental
Enero 2005	Expansión de la Planta para 45.000 unidades anuales. Inicio de IMV.
Septiembre 2005	Producción de la primera unidad Hilux SW4.
Noviembre 2005	Certificación ISO 14001:2004.
Enero 2006	Expansión de la Planta a 65.000 unidades anuales. Inauguración de la nueva Planta de Estampado. Inversión de U\$S 60 millones
Febrero 2006	Nueva Línea de Motores GEL (Global Engine Line). Inversión de U\$S 4 millones.
Febrero 2007	Inauguración de la Planta de Pintura de Partes Plásticas
Julio 2007	Inauguración de la Línea Automatizada de Estampado como continuidad de la planta inaugurada en enero de 2006. Inversión U\$S 20.5 millones.
Febrero 2008	Inauguración de la Planta de Inyección de Partes Plásticas.
Marzo 2009	Adopción de la Política de RSE.
Septiembre 2009	Homologación de la Tecnología Híbrida en Argentina
Noviembre 2009	Lanzamiento del Toyota PRIUS.

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 Comercializados en Argentina

MODELO	Motor	Código de Motor	Emisiones	Transmisión	
	Corolla	1.8 L	1ZZ-FE	Euro 3	5 M/T
					4 A/T
	Camry	2.4 L	2AZ-FE	Euro 4	5 A/T
		3.5 L	2GR-FE		6 A/T
	Prius	1.8L	1ZR-FXE	Euro 4	CVT
	Toyota Hilux	3.0 TDi	1KD-FTV	Euro 3	5 M/T
			2KD-FTV		4 A/T
	SW4	2.5 TD	1KD-FTV	Euro 3	5 M/T
					4 A/T
	RAV4	3.0 TDi	2AZ-FE	Euro 4	4 A/T
	Land Cruiser Prado	2.4 L	1GR-FE	Euro 4	6 M/T
					5 A/T
	Land Cruiser 200	4L	1VD-FTV	Euro 3	6 A/T

Premios y Distinciones

TMC (TOYOTA MOTOR CORPORATION)

- Excelencia en Servicio al Cliente 2009.
- “Latin America Prescription” por la performance 2009 del grupo de Garantías y Administración Técnica del Departamento de Servicio al Cliente.

RADIO SLENDID

- “Premio Alta Performance” por la calidad de la atención al cliente y el servicio de posventa.

AMCHAM

- “Premio Ciudadanía Empresaria” – 8vo puesto en la categoría Gestión Orientada a la Sustentabilidad

Revista MERCADO

- “Las 500 compañías que más exportan” - 1º puesto en la industria automotriz y 15º en el global
- “Top Brands” - 1º puesto en la industria automotriz
- “Las 1000 compañías que más venden” – 24º puesto

Revista CHACRA

- “Las mejores marcas proveedoras del sector agropecuario” - 1º puesto.

CLARIN

- “Premio a la Excelencia Empresaria” – 14º puesto

PRENSA ECONÓMICA

- “Las 1000 compañías que más exportan” - 1º puesto en la industria automotriz y 15º en el global.

Revista APERTURA

- “Top Brands” - 7º puesto.

Organismos a los que Toyota Argentina pertenece o apoya

- ADEFA (Asociación de Fábrica de Automotores de Argentina)
- UIA - Unión Industrial Argentina
- CERA (Cámara de Exportadores de la República Argentina)
- UIZ (Unión Industrial de Zárate)
- Cámara de Sociedades Anónimas
- IDEA
- CICACZ (Comité Interindustrial para la Conservación del Ambiente de Campana y Zárate)

FILOSOFÍA CORPORATIVA

Guía de Principios Toyota: la 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.

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

Visión

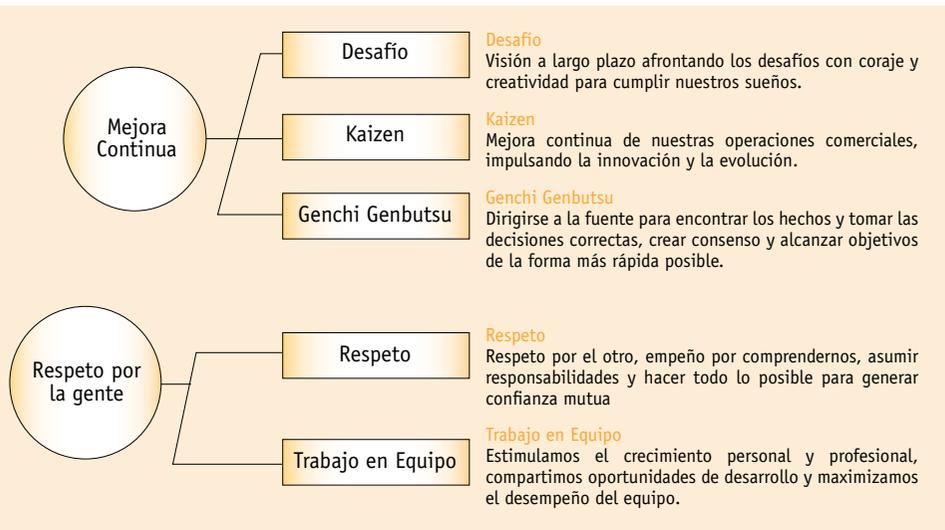
Lograr que, por la calidad de sus productos, la capacidad de sus dirigentes y su compromiso con la sociedad, Toyota Argentina sea la empresa más admirada del país por sus clientes y el empresariado.

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

Los Preceptos de Toyoda (padre fundador) han sido a través del tiempo el núcleo de la gestión de Toyota y un soporte para sus colaboradores, convirtiéndose hoy en los Principios Guía de Toyota.

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.



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, brindando explicaciones y ejemplos prácticos de conductas inapropiadas. El Código de Conducta está compuesto por los siguientes capítulos:

- Principios rectores de Toyota
- Principios generales de conducta personal
- Los bienes de la compañía
- Las relaciones comerciales
- Tratamiento de la información
- La protección del Medio ambiente y la Seguridad
- La comunicación corporativa



Código de Conducta, año 2007

- Las relaciones con la comunidad
- Los obsequios
- Los conflictos de intereses
- El Canal de Ética

Con el objetivo de concientizar a los colaboradores sobre el Código de Conducta y el uso del Canal de Ética, se llevaron a cabo distintas acciones a lo largo del pasado año fiscal. Se realizó un workshop con los mandos medios en el que se abordaron ejemplos de prácticas incorrectas y los Gerentes Generales brindaron charlas al personal sobre cómo actuar en casos de desvíos. También Toyota Argentina llevó a cabo una campaña de comunicación especial y se entregaron tarjetas plásticas con los principales puntos del Código.

Medio Ambiente: Visión Global Toyota 2020

El entorno a 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 la tecnología.



La misión de Toyota es reevaluar la relación entre la naturaleza y la industria y ayudar a promover esfuerzos para encontrar un equilibrio armonioso entre los ciclos de la naturaleza y los ciclos de la industria.

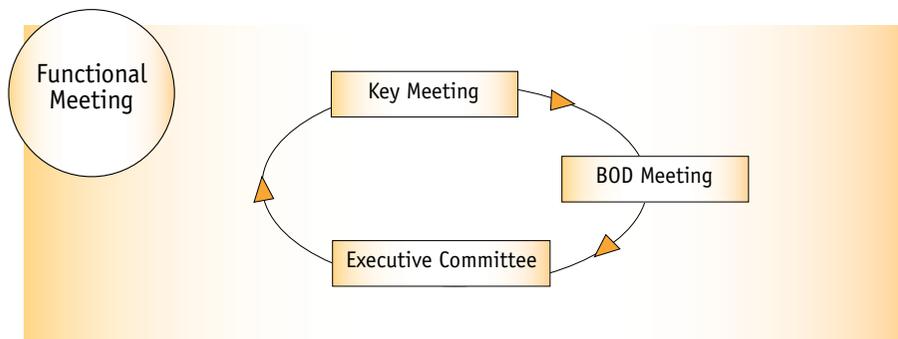
GOBIERNO CORPORATIVO

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 31/03/2010		
Aníbal Borderes	Presidente	Presidente Toyota Argentina
Shozo Hasebe	Director Titular	Presidente Toyota Mercosur
Susumu Kanada	Director Titular	Director de Planta de Toyota Argentina
Juan Nicolás Abuin	Director Titular	Director Comercial
Daniel Arnaldo Herrero	Director Titular	Director de RRHH, IT, Contabilidad y Finanzas
Hisayuki Inoue	Director Titular	-
Hirofumi Muta	Director Titular	-
Yukio Kuritani	Director Titular	Coordinador Ejecutivo Senior de Finanzas y Contabilidad
Yoshikatsu Kaneyashiki	Director Titular	Coordinador Ejecutivo Senior de Comercial

Toma de Decisiones

El proceso de toma de decisión se desarrolla a partir de reuniones periódicas, Key Meeting, que se realizan en cada División con participación cruzada de miembros de otras Divisiones. Aquellos temas que por su relevancia así lo requieran, son luego elevados al Comité Ejecutivo y al Directorio para su discusión y aprobación, logrando de esa manera una efectiva comunicación y discusión interna de las decisiones.



Comité de Crisis

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.

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 del período 2009 se recibieron 115 formulaciones que fueron analizadas por dicho comité y reportadas al Comité de Auditoría Interna, compuesto por miembros del directorio y el síndico.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Política de Responsabilidad Social

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 stakeholders. 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 así como para el planeta.

Clientes

- Tomando como base nuestra filosofía de “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 mutuo 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

Medioambiente

- Apuntamos a un crecimiento en armonía con el medio 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 medio ambiente y construir una relación estrecha de colaboración con un amplio espectro de individuos y organizaciones que participan en la preservación del medio 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 tecnología superior más segura y más limpia para ofrecer productos que satisfagan las cambiantes necesidades de la sociedad para lograr una movilidad sustentable. (Principio 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)

Contribucion 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)

ESTRUCTURA INTERNA

Toyota Argentina basa su gestión de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en la Política establecida por Toyota Motor Corporation.

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, medio ambiente y seguridad vial. Se da especial atención a la comunidad de Zárate, allí no sólo se trabaja sobre estos pilares sino también brindando respuesta a las necesidades de la comunidad y fomentando un diálogo constante con las distintas instituciones y organizaciones.

A partir de junio de 2009, se crea el área de Responsabilidad Social y Comunidad dependiente de la División de Asuntos Corporativos y 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, el Comité de RSE, conformado por Recursos Humanos, Comercial, Responsabilidad Social y Administración de Planta (Seguridad y Medio Ambiente) se reúne de manera cuatrimestral con el fin de elevar resultados a la alta dirección y definir planes de acción.

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



Proceso de Elaboración del Reporte 2010

Toyota Argentina S.A. publica informes de gestión de manera anual desde el año 2003, siendo los primeros sólo de gestión ambiental. Paulatinamente se fueron incorporando los aspectos sociales y luego los económicos para finalmente presentar en diciembre de 2008 su primer Reporte de Sustentabilidad. El Reporte 2010 es la tercera edición bajo esta modalidad y la segunda 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. Así mismo se tuvo en consideración información de la casa matriz, los indicadores de períodos anteriores y las apreciaciones y sugerencias por parte de los lectores.

Para este Reporte se trabajó en la escucha activa y en un análisis pormenorizado de los temas de relevancia a incluir.

Diálogo con el Público Interno

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 de Sustentabilidad 2009. Coordinada por el área de Responsabilidad Social y Comunidad, participaron de la actividad 14 integrantes de diversas áreas y posiciones dentro de la estructura. Se relevaron 10 expectativas a las que respondemos en este Reporte.

De los cuestionarios acerca del Reporte de Sustentabilidad 2009 surge la siguiente información:

- 1) El 44% opina que el Reporte es Muy Bueno mientras que un 52% lo considera Bueno
- 2) El 42% opina que el Reporte lo ha ayudado Mucho a comprender la magnitud de las actividades que Toyota Argentina lleva adelante en materia de RSE y el 50% cree lo ayudo Bastante.
- 3) Por último el 90% cree que los temas abordados en el Reporte son Suficientes.

En mayo de 2010 tuvo lugar la primera experiencia de diálogo y para ello se optó por realizar una consulta con 14 integrantes de la compañía.

TEMA	EXPECTATIVA RELEVADA	RESPUESTA DE TOYOTA ARGENTINA
EXTENSIÓN	La versión completa del Reporte es muy extensa.	Se trabajó en sintetizar los textos focalizando en la relevancia de la información.
CANTIDAD DE INFORMACIÓN	Lograr un mayor balance entre la información de los capítulos.	Se realizó un profundo análisis de contenidos que permitió equilibrar la información en cada capítulo.
CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	Incluir mayor información sobre las acciones Clientes y Proveedores.	Se realizó un profundo análisis de contenido para poder brindar mayor información sobre estos temas.
	Mayor visualización de los resultados, sobre todo los relacionados con RRHH.	Se revisó la forma en que se presentaba la información destacando los resultados dentro del texto.
DISEÑO	Hacer más atractiva y navegable la página web. Mejorar la calidad.	Se rediseñó la página web.
	Incluir imágenes en la versión resumida del Reporte.	Se incluyeron imágenes en la versión resumida.
LENGUAJE	Reducir la cantidad de datos e información técnica y aggiornarlo a un lenguaje más coloquial.	Se realizó un relevamiento de la terminología utilizada internamente y se definió su relevancia o la utilización de términos alternativos.
CREDIBILIDAD	Se propone la inclusión de testimonios.	Se incorporan los testimonios a partir de este Reporte.
	Incluir una instancia de certificación de terceros.	Luego de evaluarlo, la compañía no considera necesaria la verificación externa al menos en el corto plazo.

Por primera vez se logró un nivel de aplicación C, según los lineamientos de la Guía G3 de GRI, y el porcentaje de respuesta a indicadores fue de un 74% sobre los indicadores totales.

El Comité de RSE, se conforma por Recursos Humanos, Comercial, Responsabilidad Social y Administración de Planta

Definición de Contenidos

El análisis de materialidad se basó en el Principio de Materialidad de GRI reforzando las acciones sobre algunos públicos de interés que anteriormente no habían sido abordadas de manera profunda. Para ello la compañía se ubicó desde una posición crítica sobre los Reportes anteriores dando lugar en el proceso de elaboración a las opiniones externas.

También se tuvieron en cuenta los factores internos y externos que guían el accionar de la compañía y la gestión en sustentabilidad, con el fin de mantener una coherencia entre la comunicación y la acción.

De la actividad de diálogo también se analizaron los temas claves del reporte, considerando incluir los siguientes temas en esta edición:

- *Gestión de la cadena de valor*
- *Gestión de la Calidad*
- *Desempeño ambiental*
- *Recall: respuesta*
- *Acciones relacionadas con temas de seguridad*
- *Indicadores cuantitativos de satisfacción del cliente*
- *Relación con el gobierno y temas legales*
- *Comité de Crisis*
- *Prius, ícono de la sustentabilidad*

Todas estas herramientas permitieron hacer un cruce entre las opiniones de los públicos de interés y los intereses corporativos, dando como resultado la siguiente rendición de cuentas que se presenta en el Reporte de Sustentabilidad 2010.

LA LLEGADA DE LA TECNOLOGÍA HÍBRIDA A LA ARGENTINA DE LA MANO DEL TOYOTA PRIUS



“Entendemos que el desarrollo sustentable se logra sobre la base de tres pilares: los aspectos ambientales, la contribución social y la innovación tecnológica, con el fin de alcanzar el equilibrio entre el hombre y el medio ambiente”.

Los inicios de la Tecnología Híbrida

TOYOTA fue la primera compañía en el mundo en lograr la producción en serie de un vehículo híbrido: la primera generación del PRIUS, lanzado en Japón en 1997 y en Europa en 2000.

El Prius, del latín “pionero”, rápidamente se convirtió en el símbolo de un vehículo que apareció incluso antes que la conciencia ambiental se convirtiera en una preocupación social. Desde su lanzamiento se han vendido más de 2 millones de híbridos Toyota en todo el mundo.

En la actualidad TOYOTA es 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 11 millones de toneladas (equivalente a 3.000 millones de latas de aerosol).

Homologación y lanzamiento 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 y reafirma su compromiso con el medio ambiente y la sociedad.

Unos meses más tarde, el 12 de noviembre, marcó un hito en el sector automotriz al introducir en el mercado local el primer vehículo híbrido, el PRIUS 3ra. Generación, para su comercialización, acompañando la iniciativa a nivel mundial.

Características y funcionamiento del PRIUS

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.

El sistema HSD cuenta con una batería híbrida que actúa como



Promoción a la introducción de tecnologías alternativas

Un rol activo por parte del Estado es fundamental en la difusión de cualquier tecnología nueva, ya que permite compensar los mayores costos de investigación, desarrollo y de introducción en nuevos mercados hasta alcanzar las economías de escala. También retribuyen las externalidades positivas que derivan de su uso (como ser: cuidado ambiental, uso eficiente de los recursos disponibles, entre otros).

A fines del año 2009, las terminales nucleadas en ADEFA comunicaron al Gobierno Nacional la intención de introducir este tipo de tecnologías en el mercado local y plantearon la necesidad de favorecer la comercialización de vehículos que reduzcan la emisión de CO₂ y gases contaminantes. El principal obstáculo que enfrentaban era la alta presión impositiva que los ubicaba en el segmento Premium del mercado cuando, por tamaño y prestaciones, debían ubicarse en el segmento de vehículos medianos.

En este contexto, en marzo de 2010, el Gobierno publica el Decreto 311 que establece una reducción del Derecho de Importación Extrazona al 2% (el arancel sin beneficio es del 35%), con un cupo de 200 unidades, para los vehículos que utilicen una tecnología de motorización alternativa a los motores convencionales de combustión interna, ya sean híbridos, eléctricos u otros a definir por la Autoridad de Aplicación.

ADEFA seguirá trabajando en conjunto con el Gobierno Nacional para obtener un régimen promocional de mayor alcance al otorgado por el Decreto 311/2010.

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. El HSD recupera la energía cinética que en los vehículos convencionales se disipa en forma de calor.

Beneficios

El motor de combustión y el eléctrico funcionan de manera combinada. Esta sinergia da como resultado una efectiva performance y un eficiente consumo de combustible.

Reduce hasta un 40% las emisiones de CO₂, comparado con un motor naftero y hasta un 90% de NOx comparada con un motor diesel.



La combinación de ambos motores ofrece una sorprendente y suave aceleración, comparable con la de un vehículo de cilindrada superior.

Utilizando solamente el motor eléctrico, se puede disfrutar de un calmo y silencioso confort de marcha.

Además, el compromiso ambiental del PRIUS comienza incluso antes de que el usuario tome contacto y sea puesto en marcha ya que el mismo está concebido desde su diseño y fabricación.

- el 95% del Prius 3ra. Generación es recuperable.
- el 85% es reciclable.
- el 95% de los componentes de la batería se pueden reutilizar.



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

ASPECTOS AMBIENTALES



Toyota Argentina desarrolla sus actividades basándose en el Sistema de Gestión Ambiental (SGA) certificado bajo la Norma ISO 14001 en 1999. A partir de allí, establece su Política Ambiental, sus aspectos ambientales y los objetivos a alcanzar de manera anual.

Cuando se habla de energía en Toyota Argentina, se hace referencia a aquellas actividades que demandan la utilización de electricidad y/o gas en sus procesos.

ENERGÍA Y CALENTAMIENTO GLOBAL

Consumo de Energía

Cuando se habla de energía en Toyota Argentina, se hace referencia a aquellas actividades que demandan la utilización de electricidad y/o gas en sus procesos.

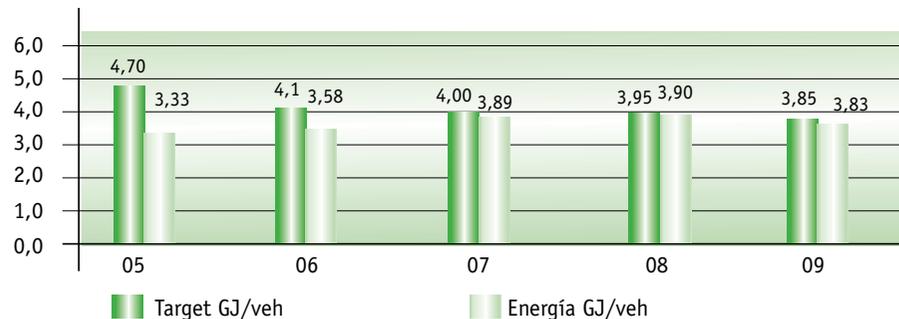
La compañía evalúa permanentemente alternativas que reduzcan el consumo de energía necesaria para la producción de vehículos, buscando además disminuir las emisiones de CO₂. Una de las formas de llevar esto a cabo es incrementando al máximo la eficiencia de los procesos.

Continuando con las actividades de "0 producción - 0 consumo" se continuó promoviendo la política de reducción de energía, tanto de producción como de no producción.

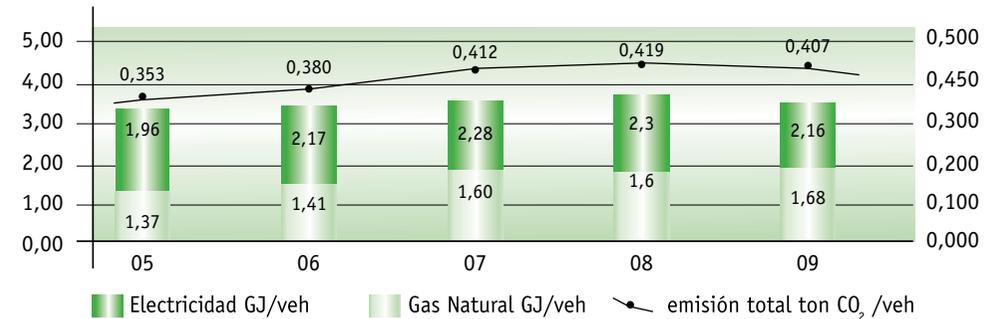
El aumento registrado en el consumo de energía durante el período reportado para No Producción se relaciona con la puesta en marcha del nuevo edificio administrativo, que si bien el mismo contempla aspectos de eficiencia energética también alberga un total de 500 personas.

PRODUCCIÓN

Consumo de Energía por vehículo producido



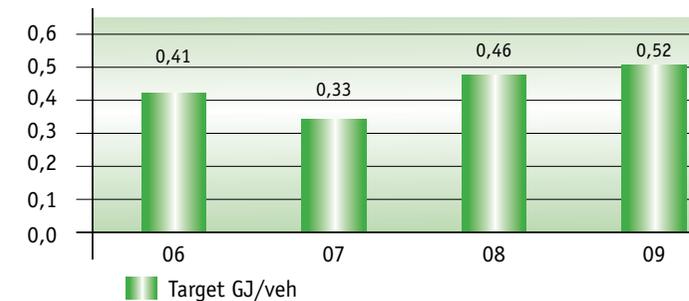
Consumo de Energía por fuente + Emisiones de CO₂



Gracias a las mejoras implementadas y a su respectivo seguimiento, las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) derivadas de la producción anual, considerando tanto las directas como las indirectas, fueron de 25.941 toneladas. Esto representa una disminución del 12,64% de las emisiones sobre el período anterior teniendo en cuenta un aumento en la producción de 0.63%.

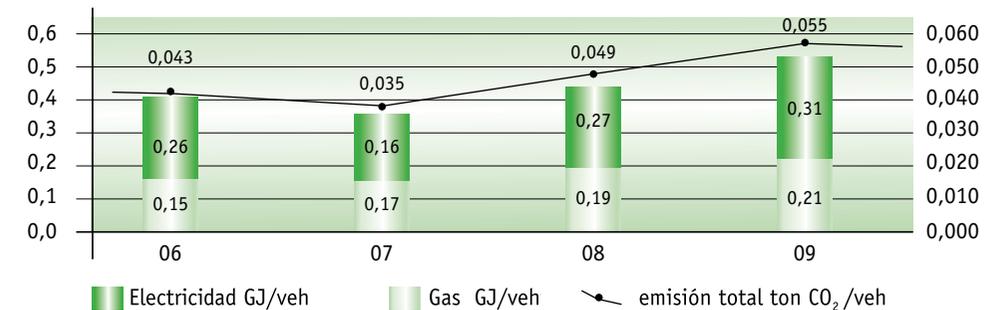
NO PRODUCCIÓN

Consumo de energía por vehículo producido



El aumento registrado en el consumo de energía durante el período reportado para No Producción se relaciona con la puesta en marcha del nuevo edificio administrativo.

Consumo de Energía por fuente - Emisiones de CO₂





615 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 3089 toneladas de CO₂.

Emisiones de CO₂ en el transporte

Transporte Interno

Toyota Argentina ha desarrollado un cálculo de emisión de CO₂ con el objetivo de cuantificar las emisiones ligadas al movimiento del transporte interno dentro del predio industrial.

Para el desarrollo de esta actividad, se contemplaron los movimientos asociados al traslado de piezas, vehículos en general, camionetas 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.

Monitoreo de CO₂ en Logística

Las operaciones de logística controladas por Toyota Argentina comprenden:

- Logística de partes de producción: 15 rutas logísticas.
- Repuestos y accesorios: 11 rutas logísticas.
- Vehículos: 16 rutas logísticas.

La compañía trabaja fuertemente desde 2007 en actividades de reducción de CO₂ en las operaciones logísticas. El ámbito de trabajo es el subcomité de Logística de Toyota Mercosur dentro del Comité Ambiental Sudamericano.

Las 42 rutas alimentan los indicadores de generación de CO₂ que se monitorean mes a mes. Las emisiones totales, las cuales incluyen transporte terrestre, aéreo y marítimo fueron de 42.135 toneladas de CO₂ para el período reportado.

Además del resultado total de emisiones, se realizan monitoreos a través de indicadores como gr-CO₂/km T, lo cual permite independizar el análisis de los kilómetros recorridos de la carga transportada y, de esta forma, analizar

La red del servicio de micros que ofrece la compañía para el traslado de personal contempla recorridos por varias ciudades de Buenos Aires.

las variaciones y comparar distintos tipos de logística. En ese caso, respecto de la logística de vehículos, el resultado fue de 86.2 gCO₂/KmT sobre un objetivo planteado de 92 g CO₂/Km T.

Los objetivos fijados para el período reportado fueron:

- Incrementar la eficiencia de carga por camión.
- Mejorar la eficiencia del combustible a través de la incorporación de un 5% de biodiesel a partir de enero 2010.

Beneficios ambientales de los vehículos comercializados en Argentina

• Sistema VVT-i (Variación inteligente de sincronización de válvulas)

Esta tecnología desarrollada por Toyota logra un ajuste en las condiciones del uso del motor. Esto permite mejorar la economía del combustible generando menor cantidad de emisiones con un alto rendimiento del combustible. Esta tecnología optimiza la sincronización de la válvula mediante el uso de sistemas computarizados que controlan en forma continua el tiempo de apertura y cierre de las válvulas según las condiciones de manejo. El motor VVT-i es un 8% más eficiente y económico si se le compara con un motor que no posea este sistema.

• Common Rail

El nuevo sistema de inyección de combustible 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.

• ECT (Electronic Controlled Transmission):

La tecnología de conexión eléctrica, disponible en algunos modelos con transmisión automática, 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 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. A menores velocidades, en particular, mejora el rendimiento del combustible mediante el aumento de la eficiencia de la transmisión.



Pick up HILUX y HILUX SW4, ambos modelos fabricados por Toyota Argentina

• Acelerador electrónico

Permite un óptimo aprovechamiento de la potencia generada y menor consumo.

<p>HILUX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Common Rail • EURO 3 	<p>FIELDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema VVT-i • EURO 2
<p>SW4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Common Rail • EURO 3 	<p>RAV4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema VVT-i • EURO 4
<p>COROLLA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema VVT-i • Super ECT • Acelerador Electrónico • Coeficiente aerodinámico: Cx=0,295 • EURO 3 	<p>CAMRY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema VVT-i • Control ECT • Coeficiente aerodinámico: Cx=0,28 • EURO 4
<p>AVENSIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema VVT-i • Control ECT • Coeficiente aerodinámico: Cx=0,28 • EURO 2 	<p>LAND CRUISER 200</p> <ul style="list-style-type: none"> • Common Rail • EURO 3

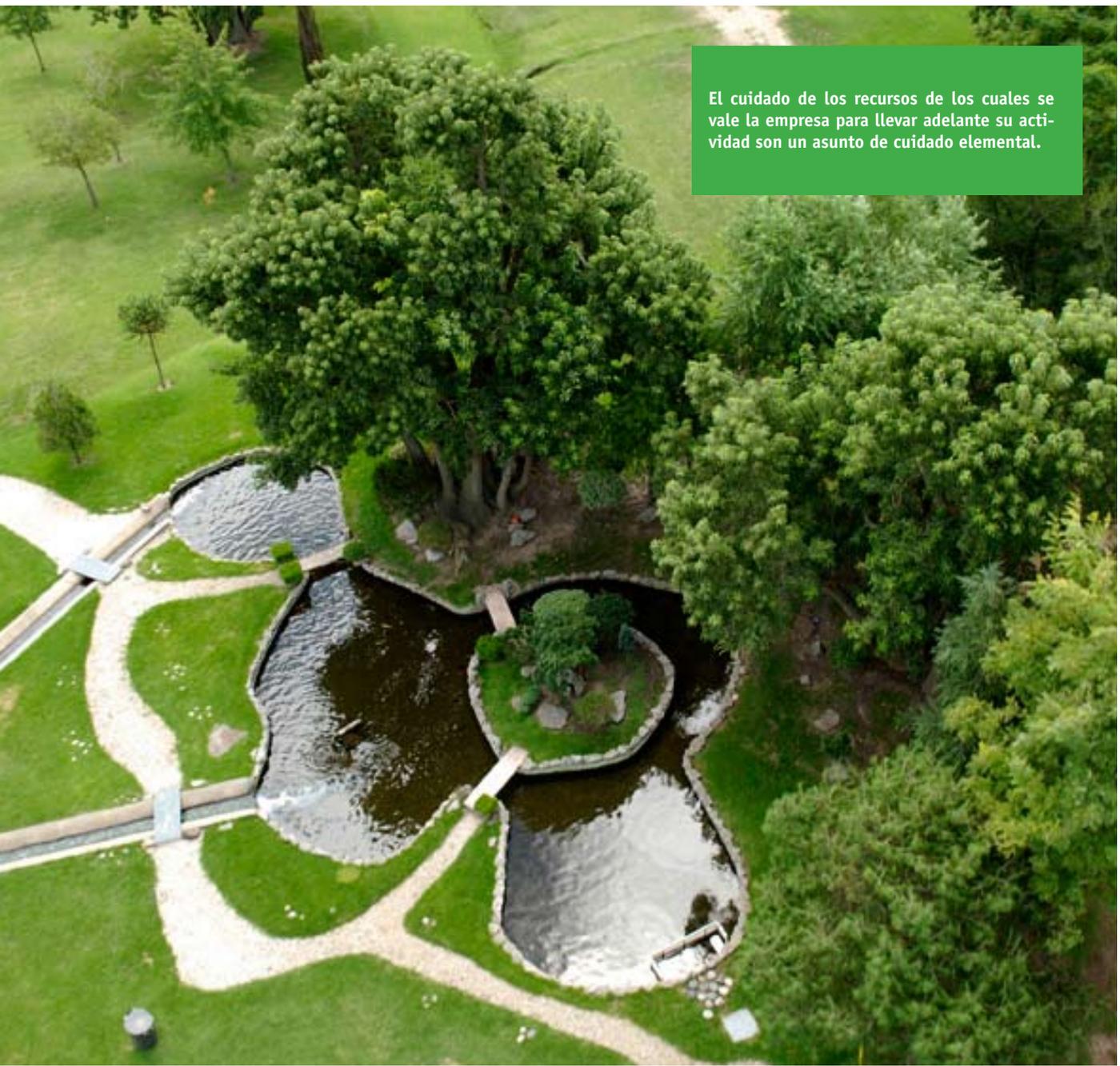
GESTIÓN DE LOS RECURSOS

Los problemas mundiales en cuanto a la generación y disposición de residuos así como la escasez de agua no son temas ajenos a Toyota. El cuidado de los recursos de los cuales se vale la empresa para llevar adelante su actividad son un asunto de cuidado elemental. Con el objetivo de ayudar a construir una sociedad basada en el reciclaje y a mejorar la productividad de los recursos, Toyota promueve el uso efectivo de los mismos y un tratamiento adecuado de sus residuos.

Política de Racionalización de Recursos

Debido a la gran cantidad de recursos que se utilizan para las actividades cotidianas, es imprescindible distinguir cuando un uso injustificado pasa a ser un abuso o derroche del recurso. Por este motivo cuando se habla de racionalización, 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, los diferentes sectores, tanto de producción como de no producción, presentan anualmente planes de acción. Allí se incluyen actividades de mejoras, con el fin de minimizar los impactos generados en cada proceso, y se monitorean mensualmente.

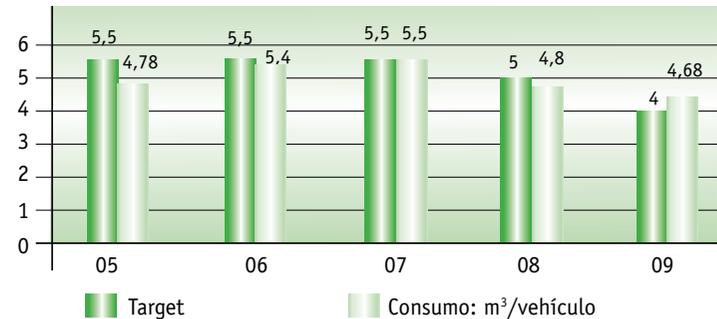


El cuidado de los recursos de los cuales se vale la empresa para llevar adelante su actividad son un asunto de cuidado elemental.

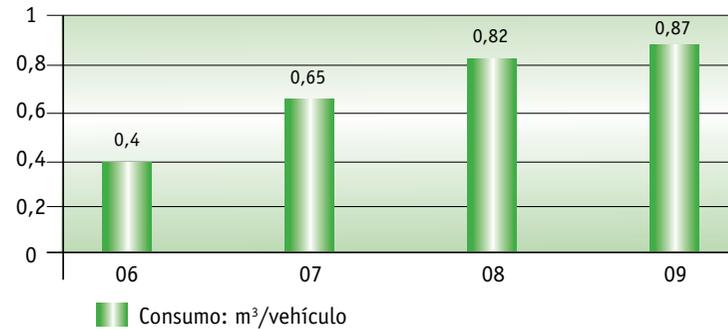
AGUA

En la planta de Toyota Argentina, el agua es extraída de los acuíferos Puelche (a 60 metros de profundidad) y Pampeano (a 40 metros de profundidad) y es tratada con el fin de optimizar su calidad industrial.

Producción



No Producción



La cantidad de agua necesaria para producir cada vehículo durante el período 2009 fue de 4,64 m³ y se trataron mensualmente 4,51m³ de agua por vehículo.

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 poder 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 este recurso.

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.

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 periódicas. Esta división se realiza ya que dichos efluentes tienen características distintas y resulta necesario tratarlos en forma diferenciada.

Antes del proceso de cloración, se reincorporan al ambiente alrededor de 70m³/hora de agua tratada en la planta de tratamiento de efluentes a través del Arroyo Santa Lucía que luego desemboca en el Paraná de Las Palmas.

El proceso de tratamiento comprende las siguientes etapas:

- Acumulación y compensación de los efluentes industriales y sanitarios en tanques de equalización.
- Tratamiento fisicoquímico de los efluentes periódicos por rotura ácida de emulsiones, neutralización, coagulación, floculación y flotación, retornando el líquido así tratado al tanque equalizador de efluentes normales.
- Tratamiento fisicoquímico de los efluentes periódicos pretratados junto con los efluentes industriales, por neutralización-coagulación, floculación y flotación.



Planta de tratamiento de efluentes ubicada en el predio industrial de TASA en Zárate

- Tratamiento biológico aeróbico por barros activados de la mezcla de los efluentes sanitarios compensados con los efluentes industriales provenientes de las etapas anteriores.
- Separación del agua tratada por medio de sedimentadores circulares. En esta operación se separa el líquido tratado de los barros.

El efluente tratado fluye a través de un estanque con peces hacia la cámara de cloración. Luego de esta etapa es conducido hasta el arroyo Santa Lucía que desemboca en el arroyo Pesquerías y éste, en el río Paraná de las Palmas.

En cuanto a los semisólidos (barros) que se generan en el tratamiento fisicoquímico 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 obtenidos, se toman decisiones operativas para el correcto funcionamiento de la misma y 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 siempre como límite interno al más exigente de ambos estándares.

Los principales parámetros que se controlan son: aceites y grasas, DBO₅, DQO, pH, sólidos suspendidos y temperatura.

PLANTA 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 completará 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.

El efluente tratado fluye a través de un estanque con peces hacia la cámara de cloración.

Una de las principales prioridades de la compañía, de acuerdo con su Política y Sistema de Gestión Ambiental, es evitar la generación de residuos que no pueden ser ni reciclados ni reutilizados.

RESIDUOS

Una de las principales prioridades de la compañía, de acuerdo con su Política y Sistema de Gestión Ambiental, es evitar la generación de residuos que no pueden ser ni reciclados ni reutilizados. El trabajo de la compañía se puede resumir en la regla de las "3R": REDUCIR – REUTILIZAR – RECICLAR y la base de la gestión se encuentra en la separación en el punto de origen, dado que cada residuo exige un tratamiento diferente.

A lo largo de 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 son identificados y pesados para obtener un control de qué residuo y en qué cantidad genera cada área de la compañía.

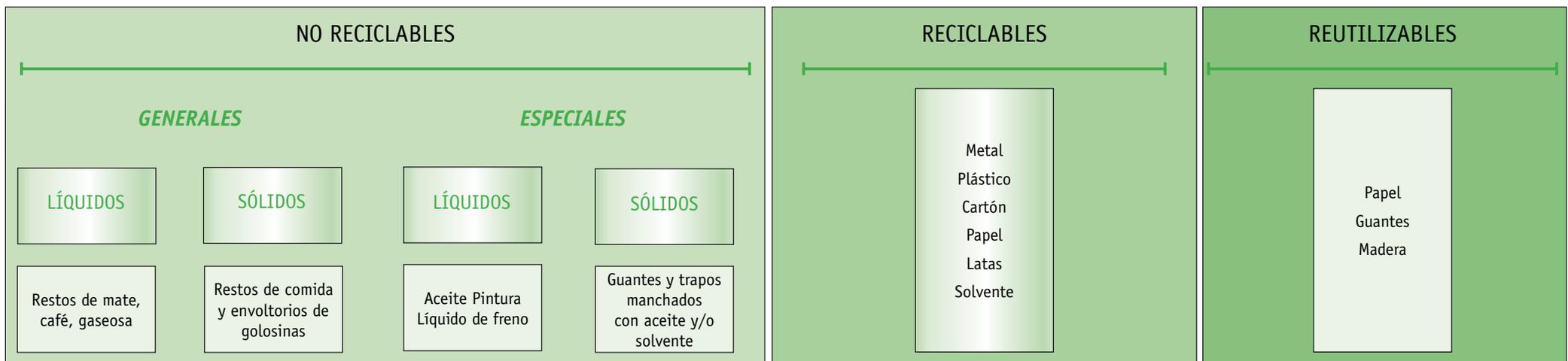
Todo el movimiento de residuos que se realiza tanto dentro del predio industrial como fuera de él, se documenta y registra de modo tal que pueda realizarse la trazabilidad del residuo desde su generación hasta su disposición final o proceso de reciclaje. Todas las empresas, tanto transportistas como tratadoras de residuos que utiliza Toyota Argentina están habilitadas y cumplen con los requerimientos legales exigidos por la normativa.

Toyota Argentina presenta para el período de este reporte una tasa de reciclabilidad del 84% y el resto corresponde, un 11% a residuos especiales y un 5% a residuos generales. La meta de generación de residuos establecida para la producción fue de 17 Kg. por vehículo producido, un kilo menos respecto del año anterior.

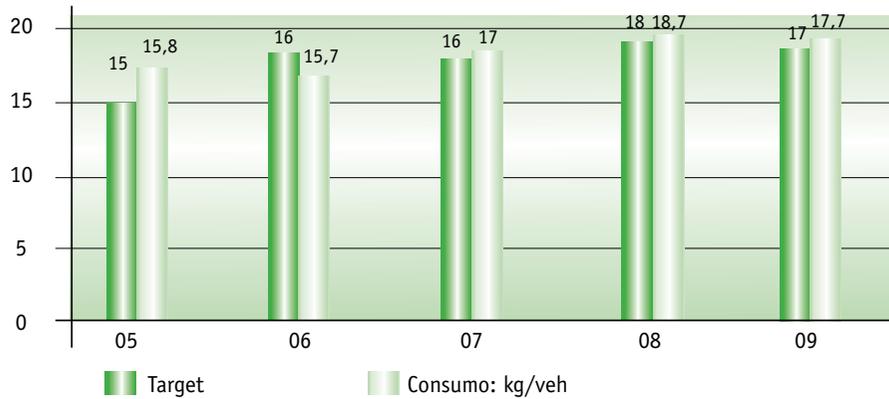
Todo el movimiento de residuos que se realiza dentro y fuera del predio industrial se documenta para realizar la trazabilidad del residuo desde su generación hasta su disposición final o reciclaje.



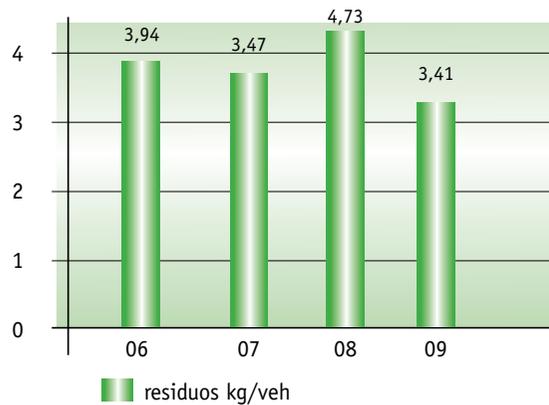
LOS RESIDUOS QUE SE GENERAN EN LA PLANTA INDUSTRIAL ZÁRATE SON:



Residuos - Producción

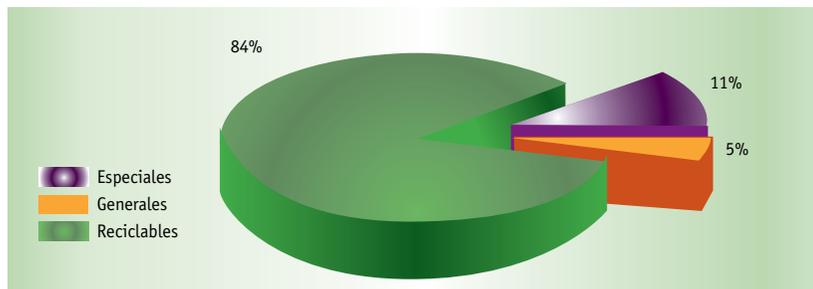


Residuos - No Producción



Toyota Argentina presenta para el periodo de este reporte una tasa de reciclabilidad del 84% y el resto corresponde, un 11% a residuos especiales y un 5% a residuos generales.

Distribución de Residuos Año 2009



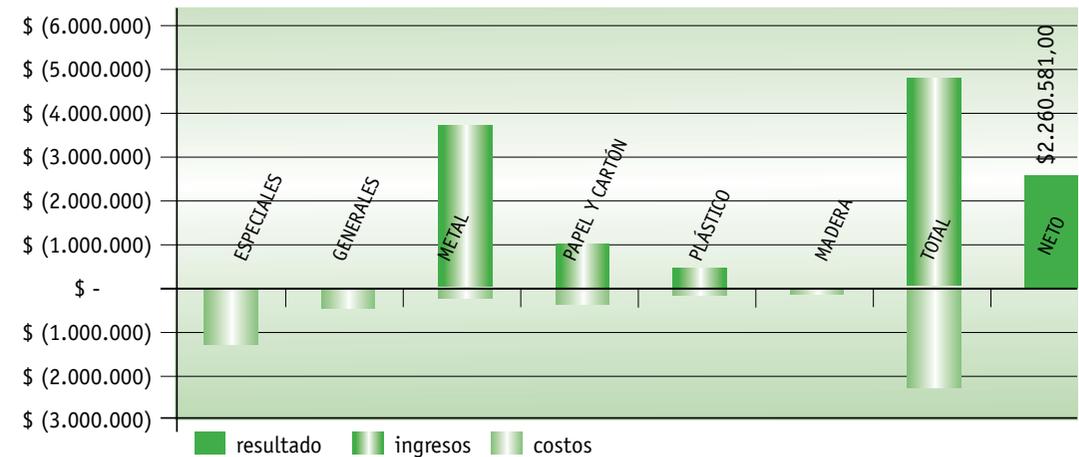
La gestión de residuos en cifras para el período 2009-2010

TIPO DE RESIDUO	KG. GENERADOS	KG. RECICLADO X VEHÍCULO	DISPOSICIÓN O TRATAMIENTO
ESPECIALES	976.458	-	Relleno seguridad o Incineración
GENERALES	436.814	-	Relleno sanitario
RECICLABLES	Metal	7.095.905	111,37
	Papel y Cartón	1.063.120	16,68
	Plástico	386.345	6,06
	Madera	10.195	0,16
	Solvente	190.862	3,01

Resultados de la gestión de residuos

INGRESOS POR VENTA DE RESIDUOS	\$ 4.868.510,00
Costo de mano de obra	-\$ 936.443,00
Costo de transporte y disposición	-\$ 1.271.486,00
Costo Total	-\$ 2.207.929,00
Beneficio de la gestión de residuos	\$ 2.260.581,00

Residuos - Producción



El objetivo del subcomité de logística es trabajar sobre la reducción en el uso de materiales de embalaje

Empaque y Embalaje

En el ámbito del subcomité de Logística, dependiente del SAEC (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 de logística 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
CARTÓN	232	216	266	308
CAJAS PLÁSTICAS RETORNABLES	9	22	25	28
MADERA	25	24	6	1
TOTAL	265.874	262.694	297.325	336.180
OBJETIVO TN MATERIAL/PARTE DSEPACHADA	0,148	0,138	0,133	0,129

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 VOC.

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 con 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.

En las sustancias compuestas por hidrocarburos, la fracción más liviana la comprenden los compuestos orgánicos volátiles (VOC).

Compuestos Orgánicos Volátiles (VOC)

En las sustancias compuestas por hidrocarburos, la fracción más liviana la comprenden los compuestos orgánicos volátiles (VOC). 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.

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.



Sistema de pintado robotizado

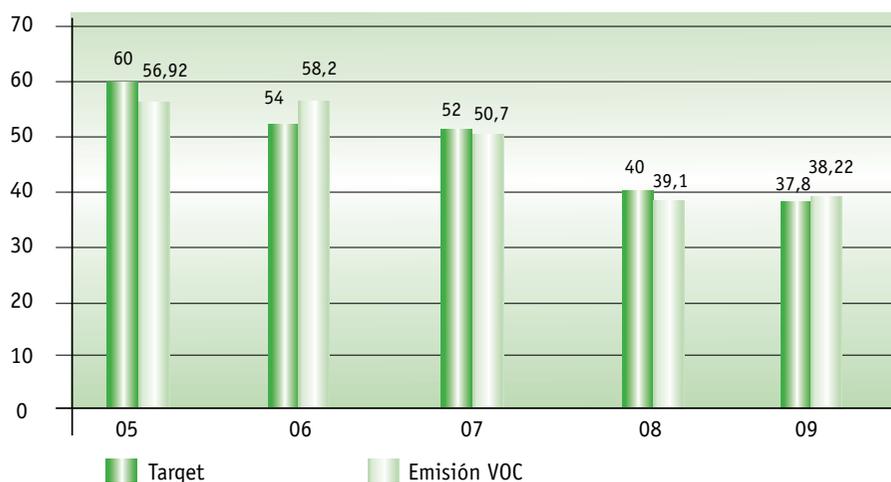
Las mejoras implementadas permiten mantener un nivel de emisión por debajo de los 40g/m².

Las variables que se consideran 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/automático).
- Tecnología (airjet/electrostatic application).

Las emisiones de VOC se expresan en gramos por metro cuadrado pintado. A partir del período anterior 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 RTO (Oxidación Térmica Regenerativa) 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 los 40 g/m².

VOC - g/m² pintado



PLANTA N° 1 A NIVEL MUNDIAL 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.

En agosto de 2008, un especialista de la casa matriz verificó las actividades de mejora implementadas y los resultados alcanzados, lo que permitió a la planta de pintura de Toyota Argentina obtener "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 el año 2000 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.

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 INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial).

En el laboratorio de control de emisiones vehiculares de Toyota Argentina se examina el 1% de la producción mientras que la ley nacional solicita un 0,4%.



La norma ISO 14001 ha sido implementada en todas sus actividades -productivas, administrativas y comerciales- desde 1999.

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 (TMC), en la Visión Global Toyota 2010, la Nueva Carta a la Tierra 2000 (emitida por TMC), el Cuarto plan de Acción Ambiental de Toyota (2006-2010) y la Política Ambiental de Toyota Argentina. (*)



Sistema de Gestión Ambiental de Toyota Argentina

(*) Todos estos documentos están disponibles en la página web Toyota Argentina www.toyota.com.ar/environment/2009/index.asp

Política Ambiental de Toyota de Argentina S.A.

Toyota Argentina, consciente de la importancia de cuidar y proteger el medio 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.

Política Básica

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 Medio Ambiente.

IV. *Cooperación con la Sociedad*

Apuntar al crecimiento armónico manteniendo relaciones cooperativas con personas y organizaciones involucradas en la preservación del Medio 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.

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

2.- *Crear un mejor medio ambiente*

Apuntar a minimizar la contaminación ambiental.

- a) Promover actividades de preservación de recursos naturales.
- b) 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.

- a) Cumplir con leyes y regulaciones ambientales.
- b) Cumplir con los otros requerimientos a los que TOYOTA ARGENTINA adhiere.

4.- Como miembro de la sociedad

Participar activamente en actividades sociales.

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

5to. Plan de Acción Quinquenal 2011-2015

El 5to. plan de acción de medio ambiente, que entra en vigencia a partir de 2011, establece una nueva visión de la Gestión Ambiental.

El medio 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 medio 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 interrelación 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, una sociedad basada en el reciclado y una sociedad en armonía con la naturaleza; todo soportado sobre la base de la Gestión Ambiental.

Desarrollo del Sistema de Gestión Ambiental en Toyota Argentina

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 publica la segunda edición de la norma 14001, y por consiguiente se añadieron sus modificaciones al SGA de la compañía.

1992	Carta a la Tierra	TMC
1998	Implementación SGA en la planta industrial Zárate	TASA
1999	Certificación ISO 14001:1996	TASA
2000	Nueva Carta a la Tierra	TMC
2001	Nueva Política Ambiental (8C)	TASA
2002	Renovación Certificado ISO 14001	TASA
2003	Ampliación Certificación ISO 14001 a las áreas administrativas y comerciales	TASA
2003	Inicio del desarrollo de actividades ambientales en concesionarios y proveedores	TASA
2004	Primera certificación ISO 14001 en concesionarios	TASA
2004	Implementación del EMS (Environmental Management System)	TMC
2005	Renovación Certificado ISO 14001 Toyota EMS	TMC
2006	Revisión y adecuación de la Política Ambiental a la norma ISO 14001:2004	TASA
2008	Renovación Certificado ISO 14001	TASA

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. Éste administra y se encarga de que todos los sectores de la empresa cumplan los objetivos ambientales y mantengan el SGA. Como parte de su compromiso con el medio ambiente y según lo

El SGA se emplea para desarrollar e implementar la política ambiental y gestionar los aspectos ambientales en una organización.



Toyota Argentina cuenta con una estructura de trabajo que permite el continuo seguimiento y mejora de todas aquellas actividades relacionadas con la gestión ambiental

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.

Con el objeto de 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 tres 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 de Comité Ambiental de No Producción 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 medio 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 y 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.

A fin de incrementar la conciencia ambiental en todos los sectores, se difunde el aspecto ambiental más importante dentro de cada área.

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.

TIPO DE ANORMALIDAD	2006	2007	2008	2009
DERRAMES MENORES	5	6	5	1
DERRAMES MAYORES	1	-	-	-
PRINCIPIO DE INCENDIO	-	-	-	-
INCENDIO	1	-	-	-
EMISIÓN EXCESIVA DE GASES	-	-	-	1
EFLUENTES FUERA DE LÍMITE ⁽¹⁾	2	2	1	3

⁽¹⁾ Fuera de límite interno, no legal

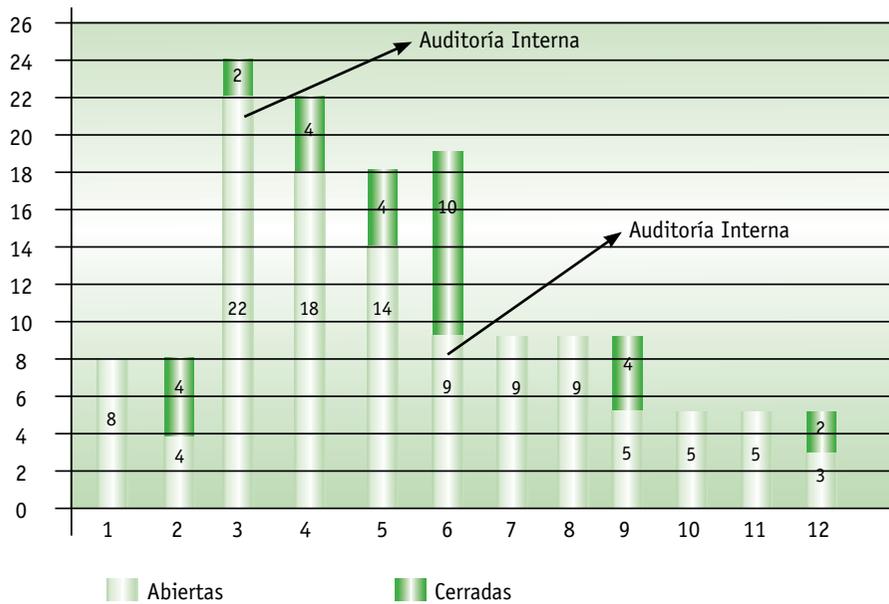
Todas las anomalías fueron identificadas así como la causa que las originó, procediendo al diseño de la contramedida y su respectiva implementación.

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

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.

Gestión de los hallazgos de auditoría



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 si bien afecta a todo del concesionario, 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 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

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 Toyota Motor Corporation y adaptado localmente. Esta Guía 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, conformando un total de 77 proveedores. Además se sumaron los siguientes temas: reducción de emisiones de CO2 y 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 sus siglas 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, desde el año 2006 y participan representantes de Toyota Argentina, Toyota de Brasil y Toyota Motor Corporation.

En la actualidad 44 de los 71 concesionarios se encuentran certificados bajo la norma ISO14001 bajo la coordinación y asesoramiento de Toyota Argentina.

54 son los proveedores, sobre un objetivo de 77, que poseen la certificación ISO 14001 al cierre de este reporte

Todos los años en junio se celebra en Toyota Argentina el "Mes del medio ambiente" a través de actividades participativas internas, de concientización y de comunicaciones externas

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 mancomunada para poder presentar durante el SAEC resultados y avances a la casa matriz.

Difusión y conciencia ambiental

Entendiendo que los cambios de paradigmas sólo se alcanzan con cambios de hábitos y que estos 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 a la comunidad interna como a la comunidad externa.

Mes del medio ambiente

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

Campañas internas

En el marco de la campaña ambiental anual desarrollada en octubre: **Eco drive: hace de tu manejo un manejo sustentable**, se llevaron a cabo dos actividades junto a *Bridgestone*; el chequeo de neumáticos en el estacionamiento de los empleados y una charla de concientización sobre manejo a cargo de dicha empresa.

El equipo a cargo del chequeo inspeccionó los neumáticos de 96 vehículos de los colaboradores de Toyota, mientras que en las charlas se trataron temas como:

- seguridad vial e ítems a tener en cuenta antes de emprender un viaje.
- la importancia del mantenimiento de los neumáticos para obtener un viaje más seguro, económico y disminuir las emisiones de CO₂.

Carpa Eco en el Family Day

La celebración del día de la familia es una oportunidad para transmitirles a los más chicos la importancia del cuidado del medio ambiente y para mostrarles formas en las que se pueden reutilizar distintos materiales, a través de divertidos juegos.

Durante el festejo de 2009 se trabajó sobre el concepto del reuso utilizando material de descarte de la planta para la elaboración propia de lapiceros y cajas multiuso. También se desarrolló el concepto de energías limpias a través de la construcción de hornos solares con envases reutilizados de Tetra brik.



La celebración del día de la familia es una oportunidad para transmitirles a los más chicos la importancia del cuidado del medio ambiente

ANTICIPO

Forestación

Toyota Argentina se encuentra llevando a cabo la planificación de un proyecto singular: la creación de un área forestada para la captación de CO₂ junto a un área de Reserva Natural para el restablecimiento y restauración de hábitats naturales y conservación de especies nativas.

Así, se combina la plantación experimental de bosques que capturen el CO₂ de las emisiones internas y se recrean elementos del paisaje original de la región: pastizales, talaes, sauzales, ceibales y humedales de gran valor ecológico, diversidad biológica y atractivo que serán recorridos a través de circuitos agrestes y centros de interpretación ambiental.

Compostaje

Este proyecto tiene por objetivo la realización de un sistema de tratamiento de los residuos resultantes del área de comedor, poda y espacios verdes de la Planta Industrial de Toyota por medio de la técnica de Compostaje.

Los principales objetivos del compostaje son:

- Transformar materiales orgánicos biodegradables en un material biológicamente estable y reducir el volumen original de los residuos.
- Destruir organismos patógenos, huevos de insectos y otros tipos de organismos no deseables que puedan estar presentes en los residuos.
- Retener al máximo el contenido nutricional (nitrógeno, potasio y fósforo).
- Elaborar un producto que pueda ser utilizado como soporte para el crecimiento de plantas y como mejorador de suelos.



RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Toyota Argentina S.A. asegura la Calidad de sus productos, comprometiéndose a satisfacer los requisitos y expectativas de sus 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 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 Toyota Motor Corporation.
- 2- Construir y mejorar la calidad en el proceso, trabajando para ello sobre la base del "Sistema de Producción Toyota"¹.

Objetivos de calidad:

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

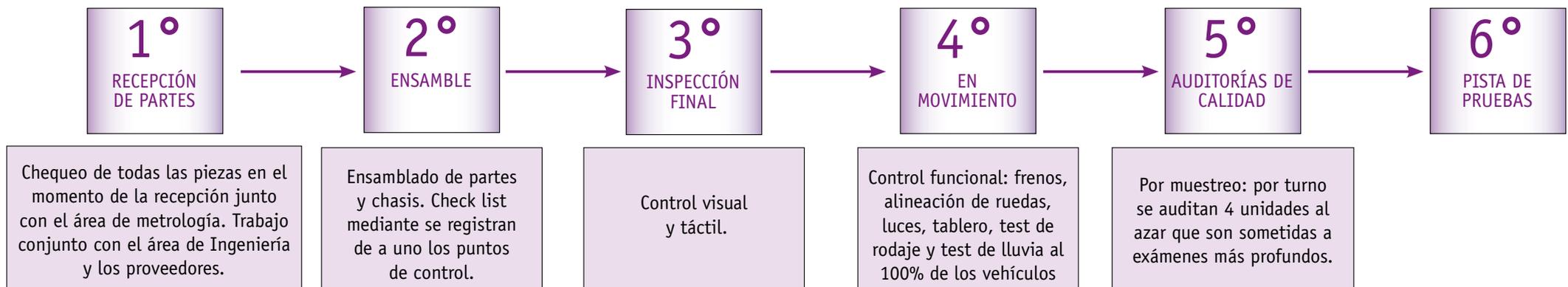
¹ El TPS se conforma sobre la base de cuatro pilares:

- Just in time: producción según demanda, stock cero
- Jidoka
- Trabajo estandarizado
- Kaizen: mejora continua

CONTROL DE CALIDAD EN CADA PROCESO DE LA PRODUCCIÓN

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Mediante auditorías internas de manera semestral el objetivo es velar por la estandarización de los procesos



Los puestos de inspección de calidad a lo largo de toda la línea de producción, garantizan la calidad distintiva de Toyota ya que permite la detección temprana de problemas o defectos.

Pre Delivery Inspection

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 su transporte hasta su despacho en el concesionario.

Calidad enfocada en la satisfacción del cliente

Los reclamos de clientes por problemas de calidad de las HILUX pick-up 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.

Promoción del aseguramiento de la calidad

Distintas acciones se llevaron a cabo desde la compañía para fortalecer el aseguramiento de la calidad y promover la fabricación de vehículos que cumplan con altos estándares de calidad.

En 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 compartieron los problemas detectados en campo a través de una exhibición con los colaboradores.



Durante el mes de 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.

A inicios de 2010 y a raíz de la campaña de servicio (recall) llevada a cabo por Toyota Motor Corporation (TMC) se brindó a los colaboradores información útil y actualizada sobre este tema.

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 de esta actividad 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.

Campaña especial de servicio en TOYOTA

El 21 de enero, Toyota Motor Corporation (TMC) anunció una llamada a revisión por problemas con el pedal del acelerador de algunos modelos vendidos en Estados Unidos y, al poco tiempo, la retirada de vehículos se extendió a otros países como Europa y China. Luego, el 9 de febrero, TMC decidió llamar a revisión a cuatro modelos híbridos, incluido el Prius 3ra generación, en Japón, Estados Unidos y Europa por problemas con el sistema de frenado.

Toyota sitúa la seguridad de sus clientes por encima de cualquier otra cosa, y es su prioridad garantizar controles de calidad exhaustivos para lograr este propósito.

El Comité Especial de Calidad Global se creó para investigar las causas y acelerar la respuesta de los problemas de calidad, incluidos aquellos que precisan llamadas a revisión, y volver a examinar los factores que afectan la calidad en cada fase del proceso: de diseño, fabricación, marketing y mantenimiento.

Los representantes de cada región expresan las preocupaciones de los clientes locales y esto permitió enfocar la tarea de control de la calidad desde la perspectiva local. También se recalzó la necesidad de fortalecer la comunicación global y garantizar la transparencia. El comité tomó diversas medidas de mejora con el fin de resolver problemas.

Acción local

Con la intención de informar a los usuarios y darles tranquilidad, Toyota Argentina comunicó a sus clientes que la campaña especial de servicio no afectó a ningún modelo comercializado en el mercado argentino.



SERVICIO AL CLIENTE: El Cliente Primero

La política de “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.

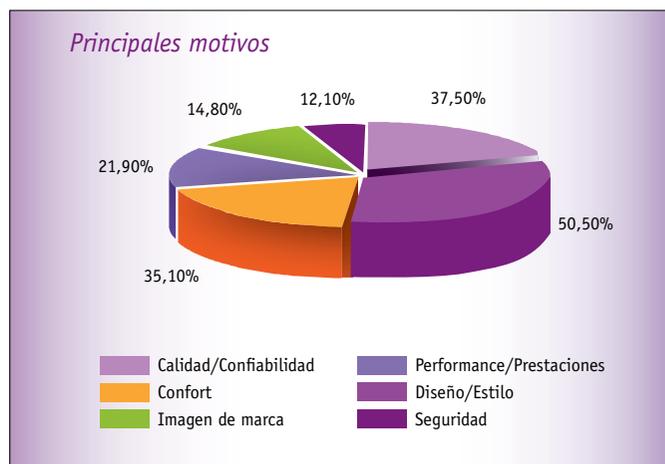
En el período que cubre este reporte se resolvieron 2.272 inquietudes y se atendieron 8.793 pedidos de información, que llegaron tanto a través del 0800-888-8696 como desde la página web.

Encuesta de Satisfacción a Clientes

La encuesta de Satisfacción a Clientes, 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 postventa.

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.

	2006	2007	2008	2009
Venta	93/100	96/100	96/100	97.8/100
Posventa	94/100	94/100	95/100	95/100



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 Toyota.

Caso N° 100.000

En agosto de 2009 Atención al Cliente registró el caso N° 100.000. La numeración data del 2001, año en el que Atención al Cliente se integró al Departamento de Servicio al Cliente.



Toyota Argentina, junto con la Agencia Nacional de Seguridad Vial, la Secretaría de Industria y Comercio y CIDOA, acordaron la implementación de nuevos sistemas de seguridad para nuevos vehículos.

Seguridad

Toyota Argentina como miembro integrante de ADEFA (Asociación de Fábricas de Automotores) junto con la Agencia Nacional de Seguridad Vial, la Secretaría de Industria y Comercio y CIDOA (Cámara Importadores y Distribuidores Oficiales de Automotores), acordaron la implementación de nuevos sistemas de seguridad para nuevos vehículos.

Según este nuevo acuerdo se establece la implementación de Airbag, ABS y apoyacabezas en todas las plazas contiguas a las puertas. La implementación de estos nuevos sistemas se realizará de manera gradual:

- A partir del año 2010 el 10% de los vehículos vendidos incorporarán estos nuevos requisitos.
- En el año 2011 se extenderá al 15% .
- En el año 2012 al 30%.
- En el año 2013 al 60%.
- Finalmente a partir del año 2014, el 100% de los vehículos dispondrá de estos sistemas como equipamiento mínimo.

Esta reglamentación es el resultado del compromiso de las empresas automotrices para incrementar la seguridad. Durante el año 2010 y 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

La gestión de Recursos Humanos en Toyota Argentina se sustenta en el Toyota Way

Con una visión a largo plazo, Toyota Argentina promueve relaciones de trabajo sólidas y equitativas con los colaboradores a los que considera parte esencial para el crecimiento de la compañía.

Principios de la Administración en Recursos Humanos

La gestión de Recursos Humanos en Toyota Argentina se sustenta en el Toyota Way que constituye la base de cada una de las operaciones que se realizan en la compañía. En este sentido, la planificación estratégica y administración de los recursos humanos se basa en los pilares de la mejora continua y el respeto por las personas, estimulando la creación de un clima de trabajo agradable, el desarrollo individual de los colaboradores y el trabajo en equipo a través de los siguientes principios:

- 1 **Crear un ambiente laboral en 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.
- 2 **Crear mecanismos para promover iniciativas permanentes y voluntarias referidas a la mejora continua.**
 - Compartir la visión y misión del management a través de una comunicación abierta.
 - Reflejar los resultados del negocio en las condiciones de trabajo.
 - Promover la participación del empleado en actividades corporativas.
- 3 **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.
- 4 **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.

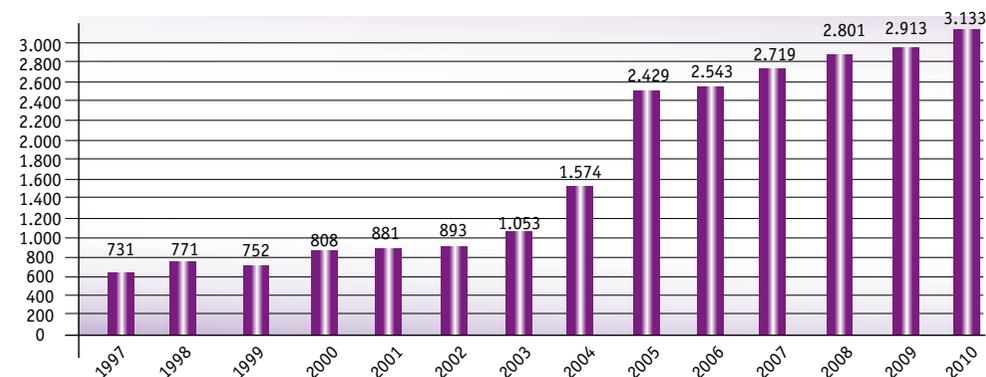
Dotación del Personal

Una de las principales contribuciones que Toyota Argentina realiza a la sociedad es la generación de fuentes de empleo, apuntando así al desarrollo social y económico de la comunidad.

Durante 2009, la compañía vivió una situación de crisis económica que afectó a la industria y al sector automotriz en particular. Sin embargo Toyota Argentina concentró su dedicación en el mantenimiento de la estabilidad laboral de sus colaboradores y siguió creando fuentes de empleo, alcanzando un total de 3.133 colaboradores y el mayor crecimiento de los últimos años.

Una de las principales contribuciones que Toyota Argentina realiza a la sociedad es la generación de fuentes de empleo, apuntando así al desarrollo social y económico de la comunidad.

Evolución del número de colaboradores de Toyota Argentina



PRINCIPALES INDICADORES	
Personal de producción	2510
Staff Administrativo	469
Directores	3
Jefes y gerentes	140
Coordinadores de TMC	11

Dotación Femenina	5%
Edad Promedio	30 años
Antigüedad promedio en la compañía	6 años
Rotación media	6%
Dotación bajo convenio	80%
Nivel de estudios mínimos requeridos	Secundario completo
Rango de edad en búsquedas laborales	18 años en adelante



A fin de asegurar la objetividad del sistema de promoción, desde el año 2009 se incorporó una guía en la cual se especifica cuáles son las habilidades que se requieren para cada categoría, lo que permite una evaluación más justa y equitativa.

Sistema de Comunicación de Dos Vías

Este sistema es una herramienta para la mejora de la gestión de los colaboradores y de sus equipos de trabajo. El 100%, tanto el personal de oficinas como el de operación, son evaluados por este sistema. La evaluación del staff se divide en dos partes: una en octubre y otra en abril y la del personal de operación se realiza en mayo. El sistema permite revisar y replantear periódicamente objetivos y acordar la mejor forma de alcanzarlos y al final de cada período realizar una evaluación de la performance de cada persona. Los resultados obtenidos en las evaluaciones son de gran utilidad para tomar decisiones sobre ajustes salariales y promociones.

A fin de asegurar la objetividad del sistema, desde el año 2009 se incorporó una guía en la cual se especifica cuáles son las habilidades que se requieren para cada categoría, lo que permite una evaluación más justa y equitativa. Asimismo se publicó la Política de Promociones donde se clarifican los requisitos necesarios para ser promovido.

La base de la política de compensaciones de la compañía tiene como objetivo principal la competitividad externa, los costos para la compañía y la búsqueda del equilibrio interno. En este marco, en agosto se efectuó una revisión salarial a fin de realizar los ajustes necesarios para mantener bien posicionados los salarios de Toyota Argentina en comparación con el mercado y en función de las categorías.

Beneficios para el Personal

- **Seguro obligatorio 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 especial de transporte:** para todo el personal que se desempeña en la planta de Zárate contando con 17 recorridos diarios.
- **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.



Centro de Acondicionamiento físico y Servicio Médico del Predio Industrial

- 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.
- **Préstamos monetarios:** para asistir a los colaboradores frente a problemas de salud y vivienda. El monto máximo es de cuatro sueldos dependiendo la antigüedad. Adicionalmente se ofrecen vehículos de flota y 0km con descuentos especiales.
- **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 Médico dentro del predio industrial
- Exámenes médicos periódicos
- Centro de Acondicionamiento Físico dentro del predio industrial

El servicio médico brinda asistencia en materia de salud y el Centro de acondicionamiento físico está disponible para todos los colaboradores.

SALUD Y SEGURIDAD

Promoción de la Salud

- El Servicio Médico brinda asistencia en materia de salud de acuerdo a las características propias de un complejo industrial. Dispone de una sala de emergencias completamente equipada, tres consultorios y una ambulancia para traslados internos o a centros especializados.
- El comedor ofrece una alimentación sana y rica, y un servicio de auditoría bromatológica externa garantiza la calidad e higiene de los alimentos. En forma anual el personal del servicio de comedores se capacita en buenas prácticas de trabajo y atención.
- Una vez al año se realizan exámenes médicos a todo el personal de la compañía en un trailer operativo en el predio de la Planta y próximo a las oficinas comerciales de Vicente López. Los resultados son comunicados en forma personalizada a los colaboradores a través de profesionales médicos.
- La compañía ofrece apoyo en tratamientos kinesiológicos y de rehabilitación así como también la posibilidad a los colaboradores de ejercitarse a través de rutinas especialmente diseñadas por profesores de educación física. En forma conjunta el área de Seguridad e Higiene y Recursos Humanos realizan la evaluación de puestos ergonómicos en la línea de producción. Asimismo, se hace especial hincapié en la asignación de tareas apropiadas y progresivas al personal proveniente de una licencia prolongada para facilitar la reinserción laboral a las rutinas diarias. Durante el año 2009 profesionales especializados trabajaron en la preparación de las rutinas y en la instrucción a



TESTIMONIO

“Gracias a la campaña de Espacios Libres de Humo pude dejar de fumar. Voy a cumplir un año de haberlo hecho en agosto y estoy muy contento con los resultados alcanzados”

Gustavo Altamirano
(Ensamble)

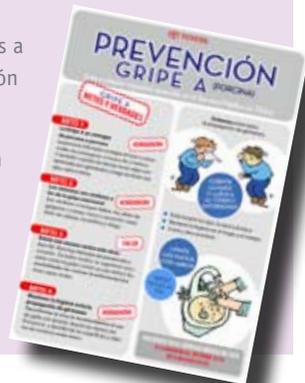
todo el personal de operación en los ejercicios pre-laborales que se realizan a diario antes del comienzo de las actividades productivas.

- Durante la temporada invernal, se realizó la recomendación de la vacuna antigripal que se brindó en forma gratuita a los colaboradores. Desde el Servicio Médico se brindaron sugerencias para evitar el dengue y la propagación de gérmenes de la gripe A. En el marco de la campaña “Hoy puede ser un gran día para dejar de fumar” se continuó con la delimitación de espacios libres de humo y la promoción de hábitos de vida saludable a través de asistencia a aquellos colaboradores que querían abandonar el cigarrillo.

GRUPE A

Frente a la situación de alerta sanitaria declarada por los gobiernos de la Ciudad y Provincia de Buenos Aires y con el objeto de preservar la salud de los colaboradores y sus familiares durante la epidemia de la Gripe A, Toyota Argentina llevó adelante distintas acciones, entre las que se destacaron:

- Se otorgó a las embarazadas y al personal inmuno deprimido (transplantados, pacientes oncológicos, diabéticos, etc.) una licencia laboral preventiva por un período de un mes.
- El Servicio Médico mantuvo contacto continuo con el Ministerio de Salud de la Nación y centros inmunológicos de primer nivel. Especialistas que forman parte del Comité de Emergencia Nacional concurren a la planta para capacitar a los médicos y al personal jerárquico sobre este tema.
- El Servicio Médico contó con un servicio especial para quienes percibieran síntomas de estado gripal a través de un trailer con consultorios especialmente acondicionados para la atención personalizada.
- Se dispuso alcohol en gel en los comedores y principales accesos a los edificios de la compañía y se extremó la limpieza y desinfección de los espacios y medios de transporte.
- También se desarrolló una campaña especial de prevención siguiendo los consejos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para concientizar al personal sobre los síntomas y medidas de precaución para evitar la propagación de gérmenes.



Promoción de la seguridad

La seguridad 1°

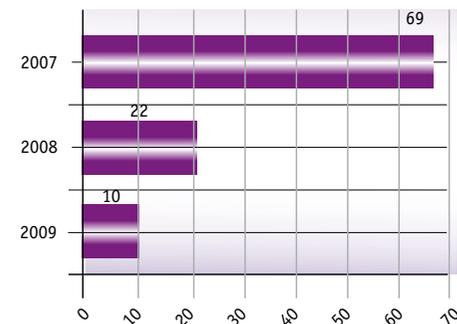
“Toyota Argentina se compromete públicamente a velar por la seguridad y protección de la salud de todos sus colaboradores mediante la incorporación de prácticas, procesos y tecnologías necesarias para mantener, con programas de mejora continua, altos índices de seguridad y confiabilidad de sus operaciones”

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.

La seguridad junto con el cuidado ambiental con la base de la matriz de prioridades en las operaciones de Toyota Argentina

Cantidad de accidentes en planta

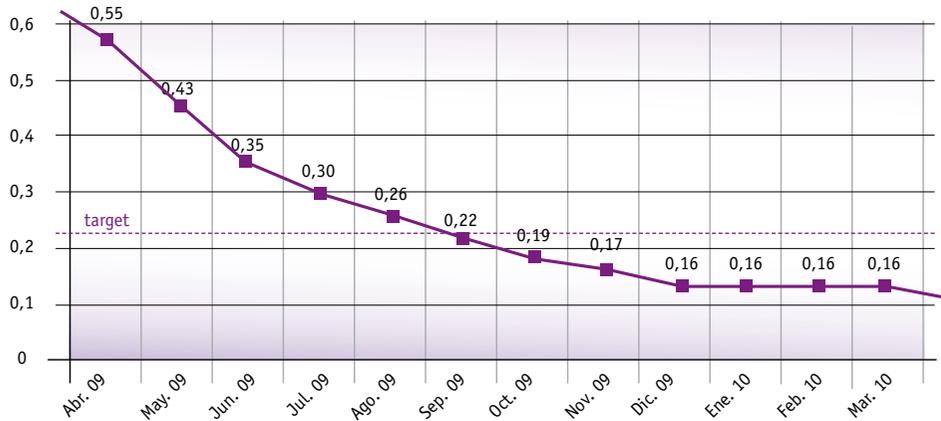


En dos años se logró una reducción del 85% en el total de accidentes anuales.

Promoción de la cultura de la seguridad:

El objetivo de Toyota Argentina es lograr establecer en una cultura de la seguridad independiente con acciones proactivas

Índice de frecuencia de accidentes período 2009-2010



Safety Meeting Corporativo

A nivel Mercosur, las plantas de Toyota do Brasil (Indaiatuba y San Bernardo) y Toyota Argentina, realizan en forma bimestral una reunión de Seguridad Corporativa de la cual participa el Vicepresidente de Toyota Mercosur, Directores, Gerentes y Jefes de ambas plantas.

Allí presentan y comparten las actividades de mejora en temas de seguridad y se exponen reportes de accidentes con sus respectivas contramedidas adoptadas con el fin de evitar su recurrencia.

El COHISE tiene por objetivo mejorar las condiciones de seguridad, ergonomía y ambiente de trabajo. El sindicato SMATA participa activamente en el comité.

COHISE: Comité de Higiene y Seguridad

El COHISE es un comité conformado por miembros de Toyota Argentina y el sindicato SMATA. Tiene por objetivo mejorar las condiciones de seguridad, ergonomía y ambiente de trabajo dentro de la planta industrial. Se reúnen mensualmente para analizar el avance y seguimiento de los siguientes ítems:

- Temas 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
- Incentivo y fomento en el cumplimiento de las normas internas y legales sobre seguridad e higiene. Vela por el cumplimiento de las normas sobre protección del medio ambiente.
- Seguimiento y análisis periódico de las condiciones de seguridad con el objetivo de mejorar el nivel de seguridad dentro de la planta industrial.
- Medidas para mejorar la ergonomía de los puestos de trabajo.

Estructura organizacional del COHISE

COHISE			
Participantes Regulares		Participantes Especiales	
Representante SMATA	Representante Seg. Industrial TASA	Miembros Comisión Interna de Reclamos	Técnicos Seguridad Industrial TASA
Representante SMATA	Representante RRRH TASA	Delegado SMATA	Jefes de Sección TASA

Nueva unidad en la brigada de emergencias

Toyota Argentina cuenta, desde hace más de 10 años, con una brigada compuesta por personal de planta, voluntarios, que son capacitados para este fin.

Durante 2009 han desarrollado y adquirido una nueva unidad, fundamental para mejorar y facilitar la labor de los brigadistas. Se trata de una autobomba desarrollada en su totalidad sobre una pick up Hilux de la producción local. Esta unidad pasa a formar parte de la flota compuesta también por una unidad de rescate y una ambulancia con equipamiento de última generación.

Para su inauguración, se realizó un simulacro en el cual la dotación de brigadistas pudo estrenarla con ejercicios de práctica programados.



Toyota Argentina cuenta, desde hace más de 10 años, con una brigada compuesta por personal de planta, voluntarios, que son capacitados para este fin.

Gráfica de campañas de seguridad



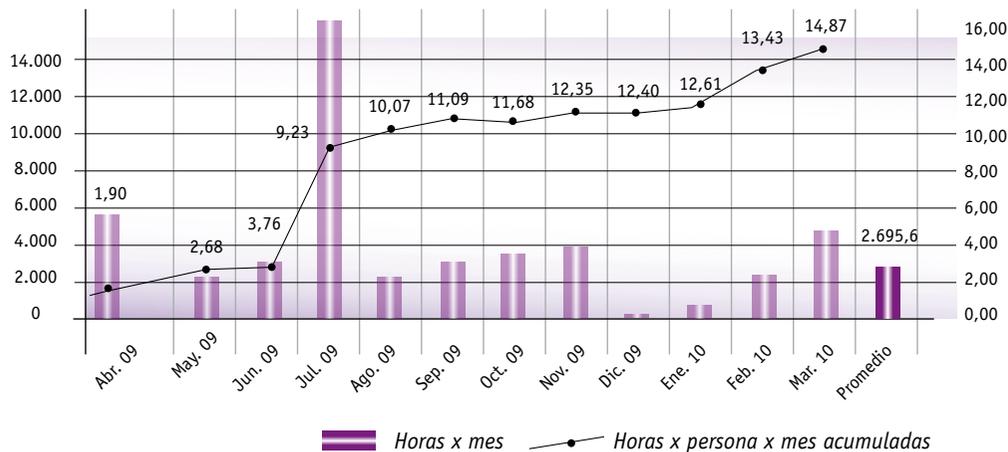
Comparten las actividades de mejora en temas de seguridad y se exponen reportes de accidentes con sus respectivas contramedidas adoptadas a fin de evitar su recurrencia.

DESARROLLO Y FORMACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

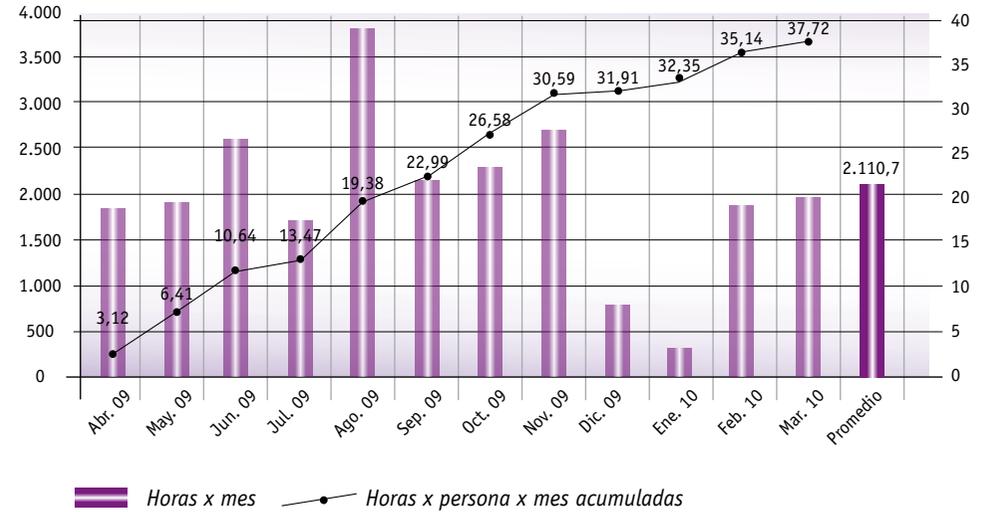
La compañía lleva a cabo programas de capacitación continua en temas que contribuyan a la adquisición de nuevas habilidades y a la mejora de las mismas. Durante período 2009-2010 se implementaron nuevos programas y también se comenzó a trabajar con el Work Life Planning (WLP) para los Team Members, un 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.

Horas de capacitación personal de producción



Horas de capacitación personal de administración



El promedio de horas de capacitación por colaborador para el período reportado fue de 14,8 para el personal de producción y de 37,7 para el personal administrativo.

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, Medio Ambiente y Kaizen.

18 ediciones
229 participantes

2- Formación General en Habilidades Básicas para el personal de operación

Durante la Parada de Planta de julio se coordinó un programa de formación general que se realizó en la Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Delta (UTN) ubicada en Campana. Siguiendo con los lineamientos del Work Life Planning (WLP) se desarrollaron nuevos cursos y se inició la nivelación de Team Members.

Los Resultados de la Capacitación en Parada de Planta

- 354 team members fueron capacitados
- 29 instructores externos e internos participaron de la actividad
- 11 aulas se utilizaron para los cursos
- 480 fueron el total de horas cátedra que se dictaron
- 15 cursos se brindaron a lo largo de la semana de la parada

3- Programa de Formación de Líderes

Este programa estimula el desarrollo de competencias específicas, conocimientos teóricos y prácticos necesarios para los puestos de coordinación y líderes de células de trabajo. Asimismo se promueve la postulación voluntaria mediante un sistema de inscripción abierto.

Resultados

684 fueron los colaboradores inscriptos.
156 los preseleccionados mediante evaluación de requisitos.
13 Group Leaders y 27 Team Leaders fueron los promovidos luego de tres meses de entrenamiento en el puesto de trabajo.

161 ingenieros participaron de esta actividad

4- Programa de formación para ingenieros

Con el objetivo de planificar el desarrollo profesional y personal de los colaboradores, durante 2009, se iniciaron programas de relevamiento de perfiles personales e intereses de carrera. Esta actividad se enmarcó dentro del Programa de Planificación de Carrera que tiene como resultado final la presentación de alternativas de desarrollo de acuerdo al potencial e intereses personales, tales como rotaciones, programas de entrenamiento y promociones y comenzó a implementarse con los Ingenieros.

También se realizó un relevamiento con los sectores para evaluar cuáles eran las capacitaciones específicas que requerían los puestos de Ingeniero. Las capacitaciones estuvieron principalmente centradas en las prácticas del negocio (TBP), Programa de Desarrollo de Habilidades de Kaizen y Satisfacción del Cliente, Herramientas de Calidad, Manejo de Relaciones Interpersonales y Costos.

TESTIMONIO

“Luego de 12 años en Planta y haber sido reciente partícipe del programa de Formación de Líderes, destaco que el mismo me permitió autoevaluarme, al grado de hacerme pensar si en verdad estaba capacitado para un nuevo puesto ya que este sistema sondea en profundidad a la persona, sacando a la luz la capacidad que uno adquiere a través de los años de experiencia laboral, como también la capacidad natural para asumir un nuevo rol dentro de la empresa. Estoy muy agradecido por haber sido parte del mismo”

HERNÁN BRIZUELA (Group Leader de Mantenimiento)

5- Formación en las prácticas del negocio (TBP)

Las prácticas de negocio de Toyota son compartidas por todas las filiales de la compañía como una parte de la filosofía que guía la forma en que se llevan a cabo las tareas y la resolución de problemas. Desde Toyota Argentina se continuó con esta formación. El curso tiene una duración de dos días y finaliza con la presentación de un caso práctico.

154 colaboradores recibieron la capacitación.
2 nuevos integrantes se formaron como instructores recibiendo la certificación del Toyota Institute de TMC.



6- Capacitación idiomática

Se facilita el dictado de cursos en los idiomas inglés, portugués, japonés e incluso español para promover la inserción de coordinadores y personal japonés al país. Al inicio de todos los años se realiza la detección de las necesidades de capacitación idiomática en cada área. En el caso del idioma japonés se brindan cursos intensivos para los colaboradores y futuros candidatos a ser transferidos al exterior. En el período reportado 176 colaboradores participaron de esta capacitación idiomática, mejorando sus habilidades lingüísticas.

El programa ICT tiene por objetivo la transferencia del know how de TMC y otras filiales ubicadas en Japón a Argentina, desarrollando los recursos humanos y herramientas de trabajo a través de OJT (On The Job Training) que posteriormente se aplicarán en Toyota Argentina.

7- Formación en otras Filiales Toyota ICT (Intra Company Transferee)

El programa ICT tiene por objetivo la transferencia del know how de TMC y otras filiales ubicadas en Japón a Argentina, desarrollando los recursos humanos y herramientas de trabajo a través de OJT (On The Job Training) que posteriormente se aplicarán en Toyota Argentina. 17 colaboradores de Toyota Argentina participaron de esta iniciativa durante el período 2009-2010, desempeñándose en la casa matriz de Toyota (TMC) y otras filiales.





Programa AOTS (The Association for Overseas Technical Scholarship)

Consiste en una introducción general que se brinda en idioma japonés en un centro especialmente acondicionado de capacitación y un posterior entrenamiento en Planta durante un lapso de dos meses. Este programa se lleva a cabo con la subvención del Estado japonés y compañías de dicho país. Durante 2009, tres integrantes de Toyota Argentina de las áreas de Producción se capacitaron en el centro Chubu Kenshu Center, realizando la capacitación técnica dos de ellos en la Planta de Tahara y uno en la Planta de Motomachi.

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.

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 abril 2009 – marzo 2010 se han capacitado a 162 Team Members nuevos y 408 Team Members con experiencia han participado en esta actividad.

Concurso de Habilidades de Producción

El 22 de julio se realizó esta competencia que 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. En esta segunda edición participaron los Team Members más destacados de los sectores de estampado, soldadura, pintura, ensamble, manejo de materiales y mantenimiento.

Los Team Members se anotan libremente y entrenan antes del concurso. En algunos sectores fue necesario realizar una preselección por la cantidad de inscriptos. Los participantes fueron 42 y se premió a los tres primeros de cada sector.

En septiembre, Toyota Argentina fue anfitriona del Primer Concurso de Habilidades de Producción a Nivel Mercosur.

1er. Concurso de Habilidades de Producción de Toyota Mercosur

En septiembre, Toyota Argentina fue anfitriona del Primer Concurso de Habilidades de Producción a Nivel Mercosur. En el mismo, los dos mejores Team Members de los sectores de estampado, soldadura, pintura y ensamble de Toyota Argentina se midieron con sus pares de Toyota do Brasil.

Los team members representantes de los sectores de estampado, soldadura y ensamble de la filial local obtuvieron los primeros puestos, mientras que la filial brasilera se quedó con el primer puesto en pintura.



El 22 de julio se realizó esta competencia que 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.

SISTEMA DE SUGERENCIAS Y CÍRCULOS DE CALIDAD

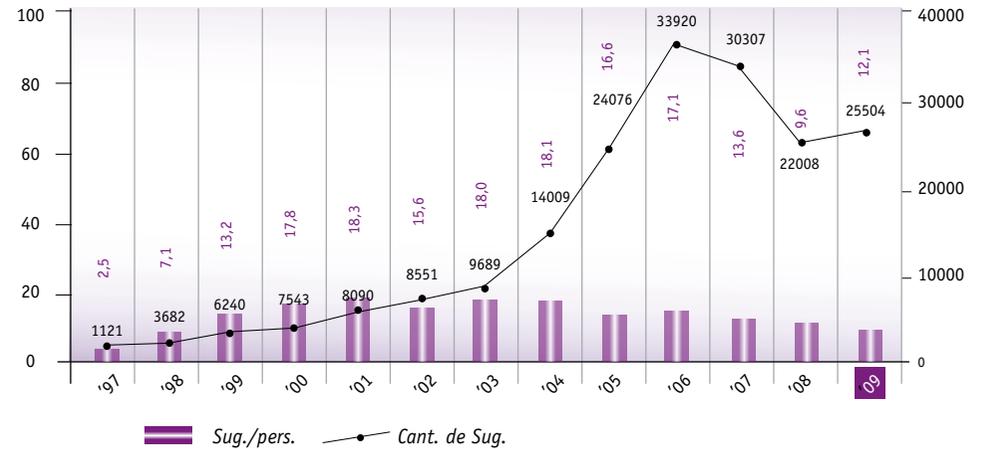
Toyota Argentina promueve la mejora continua (Kaizen) en cada una de sus prácticas y entiende que esto se logra a través de las mejoras que cada colaborador detecta e implementa en su puesto de trabajo. Por ello la compañía fomenta la implementación de sugerencias y las actividades de Círculos de Calidad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

Sistema de Sugerencias

Toyota Argentina dispone de un sistema de sugerencias a través del cual los colaboradores implementan acciones de mejora en la línea de producción. Bajo un sistema estandarizado, las sugerencias reciben un puntaje específico y tanto al promediar como al término del año el personal recibe un reconocimiento. Asimismo, el sector que procesa y administra el sistema de sugerencias selecciona la mejor sugerencia del mes, que es difundida a todos los colaboradores promoviendo el Kaizen e incentivando estas prácticas dentro de la compañía.

Aplicaron 25.504 sugerencias, involucrando al 76% de la dotación de la planta. Se registró un promedio de 12 sugerencias por persona, siendo seguridad y ambiente de trabajo los principales temas.

Sistema de Sugerencias



Círculos de Calidad (QC)

Esta actividad constituye un ejemplo del espíritu de mejora continua y trabajo en equipo para la resolución de problemas. Durante el AF 2009 más de 300 círculos analizaron su labor diaria y llevaron a cabo contramedidas, alcanzando a 1596 empleados, lo que representa un 76% de la dotación de la Planta.

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 trabajos presentados fueron seleccionados para participar de la **6° Convención Mercosur** que se llevó a cabo en agosto en Argentina y donde se consagró como círculo ganador el presentado por Mantenimiento de Prensa de la filial local.

Toyota Argentina dispone de un sistema de sugerencias a través del cual los colaboradores implementan acciones de mejora en la línea de producción.



Convención MERCOSUR Círculos QC

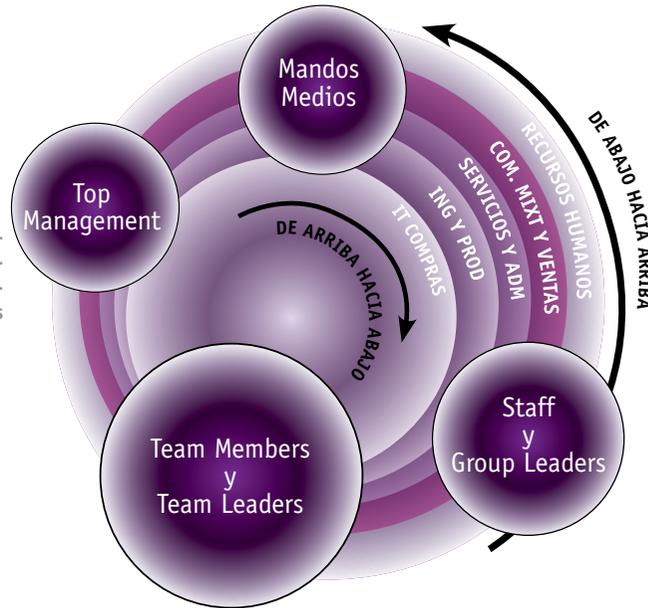


COMUNICACIÓN INTERNA

Para Toyota Argentina, la comunicación constituye una herramienta esencial para el establecimiento de vínculos positivos con los colaboradores. De esta manera, la compañía entiende la comunicación no como la mera transmisión de mensajes sino como un nexo de interacción a través del cual se transmiten los valores y desafíos de la compañía y se genera la participación activa por parte de los colaboradores que expresan sus inquietudes y potencian sus posibilidades de crecimiento.

Flujo de la comunicación interna

La comunicación constituye una herramienta esencial para el establecimiento de vínculos positivos con los colaboradores.



TASA's Business Briefing: compartiendo los objetivos de la compañía

El presidente y los Gerentes Generales de Toyota Argentina brindaron charlas al personal sobre la situación del negocio y los resultados alcanzados para tener entre todos un entendimiento común de las metas y objetivos para el 2010. 2976 colaboradores participaron de la actividad en la cual se trabajó sobre el Decálogo de reglas básicas de comportamiento y los principales indicadores de la compañía.

Almuerzos y Desayunos con el presidente de Toyota Argentina

Como parte de las acciones de fomento de la comunicación cara a cara, se organizan en forma mensual almuerzos y desayunos entre el presidente de la compañía y los colaboradores. Se establece un diálogo abierto entre el presidente y un grupo reducido de participantes, que brinda una visión de la situación del negocio y en el que los integrantes plantean sus inquietudes.

Desde su inicio en el año 2007, ya han sido parte de esta actividad 654 colaboradores, lo que representa un 21% de la dotación. A principios del 2010 se implementaron mejoras, extendiendo la actividad a los jefes y se comenzaron a realizar las reuniones por categorías a fin de compartir e identificar temas de interés común en los puestos de trabajo.

Charla de 5´

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, Medio Ambiente), fomentando el trabajo en equipo y una conciencia común sobre el trabajo diario.

House Organ: 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 TASA expone sus principales operaciones de trabajo además de temas como el cuidado del Medio Ambiente y la Seguridad, la actividad de concesionarios y posventa, nuevos productos, difusión de hobbies del personal, entre otras. En el año 2009 se añadió un insert especialmente pensado para los hijos de los colaboradores con juegos educativos.

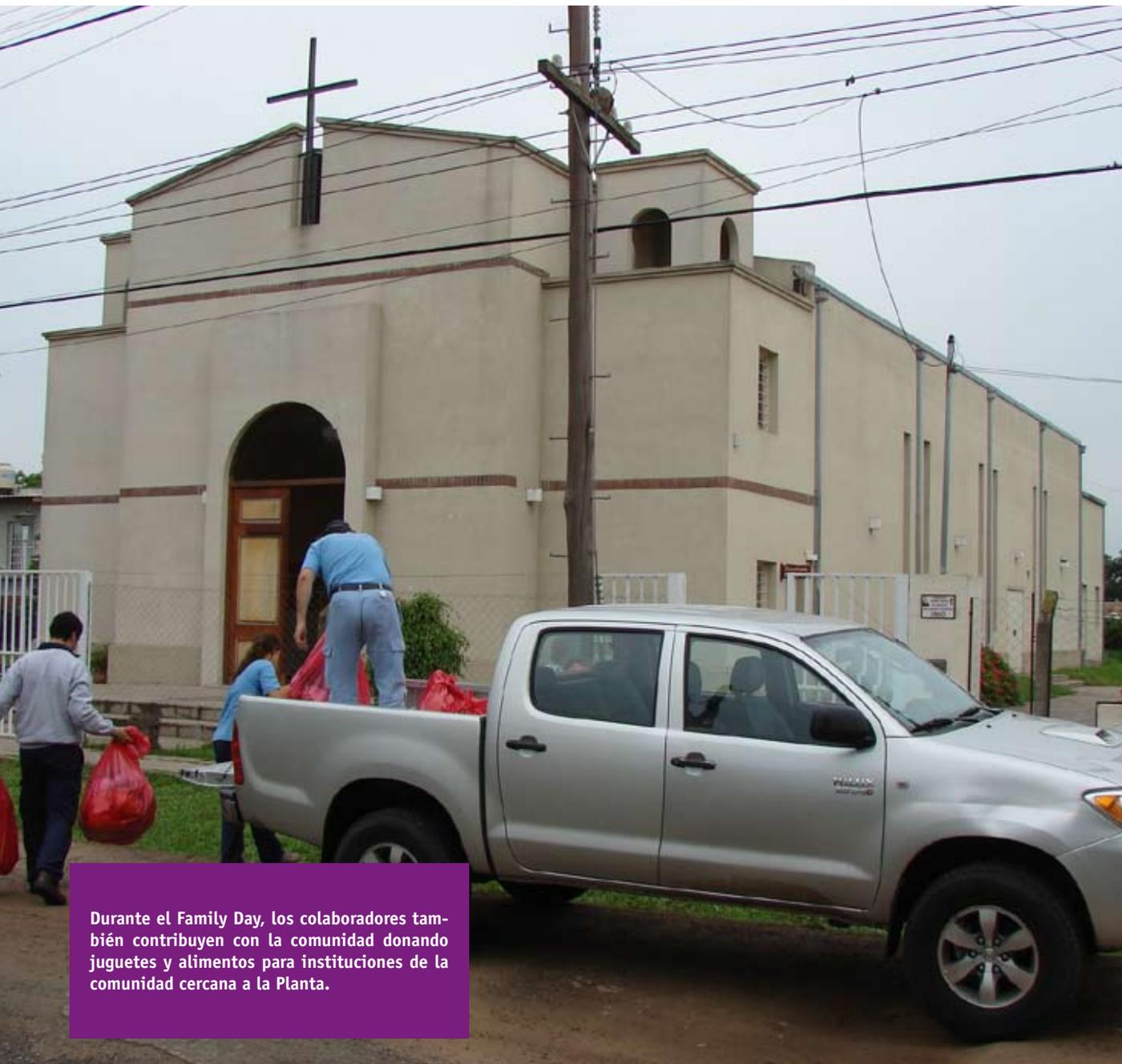


Otras herramientas de comunicación interna

Toyota Argentina dispone de diversos canales de comunicación como la Intranet, e-mailing 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 "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.



La compañía cuenta con carteleras estratégicamente ubicadas donde se difunden mensajes y campañas de comunicación interna.



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

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, un evento en el cual que se ofrecen diferentes atracciones para toda la familia. Cerca de 5.000 personas participaron de esta actividad desarrollada bajo el lema “Érase una vez”.

En esta oportunidad, las familias pudieron disfrutar de una travesía 4x4 vivenciando la experiencia de manejar la Hilux. También se dispuso una carpa museo donde se exhibieron los vehículos que marcaron un hito en la compañía como la Hilux 1997, el modelo 2001, la versión 2005, la actual Hilux SW4 y el Prius. Los asistentes también pudieron visualizar la historia de la compañía y visitar las carpas de Asuntos Ambientales y Seguridad en donde se concientizó sobre la importancia del cuidado ambiental y la promoción de prácticas seguras.

Durante el Family Day, los colaboradores también contribuyen con la comunidad donando juguetes y alimentos para instituciones de la comunidad cercana a la Planta. Al finalizar el evento, se logró juntar más de 2.000 juguetes que fueron entregados por integrantes de la compañía 5 instituciones.



Colecta y donación de juguetes

RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

Siguiendo los lineamientos de la Política de Responsabilidad Social y bajo la coordinación del área de Responsabilidad Social y Comunidad, creada recientemente, las acciones y programas se desarrollan en torno a tres ejes de acción: Educación, Medio 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 M.E.T.A.: Mejora de la Educación Técnica Automotriz

M.E.T.A. 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 seleccionados 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 profesionalizantes durante el año lectivo desarrollando cuatro roles: asesor de servicio, asesor de repuestos, técnico y administrador técnico.

Es un programa federal que va por su segundo año de práctica y posee un fuerte componente de contribución al desarrollo local. Además, M.E.T.A. 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.

Resultados alcanzados desde su lanzamiento en 2008:

- 76 alumnos pudieron gozar de una práctica profesionalizante desarrollando los cuatro roles a lo largo del año lectivo.
- 16 comunidades locales fortalecieron sus capacidades y 16 escuelas recibieron su material bibliográfico y equipamiento de trabajo.



- Por cada alumno que se capacita intervienen en el proceso cinco personas (tutor escuela, tutor concesionario, tutor Toyota, capacitador concesionario y capacitador Toyota).
- Hubo cero deserciones en la capacitación.
- Tuvo una participación femenina del 6.7%.

Programa de Introducción al Mundo del Trabajo

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

Por medio de este programa se brindan las herramientas para identificar experiencias y habilidades que faciliten su inserción en el mundo laboral y desarrollar los conceptos de compromiso, responsabilidad y valor por el trabajo.

Campaña de Lectura

Junto con la Fundación Leer la compañía desarrolla desde 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 y pedagógico a 30 maestros de seis escuelas de Zárate y Baradero para alumnos de 1° a 6° grado y se donaron 300 libros.



Durante 2009, 64 alumnos participaron de las prácticas profesionalizantes de M.E.T.A. y 72 alumnos realizaron las jornadas de capacitación en la Planta Industrial como inicio del período 2010.

Junto con la UTN 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

Durante 2009, la actividad se realizó en seis escuelas y participaron 500 alumnos en jornadas con juegos de roles de situaciones de trabajo que contribuyen al aprendizaje.

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 en 2009 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 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 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. Ingresaron un total de 80 personas entre todas las sedes.



Entrega de equipamiento y cheque para actividades formativas en Santa Fe y Corrientes por autoridades de Toyota

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, tres universidades han desarrollado una actividad de todo el día bajo la temática de Introducción al TPS (Sistema de Producción Toyota).

Asimismo, se destinó equipamiento usado (robots, motores) de la planta industrial Zárate de Toyota Argentina para equipar talleres de la Universidad Tecnológica Nacional.



Toyota Argentina brinda soporte a las Escuelas Técnicas Nacionales para la presentación de proyectos educativos

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 de COPRET en la provincia de Buenos Aires e 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.

Acto de cierre por los Programas de Educación

Con la presencia de más de 200 personas el 26 de noviembre se presentó, evento mediante, el trabajo realizado por Toyota Argentina a lo largo del año.

En esta ceremonia, maestros, directivos y alumnos recibieron su certificado por la participación en alguno de los programas educativos que realiza Toyota Argentina. Finalmente, el presidente de la compañía junto con autoridades del Instituto Nacional de la Educación Técnica (INET) y el Consejo Provincial de Educación y Trabajo (COPRET), hicieron entrega del equipamiento correspondiente a las escuelas de la Provincia de Buenos Aires por el programa de crédito fiscal.

Durante 2009 se entregó por INET el equipamiento equivalente a 22 proyectos y por COPRET a 15 proyectos de la provincia de Buenos Aires haciendo coincidir a las escuelas participantes por M.E.T.A. El monto total de los proyectos por equipamiento fue de \$2.278.000 y para el proyecto de acción formativa. Para la Tecnicatura en Mantenimiento Industrial se destinaron \$171.700..

Un grupo formado por más de 20 colaboradores de la compañía participaron voluntariamente de alguna de las actividades.



La participación activa de los colaboradores

Por primera vez, y con el objeto de fomentar un espíritu solidario y de integración con la comunidad, un grupo conformado por más de 20 colaboradores de la compañía participaron voluntariamente en alguna de las actividades.

En agosto participaron de una mentoría dentro del Programa de Iniciación al Mundo del Trabajo. A través de este programa, brindaron a adolescentes su experiencia en la inserción al mundo laboral.

También participaron de la Maratón de Lectura para la Fundación Leer que se realizó en octubre leyendo cuentos para chicos de escuelas primarias.



Semillas de Cambio: Programa de Educación Ambiental

En mayo de 2009 se puso en marcha, junto con la Organización para el Desarrollo Sostenible (ODS), la primera edición del curso de capacitación sobre Desarrollo Sostenible destinada a docentes de nivel secundario de 2º año.

MEDIO AMBIENTE

Campaña Conciencia Ambiental en Escuelas Primarias

Toyota Argentina desarrolla desde 2004 la Campaña de Conciencia Ambiental en Escuelas Primarias de Zárate y Campana, donde personal de la compañía transmite a los alumnos conceptos básicos relacionados con el cuidado ambiental.

En la edición 2009 participaron 9 escuelas de Zárate y 7 de Campana con un alcance de 1250 alumnos de 5º de EPB. La actividad es evaluada a través de la recepción del mensaje con una actividad teórico práctica, resultando que el 82% de los alumnos comprendieron satisfactoriamente los conceptos presentados.

El 69% de los docentes encuestados consideran muy importante el desarrollo de este tipo de actividades en la escuela y manifestaron la importancia de incorporar el juego como metodología de aprendizaje, sugerencia que se tendrá en cuenta para el próximo año.





El objetivo de este programa es contribuir con el desarrollo sustentable de la sociedad brindando a los jóvenes,

El objetivo de este programa es contribuir con el desarrollo sustentable de la sociedad brindando a los jóvenes, a través de la educación ambiental, herramientas de gestión sostenible. De esta manera, a través del trabajo con la sociedad se promueve la mejora de la calidad ambiental local.

El programa se desarrolla en tres etapas. La primera consiste en una capacitación docente centrada en los ejes de Biodiversidad y Cambio Climático y donde las instituciones deben identificar una problemática ambiental que los afecte. La segunda tiene por objetivo hacer extensivo a los alumnos parte de lo aprendido y del proyecto a desarrollar. Por último, la tercera etapa es la 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.

Participaron docentes de cuatro escuelas de Zárate y tres de Campana y el ciclo finalizó con la entrega de un kit de laboratorio para cada una de las escuelas que concluyeron el ciclo de capacitación. Los proyectos sobre los cuales comenzaron a trabajar se enmarcaban en las siguientes temáticas: Planta potabilizadora de agua, Gestión de los Residuos Escolares, Forestación, Remediación de suelo, Reducción en el uso de bolsas plásticas.

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” consta de un curso teórico y práctico gratuito que se dirige a jóvenes con registro y a sus padres.

“Toyota y Vos. Manejar seguro está en nuestras manos”.

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 presentó por segundo año consecutivo el Programa de Seguridad Vial “Toyota y Vos. Manejar seguro está en nuestras manos”.

“Toyota y Vos” consta de un curso teórico y práctico gratuito que se dirige a jóvenes con registro y a sus padres. Con el propósito de 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.

Ediciones

- La primera edición se llevó a cabo en enero de 2008 en Pinamar, donde más de 300 personas, entre jóvenes y padres, participaron de las nueve clínicas realizadas.
- Luego visitó las ciudades de Rosario en junio, Córdoba en agosto y Mendoza en noviembre con más de 200 personas en cada ciudad.
- El verano de 2009, se presentó nuevamente en Pinamar donde se distribuyeron 10.000 folletos explicativos y parasoles.
- En abril de 2009 se realizó la primera clínica para periodistas y sus hijos/as y de la cual participaron 48 personas. La segunda fue octubre en Concepción del Uruguay donde a lo largo de cuatro clínicas participaron 198 personas.

La segunda edición de 2009 de Toyota y Vos fue en Concepción del Uruguay donde a lo largo de cuatro clínicas participaron 198 personas.



Concepción del Uruguay

COMUNIDAD

En relación con la comunidad en la que se sitúa la Planta Industrial Zárate, se trabaja dando respuesta a los requerimientos sociales y fomentando el diálogo con las distintas instituciones y organizaciones.

- Durante el período reportado, Toyota Argentina participó junto con el Municipio de Zárate en la celebración del Día del Niño. Se donó infraestructura para una escuela agraria y un club local. Además realiza un soporte económico anual al Hospital de Zárate, para la adquisición de equipamiento, así como a tres organizaciones que trabajan con niñez y discapacidad de la zona de Vicente López, donde se encuentran las oficinas comerciales. Asimismo, se colaboró en el auspicio de actividades deportivas y culturales locales.
- En el marco del acto conmemorativo del 60° Aniversario del cuartel de Bomberos Voluntarios de Campana se presentó una motobomba móvil construida sobre un trailer y para la cual Toyota Argentina aportó con un motor diesel de 100CV.
- Siguiendo la política ambiental de la compañía sobre la separación en origen de los residuos reciclables, diariamente se contribuye con el Programa de Reciclado de Tapitas Plásticas de la Fundación Garrahan, a través del consumo generado en el servicio de comedores. Durante el transcurso del período 2009 se donaron 130 kilos de tapitas que se suman a los 65 kilos donados en la primera entrega.
- Como parte del compromiso y en apoyo a la colectividad japonesa, la compañía colabora anualmente con diversos eventos culturales que tienen como fin transmitir y mantener la filosofía de la cultura japonesa, presentes en la cultura de trabajo de la compañía.

Diálogo con la Municipalidad de Zárate

Con la reciente creación de un área específica dentro de la compañía que atienda los temas de Responsabilidad Social y Comunidad, se inició un diálogo con el municipio local. Esta actividad tiene por objetivo generar un conocimiento mutuo de las actividades desarrolladas y sinergizar esfuerzos en pos de las necesidades de la comunidad zarateña buscando además un vínculo a largo plazo.

Jornadas del Sector Social

Los días 27 y 28 de agosto se realizó la XV Jornada Argentina del Sector Social organizada por Fundación Compromiso, en la cual se habló y trabajó alrededor de las organizaciones de la sociedad civil, las necesidades de la articulación público-privada y las potencialidades del desarrollo local.

Toyota participó del panel sobre la perspectiva desde el mundo empresario y de la cooperación internacional, dos aliados clave para el desarrollo de programas de las organizaciones y luego

en los Talleres Territoriales. Allí, las organizaciones se reunieron en ocho talleres, uno por región geográfica, en los que discutieron las principales problemáticas de su región y trabajaron en el desarrollo de posibles líneas de acción conjunta en el Mapa para la Acción Colectiva. Toyota Argentina acompañó, junto con los organizadores, el taller regional de Zárate y Campana, del cual participaron 18 organizaciones.

TOYOTA Y EL DEPORTE

Las actividades deportivas en equipo comparten muchos de los valores que Toyota promueve:

- Relaciones interpersonales basadas en la ayuda mutua, la colaboración y en la identificación con sus pares.
- Predominio del respeto, confianza y exigencias recíprocas entre sus integrantes.
- Coincidencia entre los intereses individuales y los grupales.
- Unidad de ideas y orientaciones valorativas.

Es por ello que la compañía apoya diversas actividades deportivas con el fin de promover estos valores. Durante 2009 acompañó a distintos clubes de hockey y rugby, cuatro del interior del país y uno de la provincia de Buenos Aires, reforzando los valores de compañerismo y esfuerzo constante.

También estuvo presente en la carrera de TC2000 y en la copa de Santander Libertadores, ya que son deportes que más allá de sus características propias, son en equipo y es por esto que Toyota se interesa e involucra con ambos deportes. El sentido de pertenencia a un grupo, el trabajo conjunto y en equipo, con respeto y colaboración mutua es la esencia del deporte en equipo y es lo que Toyota hace día a día.

Por otro lado, Toyota es sponsor oficial de la Maratón Fleni desde 1997. La misma reúne cientos de corredores de diferentes puntos los cuales durante el lapso que dura la carrera, se vinculan y unen a través de la motivación conjunta y recíproca entre los participantes.



RELACIÓN CON LA CADENA DE VALOR

En Toyota Argentina la cadena de valor está compuesta por los proveedores, en los distintos niveles, y la red de concesionarios oficiales de Toyota en el país.

CONCESIONARIOS

Toyota Argentina cuenta con una red de concesionarios oficiales compuesta por 75 puntos de venta y cuatro únicamente de servicio distribuidos 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 Customer Services cuenta con programas de capacitación para técnicos, para asesores de servicio, para asesores de repuestos y para 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 Workshops 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.

Promotor Kaizen

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, se realizó el 27 de agosto de 2009 el Curso de Promotor Kaizen y TSM al cual asistieron 42 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 (actividad de mejora), así como de realizar el seguimiento para la implementación y luego mantener los estándares de los distintos programas que promueve Toyota Argentina

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 TSM, Toyota Service Management, 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.

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



El departamento de Customer Services cuenta con programas de capacitación para técnicos, para asesores de servicio, para asesores de repuestos y para jefes de taller.



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.

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 las siguientes:

DERAP (Programa de auditoría de riesgos ambientales en concesionarios).

Este programa es implementado por el Departamento del Servicio al Cliente y tiene por objetivo iniciar al concesionario Toyota en el cuidado del medio 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 (HFC y CFC)

SAT (Standard Ambiental Toyota)

Este programa es la visión que tiene Toyota Argentina de las actividades ambientales que deben cumplir los concesionarios y brinda el marco necesario para la 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.

Los concesionarios que obtuvieron la certificación ISO 14001 son: Amiun – Santa Fe, Catriel Mapu – Olavarria, BHASA – Santa Rosa, TTC – Campana, Celentano – Ushuaia y Haimovich - Concordia

Convención anual de Posventa

La Convención Anual de Posventa tuvo lugar los días 11 y 12 de noviembre de 2009 en el Salón Blanco de Parque Norte. En la primera fecha se desarrolló la Conferencia de Posventa y la Maratón Kaizen de Servicio al Cliente y en la segunda, el Concurso nacional de Habilidades de Posventa.

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.

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 llevado a cabo durante el año en la red de concesionarios. Tiene por objetivo fomentar el intercambio de ideas y acciones de mejora realizadas.

En la Maratón Kaizen se realiza la presentación de las mejoras llevado a cabo durante el año en la red de concesionarios. Tiene como 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.

Mejora ambiental

“Sistema de recuperación de agua no potable”

La mejora corresponde al concesionario Catriel Mapu, sucursal Olavarría y consistió en la construcción de un sistema de recuperación de agua no potable para el lavado de vehículos y riego del predio.

Anteriormente se utilizaba agua de red para estas actividades, por lo que se consideró la construcción de una planta de reuso de agua con el objetivo de reducir el indicador de consumo de agua del concesionario y la utilización agua potable para estos fines

El sistema recupera el agua de lluvia y el agua residual que se genera por el lavado de vehículos, para su reutilización.

Con la incorporación de este sistema, lograron recuperarse 10.000 litros de agua al año.

Palabras del intendente de Olavarría Sr. Jose M. Eserverri

“Como intendente de Olavarría es un orgullo la decisión del concesionario de incorporar este proceso vinculado al sostenimiento del medio ambiente al mejor aprovechamiento del agua y que tiene que ver con dos cuestiones básicas: con el cuidado del medio ambiente y con el compromiso y responsabilidad social y empresarial. Es el puntapié inicial, es un ejemplo para el resto de las concesionario Toyota del país y para nosotros los olavarrrienses es un orgullo que una empresa radicada en esta ciudad tenga este comportamiento para sus conciudadanos y con el medio ambiente en general.”...

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.

PROVEEDORES

Política de Proveedores

Toyota Argentina, siguiendo los lineamientos de su casa matriz, basa su relación con proveedores en tres principios fundamentales:

1. Igualdad de condiciones

TASA está abierta a todos los proveedores sin distinción de nacionalidad, tamaño o si han trabajado con Toyota anteriormente. La selección de proveedores se basa exclusivamente teniendo en cuenta la conveniencia desde el punto de vista del negocio de 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 mutua

Toyota tiene por objetivo generar relaciones mutuamente 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

Proveedores de Toyota Argentina

A partir de su compromiso con la comunidad en la que se inserta, Toyota Argentina procura contribuir al desarrollo económico e industrial.

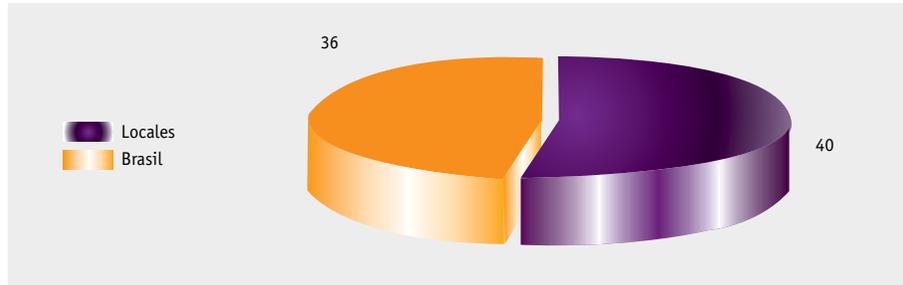
A partir de su compromiso con la comunidad en la que se inserta, Toyota Argentina procura contribuir al desarrollo económico e industrial.

El multiplicador de empleo de una empresa automotriz es de 1 x15, lo que significa que por cada empleado se estima que se generan 15 puestos adicionales en su 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, know-how y costos.

APERTURA POR TIPO DE PROVEEDOR

Autopartes	76
Materiales directos	394
Materiales indirectos	17
TOTAL	487

Distribución de los proveedores regionales de autopartes



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.

Actividades de fortalecimiento de la gestión de proveedores

La cadena de proveedores es clave para lograr productos de calidad. La compañía busca transmitir su filosofía y compromiso con la seguridad y el medio ambiente a través de las diversas actividades de capacitación.

Actividad de Proveedor modelo

Mediante esta actividad se trata de desarrollar el “Sistema de Producción Toyota” en proveedores. Los objetivos son la eliminación de desperdicios y el gerenciamiento de las células de trabajo por sus supervisores. Esto implica fortalecer al proveedor mejorando la seguridad, calidad y costos, transformándolos en proveedores de referencia a nivel local y global.

La metodología aplicada es a través de “Taller de actividades” y luego se realiza la implementación y seguimiento en las respectivas plantas.

Durante el período 2009 se sumaron dos proveedores a los cuatro que ya venían trabajando. Los seis proveedores corresponden, cinco a autopartistas y uno a insumos.

La duración de la actividad es de mediano plazo y puede variar entre 2 y 3 años dependiendo de la complejidad de los procesos a implementar.

La cadena de proveedores es clave para lograr productos de calidad. La compañía busca transmitir su filosofía y compromiso con la seguridad y el medio ambiente a través de las diversas actividades de capacitación.

Actividad Jishuken (Mejora en procesos)

Respondiendo a los objetivos del Departamento de Compras para el año fiscal 2009, se trabajó con los proveedores para bajar sus costos internos y para ello se redujo el tamaño de los lotes de producción.

La actividad, que consistió básicamente en un seminario de capacitación, se coordinó de manera conjunta con APTA (Asociación de Proveedores de Terminales Automotrices). Allí se capacitó al personal de 19 proveedores, de los cuales 10 eligieron como “Actividad Modelo” un proceso propio a mejorar.

Se estableció un plan a ocho meses, en el cual se realizaron cuatro chequeos de progreso de cada trabajo; y en diciembre se seleccionaron los tres mejores. Éstos fueron exhibidos y compartidos en la 3ra Convención anual de APTA.

Actividad “Solución de Problemas”

Bajo la misma modalidad que la actividad “Mejora en procesos”, se realizó un seminario del cual participó personal de 18 proveedores. Divididos en grupos de diferentes empresas debían encarar la solución sobre un problema originado en una planta.

La duración de la actividad fue de cuatro meses con tres chequeos de progreso y en diciembre se seleccionaron los mejores tres trabajos, que fueron presentados en la 3era Convención Anual de APTA. Los temas elegidos fueron problemáticas sobre seguridad, calidad y eficiencia.

La experiencia deja como resultado la integración de la compañía con su cadena de proveedores al mismo tiempo que los capacita en temas de gestión, resolución de conflictos y trabajo en equipo.

Auditoría de proveedores en temas de seguridad

Considerando que la fabricación de un vehículo seguro requiere de la provisión de autopartes fabricadas de manera segura, Toyota extendió este concepto a los proveedores de autopartes de todas las filiales.

Toyota Argentina comenzó un trabajo conjunto con los departamentos de Seguridad Industrial y Compras con el fin de desarrollar la cultura de la seguridad en proveedores, promoviendo la concientización y las buenas prácticas.

Las actividades que se desarrollaron fueron: visitas a la planta industrial de Zárate, auditorías de seguridad en proveedores, capacitaciones en planta y exposición de los trabajos de mejora realizados por los proveedores para la eliminación de riesgos de accidentes en sus plantas.

Los proveedores auditados este año fueron: Firestone-Bridgestone, Ferrosider, Ventalum, Industrias Guidi y se brindaron seis charlas a 23 proveedores.

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



El objetivo para el próximo año es seguir trabajando especialmente en aquellos proveedores con mayor nivel de siniestralidad y promover las buenas prácticas para la eliminación de riesgos de accidentes.

Actividad de certificación ambiental

Bajo los lineamientos de la Guía Ambiental de Compras, elaborada por la compañía, se promueve la certificación de los principales proveedores. El objetivo a alcanzar es de 77 proveedores certificados bajo la Norma ISO 14001.

Al cierre de este reporte los proveedores certificados son:

Autopartes	34
Materiales directos	7
Materiales indirectos	3
Logística	6
Equipamiento, limpieza y construcción	4
Total de proveedores certificados con ISO 14001	54

ASPECTOS ECONÓMICOS

La producción para el período informado creció un 0,6 % respecto del período anterior

Dentro del período abril 2009 a marzo 2010, Toyota Argentina comercializó en el mercado local, a través de su red oficial de concesionarios, un total de 28.474 unidades, siendo la HILUX el vehículo más comercializado y se exportaron 44.278 unidades principalmente a Brasil.

La participación en el mercado para Toyota Argentina fue del 5,4%, siendo del 47,1% la participación de la pick-up Hilux y del 16,8% del Corolla, en su segmento.

La producción total de Toyota Argentina, para el período informado, fue de 63.714 unidades, lo que representa un incremento del 0,6% respecto del período anterior, mientras que el grupo Toyota sufrió una caída del 3,4%.

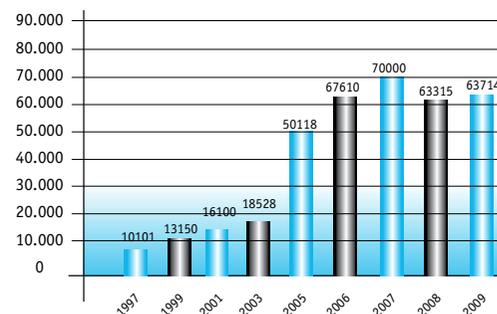
Cifras consolidadas	Abril 2009 a marzo 2010	Abril 2008 a marzo 2009	Comparativo con el año anterior
Ventas Netas	\$ 7.060.341.682	\$ 5.979.886.849	+ 18.07%
Total Activos	\$ 2.167.807.647	\$ 2.059.211.177	+ 5.25%
Patrimonio Neto	\$ 799.556.163	\$ 472.463.182	+ 69.26%
Pago de tasas e impuestos	\$ 225.958.311	\$ 507.664.061	
Inversión en la comunidad	\$ 2.484.255	\$ 1.356.548	
Ayuda financiera del gobierno	-	-	
Venta de Vehículos	72.752	74.355 unidades	

Producción de Vehículos

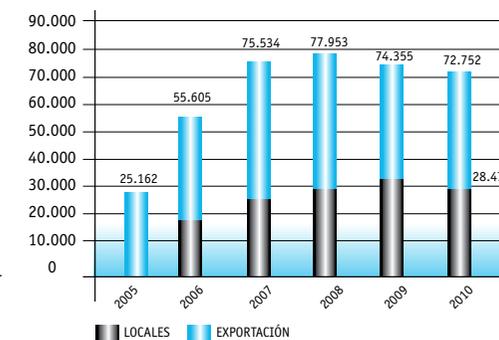
Toyota Argentina S.A fabrica en la planta industrial de Zárate los modelos HILUX pick up y HILUX SW4. La mayoría de los destinos de exportación cuentan con acuerdos de libre comercio tal como el MERCOSUR. Dentro de ese acuerdo, Toyota Argentina importa unidades Corolla producidas por Toyota Do Brasil 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 en Bolivia, Uruguay y Paraguay principalmente.

Histórico de Producción



Histórico de Ventas



Evolución de los Activos Fijos	Abril 2009 a marzo 2010	Abril 2008 a marzo 2009
Terrenos	6.686.333	6.686.333
Edificios	143.982.637	154.297.245
Vehículos	15.732.790	14.852.703
Instalaciones	74.640.984	62.140.000
Muebles y útiles	2.487.730	2.690.435
Herramientas	3.853.892	4.191.053
Maquinarias	122.378.912	138.988.506
Equipos de Computación	4.302.501	3.213.411
Software	1.035.773	1.676.319
Herramental	102.664.397	173.676.539
Obras en curso	21.710.129	20.362.314
Anticipo por compra de bienes de uso	11.082.787	4.521.954
Repuesto de maquinarias	12.721.401	13.273.640
TOTAL	\$523.280.266	\$600.570.452

El 39% de la producción se destina al mercado local, mientras que el 61% se exporta, siendo Brasil el principal destino



CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta las perspectivas en 2008 para 2009 de la industria automotriz, los resultados mostraron una situación mejor a la proyectada. La producción de autos encabezó a fines de 2009 la lista de sectores de mayor recuperación y apuntaló el rebote de la producción industrial y el PBI. El total producido y exportado permitió sostener la actividad y el empleo en el sector.

Las proyecciones de Toyota Argentina para el año entrante tienen como objetivo continuar trabajando para consolidar el crecimiento registrado durante estos años de producción en el país.

Asimismo, los esfuerzos estarán orientados a reforzar el posicionamiento en la Argentina y América Latina, manteniendo el liderazgo indiscutido de la Hilux en el segmento de camionetas compactas, dándole renovados impulsos a la línea de autos de pasajeros.

La empresa seguirá con su política de mejorar cada día la atención al cliente, ofreciendo nuevos servicios y productos con la misma calidad de la casa matriz y promoviendo la tecnología híbrida a través de la incorporación del PRIUS al mercado argentino. Se proseguirá con los programas de entrenamiento a la red de concesionarios en búsqueda de la calidad total.

Por último, resulta imprescindible señalar que Toyota Argentina continuará llevando adelante actividades y tareas para contribuir al desarrollo de la comunidad, profundizando su compromiso tanto con su personal y los familiares de los mismos, afianzando así su programa de responsabilidad corporativa, que incluye sus constantes actividades tendentes a respetar el medio ambiente, concientizando además a la comunidad, proveedores y concesionarios.

Las proyecciones de Toyota Argentina para el año entrante tienen como objetivo continuar trabajando para consolidar el crecimiento registrado durante estos años de producción en el país.

TABLA DE INDICADORES GRI

Los lineamientos GRI brindan información sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de las empresas

¿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, medioambientales y sociales de las empresas.

GRI lanzó en octubre de 2006 su tercera generación de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad llamada "G3", que fue elaborada con una participación multiactoral, lo que ha dotado a la Guía G3 de GRI de una 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 puedan evaluar y comparar el desempeño de la compañía respecto de otros períodos y en relación a otras organizaciones y mostrar de manera equilibrada y transparente la gestión económica, medioambiental y socialmente sostenible. A su vez, le permite a la compañía ordenar la información y mostrar aquello que es de interés para sus públicos al mismo tiempo que le brinda de una herramienta medición.

Niveles de aplicación de la Guía G3 de GRI

Para este reporte, Toyota Argentina ha logrado por primera vez un nivel de aplicación C. El cuadro que se presenta a continuación muestra los diferentes requisitos para cada nivel de aplicación y la tabla indica la página en la cual se presenta la información sobre el cumplimiento para los diferentes lineamientos e indicadores



CONTENIDOS BÁSICOS

Nivel de aplicación	C	C+	B	B+	A	A+
<p>Perfil de G3</p>	Reportar 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.1 - 4.15	Reporte verificado externamente	Reportar sobre todos los criterios del Nivel C, y a éstos sumar: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	Reporte verificado externamente	Mismo requerimiento que el Nivel B.	Reporte verificado externamente
<p>Información sobre la Forma de Gestión G3</p>	No requerido		Información sobre la Forma de Gestión para cada Categoría de Indicadores		Información sobre la Forma de Gestión para cada Categoría de Indicadores	
<p>Indicadores de Desempeño de G3 e Indicadores de Desempeño de Suplemento Sectorial</p>	Reportar un mínimo de 10 indicadores de Desempeño, incluyendo al menos uno de cada uno de los siguientes: Económico, Ambiental, Social.		Reportar un mínimo de 20 Indicadores de Desempeño, incluyendo al menos uno de cada uno de los siguientes: Económico, Ambiental, Social, Derechos Humanos, Laboral, Responsabilidad por el producto.		Reportar sobre cada indicador esencial de G3 y del Suplemento Sectorial* con la consideración correspondiente con el Principio de Materialidad de una de las siguientes formas: a) reportando el indicadores; b) explicando la razón de su omisión.	

* Suplemento Sectorial en su versión final

INDICADORES GRI		Página
VISIÓN Y ESTRATEGIA		
1.1	Declaración del máximo responsable.	2
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Nota 1
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1	Nombre de la organización.	3
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	4
2.3	Estructura operativa de la organización.	5-7
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	3
2.5	Países en los que opera la organización.	3
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	3
2.7	Mercados servidos (desglose de los sectores que se abastecen)	50
2.8	Dimensiones de la organización informante (empleados, ventas, activos totales)	15,50
2.9	Cambios significativos durante el período informado.	Nota 2
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el período informado.	5
PARÁMETROS DE LA MEMORIA		
3.1	Período cubierto por la información contenida en la memoria.	2
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	2
3.3	Ciclo de presentación de memorias.	2
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	2
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	9-10
3.6	Cobertura de la memoria.	Nota 2
3.7	Existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	9-10
3.8	Aspectos que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Nota 2
3.9	Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	Nota 1
3.10	Efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores.	Nota 3
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración.	2
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	53
3.13	Política y práctica sobre verificación externa	N/R
GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.1	Estructura de gobierno de la organización incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno.	7

4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	7
4.3	Consejeros independientes o no ejecutivos.	N/R
4.4	Comunicaciones entre accionistas y empleados y el máximo órgano de gobierno.	7
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno y el desempeño de la organización.	N/R
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	7
4.7	Capacitación de los miembros del máximo órgano de gobierno en temas de sostenibilidad.	N/R
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente.	5-7
4.9	Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del máximo órgano de gobierno.	8
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno en temas de sostenibilidad.	N/R
4.11	Principio de precaución.	N/R
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	12-47
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y/o a las que la organización apoya.	5
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	2
4.15	Procedimiento para la identificación y selección de grupos de interés.	9-10
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	9-10
4.17	Aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés.	9-10

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC1	Principales magnitudes económicas.	50
EC2	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	N/R
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	30-31
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	50

EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	Nota 4
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	47-49
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos locales.	29
EC8	Inversión en infraestructuras y los servicios para el beneficio público.	50
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos.	N/R

INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL

EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	N/R
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	18
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	12
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	12
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	12-13
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía.	14
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía.	N/R
EN8	Captación total de agua por fuentes.	15
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.	15-16
EN11	Terrenos adyacentes o en propiedad de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas.	N/R
EN12	Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alta biodiversidad.	N/R
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	25
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	25
EN15	Número de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	N/R
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	12
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	20

EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	12-14
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	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	16
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	17-18
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	23
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	Nota 7
EN25	Recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	N/R
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.	12-25
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil.	19
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Nota 8
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos, materiales utilizados así como del personal.	13
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	18

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

PRÁCTICAS LABORALES Y ETICA DEL TRABAJO

LA1	Desglose de empleados trabajadores por tipo de empleo, contrato y región.	29
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	29
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa.	30
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	29
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	N/R
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud.	33
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades, días perdidos y número de víctimas mortales.	32-33
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves.	31

LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	30-31
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	34
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua de trabajadores.	34-36
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	30
LA13	Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías.	29
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Nota 6
DERECHOS HUMANOS		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.	N/R
HR2	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos y medidas adoptadas.	N/R
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos.	N/R
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Nota 5
HR5	Actividades contra la libertad de asociación y medidas adoptadas.	Nota 5
HR6	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas adoptadas.	Nota 5
HR7	Actividades con riesgo de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas.	Nota 5
HR8	Porcentaje del personal formado en derechos humanos.	N/R
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Nota 5
SOCIEDAD		
S01	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en la comunidad.	40-44
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción.	N/R
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	6
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	7
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	11,28

S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	N/R
S07	Número total de acciones relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	Nota 7
S08	Valor monetario de sanciones y multas y total de sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes.	N/R
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluada la salud y seguridad de los clientes.	26-28
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos.	N/R
PR3	Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios.	N/R
PR4	Número total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	N/R
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.	26-28
PR6	Programas de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing.	N/R
PR7	Número total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	N/R
PR8	Número total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Nota 7
PR9	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y uso de productos y servicios de la organización.	N/R

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 medición de los indicadores se encuentran a lo largo del Reporte

Nota 2 : No se registraron cambios significativos durante el período 2009 en cuanto a estructura y propiedad

Nota 3: Las aclaraciones pertenecientes a informes anteriores se encuentran a lo largo del Reporte

Nota 4: durante 2009 el salario mínimo fuera de convenio se ubicó en un 78,6% por sobre el salario mínimo, vital y móvil que establece el Gobierno de la República Argentina.

Nota 5: Ninguna. Contemplado en la política de RSE de la compañía

Nota 6: en Toyota Argentina no existe diferencia entre el salario base del personal masculino y femenino.

Nota 7: Toyota Argentina no transporte residuos internacionalmente

Nota 8: No se registraron durante 2009