

100
ANNIVERSARY



MODALIDAD
INICIATIVAS TEMÁTICAS
EJE:
GOBIERNO CORPORATIVO
CATEGORÍA:
**VALORES DE RESPONSABILIDAD
SOCIOAMBIENTAL**

Toyota Argentina S.A.

20° ANIVERSARIO



Valores de Responsabilidad Socio-ambiental

Concepto: Expresión de los Valores referentes a las variables socio-ambientales en las definiciones institucionales y la estrategia de la empresa.

- Describa qué puntos de la misión, visión y políticas reconocen la importancia de valores socio-ambientales.
- Indique si la empresa cuenta con una función formal en su estructura que se ocupa de los temas socio-ambientales, su nivel jerárquico y a qué nivel reporta.
- Describa los mecanismos de comunicación interna y externa de la empresa sobre los compromisos asumidos en relación a las variables socio-ambientales.

Toyota, 21 años de producción automotriz en Argentina

Toyota Motor Corporation es líder mundial en la fabricación de vehículos. Nuestra planta en Zárate, Buenos Aires, es la número 29 en el mundo y la primera inversión de origen japonés en la industria automotriz local. En Toyota Argentina trabajamos con altos estándares internacionales y un sistema de producción que pone su énfasis en la mejora continua, el respeto por las personas y el compromiso de los empleados, generando fuentes de trabajo, promoviendo la mejora de la productividad y eficiencia de los procesos en toda la cadena de valor, afianzando nuestro compromiso con el país y colaborando con su desarrollo sostenible. Con 21 años de producción en Argentina, más de US\$ 2.000 millones de inversión acumulada y 1.227.000 de unidades producidas, contamos con un equipo de 6.000 colaboradores directos comprometidos en un proyecto sustentable y con visión en el largo plazo. Gracias a una inversión de US\$ 904 millones se amplió la capacidad de producción de nuestra planta de Zárate, y este año alcanzaremos el volumen de producción de 140.000 unidades, con un incremento de 47% en nuestras exportaciones y la creación de 600 nuevos puestos de trabajo directo y más de 13.000 indirectos en toda la cadena de valor. Desde mayo de este año producimos una pick up Hilux o una SW4 cada 90 segundos, trabajando en dos turnos. De la producción total el 75 % se destina a 21 mercados de exportación, representando el 40% de las exportaciones totales de autos de la República Argentina.

Nuestros Valores alineados con la Sustentabilidad

En Toyota Argentina nos guiamos por el **Toyota Way** y la **Guía de Principios Toyota** que, juntos, imprimen un claro compromiso con el desarrollo sustentable en la cultura corporativa y orientan nuestra gestión.

El **Toyota Way** establece los valores y creencias de la compañía en todas sus filiales y se sostiene en dos pilares fundamentales: **la mejora continua** y el **respeto por las personas**. Define la forma en que nuestros colaboradores se relacionan y realizan su trabajo, basándose en los valores corporativos, en el vínculo con nuestros clientes, accionistas, gobiernos, socios comerciales y la comunidad en general.

Por su parte, la **Guía de Principios de Toyota** desarrolla 7 ideas claves en las que se incorpora una base fundamental de sustentabilidad para todo el negocio y las comunidades donde opera la compañía.



Sobre estos Principios integradores se diseñó la **Visión Global Toyota** que promueve el compromiso con el desarrollo sustentable: “Liderar el futuro de la movilidad, mejorando la calidad de vida alrededor del mundo a partir de las maneras más seguras y responsables de trasladar personas. A través de nuestro compromiso con la calidad, la constante innovación y el respeto por el planeta, aspiramos a exceder las expectativas de los clientes...”

El compromiso con el desarrollo sustentable se refleja también en la **Misión** que tenemos en **Toyota Argentina** de “alcanzar el crecimiento sostenible como base de abastecimiento para América Latina, superando las expectativas de los clientes, con costos competitivos y contribuyendo con el desarrollo de las comunidades locales”. La **Política de RSE**, alineada a la visión global y diseñada según el contexto local, se basa principalmente en el cuidado del ambiente, la seguridad vial, la educación con foco en la empleabilidad, y el desarrollo de la comunidad local, y se extiende a la cadena de valor, capacitando y alineando a proveedores y concesionarios con nuestras iniciativas, programas y acciones. Otras directrices y herramientas tales como, la Política de Seguridad, Salud Ocupacional y Ambiente, la Guía ambiental de Compras, la Guía de RSE para proveedores, entre otras, se suman a nuestro compromiso con valores socio-ambientales de compañía.

Esta sólida base de valores es acompañada por el código de conducta que, junto a las políticas señaladas, guían las actividades de más de 6.000 colaboradores en el país.

Nuestra visión a largo plazo se manifiesta en el **Hoshin Kanri**, sistema de planificación estratégica, para crear una organización capaz de lograr una alta performance sostenida en el tiempo. El Hoshin busca crear una organización con un alto desempeño sostenido y con foco en el triple resultado. Fija el rumbo hacia donde Toyota desea ir en todas sus dimensiones y, en efecto cascada, todas las áreas fijan su propio Hoshin para alcanzar las metas de nivel superior, y de allí se desprenden los objetivos de trabajo de cada colaborador.

En el Hoshin de la presidencia de la compañía, se plasman los temas relevantes de sustentabilidad que son el resultado del diálogo con los stakeholders (accionistas, altos directivos, concesionarios, proveedores, empleados, comunidad y gobierno).



En Toyota Argentina, promovemos los valores éticos y profesionales más altos en el desarrollo de todas nuestras actividades y especialmente en las relaciones que mantenemos con nuestros empleados, clientes, proveedores y con toda la comunidad en general. Nuestra filosofía se sustenta en el fortalecimiento de los negocios en un ámbito de absoluto respeto, transparencia, integridad, responsabilidad, honestidad y lealtad. **Ser un buen ciudadano corporativo es un principio esencial de Toyota.** Nuestra “Filosofía del Cliente Primero” nos propone superarnos día a día, siempre teniendo en cuenta la opinión y la satisfacción de nuestros clientes.

En este sentido, contamos con un **Código de Conducta**, que resume los conceptos fundamentales y describe lineamientos concretos para todo el personal y la **Política Antisoborno** que amplía lo establecido en dicho código. Contamos con un **Sistema de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo** y un área que da cumplimiento a la normativa vigente en la materia con el fin de detectar operaciones inusuales y sospechosas. Estas políticas son extendidas a la cadena de valor mediante la Guía de RSE. El **Comité de Compliance** se encarga de velar por el cumplimiento de procesos y procedimientos y el Código de conducta. El **Canal de Ética**, administrado por un proveedor externo, permite a los colaboradores comunicar o denunciar irregularidades identificadas. El **Comité de Ética** tiene la responsabilidad de analizar cada formulación recibida a través del Canal y reportar cuatrimestralmente al **Comité de Auditoría** (compuesto por el presidente, vicepresidente, directores y el síndico) el resultado de las investigaciones.

Asimismo, reflejo de nuestro compromiso con los valores socio-ambientales, el **Sistema de Producción Toyota (TPS)** pone su énfasis en la mejora continua, la eliminación de desperdicio (*muda*) y el compromiso de los colaboradores y su salud, trabajando en conjunto con nuestra cadena de valor. A través de este sistema, brindamos a nuestros socios comerciales, transferencia de tecnología en procesos, equipamiento y metodología de trabajo. En el Instituto Toyota, con sede en la Planta de Zárate, desarrollamos esas capacidades para los empleados propios, de proveedores y concesionarios, aliados a nuestra estrategia de desarrollo de empresas, principalmente de capital local y en especial PyMES. De esta forma, nuestra filosofía llega a 56 empresas locales proveedoras de autopartes y a 43 concesionarios con 80 bocas en todo el país, afianzando de esta manera la aplicación del TPS en la cadena de valor.

Pensando a futuro: cómo enfrentar los desafíos globales

La filosofía Toyota concibe realizar nuestras operaciones buscando generar el menor impacto ambiental.

Para hacer frente a los **grandes desafíos globales** como el cambio climático, el agotamiento de recursos y la degradación de la biodiversidad, Toyota Motor Corporation lanzó en 2015 el **Desafío Ambiental Toyota 2050**, que aspira a reducir el impacto ambiental en todo el ciclo de vida del vehículo (diseño, fabricación, vida útil y disposición final).

DESAFÍO 1	DESAFÍO 2	DESAFÍO 3	DESAFÍO 4	DESAFÍO 5	DESAFÍO 6
					
CERO EMISIONES DE CO2 EN VEHICULOS NUEVOS	CERO EMISIONES DE CO2 EN EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	CERO EMISIONES DE CO2 EN LOS PROCESOS DE PRODUCCION	MINIMIZAR Y OPTIMIZAR EL USO DE AGUA EN PRODUCCION	ESTABLECER UNA SOCIEDAD BASADA EN LA CULTURA DEL RECICLADO	ESTABLECER UNA SOCIEDAD FUTURA EN ARMONIA CON LA NATURALEZA
VEHICULOS CADA VEZ MEJORES		FABRICACION CADA VEZ MEJOR		ENRIQUECIMIENTO DE LA VIDA DE LAS COMUNIDADES	

En Toyota Argentina, incluimos estos desafíos gradualmente en los Planes de acción ambiental quinquenal (hoy vigente 2016-2020), con metas concretas para nuestros indicadores clave. Para cumplir con esta agenda contamos con una Política de Seguridad, Salud Ocupacional y Ambiente, y un Sistema de Gestión Ambiental, certificado bajo la norma ISO 14001 desde el año 1999. Este compromiso se extiende a la cadena de valor, con un riguroso control de cumplimiento de la certificación ISO 14001 y una Guía Ambiental de Compras. La empresa acompaña a sus proveedores y concesionarios para que puedan alcanzar la certificación ISO 14001 mandataria para ser proveedor autopartista de Toyota. En la actualidad los 43 concesionarios oficiales cuentan con certificación ISO 14001 y en septiembre participarán de una capacitación intensiva sobre los desafíos ambientales y la mejor manera de trabajar alineados a ellos.

Gestión transversal de la Sustentabilidad: de lo global a lo local

La visión Global de Toyota se transmite a nuestra operación en Argentina en todo el negocio, inclusive a toda la cadena de valor, que particularmente en la industria automotriz es muy amplia. Para eso es clave el proceso interno de toma de decisiones y de gestión de la sustentabilidad: nuestro compromiso con un desempeño ético y transparente, se gestiona transversalmente al negocio y es impulsado desde los máximos directivos.

El **Comité de RSE** (con participación del Presidente, de directores y gerencias de más de 10 áreas, es el órgano principal de decisión y control del plan anual de sustentabilidad, y se reúne de manera cuatrimestral generando un espacio de formación, debate y reporte con un enfoque unificado.

- ✓ **El área de Responsabilidad Social** coordina el Comité de RSE y reporta directamente al presidente. Cuenta con 8 personas de dedicación completa y 2 de tiempo parcial.
- ✓ **El área de Asuntos Ambientales** lleva adelante la gestión y proyectos ambientales y cuenta con 8 personas con dedicación completa y 3 de tiempo parcial.
- ✓ Tanto el **Hoshin del Presidente de Toyota Argentina**, como el de **la División de Asuntos Corporativos** y el del **Área de Responsabilidad Social**, establecen puntualmente la promoción de la RSE como una actividad permanente en las comunidades locales y la cadena de valor (enfocada en los tres ejes de acción de Toyota Argentina: Ambiente, Seguridad vial y Educación para la empleabilidad), así como implementar pasos y actividades para alcanzar el Desafío Ambiental 2050. Cada uno en su nivel plantea iniciativas para lograrlo.



Difundir nuestros compromisos socio-ambientales: para comunicar a nuestros públicos internos y externos nuestros valores y la forma en que los vivimos y llevamos a la práctica, contamos con diversos y variados mecanismos entre los cuales podemos destacar:

- ✓ El **Reporte de Sustentabilidad** anual es una de nuestras herramientas clave de comunicación con alcance a todos nuestros grupos de interés, y a través de la cual rendimos cuenta de nuestra gestión en la triple línea de resultados. Hemos publicado **15 reportes**, desde el año 2003.
- ✓ Nuestro **Centro de Visitas** en Zárate, se inauguró en 2016, con la finalidad de fortalecer los lazos que nos unen con las comunidades, transmitir la filosofía de la compañía, compartir y transparentar nuestras actividades, operaciones y conceptos relevantes tales como seguridad, calidad y mejora continua. A la fecha, este espacio recibió más de 26.000 visitas provenientes de escuelas, universidades, escuelas de negocios, comunidades vecinas, prensa, líderes de opinión, gobierno y empresas.
- ✓ **Reserva Natural Toyota:** en junio 2017 abrimos un “aula a cielo abierto”, con 21 hectáreas dentro del predio de la fábrica, con la finalidad de recibir y educar a la comunidad sobre la importancia de la naturaleza. El proyecto educativo de la reserva es un programa de restauración, y educación de la naturaleza diseñado por Aves Argentinas. Ya recibió 3.108 visitas, incluida la participación de 40 escuelas y 2 clubes del **Programa Conciencia Ambiental** con un total de 1.693 alumnos y docentes.
- ✓ A través del programa “**Escuelas Abiertas en Verano**” de la Dirección General de Cultura y Educación del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, se ofrecieron experiencias educativas a más de 400 chicos de 12 escuelas de Lima, Escalada y Zárate en el último verano.
- ✓ A través del **diagnóstico de necesidades en la comunidad de Zárate**, dialogamos con la comunidad local, para conocer sus expectativas, y luego utilizar los resultados como un **insumo clave** en nuestra planificación estratégica. A su vez, en el workshop con organizaciones sociales locales, compartimos nuestras acciones realizadas en la comunidad.
- ✓ Con nuestros **concesionarios y proveedores**, realizamos **capacitaciones y diálogos** permanentes, trabajando en el fortalecimiento de la gestión en el negocio, en aspectos sociales, ambientales y de derechos humanos, entre otros.
- ✓ En reuniones mensuales con altos directivos, escuchamos e incorporamos las expectativas de proveedores autopartistas e insumos y en KITAICHI (significa expectativa en japonés), una instancia anual con cada proveedor damos *feedback* y relevamos intereses de seguridad, medioambiente, calidad y cumplimiento de entregas.
- ✓ El **Programa de “Desarrollo de RSE para concesionarios”** iniciado en junio de 2018 para que los 43 concesionarios puedan profundizar los alcances de la sustentabilidad en el ámbito corporativo y diseñen e implementen sus propios programas de RSE.
- ✓ Con 23 proveedores hemos realizado 2 ediciones del Programa Valor para capacitarlos en temas de RSE con el fin de incrementar su competitividad de manera sustentable.

- ✓ Con nuestros **colaboradores**, priorizamos el vínculo directo (80%) tales como mesas abiertas, almuerzos y desayuno con el presidente, reuniones de negocios y utilizamos diversos canales de comunicación como la TV corporativa en comedores y áreas comunes; la revista interna “Desde Adentro”; carteleras; el diario de planta “En Línea”; la Intranet y el boletín informativo “Hacemos Toyota”. A modo de ejemplo, “**Eco-Desafío**” es un concurso para transmitir valores de sustentabilidad, sumando puntos a través de acciones ambientales. Por todos estos canales se transmiten y se escuchan inquietudes referidas a cuestiones socio-ambientales.
- ✓ A través de **iniciativas solidarias y de voluntariado** nuestros colaboradores se involucran con la comunidad en las que operamos y relevan sus expectativas.
- ✓ Recibimos visitas de familiares al Centro de Visitas y Reserva Natural los días sábados, en doble turno. De marzo 2018 a la fecha contamos con 2000 familiares.
- ✓ El **diálogo** con el Gobierno Nacional, las autoridades de nuestra zona de influencia, organizaciones de la sociedad civil, medios y cámaras empresariales, es esencial para trabajar una agenda conjunta de **articulación público-privada** en temas como empleabilidad, situación habitacional y social, salud, tránsito, y seguridad.
- ✓ Otros canales de comunicación incluyen acciones con la **prensa** con comunicados, eventos, entrevistas y encuentros periódicos de relacionamiento en la planta.
- ✓ A través de distintos **foros, espacios, conferencias y charlas** como en la UBA, Universidad de Palermo, Universidad Argentina de la Empresa, UAI y Universidad del Salvador, Foro de Sustentabilidad del Cronista Comercial, Sustainable Brands, Foro de Revista Fortuna, entre otros, compartimos experiencias prácticas e impulsamos una conciencia de respeto por la sociedad.

Reflexión final

Ante una industria automotriz global cada vez más competitiva, con tecnologías avanzadas al alcance de todos, y con procesos que buscan la más alta eficiencia productiva en las plantas; en Toyota Argentina creemos que un futuro exitoso implica indefectiblemente contemplar aspectos socio-ambientales en la estrategia del negocio.

Brindar soluciones a las múltiples demandas de clientes, y de la sociedad en general, nos motiva a seguir trabajando para superarnos. La innovación, la pasión del equipo de trabajo y la convicción de trabajar en pos de un crecimiento sostenible, nos guiarán ante el desafiante objetivo que tenemos por delante: pasar de una empresa productiva a proveer soluciones integrales de movilidad.

Son nuestros valores corporativos los que nos empujan a plantearnos este gran desafío y nos orientan a seguir trabajando para que los imposibles de hoy, sean los posibles de mañana. Los desafíos ambientales 2050 son un claro ejemplo de lo que consideramos debe ser una premisa clave de toda empresa que busque ser líder en el contexto actual.